



KAARINA NIKUNEN

FANIUDEN AIKA

**Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta
vuosituhannen taitteen Suomessa**



AKATEEMINEN VÄITÖSKIRJA

Esitetään Tampereen yliopiston
yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan suostumuksella
julkisesti tarkastettavaksi
Tampereen yliopiston luentosalissa A1,
Kalevantie 4, Tampere,
lauantaina 17. syyskuuta 2005 klo 12.

*Tampereen yliopisto
Tampere 2005*

Kaarina Nikunen

FANIUDEN AIKA

**Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta
vuosituhannen taitteen Suomessa**



Media Studies

AKATEEMINEN VÄITÖSKIRJA

Tampereen yliopisto
Tiedotusopin laitos

Copyright © Kaarina Nikunen

Myynti

Tiedekirjakauppa TAJU
PL 617
33014 Tampereen yliopisto
puh (03) 3551 6055
fax (03) 3551 7685
taju@uta.fi
<http://granum.uta.fi>
www.uta.fi/taju

Kansi

Mia Ristimäki

Taitto

Aila Helin

Painettu väitöskirja

ISBN 951-44-6386-2

Sähköinen väitöskirja

Acta Electronica Universitatis Tamperensis 460
ISBN 951-44-6387-0
ISSN 1456-954X
<http://acta.uta.fi>

Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print
Tampere 2005

Kiitokset

Tätä työtä tehdessäni olen oivaltanut tieteellisen tiedon keskeisen piirteen: se on luonteeltaan yhteisöllistä. Tutkija ei tuota tietoaan yksin kammiossaan vaan lukuisten verkostojen, seminaarien, konferenssien ja lounaskeskusteluiden siivittämänä. Tutkimuksen merkitys on siinä, että se antaa oman panoksensa tieteelliseen keskusteluun ja parhaimmillaan avaa uusia ajatuksia, kysymyksiä ja keskustelua. *Faniuden aika* on kehittynyt monien kollegojen kanssa käytyjen keskusteluiden innoituksesta ja inspiaraatiosta.

Kiitän ensinnäkin ohjaajiani, Mikko Lehosta ja Iris Ruohoa, opastuksesta ja kommenteista. Mikon ansiota on se, että työni on löytänyt sitä edistävän, monipuolisen lukijapiirin. Mikolla on oivallinen kyky ideoida, innostaa ja luoda synergiaa tuottavia yhteisöjä. Mediakulttuurin seminaari on ollut yksi tällainen yhteisö työlleni. Iris on ollut paitsi ystävä, myös tinkimätön ohjaaja. Hän tukenut vaikeiden hetkien aikana, lukenut työtä utterasti ja pakottanut pohtimaan keskeisiä käsitteitä yhä uudelleen. Iiriksen huoneessa on kokoontunut myös tv-piiri, jossa käydyt tarkat ja kriittiset keskustelut ovat olleet antoisia.

Esitarkastajiani, Anu Koivusta ja Seppo Knuuttilaa haluan lämpimästi kiittää tärkeistä, oivaltavista kommenteista. On iloa saada palautetta tutkijoilta, joiden työtä arvostan hyvin paljon.

Kiitos tarkoista kommenteista myös Virve Peterille, Risto Kuneliukselle, Timo Uusituvalle ja Jyrki Jyrkiäiselle. Ristolle erityisesti siitä, että hän jaksoi Atlantin tuolla puolen pohtia työni rakennetta ja käsitteitä. Ensio Puoskari on auttanut faniutta käsittelevien artikkeleiden paikantamisessa ja valottanut Grossbergin teoriaa, siitä kiitos. Kiitos myös kaikille muille lukijoille, jotka ovat työtäni eri vaiheissa kommentoineet.

Tieteellisen yhteisön parasta antia ovat varmasti kollegiaaliset verkostot, joissa saa paitsi palautetta työstään, myös tukea ja kannustusta. Työni kannalta tärkeän sisarverkoston ovat muodostaneet Virve Peteri, Sari Elfving, Laura Saarenmaa ja Susanna Paasonen. Erityiskiitos Virvälle, jonka kanssa olen saanut pohtia empiiristä aineistoa ja metodologiaa koskevia kysymyksiä sekä kaikkea muutakin tv-sarjoista kasarimuistoihin. Humppilan koulukunta postseminaareineen on myös vaikuttanut työhöni vahvasti.

Aloitin työni tutkijakoulu Vivassa, jonka johtajaa, Pertti Suhosta kiitän opastuksesta ja kannustuksesta. Niin tutkijakoulu Vivan kuin Muuvinkin kautta on lyötynyt vuosien saatossa antoisia seminaareja ja keskustelukumppaneita. Tutkijakoulun lisäksi olen saanut rahoitusta Tampereen yliopistolta, Journalismin tutkimusyksiköltä sekä Tampereen kaupungilta.

Virtuaalijasta huolimatta verkostot kiinnittyvät vahvasti paikkaan. Tämä työ on tehty Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksella, jonka henkilökuntaa kiitän työtoveruudesta ja etenkin Sirkka Hyrkkästä käytännön asioiden järjestelyistä. Oman tukiverkostonsa ovat muodostaneet tiedotusopin laitoksen naiset, etenkin Iris, Karina Horsti, Sinikka Torkkola ja Mari Maasilta, joiden kanssa olen saanut jakaa tieteellisen kotitaloustyön ilot ja surut.

Tutkimustyön aikana olen jakanut työhuoneen monen ihmisen kanssa. Kiitän Heikki Heikkilää, Katja Valaskiveä, Sari Elfvingiä ja Auli Harjua työhuonetoveruudesta, antoisista keskusteluista ja lukuisista vinkeistä.

Kiitos myös Minna Rückensteinille ja Laura Huttuselle väitösprosessia ja tutkimustyötä koskevista antoisista keskusteluista.

Jäsenyys *Lähikuva*-lehden toimituskunnassa on niin ikään vaikuttanut työhöni ja avannut näkökulmia rohkeasti turkulaiseen suuntaan.

Kotimaiset ja kansainväliset konferenssit, kohtaamiset ja keskustelut muiden fanitutkijoiden, Irma Hirsjärven, Walter Alescin, Karina Lawrencen ja Matthew Hillsin kanssa ovat olleet inspiroivia. Serkultani Pirkko-Liisa Uimoselta, *Xena*-tutkijalta, olen saanut työhöni arvokkaita näkökulmia. Yleisötutkimusta käsitelleen, Anita Hillin johtaman Lontoon kesäkoulun ja siellä syntyneen virtuaaliyhteisö HaHa:n merkitys työlle ja siitä motivoitumiselle, on kiistaton. Tiedotusopin ja mediakulttuurin opiskelijat ovat myös antaneet valaisevia näkökulmia faniuden tutkimiseen.

Ennen kaikkea haluan kuitenkin kiittää kaikkia niitä faneja, jotka osallistuivat tutkimukseeni ja kertoivat kokemuksistaan. Ilman heitä tämä työ ei olisi ollut mahdollinen. Heidän ansiostaan työni on ollut mielekästä, mielenkiintoista – myös hauskaa. Lämmin kiitos myös Marco Bjurströmille aineiston luovuttamisesta tutkimuskäyttöön sekä Kari Hatanpäälle koulu-laishaastatteluiden organisoinnista.

Lopuksi kiitän perhettäni, Topia, Havannaa ja Kaspiaa siitä, että he ovat opettaneet minua organisoimaan aikaani, antaneet iloa ja energiaa ja eläneet kanssani faniuden aikaa.

Siskolleni Kristiinalle kiitos yhdessä koetusta ja jaetusta. Vanhempiani haluan kiittää kannustuksesta – ja siitä, että he urheasti kuuntelivat minun ja naapurin Ullan Abba-esityksiä. Äidille erityiskiitos kun viitsit ommella ne skottiruufdulliset BCR-housut – ymmärsit faniuden ytimen jo silloin.

Tampereella 14.7.2005

Kaarina Nikunen

Sisällysluettelo

1. Johdanto	13
1.1. Tutkimuskysymykset.....	20
1.2. Aineisto	22
1.3. Monipaikkainen tutkimus.....	25
1.3.1. <i>Kokemuksen äärellä: fanius elettyinä, koettuna, puhuttuna</i>	34
1.3.2. <i>Kulttuurinen paikantuminen: eron tekoja ja asemointia</i>	38
1.3.3. <i>Julkisuus faniuden kartastona</i>	42
1.4. Faniuden määrittely ja keskeiset käsitteet	46
1.5. Vastaanotto- ja fanitutkimuksen limittyvät vaiheet.....	56
1.5.1. <i>Fanitutkimus Suomessa</i>	63
1.6. Kirjan rakenne	65
2. Televisioon liittyvän faniuden rakentuminen Suomessa: Rodneysta Buffyyn	67
2.1. Television aikakaudet: niukkuudesta runsauteen	71
2.1.1. <i>Tähtitarinat faniuden aineksina – elokuvista sarjojen maailmaan</i>	75
2.1.2. <i>Kirkuva, vaarallinen yleisö</i>	82
2.1.3. <i>Lehdet fanikäytäntöjen oppaina: leikkaa irti ja ota talteen!</i>	90
2.2. Science fiction fandom verkostoituu	94
2.3. Internet ja julkistuva fanius	95
2.4. Faniuttava tuotanto kohtaa faniutuvat yleisöt.....	101
2.5. Uudenlaista katsojuutta?	105
2.6. Keimolasta nettiin.....	108

3.	Xeniittien matkassa: Kulttifanius, yhteisö ja tulkinnan kehykset	111
3.1.	Xena tv-sarjana	116
3.2.	Xeniitit	120
3.3.	Yhteisön hierarkiat	129
3.4.	Reaali virtuaalissa	137
3.5.	Xenan ”syvempi olemus”	143
	3.5.1. <i>Jaettu salaisuus: subteksti</i>	150
	3.5.2. <i>Samastumisen nautinto</i>	158
	3.5.3. <i>Kansainvälinen faanon</i>	166
3.6.	Oma vaihtoehtojulkisuus	168
	3.6.1. <i>Suomalaiset sivustot: tekijän valta ja vastuu</i>	172
3.7.	Kierrättävä kuluttajuus	178
3.8.	MTV3 ja hukattu yleisö	183
3.9.	Kulttifanius – omassa ajassa	192
4.	Ally McBeal – pakko katsoa: trendifanit ja anti-fanit	195
4.1.	Ally McBeal televisiosarjana	197
4.2.	Vaikeasti tavoitettavat fanit	201
	4.2.1. <i>Toiminnan paikat</i>	204
4.3.	Ally McBeal valtajulkisuudessa	206
	4.3.1. <i>Haavoittuvat kuluttavat tyttökatsojat</i>	212
	4.3.2. <i>Kiista naiskuvasta</i>	216
	4.3.3. <i>Mcbealismi fanituuttamisen strategiana</i>	221
	4.3.4. <i>Koukutus</i>	223
4.4.	Julkisuus tulkintojen kehyksenä: tässä ja nyt	229
	4.4.1. <i>Samastuminen, konsumerismi ja feminismi</i>	234
	4.4.2. <i>Tekstuaalinen leikittely: bygones!</i>	243
	4.4.3. <i>Suojeltu katselu: affektiivisen nautinnon riskit</i>	248
4.5.	Me vihaamme Ally McBealia	252
4.6.	Queer-katse Allyyn	256
4.7.	Sarja päättyy, fanius hiipuu	258
4.8.	Trendifanius – hetkessä kiinni	260

5. Kirjeitä Macro Bjurströmille: tähtifanius ja mediajulkisuus	265
5.1. Televisio ja tähteyt	269
5.2. BumtsiBum ja estradiviilteen vaativa leikkimielisyys.....	274
5.3. Mediajulkisuus tähtikuvastoa tuottamassa.....	280
5.4. Fanikirjeistä piirtyvä fanius	284
5.4.1. Median rytmissä	291
5.4.2. Samastuminen puheeseen.....	293
5.4.3. Ystävyyt ja etäisyys.....	297
5.4.4. Maskuliinisuuden ja kansallisuuden murtumia	300
5.5. Bjurström utooppisena tekstinä.....	304
5.6. Tähteyden ytimessä: aitous ja epäily	308
5.7. Parasosiaalisuus ja hullun fanin ongelma	312
5.8. Tähtifanius – monien joukossa.....	315
6. Faniuksien kirjo ja kulttuurinen paikantuminen.....	319
6.1. Mediajulkisuudet faniuksia asemoimassa.....	325
6.1.1. Kuvitteelliset yleisöt vs. todelliset yhteisöt	329
6.1.2. Uusia sosiaalisia suhteita	332
6.2. Affekti ja faniuden sallitut paikat	335
6.3. Sukupuolta tekemässä	339
6.4. Kuluttajuutta kohti ja vastaan	341
6.5. Glokaalisti faniutuvat yleisöt.....	345
6.6. Fanius ajassa.....	351
Kirjallisuus	355
Liite	387

1.

Johdanto

Kesällä 1975 olin melkein yhdeksänvuotias. Vietimme lomaa mökillämme Saimaalla, missä pikkuserkkuni Essi kertoi yhtyeestä nimeltä *Bay City Rollers*. Lyhennettynä se on vain *BCR*. Viisi nuorta miestä skottiruudullisissa vaatteissa. Heillä oli hirvittävästi faneja, ja Essi oli ollut yhtyeen konsertissa Helsingissä. Essi, minä, siskoni ja Maiju-serkkuni kuuntelimme yhdessä auringonpaisteisella kalliolla yhtyeen soittoa pienestä kasettinauhurista ja selailemme Essin *Suosikki*-lehtiä. Katselimme soittajien kuvia ja vertailimme, kuka oli paras. Minä pidin Woodysta eniten, siskoni suosikki oli laulaja Leslie.

Syksyllä palasimme kotiin Korsoon ja syntymäpäiväni lähes-tyessä menimme äidin kanssa Helsinkiin levykauppaan. En muistanut yhtyeen uusimman levyn nimeä, joten sanoin vain yhtyeen nimen, *Bay City Rollers*, mutta myyjä ymmärsi heti mistä oli kyse. Hän kaivoi hyllystä vinylilevyn, *Once Upon a Time*, jonka kanteen sisältyi jokaisen yhtyeen jäsenen irrallinen fanikuva. Olin valtavan onnellinen, nyt saatoin kotona kuunnella hittibiisiä *Bye Bye Baby*. *BCR* oli minun.

Ensimmäinen faniuden kokemukseni oli nuorelle tytölle melko tyypillinen: kyseessä oli 1970-luvun hyvin markkinoitu poikabändi, vaikkei tätä nimitystä vielä tuolloin käytetty. *BCR*-fani-
na olin osa suurta faniien joukkoa, mutta samaan aikaan pilkan kohteena. Jouduin jatkuvasti puolustamaan valintaani etenkin koulussa ja erityisesti *Hurricanes*-faneille. Kävimme siis päivittäin

pienimuotoisia kamppailuja kulttuurin hierarkioista. Romanttista suhtautumista soittajiin ivattiin eikä muita ollut lainkaan helppo vakuuttaa siitä, että oikeasti kuuntelin *BCR*:n musiikkia ja pidin siitä. Toisaalta *BCR*-fanit muodostivat oman ryhmän, joka sulki ulkopuolelleen ne, jotka eivät tätä faniutta omaksuneet. Faniuden pakottavaa julkituomista ilmensi tietenkin pukeutumiseni, skottiruutukangas housunlahkeissa ja rintanappi paidassa. Fanius oli tuotava esiin, oli kerrottava muille ketä kannattaa ja puolustettava sitä, mihin sitoutui. Faniuden kaupallisuutta ilmensivät postimyynutiluetteloista tilatut sukat, huivit ja rintanapit.

Faniuden kokemuksessani keskeistä oli ristiriita: fanius oli yhtäältä kulttuurisesti halveksittua ja toisaalta subjektiivisena kokemuksena intensiivinen ja positiivinen. Omat positiiviset faniuden kokemukseni istuvatkin perin huonosti ajatukseen faniudesta hysteerisenä, manipuloituna joukkona. Tämä ristiriita innosti minua alun perin tutkimaan faniutta ja selvittämään, kuinka faniuteen liitetyt käsitykset ilmenevät faniuden kokemuksessa. Kuinka faniuden negatiivinen leima määrittää faniuden kokemusta ja käytäntöjä?

Joitakin vuosia sen jälkeen kun *Bay City Rollers* -fanius hiiptui, minusta tuli innokas *Abba*-fani, tämän jälkeen kotimaisen rock-yhtye *Hanoi Rocks*in fani ja lähes kolmekymppisenä tv-sarja *Absolutely Fabulous*in fani.

Kokemukseni erilaisista faniuksista kertovat siitä, ettei fanius tyhjene yhteen kokemusmuotoon. Fanius pitäisikin ymmärtää moninaisina käytäntöinä, ilmiönä, joka on jatkuvassa muutoksessa. Siihen liitetyt merkitykset vaihtelevat kontekstista, ajasta, paikasta ja tilanteesta riippuen. Se on kulttuurinen käytäntö, jota tuotetaan kulttuuriteollisuuden, julkisuuden ja yleisöjen välisessä vuorovaikutuksessa.

Televisioon liittyvä fanius on tässä suhteessa erityisen kiinnostava, sillä se on ilmiönä nuori ja kykee yhteen moninaisia mediakäytön tapoja, kuten internetin keskustelupalstat ja tv-sarjojen katselun. Televisioon liittyvä fanius operoi monella alueella

mediakulttuurissa, jolloin tutkimuksessa on mahdollista tarkastella tuotannon ja kulutuksen, eri yleisöjen ja eri medioiden välisiä suhteita.

Kun itse olin *Absolutely Fabulous* -sarjan fani 1990-luvun alkupuolella, internetin käyttö ei ollut vielä yleistynyt. Tuolloin faniuden käytännöt rajautuivat videoiden katseluun ja Lontoon-matkalla tehtyyn retkeen sarjan tähtien, Eddien ja Patsyn suosimaan tavarataloon. Vuosituhannen vaihteessa sarjasta on jo olemassa keskusteluryhmiä ja oheistuotteita internetissä. Löytyypä internetistä *Bay City Rollersiakin* koskevia nostalgisävytteisiä sivustoja.

Mediateknologian kehitys kytkee erilaisia kokemisen tapoja yhteen ja luo uusia suhteita – niin yleisöjen kuin mediankin välille. Tämä faniuden moninaisuus on tutkimukseni keskeinen näkökulma. En siis keskity yhteen faniuden muotoon vaan tarkastelen televisiosarja *Xenan*, *Ally McBealin* ja tv-esiintyjä Marco Bjurströmin faniutta tuodakseni esiin faniuden rakentumiseen ja kokemukseen sisältyvää moninaisuutta.

Tarkastelen tässä työssä faniutta vuosituhaten vaihteen mediakulttuurin ja erityisesti television kontekstissa, mutta toki faniuden kaltaisia käytäntöjä ja siihen liittyviä järjestelmiä voi tunnistaa eri aikakausilta kautta historian. Antiikin Kreikan sankareiden palvonnasta ja jumalten kunniaksi järjestettävistä juhlisista, kuten urheilukilpailuista ja teatteriesityksistä on tunnistettavissa tiettyjä faniuteen ja ihailuun liittyviä piirteitä.

Hysterisen, villiintyneen ihailijajoukon uhkaa voi tunnistaa esimerkiksi Orfeus-myytistä. Orfeus oli salaperäinen idästä tullut laulaja tai shamaani, joka pystyi lyyran soitollaan lumoamaan ihmiset ja eläimet. Myytin mukaan Orfeus pidättäytyi seksuaalisuhteista menetettyään rakastettunsa. Tästä vihastuneena, hänen ihailijansa, traakialaiset mainadit (naispuoliset vastineet satyyreille) repivät hänet kappaleiksi. (Thesleff 1979, 58–60.)

Antiikin Kreikassa sankarinpalvonta liittyi jumaliin, mutta sankareiksi, *heeroksiksi*, kohotettiin myös taiteilijoita, laulajia ja kirjailijoita (Hohti 1979, 21–29). Uskonnollisissa rituaaleissa ja

kulteissa on laajemminkin nähtävissä faniuden kaltaisuutta.¹ Rin-nastukset ovat houkuttelevia, onhan näillä ilmiöillä myös yhteistä etymologista pohjaa. Englanninkielinen sana fan on lyhenne latinankielisestä sanasta *fanaticus*, joka alun perin tarkoitti ”temp-pelipalvelijaa, omistautunutta”. Sanan merkitys on myöhemmin laajentunut ohi uskonnollisen merkityksen tarkoittamaan yleises-ti liiallista ja vääränlaista innostuneisuutta.

Faniuteen oleellisesti liittyvä kuuluisuuksien ja tähtikulttuu-rin kehittyminen liitetään Euroopassa individualismin nousuun, joka oli seurausta feodaalijärjestelmän murtumisesta, kaupungis-tumisesta ja porvariston synnystä. Ihailun kohteina ovat olleet varsin monen elämänalueen edustajat. Esimerkiksi 1700-luvun puolivälissä Euroopassa filosofian ja kirjallisuuden alueella Jean-Jacques Rousseau’n yleisöä on pidetty fanien kaltaisina: Rousseau sai ihailijakirjeitä tuntemattomilta lukijoiltaan ja *Tunnustuksis-saan* hän ihmettelee ihmisiä, jotka saapuivat hänen esiintymistään katsomaan satojen mailien päästä (Rousseau 1995/1712–1778, 308–309; Braudy 1986, 380; Darnton 1988, 241).²

¹ Matthew Hills on pohtinut faniutta uususkonnollisuutena, sillä fanius jakaa uskonnon kanssa tietyn ”selittämättömyyden” ja intensiivisyyden. Hillsin mukaan uskonnollinen diskurssi myös vapauttaa fanit palaamasta jatkuvasti faniu-den syihin ja järkeistämiseen – sen sijaan he voivat tunnustaa faniutensa ja tun-teensa. Faniudessa ei ole kuitenkaan kyse uskonnon paluusta tai sosiaalisesta uudelleensijoittumisesta vaan uskonnollisia diskursseja ja käytäntöjä artikuloi-daan uudelleen faniuden käytännöissä. (Hills 2002, 117–130.)

² Kirjapainon syntyyn liitettiin samankaltaisia pelkoja ja utopioita kuin esimer-kiksi televisioon satoja vuosia myöhemmin. Populaarikirjallisuuden yhteydessä puhuttiin 1700-luvulla lukuhimosta, jota pidettiin terveyttä turmelevana (Salmi 1992). Kirjallisuuden kaupallistuminen tuotti myös erottautumisen kulttuuria ja synnytti yksityisiä piirejä, joissa kirjoituksia kopioitiin vain valitulle joukolle (Briggs & Burke 2002, 45). Fiktiivinen kirjallisuus on ollut erityisesti naisten suosimaa, mutta näitä lukuhaluja on sekä pelätty että halveksittu. Kirjallisuus-den pelättiin herättävän naisissa vaarallisia tunteita kuten rakkautta ja intohimoa (Briggs & Burke 2002, 62) ja viihdekirjallisuutta suosivia naisia on lukijoina väheksytty (Huyssen 1988; ks. Koivunen 1995, 190; naispuolisista lukijoista ks. Bloom 2002).

Yhdysvalloissa teatterit loivat tähtijärjestelmäänsä jo 1820-luvulla mainostaen näyttelijöitä enemmän kuin näytelmiä (Steiger 1991, 8). Teatteri- ja musiikkifaniudella oli vakiintuneita käytäntöjä 1840-luvulla: eri alojen esiintyjien ihailijat kirjoittivat fanikirjeitä ja perustivat ihailijakerhoja (Barbas 2001, 22 alaviite 31). Yksi tunnetuimpia tämän aikakauden fani-ilmiöistä olivat *Matinee*-tytöt, joiden rituaaleihin kuului suosikkinäyttelijän esitysten seuraaminen eturivistä, ”ruuhkapaikoilta” (Barbas 2001, 22; Auster Jenkinsin 1992, 12 mukaan).

Faniuden käytäntöjä on siis ollut tunnistettavissa jo jonkin aikaa, mutta fanius sellaisena kuin se tänä päivänä ymmärretään kytkeytyy ennen kaikkea massatuotannon ja mediateknologian kehitykseen. Ne mahdollistivat faniudelle tyypillisen etäisen ihailun ja entistä suuremmat yleisöt.³ Tällä oli vaikutuksensa yleisön ja tähden väliseen suhteeseen. Nyt tähteä saatettiin seurata hyvinkin etäältä, radion, elokuvan, television tai lehdistön välityksellä.

Elokuvan suosion myötä tähteyden tuottamisesta tuli entistä järjestelmällisempää ja se muodostui osaksi studioiden markkinointia (Steiger 1991; DeCordova 1991). Elokuvfaniutta olivat nyt tuottamassa myös elokuvalehdet (Barbas 2001, 16–29). Elokuvan ja musiikin alueella faniuden käytännöt vakiintuivat 1900-luvun alussa, näin myös urheilun alueella kun kaupallinen media edesauttoi suurten yleisöjoukkojen muodostumista (Rowe 1999).⁴

³ John Lennonin tähteyttä tutkinut Janne Mäkelä kuvaa, kuinka mikrofonin keksiminen muutti laulutyyläjä intiimimmäksi, mahdollistaen erilaiset vivahteet äänenkäytössä – laulajien ei tarvinnut enää laulaa kovaa välittääkseen musiikkinsa suurelle kuulijajoukolle. Vastaavasti mekaaninen jäljentäminen, gramofonin keksiminen mahdollisti laulajan samanaikaisen läheisyyden ja etäisyyden: kuulijan ei tarvinnut matkustaa paikan päälle laulajaa kuulemaan vaan hän saattoi kuunnella vivahteikkaan esityksen gramofonin äärellä. (Mäkelä 2002, 35–36.)

⁴ Tekemäni arkistohaun mukaan Helsingin Sanomissa ja Ilta-Sanomissa 1992–2000 sanaa fani käytetään edelleen eniten kun viitataan urheilun yleisöön.

Yleisöstä sanaa *fan* käytettiin tiettävästi ensi kertaa 1800-luvun lopulla Yhdysvalloissa lehdistössä kun viitattiin urheilun, pääasiassa baseballin yleisöön (Jenkins 1992, 12). Alkuajan urheiluyleisöä tarkoittavasta yhteydestä sana levisi koskemaan myös muita yleisöjä. Esimerkiksi varhaisesta elokuvayleisöstä käytettiin sanaa *fan* yleisesti vuosina 1910–1912 elokuvayleisöille suunnatuissa lehdissä (Barbas 2001, 25). Suomen kieleen sana fani on tullut englannin kielestä ja siihen on viitattu lähinnä populaarimusiikin ja urheilun yhteydessä. Nykysuomensanakirja viittaa faniin esimerkkinä rock-yhtyeen fani. Arkikäytössä sana fani on ollut 1970-luvulta lähtien. 1960–1970 -luvuilla käytettiin kuitenkin lähinnä fan-muotoa ja esimerkiksi *fan club* oli yleisesti käytössä (esim. Ann Christine fan club).

Nykyään sanaa fani käytetään viittamaan hyvin erilaisiin asioihin ja epämääräisyytensä vuoksi se on varsin haastava tutkimuskohde. Fanius tuntuu olevan läsnä itsestään selvänä, järjellisenä merkityksenä ja toisaalta pakenevan jatkuvasti määritelmiä. Fanius on ilmiö, joka tunnetaan arkikielessä ja sitä käytetään varsin huolettomasti erilaisissa yhteyksissä. Fanius voidaan liittää niin tekemiseen, ihmisiin, eläimiin, tavaroihin, musiikkiin, tarinoihin ja hahmoihin. On mahdollista sanoa olevansa koira-fani tai hevosfani. Yhtä mahdollista on puhua saippuasarjasta, rockyhtyeestä, elokuvahahmosta tai jääkiekkojoukkueesta faniuden kohteena. Joillekin fanius merkitsee samaa kuin tykkääminen, viehättyminen tai kiinnostus. Yleensä faniudella kuitenkin viitataan voimakkaaseen, kiihkeään ihailuun, joka liittyy populaarikulttuuriin: esiintyjiin viihteen alueella.

Koska faniudesta puhutaan arkisesti, siitä myös viljellään erilaisia arkiuskomuksia: stereotyyppioita, kliseitä, todeksi uskottuja väittämiä. Arkiuskomuksia kierrätetään paitsi sosiaalisissa verkostoissa, kouluissa, työpaikoilla ja ystävien kesken myös julki-suudessa: erilaisissa journalistisissa teksteissä, elokuvissa ja tv-sarjoissa.⁵ Näitä uskomuksia ilmentävät usein käsitykset faniudesta

⁵ Tuula Juvonen on pohtinut arkiuskomusten merkitystä homoseksuaalisuutta

hysteerisenä ja fanaattisena.

Äärimmäisen kuvaston kääntöpuolena on faniuden tavallisuus. Faniutta kuvaavaa arkista kuvastoa löytyy monista television nuortensarjoista ja makasiiniohjelmista (*Suosittu, Sweet Valley High, Sohva, Iines*), joissa fanius on luonteva osa nuorisoidentiteettiä. Faniutta esitellään nuortenlehdissä monin tavoin: idolitapaamisten, fanikyselyiden ja tietonurkkausten kautta. Suomessa myös julkaistaan *Fani*-nimistä lehteä, joka käsittää erilaista aineistoa pop-tähdistä. Monenlaisia fanituotteita on myynnissä ja saatavilla helposti: toisin sanoen fanius ei ole tässä mielessä yhteiskunnan reunamille sysättyä, outoa ja vaikeasti harjoitettavaa toimintaa.

Arjessa läsnä olevat iltapäivälehtien otsikot, nuortenlehtien kansikuvat, logot t-paidoissa, kynissä ja kahvimukeissa, soittoäänät ja tietokoneen taustakuvat kertovat kaikki median ja faniuden arkea järjestävästä, käytäntöjä tuottavista merkityksestä. Tilastokeskuksen vapaa-ajantutkimus vuodelta 2005 kertoo, että reilulla 30 prosentilla kaikenikäisistä suomalaisista on jokin idoli. Toisin sanoen kolmannes suomalaisista on jonkin asian faneja.

Faniudelle keskeistä on siis se, että ilmiö on yhtä aikaa tavalinen ja äärimmäinen. Tavallisuus on tärkeä tutkimuskohde, sillä se kertoo itsestään selväksi, luonnolliseksi mielletystä. Stuart Hallia mukailien voidaan sanoa, että itsestään selvyyksissä on kyse ideologiasta, kulttuurin rakentamasta käsityksestä ja normista (Hall 1992, 268–270).⁶ Faniuden tavallisuus liittyy siihen, kuinka ympärillämme oleva tavanomaisuus ja toistuvuus rakentavat olemisen tapoja, käsityksiä ja arvoja kuin huomaamatta. Faniuteen liitetty äärimmäisyys kertoo puolestaan siitä, mikä on kulttuurisesti kiusallista, epämukavaa, outoa ja näin poissuljettua tai ainakin rajattua.

koskevien asenteiden tuottamisessa. (Juvonen 2002, 83–116). Arkiuskomuksista tarkemmin ks. Virtanen 1994.

⁶ Tavallisuudesta ja arjen käsitteestä ks. Knuutila 2003.

Faniuden käytännöt ovat kuitenkin aikaan sidottuja ja muuttuvia. Populaarikulttuurin entistä näkyvämpi paikka yhteiskunnassa on tehnyt faniudesta ja sen käytännöistä näkyvämpää. Fanius on myös tässä suhteessa hierarkisoitunutta: eri fanikulttuurit ovat eri tavoin julkisia.

Faniuteen liittyvät käsitykset ja faniuden konkreettiset käytännöt kytkeytyvät ja rakentuvat suhteessa julkisuuteen. Siksi myös tässä tutkimuksessa faniuden, tai tarkemmin sanottuna faniuksien, rakentumisen prosessia tarkastellaan nimenomaan mediajulkisuuden ja faniuden kokemuksen välisenä jännitteenä. Se on tämän tutkimuksen pääjuonne.

Kulttuuriset prosessit ovat aina sidottuja aikaan, tietyssä ajassa ja paikassa tapahtuvia. Näin ollen fanius saa merkityksensä tässä, myöhäismoderniksi määritellyssä ajassa: Televisio on tutkimuskohteena tässä suhteessa erityisen kiinnostava, sillä siihen liittyvä fanius on varsin tuore ilmiö ja vasta muotoutumassa. Tämän ilmiön rakentumista on mahdollista tarkastella juuri nyt erityisen aktiivisesti tapahtuvana ja samalla pohtia, kuinka erilaisten faniuksien kokemukset ja käytännöt asettuvat käsityksiin medioituvasta, globalisoituvasta arjesta.

1.1. Tutkimuskysymykset

Tutkimusongelmani ydin on faniuden kokemuksen ja kulttuurisen paikantamisen välinen jännite. Toisin sanoen kokemusta paikantamalla hahmotan faniuden tuottamia merkityksiä faneille itselleen, kulttuurisen paikantamisen kautta valotan niitä prosesseja jotka säätelevät, muokkaavat ja ohjaavat tätä merkityksellistämistä. Näistä prosesseista keskeisimmäksi nousee mediajulkisuus. Tutkimukseni punaisena lankana kulkeekin faniuden ja mediajulkisuuden välinen suhde tutkimissani kolmessa faniudessa, *Xena*-, *Ally McBeal*- ja Marco Bjurström -faniudessa.

Lähestyn aineistoani seuraavin kysymyksin: Mitä fanius merkitsee faneille itselleen? Millaisia ovat faniuden käytännöt? Mitkä seikat ohjaavat faniuden käytäntöjä? Kuinka kulttuuriset arvot ja asenteet vaikuttavat faniuden kokemukseen? Mikä on faniyhteisön merkitys fani-identiteetille ja faniuden käytännöille? Kuinka mediajulkisuus vaikuttaa faniuden kokemukseen ja käytäntöihin? Miten faniudet asettuvat julkisuuden piiriin, millaista mediajulkisuutta niihin liittyy ja niissä tuotetaan? Kuinka eri faniudet eroavat toisistaan? Kuinka sukupuoli ja seksuaalisuus rakentuvat faniudessa ja vaikuttavat fani-identiteetin omaksumiseen?

Jokaisen kolmen tapauksen kohdalla pohdin siis, mitä fanius faneille itselleen merkitsee ja kuinka fanius paikantuu kulttuurisesti. Ensimmäistä kysymystä lähestyn haastattelujen ja kirjeiden analysoinnin kautta. Jälkimmäistä kysymystä hahmotan paitsi tarkastelemalla ohjelman kulttuurisia merkityksiä, myös faniuden käytäntöjä ja faniuden kohteeseen liittyvää mediajulkisuutta. Faniuden paikantumista on tarkasteltu usein suhteessa tuotantoon (Jenkins 2003; Kozinets 2001), mutta ei juuri lainkaan suhteessa mediajulkisuuteen. Se on kuitenkin varsin näkyvä ja merkittävä tekijä siinä, millaisena faniuden kohde ja fanius kulttuurissa ymmärretään.

Tutkimukseni tarkoituksena on siis ymmärtää faniuden rakentumisen prosessia. Kysyn, miten fanius koetaan ja kuinka faniuden kulttuurinen paikantuminen ja mediajulkisuus tätä kokemusta muovaavat. Tämä on tutkimukseni pääkysymys, jota muut kysymykset tarkentavat ja terävöittävät. Koska tutkin kolmea faniryhmää, tarkasteluni nostaa esiin faniuksien erot. Mitkä ovat ne elementit, jotka nousevat kunkin faniuden kohdalla keskeisiksi? Näin kysymys faniuksien eroista ja yhteneväisyyksistä syventää ja kontekstoi edellä esitettyä pääkysymystä. Huomioni kiinnittyy myös sukupuolen merkitykseen: miten sukupuoli rakentuu näissä kolmessa tapauksessa.

Fanit voivat liikkua monenlaisten faniuksien välillä, eri aikoina eri tavoin. Populaaristuvan kulttuurin yhteydessä puhutaan

julkisuuden rakennemuutoksesta – ovatko näkemykset faniutu-
vasta yleisöstä (Jenkins 2003; Bailey 2002; Laukkanen 2003) osa
tätä rakennemuutosta? Onko faniutumisen merkki siirtymästä
affektin kulttuurisessa paikassa? Myös näitä faniutumisen kysy-
myksiä pyrin työssäni valottamaan.

1.2. Aineisto

Kun aloitin tutkimukseni vuonna 1999, ajatuksenani oli nou-
dattaa mahdollisimman avointa näkökulmaa faniuteen ja antaa
empirian johdattaa minua eteenpäin (vrt. Stacey 1994, 62). En
siis halunnut etukäteen lyödä lukkoon sitä, minkä ohjelman
faneja tutkimukseni käsittelee. *Katsossa*, *TV-maailmassa* ja *Fani-*
lehdessä julkaistuissa lehti-ilmoituksissani pyysin ihmisiä kirjoit-
tamaan faniutta koskevaan tutkimukseeni suosikkiohjelmastaan.
Sain kaikkiaan 22 vastausta. Osa tuli kirjeitse, osa sähköpostitse
ja yksi puhelimitse. Kirjeet käsittelevät pääosin kotimaisiin ja ul-
komaisiin tv-sarjoihin liittyvää faniutta. Tarkoituksena oli näiden
kirjeiden joukosta valita ne faniryhmät, joita tarkastelisin tutki-
muksessani lähemmin.

Saamieni kirjeiden joukosta valitsin lopulta fantasiasarja *Xenaa*
ja draamakomedia *Ally McBealia* koskevat kirjeet, joita kutakin
sain kolme. Valintojeni taustalla vaikuttaa pitkäaikainen kiin-
nostukseni feministiseen mediatutkimukseen, jonka näkökulmat
kulkevat tutkimukseni mukana. Faniuksien tarkastelussa olen
halunnut pohtia sellaisia tapauksia, joilla näyttäisi olevan jotain
erityistä, uutta ja kiinnostavaa sanottavaa sukupuolen rakentumi-
sesta.

Antiikin maisemissa, tiukassa nahkahaarniskassa seikkaileva
soturiprinsessa *Xena* näytti edustavan uudentyyppistä naispuolis-
ta toimintasankaria ja kytkevän tämän representaation fantasian
ja science fictionin piiriin. *Ally McBeal* puolestaan kertoi kolme-
kymppisestä lakinaisesta parhaaseen katselu-aikaan sijoitetussa,

vahvasti markkinoidussa draamakomediassa. *Xena* oli sarjana itselleni tuntematon, mutta *Ally McBeal* oli herättänyt jo jonkin verran keskustelua suomalaisessa julkisuudessa. Allyn hahmon epävarmuus ja laihuus virittivät keskustelua median naiskuvasta, johon lehdet pyysivät myös faniien näkökulmia.

Valitsin siis haastateltavikseni minulle kirjoittaneet *Xenan* ja *Ally McBealin* fanit ja ryhdyin etsimään lisää haastateltavia näiden ohjelmien faniien piiristä. Jo tässä vaiheessa tutkimusta faniuksien erilaisuus konkretisoitui: *Xenan* faniien tavoittaminen oli yksinkertaista tiiviin ja aktiivisen faniyhteisön vuoksi, sen sijaan *Ally McBeal* -faneja en tahtonut tavoittaa millään. Faneja kartoittaakseni tein lopulta 72:lle 13–15 -vuotiaalle koululaiselle kyselyn, jonka pohjalta valitsin 11 haastateltavaa. Lopulta tutkimukseeni valikoitui haastateltaviksi kuusi *Xena*-fania ja 15 *Ally McBealin* katsojaa.

Halusin sisällyttää tutkimukseeni vielä yhden faniryhmän, mutta en löytänyt mieleistäni saamieni kirjeiden joukosta. Kirjeet käsittelivät lähinnä draamasarjoja, mutta itse halusin ulottaa tutkimukseni fiktiosta poikkeavaan kotimaiseen tv-ohjelmaan. Lopulta päätin tarttua *BumtsiBum*-musiikkivisailuun ja erityisesti sen juontajan Marco Bjurströmin faniuteen.

Bjurström hahmona oli kiinnostava, iloista maskuliinisuutta edustava ruotsinsuomalaisen taustan omaava tv-juontaja, josta oli tullut ilmeisen suosittu suomalaisten katsojien keskuudessa. Tässäkin tapauksessa valintojani ohjasi kiinnostus sukupuolen representaatioon ja toisaalta halu tarkastella faniuden kohdetta, joka oli kotimainen ja kiinnittynyt perinteisen musiikkiviihteen ja iskelmän piiriin. Vuonna 1999 iltapäivälehdet kirjoittivat Bjurströmistä tiuhaan ja hän voitti palkintoja katsojien suosikkina. Epäilemättä Bjurströmillä oli myös faneja – minun tehtävänä oli vain löytää heidät.

Koska en saanut yhtään kirjettä Bjurströmin faneilta, enkä löytänyt jälkiä faniudesta internetistä, erilaisista tv- ja aikakauslehdistä tai tutkimustani koskevien haastattelujen kautta, ajat-

telin lähestyä asiaa toisesta näkökulmasta: tarkastella faniutta Bjurströmille lähetettyjen kirjeiden kautta. Bjurström oli ihailun kohde omana persoonanaan, muistuttaen elokuvatähteyteen liittyvästä faniudesta. Tätä fanisuhdetta selvittääkseni kirjeet tuntuivat otolliselta aineistolta. Sain tutkimustani varten kaikkiaan 623 kirjettä, jotka noudin hänen toimistoltaan lokakuussa 1999.

Lopullinen aineisto muodostui kaikkiaan 21 haastattelusta, 12 lukijakirjeestä, 623 fanikirjeestä sekä internet-aineistoista (*Xenan*, *Ally McBealin* ja *BumtsiBumin* fani/kotisivut, *Xena* -faniyhteisön toiminnan ja keskustelun seuraaminen 1998–9/2003) sekä kuhunkin tapaukseen liittyvästä mediajulkisuudesta: *Xenan* tapauksessa pääosin internet-julkaisu *Whoosh!*, yksittäiset lehtijutut, sekä suomalaiset fanisivut netissä; *Ally McBealin* tapauksessa *Iltalehden*, *Ilta-Sanomien*, *Annan* ja *Me Naisten Ally McBealia* koskevat jutut vuosina 1998–2001, *Helsingin Sanomien* jutut 1998–2002; Bjurströmin osalta *Iltalehden* ja *Ilta-Sanomien* Bjurströmiä koskeva kirjoittelu vuosina 1997–1999 sekä keväällä 2001. Olen myös haastatellut MTV3:n tiedottajaa kunkin sarjan markkinointia ja katsojalukuja koskien.

Lisäksi taustoitin televisioon liittyvää faniutta Suomessa *Katson* ja *Seuran* sivuilta vuosina 1965–1995, sekä kartoittamalla fanikulttuurien ja tv-yhtiöiden toimintaa. (Aineistoja ja niiden käsittelyä pohditaan tarkemmin kunkin tapauksen osalta luvuissa 2, 3, 4, ja 5.)

Luonnollisesti itse televisio-ohjelmat, *Xena*, *Ally McBeal* ja *BumtsiBum*, ovat tutkimukseni aineistona. Tarkastelen sitä, kuinka tv-ohjelmat houkuttelevat esiin erilaisia faniuden käytäntöjä ja puhuttelevat yleisöjä faneina. Miten esimerkiksi *Xena* tekstinä kannustaa faneja omaan tuotantoon, fanifiktion kirjoittamiseen tai mahdollistaa fanien erityiset lukutavat sarjasta? Millaisia faniuden aineksia *Ally McBeal* tuottaa? Kuinka faniuden kohde, tähteys, rakentuu *BumtsiBumissa*? En kuitenkaan tutki kyseisiä tv-sarjoja systemaattisesti tekstianalyysin keinoin. Analyysini

etusijalla ovat fanien tulkinnat näistä tv-ohjelmista ja tarkastelen ohjelmia näitä tulkintoja vasten.

1.3. Monipaikkainen tutkimus

Minulle oli alusta lähtien selvää, että halusin tutkia usean tv-ohjelman faniutta, enkä keskittyä vain yhteen kuten fanitutkimuksessa pitkälti on tehty (Bacon-Smith 1992; Kozinets 2001; Tulloch & Alvarado 1983). Tutkimusvalintoja ohjaavat useat seikat ja tähän valintaani on vaikuttanut paitsi tutkimuskysymykseni, myös tutkimuskirjallisuus, jonka kautta ilmiötä tarkastelen. En tutki faneja vaan faniutta: haluan selvittää televisioon liittyvän faniuden merkityksiä, mutta ymmärtää myös faniuksien välisiä eroja ja erilaisia merkityksiä. Fanius voidaan ymmärtää eroina ja erottautumisena (Bourdieu 1984; Thornton 1996), jolloin eron tekemisen dynamiikan selvittämiseksi erilaisten faniuksien tarkastelu on mielekästä. Toisaalta faniudet paikantuvat myös eri tavoin kulttuurisesti ja näiden erilaisten paikkojen näkeminen on vaikeaa vain yhden faniuden kautta.

Tutkimukseni on luonteeltaan monipaikkaista (multi-sited).⁷ Monipaikkaisen tutkimuksen tavoitteena on tuoda esiin ensinnäkin se, ettei ilmiö ole vakio vaan muuttuu kun sitä tarkastellaan eri näkökulmista. Toiseksi monipaikkainen tutkimus kytkee tutkittavan ilmiön laajempiin sosiaalisiin, kenties globaaleihin konteksteihin (Saukko 2003, 177). Monipaikkaisuus-käsitteen

⁷ Yhteiskuntatieteissä käytetään myös triangulaation käsitettä (Denzin 1970) tutkimuksesta, jossa yhdistetään monia aineistoja ja menetelmiä. Triangulaatio poikkeaa kuitenkin monipaikkaisen tutkimuksen ideasta epistemologialtaan ja ontologialtaan. Triangulaation taustalla on käsitys olemassa olevasta objektiivisesta todellisuudesta, joka tavoitetaan kirkkaimmin useaa menetelmää yhdistelemällä. Monipaikkaisuudessa todellisuus ymmärretään aina osittaisena, jolloin täydellistä totuutta on mahdoton saavuttaa. Tavoitteena on sen sijaan ilmiön moninaisten näkökulmien tuottaminen. (Saukko 2003, 25, 192, 196.)

takana on antropologi George Marcusin (1986 168, 171–173; 1995) ajatus siitä, että paikkoja tulisi tutkia suhteessa muihin paikkoihin tai sijainteihin (sites), jotta voisimme paremmin ymmärtää kuinka ne muokkautuvat ja muokkaavat laajempaa sosiaalista ja globaalia ympäristöä. Paula Saukon kehittänyt ajatus monipaikkaisesta tutkimuksesta tuo yhteen Marcusin monipaikkaisen etnografian sekä Arjun Appadurain (1990) kuvitteelliset maisemat (scapes).

Marcusin monipaikkaisen etnografian juuret ovat antropologian ja sosiologian paikallisten kulttuurien (kyläyhteisön tai alakulttuurin) tarkastelussa. Marcusin mukaan monipaikkainen etnografia haastaa romanttisen kiinnostuksen alempaan tai marginaaliin. Yksin sen tarkastelu ei välttämättä tuota parasta ymmärrystä ja tietoa kulttuurin reunamien merkityksestä vaan ilmiötä on tarkasteltava suhteessa johonkin: esimerkiksi marginaalia suhteessa keskustaan. Marcus peräänkuuluttaa mikro- ja makrotason tarkastelun yhdistämistä esimerkiksi monen paikan rinnakkaisessa tarkastelussa (multi-locale ethnography) tai tarkkaan valitun paikan (strategically situated ethnography) moniulotteisessa tarkastelussa (Marcus 1986, 171–173)⁸.

Appadurain käsitys monipaikkaisuudesta liittyy erilaisiin maisemiin, kuten etno-, media- tai talousmaisemaan, jonka kautta ilmiötä voidaan hahmottaa. Appadurain maisemien käsitteelle oleellista on liikkeen ajatus. Kyse ei ole staattisista kerroksista vaan jatkuvasti muuttuvista, toisiinsa erilaisiin suhteisiin rakentuvista alueista.

Monipaikkainen tutkimus merkitsee siten ilmiön tutkimusta useasta paikasta, mutta nämä paikat eivät ole välttämättä fyysisiä vaan sijoittuneita tiettyyn kulttuurin osa-alueeseen tai käyttöön. Ilmiötä voidaan tarkastella vaikka tietyn väestöosan, ammattin, yritystoiminnan, yhdyskunnan tai aatteen perspektiiveistä.

⁸ Esimerkkinä jälkimmäisestä Marcus (1986) tarkastelee Paul Willisin työväenluokkaisten nuorten miesten arkea koskevaa tutkimusta *Learning to Labour* (1981).

Mutta kuinka määrittää tutkimukselle keskeiset paikat? Monipaikkainen tutkimus on suunniteltu erilaisten polkujen, reittien ja liitosten ympärille, jotka voivat olla kirjallisia tai maantieteellisiä.

Paikat löytyvät seuraamalla – ihmisiä, tavaraa, metaforaa, konflikteja – ja jäljittämällä tutkittavan kohteen keskeiset yhteydet: esimerkiksi tietyn myytin tai väittämän kytkökset poliittisiin instituutioihin, taloudellisiin suhdanteisiin ja sosiaalisiin suhteisiin.

Tutkimuksen paikkojen rakentuminen on herättänyt keskustelua todellisista ja keinotekoisista yhteyksistä. Yhden näkemymyksen mukaan monipaikkaisen tutkimuksen on seurattava niitä todellisia yhteyksiä, joita tutkittavaan ilmiöön liittyy (Gille 2001). Paikkojen määrittely ei siis pitäisi olla tutkijan valintojen tulos vaan aineiston ohjaamaa. On kuitenkin kyseenalaista, voiko tutkimus koskaan tavoittaa tällaisia aitoja, todellisia yhteyksiä. Kuten Paula Saukko (2003, 187) toteaa, tutkimus on aina rakennettua ja tuottaa kohteensa. Näin ollen monipaikkaisen tutkimuksen paikat ovat enemmän tai vähemmän valikoituneita. Parhaimmillaan tutkimus voikin tuoda esiin uusia, innovatiivisia näkökulmia ilmiöön.

Monipaikkaisessa tutkimuksessa ollaan lähellä artikulaatioteorian tarjoamaa näkökulmaa kulttuuriin. Kulttuurintutkimuksessa artikulaatio on ymmärretty kahden tai useamman elementin välisenä kytköksenä, joka luo ykseyden. Artikulaation merkitys on kahtalainen. Se viittaa sekä puheaktiin että kahden erilaisen elementin kytkökseen. Tämä kytkös ei ole välttämätön, essentialinen tai jatkuva, vaan sen synty tai olemassaolo, usein sattumanvarainen, on paikannettava olosuhteiden mukaan. (Du Gay et al. 1997a, 3.) Stuart Hall määrittelee artikulaation näin: artikulaatio⁹ on tapa ymmärtää, miten ideologiset ainekset voivat tietyissä

⁹ Hallin artikulaatioteoria perustuu Laclau (1977) kirjaan *Politics and Ideology in Marxist Theory*. Artikulaatioteoriaa on kehitelty edelleen Laclau ja Mouffén (1985) teoksessa *Hegemony and Socialist Strategy*, missä korostetaan poliittisten subjektiviteettien ristiriitaisuutta ja vastustuksen moninaisuutta. Sen mukaan

oloissa liittyä diskurssissa yhteen, ja tapa kysyä, miten ne tietyissä suhdanteissa nivelletään yhteen tiettyjen poliittisten subjektien kanssa (1992, 368.)

Lawrence Grossberg¹⁰ määrittää artikulaation käytäntöä siten, että ”tapahtuma tai käytäntö, joka on empiirisesti olemassa, on konkretisoitava [...] kuvaamalla ne mutkikkaat artikulaatiojärjestelmät, jotka tekevät siitä sen mikä se on” (1995, 255). Voidaan esimerkiksi kysyä, miksi tietty fanius kytkeytyy tiettyyn käytäntöön tai julkisuuteen. Artikulaatioteorian tavoitteena on paikantaa tiettyjä kytköksiä, purkaa ja uudelleenartikuloida niitä (ks. myös Lehtonen 2000/1996, 216–217).

Seppo Knuutila (2003, 207) on pohtinut artikulaatiota tietotekniikan arkipäiväistymisen yhteydessä näin: (kyse on) uudenlaisten tekstuaalisten ja diskurssiivisesti tarjolla olevien tietoteknisten käytäntöjen kytkeminen siihen mikä on ollut ja on jokapäiväistä eli rutiineihin, tapoihin, vakiintuneeseen osaamiseen ja kollektiivisiin tunnerakenteisiin.

Artikulaatioteorian soveltamisessa ei siis tarkastella vain yhtä ilmiötä vaan erilaisten prosessien yhdistelmää. Kulttuurituotteen tarkastelussa näitä prosesseja ovat esimerkiksi tuotanto, kulutus, representaatio, identiteetti ja sääntely. Yhdessä ne muodostavat kulttuurin kierron, jonka kautta tutkittava kohde on analysoitava sen merkityksen paikantamisessa. (Du Gay et al. 1997, 3.)

Esimerkiksi Sony Walkmanin merkitystä paikantaessaan Du Gay et al. selvittivät, kuinka tuotanto ja kulutus artikuloitiin yhteen (mt., 52–60). Sony Walkman -tutkimus onkin oiva esimerkki Marcusin (1995) peräänkuuluttamasta menetelmästä ”seurata tavaraa”. Robert Kozinets (2001) on puolestaan tarkastellut *Star Trekin* affektiivista artikulaatioita uskontona ja myyttinä, ja miten

artikulaatioissa on kyse prosessista, jossa ideologioita tuotetaan ristiriitaisista elementeistä ja näin korostetaan ideologian tai diskurssin rakennettua luonnetta. Samalla se horjuttaa pyrkimystä sijoittaa tai löytää vastustus jostain tietystä paikasta. Hall ei kuitenkaan allekirjoita Laclau ja Mouffin näkemystä käytäntöjen ja subjektiviteettien läpidiskursiivisuudesta (Ks. Hall 373–374).

¹⁰ Grossbergin artikulaatioteoriasta tarkemmin ks. Puoskari 2005.

nämä artikulaatiot ilmenevät *Star Trek* -fanien käytännöissä. Kozinets on hahmotellut erilaisia tasoja, joilla tv-sarjasta tuotetaan artikulaatiota, jotka edelleen vaikuttavat yksittäisen fanin tulkin-toihin ja merkityksentuotantoon.¹¹

Tarkastelun paikat tässä tutkimuksessa ovat muotoutuneet nimenomaan kohdetta seuraamalla ja kohteen ehdoilla olen valinnut aineistoni. *Xenaa* koskeva aineisto rakentuu lähinnä fanien haastatteluista ja faniyhteisön toiminnan seuraamisesta internetissä. *Ally McBealin* tapauksessa aineiston muodostavat fanien haastattelut ja *Ally McBealia* koskeva mediajulkisuus. Bjurströmin tapauksessa aineisto koostuu fanikirjeistä ja Bjurströmin mediajulkisuudesta. Faniyhteisöä en kahdessa jälkimäisessä tapauksessa ole voinut tarkastella siitä yksinkertaisesta syystä, ettei näiden faniuksien ympäriltä ole paikannettavissa tiivistä faniyhteisöä. Televisioon liittyvän faniuden taustaa olen hahmottanut lehti-aineistosta *Seuran* ja *Katson* sivuilta, internetistä, televisioyhtiöiden toiminnasta sekä science fiction -kulttuurin piiristä.

Xena-faniuden tutkimusta voi pitää otteeltaan etnografisena: haastattelujen lisäksi olen seurannut faniyhteisöä useita vuosia, lähinnä yhteisön keskusteluja ja toimintaa internetissä. Olen ollut faneihin yhteydessä useaan otteeseen ja osallistunut fanitapaamiseen. Vaikka mediatutkimuksen parissa laadullinen yleisötutkimus varsin helposti nimetään etnografiaksi, en itse miellä *Ally McBeal* -fanien ja Bjurström -fanien tutkimusta etnografiaksi, sillä kyse ei ole olemassa olevan yhteisön tai ryhmän pitkäjännitteisestä tutkimuksesta. Tutkimus paikantuu näiltä osin laadulliseen yleisötutkimuksen piiriin, jonka pääasiallisena aineistona ovat haastattelut ja fanikirjeet.

¹¹ Kozinets (2001) erottelee mediatuotannon artikulaatiot (tuotantoyhtiö, näyttelijät, käsikirjoittajat, ohjaaja), mediakulutuksen artikulaatiot (objektit, tekstit, kuvat, ideologia) alakulttuurisen mediajulkisuuden ja mikrokulttuurin artikulaatiot (merkitysten, identiteettien ja käytäntöjen institutionalisoitu kulutus, legitimoiva toiminta, moraalin ja oikean kulutuksen rajaaminen) sekä makrokulttuuriset artikulaatiot (massakulttuurin ideologia, alakulttuurien stereotyyppinen asemointi).

Voisi sanoa, että *Xenan* tapauksessa etnomaisema on etualalla, muissa tapauksissa mediamaisema on kenties hallitsevampi. Oleellista on kuitenkin huomioida se, että kaikkia tutkimiani faniuksia säätelevät kulttuuriset rakenteet – vain eri tavoin.

Se, että kunkin tapauksen aineistot ovat hiukan erilaiset kuvaa nimenomaan itse ilmiöiden erilaisuutta ja sinänsä sitä voi jo pitää yhtenä tutkimuksen tuloksena. Olisin voinut tarkastella kaikkia kolmea faniutta samanlaisella haastatteluaineistolla, mutta tällöin olisin menettänyt näkökulman kullekin faniudelle keskeisiin käytäntöihin ja muotoihin, jotka määrittävät niiden kulttuurista paikkaa. *Xena*-faniudessa internet on keskeinen fanikäytäntöjen ja faniuden rakentumisen paikka – Bjurströmin faniudessa julkisilla esiintymisillä ja haastatteluilla on tärkeämpi sija.

Kolmea tapausta yhdistää kuitenkin se, että olen tarkastellut faniutta kahden paikan jännitteenä: olen tarkastellut faniuden kokemuksen ja mediajulkisuuden välistä suhdetta ja pohtinut kuinka mediajulkisuus vaikuttaa faniuden rakentumiseen kulttuurissa. Tämä jännite rakentuu jokaisessa tapauksessa hieman eri tavoin, joten kolme erilaista tapausta yhdessä luovat edelleen monitasoisen näkökulman mediajulkisuuden ja televisioon liittyvän faniuden suhteista.

Faniuden kohteita koskeva mediajulkisuus on noussut tutkimuksen yhdeksi tarkastelun paikaksi nimenomaan aineiston kautta: *Ally McBealin* ja Bjurströmin voimakas mediajulkisuus sekä *Xenan* alakulttuurisuus herättivät pohtimaan faniuden ja mediajulkisuuden välistä jännitettä. Kuitenkin se, millaisia kysymyksiä tämä jännite tuottaa ja kuinka sitä työssäni avaan, juontuu viestinnän ja populaarikulttuurin tutkimuksellisesta taustastani.

Monipaikkainen tutkimus viittaa tutkijan liikkuvaan katseen tai tutkijaan nomadina, joka on aktiivisessa suhteessa tutkimuskohteeseen, ei jähmeän objektiivisen todellisuuden kuvaaja. Mikko Lehtonen on kuvannut nomadia subjektina, joka ”ei ole tutkimansa kentän ulkopuolella eikä uskottele vangitsevansa

kohdettaan objektiivisiin pysäytyskuviin, vaan näkee oman positionaalisuutensa”. Nomadin tutkimuskohteen Lehtonen nimeää Donna Harawayta (1991) mukailleen kojootiksi, ”joka ei ole muuttumaton ja pysyvä objekti, vaan temppuiliija ja petkuttaja, joka voi näyttäytyä milloin jumalana, milloin tyhmyrinä”. Lehtosen mallissa nomadi ja kojootti muodostavat haastajakategoriat (kirjallisuuden tutkimuksen vallitsevan paradigman) kartesiolaistalle perspektivismille. (Lehtonen 1994, 260.)

Yksi monipaikkaisuuden haasteista onkin tutkijan oman position merkitys. Kun tutkija liikkuu eri aineistojen ja aktiviteettien välillä, hänen asemansa on jatkuvan uudelleenneuvottelun alainen. Tässä kontekstissa tutkijan itsereflektio on tärkeää ja George Marcus (1995) viittaaakin Harawayn positiointiin yhtenä tieteen objektiivisuuden puoltajana: tarkka, metodologinen reflektointi edesauttaa tutkimuksen luotettavuutta.

Kun Donna Haraway (1991) toteaa, että tieto on aina osittaista ja paikantunutta, se ei tarkoita, että tutkimus olisi kapea-alaista. Päinvastoin, ymmärrys siitä, että tieto on aina tietyissä paikassa ja kontekstissa tuotettua, pakottaa tutkijan olemaan entistä tietoisempi siitä, millaista tietoa ja todellisuutta tuottaa.

Näkemys paikantuneesta tiedosta on herättänyt huolta tutkimuksen relevanssista ja pelkoa luisumisesta relativismiin: kun kaikki tieto on paikantunutta ja osittaista, voiko mitään yleistä saavuttaa. Paikantuneisuudessa on kuitenkin kyse siitä, että tutkimuksen lähtökohdat ja rajoitukset tehdään selviksi.

Sandra Harding (1991, 149–163) on nostanut esiin käsitteen vahvasta objektiivisuudesta, joka tarkoittaa monien, erityisesti alistettujen ja syrjäytyneiden ryhmien näkökulmien ottamista huomioon tutkimuksessa. Vahva objektiivisuus pyrkii tasavertaisempaan tieteeseen ja kytkeytyy kysymykseen tiedon intressin emansipatorisesta luonteesta: kenelle tutkimusta tehdään, mitkä ovat tutkimuksen seuraukset ja etiikka (Haraway 1991; ks. myös Ronkainen 1999; Koivunen & Liljeström 1996).

Tässä mielessä oma tutkimukseni tuo viestinnän tutkimuksen perinteeseen ääniä reunamilta. Viestinnän tutkimuksen valtavirrassa yleisöihin kohdistettu katse on usein etäältä luotu ja toiseuttava (Ang 1991, 11; Gray 1997) eikä faniuden merkitystä ja kokemusta ole juuri alan suomalaisessa tutkimuksessa kuultu. Tämän kokemuksen tuominen esiin on tärkeää, mutta yhtä tärkeää on ymmärtää, ettei kyse ole autenttisesta 'äänien antamisesta' faneille, sillä he ovat osa tutkimustani, tutkijan tulkintojen kohteena ja sitä kautta lukijoille määriteltyinä.

Tutkiessani faneja en tutki outoa ja vierasta, sillä minulla on omat faniuden kokemukseni ja kokemus siitä, miltä fanius tuntuu. Kuitenkin tutkimukseni kohdistuu myös minulle vieraaseen, sillä en itse ole tutkimieni tv-ohjelmien, *Xenan*, *Ally McBealin* tai *BumtsiBumin* fani. Faniuden kokemus voi antaa tutkijalle hiljaisista tietoa (Belenky et al. 1986; Polanyi 1966), ymmärrystä siitä, mitä fanius on. Toisaalta faniuden kokemus voi luoda tutkijalle harhakäsityksen siitä, että hänen kokemuksensa on yhtä kuin muiden kokemus. Varsin merkittävä osa fanitutkimusta on sisältäpäin tuotettua – tutkija on itse tutkimansa yhteisön jäsen (Jenkins 1992; Jenkins & Tulloch 1995; Kozinets 2001; Hills 2002; Jancovich 2002). Tämä on tuottanut tiettyjä ongelmia: faniyhteisöjen aktiivisuus, innovatiivisuus, yhteisöllisyys ja luovuus näytävät korostuvan. Näkökulma ei ole kovin kriittinen, olkoonkin että tutkimukset tuottavat rikasta kuvausta faniyhteisöistä. (Meehan 2000.)

Positioni tutun ja vieraan välillä edesauttaa pyrkimystäni yhdistää ymmärtävä ja kriittinen ote tutkimuksessa. Omat kokemukseni faniudesta ovat myönteisiä: fanius on merkinnyt minulle innostusta, intohimoa ja perehtymistä. Myönteisten kokemusten rinnalla kulkee kuitenkin tietoisuus faniuden muista puolista: Tavarakeskeisyys ja sen kautta rakentunut hierarkia (parhaat fanit) ja ryhmäpaine (oletko fani vai et) ovat myös omassa kokemuksessani olleet läsnä.

Omassa tutkimuksessani keskeiseksi muodostuvat vielä paikani julkisuusteoreettisen keskustelun, populaarikulttuurin ja feministisen tutkimuksen välimaastossa. Nämä tekijät vaikuttavat väistämättä siihen, millaiset kysymykset nousevat työssäni etualalle. Pohdinnat faniuden merkityksistä juontuvat rationaalisuutta korostavan julkisuuskeskustelun ja osin banaaliksi, osin radikaaliksi mielletyn populaarikulttuurin välisestä jännitteestä sekä feministisen tutkimuksen kiinnostuksesta nautinnon ja vallan yhteyksiin.

Tämä paikantuminen näkyy työssäni siten, että faniutta pohditaan suhteessa julkisuuteen ja siinä, että kytken julkisuusteoreettiseen keskusteluun affektin merkityksen: mikä on affektin kulttuurinen paikka. Lisäksi pohdin näiden kysymysten suhdetta sukupuoleen. Tavoitteena ei ole ”palauttaa” faniuden ”kunniaa”, vaan nostaa esiin yhteyksiä ja jännitteitä, jotka eivät ole saaneet suurta huomiota viestinnän tai faniuden tutkimuksen foorumilla.

Kun ilmiötä tarkastellaan eri maisemista, se tarkoittaa yleensä erilaisten aineistojen käyttöä. Tutkimus voi koostua haastatteluisista, tekstiaineistoista, tilastoista ja havainnoinnista. Epätasainen aineisto, liikkuminen erityisen ja universaalien välillä tuottaa ongelmia, jos tutkimus pyrkii etsimään syitä ja seurauksia. Saukon (2003, 186) mukaan suorien seurauksien sijaan olisi syytä puhua resonanssista: tietyt representaation muodot voivat resonoida globaalien, poliittisten näkökulmien kanssa. Tutkijan tehtävänä onkin määrittää aineistojen väliset suhteet ja tehdä selväksi, kuinka nämä limittyvät yhteen.

Koska lähestymistapa on moniaineistoinen, eri osioita on varsin vaikea verrata – tuottaahan tutkimusmetodi kohdettaan eivätkä aineistot voi toimia toisiaan täydentävinä ja luoda siten eheää kokonaisuutta (Silverman 1993, 157). Toisaalta kun ilmiötä tarkastellaan useiden aineistojen kautta, kuva ilmiöstä monipuolistuu. Monipuolinen kuva on kuitenkin eri asia kuin kokonaiskuva, jonka illuusio on houkutteleva: kun tutkimuskohdetta

lähestytään monista näkökulmista, syntyy helposti ajatus eheästä kokonaisuudesta.

Monipaikkainenkaan tutkimus ei kerro kaikkea. Paikat, joilla ilmiötä tarkastellaan voisivat olla toisia. Ne ovat valintojen tuloksia ja tuottavat aina erilaista tietoa. Jos omassa tutkimuksessa *Xenan* tilalla olisi *Salatut elämät*, *Kauniit ja rohkeat* tai vaikkapa *Muumit*, televisioon liittyvä fanius näyttäytyisi varsin erilaisena. Kattavuuden sijaan tämä tutkimus nostaa esiin eroja ja yhtäläisyyksiä faniuksien välillä, jotka liittyvät niin faniuden kokemukseen kuin sen kulttuuriseen rakentumiseenkin.

Seuraavassa käyn tarkemmin läpi tutkimuksen tarkastelukulmia suhteessa kokemukseen ja kulttuuriseen paikantuneisuuteen.

1.3.1. Kokemuksen äärellä: fanius elettyinä, koettuna, puhuttuna

Faniuden subjektiivinen kokemus voi olla hyvinkin ristiriitainen sen julkisen representaation kanssa ja siksi halusin tutkia faniuden tunnetasoa, kokemusta – sitä, miltä fanius tuntuu. Kokemuksen ymmärrän käsitteenä, joka kytkeytyy sosiokulttuuriseen mutta ulottuu kuitenkin elettyyn, yksilölliseen olemiseen. Kokemus ei toisin sanoen ole tässä rajattu yksilöllisiin kokemuksen hetkiin vaan sen muotoutuu yhteiskunnallisen rakenteen ja yksilöllisen olemisen vuorovaikutuksessa. (Ks. Harding & Pribram 2004.)

Paula Saukko (2003, 56) peräänkuuluttaa uutta etnografiaa tunteiden ja eletyn tutkimuksessa: se pyrki yhdistämään yhtäältä hermeneuttisen ymmärtävä otteen ja toisaalta dialogisen valiteetin. Toisin sanoen se pyrki tarkastelemaan erilaisia elettyjä kokemuksia totuudellisesti ja samalla olemaan tietoinen omasta asemastaan tämän kokemuksen representoijana. Antropologias- ta kulttuurin- ja mediatutkimukseen tullut etnografia keskittyy tarkastelemaan yleensä tietyn ryhmän toimintaa, kuten kotiäitien

saippuasarjojen katselua (Seiter et al. 1989) tai nuorten naisten tanssikäytäntöjä (McRobbie 1993).

Etnografisen tutkimuksen ongelmana voi kuitenkin olla kohteensa autentisoiminen, mikä on tullut esiin myös alakulttuureja koskevassa brittiläisessä tutkimuksessa (Thornton 1996; Thornton 1997, 214). Kokemus näyttäytyy ainutlaatuisena ja erityisenä, jos tutkija ei kiinnitä huomiota siihen, että kokemukset ovat aina sosiaalisten, institutionaalisten ja populaarien diskurssien välittämiä. Saukko peräänkuuluttaakin kokemuksen suhteuttamista laajempiin yhteiskunnallisiin konteksteihin.

Ann Gray (1997, 87–105) mukaan kokemus on noussut erityisesti feministisen tutkimuksen ansiosta media- ja kulttuurintutkimukseen legitimiiksi kohteeksi. Taustalla on feministisen tutkimuksen pyrkimys laajentaa poliittisen käsitettä ja kytkeä kysymys vallasta yksityisen piiriin, kotiin, ihmissuhteisiin ja tunteisiin.

Feministinen näkökulma on painottanut kulttuurintutkimuksessa tarvetta käsitteellistää nautinto ja halu sekä huomioida erityisesti sukupuolen merkitys subjektin ja identiteetin kysymyksissä.¹² Se on haastanut myös perinteisiä menetelmiä, kysymystä tiedon objektiivisuudesta painottaen muun muassa tutkijan ja tutkittavien välisen suhteen tasavertaisuutta, itsereflektiota ja epistemologiaa tiedosta ja tiedon paikantuneisuudesta. (Harding 1991; Haraway 1991; Gray 1997; Koivunen & Liljeström 1996; Ronkainen 1999.)¹³

Kokemus tulisi ymmärtää epäyhtenäisenä kategoriana, jota voidaan liikuttaa monin tavoin ja se on aina analyysiin, tulkin-

¹² Feministisen tutkimuksen ja kulttuurintutkimuksen suhteista tarkemmin ks. Franklin et al. (1991); Gray (1997).

¹³ Epistemologiset pohdinnat ovat johtaneet mm. feministisen standpoint-teorian kehittelyyn, joka käsittää naisten aseman ontologisena tuottaen näin tietyn näkökulman ja kokemuksen maailmaan (Harding 1991; Haraway 1991 ks. myös Ruoho 1991). Standpoint voidaan kuitenkin ymmärtää moninaisena erojen positiona (hooks 1981). Postmoderni teoria on myös haastanut standpoint -teorian käsitteitä naisten jakamasta tiedosta (Nicholson 1990; Ruoho 1991).

taan ja metodologiaan kytkeytynyt. Kokemusta ”sellaisenaan” ei voi kahlita.

Etnografia on perinteisesti nähty keskeisenä kokemusta valottavana metodina, mutta siihen soveltuvat myös perinteiset haastatteluaineistot sekä erilaiset tekstiaineistot kuten kirjeet, elämäkerrat, päiväkirjat ja muistelutyö (Saarenheimo 1997; Koivunen ja Liljeström 1996; Vilkkö 1997).

Ann Gray (1997, 100) kritisoi etnografisen tutkimuksen etusijaistamista kulttuurintutkimuksessa, koska se ei välttämättä nosta esiin juuri niitä kysymyksiä, jotka ovat keskeisiä pohdittaessa merkityksentuotantoa sosiaalisen ja kulttuurisen identiteettien rakentumisessa. Myös Pertti Alasuutari (1996, 18) huomauttaa, että vaikka tiheään kuvaukseen perustuvat jotain yhteisöä koskevat tapaustutkimukset voivat olla valaisevia laajemminkin, nyky-yhteiskunnassa harva kiinnostava ilmiö sijaitsee yhteisössä tai kollektiivissa. Ymmärrän tämän siten, että jos tutkii yhteisöä tai kollektiivia on syytä tarkastella sitä myös suhteessa yhteiskuntaan laajemmin.

Tutkimukseni kolmea tapausta yhdistää huomion kiinnittäminen faniin omaan kokemukseen ja faniuden tunteisiin. Kokemuksen äärelle pääsee tarkastelemalla faniuden konkreettisia käytäntöjä, faniuden tekemistä ja elämistä arjessa. Kokemusta valottaa myös se, kuinka faniudesta puhutaan – ei vain se, mitä faniudesta puhutaan. Faniuden merkitykset todentuvat kielellisissä ilmauksissa, niissä tavoissa, joilla fanius asettuu puheeseen. Tarkastelun kohteena ovat faniin oma puhe ja kirjoitukset faniudesta, mutta myös muita tekstejä, joissa fanius määrittyy.

Puheessa tiivistyvät erilaiset kulttuuriset käsitykset, oletukset ja asenteet. Ne kantavat mukanaan ilmiöön liittyvää kulttuurista muistia,¹⁴ ilmentävät sitä, kuinka tietty kulttuurinen käytäntö paikantuu. Puhetavat ilmentävät sallitun ja kielletyn alueita; sitä,

¹⁴ Kulttuurisen muistin käsitteen sovelluksesta viestinnän tutkimuksessa ks. Raittila 2004.

minne fanius kuuluu ja minne ei; sitä, millaista faniuden tulisi olla. Puheessa kiteytyvät ajatusmallit myös rakentavat sosiaalista todellisuutta (Foucault 1970, 335–339; 1984).

Puheeseen kasautuneita käsityksiä voidaan purkaa tarkastelemalla puhetta artikulaationa: kuinka tietyt käsitykset faniudesta kytkeytyvät yhteen ja toistuvat puheessa. Tapa puhua paljastaa, minne fanius paikannetaan ja kiinnitetään, mutta näitä asemia voidaan myös horjuttaa. Puhe ei pelkästään toista olemassa olevaa vaan voivat toisin toistamalla tuottaa uusia merkityksiä (Butler 1997). Faniuteen liitetyt negatiiviset stereotyyppit voidaan ottaa haltuun, kaapata diskursiivisesti ja käyttää omiin tarkoituksiin, stereotyyppioita purkaen. Näillä diskursiivisilla kaappauksilla on kuitenkin paikkansa ja rajansa. Ne toimivat tietyssä kontekstissa ja edellyttävät mahdollisuutta ja halua asettua ristiriitaan stereotyyppisen kuvaston kanssa.

Puhe rakentuu aina tietyssä yhteydessä ja sitä säätelee erilaiset kontekstia määrittävät rajat: lehtien sivuilla tuotettu puhe on genren ja käytäntöjen rajaamaa. Haastattelutilanteessa tuotettu puhe on tilanteen ja henkilöiden välisen suhteen merkitsemää. Faniien keskinäistä puhetta määrittävät jälleen omat käytäntönsä kuten myös suoraan idolille osoitettua puhetta. Kyse ei ole kuitenkaan vain muodosta.

Puhetapojen erot kertovat siitä, että faniudesta on puhuttava tietyssä kontekstissa tietyllä tavalla: puolusteltava, rationalisoitava, ylpeiltävä tilanteen mukaan. Näiden erojen paikantamisen kautta valottuvat monet faniuteen liitetyt merkitykset. Puhetapojen muutokset kertovat siitä, etteivät faniuden merkitykset ole pysyviä ja myös siitä, että faniuteen liitetyt kulttuuriset käsitykset vaikuttavat ja kulkevat puheessa.

Tarkastelussani korostuu fani-identiteetin konstruktiivinen luonne, joka tuo esiin identiteetin muuttuvana¹⁵ ja kulttuuriin

¹⁵ Ajatus identiteettien leikistä nousi postmodernismin myötä yhteiskuntatieteelliseen ja humanistiseen keskusteluun. Identiteettien leikki korostaa yksilön valtaa suhteessa kulttuuriin ja viittaa vapaaseen valintaan, erilaisten identiteettien

kiinnittyvänä. Faniuden kokemus on kiinteässä yhteydessä ympäröivään kulttuuriin ja sen muutoksiin. Se on historiallisesti rakentunut erilaisissa faniutta koskevissa puhetavoissa ja teoissa. En näe fani-identiteettiä kuitenkaan totaalisena, ainoana subjektia hallitsevana identiteettinä vaan se voi olla yksi monista, ristiriitaisistakin identiteeteistä.

1.3.2. Kulttuurinen paikantuminen: eron tekoja ja asemointia

Kun kokemusta paikantamalla hahmotan faniuden tuottamia nautintoja faneille itselleen, kulttuurisen paikantamisen kautta valotan niitä prosesseja jotka säätelevät, muokkaavat ja ohjaavat näitä nautintoja. Fanius ei vain synny – sen rakentuminen kytkeytyy erilaisiin kulttuurisiin prosesseihin ja työni tavoitteena on selvittää tarkemmin näitä prosesseja, ja sitä kuinka faniuden kokemus muotoutuu näissä prosesseissa. Toisin sanoen fanius syntyy aina tietyssä kulttuurisessa ajassa ja paikassa ja tämä kulttuurinen hetki määrittää faniutta, sen käytäntöjä ja kokemusta.

Faniuden kulttuurisen paikantamisen kannalta erojen tekeminen ja erottautumisen teorit tarjoavat kiinnostavan näkökulman tutkimukselle. Fanitutkimuksessa onkin hyödynnetty jonkin verran ranskalaisen sosiologi Pierre Bourdieun (1984) erottautumisen teoriaa (mm. Jenkins 1992; Thomas 2002; Fiske 1992b; Jancovich 2002).

Bourdieuun määrittelemällä kulttuurisen pääoman alueella¹⁶ maku ja tyyli muodostavat tärkeän alueen, jonka avulla tehdään

omaksumiseen. Esimerkiksi Judith Butlerin (1990) performanssi-teoriaa tulkittiin vapaana, erilaisten roolien omaksumisena. Identiteetin vapaudesta sukupuolen ja internetin kontekstissa ks. Paasonen 2003.

¹⁶ Teoriassaan Bourdieu (1984) erottaa kolme pääoman lajia. Taloudellinen pääoma merkitsee varakkuutta ja omaisuuksien hallintaa; kulttuurinen pääoma viit-

ja ylläpidetään sosiaalisia eroja. Opittu ja omaksuttu kulttuurinen pääoma voi siis toimia sosiaalisen nousun tai sosiaalisen aseman vahvistamisen välineenä. Sarah Thornton¹⁷ on soveltanut Bourdieun erottautumisen teoriaa tarkastelemalla alakulttuuria yhtenä pääomana.¹⁸ Klubikulttuuria tutkineen Thorntonin mukaan klubit ovat paikkoja, joiden sisällä, ja jossain määrin myös ulkopuolella, alakulttuurisilla eroilla on merkitystä ja vaikutuksia.

Alakulttuurista pääomaa objektivoidaan ja ruumiillistetaan eri tavoin esimerkiksi levykokoelmilla tai hius- ja puhetyyleillä. Keskeistä alakulttuurisen pääoman käsitteessä on se, ettei se ole opittavissa virallisissa koulutusohjelmissä. ”Alakulttuurinen ideologia on nuorten tapa kuvitella omaa ja muita sosiaalisia ryhmiä, voimistaa niiden erityisiä piirteitä ja pitää huolta siitä, etteivät he ole jäsentymättömän massan anonyymejä jäseniä” (Thornton 1997/1995, 201).

Thornton näkee, että media on keskeinen alakulttuurisen pääoman kierrättäjä, mutta Bourdieun mallissa se loistaa pois-aolollaan. ”Väitän, että on mahdotonta ymmärtää nuorisokulttuurin distinktioita ilman, että tutkii heidän mediakulutustaan” (Thornton 1996, 13). Thornton ei pidä mediaa vain yhtenä eron merkkiajajana vaan keskeisenä verkostona, joka määrittää ja levittää kulttuurista tietoa.

taa koulutukseen, tyyliin ja makuun. Sosiaalinen pääoma koostuu sosiaalisista suhteista, siitä kenet tuntee. Näiden lisäksi on olemassa alakategorioita kuten kielellinen ja taiteellinen pääoma. Bourdieun teoriaa on kritisoitu luokan ja elämäntapojen yksinkertaistavista suhteista (Sulkunen 1982; Gartman 1991). Esimerkiksi kysymykset sukupuolesta ja etnisyydestä jäävät teorian ulkopuolelle.

¹⁷ Thorntonin *Clubcultures* tutkimusta on kritisoitu liian yksiviivaisesta erottautumisen teorian soveltamisesta, jolloin klubikulttuuri näyttäytyy puhtaasti erojen tekona, jolloin tutkija ei ole pohtinut mahdollista vastustusta ja yhteisöllisyyttä klubikulttuurissa (Slater 1996).

¹⁸ Marc Jancovich (2002) on soveltanut Thorntonin alakulttuurisen pääoman ajatusta kauhuelokuvien fanikulttuuriin. John Fiske (1992a) on puolestaan hahmotellut Bourdieun käsitteen pohjalta populaarikulttuurin pääomaa, jonka distinktiota tuottavasta merkityksestä fanius on esimerkkinä.

Thornton kritisoi klassista birminghamilaista alakulttuurin tutkimusta siitä, ettei se huomioi mediaa ja kaupallisuutta määritelmässään: kaupallisuus näyttäytyy autenttiselle alakulttuurille vastakkaisena. Thornton (1996, 9, 117) pyrkii sen sijaan osoittamaan, että media ja kaupallisuus ovat osa alakulttuurien rakentamista ja itse asiassa tuottavat käsityksiä autenttisuudesta. Alakulttuurit eivät kasva jossain itsekseen mystisiksi liikkeiksi.

Alakulttuurilla ei kuitenkaan voi olla pysyvää merkitystä: kulttuuriset käytännöt ovat muuttuvia ja muuttuneet sitten alakulttuuri-termin lanseerauksen 1940-luvulla¹⁹ (Thornton 1997,1). Alakulttuuri viittaa ryhmään ihmisiä, jotka jakavat jonkin intressin. Termi liittyy poikkeavuuteen kulttuurista, sen alakategoriaan. Alakulttuuri viittaa myös kodin ja perheen ulkopuoliseen, usein sen ajatellaan kytkeytyvän aikuismaailman normatiivisten arvojen vastustukseen. Alakulttuureille nähdään ominaisena epävirallisuus ja tyytymättömyys. Terminä alakulttuuriin sisältyy ajatus ryhmän alistaisesta tai maanalaisesta asemasta, joko omaksuttuna tai osoitettuna (esim. homo- ja lesbokulttuurit heteronormatiivisuuden sanelemana ja toisaalta omaa identiteettiä vahvistavana alakulttuurina). Tiivistäen Thornton (1997, 5) toteaa, että alakulttuurit ovat tuomittuja ja/tai nauttivat eron tietoisuudesta.

Mikä on alakulttuurin suhde fanikulttuureihin? Näen faniuden alakulttuurin kaltaisena identiteetin asemointiin kytkeytyvänä kulttuurisena käytäntönä, joka pitää sisällään monenlaisia muotoja. Fanius liittyy populaarikulttuuriin, tyyliin ja makuun. Se muodostaa oman kategoriansa valtavirrassa, muttei välttämättä merkitse asettumista vastavirtaan. Eri faniudet poikkeavat toisistaan tässä suhteessa: on olemassa faniutta, jota voisi luonnehtia

¹⁹ Alakulttuurien tutkimuksen juuret juontuvat yhdysvaltalaiseen sosiologiaan, Chicagon koulukuntaan, joka toi tutkimuksessa esiin amerikkalaisen kaupunkielämän moninaisuuden. Britanniassa alakulttuurin tutkimus kukoisti 1970-luvulta lähtien Birminghamissa, jonka tutkimusperinne sai vaikutteita niin Chicagon koulukunnalta kuin kriittistä massakulttuurin teoriaa viljelleeltä Frankfurtin koulukunnalta.

maanalaiseksi, valtavirran kulutuskulttuurista poikkeavaksi. Sit-
ten on olemassa faniutta, joka on näkyvää, esillä valtakulttuurin
keskiössä. Myönteillen Thorntonin määritelmää alakulttuurisesta
ideologiasta näen faniuden tapana asemoida identiteettiä ja omaa
paikkaa suhteessa sosiaaliseen ympäristöön. Fanius on sulautu-
mista, erottautumista ja eron tekoja.

Erottautumista voidaan tarkastella yksilön näkökulmasta,
mutta myös laajemmin prosessina. Faniuksia halkovia erojen
tekijöitä on useita: Tekstit houkuttelevat esiin erilaisia kokemi-
sentapoja, sensibiliateettejä. Tekstit ovat kulttuurisesti asemoituja
tietyille ohjelmapaikoille ja ne viestittävät oletuksia yleisöistä.
Faniutta asemoivat myös tuotantoyhtiöt, jotka markkinoivat tv-
ohjelmia tietynlaisina, korostaen yksiä elementtejä ohi toisten.
Faniuden sosiaalinen ympäristö, faniyhteistöt määrittävät faniu-
den kohteen lukutapoja, faniuden käytäntöjä ja rakentavat faniu-
delle kuvastoa – sitä, millaisena fanius näyttäytyy.

Tässä työssä tarkastelun, osin Thorntonin innoittamana, uu-
deksi ulottuvuudeksi nousee faniuden ja julkisuuden suhde, jota
ei jostain syystä ole fanitutkimuksessa aiemmin pohdittu. Esi-
merkiksi Fiske (1992a) tarkastelee erojen tekoa fanien puheessa
ja käytännöissä, mutta ei kytke näitä mediarepresentaatioihin,
joita faniudesta ja faniuden kohteista tuotetaan.

Näiden prosessien tarkastelu nivoo tutkimuksen makrotasolle.
Samalla pyritään välttämään kulttuurinen populismi, jonka on
katsottu vaivaavaan tiettyä alakulttuureihin keskittyvää populaari-
kulttuurin tutkimusta (McGuigan 1992). Faniuksien kulttuu-
risessa paikantumisessa huomio kiinnittyy valtasuhteisiin, jotka
määrittävät ja rajaavat faniuden kokemusta. En kuitenkaan var-
sinaisesti tutki taloudellisia valtasuhteita, vaikka niihin tapausten
yhteydessä viitataan. Näkökulma kulttuuriseen rakentuu jul-
kisuuden tarjoaman, määrittämän ja rajaaman horisontin kautta.

1.3.3. *Julkisuus faniuden kartastona*

Faniuden yhtenä erityispiirteenä on sen julkisuus: ihailu tehdään tunnetuksi erilaisin käytännöin. Fanius ilmenee usein ryhmänä esimerkiksi faniien kokoontuessa katsomaan idoliaan. Televisioon liittyvä fanius on tässä suhteessa poikkeuksellista. Televisiota katsellaan yleensä yksityisen piirissä, kotona. Fanit eivät välttämättä kokoonnu yhteen eikä faniutta näytetä ulospäin. Näin televisioon liittyvä fanius rakentuu erityisessä suhteessa julkiseen ja yksityiseen. Television katselun yksityisyys, kodin piiri, ei vaadi faniudelta ulostuloa vaan fanius voi rakentua hyvinkin yksityisenä, hiljaisena faniutena (Harrington & Bielby 1995, 117–118). Toisaalta faniuteen liittyy vahvasti halu ilmentää faniutta tavalla tai toisella.

Fani-identiteetin rakentumisen kannalta käytännön nimeäminen ja paikantaminen ovat tärkeitä: käytäntö artikuloiutuu faniudeksi julkisuuden representaatioissa, ovat ne sitten valtakulttuurin esityksiä faniudesta, faniyhteisöjen näkyvää toimintaa tai tietyssä piirissä jaettua tietoa. Julkisuus osallistuu faniuden rakentamiseen nimeämällä, määrittämällä ja tuottamalla faniutta. Sen kautta omaksutaan käytäntöjä, hankitaan tietoja, luodaan yhteisöjä, etsitään yhteyksiä muihin faneihin ja näin myös rakennetaan fani-identiteettiä.

Käsitteenä julkisuus on varsin laaja ja monitulkintainen. Vies-tinnän tutkimuksen piirissä termiä on määritelty varsin monin tavoin eri teoriaperinteistä käsin.²⁰ Näin ollen on syytä tarkentaa kuinka julkisuus tässä tutkimuksessa ymmärretään.

²⁰ Seyla Benhabib (1998, 65) on erotellut länsimaisen poliittisen ajattelun piiristä kolme julkisuuden käsitettä: agonistinen, lainmukainen ja diskursiivinen julkisuus. Ensimmäinen nojaa Hannah Arendtin ajatteluun ja viittaa yhteisölliseen kansalaisuuden traditioon. Toinen käsite liittyy liberaaliin traditioon, jonka keskeisenä kysymyksenä on oikeudenmukainen ja vakaa yleinen järjestys. Kolmas käsite viittaa Jürgen Habermasin työhön, porvarillisen julkisuuden ihanteeseen liittyen myöhäiskapitalististen yhteiskuntien demokraattis-sosialistiseen rakennemuutokseen.

Julkisuus voidaan ymmärtää yhteiskuntarakenteellisena tilana, jossa kansalaiset voivat käsitellä yhteisiä asioita. Näin ollen käsite viittaa habermasilaiseen julkisuuteen, mutta on sitä laveampi. Julkisuus käsitetään areenana, jossa erilaiset yhteiskunnalliset näkökulmat kamppailevat. Tämä areena on toisaalta maantieteellinen, tiettyihin paikkoihin kiinnittynyt, kuten kokoussaleihin, auditorioihin ja epävirallisempiin kahviloihin tai ostoskeskuksiin (ks. Ridell 2004).

Toisaalta se on myös diskursiivinen ja muodostuu lehtien palstoilla, televisio- ja radio-ohjelmissa. Tätä julkisuuden aluetta ylläpitävät pääsääntöisesti eri viestimet, jotka asemoivat yhteiskunnallisia kysymyksiä radion ja tv:n keskusteluohjelmissa, ajankohtaislähetyksissä ja lehtien sivuilla. Julkinen keskustelu voidaan ymmärtää laajasti erilaisten juttujen muodostumana sekä niistä käytävinä keskusteluina. (Nikunen 2003.)

On syytä muistuttaa, ettei julkisuus ole pysyvä kokonaisuus vaan alati muuttuva monista julkisuuksista (Fraser 1998) koostuva. Eri aikoina on tunnistettavissa erilaisia julkisuuden muotoja. Julkisuuden rakennemuutoksia (Habermas 1989), yksityisen ja julkisen rajan hämärtymistä, on käsitelty taajaan viestinnän tutkimuksessa (Nieminen 2003).

Tässä työssä julkisuus ymmärretään erilaisten julkisten keskustelujen monimuotoisena areenana. Tavoitteena ei ole pohtia niinkään julkisuuden ideaalia, kuten julkisuusteoreettisessa tutkimuksessa yleensä tehdään, vaan tarkastella julkisuutta pragmaattisemmin siltä kannalta, millainen julkisuuden ja faniuden dynamiikka on.

Joukkoviestinnän tutkimuksessa Habermasin porvarillisen julkisuuden käsite on merkittävä. Sillä viitataan Habermasin näkemykseen 1600- ja 1700-lukujen taitteessa Englannissa syntyneelle julkisuuden piirille. Porvarillinen julkisuus ymmärretään alueena, jossa yksittäiset kansalaiset kokoontuvat yhteen keskustelemaan kriittisesti ja järkeillen. Ihanteen mukaan keskustelu ei perustu taloudellisiin tai poliittisiin valtasuhteisiin vaan argumentin vakuuttavuuteen. (Ks. Koivisto ja Väliaverron 1987; Landes 1988, 39–46; myös Nieminen 2003.)

Mediajulkisuus on määritelty julkisuutta kapeampana alueena, ja sillä viitataan erilaisiin mediateksteihin kuten sanoma- ja aikakauslehtiin, televisioon, radioon, iltapäivälehdistöön ja internet-julkaisuihin. Mediajulkisuuden käsite liittyy tässä työssä kunkin faniuden ympärille muotoutuvaan media-aineistoon: se voi muodostua pääosin iltapäivälehdistä tai sitten fanilehdistä ja muista amatöörivoimin tuotetuista julkaisuista.

Julkisuuden laajaa aluetta voidaan edelleen erotella esimerkiksi valta- ja populaarijulkisuuden alueisiin. Valtajulkisuus käsittelee perinteistä politiikkaa ja vaikuttamista.²¹ Se viittaa myös näkyvyyteen ja hallitsevuuteen eli keskeisiin valtakunnallisiin viestimiin. Populaarijulkisuus²² puolestaan viittaa yhtäältä laajasti suosittuun ja toisaalta viihdettä käsittävään julkisuuden alueeseen. Valta- ja populaarijulkisuuden alueet ovat osittain limittyviä. Molemmat viittaavat myös näkyvyyteen, mutta hieman eri tavoin. Kun valtajulkisuus kytkeytyy näkyvyyteen nimenomaan institutionaalisella tasolla (status), populaarijulkisuuden näkyvyyden voi liittää näkyvyyteen yleisöiden tasolla (suosio). Näillä alueilla tuotettuihin mediateksteihin viitataan valtajournalismina (asia- ja uutisjournalismi) ja populaarijournalismina (viihdettä koskeva journalismi)²³ (Dahlgren 1995, 52).

Erilaisista julkisuuksista voidaan tunnistaa vielä vaihtoehto- ja radikaalijulkisuuden alue (Downing 1984; Duncombe 1997;

²¹ Vrt. Niemisen (2000) erottelu eliitti- ja populaarijulkisuuteen. Nieminen on myöhemmin kehittänyt edelleen julkisuuden eri alueita ja erottellut arkijulkisuuden, mediavälitteisen julkisuuden ja ydinjulkisuuden. Näistä keskimääräinen jakautuu erilaisiin areenoihin kuten poliittiseen, taloudelliseen ja kulttuuriseen areenaan. (Nieminen 2003.)

²² Populaarijulkisuudella *ei* tässä viitata populaariin julkisuuteen, jota Hannu Nieminen (1998) käsittelee artikkelissaan ”Viestintä ja demokratia”. Kyseisessä artikkelissa populaari julkisuus ymmärretään erilaisten yhteisöjen tuottamaksi julkisuudeksi (esim. kokoukset), jossa medialla ei ole mainittavaa roolia.

²³ Peter Dahlgren (1995, 50–53) on pohtinut populaarijournalismia pragmaattisen ja temaattisen ulottuvuuden yhdistäjänä – sekä kasvatuksellisena että puhuttelevana. Vrt. myös Fiske jaottelu virallisiin, vaihtoehtoisiin ja populaareihin uutisiin (Fiske 1989).

Kivikuru 1996; Nieminen 2003). Tällä viitataan julkisuuteen, joka haastaa perinteiset julkisuuden alueet esimerkiksi rikkomalla perinteisiä tuotannon tapoja tai pyrkimällä asemoitumaan vasten valtavirtaa – tämä voi tapahtua niin kansalaisaktivismiin kuin populaariviihteen piirissä.²⁴

Klubikulttuureja tutkinut Sarah Thornton (1996, 122–162) erottelee vielä massamedian, mikromedian ja nichemedian alueiksi, jotka eri tavoin jäsenyvät suhteessa alakulttuureihin. Massamedia edustaa valtavirtaa, tabloid-lehtiä ja valtakunnallista julkisuutta. Massamedian alue on uhkaava alakulttuureille sikäli, että sen tuottama julkisuus voi kaupallistaa alakulttuurin ja toisaalta valtakulttuurin näkökulmasta tuotettuna moralistisena tai vääränlaisena julkisuutena nakertaa alakulttuurien elinvoimaa. Esimerkkinä Thornton mainitsee tabloid-lehtien jutut teknokulttuurista huumeiden käytön keskuksena.

Mikromediaan lukeutuvat muun muassa erilaiset pamfletit, fanilehdet, lentolehtiset ja sähköpostilistat, joilla tavoitellaan tiettyä, rajattua yleisöryhmää. Mikromediaa pidetään ruohonjuuritasona, autenttisenä, mutta Thornton muistuttaa, että myös nämä mediamuodot ovat usein kaupallisia ja niitä hyödynnetään esimerkiksi musiikkiteollisuudessa. Mikromedian kautta voidaan tuottaa katu-uskottavaa markkinointia. Nichedia on tarkkaan rajatulle kohderyhmälle, tietylle elämäntavalle ja alakulttuurille suunnattua. Sitä edustavat erilaiset kulutukseen orientoituneet lehdet, musiikin, elokuvan ja elämäntyylien alueelta.

²⁴ Vaihtoehtoinen ja vastajulkisuus ovat oleellisia elementtejä Niemisen (2000, 291–293) hahmottamassa pluralistisessa julkisuudessa, jonka tehtävänä ei ole vain turvata asioiden käsittelyä alhaalta ylöspäin vaan tuottaa uudenlaisia, autonomisia kansalaisyhteiskunnan rakenteita. Kansalaisyhteisöjen sosiaalisten verkostojen muodostumista rakentavat erilaiset julkisuuspiirit. Näitä julkisuuspiirejä ei voida rajata paikallisesti: ne voivat olla olemassa paikallisina (asukasyhdistykset), valtakunnallisina (ammattiliitot, yhdistykset) tai globaaleina. Ne käyttävät monenlaisia aikoja ja tilaa eri tavoin sitoutuneita viestintämuotoja, ovat lähellä ihmisten arkipäivää, jolloin ihmisille tärkeiden kysymysten ratkaiseminen tapahtuu luontevimmin näiden piirien puitteissa.

Thorntonin jaottelua voidaan suhteuttaa eri julkisuuden piireihin seuraavasti: massamedia sijoittuu valta- ja populaarijulkisuuden alueille, nichemediat ja mikromediat populaari- ja vaihtoehtojulkisuuden alueelle.

Julkisuuden alueet tässä tutkimuksessa on siis eroteltu valtajulkisuuden, populaarijulkisuuden sekä vaihtoehtojulkisuuden alueiksi ja mediajulkisuus näitä mukailleen valtajournalismin, populaarijournalismin sekä vaihtoehtojournalismin alueiksi. Vaihtoehtojulkisuutta voivat siis edustaa esimerkiksi erilaiset gay-aktivismi tapahtumat, mutta *Z-lehti* tarkentuu tässä jaottelussa vaihtoehtojournalismin piiriin.²⁵

Tiivistäen todettakoon, että tarkastelen kolmea erilaista televisioon liittyvää faniutta ja kussakin tapauksessa tarkastelun paikana on faniuden kokemuksen ja mediajulkisuuden välinen jännite. Kokemusta tarkastellaan käytäntöjä seuraamalla ja puhetta analysoimalla. Mediajulkisuuden faniutta koskevat puhettavat asettuvat tarkastelun kohteeksi erityisesti luvussa kaksi, muuten mediajulkisuutta tarkastellaan laajemmin faniutta vasten – sen rakennusaineena, erottautumisen ja sulautumisen viitekehyksenä.

1.4. Faniuden määrittely ja keskeiset käsitteet

Olen eritellyt faniudesta kuusi elementtiä, joiden rakentumista tutkimukseni kolmessa eri tapauksessa tarkastelen. Nämä elementit ovat tutkimuskirjallisuudessa faniuden määritelmässä toistuvia elementtejä ja näin tutkimuksen keskeisiä käsitteitä.²⁶

²⁵ On syytä todeta, että jaottelut eivät koskaan ole aukottomia vaan eri julkisuuden alueet ovat osin limittyviä. Työn ymmärrettävyyden kannalta on kuitenkin tärkeää määritellä, mistä julkisuuden käsitteestä ja alueesta kulloinkin puhutaan.

²⁶ Faniuden määrittelyissä on käytetty myös koko joukko erilaisia jatkumoa, joissa on aseteltu fani, kuluttaja, kultisiti.

Nojaan tässä erityisesti Lee Harringtonin ja Denise Bielbyn (1995), Henry Jenkinsin (1992), Lawrence Grossbergin (1995) sekä Matthew Hillsin (2002) määrittelyihin, joista valtaosa koskee nimenomaan televisio-ohjelmiin liittyvää faniutta. Kunkin tutkijan määrittelyissä painottuvat hieman eri asiat, mutta fanius on yleisesti ottaen ymmärretty samalla tavalla. Näitä keskeisiä piirteitä ovat *affektiivisuus*, *toiminta*, *yhteisö/sosiaalisuus*, *fani-identiteetti* sekä *kytkeytyminen populaarikulttuuriin*. Näiden lisäksi tässä työssä keskeinen faniuden rakentumiseen kytkeytyvä käsite on *sukupuoli*.

Affektiivisuus. Affektilla tarkoitetaan yleisesti kiihtymystä tai mielenliikutusta. Koska affektin käsitteeseen sisältyy myös vaikutus, sitä voi kuvailla jonkin syyn aiheuttamana vaikutuksena, joka koetaan emotionaationa tai haluna. Lawrence Grossbergin (1992, 41) mukaan faniudessa on erityistä juuri tekstin ja yleisön välinen suhde, jonka hän määrittää affektiiviseksi. Grossberg on määrittellyt faniksi henkilön, joka on tehnyt affektiivisen sijoituksen johonkin, jolla on hänelle merkitystä (Grossberg 1992, 58). Tähän affektiivisuuden suuntaan viittaa myös Henry Jenkins (1992, 56), jonka mukaan eron tavallisen katsojan ja fanin välille tekee se intensiteetti, jolla emotionaalisesti tai älyllisesti tv-sarjaan tai muuhun kohteeseen panostetaan.

Affektin määrittely on osoittautunut varsin vaikeaksi fanitutkimuksen saralla. Fanitutkimus on korostanut päämäärätietoista toimintaa ja käytäntöjä ja tällä tavoin rationalisoinut faniutta sen sijaan, että olisi pohtinut sen tunneulottuvuutta. Tässä mielessä Grossbergin affektin käsite on ollut suosittu väline faniuden tunneulottuvuuden käsittelyssä tai pikemminkin nimeämisessä (Lewis 1992; Harrington & Bielby 1995).

Grossberg kuvaa affektia sellaiseksi, joka liittyy elämän tunneulottuvuuteen ja toimii halujen ja tunteiden alueella ja kytkeytyy ruumiilliseen kokemukseen. Affekti on kulttuurisista efekteistä rakentuva ilmiö. Se ei ole jotain, minkä yksilö tuo tekstiin tai sen luentaan vaan se artikuloituu käytäntöjen suhteissa. Eri

affektiiviset suhteet tuottavat merkityksiä ja nautintoja hyvin eri tavoin. ”Affekti on se, joka antaa kokemukselle väriä tai sävyä.” (Grossberg 1992, 57.)

Sara Ahmed on pohtinut affektin rakentumista kulttuurisesti esimerkiksi pelon ja rasismien yhteydessä (Ahmed 2001; 2003; 2004). Kuten Grossberg, Ahmed (2004, 46–50) korostaa affektin liikettä: Tunteet eivät sijaitse kenessäkään tai missään, tarkoittaen sitä, että subjekti on vain yksi solmukohta affektien liikkeessä, ei sen alkuperä tai kohde. Tunteissa ei ole kyse siitä, että sisäinen tulee ulos tai ulkoinen sisään vaan affekti ilmentää ja hämmentää sisäisen ja ulkoisen eroa. Affektin kiintoisin kysymys sisältyykin siihen, miksi se tuntuu tulevan sisältä. Mikä tekee affektista oman?

Kysymys affektin subjektiivisesta kokemuksesta kytkeytyy nähdäkseni sen erottavaan ja yhdistävään logiikkaan. Tunteet eivät sijaitse toisissa, siten että joku on rakastettava tai vihattava, vaan objektit saavat attribuuttinsa affektiivisissä kohtaamisissa. Nämä kohtaamiset antavat subjektille identiteetin, joka erottaa hänet muista. (Ahmed 2004, 52–53.)

Affektiivisissä kohtaamisissa siis uudelleenjärjestetään sosiaalista ja ruumiillista tilaa, luodaan rajoja ja liitetään yksilöitä yhteisöihin (mt., 54). Affektiivisille kohtaamisille keskeisiä ovat liittoumat yhteisöihin, identifioituminen ja idealisaatio: kyse on siitä, kenen kaltainen haluaa olla (identifikaatio) tai ketä ihailee ja haluaa omaksi (idealisaatio) (mt., 126).

Grossberg sanoo saman asian hieman toisin: Affektiivisessä kokemuksessa tekstit toimivat panostuskarttoina ja määrittävät energiankäytön erilaisia muotoja, määriä ja kohteita. Niiden avulla suunnistetaan ja luodaan identiteettiä panostamalla kohteisiin, jotka koetaan tärkeiksi. Affekti luo tapoja tuottaa eroista tärkeitä. Panostaessaan tiettyihin eroihin fanit jakavat maailman meihin ja muihin. Näitä eroja ja niiden tuottamia hierarkkisia suhteita järjestetään uudelleen elämän eri vaiheissa. (Mt., 39–45.) Myös Sara

Ahmed (2004, 45–49) puhuu affektista sijoituksena, joka sisältää neuvottelun intiimistä suhteesta subjektin ja toisen välillä.

Lähellä näitä näkemyksiä on myös Erkki Karvosen (1995) faniuteen liittyvä termi mukavuustyö. Kummeli-faniutta käsittävässä artikkelissaan Karvonen (mt., 4) määrittelee mukavuustyön ”toiminnaksi, jossa ihmiset tarjoutuvan valinnanvaransa puitteis- ja järjestävät elämänsä mielekkääksi, mukavaksi tai ainakin siedettävämmäksi”.

Matt Hills (2002, 91) lisää joukkoon vielä affektiivisen leikin käsitteen faniuden tunneulottuvuutta määrittämään. Hillsin pyrkimyksenä on tavoittaa affektin käsitteen yhteydessä fanikulttuurille ominainen leikittelevä ja tuottava ulottuvuus, jonka hän katsoo puuttuvan Grossbergin affektin käsitteestä. Hills vierastaa Grossbergin teoriasta lukemaansa kulttuurin konstruktioimallia ja katsoo sen uhkaavan teorian (ja kulttuurintutkimuksen) kykyä paikantaa subjektiivinen eletty kokemus. Nähdäkseni Hillsin affektiivisen leikin käsite ei ole ristiriidassa Ahmedin, eikä myöskään Grossbergin affektin käsitteen kanssa, jotka molemmat sisältävät näkökulman subjektiiviseen kokemukseen: affektin puhuttelevuuden, omaksi kokemisen. Kuten Jennifer Harding ja E. Deidre Pribram (2004) tiivistävät, affektissa on kyse siitä, mikä tekee jokaisesta meistä erityisen.

Affekti on syytä erottaa kokemuksesta, joka viittaa laajempaan sosiokulttuuriseen tasoon. Kokemuksen voisi kuvata olevan liitos sosiaalisen rakentumisen ja yksilöllisen olemisen välillä. Kokemus on enemmän kuin affekti (Harding & Pribram 2004) ja esimerkiksi tässä työssä kokemuksella viitataan fanina olemiseen kaikes- ja moninaisuudessaan. Sen sijaan affekti viittaa tiettyyn kokemuksen tapaan ja siihen liittyvään merkityksenmuodostusprosessiin ja subjektin rakentumiseen tietyissä faniuksissa.

Faniudessa affektiivinen suhde rakentuu fanin ja tekstin kohtaamisessa sekä faniuden käytännöissä. Sen ilmentyminen tapahtuu monella tavalla: Emotionaalisenä yksityisenä katsomiskoke-

muksena, identifikaation tai idealisoinnin ilmentämisenä, affektiivisena leikkinä, raikuvana nauruna tai verbaalisena irrotteluna. Faniuden affektiivinen ulottuvuus on myös tekijä joka ohjaa, rajaa ja muokkaa faniuden kokemusta ja kulttuurista paikkaa: affektiivisuus, ja se millaisena se kulloinkin ilmenee, piirtää esiin faniuden sallittuja ja kiellettyjä alueita.

Toiminta. Faniuden yhtenä kriteerinä pidetään toimintaa, faniaktiviteettia. ”Henkilöstä tulee fani, ei siksi, että hän katselee säännöllisesti jotain tiettyä ohjelmaa, vaan siksi, että hän muuttaa tämän katselun jonkinlaiseksi kulttuuriseksi toiminnaksi” (Jenkins 1988). Toiminnalla tarkoitetaan sitä, että fani ryhtyy keräämään lisää aineistoa kuten tietoa, kuvia, kirjallisuutta tai tavaraa faniuden kohteesta. Esimerkiksi pelkkä television katselu ei ole faniutta vaan fanius syntyy kun katsoja alkaa kerätä kuvia, hankkimaan tietoa tai ostamaan oheismateriaalia. Tämä on usein juuri sitä näkyvää faniutta, joka tulee vastaan kadulla esimerkiksi pukeutumisessa, rintanapeissa tai näkyy huoneen seinillä julisteina.

Faniuden käytännöille on ominaista intermediaalisuus (Lehtonen 1999), jolloin liikutaan samojen kuvastojen kanssa mediasta toiseen. Tv-sarjan seuraamisen lisäksi kerätään tietoa lehdistä, keskustellaan netissä ja kuunnellaan sarjan musiikkia.

Fanitoiminta on ehkä eniten tutkittu faniuden alue, onhan se selkeä ja helposti tunnistettavissa. Se myös tuo esiin faniutta aktiivisena toimintana ja tekee eroa käsitykseen yleisön passiivisuudesta. Toiminnan käsitettä on laajennettu muun muassa John Fiskin (1987) työssä siten, että itse television katselu, nähdyn arvioiminen, kiistäminen tai neuvottelu mieltyy toiminnaksi semioottisella tasolla. Näin siis television katselu sinänsä voisi olla toiminnallisuutta.

Fanitutkimuksessa toimintaan viitataan kuitenkin juuri katselun lisäksi tapahtuvana aktiviteettina, ja faniuden näkyvää toimintaa pidetään usein mittarina, jolla fanit erotetaan muusta yleisöstä. Esimerkiksi Tulloch ja Jenkins (1995) määrittävät

science fictionin yhteydessä fanit ”aktiivisiksi osallistujiksi fani-kulttuurissa – sosiaalisessa, kulttuurisessa ja tulkitsevassa instituutiassa”. Seuraajat (followers) ovat puolestaan ”yleisön jäseniä, jotka säännöllisesti katsovat ja nauttivat science fiction ohjelmia, mutta jotka eivät omaksu laajempaa sosiaalista identiteettiä tämän perusteella”. Faniuden toiminta voi kuitenkin olla hyvin monenlaista – julkisen tai yksityisen alueella tapahtuvaa, yhteisöllistä tai yksilöllistä.

Yhteisö ja identiteetti. Fani-identiteetin kannalta on keskeistä, löytääkö yhteisön, johon kuulua ja jossa voi jakaa faniuden kokemuksia muiden kanssa. Henry Jenkins (1992) on peräänkuuluttanut nimenomaan faniyhteisön merkitystä faniuden määrittelyssä ja fani-identiteetin omaksumisessa. Jenkins pitää esimerkiksi mediatutkija Ien Angin (1985) haastattelemia Dallasin katsojia faneina vain kapeassa merkityksessä koska heiltä puuttui yhteys muihin faneihin. Jenkins uskookin, että Dallasin katsojat innostuivat kirjoittamaan tutkijalle osaksi juuri siitä syystä, että voisivat saavuttaa jonkinlaisen laajemman fani-identiteetin ja päästä yhteyteen muiden kanssa. (Mt., 22.)

Jenkinsin mukaan yhteisö tarjoaa yksittäiselle fanille rohkaisua ja voimaa ja juuri se suojelee fania pilkalta ja väheksynnältä. Faniuteen liittyy siis kollektiivisen identiteetin omaksuminen, liittoutuminen yhteen muiden kanssa, jotka jakavat ja puolustavat samoja valintoja. Tätä argumenttia myötäilee myös Grossbergin (1995, 58) luonnehdinta faniudesta jakona meihin ja muihin.

Jenkinsin näkemys rakentuu pitkälti scifi- perinteen kautta, jossa fanitoiminta on varsin organisoitua ja siihen kuuluu tyyppillisesti yhdistystoimintaa, suuria fanitapaamisia ja tapahtumia, fanilehtien, kirjallisuuden ja taiteen tuotantoa. Sen sijaan muilla alueilla yhteinen toiminta ei välttämättä ole aivan yhtä järjestäytyntä. Saippuaopperaa tutkineet Harrington ja Bielby ovat kritisoineet fanitutkimusta yhteisön merkityksen liiallisesta korostamisesta. Heidän mukaansa on mahdollista olla fani aivan yksin

ja he ovat olleet kiinnostuneita nimenomaan ”hiljaisista faneista”. Mutta kuten Jenkins, myös Harrington ja Bielby lopulta näkevät toiminnan ja fani-identiteetin toisiinsa kytkeytyneinä. Harrington ja Bielby vain korostavat, ettei kaikki toiminta ole näkyvää julkisen alueella, ja monet fanit saattavat kaihtaa julkista toimintaa leimautumisen pelossa.

Fani-identiteetin omaksuminen on faniuden edellytys, olkoonkin, että sen merkitys yksilölle ja julkinen osoittaminen vaihtelevat. Näen varsin keskeiseksi sen, että henkilö itse määrittää itsensä faniksi ja on näin omaksunut position kaikista negatiivisista stereotyyppioista huolimatta. Usein fani-identiteetti pakottaa kuitenkin pohtimaan paikkaa kulttuurisissa hierarkioissa ja ylittämään tiettyjä ennakkoluuloja. Esimerkiksi poikabändien ja saippuaopperoiden fanit joutuvat puolustelemaan ja perustelevaan faniuttaan sekä vakuuttamaan etteivät ole menettäneet todellisuudentajuun (ks. Seiter et al. 1989).

Populaarikulttuuri/Faniuden kohde. Grossberg (1995, 49) paikantaa faniuden nimenomaan populaarikulttuuriin²⁷ liittyväksi ja tekee eron korkeakulttuurisen ja populaarikulttuurisen kokemustavan välillä. Siinä missä faniuteen liittyy ylettömyys ja tunteiden ilmaisu, korkeakulttuurin yleisö näyttyytymä hillittynä, osoittaen suosiotaan organisoidusti aplodein ja arvioin. Vaikka korkeakulttuurin yleisöt saattavatkin käytännössä toteuttaa hyvin samanlaisia toiminnan muotoja kuin fanit, heitä ei ole Grossbergin mukaan järjeä määritellä faneiksi. (Mt., 34.) Grossberg toteaa kuitenkin, että rajankäynti populaarikulttuurin ja korkeakulttuurin välillä on jatkuvaa.

²⁷ Populaarikulttuuri ymmärretään tässä yleisesti saatavilla olevaksi, kaupalliseksi, kansanomaisesti suosituksi kulttuurimuodoksi (Seppänen 2000, 12). Populaarikulttuuri ei ole pysyvä kategoria vaan jatkuvasti muuttuva – se, mikä on populaarikulttuuria tänään voi olla vuosien kuluttua korkeakulttuuria. Populaarikulttuurin määrittelyminen tyhjentävästi on varsin haastavaa ja kytkeytyykin aina siihen teoriaan, joka tarkastelun lähtökohtana on (ks. Strinati 2004/1995, xvi).

Nähdäkseni korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin yleisöillä voi olla yhteneväisiä käytäntöjä, mutta tästä huolimatta korkeakulttuuri ei yhdisty faniuteen. Siinä missä fani joutuu puolustelemaan ja oikeuttamaan valintojaan (esimerkiksi saippuaopperan palvontaa) ei korkeakulttuurin entusiastin tarvitse samassa määrin perustella ihailun kohdettaan – ainakaan siihen ei liity samankaltaista puolustuspuhetta, mikä fanitutkimuksissa ja yleisemmin televisionkatselua koskevissa tutkimuksissa on tullut esiin (Ang 1985; Alasuutari 1992).

Faniudelle tyypillinen tunteenomainen suhtautumistapa ja avoin ihailu näyttää olevan ristiriidassa kulttuurissa arvostetun etäisen ja kriittisen suhtautumistavan kanssa (Jenkins 1992 16; Jensen 1992, 20; Nikunen 2003a, 123–124). Nämä kokemukstavat kytkeytyvät laajemmin vallitsevan kulttuurin valtasuhteisiin ja arvostuksiin, jotka osaltaan vaikuttavat siihen, mikä koetaan sallituksi, mikä ei (Bourdieu 1984). Juuri faniuden negatiivisen leiman kokeminen on erilaisia faniuksia yhdistävä tekijä ja se myös erottaa heidät korkeakulttuurin kuluttajista ja käyttäjistä.

Populaarikulttuuriin sijoittuvana faniuden kohde määrittää faniuden kokemusta laajassa mielessä, mutta ennen kaikkea se määrittää faniuden käytäntöjen rakentumista kiinnittäen faniuden tiettyihin kulttuureihin ja faniuden perinteisiin. Faniuden kohde vaikuttaa lajityyppinä ohjaten faniuden käytäntöjä esimerkiksi linkittäen faniuden science fiction faniuden tai saippuaopperafaniuden perinteisiin. Se toimii tekstinä, joka houkuttelee tiettyjä lukutapoja esiin kuten emotionaalista tai leikittelevää suhdetta tekstiin. Se toimii myös tekstinä, joka tuottaa käsityksiä, arvoja ja asenteita – identiteetin rakennusaineiksia faneille.

Sukupuoli. Fanitutkimus on tarkastellut varsin vähän sukupuolen ja faniuden suhdetta teoreettisella tasolla, silloinkaan kun tutkimus on kohdistunut sukupuolen perusteella rajattuun ryhmään, kuten Camille Bacon-Smithin (1992) naispuolisia Star Trek -faneja koskevassa *Enterprising Women* -tutkimuksessa. Sukupuoli otetaan jossain määrin annettuna, jolloin faniutta ei tarkastella

yhtenä sukupuolta tuottavana alueena vaan pikemminkin sukupuolta kuvaavana. Faniutta voi kuitenkin tarkastella Teresa de Lauretis (1987, 2–3) sukupuoliteknologian käsitteen avulla, jolloin sukupuoli ymmärretään antiessentialistisena, jatkuvasti rakentuvana representaationa. Huomio kiinnittyy niihin tekniikoihin ja tekemisen tapoihin, jotka ovat sukupuolta tuottamassa. Sukupuoli on lukuisten sosiaalisten teknologioiden, kuten elokuvan, institutionaalisten diskurssien, kriittisten käytänteiden ja käytännön elämän tuotos. Kuten seksuaalisuus, sukupuolikaan ei sijaitse ruumiissa, vaan se on sosiaalisissa suhteissa ja käytänteissä muotoutuva. (Lauretis 1987, 2-3). Myös Judith Butlerin (1990) performatiivisuuden käsite kuvaa sukupuolta juuri tekemisenä, toistotekoina. Performatiivisuus merkitsee normien pakottavaa toistoa. Sukupuoli ei vain ole – se muotoutuu kuten Leena-Maija Rossi (2003, 12) toteaa, esityksistä, kuvista, mallisuorituksista ja niiden jäljittelevästä tavoittelusta, siteeraamisesta ja ruumiillisista tyyleistä. Muuntelun mahdollisuus on kuitenkin olemassa toiston avaamissa aukoissa, toisin toistamisessa. Butler korostaa sukupuolen tekemisen ja seksuaalisuuden rakentumisen yhteyttä. Sukupuolittamisen mekanismina toimii länsimaisessa kulttuurissa heteroseksuaalinen matriisi, joka asemoi kaikki identiteetit ja ruumiit kaksinapaiseen, toisiaan täydentävän nais/mies -parin malliin.

Fanius voidaan siis nähdä alueena, jossa sukupuoli ja seksuaalisuus muotoutuvat, rajautuvat ja määrittävät. Faniuden kohteet ja niitä käsittävä julkisuus normittavat sukupuolta, luovat sukupuolen ideaaleja. Tähtiä ja idoleita käsittävät mediarepresentaatiot luovat naiseuden ja mieheyden horisontteja ja näin näköalaa ja aineksia identiteetin muokkaukseen. Tämä sukupuolen tuottamisen alue ei ole yksioikoinen vaan sisältää säröjä ja riitasointuja – toisin tulkitsemisen mahdollisuuksia. Nämä kuvastot ovat siis vallan ja vastarinnan paikkoja.

Faniuden käytäntöjen tarkastelu sukupuolen näkökulmasta artikuloi sukupuoleen liitettyjä kulttuurisia käsityksiä. Sukupuoli

tulee näkyväksi käytännöissä ja niitä koskevissa representaatioissa monin eri tavoin. Näitä tarkastelemalla voidaan paikantaa taustalla vaikuttavia käsityksiä sukupuolesta. Tunnekuulttuurin, affektin tai toiminnan merkitykset rakentuvat faniuden käytännöissä ja faniutta koskevissa representaatioissa tietynlaisiksi tuottaen sukupuolittuneita faniuden alueita.

Nämä alueet ovat läsnä faniuden kokemuksessa ja vaikuttavat osaltaan fani-identiteetin muodostumiseen ja sen mahdollisuuteen. Näin ollen se, millaiseksi faniuden ja sukupuolen liitos kulloinkin rakentuu, vaikuttaa faniuden kulttuuriseen paikantamiseen ja statukseen. Faniuden mieltäminen tyttökuulttuuriksi, ja tähän kytketty hysterian ja romanssin käytännöt ovat osa sukupuolittamista, mitä esimerkiksi nuorten lehdet, musiikkiteollisuus, televisiotuotanto ja iltapäivälehdet osaltaan tuottavat ja joka sitten eletään faniudessa ja omaksutaan fani-identiteetissä, ei kuitenkaan yksioikoisesti vaan moninaisen sovittelun ja hylkääksienkin kautta.

Nämä edellä esitellyt elementit eivät ole aina samalla tavalla kaikissa faniuksissa läsnä vaan korostuvat eri tavoin faniudesta riippuen, mikä ilmenee myös tämän tutkimuksen kohteissa. Faniuden dynamiikan ymmärtämisen kannalta on mielekästä tarkastella faniuksia monenlaisina, erojen kautta rakentuvina kulttuureina.²⁸ Faniuden määritelmän kaventamisen sijaan on mielekästä pitää kiinni faniudesta kattokäsitteenä kuvaamaan intensiivistä, toiminnallista mediasuhdetta, mutta tarkentaen, millaisista faniuden muodoista on kulloinkin kyse. Tämän monimuotoisuuden esiin tuomiseksi tässä työssä tarkastellaan faniutta kolmessa eri tapauksessa. Näiden osalta tarkastelen siis faniuden

²⁸ Faniutta on kuvattu myös erilaisilla jatkumoilla, joissa fani on yhdyntyyppinen mediakuluttaja. Jatkumoilta löytyy myös kuluttaja, kulttisti, entusiastti, pientuottaja (Abercrombie & Longhurst 1998, 138–142) sekä antagonistti, vastustaja, välinpitämätön, kyynikko, kuluttaja ja fanaatikko (Wasko 2001, 196). Jatkumoiden ja erityisesti Abercrombien ja Longhurstin mallin kritiikistä ks. Nikunen 2003a, Vrt. Herkman 2001, 194-202.

kokemuksen ja mediajulkisuuden jännitettä ja faniuden erilaisten elementtien rakentumista tässä jännitteessä.

Kolmen tapauksen tarkastelu nostaa esiin ilmiön, tv-ohjelmiin liittyvän faniuden, sisäisen erilaisuuden ja sen, kuinka eri tavoin faniuksien kulttuuriset paikat rakentuvat. Näin pyrkimykseenä on tehdä oikeutta eroille, mutta osoittaa yhtäläisyyksiä halki erojen. Päädyn erottelemaan kolmen tutkimani faniuden erilaisia piirteitä kuvatakseni näihin liittyvien kulttuuristen prosessien dynamiikkaa. Tavoitteena on tuoda esiin, millaisia käytäntöjä faniuksiin liittyy ja kuinka käytännöt ja kokemukset nivoutuvat julkisuuteen. Näin tyyppittely ymmärretään myös identiteetin rakentamisen resurssina. Typologisointi pitää kuitenkin sisällään monia ongelmia. Se tapaa korostaa rajoja ja kiinnittää helposti yksilöt kategorioihin tuottaen heistä tiettyyn käytäntöön palautettavia tyyppejä. Lähtökohtani on kuitenkin antiessentialistinen ja korostaa maun ja tyylin monimutkaista rakentumista, jota ei voi palauttaa selkeästi tiettyyn taustaan, esimerkiksi sukupuoleen, luokkaan tai lapsuuden kokemukseen. Näillä tekijöillä voi olla merkityksensä, mutta ne eivät suoraviivaisesti ohjaa valintoja. Akateeminen tutkimus pyrkii usein tarkastelemaan yleisiä piirteitä ja löytämään lainalaisuuksia. Niin tässäkin tapauksessa, mutta sen sijaan, että yrittäisin paljastaa faniuden ytimen, nostan esiin faniuden moninaisuuden ja hahmotan niitä kulttuurisia ulottuvuuksia, jotka ovat moninaisuutta tuottamassa.

1.5. Vastaanotto- ja fanitutkimuksen limittyvät vaiheet

On merkittävää, tarkastellaanko faniutta lääkärin huolestuneella katseella, joukkoviestimien vaikutuksen tuotoksena vai arkisena kokemuksena. Edelleen tutkimuksen näkökulmaan vaikuttaa se, onko fanius tutkijalle outo ja vieras ilmiö vai omakohtaisesti

koettu asia. Myös se, kuinka fanius kontekstoidaan – katsotaanko sitä irrallisena, yksittäisenä ilmiönä vai osana jotain kokonaisuutta – vaikuttaa tutkimuksen muotoutumiseen. Yksi keskeinen yleisöä toiseuttava käytäntö tutkimuksessa on tutkijan ja kohteen välinen etäisyys, joka korostaa jakoa meihin ja muihin. Yleisö voidaan nähdä etäisenä joukkona, johon tutkija itse ei kuulu. Yleisön luonnehdinnat voivat olla hyvinkin esineellistäviä ja luokittelevia (ks. Blumerin luonnehdinta massasta 1999/1946).

Jensen ja Rosengren (1990) paikantavat viestinnän tutkimuksesta viisi yleisötutkimuksen traditiota, joita ovat vaikutustutkimus, käyttötarkoitustutkimus, kirjallisuudentutkimus, kulttuurintutkimus ja vastaanottotutkimus. Näistä kaksi ensin mainittua sijoittuvat yhteiskuntatieteiden alueelle ja niissä fanius on ollut esillä vain esimeriknomaisesti ja sitä on käsitelty lähinnä ongelmana.²⁹ Sen sijaan kulttuurintutkimuksen ja vastaanottotutkimuksen alueella faniuden tutkimusta on tehty runsaasti etenkin 1990-luvulta lähtien.

Populaarikulttuurin tutkimuksessa faniutta on sivuttu tähtitutkimuksessa (Dyer 1991; deCordova 1991; Hansen 1991) ja musiikintutkimuksessa (Frith 1978; Lull 1987; Lewis 1990; Chambers 1985) tutkittavan kohteen kautta, ei tutkimuskohteenä itsessään. Fanius varsinaisena tutkimuskohteenä alkoi kiinnostaa tutkijoita 1980- ja 1990-luvun taitteessa nimenomaan kulttuurintutkimuksen ja vastaanottotutkimuksen (Jensen &

²⁹ Ien Ang (1996, 6) kritisoi lähinnä yhdysvaltalaisista yleisötutkimusta ja joukko- viestinnän tutkimuksen hallitsevaa (MCR) paradigmaa (funktionaalinen sosiologia) modernistisesta yleisökäsityksestä. Angin (1996, 6) mukaan joukko- viestinnän tutkimus on ollut loputtoman huolestunut television vaikutuksista ja käytöstä. Tämä huolen takaa paljastuu modernin ideologia – näkökulma, jossa yleisön käytöstä problematisoidaan sen mukaan, kuinka se myötäilee tai rikkoo normaaleja sosiaalisia prosesseja ja sosiaalista järjestystä. Yleisö on nähty yhtenä kiinteänä kokonaisuutena sen sijaan, että se nähtäisiin fragmentoituneena, moninaisena, monina, sukupuolisina, rodullisina yleisinä.

Tämän paradigman sisällä fanius on saatettu mainita esimerkkinä massakulttuurin vaikutuksesta, jolloin näkökulma yleisöön on etäinen ja sitä tarkastellaan vain massakulttuurin tuotteenä ja vaikutuksena.

Rosengren 1990) saralla. Fanitutkimuksen perusteoksiksi voidaan tässä mielessä nimetä Henry Jenkinsin *Textual Poachers* (1992) sekä samana vuonna ilmestynyt artikkelikokoelma *The Adoring Audiences*.

Kiinnostus faniyleisöihin liittyy laajempaan murrokseen, feministisen mediatutkimuksen ja brittiläisen kulttuurintutkimuksen nousuun sekä populaarikulttuurin uudelleenarviointiin tutkimuskohteena. Etenkin kulttuurintutkimuksen ja feministisen mediatutkimuksen parissa kasvoi kiinnostus populaarikulttuuriin, televisioon ja yleisöihin.

Tutkimuksen kohteiksi nousivat muun muassa saippuaoperaat (Hobson 1982; Buckingham 1987; Seiter et al., 1989) ja tutkimus oli luonteeltaan etnografista. Yleisöä ei käsitetty enää yhtenä kokonaisuutena, vaan sukupuolen, etnisen taustan, seksuaalisuuden, luokan eroista koostuvana. Yleisöä ei myöskään pidetty passiivisena vastaanottajana vaan aktiivisena merkityksentuottajana. Tutkimuksissa tehtiin ero elokuvatutkimuksen *Screen*-koulukunnan vahvan psykoanalyttiseen ja semioottiseen perinteeseen. Pyrkimyksenä oli kääntää näkökulma pois tekstin vallasta kohti yleisöjen tuottamia merkityksiä.

Kun elokuvatutkimusta uhkasi yleisön katoaminen, televisiotutkimuksessa yleisö jälleen löydettiin. Tutkimusten keskeisiä näkökulmia ovat kulttuurin fragmentoituneisuus, arjen merkityksellistäminen ja identiteetin rakentaminen populaarikulttuurin kehityksessä.

Murros kietoutuu myös alakulttuuritutkimuksen nousuun Britanniassa, Birminghamin kulttuurintutkimuskeskuksessa 1970-luvulla (Willis 1977; McRobbie & Graber 1975; McRobbie 1984; Hebdige 1979; Hall & Jefferson 1976; ks. myös Söderholm 1987). Varhaisia alakulttuuritutkimuksia on kritisoitu vastarinnan (resistance) käsitteen löyhästä käytöstä: vastarintaa tuntui löytyvän erityisesti alakulttuurisista käytännöistä, olkoonkin, että ne lopulta vain vahvistivat yksilöiden alistettua asemaa hallitsevassa kulttuurissa (Saukko 2003; Thornton 1996, 9).

Myös alakulttuurin vastustavan potentiaalinen maskuliinisuutta ja luokkasidonnaisuutta on kritisoitu ja kritiikki on edelleen avannut teitä moniulotteisemmalle vastustuksen, vallan ja identiteetin näkökulmille (ks. Lähteenmaa 1992a).

Edellä kuvattua yleisöjen tutkimuksen nousua on jäsenneily tutkimuskirjallisuudessa monin tavoin.³⁰ Pertti Alasuutari (1999) on jaotellut kolme vastaanottotutkimuksen sukupolvea³¹, jotka säestävät myös fanitutkimuksen muotoutumista. Joukkoviestinnän yleisötutkimuksen synty paikannetaan yleisesti birminghamilaiseen kulttuurintutkimukseen ja Stuart Hallin sisäänkoodaus/uloskoodaus -malliin ja sen sovelluksiin. **Ensimmäisen** sukupolven tutkimuksessa nousee esiin tekstin erilaiset tulkintatavat tiettyissä tulkitsevilla yhteisöissä (Hall 1985).

Toisen sukupolven tutkimus muodostuu Alasuutarin mukaan laadullisesta yleisötutkimuksesta pikkuhiljaa kehittyvästä yleisö-etnografiasta. Toisen sukupolven tutkimuksessa feministisen näkökulman panos on ollut merkittävää (Gray 1999). Tutkimuskohteiksi ovat nousseet saippua- ja draamasarjat (Ang 1985, Hobson 1982) ja television katselun sosiaaliset ulottuvuudet (Lull 1980; Morley 1986; Gray 1992). Joidenkin näkökulmien (Jensen & Rosengren 1990) mukaan tässä perinteessä tutkimuskohde on median ulkopuolella, tulkitsevilla yhteisöissä. Toisen sukupolven

³⁰ Yleisötutkimusta on jaoteltu monin tavoin. Esimerkiksi David Morley (1992) jakaa tutkimuksen normatiiviseen ja tulkitsevaan paradigmaan. Abercrombie ja Longhurst (1998) jakavat yleisötutkimuksen kolmeen vaiheeseen. Ensimmäisenä on behavioristinen paradigma. Toisena he nimeävät sulauttavan/vastustavan paradigman, kolmanneksi spehtaakkeli/performanssi paradigman, jossa keskeiseksi nousee identiteetin muodostus ja hajautunut yleisö.

³¹ Tutkimusperinteiden nimeäminen sukupolviksi tuottaa helposti käsityksen ajallisesta jatkumosta ja lineaarisesta kehityksestä kohti parempaa. Tässä on kuitenkin syytä painottaa, että eri sukupolvien tutkimuksia voi esiintyä yhtä aikaa, eivätkä tutkimusperinteet välttämättä ajan myötä kehity entistä paremmiksi. Pikemminkin ne syntyvät aina tiettyssä kontekstissa ja ovat suhteessa toisiinsa, keskustellen tai irtisanoutuen muista perinteistä (Alasuutari 1999, 2; Stuart Hallin näkökulma sisäänkoodaus/uloskoodaus -mallin kontekstista Cruz & Lewis 1994; tutkimusperinteitä koskevien yleiskatsausten kritiikistä ks. Gray 1999).

tutkimuksiin liitetään myös aktiivisen katsojan paradigma, jonka johtohahmoksi voi nimetä John Fiskin. Fiskeläiselle näkökulmalle keskeistä ovat tekstin monitulkintaisuus, polysemia, joka äärimmillään merkitsee jopa semioottista demokratiaa (Fiske 1987): ihmiset rakentavat merkityksiä teksteistä omista lähtökohdistaan.

Aktiivisen katsojan paradigma on saanut osakseen runsaasti kritiikkiä populismista ja kuluttajan nostamisesta kulttuuriseksi sankariksi (McGuigan 1992). McGuiganin mukaan populismin ongelma näkyy kulttuurintutkimuksessa siinä, että taloudellinen hyväksikäyttö, rasismi ja seksismi ovat olemassa, mutta alistetut pärjäävät hyvin tehden selkoa maailmasta ja kiitollisina nauttien siitä, mitä heille annetaan. McGuiganin mukaan tutkimus ei tarkastele tarpeeksi taloudellisia ja poliittisia valtasuhteita, joilla on vaikutusta kulutuskäytäntöihin. Ann Gray (1999, 25, 31) epäilee kuitenkin, että aktiivinen katsoja on osittain myytti³² eikä sitä ole löydettävissä ”puhtaimmassa” muodossaan monistakaan tutkimuksista ja puolustaa toisen polven vastaanottotutkimusta vallan ja tiedon käsitteiden moninaistamisesta.³³

Fanitutkimuksen alku sijoittuu niin ikään tähän aktiivisen katsojan paradigmaan. Henry Jenkinsin (Hills 2001) mukaan fanitutkimuksen ensimmäistä vaihetta leimaa etnografinen tutkimus ja yleisön ymmärtäminen aktiivisina merkityksentuottajina. Tätä fanitutkimusta edustavat Jenkinsin mukaan Janice Radway

³² Tutkimusperinteiden hahmottumisella tietynlaisiksi on myös poliittista merkitystä – ne voivat toimia hyvinä vastustajina uudelle tutkimukselle, joka ilmoittaa välttävänsä vanhan tutkimuksen virheet. Näin ollen vanha tutkimus tuotetaan teksteissä yksioikoisempaan kuin se ehkä käytännössä onkaan. (ks. viestinnän tutkimuksen lääkeruiskumallista Pietilä 1997, 37–39.)

³³ Gray (1999, 31) kritisoi sitä, että yleisöä koskevat tutkimukset viestinnän alalla tapaavat toistaa eroa rationaalisen ja irrationaalisen, järjen ja tunteen välillä ja kytkeä ero tiettyjen mediamuotojen – uutisten ja viihteen – vastaanottoon. Viestinnän tutkimuksen perinteessä näkemys mediasta ja sen merkityksestä kytkeytyy modernin ihmiskäsityksen ihanteeseen: rationaaliseen, järkevään ja päämäärätietoiseen yksilöön (ks. Lehtonen 1994, 109–133; Braidotti 1991, 216–218).

(1988) tutkimuksellaan *Reading the romance*, Madonna faniutta tutkinut John Fiske (1989b) sekä *Doctor Whon* faniutta tutkinut John Tulloch (1983). Näille tutkijoille on yhteistä tietty etäisyys faniuteen. Ehkä tähän vaiheeseen voisi lukea myös Helen Taylorin (1989) *Tuulen viemää* -tutkimuksen.

Jenkins itse katsoo kuuluvansa Camille Bacon-Smithin (1992) ohella toiseen vaiheeseen, joka pyrkii tutkimaan faniutta faniyhteisöjen sisältä päin korostaen elettyä kokemusta ja tiedon paikantuneisuutta. Tälle vaiheelle on leimallista faniuden identiteetin vahvistaminen. Tutkimus pyrkii selkeästi irrottautumaan faniutta patologisoivista diskursseista ja painottaa faniutta aktiivisena ja tuotannollisena. Jenkinsin (1992) *Textual Poachers* esittelee fanit Michel de Certeauin (1984) käsitteeseen nojaten salametsästäjinä, jotka käyvät kamppailua tekstin merkityksistä. Jenkinsin työssä korostuu fanikulttuurin tuotannollisuus: fanitaide, fanifiktio, videotaide ja filk-musiikki. Hän nimeääkin faniuden osallistuvaksi kulttuuriksi, joka sisältää aktiivista merkityksentuotantoa ja tulkintoja, kuluttaja-aktivismia, kulttuurintuotantoa ja vaihtoehtoisen yhteisön. Fanitutkimus näyttää näiltä osin myötäilevän yleisöetnografian piirteitä: aktiivista katsojuutta ja etnografisia tutkimusmenetelmiä.

Tutkimuksen ongelmana voidaan pitää siihen sisäänrakentuvaa puolustelevaa näkökulmaa, joka on tunnistettavissa aktiivisen katsojan paradigmasta. Katsojien ja fanien aktiivisuuden korostus ja symbolisen vastustuksen esiin nostaminen kytkeytyvät ajatukseen siitä, että populaarikulttuurin kulutus on yhä edelleen jollain tavalla legitimoitava (Alasuutari 1999, 11). Legitimointi voi toisinaan johtaa hyvinkin poliittiseen tutkimusotteeseen: se näkyy fanitutkimuksessa pyrkimyksenä irtautua faniuden negatiivisesta leimasta (Jenkins 1992), jolloin tutkimuksella on ollut myös poliittisia päämääriä faniuden maineen parantamisena ja faniuden normalisointina. Fanitutkimus on myös luonut faniuden identiteettiä korostamalla fanikulttuurien innovatiivisuutta ja tuotannollisia aspekteja.

Itse asiassa fanius on noussut 1990-luvun aikana varsin suosituksi tutkimuskohteeksi anglo-amerikkalaisen kulttuurintutkimuksen parissa: fanius näyttää olevan ideaali tutkimuskohde. Aktiivinen, toiminnallinen yleisö soveltuu hyvin aktiivisen katsojan paradigmaan, aineisto on suhteellisen helposti saatavilla, kun kyse on esimerkiksi internetissä toimivasta yhteisöstä ja faniyhteisöt myös osallistuvat myötämielisesti aihetta koskeviin tutkimuksiin.

Tämä tuottaa kuitenkin tiettyjä ongelmia. Näkökulma on johtanut siihen, että tutkimuksissa korostuvat science fictionin fanikulttuurit, faniuden näkyvät käytännöt ja aktiivinen toiminta eikä huomiota kiinnitetä niinkään tunteisiin tai sellaiseen faniuteen, joka ei näyttäydy kovin tuottavana (Harrington & Bielby 1995). Näin ollen vaarana on sosiaalinen essentialismi, joka tuottaa tutkittavasta kohteesta tietynlaista totuutta: pyrkimys irti faniuden patologisoivasta kuvauksesta voi tuottaa uutta totuutta faniudesta aina aktiivisena, yhteisöllisenä alakulttuurisena toimintana.

Tutkimukset ovat kohdistuneet yhden ohjelman tai sarjan fanikulttuuriin ja vähemmän on pohdittu eri fanikulttuurien välisiä eroja tai televisiofaniuden ja muiden faniuksen välisiä eroja. Tuotantokoneistojen osuutta on tarkastelu ristiriidoissa, konflikteissa, jolloin fanikulttuurit asemoituvat vastakkain tuotantokulttuurin kanssa (Jenkins 1992; 2003). Sen sijaan faniuden kytkeytyminen kulutuskulttuuriin, valtavirtaan, trendeihin ja mediaan näyttää jäävän tutkimuksissa taka-alalle.

Jos vastaanottotutkimuksen toinen sukupolvi keskittyi yleisöjen merkityksentuotantoprosesseihin, **kolmas** sukupolvi tuo median takaisin mediatutkimukseen (Alasuutari 1999, 7). Kolmas sukupolvi tekee eroa yleisöetnografian käsitykseen olemassa olevasta, autenttisesta yleisöstä, korostaen yleisöjen konstruoitua luonnetta (Ang 1991, Grossberg 1995). Sen sijaan, että katse suuntautuisi entistä syvempiin, paremmin toteutettuihin etnografioihin, kolmas sukupolvi tarkastelee mediakulttuuria koko-

naisuutena: median merkitystä arjessa, ohjelmia, vastaanottoa ja tuotantoa. Tähtäimessä on tarkastella median kulttuurista paikkaa nyky-yhteiskunnassa (Alasuutari 1999, 7).

Tähän vastaanottotutkimuksen kolmannen sukupolven joukkoon voidaan lukea myös fanitutkimuksen kolmas vaihe. Henry Jenkins luonnehtii fanitutkimuksen kolmatta vaihetta sellaiseksi, joka ottaa faniuden tutkimuksen itsestään selvyytenä eikä koe tarvetta tutkimuksen puolusteluun. Näin ollen tutkimus on voinut laajentaa kysymyksenasettelua myös kriittiseen suuntaan ja pohtia fanikulttuurien hierarkioita, ongelmia ja ristiriitaisuuksia. Myös konsumerismia ja performatiivisuutta käsittävät teoreettiset kysymykset ovat tulleet esiin tuoreimmissa faniuden tutkimuksissa. Fanitutkimuksen kolmatta vaihetta edustavat vuosituhanen vaihteen fanitutkimukset, muun muassa Matthew Hillsin fanikulttuureja ja kulttifaniutta käsittävä teos (2002) sekä Kurt Lancasterin *Babylon5*:a koskeva performanssiteoriaa hyödyntävä fanitutkimus.

1.5.1. *Fanitutkimus Suomessa*

Suomessa faniuden tutkimuksella ei voi katsoa olevan vielä varsinaista perinnettä, sillä tutkimusta on tehty vähän ja fragmentaarisesti. Faniutta koskevia artikkeleita on ilmestynyt 1990-luvulta lähtien ja aiheesta on tuotettu joitakin opinnäytetöitä (Annala & Pekkarinen 1996; Humalisto 2004; London 2003; Pajala 1996; 1999; Laitinen 2001; 2003), mutta varsinaisia laajoja tutkimuksia ei tätä kirjoitettaessa ole aiheesta julkaistu.

Sinänsä yleisöjen tutkimus on ollut vähäistä Suomessa niin kulttuurin- kuin viestinnän tutkimuksen alueella. Laadullista yleisötutkimusta on tehty lähinnä saippua- ja draamasarjoista (Virta 1994; Valaskivi 1999; Ruoho 1993a; 1993b) ja uutisista (Ridell 1998). Tutkimuksissa on käsitelty myös nuorten ja lasten katselukokemuksia (Kytömäki 1999; Modinos & Suoni-

nen 2003) sekä katseluun liittyvää moraalihierakiaa (Alasuutari 1992).

Tehty fanitutkimus sijoittuu Suomessa yleensä viestinnän tutkimuksen ulkopuolelle. Viestinnän alueen fanitutkimuksista mainittakoon Erkki Karvoson Kummeli-faniutta koskeva tutkimus (1995) sekä Tero Laukkasen tiedotusopin pro gradu työ *Hei, me faniudutaan!* vuodelta 2002.

Faniuden tutkimusta tehdään Suomessa myös sosiologian, nuorisotutkimuksen, kulttuurihistorian ja kansanperinteen piirissä. Ensimmäisiä faniutta käsittäviä tutkimuksia oli Jaana Lähteenmaan tekemä nuoriso- ja tyttö tutkimuksen piiriin sijoittuva sosiologian pro gradu -työ tytöistä, rockista ja Dingo-yhtyeen faniudesta vuodelta 1989 (myös Lähteenmaa 1992b), Harri Hei nonen (2003; 1999) sekä Sami Kolamo (2002) ovat puolestaan tutkineet jalkapallofaniutta. Irma Hirsjärven (2003) kulttuurin tutkimuksellinen työ käsittelee science fiction -faniutta. Janne Mäkelän (2002) kulttuurihistorian väitöstutkimus *Images in the Works* käsittelee John Lennonin tähteyttä ja sivuaa faniutta.

Kiinnostus faniuteen kasvoi vuosituhannen vaihteessa, jonka tienoilla aiheesta julkaistiin yksi antologia, *Kulttikirja* (2003) sekä *Lähikuvan* teemanumero (4/2003). Suomalaisessa fanitutkimuksessa on erityistä uusien mediateknologioiden ja yleisötutkimuksen yhteys. Tutkimukset tarkastelevat faniutta osana uutta mediamaisemaa, jossa esimerkiksi internetillä on uusia käytäntöjä ja uudenlaisia yleisöjä tuottava rooli (Laukkanen 2003; Laitinen 2003).

Suomalainen fanitutkimus näyttäisi paikantuvan näin Alasuutarin hahmotteleman kolmannen sukupolven piiriin, jolloin tarkastelun kohteena on mediakulttuuri laajemmin. Myös tämä käsillä oleva tutkimus tarkastelee faniutta osana mediakulttuuria ja nostaa esiin faniuksien välisiä eroja, kulttuurista paikantumista ja merkitystä mediakentässä. En kuitenkaan halua tehdä jyrkkää irtiottoa yleisöetnografian perinteestä, jolla on nähdäkseni paljon

annettavaa juuri faniien kokemuksen tutkimuksessa ja kokemuksen nivomisessa yhteen laajempiin kulttuurisiin rakenteisiin.

Tutkimuksen tarkastelukulmien muutokset eivät aina ole vain kyllästymistä vanhaan tai halua tuottaa uusia näkökulmia. Abercrombie ja Longhurst (1998, 3–4, 32) uskovat, että paradigman muutoksissa on kyse paitsi vallitsevan paradigman sisäisistä ristiriidoista myös todellisista sosiaalisista muutoksista, joita vanha paradigma ei pysty hahmottamaan.

Voidaan olettaa, että pyrkimys tarkastella vastaanottotutkimuksessa mediakulttuuria kokonaisuudessaan johtuu osin myös kulttuurissa tapahtuvista muutoksista: medioitumisen, kulutus-kulttuurin ja globalisaation tuottamasta intermedialisuudesta. Yleisöt eivät ole enää kuten ennen – mediateknologiset muutokset ovat muuttamassa yleisöjä. On kuitenkin muistettava, että ajalle tyypillisiä, uusia ilmiöitä paikannettaessa helposti korostetaan eroa menneeseen – niin tutkimusparadigmojen kuin tutkittavien kohteidenkin tasolla. Harvoin on kuitenkaan kyse dramaattisista ja totaalisisista muutoksista. Pölyn hälvettyä tutkimuskin palaa usein vanhan kirjallisuuden ääreen. Olen pitänyt tämän mielessäni ja hyödyntänyt aiemman tutkimuksen hedelmiä työssäni.

1.6. Kirjan rakenne

Tämä työ perustuu kolmeen tapaustutkimukseen, *Xenan*, *Ally McBealin* ja Marco Bjurströmin faniuden tarkasteluun. Näiden kolmen tapauksen lisäksi luon yleiskatsauksen televisiofaniuden kehitykseen Suomessa.

Luku 2 sisältää taustoittavan johdannon televisioon liittyvään faniuteen. Se analysoi televisiofaniuden kehittymistä Suomessa lehtien sivuilla ja kulttuurisissa käytännöissä. Luvun tarkastelukulma on tarkoituksellisesti yleinen ja yleistävä – se johdattaa

lukijan televisiofaniuden maailmaan ja antaa horisontin, jota vasten kolmea tapausta voi tarkastella.

Luvussa 3 tarkastelen fantasiasarja *Xenaan* liittyvää faniutta, **luvussa 4** yhdysvaltalaisen draamakomedian *Ally McBealin* faniutta ja **luvussa 5** suomalaisen juontajaan Marco Bjurströmiin liittyvää faniutta. Vaikka olen johdantoluvussa esitellyt aineiston ja metodologiset valintani, käsittelen aineistoja ja metodisia valintoja kunkin tapauksen kohdalla tarkemmin erikseen. Jokainen tapaus on erilainen ja näin kunkin aineiston erityiset kysymykset ja ongelmat tulevat esiin niitä koskevien tapausten yhteydessä ja toivoakseni antavat lukijalle paremmat avaimet tutkimuksen ymmärtämiseen ja arviointiin. Olen aiemmin julkaissut niin *Xenaa*, *Ally McBealia* kuin Bjurströmiäkin koskevat artikkelit, mutta näiden lukujen käsittely on artikkeleita laajempaa ja poikkeaa myös painotuksiltaan.

Luvussa 6 kokoan yhteen *Xenaan*, *Ally McBealiin* ja Marco Bjurströmiin liittyvien faniuksien eroja ja yhtäläisyyksiä. Tarkastelen erityisesti faniuksiin liittyvän mediajulkisuuden merkityksiä faniuden kokemuksissa. Tässä luvussa siirrytään jälleen yksittäisten tapausten ääreltä yleisiin kysymyksiin faniuden merkityksestä ja kulttuurisesta paikantumisesta. Luvussa nousee esiin kysymys faniuden ja julkisuuden suhteista yleisellä tasolla – populaarijulkisuuden tuottamista käytännöistä, muutoksista ja haasteista. Luvussa 6. pohditaan näin ollen myös faniutumisen prosessia ja faniutta aikaan paikantuneena, osana yhteiskuntaa, jota luonneditaan myöhäismoderniksi, medioituneeksi ja globalisoituneeksi.

2.

Televisioon liittyvä fanius Suomessa: Rodneysta Buffyyn

"Tulen hulluksi ja se johtuu siitä, että Peyton Placesta esitetään aina pirullisen pieni pätkä kerrallaan." — Melkein mielenvikainen — (Katso 23/1970)

Faniuden käytäntöjä voi löytää populaarimusiikin ja elokuvan alueelta Suomessa jo 1920-luvulta (Koivunen 1992), mutta kuinka fanius on tullut osaksi television katsomiskäytäntöjä?

Henry Jenkins (1992, 28) viittaa televisioon liittyvän faniuden tai kuten hän itse kirjoittaa ”järjestäytyneen media fanikulttuurin” syntyneen Yhdysvalloissa 1960-luvun lopulla, kun *Star Trek* fanit yrittivät painostaa NBC-yhtiötä esittämään *Star Trekiä* lopettamis päätösten jälkeen. Jenkins rajaa televisiofaniuden käsittelemään faniyhteisöjen toimintaa, joka nojaa tiettyyn science fiction alakulttuuriin, eikä käsittele niinkään suuren yleisön faniutta, jota varmasti on ollut jossain muodossa jo siitä lähtien kun televisiokäytännöt ovat vakiintuneet. Yhdysvalloissa television massatuotanto ajoittui 1940-luvulle, Suomessa televisio yleistyi parikymmentä vuotta myöhemmin. Yleisradion säännöllinen televisiotoiminta käynnistyi vuonna 1957³⁴ ja 1960-luvun lopulla

³⁴ Ensimmäinen koelähetys tehtiin vuonna 1955 ja Teknillisen korkeakoulun televisiokerho (TES-TV nimellä vuoden 1957 alusta) aloitti säännölliset lähetykset vuonna 1956. Toukokuussa 1956 lähetykset näkyivät 350 vastaanottimessa ja ohjelmia lähetettiin kahdesti viikossa, torstaisin ja sunnuntaisin. TES-TV

kotalouksista 90 prosentilla oli televisiovastaanotin. Oleellista suomalaisten televisiosuhteessa onkin se, että televisio oli jo ilmiönä tunnettu ennen kuin se tosiasiallisesti saapui markkinoille. Näin televisiosta käytiin keskusteluja jo 1940- ja 1950 -luvulla, joten televisioon oli ikään kuin totuttauduttu jo etukäteen (Salmi 1992, 29–31).

Televisioon liittyvän faniuden kehittymisen jäljittäminen on vaikeaa, sillä kyse on populaarikulttuurin piiriin sijoittuvasta, arkisesta ja epävirallisesta mediaan ja siihen liittyvien tunteiden käytännöistä. Tunteiden menneisyyden tutkimus on koskenut lähinnä negatiivisia tunteita, pelkoja, hulluutta ja ahdistusta osittain siksi, että näistä tunteista löytyy lähdeaineistoa helpommin kuin positiivisista tunteista (Salmi 1996, 11). Normeja rikkovaa negatiivisten tunteiden historiaa voi jäljittää rikollisuuden ja mielisairaaloiden arkistoista (mt., 12). Sen sijaan faniuden kaltaisen ihailun, intohimon ja innostuneen keräilyn kulttuuria ei helposti arkistoista löydy.

Vaikka faniuteen liittyä kaupallista ja kollektiivista toimintaa, se ei välttämättä yllä virallisiin kirjoihin. Fanikerhot ja yhdistykset ovat usein epävirallisia ja kaupallisen populaarikulttuurin historiankirjoitus satunnaista. Televisioon liittyvän faniuden kehityskulkujen jäljittämistä vaikeuttaa vielä faniuden yksityinen luonne: televisio sijoittuu kodin piiriin eivätkä siihen kytkeytyvät faniuden käytännöt tule välttämättä samalla tavalla näkyviksi kuin esimerkiksi popmusiikin kohdalla. Merkkejä faniudesta voi kuitenkin paikantaa kaunokirjallisuudesta, elokuvista, muistelmista, mainoksista ja lehtien sivuilta. Faniuden tunteita on tarkasteltu muun muassa Jackie Stacey'n (1994) tutkimuksessa 1940–50-luvun elokuvatahtiin liittyvistä muistoista ja Helen Taylorin (1992) *Tuulen viemää* -tutkimuksessa.

aloitti lähetyksen Helsingin lisäksi Turun ja Tampereen seuduilla vuonna 1963 ja vaihtoi nimekseen Tesvisio. Yhtiö kävi kovaa kilpailua mainostajista YLE:n vuokralaisen, Mainos-TV:n kanssa. Vuonna 1964 Yleisradio osti Tesvision ja myös Tampereella toimiva Tamvisio oli siirtynyt Yleisradiolle. Tästä luotiin Yleisradion TV1:n rinnalle TV2.

Varhaista televisiofaniutta tarkasteltaessa oleellista on faniuksien kytkeytyminen muihin faniuden muotoihin. Se ei ole syntynyt erillään muista fanikulttuureista, vaan tieteiskirjallisuuteen, elokuvaan ja musiikkiin (Hansen 1991; Hinerman 1992; Ehrenreich et al.1992) liittyvän faniuden käytännöt, tavat ja tulkinnat sekä median tapa käsitellä faniutta ovat nähtävissä myös televisiofaniudessa. Näiden eri faniuksien välillä on yhteisiä käytäntöjä kuten idoliin liittyvien kuvien, uutisten, kirjallisuuden ja esineiden keräilyä. Näitä käytäntöjä on vaalittu niin yleisledhissä kuin erityisissä fanklubeissa sekä faniudelle omistautuneiden lehtien sivuilla.

Olen paikantanut suomalaisen faniuden merkityksiä television ja faniuden käytäntöjen kannalta oleellisista suunnista: tv- ja viihdelehdistä, *Katso-* ja *Seura-*lehdistä vuosilta 1965–1995.³⁵ Lehtien sivuilta ei voi suoraan lukea millaista televisioon liittyvä fanius oli, mutta ne kertovat siitä, millaisia kulttuurisia merkityksiä faniuteen on kytkeytynyt ja kuinka television ja faniuden suhde on muotoutunut (ks. Spigel 1992, 8–9). Lehtiaineisto tekee näkyväksi ja nostaa esiin tiettyjä faniuden kohteita ja käytäntöjä. Näin se tuottaa ja määrittää faniutta, asemoi faniuksien kulttuurisia paikkoja.

Tarkoituksena ei ole piirtää yksityiskohtaista kuvaa television paikasta suomalaisessa yhteiskunnassa vaan hahmottaa niitä muutoksia, jotka lehtiaineiston perusteella on katsojuuden ja faniuden rakentumisesta luettavissa (vrt. Studlar 1991; Koivunen 1992).

³⁵ Aloitan tarkastelun vuodesta 1965, koska tuolloin televisio toiminta oli jo vakiintunut, mutta televisio yhä tuore ilmiö. Koko maan kattava rinnakkaisverkko oli valmistunut ja televisiovastaanottimia joka toisessa kotitaloudessa. Tarkasteluni käsittää vuosien 1965, 1970, 1975, 1980, 1985, 1990, ja 1995 *Katso-* ja *Seura-*lehtien huhti-kesäkuun numerot sekä *Seuran* huhti-kesäkuun numerot vuodelta 1972 ja *Katson* ja *Seuran* toukokuun 1993 numerot. Vuoden 1993 toukokuun osalta olen tarkastellut saippuasarja *Kauniiden ja rohkeiden* näyttelijän Ronn Mossin Suomen vierailun uutisointia. Lisäksi aineistoon kuuluvat *Helsingin Sanomien Nyt*-liitteen tv-faniutta koskeva juttu (29.8.1997) ja lehteen lähetetyt kirjeet.

Televisioon erikoistuneena lehtenä *Katso* ilmentää television eri ulottuvuuksia, muutoksia ja painopisteitä julkisessa keskustelussa. *Katso*-lehden (nimeltään *Radiokuuntelija-TV* vielä 1965) tarkastelu antaa käsityksen siitä, kuinka televisiosta puhuttiin, kuinka se tarjoiltiin katsojille ja millaista televisiokatsojuutta tämän julkaisun kautta tuotettiin ja rohkaistiin. *Katson* näkökulmaa voisi luonnehtia televisiolähtöiseksi: se tarkastelee televisiota läheltä ja laajemmin kuin yleis- ja perhelehti *Seura*, jossa televisio on yksi monista kirjoittelun aiheista.

Seura on jo vuodesta 1934 ilmestynyt yleisaikakauslehti, joka pyrkii puhuttelemaan monenlaisia ja monenikäisiä lukijoita. Viihteeseen orientoituneena se tuntuisi sopivan hyvin faniuden jäljittämiseen. Yleislehtenä *Seura* kertoo siitä, kuinka televisio asemoituu suhteessa kulttuuriin laajasti, muihin aiheisiin ja millaista paikkaa sille lehtiaineistossa luodaan eri aikoina. Rinnakkain tarkasteltuna lehdet tarjoavat sekä erityisen että yleisen näkökulman television merkitykseen suomalaisessa yhteiskunnassa. Näkökulmien eroista huolimatta lehdistä on hyvin tunnistettavissa tietyt siirtymät teknologian kehityksessä ja yleisöjen rakentumisessa kuusikymmentäluvulta 1990-luvulle.

Lehtiaineiston lisäksi olen kartoittanut televisioon liittyvän faniuden muotoutumista science fiction alakulttuurissa, internetissä ja televisioyhtiöiden toiminnassa. Science fictionilla on pitkät perinteet fanikulttuurina ja merkittävä verkosto kansainvälisesti. Sen piirissä syntyneitä käytäntöjä kulkeutuu myös muihin fanikulttuureihin. Tutkimukseni tarkastelukohteista *Xena*-fanius paikantuu juuri tälle alueelle, minkä vuoksi science fiction kulttuurin kehityskulkujen valottaminen antaa taustaa tutkimukseni muille osa-alueille. Teknologisilla muutoksilla on merkityksenä faniuden muovautumisessa ja siksi tarkastelen myös internetin ja mediakonvergenssin oletettuja vaikutuksia televisioon liittyvän faniuden kannalta.

Tarkasteluni juonena on paitsi hahmottaa televisioon liittyvän faniuden kehityskulkuja ja kulttuurista paikantumista, poh-

tia mikä merkitys mediajulkisuudella ja teknologialla on arkisen mediakulttuurin muodon, faniuden rakentumisessa. Näkyvyys valtajulkisuudessa vaikuttaa faniuden käytäntöihin ja paikantamiseen, mistä tutkimukseni kaksi muuta tapausta, *Ally McBeal* ja Marco Bjurström -fanius kertovat.

2.1. Television aikakaudet: niukkuudesta runsauteen

Suomalaisten lehtien sivuilta on luettavissa television kehityksen kolme aikakautta, jotka John Ellis (2000, 39) on nimennyt niukkuuden, laajentuneen tarjonnan ja runsauden aikakausiksi.³⁶ Kuten Sari Elfving huomauttaa, jaottelua ei ole syytä tulkita tarkkarajaisen historiallisena vaan teknologian ja kulutusyhteiskunnan kehityksen kautta hahmotettuna luonnoksena.³⁷

Ellisin (2000, 39) niukkuuden aika viittaa television vähäiseen tarjontaan ja harvoin kanaviin. Vähäisen tarjonnan vuoksi samoja ohjelmia saattoi seurata lähes koko kansakunta.³⁸ Tämä aika ulottuu Ellisin mukaan useimmissa länsimaissa aina 1970- ja 1980-luvun vaihteeseen asti. Suomessa suurten yleisöjen aikakauden voi katsoa jatkuneen aina 1980-luvun lopulle saakka,

³⁶ Umberto Eco on puolestaan jakanut television aikakaudet paleotelevisioon ja uustelevisioon, joista edellinen kytketty todellisuuteen ja ulkomaailmaan ja jälkimmäinen on vain postmodernisti välittävänä todellisuutta, mutta välittää omaa todellisuutta, todellisuuden simulaatiota. Econ jaottelusta tarkemmin ks. Hellman (1988); Hietala ja Honka-Hallila (1992).

³⁷ Elfving (2003) on tarkastellut niukkuuden aikakautta Suomen kontekstissa ja *Peyton Place* -sarjaa koskevassa ohjelmajournalismissa.

³⁸ Esimerkiksi Britanniassa suosittua komediaa *Morsecomb and Wise* saattoi 1960-luvulla seurata 25 miljoonaa katsojaa (Ellis 2000, 46). Suomessa toukuussa 1975 Euroviisuja katsoi 2,5 miljoonaa katsojaa ja vielä 1985 tammikuussa, jolloin Suomessa oli yhä kaksi tv-kanavaa, TV1:ssä esitettyä *Spede Showta* seurasi 2130 000 katsojaa. TV2:n suosituin ohjelma oli tuolloin *Ritari Ässä*, joka sai 1 288 000 katsojaa.

sillä kolmas valtakunnallinen kanava aloitti toimintansa vuonna 1993 ja Neloskanava vuonna 1997. 1980-luvun lopulla pääkanavat saivat jo rinnalleen satelliitti- ja kaapelikanavia sekä paikalliskanavia, jotka eriyttivät katsojakuntaa.

Television alkuvuodet olivat suurten yleisöjen aikaa, jolloin suosituimpia ohjelmia Suomessa katsoi parhaimmillaan yli kaksi miljoonaa katsojaa. Tätä aikakautta voisi luonnehtia myös television kotouttamisen (Silverstone 1994) aikakaudeksi, jolloin uusi väline asettuu osaksi arkea ja arkisia rutiineja. Suomessa television kotoutuminen tapahtui samanaikaisesti suuren rakennemuutoksen kanssa, minkä vuoksi television merkitystä uuden arjen järjestäjänä on pidetty tärkeänä. Muutto maalta kaupunkeihin jäsensi sosiaalista elämää uudella tavalla. Lähiöelämä ja ydinperheen muotoutuminen oli tullut maaseutu- ja sukuyhteisöjen tilalle ja tätä uutta sosiaalista ympäristöä rytmitti myös television tulo koteihin (Sulkunen et al. 1985, 26–27; Huokuna 2001).³⁹

Television tulon ja sosiaalisen elämän murroksen rinnakkaisuutta voi verrata Yhdysvalloissa sotien jälkeiseen aikaan, jota leimasi esikaupunkien kasvu, perhe-elämän uudenvuorokauden yksityistyminen ja television yleistyminen kulutushyödykkeenä (Spigel 1992, 37–45, 109–135).

Niukkuuden aikaa ilmentää tv:n vähäinen näkyvyys lehtien sivuilla. Vielä vuonna 1965 *Katso* ilmestyi nimellä *Radiokuuntelija-TV* ja se oli mustavalkoinen A5-kokoinen julkaisu. Lehti sisälsi jo tietoa televisio-ohjelmista, viikon elokuvapöytäkirjoja ja kritiikkejä, mutta pääpaino oli radio-ohjelmistossa. Esimerkiksi henkilöjutut koskivat lähinnä radiotoimittajia. Saman vuoden *Seuroissa* televisiosta kirjoitettiin varsin vähän. Lehden aineisto koostui elokuvatahtiä, muusikoita ja erilaisia yhteiskunnallisia ilmiöitä käsittävistä jutuista, joiden sekaan mahtui sellaisia aiheita kuten lasten ”televiisiotauti” (*Seura* 23/1965) sekä henkilöhaastattelu tv-toimittaja Barbara Helsingiukselta (*Seura* 18/1965). Lehti

³⁹ Television tulon vaikutuksesta aikakauslehtiin ks. Malmberg 1991.

valotti lukijoilleen uuden välineen erikoisuuksia: teknisiä tietoja sekä televisio-ohjelman tekoa (esim. Näin syntyy Urheiluruutu, *Seura* 23/1965). Tässä vaiheessa televisio ei ollut vakiinnuttanut paikkaansa pysyvänä instituutiona ja arjen organisoijana, sillä kesän ajaksi TV2 pimeni kokonaan ja TV1 lyhensi ohjelma-aikaansa päiväohjelmien osalta.

Vuoden 1970 *Katsoissa* näkyi television suosion kasvu, jota myös lehden nimen muutos kuuntelusta katseluun kuvastaa. Lehden kansi oli nelivärinen ja koko entistä suurempi A4. Televisio oli selkeässä pääosassa lehden sivuilla, vaikka myös radiosta kirjoitettiin ohjelmaesittelyjä. Jutut käsittelivät uusia televisiosarjoja, elokuvia ja näyttelijöitä. Myös televisiotekniikasta ja ohjelmien tekoprosessista kirjoitettiin. Samana vuonna ilmestyneessä *Seurassa* oli niukasti televisioaiheisia juttuja eikä siinä julkaistu vielä lainkaan television ja radion ohjelmatietoja.

Seuraavan viiden vuoden aikana televisio näytti selvästi valtaavan paikkaa keskustelunherättäjänä ja arjen aikatauluttajana. Vuoteen 1975 mennessä *Seurassa* oli jo värikkäät, 15-sivuiset tv:n ja radion ohjelmatiedot taustoineen ja kaikkiaan televisioaiheisia juttuja esiintyi entistä enemmän.

Katsoissa television aseman vahvistuminen suomalaisten arjessa näkyi lehden laajentumisena. Lehden alkusivut olivat nelivärisiä ja katsojien rooli lehtijutuissa entistä enemmän esillä äänestysten ja kilpailujen muodossa (Telvis -kilpailun uutisointi 15/1970). Samalla oli nähtävissä jo jonkinlaista yleisöjen eriytymistä: *Katsoissa* aloitettiin uusi nuorten osio Popforum, joka keskittyi pop-musiikin ilmiöihin. Myös *Seuraan* oli ilmestynyt nuorten nurkkaus Popstop.

Niukkuutta seuraavaa laajentuneen tarjonnan kautta ilmentävät kasvavat valinnanmahdollisuudet. Vaikka kaksi pääkanavaa hallitsi tv-tarjontaa, satelliitit ja kaapelikanavat antoivat uusia vaihtoehtoja. Valinnan mahdollisuuksia lisäsi myös videoiden tulo markkinoille, jolloin katsojat eivät olleet enää yhtä riippuvaisia ohjelma-aikatauluista ja tarjonnasta kuin aiemmin. *Seuran*

ja *Katson* sivuilta vuonna 1985 luettava videoinnostus kuvaa hyvin tätä valintojen aikaa. *Katsossa* uuden median esittelyyn pyhitettiin videoklubin nimellä kulkevat sivustot, jotka sisälsivät videoarviointeja, laite-esittelyjä sekä keräiltäviä videokansien kuvia. *Seurassa* ilmestyi niin ikään oma osasto videoille nimellä Videoseura.

Laajentuneen tarjonnan aikaa leimasi myös kulutuskulttuurin eriytyminen ja yleisöjen fragmentoituminen 1980-luvun lopulla, nousukauden ja hurjan kulutuksen vuosina. Tälle ajalle on leimallista tyylin, muodon ja muodin keskeisyys. Yhteiskuntatieteissä aikakausi yhdistyy myös postmodernismiin, leikittelyyn, passittisiin ja simulaation aikaan (Jameson 1986; Baudrillard 1988). Myös tv-kritiikeissä katse siirtyy tekstistä katsojaan ja tunteisiin ja suhde televisioon ymmärretään entistä kulutuskeskeisempänä (Ruoho 2004, 23).⁴⁰

Tietty eriytymisen suuntaus on tunnistettavissa lehtien sivuilta erikoisosastojen kasvuna – lasten ja nuorten osastoina sekä ohjelmistosivuilla varsin konkreettisesti ohjelmatarjonnan kasvuna.

Seurassa televisiotähdet, juontajat ja ohjelmat levisivät tv-sivuilta lehden muille sivustoille 1980-luvulla ja mediayleisöjen pirstaloituminen on luettavissa *Seura*-lehden sivuilta 1980-luvun puolivälissä. Koko perheelle suunnatun lehden yleisjuttujen osuus kokonaisuudessa näytti vähentyneen. Sen sijaan erilaiset osastot ja palstat lisääntyivät: lasten nurkkaus oli laajentunut, nuorison rock-palsta sai seurakseen myös kirjepalstan, ruokapalsta laajeni niin ikään ja urheilusta kirjoitettiin entistä enemmän.

Runsauden aika näyttää sijoittuvan 1990-luvun lopulle suomalaisessa televisiokulttuurissa. Digitalisoituminen lisää ohjelmatarjontaa entisestään ja samalla kanavat profiloituvat voimakkaasti erityisyleisöjä silmällä pitäen. Käytännössä syntyy kahdenlaisia kanavia: ajankohtaisuutta korostavia ja yhden genren ohjelmistoja (Ellis 2000, 163). Tuotteistaminen ja profilointi ovat runsauden ajalle keskeistä – ja elintärkeä tapa erottautua. Viitteitä

⁴⁰ Televisiokritiikistä tarkemmin ks. Ruoho 2004; 2001, 209-252; Elfving 2003.

runsauden aikakaudesta kertoivat lehtien lisääntyvät liitteet ja erilaisten makuhierarkioiden läsnäolo listauksina ja äänestyksinä. Toisaalta *Seura*-lehdessä tapahtuneet muutokset, nuoriso-osaston kutistuminen ja matkailuosion kasvaminen kertoo halusta profiloitua suurten ikäpolvien lehdeksi ja pyrkimyksestä irrottautua ”koko perheen” konseptista, joka ei kenties enää 1990-luvun loppulla ole realistinen kun lehtimarkkinatkin profiloituvat entisestään: tarjolla on lukuisia nuortenlehtiä, naisten- ja miestenlehtiä eri harrastuspainotuksin.

Televisio-ohjelmiin liittyvä fanius alkoi näkyä 1990-luvulle tultaessa *Seurassa*, saippuasarja *Kauniiden ja rohkeiden* tai musiikkijuttujen lomassa. *Kauniiden ja rohkeiden* näyttelijöiden vierailujen yhteydessä puhuttiin jo katsojista faneina. Lehti oletti selkeästi lukijoilta kiinnostusta televisioesiintyjiin, koska lehdessä kirjoitettiin juttuja sarjojen näyttelijöistä ja tv-juontajista. Tätä oletettua kiinnostusta tai ihailusuhdetta ei kuitenkaan merkittävästi aktivoitu esimerkiksi kilpailujen, fanitapaamisten tai -kerhojen muodossa.

Katsossa sen sijaan erilaiset äänestykset, listaukset ja kilpailut yleistyivät ja katsojuus toisinaan nimettiin faniudeksi. Televisiotarjonnan muutokset ja lisääntyneet tv-kanavat näkyivät kasvavina ohjelmätietoina. Erilaisten satelliitti- ja kaapelikanavien ohjelmistoille varattu paikka laajeni lehdessä jatkuvasti. Tarjonnan kohdentamista ja tiettyyn intensiteettiin liittyvää katsojuutta ilmensivät erilaiset liitteet, kuten MM-jääkiekkoa ja loppukevään elokuvia koskevat irrotettavat liitteet.

2.1.1. Tähtitarinat faniuden aineksina – elokuvista sarjojen maailmaan

Entä millaisena fanius näiden lehtien sivuilla näyttäytyy? Television liittyvästä faniudesta näkyy häivähdyksiä jo 1965- ja 1970-vuosien aikakauslehdissä. Television yhteydessä ei kuitenkaan

puhuttu faniudesta vaan katsojista, ystäväistä (esim. *High Chaparalin* ystävät) ja ihailijoista. Fani-sanan käyttö tv-yhteydessä yleisyyttä vasta 1990-luvulla.

Tässä keskeiseksi nousee faniuden määrittely – voiko tv-tähden ihailijoita sanoa faneiksi, kun fani-termiä käytettiin television yhteydessä varsin vähän? Voiko sellaista löytää, mitä ei nimetty tai julkisuudessa käsitelty (vrt. Juvonen 2002, 24)? On ilmeistä, että tv-ohjelmiin liittyvä ihailu on faniuden kaltaista, olkoonkin, ettei sitä faniudeksi aina nimetty. Faniuden paikantamisen ongelmaa olen lähestynyt lukemalla lehtiaineistoa diskursiivisena kenttänä, joka antaa monenlaisia aineksia faniudelle ja määrittää sitä eri näkökulmista. Fanius tulee tekstissä näkyväksi tietyissä yhteyksissä, kun taas toisaalla se on jonkinlainen lähtökohta tai motiivi tekstille.

Katsojien kiinnostus elokuvatähtiä ja julkisuudenhenkilöitä kohtaan on selkeä lähtökohta varhaisille televisio-ohjelmia käsitteleville jutuille niin *Katsossa* kuin *Seurassakin*. Lehtien sivuilla on varsinkin vuosien 1965 ja 1970 otoksissa huomattavan paljon elokuvaa käsittäviä juttuja. Vuoden 1965 *Katson* edeltäjässä, *Radiokuuntelija-TV*:ssä oli elokuvatähtien esittelyyn luotu oma osastonsa, ”Elokuvaruutu”, jossa viikon elokuvan ohessa kerrottiin taustatietoja tähden urasta ja elämästä. Elokuvaruudussa esiteltiin muun muassa Doris Day (nro 13/1965) ja Jean Gabin (nro 15/1965). *Radiokuuntelija-TV* nosti esiin myös ohjelmien tekijöitä, kuten Genevessä työskentelevän radiotoimittaja Paula Porkan (nro 23/1965), luoden heistä julkkiksia oman ohjelmansa ulkopuolellakin.

Lehtien tapa kertoa yksityiskohtaisia taustatietoja tähdistä, heidän harrastuksistaan ja mieltymyksistään, on keskeistä fani-tiedon ainesta (Lewis 1990, 156). Lehtijutut asemoivat elokuvanäyttelijät poikkeukselliseksi henkilöiksi, joista kuuluu tai voi kiinnostua. Samalla jutut houkuttelevat lukijoita omaksumaan ihailijan, fanin, aseman.

Seurassa esiteltiin kuuluisuuksia erityisesti elokuvan ja musiikin alalta, harvemmin television tai radion alalta. Sen sijaan *Radiokuuntelija-TV/Katso* kertoi erityisesti televisiosarjojen tähdistä, kuten Peyton Placen⁴¹ James Douglasista (16/1970) tai *Ironsides*-sarjan Perry Masonista (15/1970). Jutut olivat luonteeltaan tähtien uraa taustoittavia ja sisälsivät tietoa näyttelijäntöistä muissa tv-sarjoissa tai elokuvissa, tietoa koulutuksesta ja harrastuksista.

Televisiosarjojen näyttelijöitä koskevat jutut noudattelivat elokuvatahteyden logiikkaa: kiinnostuksen kohteena on näyttelijän persoona, josta pyritään tuottamaan lukijakunnalle mahdollisimman kiinnostavaa tietoa, etsimään yksityistä, autenttista persoonaa julkisuudenroolin takaa (Dyer 1991, 136–137). Lehtien tapa asemoida televisioesiintyjät kiinnostuksen kohteeksi on selkeä oletus lukijoiden faniuden kaltaisesta suhteesta tv-esiintyjiin. Sari Elfving (2004) on tarkastellut Timo T.A. Mikkosen kuuluisuuden rakentumista 1970-luvun taitteen lehtikirjoittelussa ja tuonut esiin television ja lehdistön välisen työnjaon julkkisten tuottamisessa: linkittyminen television kanssa oli lehdistön identiteetille tärkeää (ks. myös Heiskanen 1981).

Vuoden 1970 *Katso* sisälsi jo runsaasti televisioesiintyjä koskevia juttuja: juontajia (16/1970), tv-julkkisten harrastuksia (21/1970) ja vaimoja (22/1970) sekä sarjafilmiä näyttelijäkaartia (26/1970).

Televisiosarjojen näyttelijät näyttäytyivät niin *Katson* kuin *Seurankin* sivuilla elokuvatahtien kaltaisina. Tähteyden keskeisenä rakennusaineena ovat henkilöjutut, eivät niinkään sarjan maailmaa käsittävät artikkelit. Toki lehdet sisälsivät runsaasti sarjojen esittelyjuttuja, mutta eivät varsinaista sarjoista ammennettua keskustelua, juonipaljastuksia ja spekulointia, ja sarjojen näyttelijöitä koskevissa jutuissa sarjan maailma häivyttiin taustalle.⁴²

⁴¹ Peyton Placeen liittyvästä aikalaiskriitikistä ks. Ruoho 2004; 2001; Elfving 2003.

⁴² Sarjojen maailmasta ja maailmankuvasta kirjoitettiin lähinnä kritiikeissä ja lukijoiden palautteissa (ks. Elfving 2003).

Valaiseva esimerkki siitä, kuinka tv-sarjojen hahmot artikuloitiin katsojille on *Katson 2,5* aukeaman juttu ”Kuka kukin on sarja-filmeissä” (26/1970), joka listasi lyhyin kuvauksin eri tv-sarjojen hahmoja – kuvauksen kohteena ei ollut kuitenkaan roolihahmo vaan näyttelijä ja hänen taustansa.

Televisioesiintyjän merkitys yleisölle rakentui perinteisen elokuvatähteyden kautta.⁴³

Uusi väline oli tuottamassa kuitenkin uudenlaista suhdetta tähteyteen. Toisin kuin elokuvan kohdalla, televisiosarjojen jatkuvuonisuus piti televisiotähdet läsnä arjessa luoden tunteen eräänlaisesta rinnakkaiselämästä,⁴⁴ joka nosti etualalle näyttelijän roolihahmoa ja sarjan maailmaa. Heidän elämänsä palattiin säännöllisin väliajoin, aina uudestaan. Kiinnostuksen kohteeksi alkoi näin muodostua roolihahmo, ei näyttelijä. Tästä murroksesta ja sen tuottamasta hämmennyksestä kertoo *Peyton Placen* tähden, Rodney Harringtonia esittävän Ryan O’Neilin vierailu Suomessa juhannuksena 1970.

Vierailussa nousi esiin televisiosarjan faniuteen liittyvä erityinen piirre: faniuden kohteena on sarjan hahmo ei niinkään näyttelijä (Jones 2000). Vierailu teki myös näkyviksi ihailijat, jotka

⁴³ Suomalaista elokuvatähteyttä ei vielä varsinaisesti ollut 1920-luvulla, tosin tuolloin elokuvalehdissä kirjoitettiin ahkerasti ulkomaisista elokuvatähdistä. Anu Koivusen (1992) mukaan edellytykset suomalaiselle tähtikultille syntyivät 1930-luvun puolivälissä, jolloin elokuvissakäynti, elokuvatuotanto ja elokuvalehdet lisääntyivät. Suomalainen elokuvatähteyks alkoi kukoistaa 1940–50-luvulla, jolloin esimerkiksi Ansa Ikonen ja Tauno Palo olivat suosion huipulla. Tätä edelsi kuitenkin Theodor Tugain lyhyehkö ura ”Suomen Valentinona” 1930-luvulla. (Honka-Hallila et al. 1995, 44–45, 88–89).

⁴⁴ Jostein Gripsrud (1995, 250) käyttää rinnakkaiselämän käsitettä erityisesti päivitysdraamojen ja saippuaopperoiden yhteydessä, joiden läsnäolo rakentuu Gripsrudin mukaan oleellisesti erilaisena kuin ”suurta eepistä tarinaa vihjaavien” *Dynastian* ja *Dallasin*. Käsitettä on kuitenkin sovellettu laajemmin televisioon. Esimerkiksi John Ellis (2000, 75) näkee uutisten aikajännitteen rinnakkaista tätä hetkeä tuottavana. Fiske (1987, 22, 96–97) puhuu television tämänhetkisyydestä (nowness). Ks. myös Ukkonen 2000 saippuoiden rytmittämästä televisiokulttuurista sekä Brown 1994 saippuaopperoiden ”tämänhetkisyydestä” naiskatsojien puheessa.

muuten tähteyttä käsittävässä jutuista olivat poissa, tosin läsnä oletettuna lukijakuntana. Sekä *Katso* että *Seura* kertoivat Ryan O’Neilin Suomen vierailusta näyttävästi. Ryan O’Neilin kuva koristi *Katson* (27/1970) kantta ja sisäsivulla vierailusta kertoi kahden aukeaman juttu otsikolla:

”Uskokaa (kuten virkavalta) tai älkää: Rodney näytti itseään ilmaiseksi”. *Katson* jutussa kerrotaan seikkaperäisesti kuinka Ryan O’Neil matkusti Espanjan kautta Suomeen ja kuinka järjestäjät urakoivat varmistaakseen, että hän löytää perille. Jutussa käyte-tään rinnan Ryan O’Neil ja Rodney Harrington nimeä, välillä jopa yhdistelmänä Rodney-Ryan. Rinnakkaisten nimien käyttö ilmentää tv-tähteyden paikantamisen vaikeutta – siinä on piir-teitä elokuvatähteydestä, mutta myös erityisiä tv-sarjatähteyteen kytkeytyviä piirteitä.

Ajan mainoksista ilmenee, että roolihahmon nimen käyttö oli yleistä. Yhden esiintymispaikan, Keimolan mainoksen mukaan suomalaiset saapuivat 1970 katsomaan ”Peyton Placen Rodney Harringtonia”, eivät Ryan O’Neilia. Seuraavana vuonna Keimo-lassa esiintyi ”TV:n Virginialainen”. Juhannusjuhlassa Virginia-laista näyttelevä James Drury ratsasti lavalle ja kertoi ”Terveisiä Shiloh-ranchilta”.⁴⁵ Hän ei siis tullut Yhdysvalloista, vaan suoraan tv-sarjan maailmasta. Myös *Seura*-lehdessä *Peyton Placen* tähdis-tä puhuttiin roolinimillä Rodney Harrington ja Rachel⁴⁶ (*Seura* 13.5.1970; 24.6.1970; 28.4.1972).

Kyse on mediatekstien, ei todellisten fanien puhetavoista. Mediatekstit kuitenkin osaltaan tuottavat ja heijastavat tähtiin liittyviä puhetapoja. Puhutellakseen lukijoitaan niiden on myös noudatettava tiettyjä lukijoilleen tuttuja diskursiivisia sääntöjä

⁴⁵ <http://personal.inet.fi/urheilu/keimola/28a.htm/>. Linkki tarkistettu 28.2. 2005.

⁴⁶ ”Rachelin silmät loistavat taas” otsikoitu juttu *Seurassa* 28.4. 1972 kertoi *Peyton Placessa* Rachelia näyttelevän Leigh Taylor-Youngin suhteesta Rodney Harringtonia näyttelevään Ryan O’Neiliin. Näin lehti tuottaa rinnakkaisuutta sarjan ja reaali maailman välille.

(Spigel 1992, 7). Näin voidaan olettaa, että esimerkiksi tapa puhua Ryan O’Neilistä Rodney Harringtonina on ollut yleistä.

Katson jutussa nimeämisen ongelmaa käsiteltiin kertomalla, kuinka ”hän itse halusi esiintyä Rodney Harringtonina, sillä hän tiesi sitä häneltä odotettavan”. Roolihahmon nimen käyttöä on erikseen perusteltava ja tuotava esiin se, että toimituskunta ymmärtää eron faktan ja fiktion välillä.

Kyvyttömyys faktan ja fiktion erotteluun on yksi keskeisiä television tuottamia huolen aiheita. Katsojien uppoutuminen ja koukkuun jääminen suhteessa fiktiivisiin sarjoihin nähdään pelottavina ilmiöinä, jotka voivat hämärtää todellisuudentajua. Tämä huoli näyttää eskaloituvan silloin, kun tv-sarjan tähdistä puhutaan roolihahmojen nimillä.⁴⁷

Selkeitä muutoksia televisiotähtiä koskevissa puhetavoissa kuitenkin on tunnistettavissa ja nämä muutokset kytkeytyvät myös televisioilmaisun muutoksiin, kuten päivittäissarjojen tuloon Suomen televisioon 1990-luvun alussa (ks. Ruoho 2004).

Parikymmentä vuotta Ryan O’Neilin vierailun jälkeen Suomessa kohistiin amerikkalaisesta saippuasarjasta *Kauniit ja rohkeat*, jonka tähdet Ryan O’Neilin tavoin tulivat Suomen vierailulle. *Kauniit ja rohkeat* -sarjan lehtikirjoittelua tutkineen Jenni Ukkosen mukaan julkisuudessa käsiteltiin aluksi uuden saippuasarjamuodon merkitystä katsomistottumuksiin, päivittäisyyttä ja esitysaikaa, koukkuun jäämisen seurauksia sekä sarjan amerikkalaisuuden vaikutuksia (Ukkonen 2000, 256–257). Pian kirjoittelu kuitenkin alkoi ammentaa aiheita suoraan sarjan maailmasta, jolloin siitä tuli lehtijuttujen lähtökohta, jolla palveltiin sarjan

⁴⁷ Esimerkiksi suomalaisen *Kotikatu*-sarjan näyttelijän Risto Aution puhuttelu roolinimellä Hannes Luotola käsiteltiin *Ilta-Sanomissa* 8.11.1997 otsikolla ”En ole Hannes, uskokaa jo!”. Jutun mukaan näyttelijä Aution elämä on vaikeutunut sarjan uusien juonenkäänteiden vuoksi: koska roolihahmo Hannes Luotola on alkanut ryyppäämään, Risto Autiokin saa kuulla ventovieraiden huomautuksia juomistavoistaan. Jutun kuvatekstissä todetaan, että ”monta vuotta kestävä sarjat hämärtävät katsojan silmät erottamaan faktan ja fiktion”.

katsojia (mt., 258). Televisiosarjan fiktiivinen maailma ja reaali-todellisuus kulkivat lehtikirjoittelussa rinnakkain.

Kun *Seurassa* ja *Katsossa* uutisoitiin toukokuussa 1993 sarjan romanttista sankaria Ridgea esittävän Ronn Mossin tulevasta Suomen vierailusta, jutuissa näyttelijän ja roolihahmon nimet kulkevat rinnan kuvastaen jälleen televisiotähten roolihahmon painavuutta suhteessa näyttelijän persoonaan.

Katson (20/1993) kansikuvassa poseeraavaa Ronn Mossia reu-nustaa teksti: ”Kevään karismaattisin tähtivierailu. Viekö Ridge jalat alta?” Sisäsivun juttu käsittää Ronn Mossin haastattelun ja taustan lapsuudesta saippuasarjan tähdeksi. *Seuran* (18/1993) ennakkojuttu on niin ikään Ronn Mossin haastattelu otsikolla: ”Toukokuun tähtivieras. Ihana Ridge!” Kun *Katso* keskittyi Ronn Mossin taustoihin, *Seuran* juttu kertoi tähtivieraan yksityiskoh-taisen vierailuohjelman, antaen lukijoille tietoa siitä, milloin tähti olisi nähtävissä. *Seura* teki myös jutun itse vierailusta otsikolla ”Ronn Moss valloitti Suomen” (21/1993). *Seuran* jutussa puhu-taan innokkaista faneista, joten fani-sanan kytkeminen televisio-sarjaan näytti jo luontevalta.

Televisiotähtien vierailuihin kytkeytyvä nimeämisen vaikeus ilmentää television fiktiivisten sarjojen katsojasuhteen erityisyyt-tä, jossa roolihahmo ja sarjan maailma ovat etusijalle asettuvia kiinnostuksen kohteita. Tämä orientaatio ei kuitenkaan ole hel-posti paikannettavissa televisiota koskevissa lehtikirjoituksissa. *Katsossa* käsiteltiin kylläkin vuonna 1970 tv-sarjojen perheitä, mutta kuten todettu, näyttelijöitä koskevissa jutuissa roolihahmo jää sivujuonteeksi.

Muutoksia on nähtävissä 1990-luvulla, jolloin esimerkiksi tv-sarja *Teho-osaston* eri henkilöahmot esiteltiin lyhyesti – tällä ker-taa kuvaus koski nimenomaan roolihahmoa, ei näyttelijän taus-toja (*Katso* 14/1995).⁴⁸ Sarjan maailman merkityksestä keskeisenä

⁴⁸ *Helsingin Sanomien Nyt*-liitte esitteli kevään 1999 tv:n sarjat ”A:sta Ö:hön” ku-vaten nimenomaan sarjan maailmaa. Esimerkiksi *Dallasin* esittely alkaa sanoin Bobby Ewing (yksi sarjan keskushahmoista, K.N.) on yhä kuollut.

kiinnostuksen kohteena kertonee *Katsossa* 15–16/1995 julkaistu mainos *Kauniit ja rohkeat* -puhelinlinjasta, joka lupaa tietoa viimeisimmistä juonenkäänteistä. Tähän viittaa myös *Katson* sivuilla ollut lyhyt uutinen *Kauniista ja rohkeista*, jonka yhteydessä on varoitus juonipaljastuksesta.

Televisiokirjoittelussa on siis nähtävissä selkeä muutos elokuvatahteyden kehyksestä kohti omaa television sarjallisuuden rakentamaa tähteyttä, jolloin faniuden kohteena ei ole niinkään näyttelijä vaan roolihahmo. Kun vuonna 1970 lehdet kertoivat ”Kuka kukin on” televisiosarjoissa, ne esittelivät nimenomaan näyttelijän uraa ja taustoja. Parikymmentä vuotta myöhemmin esittelystä ovat itse tv- sarjan maailma ja fiktiiviset henkilöahmot taustoinen.

2.1.2. *Kirkuva, vaarallinen yleisö*

Uudenlaisen identiteetin, televisio-ohjelmiin liittyvän faniuden, rakentumisessa kohtaavat erilaiset käytännöt kulttuurin eri alueilta ja representaatioissa näkyy väistämättä jälkiä siitä mitä on.

Katson ja *Seuran* sivuilta voi paikantaa kiinnostavan yhteyden televisio-ohjelmien ja popmusiikin välillä: lehtikirjoittelussa tv-fanius, silloin kun se on näkyvää, se on näkyvää juuri samanlaisena kuin popmusiikin fanius – kirkuvana joukkona. Myös sana fani kulkeutuu television yhteyteen popmusiikin foorumilta.

TV-fanius tulee näkyväksi erityisesti televisiotähtien, kuten Ryan O’Neilin ja Ron Mossin, vierailujen yhteydessä. Vierailut ja niiden uutisointi toimivat faniuden tuottajina monella tasolla. Ne rakentavat yksityisyyteen kiinnittyvälle tv-faniudelle julkisia foorumeja – faniuden paikkoja. Tähtien tapaamiset ovat rock-konsertin kaltaisia julkisia tapahtumia, joissa fanius tulee näkyväksi. Vierailujen uutisointi edelleen lisää faniuden näkyvyyttä ja myös määrittää, asettaa rajoja ja käsityksiä sille, millaista tv-fanius voi olla.



Ryan O'Neilin Suomen vierailusta kerrottiin Seurassa 27/1970.

Ryan O'Neilin vierailua käsittävän jutun yhteydessä on sivun kokoinen kuva lavalla seisovasta, ihailijoiden piirittämästä O'Neilistä. Kuvassa etualalla on alhaalta ylöspäin kohti Ryan O'Neiliä kurottavia käsiä. O'Neilillä on kasvoillaan irvistyksen kaltainen virne hänen puristaessa yhden ihailijan kättä. Yleisöstä ei näy juuri muuta kuin kädet, jotka juuri ja juuri ovat saavuttamassa lavalla seisovan tähden. Kuva ilmentää tähden ja ihailijan suhdetta: yhden suhdetta joukkoon. Samalla kuva konstruoi tv-tähden ihailua kertoen lukijoille miten ihailijoina (tai faneina) ollaan.

Tekstissä Ryan O'Neil asemoituu tähdeksi, jonka kärsivällisyys on koetuksella ja jonka on kestävä humalaiset ja hysteeriset ihailijat. Hän asemoituu myös tekstissä tähdeksi, joka ”ei pelännyt kirkuvia pellavapäisiä tyttöjä, jotka virkavaltaa ja omaa hyvinvointiaan uhmaten ryntäilivät kohti Rynania”. Ihailijat näyttävät näin varsin stereotyyppisesti hysteerisenä joukkona – ja sukupuolitettuna⁴⁹ (Jensen 1992). Jutun ei-kirkuvat-tytöt asettuvat tekstissä ”poliisiketjun ulkopuolelle” ja esittivät ”toisenlaisia” näkemyksiä eli epäilevää suhtautumista tv-tähteen.

Kauniiden ja Rohkeiden Ron Mossin Suomen-vierailun yhteydessä faniutta käsitellään hieman toisin. *Seura*-lehden juttu (21/1993) rakentaa hyvän faniuden kuvastoa: tähtivieras Ronn Moss kiittelee faneja ”ystävällisyydestä, lahjoista, korteista ja lämpimästä huomiosta”. Jutun kuvitus on kääntänyt tähti-fani asetelman nurin: Sivun kokoisessa kuvassa Moss on itse kamera kädessä vaimonsa vierellä tallentaen muistoja Suomen-vierailusta. Pienemmässä kuvassa hän kirjoittaa nimeään fanin käteen toisen fanin seistessä vieressä tilannetta seuraamassa. Tekstissä fanit kuvataan kuitenkin jälleen 15 000-päisenä joukkona, jonka tunkeilun vuoksi Tallinnan laiva (yksi esiintymisfoorumi) ”oli revetä”.

⁴⁹ Henry Jenkinsin mukaan fanikuvaston sukupuolittuneisuus ilmenee siten, että naispuoliseen faniin liitetään eroottista energiaa, miespuoliseen faniin vaaraa ja väkivaltaa (Jenkins 1992,15).

Vielä parikymmentä vuotta O’Neilin vierailun jälkeen lehti-jutuissa toistuu faniuden kuvaus hysteerisenä joukkona, mutta samalla faniutta käsitellään jo positiivisemmassa valossa. Tähteyshän on arkistunut, kun tähti itse asemoituu uteliaaksi turistiksi. Jutun kuvitus rikkoo perinteistä kaavaa tähdestä musertavan ihailijajoukon piirittämänä ja tekee tilaa yksilöllisemmälle faniuden kuvaukselle.

Vierailuja lukuun ottamatta televisioon liittyvä fanius näkyy lähinnä tv-tähtiä koskeissa jutuissa sivujuonteena ja tällöin pohditaan sitä, häiritsevätkö fanit tähteä tai riittääkö hänellä kärsivällisyyttä ihailijalauman vaatimuksiin. Television kuuluisuuksien ja heidän ihailijoidensa välistä suhdetta kuvaavissa jutuissa toistuu itsepintaisesti jaottelu yksinäiseen tähteen ja hysteeriseen joukkoon. Televisioetsivä Columboa näyttelevän Peter Falkin haastattelu (*Katso* 23/1975) on kuvaava: ”Columbo on saanut Peter Falkin tukalaan tilanteeseen. Mihin tahansa hän etsiytyykin aina roikkuu joku hihassa mairea hymy huulillaan, tarjoamassa ryyppyä, tunnustamassa ihailuaan tai heittävässä huulta.”

Faniuden toistuva kuvaus hysteerisenä joukkona, uhkaavana massana kytkeytyy osaltaan siihen, kuinka populaarijournalismi toimii: se kiinnittää huomion poikkeukselliseen, sensaatioon ja puhuttelee tunteen tasolla (Sparks 2000). Faniuden kuvaus piirittää kulttuurisia hierarkioita tuottaen faneista uhkaa ja häiriöitä. Tämän voi nähdä yhteydessä tapakulttuurin ja yleisökäytäntöjen perinteeseen, joilla tuotetaan eroja ihmisten välille. Tavat reagoida fyysisesti, osoittaa tunteensa ovat kulttuuriin sidottuja, niillä on omat paikkansa ja muotonsa ja niitä myös ohjastetaan erilaisin käytösoppain. Esimerkiksi Richard Sennett (1976, 206) kuvaa, kuinka 1800-luvulla teatteriyleisön käytös muuttui äänekkäästä, spontaanin reagoivasta hillityksi kuvastaen nimenomaan luokkeroa. Hillityllä käytöksellä porvaristo halusi erottautua rahvaasta.

Myös suomalaisessa kulttuurissa tunnekokemus varsinkin populaarikulttuuriin yhdistyneenä on nähty epäilyttävänä, pin-

nallisena ja tuomittavana (Rautiainen 2001, 114–120; ks. myös Rautiainen 2003; Elfving 2003).⁵⁰

Faniuden julkinen näkyvyys rikkoo näin ollen tiettyjä käyttäytymisen koodeja ja Mary Douglasia (1966) mukailleen sen voisi sanoa olevan likaa kulttuurissamme. Toisaalta fanius voi myös tarjota sallitun paikan, perusteen, julkiselle tunteen purkaukselle. Oikeassa paikassa, esimerkiksi konserttilavan reunalla tunteiden julkinen osoittaminen ei ole ongelma vaan suorastaan ”hyvän” faniuden edellytys, kuten *Seuran* Ron Mossia koskeva juttu osin antoi ymmärtää.⁵¹

Jensen (1992) on nimennyt faniutta käsittävistä akateemisista ja populaareista teksteistä kaksi faniuden patologisoivaa kuvastoa: hysteerinen joukko ja pakkomielteinen yksilö. Jensenin mukaan pakkomielteinen yksilö kuvaa atomisoitunutta, perheestään ja ystävistään vieraantunutta ihmistä, joka on kehittänyt intensiivisen fantasiasuhteen mediahahmon kanssa. Tämä kuvasto kertoo ”atomisoituneesta massasta”, joka on ollut keskeinen näkemys myös joukkoviestinnän tutkimuksen behavioristisessa MCR-perinteessä.

⁵⁰ Stuart Hall on painottanut, että massakulttuurin piilotettu agenda on koskenut massoja – heidän poliittisia ja kulttuurisia pyrkimyksiään, kamppailuja ja tyynnyttelyä kulttuuristen instituutioiden kautta. Huyssen (1988, 46–47) toteaa, että poliittiset, psykologiset ja esteettiset diskurssit asemoivat johdonmukaisesti massakulttuurin ja massat feminiinisinä kun taas korkeakulttuuri asemoitui miestoiminnan piiriin 1900-luvun alussa. Näin ollen miesten massa/populaarikulttuurin kulutuksesta tulee näkymätöntä.

⁵¹ Tällaisia sallitun paikkoja voi löytyä esimerkiksi urheilun piiristä. Kevään 2003 jääkiekon MM-kilpailuissa Yleisradion urheilutoimituksen kisalähetyksessä faniutta rohkaistiin kilpailuun ja äänestyksiin. Urheilufanius kytkeytyy laajan ja näkyvän miesosallisuuden vuoksi vahvasti maskuliinisuteen ja yhdistyy viralliseen kulttuuriin esimerkiksi uutisinstiution kautta. Toisaalta jalkapallohuliganismi Britanniassa on määrittänyt urheilufaniutta myös potentiaalisesti väkivaltaisena. (*The Fan* -elokuva, tv-sarja *Fitz ratkaisee*). Tutkimuksissa urheilufaniutta lähestytään usein luokan ja sosiaalisen murroksen kysymysten kautta – harvemmin yksityisten tunteiden pohdintana (ks. Brown 1998; vrt. Kolamo 2002). Kiinnostavaa on toisaalta se, että urheilufaniudenkin piirissä faniuteen liitetyt stereotypiat kuuluvat voimakkaina fanien kokemuksessa (Heinonen 2003).

sä (Morley 1992, 45; Pietilä 1997, 36–37). Tähän vieraantuneeseen yksinäiseen faniin liitetään usein vaarallisuus, varjostaminen ja väkivallan mahdollisuus.

Hysterisen joukon kuvasto kertoo puolestaan haavoittuvasta, irrationaalisesta joukkotaivuttelun ja massamedian uhrista. Tälle kuvastolle on leimallista korostaa kontrollin menetystä, epäjärjestystä, lumousta, elämellisyyttä ja viettejä. Samantha Barbas (2001, 3) tekee varsin samanlaisen jaottelun kuin Jensen 1910–50 -luvun elokuvafaniutta koskevasta kirjallisuudesta, josta erottuvat hullu joukko ja höpsö koulutyttö.

Hullun fanin kuvastoa on ahkerasti kierrätetty elokuvissa (*The Fan, Piina, Bodyguard*; vrt. Lewis 1992) ja kuvastolla on pitkät perinteet. Yhdysvaltalaisen Nathnael Westin vuonna 1938 kirjoittama romaani *Heinäsiirakan aika* (*The Day of the Locust*) kuvaa elokuvafaneja julmiksi, katkeriksi ja väkivaltaisiksi (Barbas 2001, 2–3). Fanius yhdistettiin sairauteen (filmitis) ja hulluuteen elokuvafaniudesta kertovissa varhaisissa lehtijutuissa Yhdysvalloissa (mt.). Valentino-faniutta 1920-luvulla sekä Beatles-faniutta 1960-luvulla kuvattiin aikalaislehdissä hulluutena ja epidemiana (Barbas 2001, 2, Ehrenreich et al. 1992 87–89).

Elokvien suomalaista naisyleisöä kuvattiin 1930-luvun taitteessa niin ikään kuumeisena. Anu Koivusen (1992) mukaan naisten elokuvakokemus määriteltiin aikalaislehdissä ”kivunsekaisena mielihyvää tuottavana kuumeena tai pyöräytyksenä”, ja sitä selitettiin erotiikan avulla.⁵²

Hullun fanin leima on osa arkista faniuden käsitettä, joka muotoutuu lukuisissa lehtijutuissa, elokuvissa, tv-dokumenteissa ja kirjallisuudessa – myös *Katson* ja *Seuran* sivuilla.

Jensen (1992) hahmottaa tämän kuvaston taustalta modernisaatioon liittyvää kritiikkiä, joka kytkeytyy sellaisiin yhteiskunnal-

⁵² Koivusen (1992) mukaan naisten uusi näkyvyys yleisönä koettiin uhkana, johon elokuvajournalismi vastasi muun muassa idealisoimalla naisten seksuaalisuutta, projisoimalla naisten näkyvyyden kaukaisiin elokuvatähtiin sekä halveksimalla naisten kulutuskulttuuria ja kulutusta yleensä.

lisiin muutoksiin kuten teollistumiseen, massakulttuurin kehittymiseen, kaupungistumiseen ja oletettuun sosiaalisten verkostojen hajoamiseen. Fanius ikään kuin korvaa menetettyä sosiaalisuutta. Jensenin luennan mukaan faniuden stereotyyppioissa kyse on pikemminkin siitä, miten käsitämme modernin kuin mitä fanius merkitsee. Sosiaalisten suhteiden hajoaminen, vieraantuneisuus ja median valta liittyvät siihen kuinka modernisaatiota kuvailaan: sitä hallitsee materiaallinen edistys mutta henkinen köyhyys. Fanius tavallaan ilmentää modernisaation ongelmia – yhteisön katoamista ja massamedian nousua.

Ei siis ole yllättävää, että silloin, kun katsojat toivat äänensä kuuluviin lehtien sivuilla, puhetavoista ja itsemäärittelystä voi tunnistaa tunteenomaisen mediasuhteen määrittelyä negatiivisin sanoin. Erilaiset katsojapalautteelle rajatut palstat ovat tällaisia itsemäärittelyn alueita. *Katsossa* kerrottiin katsojien mielipiteitä ja katseluvalintoja juttusarjassa ”Meidän mielestämme” vuonna 1970. Katsojille oli avautunut myös oma foorumi, ”Katsojan kannalta”, jossa sai antaa palautetta tv-ohjelmista. Kirjoittamista rohkaistiin palkitsemalla kiinnostavin kirje 15 markan summalla.⁵³

Palaute kohdistettiin nimenomaan suoraan ohjelmien tekijöille, ei suinkaan *Katson* toimituskunnalle. Näin ollen *Katson* paikana oli välittää katsojien ja tv-tuotannon välistä kommunikointia. Palstalla kommentoitiin myös muiden katsojien näkemyksiä ja palstaa voikin pitää varhaisena versiona internetin televisioaiheisista keskustelupalstoista (ks. Pietilä 2001).

Katsossa oli vuonna 1970 myös ”Kysykää!”-palsta, jossa katsojat esittivät tv-sarjoja ja elokuvia koskevia kysymyksiä. Kysykää

⁵³ Vuonna 1975 palkkio oli jo toista luokkaa: kiinnostavimmasta kirjeestä annettiin 290 markan arvoinen Philips matkaradio tai 184 markan vatkain. Vuonna 1980 palkintona oli 10 C-kasettia (80 mk) ja ”Carsette-kasettiteline” (39 mk). Vuonna 1985 ”Katsojan kannalta” osaston nimeksi oli tullut ”Suora linja” ja kirjeitä palkittiin yhä. Nyt luvassa oli Braun höyryrauta (299 mk) tai jalkojenhoitolaite (445 mk). Vuoden 1990 jälkeen palsta pysyi yhä lehdessä, mutta palkkioita ei enää jaeltu.

-palstalla haluttiin tietoa muun muassa *Vaarallista tehtävää* -sarjan jatkosta, elokuvista, ohjaajista, tv-luvasta ja nuortenohjelmista. Sekä Katsojan kannalta että Kysykää -palstan voi nähdä rohkaisevan katsojia omien näkemysten esittämiseen ja aktiiviseen tv-suhteeseen. Palstat kertovat myös kuinka katsojuutta ilmennettiin. Tällä palstalla katsojuus näyttäytyy heterogeenisena: se on vaativaa, tyytymätöntä, tiedonhaluista ja intensiivistä. Usein kirjeen lähettäjä on ollut tyytymätön ohjelmatarjontaan tai kiittelee hyvästä ohjelmasta. Nimimerkit viittaavat esimerkiksi asuinpaikkaan, sosiaaliseen taustaan, siviilisäätyn tai mielentilaan ("Vihainen", "Rouva Kuopiosta").

Näiltä palstoilta on luettavissa tiettyjä tv-faniuden piirteitä: Innokasta tiedonhankintaa sekä intensiivistä suhdetta tv-sarjoihin. *Peyton Placen* lumosta kertoo kirje, jossa toistetaan faniuteen liitettyjä oletuksia hulluudesta, intensiivisyydestä, koukkuun jäämisestä. "Tulen hulluksi ja se johtuu siitä, että Peyton Placesta esitetään aina pirullisen pieni pätkä kerrallaan". Nimimerkkinä on "Melkein mielenvikainen" (23/1970). Nimimerkkeinä käytettiin myös "ihailijaa" ja "ihailijajoukkoa" sekä erityisesti urheilun yhteydessä "hullua" (urheiluhullu 25/1970, moottorihullu 22/1970, myös hevoshullu 18/1975).

Näin katsojat näyttivät omaksuneen innokkaan ihailijan position kirjeissään. Televisio-ohjelmien yhteydessä intensiivisyyttä ilmennettiin hulluuden ja mielenvikaisuuden termeillä, mikä tarkoittaa samalla kulttuurisen normaaliuden hylkäämistä ja oman position hyväksymistä outoutena, olkoonkin että ilmauksiin liittyy tiettyä parodiaa ja leikillisyyttä. Tämän position omaksuminen myötäilee niitä kulttuurisia merkityksiä, joita intensiiviseen mediasuhteeseen liitetään.

Fan-sanaa ei tässä yhteydessä aineistossani juuri käytetty ennen 1990-lukua. Sen sijaan fan-sanaa käytettiin popmusiikin (Osmonds-fan vm 33 *Katso* 14/1975, Dingo-fani 16/1985) ja urheilun (Rateko-fan *Katso* 14/1975, Naispuolinen jääkiekkofani *Katso* 22/1995) yhteydessä. Intensiivisen katsojuuden mieltämi-

nen nimenomaan faniudeksi näyttää nousevan esiin 1990-luvulla, jolloin katsojapalautetta kirjoitti muun muassa ”Ei Irenen (kuuluttaja Irene Usvasalo) fani” (23/1990) ja ”Ikuisesti McGyver-fani” (21/1990).

Fani-sanan kulkeutuminen televisiokatsojuuteen voidaan tulkita faniuden arkipäiväistymisenä: Outouden ja hulluuden epäselvä sanasto on korvautunut sanalla fani, joka nimeää ja paikantaa tietynlaisen mediasuhteen ja siihen liittyvät käytännöt.

2.1.3. *Lehdet fanikäytäntöjen oppaina: leikkaa irti ja ota talteen!*

Lehdet tuottavat paitsi käsityksiä katsojuudesta ja faniudesta myös katsojuuden ja faniuden käytäntöjä. Tekstit puhuttelevat lukijoita eri tavoin ja luovat varsin konkreettisia toimintamalleja lukijoille. Sekä *Seurassa* että *Katsossa* lukijoita aktivoitiin erilaisen juttutyypin kautta intensiiviseen mediasuhteeseen. Tätä aktivointia tapahtui erityisesti popmusiikin alueella. Aktivoinnin rinnalla voidaan puhua myös palvelusta, sillä kyse ei ole yksin ylhäältä päin luodusta mallista, jonka lukijat omaksuvat.

Lehtien sivuilla tapahtuvat muutokset voi nähdä voitontavoittelun ohella pyrkimyksenä sopeutua yleisiin kulttuurisiin muutoksiin ja vastata lukijoiden oletettuihin toiveisiin (ks. Spigel mainonnasta 1992, 7). Sekä *Seurassa* että *Katsossa* uusien osastojen luomista voidaan tulkita merkinä lukijakunnan eriytymisestä ja pyrkimyksestä puhutella lukijoita erilaisina ryhminä, kohdeyleisöinä.

Seurassa ilmestyi jo vuonna 1965 toimittaja Kari Tuomen oma palsta, joka esitteli popmusiikin tähtiä ja kertoi heidän taustatietojaan. Tältä palstalta löytyi myös otokseni ensimmäinen fansa laulaja George Famen fan-klubin osoitteen yhteydessä (*Seura* 21/1965). Palsta rohkaisee aktiiviseen yleisösuhteeseen antamalla aineksia tiedonhankintaan ja fanikirjeiden kirjoittamiseen.

Ottaen huomioon popmusiikkisivustojen tavan puhutella lukijoita ei ole yllättävää, että *Seura*-lehdessä televisiofanius ei nouse esiin televisio-ohjelmien sivuilla vaan nimenomaan pop- ja rockmusiikkia käsittelevillä Popstop⁵⁴ sivuilla. Popstop sivuilla oli ”Kysy mitä vain” -palsta, jossa lukijat voivat esittää kysymyksiä popmusiikista, mutta varsin usein aiheina olivat tv-sarjojen tähdet. Esimerkiksi 2.5.1980 lukija halusi lisätietoja *Ammattilaiset*-sarjassa (*The Professionals*) näyttelevästä Martin Shawsta sekä fani-osoitteen.⁵⁵

Televisiosarjoista kyseltiin tällä palstalla ilmeisesti niin usein, että vuoteen 1990 mennessä palstan otsikkonakin oli ”Kysy mitä vaan popmusiikista, elokuvasta ja tv-vihteestä”. Näin ollen tv-fanius näyttääkin kytkeytyneen *Seura*-lehden sivuilla nimenomaan nuorisokulttuuriin, popin ja rockin maailmaan ja linkittyy näin niiden fanikäytäntöihin ja on selkeä esimerkki erilaisten faniuksien välisistä yhteyksistä tai sukulaisuuksista (Hills 2002, 131).

Fanikäytäntöjen kulkeutuminen alueelta toiselle näkyy myös *Katso*-lehdessä, joka tarjosi C-kasettien keräilykuvia lukijoilleen vuonna 1975 (”värikkäitä lipukkeita, jotka on mitoitettu kasettiin sopiviksi, mutta joita voi aivan yhtä hyvin kerätä vaikkapa vihkoon liimattavaksi”), mutta kymmenen vuoden kuluttua keräilyn kohteeksi vaihtuivat videokasettien kannet. Popmusiikin fanikäytäntö siirtyi näin luontevasti television alueelle.

Videokansien kokoisissa keräilykuvuissa esiteltiin jokin viikon televisioelokuva taustatietoineen (ohjaaja, käsikirjoitus, näyttelijät ja valmistusvuosi). Kuvaa kehystävän katkoviivan kohdalla

⁵⁴ Musiikkisivut kulkivat Rockstop nimellä vuonna 1985, vuonna 1990 osaston nimi oli Rock’n’roll ja vuonna 1995 Rockseura.

⁵⁵ *Ammattilaiset*-sarjan ympärille on muodostunut laaja fanikulttuuri mm. Yhdysvalloissa. Vaikka sarjaa on esitetty televisiossa vähän, se on kerännyt faneja erityisesti faniverkoston kautta levinneiden videoiden vuoksi (Jenkins 1992, 70). Kysy-palstalla tiedusteltiin myös mm. *Dynastiasta*, *Kate ja Allie* -sarjasta sekä *Dainin suvun kirous*-sarjasta.

teksti ”Leikkaa irti!” antoi selkeän toimintaohjeen lukijalle. Keräilykuvat esiteltiin ”Videoklubina”. Videokansien lisäksi *Katso* julkaisi aukeaman kokoisia kuvia eri tv-sarjojen ja elokuvien tähdistä tärkeimmät tiedot sisältävän faktalaatikon kanssa varustettuna (Dreyfuss-koira 17/1990, *Dallasin* April 25/1990). Nämäkin kuvat toimivat faniuden käytäntöjä rakentavina.

Näin lehdet opettavat kuinka yleisöinä, ihailijoina ja faneina toimitaan. Mediateksti konstruoi yleisön käytäntöjä, mutta on oletettavaa, ettei kyse ole vain mediatekstien tuottamista käytännöistä vaan monien tahojen yhdessä tuottamista käytännöistä, joita *Katson* ja *Seuran* kaltaiset julkaisut osaltaan ovat hyödyntämässä. En väitä, että faniutta opeteltaisiin yksinomaan näiden mediatekstien välityksellä. Pikemminkin mediatekstit antavat välineitä ja muotoja faniudelle. Ne esittävät faniuden representatioita ja tuottavat käytäntöjä tarjoamalla materiaalia esimerkiksi tietoa ja keräilykuvia lukijoille. Lehtiaineisto luo näin kulttuuristen käytäntöjen horisonttia.

Katson tv-sarjoja koskeva aineisto on pääasiassa sarjojen ja ohjelmien esittelijä, mutta *Katso* toimi myös foorumina tv-ohjelmien kaupalliselle markkinoinnille. Jo vuonna 1965 (13/1965) *Radiokuuntelija-TV:ssä* *Me Tammelat* -sarjaa markkinoitiin puolen sivun mainoksella. Sarjan päähenkilöiden kuvan alle sijoitettussa tekstissä kerrottiin että *Me Tammelat* on suosittu tv-sarja. ”Suomen General Motors on yksi sen kustantajista. Yhtä suuressa suosiossa on Opel Kadett ja senkin tarjoaa General Motors Oy. Molemmat näette mainostv:ssä joka toinen lauantai”.

Tv-ohjelmien markkinointi näyttää voimistuvan 1990-luvulla. Vuonna 1990, kanavakilpailun kynnyksellä, MTV markkinoi ohjelmiaan aukeaman kokoisilla, teemoittain koostetuilla mainoksilla. ”Rikkaat ja rakkaat” otsikon alla esiteltiin draamasarjoja, ”Kylmää toimintaa” otsikon alla toimintasarjoja.⁵⁶

⁵⁶ MTV:n kampanja kokosi yhteen kolmella eri kanavalla esitetyt sarjoja korostavien niille yhteistä piirrettä, MTV-taustaa. Kampanjan voi nähdä ohjelmaliittisenä liikkeenä ennakoimassa kanavauudistusta ja MTV:n pyrkimyksiä saavuttaa

Vuodesta 1985 *Katsossa* on nähtävissä voimistuva suuntaus erojen tekemiseen ja erottautumisen kulttuuriin. Tämä tapahtuu populaarin arvioinnin, erilaisten listausten ja äänestysten keinoin. Vuonna 1985 lehden sivuilta löytyi useita listoja, jotka asettivat ohjelmistoa järjestykseen: Paras tv-ohjelma -kilpailu (16/1985), videolista 50 kärjessä, 20 katsotuinta tv-ohjelmaa, radion käännöshitit, jokamiehen ulkomaiset ja kotimaiset. Vuonna 1990 listausten määrä vain kasvoi: top5 ja yäk5 -palstat esittelivät vaihtuvuin aihein viisi parasta ja viisi huonointa (esimerkiksi tunnusmusiikki, parhaiten pukeutuvat naiset), Listahain nimellä kulkeva sivu esittelee erilaisia listoja tv:n katsotuimmista ohjelmista radiohitteihin. Tätä listausten ja äänestysten kulttuuria viljellään myös ahkerasti fanikulttuureissa ja näenkin, että tapa tuottaa listoja ja arvioita aktivoi intensiiviseen faniuden kaltaiseen mediasuhteeseen, jossa voi tuottaa omia arvostelmia ja ilmentää suosikkejaan. Samaan aikaan listausten tekeminen on myös vahvaa normittamista ja makuhierarkioiden tuottamista.

Faniuden käytäntöjä tuotetaan *Katson* ja *Seuran* sivuilla monin tavoin: tarjoamalla toimintamalleja kuten keräilyä, tiedonhankintaa ja listauksia. Faniuden käytännöt kulkeutuvat televisio-ohjelmien yhteyteen popmusiikin foorumilta ja kantavat mukanaan niitä merkityksiä ja käytäntöjä mitä popmusiikin faniuteen liitetään. Televisio välineenä kuitenkin tuottaa erityisiä siihen kytkeytyviä käytäntöjä, joista yksi on fiktiivinen hahmo faniuden kohteena. Etenkin saippuaopperoiden ja jatkuvajuonisten draamasarjojen tapa tuottaa sarja ajallisesti ja kerronnallisesti läheiseksi nostaa roolihaamot ohi näyttelijän persoonan katsojien kiinnostuksen kohteena. Tällainen mediasuhde on toki ollut tunnistettavissa jo ennen televisiota, mutta sen voi sanoa korostuneen television aikakaudella.

2.2. Science fiction -fandom verkostoituu

Lehtiaineiston ainoa juttu, jonka varsinaisena aiheena oli televisioon liittyvä fanius löytyi vuoden 1995 *Seurasta* ja kertoi Jyväskylässä järjestettävästä science fiction -tapahtumasta, Finnconista, otsikolla ”Scifiä, sarjakuvaa ja hörhöilyä” (*Seura* 16.6. 1995). Tässä jutussa fanius näyttäytyy erikoisalan harrastuksena (hörhöilystä huolimatta) ja äänessä on yksittäinen fani ja juttu on myös rakentunut hänen näkökulmastaan. *Seuran* jutun asemoinnissa ja näkökulmassa tuotetaan science fiction -faniudesta aktiivista ja yksilöllistä, kun taas saippuaoopperafanius lehtien sivuilla on näyttäytynyt hysterian ja suuren joukon kontekstissa.

Näkökulmaero esimerkiksi *Kauniit ja Rohkeat* -faniuteen kytkeytyy faniuden lajiin: saippuaooppera mieltyy naisten faniudeksi, jota hallitsevat tunteet ja romantiikka. Myös faniuden käytännöissä on eroja: saippuaoopperafanius tulee näkyväksi tähtivierailun yhteydessä kun taas science fiction -faniudesta kerrotaan konferenssin yhteydessä.

Science fiction kulttuuri näyttääkin omaavan alakulttuurisen auran: se on harvojen tuntemaa ja siksi erikoista. Science fictionin ja fantasian piirissä puhutaan fandomista, millä tehdään ero faniuteen yleisenä terminä (ks. Mäyrä 2003). *Seura*-lehti uutisoi science fiction -kulttuuriin⁵⁷ liittyvästä Finncon tapahtumasta vuonna 1995, mutta science fiction -kulttuuria on Suomessa ollut jo paljon ennen tätä.

Tietävästi ensimmäinen faniyhdistys eli Turun tieteiskirjallisuuden seura perustettiin vuonna 1976. Seuraavana vuonna

⁵⁷ Science fiction -sarjojen faniudella on perinteensä tieteiskirjallisuusfaniudessa, fandomissa. Fandomia voi pitää yleisnimityksenä erilaisen tieteis-, fantasia- ja kauhukirjallisuuden harrastustoiminnalle, joka on laajentunut myös televisiosarjojen, elokuvien ja pelien alueelle. Tieteiskirjallisuuteen liittyvä fanius muotoutui 1920-luvulla tiettyjen lehtien kuten *Amazing Stories* ja *Weird Fiction* -palsitoilla ja ensimmäinen fan-klub perustettiin Yhdysvalloissa 1929. Fandomille on tyypillistä fanien oma tuotanto, fanien omien tarinoiden fanfictionin kirjoittaminen ja fanitaide. (Jenkins 1992; Mäyrä 2003.)

yhdistys alkoi julkaista *Spin*-lehteä. Science fiction -yhdistyksiä perustettiin eri puolille Suomea etenkin 1980-luvulla ja ne keskittyivät tieteiskirjallisuuteen, mutta raja eri medioiden välillä ei ole jyrkkä. Esimerkiksi Tieteiskirjailijat ry:n vuodesta 1984 julkaisevan *Kosmoskynä*-lehden kannessa 4/1989 komeili televisiosarja *Star Trekin* Spock.

Helsingin Science Fiction seura (HSFS) on julkaissut 1984 vuodesta lähtien *Tähtivaeltaja*-lehteä ja ensimmäinen science fiction -tapahtuma Finncon järjestettiin 1986 Helsingissä. Sen jälkeen niitä on järjestetty noin joka toinen vuosi. Vuonna 2000 Helsingin Finnconissa oli järjestäjien mukaan yli 7000 kävijää. Merkittävä askel science fictionin, fantasian ja sarjakuvan harrastajille lienee ollut Kukunor-kaupan perustaminen vuonna 1985. Kukunoria voisi luonnehtia populaarikulttuurin, erityisesti elokuvan ja television alakulttuureihin kuten science fictioniin, fantasiaan, kauhuun ja huumoriin liittyvän kirjallisuuden, sarjakuvan ja tavaran kaupaksi. Kukunorin toimitusjohtajan Timo Monosen⁵⁸ mukaan vielä vuonna 1985 kaupan perustamisen aikoihin, Suomessa ei ollut merkittävästi tämän tyyppistä alakulttuuria.

Kahdenkymmenen vuoden aikana harrastustoiminta on lisääntynyt selvästi. Vuonna 2003 Suomessa oli 15 kerhoa tai yhdistystä ja 14 alan lehteä. Virallisten yhdistysten lisäksi on olemassa lukuisia epävirallisia kerhoja. Suomessa on nopeasti levinnyt kiinnostus myös japanilaiseen sarjakuva- ja animaatio-kulttuuriin, animeen ja mangaan, joiden ympärille on perustettu useita kerhoja eri puolille maata ja jonka epävirallisena katto-organisaationa lähinnä internetissä toimii Animeunioni.

2.3. Internet ja julkistuva fanius

Vuosituhanen vaihteessa televisioon liittyvä fanius on saanut usia julkisia foorumeja ja näkyvyyttä suomalaisessa kulttuu-

⁵⁸ Monosen puhelinhaastattelu 11.3.2003.

rissa. Science fiction- ja fantasia-kulttuurin buumi 1990-luvun puolivälistä lähtien on vaikuttanut faniuden näkyvyyteen. Eri-laiset harrastuspiirit, roolipelaaminen ja tietokonepohjainen pelikulttuuri ovat nivoutuneet osaksi ilmiötä. Mediatyhtiöt ovat tarttuneet buumiin innokkaasti ja 1990-luvulla tuotettiin useita fanikulttuureista ammentavia hittejä lähinnä elokuvan ja kirjallisuuden alalla: esimerkiksi mainittakoon *Tähtien sota* -elokuvat, *Harry Potter* ja 2000-luvulle tultaessa *Taru sormusten herrasta*.

Elokuvien ensi-iltoja on uutisoitu näyttävästi (*HS* 13.7.1999; *TV-maailma* 20/2002) ja kuvasto on tuonut uutta näkökulmaa faniuden representaatioihin: ensi-iltoihin jonottavat, elokuvan asuihin pukeutuneet fanit näyttäytyvät alakulttuurin kontekstissa, valinnoistaan tarkkoina kuluttajina. Tietyn genren aktivoituminen näkyy väistämättä myös muissa medioissa. Kiinnostus science fictioniin ja fantasiaan on luettavissa television tarjonnasta science fiction ja fantasia -aiheisten sarjojen kasvuna.

Samalla faniuden muodot näyttävät moninaistuvan. Kun *Helsingin Sanomien Nyt*-liite pyysi lukijoitaan kirjoittamaan televisioon liittyvästä faniudesta, se sai reilut 100 vastausta, jotka kertoivat faniudesta laidasta laitaan. Faniuden kohteina olivat toimintasarjojen sankarit, draamasarjat, komediat, rikossarjat, animaatiot, saippuaopperat jne. Kirjoittajat identifioivat itsensä selkeästi faneiksi ja aihetta käsittelevä juttu puhui faniudesta ja intohimoisesta suhteesta televisiosarjaan rinnakkain (*Nyt*-liite 29.8.1997) Fanius ei kuitenkaan tässä kontekstissa näyttäytynyt minä tahansa harrastuksena vaan siihen liitettiin niin lukijoiden kirjeissä kuin lehtijutussakin addiktio ja hulluus. Oman faniuden kuvausta hulluutena tosin sävyttää tietynlainen itseironia tai faniuden stereotypian diskursiivinen kaappaus, joka tulee esiin myös *Xena*-faniudessa (luku 3).

Televisioon liittyvä fanius näyttää 2000-luvulle tultaessa kiinnittyvän hyvin erilaisten tv-ohjelmien ympärille. Fanius kohdistuu niin tv-juontajiin (Marco Bjurström) kuin itse ohjelmiinkin. Science fiction -sarjoilla, saippuaopperoilla, perhesarjoilla,

tilannekomedioilla ja animaatioilla näyttää kaikilla olevan faninsa ja tällä faniudella uusi foorumi: internet.

Fanikulttuurien syntyminen on yhteydessä tietoisuuteen faniuden mahdollisuudesta. Toisin sanoen fani-identiteetin rakentumisessa nimeäminen ja paikantaminen ovat keskeisiä: käytäntö artikuloituu faniudeksi julkisuuden representaatioissa, ovat ne sitten valtakulttuurin esityksiä faniudesta, faniyhteisöjen näkyvää toimintaa tai tietyssä piirissä jaettua tietoa.

Jos julkisuus – tai tieto faniudesta ja fanikulttuureista – on yksi keskeinen faniutta muovaava tekijä, internetillä on epäilemättä ollut tärkeä rooli tv-faniuden kehittymisessä. Se on tarjonnut foorumin, jossa fanit voivat keskustella televisiosta toisten fanien kanssa, mutta myös tarjonnut tilan luoda omia sivustoja ja tv-sarjoihin ja ohjelmiin liittyvää omaa tuotantoa kuten fanitaidetta ja fan fictionia. Samalla netti tarjoaa laajan levikin omalle tuotannolle. Netti on lisäksi kauppapaikka, josta voi ostaa tv-sarjaan liittyvää tavaraa.

Internet vastaa hyvin television katselun yksityistä luonnetta, jolloin faniutta ei tarvitse ilmentää (tai ruumiillistaa) julkisesti – vain virtuaalisesti. Internet mahdollistaa paitsi helpon tavan luoda yhteyksiä muihin faneihin ja ilmentää faniutta, myös keinon välttää sosiaalisen leimautumisen. (Bailey 2002, 248.) Internet-pohjaiset faniyhteisöt tuottavat eräänlaisen kaksinkertaisen yksityisyyden: kun televisiota katsotaan kotona, yksityisen piirissä, tietokoneen äärellä ollaan vieläkin yksityisemmin, erillään muista mahdollisista perheenjäsenistä. Samaan aikaan se tarjoaa kuitenkin yhteyden globaaleihin virtuaaliyhteisöihin (Bailey 2002, 253).

Internet onkin mielenkiintoinen televisioon liittyvän faniuden julkisena tilana. Faniuden tiloja ovat perinteisesti olleet erilaiset konsertti- ja esiintymispaikat ja fanitapahtumien miljööt, koulut ja kerhohuoneet. Nämä tilat ovat avoimia muiden katseille, sen sijaan internetin tila mahdollistaa anonyymien osallistumisen.

Yksityisen alueelle kytkeytyvän televisiofaniuden kannalta internet tarjoaa yksityisen ja julkisen risteyksessä olevan tilan faniuden toteuttamiseen. Anonyymius mahdollistaa negatiivisen faniuden leiman välttämisen, mutta kenties tätäkin oleellisempaa on se, että internet julkisena tilana antaa mahdollisuuden oman julkisuuden tuottamiseen: sen piirissä voi luoda oman näkökulman faniuteen, muodostaa faniyhteisöjä ja torjua valtakulttuurin stereotyyppistä kuvastoa faniudesta. Faniuden rakentuminen kulttuurisesti tapahtuu fanisivustoilla, keskusteluryhmissä ja monenlaisissa internetin fanikäytännöissä. Tässä tilassa fanius näyttäytyy jo toisenlaisena, fanilähtoisempänä ja monimuotoisempänä kuin aiemmin kuvatuissa populaarijournalismin representaatioissa.

Vaikka internetiä ei voi pitää television kaltaisena kotien yleiskoneena, se on läsnä tavalla tai toisella useimpien suomalaisten arjessa. Tietokoneistuminen on tapahtunut Suomen kotitalouksissa melko nopeasti verrattuna esimerkiksi muuhun Eurooppaan (EC 2001). Tilastokeskuksen mukaan kotitietokoneita myytiin vuonna 1982 3000 kappaletta, kun vuonna 2000 niitä myytiin jo 130 000. Suomalaisista kotitalouksista 24 prosentilla oli internet-yhteys vuonna 1999 (Nurmela 2000) ja vuonna 2004 yhteys oli 46 prosentilla Tilastokeskuksen mukaan.

Internetistä on tullut tärkeä televisioon liittyvän faniuden keskus. Esimerkiksi Yagoon keskusteluryhmissä 4.11.2001 televisiosta oli 13 307 ryhmää, eniten ryhmiä oli viihteen puolella musiikin kategoriassa, kaikkiaan yli 58 075 ryhmää.⁵⁹ *Xenaan* liittyviä sivustoja löytyi internetistä tuhansia ja yhdellä kuuluisimmista sivustoista Tom's Xena pagella (<http://www.xenafan.com>) oli päivittäin lähes 3000 kävijää. Ellen Seiterin (1999, 117) arvion mukaan televisio olikin yksi ensimmäisistä aiheista, joista keskusteltiin internetissä. Television merkitys identiteetin muovaajana näkyy internetissä muun muassa yksityisiltä kotisivuilta

⁵⁹ Muissa kategorioissa kuten kirjoissa ja kirjallisuudessa ryhmiä oli 14 043, radiossa 1219 ryhmää, esittävisissä taiteissa 4915 ja elokuvissa 5017.

tunnistettavana varsin yleisenä käytäntönä listata omia suosikki-ohjelmia.

Internetin varsinaiset fanisivustot ovat tunnistettavia muodoltaan sisältäen joukon yhteisiä elementtejä: uutisia, episodioppaita, fan fictionia, keskeisten hahmojen kuvauksia ja keskustelua. Näiden lisäksi löytyy paljon muuta kuten fanitaidetta, tapahtumia, sarjan teemaan liittyvää kirjallisuutta ja linkkejä. Sivustot toistavat samoja elementtejä ja vaikuttaa siltä, että on olemassa jonkinlainen globaali ymmärrys siitä, millainen fanisivuston pitäisi olla. Internetin fanisivustoja ja yhteisöjä on perustettu hyvin erilaisten televisio-ohjelmien ympärille. Esimerkiksi draamasarjojen, fantasian, science fictionin, tilannekomedian ja saippuaoperaan ympärillä on edellä kuvattujen kaltaisia fanisivustoja.

Keväällä 2005 internetissä oli lukuisia suomalaisia televisioon liittyviä fanisivustoja – fanien käyttöön tarkoitettuja, mutta pääosin tuotanto- ja televisioyhtiöiden luomia. Esimerkiksi MTV3 on luonut miltei kaikille tv-sarjoilleen oman sivuston ja keskustelupalstan, jossa sarjan tapahtumia voidaan ruotia. Ohjelmien sivuilla esitellään tv-sarjan maailmaa, henkilöhahmot ja jaksoiden tapahtumat. MTV3:n *Käenpesän*⁶⁰ sivuilla ei esimerkiksi henkilöhahmon kohdalla mainittu lainkaan kyseistä näyttelijää. Henkilöhahmo Kaisa kuvataan näin: ”Kaisa on kaikessa suorittaja. Hän on oikeudentuntoinen uranainen joka elämän heittäessä häränpyllyä, sallii itsensä rakastua jääkiekkoilijaan.” Kiinnostuksen kohteena on näin sarjan maailma, ei niinkään itse näyttelijä. Sivusto mukailee sarjan keskeistä juonetta, yhteisasumista ja esittelee polairoid-kuvina jokaisen oman huoneen. Keskusteluosiossa fanit muun muassa kirjoittavat jatkokertomuksia sarjasta ja listauttavat suosikkiahmojaan ja -jaksojaan.

Internetin myötä faniuden käytännöt ovat kansainvälistyneet tai pikemminkin englanninkielistyneet. Fanituotteita ja lehtiä on toki hankittu aiemminkin ulkomailta, mutta internet helpottaa

⁶⁰ <http://www.mtv3.fi/kaenpesa/> Linkki tarkistettu 28.2. 2005.

tätä toimintaa. Faniien keskinäinen vuorovaikutus ei sekään rajoitu välttämättä suomenkieliseen yhteisöön, vaan suomalaiset televisionkatsojat osallistuvat keskusteluihin ja luovat kontakteja englanninkielisillä fanisivuilla. Näin faniuskin asettuu osaksi globaalia mediaympäristöä.

Internetin fanisivustot toimivat kuten *Katso* ja *Seura* aikanaan faniuden käytäntöjä luovina. Niiden kautta opitaan mitä television liittyvä fanius voisi olla ja millaista toimintaa siihen liittyy. Selkeä esimerkki internetin faniutta tuottavasta luonteesta on faniuden käytäntöjen kulkeutuminen faniryhmästä toiseen. Esimerkiksi saippuaopperoiden ja draamasarjojen fanit ovat omaksuneet science fiction -faniuteen yleensä liitetyn fanitarinoiden kirjoittamisen kulttuurin. Käytäntöjen kulkeutuminen on yhteydessä niiden julkisuuteen, joten tässä mielessä internetin kautta voi tutustua sellaisiin käytäntöihin, joita omassa piirissä ei kenties ole ollut.

Esimerkiksi *Kauniiden ja rohkeiden* virallisina fanisivustoina toimivat MTV3:n sivut ja sarjasta käydään vilkasta keskustelua muun muassa Suomi24 foorumilla⁶¹ sekä jonkin verran MTV3:n keskustelusivulla. Tämän ohella niin sanotuilla laatusarjoilla on faninsa kuten Oxfordiin sijoittuvalla englantilaisella etsiväsarjalla *Ylikomisario Morsella* (Thomas 2002). Faniuden kytkeytyminen 'laatuun' on jossain määrin ristiriitaista, mielletäänhän fanius osaksi populaari- ei niinkään korkeakulttuuria, mihin tietyt laatusarjat saattavat puolestaan viitata (Thomas 2002, 100, 104; Brower 1992). Laatusarjojen faniudessa korostuukin 'laatupuhe' jolla oikeutetaan fanius ja tehdään tätä kautta eroa muihin faniuksiin.

⁶¹ <http://keskustelu.suomi24.fi/show.cgi?category=107&conference=647>.
Tarkistettu 17.2.2005.

2.4. Faniuttava tuotanto kohtaa faniutuvan yleisön

Internetin ja televisioyleisöjen suhdetta voi tarkastella myös osoituksena yleisön *faniutumisesta*.⁶² Internetin vaikutuksista on maallailtu erilaisia visioita, joissa fanikulttuurin nähdään rikastuvan, lisääntyvän ja mahdollisesti syrjäyttävän tavallisen katsojuuden (Jenkins 2003; Bailey 2002, Laukkanen 2003). Tätä faniutumista on kuvattu osana mediakonvergenssia ja mediateknologian kehitystä positiivisessa mielessä (Bailey 2002; Jenkins 2003). Teknologisten innovaatioiden uskotaan mahdollistavan entistä aktiivisemmän, tuottavamman yleisön. Konvergenssi vaikuttaa paitsi uusien ilmaisukeinojen muotoutumiseen, mutta myös tekstien tulkintaan sekä tekstien tuotantoon ja levitykseen. Henry Jenkins (2003) näkee yleisöjen rakentumisen ja teknologian kehityksen välisen suhteen dynaamisena kamppailuna. Hän erottelee kaksi samanaikaista suuntausta, toisaalla on mediakonvergenssi ja toisaalla osallistuva fanikulttuuri.

Mediakonvergenssilla Jenkins viittaa horisontaaliseen integraatioon, joka merkitsee että eri mediatuotannon alat ovat yhden yrityksen hallinnassa, esimerkiksi Viacom ja Warners Communication ovat ulottaneet toimintansa elokuvan, kaapeli-tv:n, television, lehtien, kirjojen, videon, kustannustoiminnan ja digitaalisen median aloille.

Tavoitteena on kehittää sisältöjä ja jakelua siten, että se lisää synergiaa yhden yrityksen hallussa olevien erilaisten osa-alueiden välillä.⁶³ Esimerkiksi televisiosarja voi käynnistää prosessin, jolloin tuote kanavoidaan halki mediakentän kunnes se on osa kulttuuria laajemmin – sarjasta tehdään sarjakuvia, tietokone- ja

⁶² Henry Jenkins ei varsinaisesti puhu faniutumisesta vaan siitä kuinka yleisöjä puhutellaan fanin kaltaisina. Faniutumisen termin on lanseerannut Tero Laukkanen tiedotusopin pro gradu -työssään *Hei me faniudutaan!* (2003) nimenomaan Jenkinsin ja Baileyn näkemysten pohjalta.

⁶³ Mediasynergiasta Du Gay et al. 1997.

lautapelejä, musiikkia, elokuvia jne. Näin syntyy mediakenttään franchise-järjestelmiä, kuten *Star Wars*. Jotta tämä synergiasysteemi onnistuisi mediayleisöjen on luotava suhde tiettyyn narratiiviseen universumiin – eikä vain tyydyttävä ostamaan yksi tuote.

Mediakonvergenssin mahdollistama synergiasysteemi on Jenkinsin mukaan käypä yritysstrategia, koska yleisöt ovat oppineet uudenlaista vuorovaikutusta suhteessa median sisältöihin. Osallistuvalla kulttuurilla Jenkins viittaa uudentyypiseen kuluttajuuteen, joka juuri tällaisessa mediakentässä muodostuu – *Star Warsin* fanikulttuuri on tästä malliesimerkki.

Tämän näkökulman mukaan entistä laajemman katsojakunnan suhde televisioon on fanimainen eli aktiivinen ja tuottava. Osin marginaalisena pidetystä alakulttuurista olisi muodostumassa suuren yleisön tapa orientoitua televisioteksteihin (Bailey 2002). Tuotantoyhtiöt puolestaan pyrkivät edesauttamaan tällaisen fanimaisen, intensiivisen suhteen muodostumista.

Katsojuuden faniutumisessa olisi siis kyse suuren yleisön ja laajojen markkinoiden sekä alakulttuurisen oman tuotannon kietoutumisesta yhteen: televisioyleisöstä olisi muodostumassa aktiivista yleisöä, joka tuottaa omia tekstejä ja samalla hankkii runsaasti erilaista fanimateriaalia kahvikupeista uusimpiin dvd-nauhoihin.

Suomalaisessa televisiotuotannossa on myös tunnistettavissa piirteitä katsojien faniuttamisesta. Kuten edellä todettiin, televisioyhtiöt luovat tv-sarjoille omia internet-sivustoja, joissa toistuu fanisivustojen tyypilliset elementit: episodioppaat, tärkeimmät henkilöhahmot, näyttelijöiden tiedot ja keskustelu. Näillä sivustoilla pyritään tuottamaan faniutta erilaisten pelien ja kilpailujen kautta sekä tiettyjä kuluttamisen tapoja. Näin katsojille ei tarjota vain yhtä sarjaa vaan sarjan maailmaa taustoineen, viitekehysteineen ja viittauksineen.

Esimerkiksi TV1:n draamasarjojen sivuilla pääsee tutustumaan sarjan jaksoihin ja tapahtumiin, osallistumaan kilpailuihin

sekä tutkimaan sarjojen teemoja käsitteleviä muita sivustoja.⁶⁴ MTV3:n *Ally McBeal* -sivustoilla järjestettiin päähenkilö Allyn ajatelmiin viittaava mcbealismi-kilpailu. Mcbealismeja voikin pitää eräänlaisena keräilyelementtinä sarjassa. Tämän kaltaisia fanille suunnattua keräilymateriaalia ja sisäpiirivitsejä ovat myös *Xenan* lopputeksteissä ilmestyvä letkautus siitä, mitä sarjaa tehdessä tapahtui/ei tapahtunut tai sponsoriteksti *South Park* -sarjan alussa (ks. Bailey 2002, 242–243).

Televisio-ohjelmien internet-sivustot toimivat linkkeinä myös erilaisille oheistuotteille ja kuluttamisen tavoille ja ovat itsessään oheistuote. Esimerkiksi MTV3:n *Sinkkuelämää* sarjan verkkosivuilla ”Trendit ja brändit” osiossa on tarjolla eri muotiliikkeiden osoitteita.

Televisio-ohjelmiin liittyy myös entistä laajempi oheistuotanto, mikä näkyy muun muassa Yle-shopin laajentuneella tarjonnalla. Tuotteet käsittivät 1990-luvun alussa lähinnä yhtiön logoilla varustettuja tavaroita ja joidenkin ohjelmien kuten *Pikku Kakkosen* ja *Kummeleiden* palapelejä ja t-paitoja (*Kummelista* ks. Karvonen 1995). Nyt Yle-Shopista on saatavilla satoja tuotteita. Laajin tuoteryhmä ovat videot, mutta kaupasta saa myös erilaisen ohjelmien logoilla varustettuja vaatteita sekä tavaraa, kuten pastilleja ja tulitikkuja, tiskiharjoja ja pelikortteja.

Televisio-ohjelmien oheistuotteita kauppaavat myös monet nettikaupat, joista on saatavilla niin dvd-kasetteja kuin action-figuurejakin.⁶⁵ Fani tuotteiden merkitys yrityksille ei kuitenkaan ole vielä kovin suuri, sillä Tilastokeskuksen⁶⁶ mukaan internet-myyntin arvosta alle 8 prosenttia tuli kulutuskaupasta vuonna 2004, ja valtaosa sähköisestä kaupasta käydään yritysten välillä.

⁶⁴ Esimerkiksi TV1:n *Kotikatsomossa* keväällä 2003 esitetyn Venny-sarjan sivuilta pääsi tutustumaan kultakauden taiteilijoihin ja historiaan. Lisäksi sivuilla oli sarjassa esitettyjen taideteosten tunnistamiskilpailu.

⁶⁵ Action figuuri on barbien kokoinen muovinukke, joita tehdään lukuista tv-hahmoista.

⁶⁶ <http://www.stat.fi/til/icte/> Tarkistettu 28.2.2005.

Toisaalta fanituotteiden kulutuskauppa todennäköisesti kasvaa, sillä uusien sarjojen vanavedessä tulee entistä useammin markkinoille joukko oheistuotteita, kuten sarjan tyyliä ja ideologiaa ilmentäviä t-paitoja.

Katsojien mieltäminen faneiksi näkyy myös suomalaisten tv-kanavien profiloinnissa. Yksi selkein esimerkki on Subtv:n ja sitä edeltäneen TV!TV!n ohjelmisto, joka on rakentunut erilaisten fanikulttuurien suosimien ohjelmien ympärille (esim. *Buffy Vampyyrintappaja*, *Xena*). Kanava lähettää myös paljon 1970-luvun ohjelmistoa, jota yli kolmekymppinen katsojakunta voi nostalgisesti ja retrohengessä seurata. Nykyisten aikuisten lapsuudesta tutut tv-sarjat kuten *Thunderbirds* tai scifi-klassikko *Safiri ja teräs* näyttäytyvät kulttisarjoina, joiden ympäriltä löytyy runsaasti fanikulttuuria⁶⁷.

Subtv:n ohjelmistoa leimaa kulttimaisuus (Hills 2002, 83), pyrkimys rakentaa marginaaliutta suhteessa valtavirran tyyliin, makuun ja käytäntöihin. Uusintojen kasvava määrä liittyy luonnollisesti taloudellisiin seikkoihin: uusinnoilla saadaan edullista ohjelmistoa uudelle kanavalle. Samalla uusinnat palvelevat faniuteen liittyvää katselukulttuuria, johon viittaavat myös ennakkotietojen ja spoilereiden levittäminen – tärkeintä ei ole niinkään, mitä tapahtuu vaan kuinka se kerrotaan (Bailey 2002, 247).

Tätä uudelleenkatsumisen tapaa on hyödynnetty erilaisissa maratonesityksissä, joita MTV3 järjesti keväällä 2000 muun muassa sarjoista *Salaiset kansiot* (X-Files) kaksi kuuden jakson yönäytöstä, *Simpsonit* (*The Simpsons*) ja *Frendit* (*Friends*). TV2 esitti *Babylon5* sarjan päätteeksi kolme *Babylon5*:n tarun pohjalta tehtyä elokuvaa yönäytöksenä. Näissä maratoneissa yhdistyi fanikulttuureissa korostunut esi-iltojen ja erikoisnäytösten merkitys, jonka myös elokuvateatterit ovat oivaltaneet 1990-luvulla sellaisissa elokuvissa kuten *Tähtien sodan* episodi I *Pimeä uhka* (1999)

⁶⁷ <http://www.steve-p.org/ss/>; <http://home.iprimus.com.au/panopticon1/deadzone/ss1.html>; <http://www.thunderbirdsonline.com/> Sähköinen dokumentti 12.2. 2005.

ja episodi II *Kloonien hyökkäys* (2002). Yleisradio puolestaan järjesti keväällä TV1:n Kotikatsomossa esitetyn tv-sarja *Raidin* katselutilaisuuden Yleisradion omissa tiloissa.

Dvd:n tulo markkinoille on myös palvellut faniorientaatiota – kokonaisen tuotantokauden jaksot voi hankkia kerralla ja mukana voi saada erikoistietoa sarjan tekoprosesseista, näyttelijöiden haastatteluja jne. Kasettien hinnat vaihtelevat sen mukaan, mikä tuotantokausi tai jakso on faniien keskuudessa erityisen kysytty.

Näyttelijävierailuja ja kiertueita, kuten *BumtsiBumin* kiertue vuonna 2000 ja *Ally McBealin* tunnussävelen esittäneen Vonda Shepardin vierailua kesällä 1999, voi myös pitää osana tätä faniutumista – tosin näyttelijävierailuja on toki ollut Suomessa jo 1970-luvulta lähtien. Tällaista yhteydenpitoa yleisön kanssa pitävät yllä etenkin saippuasarjojen tähdet – ensin Suomen vierailujen muodossa, sittemmin palkintosereonioissa (Telvis) videoita on-line tervehdyksinä.

2.5. Uudenlaista katsojuutta?

Steve Bailey (2002, 240, 252) näkee teknologisen kehityksen tuottavan uudenlaista katsojuutta ja vaikuttavan televisiotekstien tulkinnallisiin käytäntöihin. Internet mahdollistaa kokonaan uuden televisioyleisön muodostumisen (virtuaalimedian käyttäjät) ja toisaalta se on myös muuttanut jo olemassa olevan yleisön käytäntöjä. Tietyt tekstien de- ja rekontekstualisointien muodot ovat toki olleet olemassa aiemminkin, Bailey huomauttaa, mutta nyt ne ovat vain nopeutuneet.

Yksilön suhde televisiotekstiin muuttuu Baileyn mukaan sekä entistä intensiivisemmäksi että sitä horjuttavaksi. Internetin fanisivustoilla teksti joutuu hyvin intensiivisen tarkastelun kohteeksi. Sitä myös pilkotaan, jaotellaan, kritisoidaan ja kierrätetään. Itse katsomisrituaalin ankkuroituminen tiettyyn aikaan ja päivään on videoiden ja internet-katselun vuoksi murtunut, ja teksti

asemoituu entistä joustavampaan diskursiiviseen kehykseen, joka voi käsittää joukon nettimateriaalia. Baileyn mukaan tämä johtaa siihen, että rajat primaari- ja sekundaaritekstien välillä ovat entistä häilyvämmät. (Mt., 252.)

Nopeutuvan uudelleenartikulaatioprosessin rinnalle on nousut entistä laajemmat mahdollisuudet omaan tuotantoon kuten fanitaiteeseen ja monenlaiseen vuorovaikutukseen. Tämä puolestaan johtaa Baileyn mukaan vastaanoton ja (sekundaari) tuotannon kietoutumiseen entistä tiiviimmin yhteen. Prosessiin vaikuttavat erilaisten symbolisten piirien kuten tv-sarjojen, fanikeskustelujen, muokkauksen ja esteettisen tuotannon integroituminen. (Mt.)

Esimerkkinä tästä voisi olla reaaliaikainen chat, jota käydään eri tv-sarjoista niiden suomalaisilla kotisivuilla. Reaaliaikaisen chatin rinnalla kuitenkin käydään yhä perinteisiä tv-sarjakeskusteluja kouluissa ja työpaikoilla sekä lehtien sivuilla. *Katson ja Seuran* lukijakirjeitäkin voidaan pitää chatin edeltäjinä.

Internetin kansainvälisyys irrottaa omalta osaltaan sarjan katsomisrituaalin tietystä ajankohdasta – kansainväliset nettisivut toimivat usein suomalaisille faneille ennakkotietojen lähteinä. Näin fanit valikoivat, missä määrin he haluavat tietää juonen käänteistä. Toisaalta juonen keskeisyys kerronnassa ei ole itsensänselvyys vaan katsomisen nautinto voi rakentua myös tv-ohjelmien toisteisista elementeistä, mitä fanikulttuurien katsotaan korostavan.

Populaarikulttuuri on omaksunut monia fanikulttuurien muotoja, jotka kymmenen vuotta sitten olisivat tuntuneet marginaalisilta. Niin Jenkins kuin Baileykin erottelevat tiettyjä faniutta ruokkivia elementtejä, joita tuottajat pyrkivät teksteihin sisällyttämään. Näitä ovat muun muassa tv-sarjojen rakentaminen siten, että niitä voi laajentaa ja yhdistellä. Oleellisia ovat intertekstuaalisuus ja referentialisuus, erilaiset koodit ja arvoitukset, joita voidaan ratkoa; irralliset juonenkulut, joita voidaan eritellä; tiiserit

ja spoilerit tulevia jaksoja varten (Bailey 2002, 242–243; Jenkins 2003).

Tuottajat myös vuotavat tietoja julkisuuteen nostattaen kohua ja skandaaleja, esimerkiksi luomalla tuotantopaksojen alkuun kohauttavia kohtauksia, joista voidaan tehdä skandaalinomaisia lehtiotsikoita. Lisäksi he monitoroivat ja osallistuvat fanikeskusteluihin mitaten ruohonjuuritason vastakaikua tuotannolle. Tästä tuottajien ja fanien vuorovaikutuksesta esimerkkeinä ovat fanien osallistuminen tv-sarjojen käsikirjoittamiseen sekä fanien painostus tiettyjen henkilöhahmojen ja elementtien poistamiseen tai säilyttämiseen.

Yleisöjen käsittäminen faneina merkitsee tiettyjen elementtien korostumista tv-sarjojen tuotannossa. Tv-sarjat ovat entistä monimutkaisempia nojautuessaan tarinoiden taustoihin ja ennakkotietoihin. Ne ovat riippuvaisempia siitä, että yleisö tuntee hahmojen historiaa, alttiimpia sarjoittumiselle, genrejen sekoittumiselle, erilaisten fiktiivisten universumeiden risteymille, leikillisille sisäänrakennetuille vitseille ja mediaviittauksille.

Suomalaisessa televisiokulttuurissa on selkeitä viitteitä tv-yhtiöiden halusta puhutella katsojia faneina, mutta vaikka Bailey ja Jenkins paikantavat kehityksen internetin yleistymiseen, suuntaus on ollut havaittavissa jo sitä ennen. Suomessa esimerkiksi tv-ohjelmien markkinointi kasvoi selvästi 1980-luvun lopulla (Herkman 2005) ja se on voimistunut selvästi vuosituhannen taitteessa.

Televisio-ohjelmien markkinointi ja oheistuotanto eivät rajaudu internetin aikakauteen, silti katsojien puhuttelu faneina kytkeytyy vahvasti internetiin, koska internet välineenä mahdollistaa juuri aktiiviselle fanikulttuurille tyypillisiä toiminnanmuotoja. Samalla internet tekee faniudesta entistä julkisempaa, mutta tällä kertaa julkisuudesta vastaavat myös fanit itse omilla fanisivustoillaan.

2.6. Keimolasta nettiin

Televisioon liittyvä fanius Suomessa näyttää yhdistelleen elementtejä monista faniuden käytännöistä. Julkisuudessa televisioon liittyvä fanius on ikään kuin lähtöoletuksena tv-tähtiä koskevissa jutuissa ja sitä leimaa aluksi elokuvatähteyteen liittyvät käytännöt. Televisioon liittyvään faniuteen, sen kulttuurisen identiteetin rakentumiseen näyttää vaikuttavan myös popmusiikin fanikuvasot. Näkyväksi televisio-ohjelmiin liittyvä fanius tulee tv-tähtien vierailujen myötä ja sanana fani näyttää vakiintuvan lehtien sivuilla tv:n yhteydessä 1990-luvulla.

Faniuden paikantaminen lehtien sivuilta on haasteellista, sillä se ei anna yksinkertaisia selkeitä vastauksia siihen, millaista fanius on ollut. Lehtiaineiston kautta voidaan pohtia millaisia diskursiivisia kehyksiä faniuteen on liittynyt ja millaisia ajattelun ja toiminnan rajoja nämä esitykset tuottavat. Ne siis kertovat siitä, kuinka faniutta on kulttuurisesti asemoitu, mitä se voi olla ja mikä on sille tyypillistä ja mahdollista.

Valtajulkisuuden representaatiot keskittyvät siihen, mikä on mielletty suosituksi ohittaen kenties monia alakulttuurisia ilmiöitä. Tässä toteutuu näkyväksi tekemisen politiikka: se mikä on näkyvää saavuttaa kulttuurisen identiteetin historiankirjoituksessa. Näkyvyys ei ainoastaan luo tietoa olevasta, se luo käytäntöjä.

Faniuden muotoutumista ovat määrittäneet erilaiset kulttuuriset muutokset: tv-kanavien lisääntyminen, yleisöjen fragmentoituminen ja kulutuskulttuurin eriytyminen. Näyttää siltä, että 1980-luvulla televisioon liittyvä alakulttuurinen toiminta alkoi aktivoitua, mistä science fiction-seurojen perustaminen on yksi merkki. 1980-luvun murroksiksi voidaan lukea videolaitteiden tulo osaksi kotitalouksia sekä satelliitti- ja kaapelikanavien mahdollistama entistä laajempi ohjelmatarjonta. Katsojuus alkoi eriytyä – ja sitä alettiin myös eriyttää, suuresta yleisöstä osayleisöiksi, joille markkinoitiin erilaisia ohjelmia. Kansainvälistymisen ja lisääntyneen matkustelun kautta ihmiset ovat löytäneet uusia

kuluttamisen muotoja ja alakulttuureja. Sillä, mitä tarjotaan, on ollut merkittävä vaikutus. Toisin sanoen kysynnän luo tarjonta – se mitä markkinoille tuodaan. Edellä mainittuja elementtejä yhdistää tieto siitä, että jossain muuallakin on kiinnostusta näihin samoihin asioihin.

On ilmeistä, että televisioon liittyvä fanius on kymmenen vuoden aikana lisääntynyt ja kehittynyt eikä vähiten internetin ansiosta, joka on tuottanut julkisen foorumin tv-faniudelle ja myös monenlaiset mahdollisuudet fanikulttuureille tyypilliseen omaan tuotantoon.

Faniuden lisääntyminen ja jonkinlainen yleisön faniutuminen kytkeytyy näin Ellisin (2000) kuvaamaan television runsauden aikaan. Samalla faniuden sallitut paikat näyttävät laajentuvan ja faniuden negatiivinen leima hälvenee, ainakin hiukan.

Erilaiset faniuden käytännöt lähestyvät toisiaan internet-aiakaudella katsojuuden faniutuessa, mutta vain osittain. Yhä edelleen tv-faniudessa on nähtävissä varsin erilaisia käytäntöjä faniryhmien välillä. Mediateknologian tuomat muutokset faniuden käytännöissä ovat pikemminkin lisääviä kuin korvaavia. Uudet teknologiat eivät ota haltuun kaikkia kuluttajia vaan erilaisten muotojen rinnakkaiselo on ilmeistä. Uuden median käyttö kantaa myös mukanaan vanhan median käytäntöjä sekoittaen vanhaa ja uutta.

Televisiofaniuden tutkimuksessa onkin hyvä muistaa, että faniitoimintaa on olemassa myös internetin ulkopuolella ja faniutetaan tuotetaan keinoin (erikoisnäytökset, vierailut jne.), joita on käytetty jo paljon ennen internetin aikakautta. Vuonna 1981 Suomen televisiossa alkaneesta *Dallas*-sarjasta käytiin voimakasta julkista keskustelua, joten sarja oli paljon esillä. Sarjaa myös markkinoitiin yleisölle: *Dallas*-kirjan suomenkielinen käännös tuotiin markkinoille samaan aikaan kun sarja televisiossa pyörähti käyntiin (Ruoho 2001, 221). Näin televisiosarjan lanseerauksessa hyödynnettiin oivallisesti mediakonvergenssia, vuonna 1981.

3.

Xeniittien matkassa: kulttifanius, yhteisö ja tulkinnan kehykset

Keväällä 1999 sain vastauksen fanitutkimusta koskevaan lehti-ilmoitukseeni mieheltä, joka kertoi olevansa *Xena*-fani. Tuolloin en tiennyt juuri mitään tv-ohjelmasta nimeltä *Xena*⁶⁸ saattikka arvannut, että ohjelmalla voisi olla innokas faniyleisö Suomessa. Olin nähnyt pari jaksoa kyseisestä sarjasta, joten tiesin suurin piirtein minkä tyyppisestä ohjelmasta oli kyse. Kiinnostuin *Xenasta* ja sen faneista kuitenkin ehkä juuri siksi, ettei sarja ollut kovin tunnettu tai esillä mediajulkisuudessa. Myös sarjan naiskuva vaikutti kiinnostavalta. Kirjeessä sarjaa luonnehdittiin näin:

Tapahtumat on sijoitettu jonnekin antiikin Kreikkaan, ajallisesti ne kuitenkin sijoittuvat usean tuhannen vuoden puitteisiin, kaikki on mahdollista, kuten saduissa yleensä. Sarja onkin ihastuttava sekoitus historian todellisia ja kuviteltuja tapahtumia, antiikin mytologiaa ja Raamatun henkilöitä... Mutta kaiken ytimenä on kahden naispäätähten Xenan ja Gabriellen kaiken voittava ystävyys, uhrautuvaisuus ja lämpö.

Xena näytti kiinnittyvän 1990-luvun lopulla kukoistaneen fantasiakulttuuriin piiriin mytologioineen ja seikkailuineen. Näitä fani-kulttuureita on tutkittu varsin paljon kansainvälisesti (Tulloch

⁶⁸ Kun viittaaan koko tv-sarjaan käytän kurssiivia *Xena*, ilman kurssiivia viittaaan sarjan päähenkilön Xenan hahmoon.

& Alvarado 1983; Jenkins 1992; Bacon-Smith 1992; Kozinets 2001) ja tutkimuksissa on noussut esiin näiden fanikulttuurien aktiivisuus ja yhteisöllisyys.

Kun mielenkiintoni oli herännyt, aloin pohtia millainen fanikulttuuri tämän sarjan ympärille mahdollisesti on muodostunut. *Xenaa* koskevia tutkimuksia en tuolloin vielä tuntenut⁶⁹, joten kyseessä näytti olevan tuore ja kiinnostava fanitutkimuksen kohde. Tässä vaiheessa en tiennyt sitäkään, että *Xena*-faniuden tutkimuksesta muodostuisi varsinainen vuosia kestävä seikkailu, jonka aikana tutustuisin paitsi moniin faneihin myös moniin uusiin fanikulttuureihin.

Päätin siis ottaa tarkemmin selvää *Xenasta* ja etsin ohjelmas- ta lisätietoja internetistä. Sieltä avautuivatkin suomenkieliset fanisivustot, jotka sisälsivät kuvauksen sarjasta, sen keskeisistä hahmoista, näyttelijöistä ja jaksoista sekä linkkejä muille *Xena*- sivuille. *Xenan* ympärillä näytti olevan vilkas ja aktiivinen fanikulttuuri. Halusin selvittää tarkemmin, kuinka tiiviistä yhteisöstä on kyse, kuinka se on muodostunut ja kuinka se toimii.

Henry Jenkinsin (1992) *Star Trek* -yhteisöä koskevassa tutkimuksessa faniyhteisöstä luodaan melko romanttinen ja ristiriidaton kuva. Pyrkimyksenäni ei ollut vahvistaa tämäntyyppistä näkökulmaa, vaan pikemminkin kysyä, millainen merkitys faniyhteisöllä on faneille ja kuinka se määrittää sarjasta tehtäviä tulintoja. Tähän liittyen halusin myös selvittää, millaisiin muihin esimerkiksi tuotannollisiin ja julkisuuteen liittyviin tekijöihin fanien tuottamat tulokinnat ovat kytköksissä.

Jätin fanisivuston keskustelupalstalle ilmoituksen, jossa pyysin haastateltavia tutkimukseeni. Sain viisi vastausta, joista valitsin kolme edelleen haastateltavaksi. Nämä kolme valikoituvat keskinäisen erilaisuutensa perusteella. Yksi vastaajista oli 37-vuotias nainen, joka ei ollut aktiivinen faniyhteisössä. Toinen vastaajista oli 14-vuotias poika, joka osallistui melko aktiivisesti keskustelui-

⁶⁹ *Xenan* espanjankielisestä faniyhteisöstä ks. Alesci 2004. Muita *Xena*-tutkimuksia mm. Boese (1998), Morreale (1998), Jones (2000), Uimonen (2001).

hin. Kolmas oli oman fanisivuston luoja ja aktiivijäsen, 17-vuotias nainen. Oletin saavani vastaajilta eri näkökulmia *Xena*-faniuden ja faniyhteisön merkitykseen.

Haastattelut johdattivat minut vielä yhden fanin luokse – hänet mainittiin useissa haastatteluissa tärkeäksi tiedonlähteeksi ja muut haastateltavat kehottivat kysymään häneltä tarkemmin *Xena*-faniuden vaiheista Suomessa.

Pian ymmärsin, kuinka vaikeaa näin pienen, toisensa tuntevan ryhmän kohdalla on säilyttää haastateltavien anonymiteetti. Kuukaan haastateltavista ei halunnut erityisemmin salata identiteettiään, ja koska osa haastateltavista ohjasi minut toisen haastateltavan luokse, he olivat myös tietoisia tutkimukseen osallistuneista ja kenties olivat myös keskustelleet aiheesta.

Tähän sisältyi kuitenkin ongelma. Vaikka haastateltavat voisivat esiintyä omilla nimillään, tutkittavat eivät voi hallita sitä kontekstia, jossa esiintyvät – minun tutkimukseni osana. Olen siksi pyrkinyt niin hyvin kuin mahdollista peittämään haastateltujen henkilöllisyyden, jottei heitä tunnistettaisi.

Pienen yhteisön osalta tämä on erityisen hankalaa: tiiviissä kanssakäymisessä olevat henkilöt tunnistavat toisensa helposti. Tutkijan eettisten ohjeiden mukaan tutkijan on pyrittävä estämään tällainen sisäpiirin tunnistaminen. Käytännössä se tarkoittaa tietojen muuttamista ja päättelyketjun vaikeuttamista. Pyrin siihen, etteivät tutkimuksen lukijat voi hankkia sellaista tietoa tunnistamistaan henkilöistä, jota heillä ei aiemmin ole ollut (vrt. Juvonen 2002, 66).

Haastattelin *Xena*-fanit vuoden 1999 kesällä ja syksyllä. Kuten usein televisio-ohjelmia koskevassa tutkimuksessa, haastateltavat puhuvat mielellään suosikkiohjelmistaan. Myös nämä haastattelut sujuivat hyväntuulisessa tunnelmassa ja osa venähti useamman tunnin mittaiseksi.

Osa haastateltavista kuitenkin kertoi jännittäneensä haastateltuja etukäteen, mutta kokeneensa tilanteen lopulta hauskaksi ja mukavaksi. Osa myös otti yhteyttä pian haastattelun jälkeen

haluten tarkoittaa joitakin mietteitään sarjasta. Joissakin haastatteluissa koin itseni aluksi epävarmaksi, koska en ollut vielä perillä sarjan kaikista käänteistä. Pelkäsin etteivät fanit ole halukkaita keskustelemaan tutkijan kanssa, joka ei ole tarpeeksi sisällä fanikulttuurissa. Yksi haastateltavista kyselikin tarkkaan, kuinka paljon sarjaa ja sarjan fanikulttuuria tunnen. Salaamatta tietämättömyyttäni pyysin haastateltavaa täydentämään tietojani ja kertomaan tarkkaan sarjasta ja sen faneista. Haastateltavat olivat siis muutakin kuin tutkijan tarkastelun kohteena; he asemoituivat myös asiantuntijoiksi haastatteluissa. Uskon tämän edesauttaneen hyvää ja välitöntä tunnelmaa tapaamisissa.

Tutkimuksen edetessä tuntui ilmeiseltä, ettei yksi haastattelukerta, onnistuneista haastatteluista huolimatta, riittäisi kuvamaan faniuden prosessia. Näin ollen tein sähköpostitse kyselyn kaikille haastatelluille kesällä 2001 heidän suhteestaan *Xenaan*; vieläkö he seurasivat sarjaa. Vastaukset sain yhtä lukuun ottamatta kaikilta. Tässä vaiheessa halusin myös täydentää haastateltavien joukkoa yhdellä subtekstiin⁷⁰ erikoistuneen fanin haastattelulla, koska tämä subtekstin merkitys näytti nousevan *Xena*-faniudessa keskeiseksi.

Olen siis haastatellut kaikkiaan kuutta fania eri puolilta Suomea. Haastateltavista puolet on miehiä, puolet naisia. Nuorin on 14-vuotias, vanhin 63. Fanien koulutus- ja ammatillinen tausta vaihteli peruskoulusta korkeakouluun ja tehdastyöstä johtavaan asemaan liike-elämässä. Kuten sanottu he ovat keskenään varsin erilaisia faneja. Osa on aktiivisesti mukana fanitoiminnassa, osa ei osallistu toimintaan lainkaan.

Aluksi tutkimukseni rakentui näiden haastattelujen varaan, mutta pian ymmärsin, että käsittääkseni *Xena*-faniuden erityisyyttä, minun on tutkittava fanitoimintaa myös internetissä. Käytännössä se on merkinnyt suomalaisten *Xena*-fanien eli

⁷⁰ Subtekstillä viitataan sarjasta luettavissa olevaan piilotekstiin, jonka mukaan päähenkilöt Xena ja Gabrielle ovat rakastavaisia.

Xeniittien⁷¹ keskustelupalstan ja toiminnan seuraamista.

Aineistonani on Xeniiittien keskustelut vuoden 1998 huhtikuusta vuoden 2003 syyskuuhun. Internet-aineisto sisältää suomalaisten *Xena*-sivustojen lisäksi myös kansainvälisiä *Xena*-sivustoja, lähinnä *Whoosh!*-lehden sivustot sekä kartoitusta erilaisista *Xena*-aiheisista sivuista, uutisryhmistä fanifiktioon erikoistuneille sivuille. Internet-aineistossa olen keskittynyt yhteisön rakentumisen kannalta keskeisiin teemoihin (alkuvaihe, isot kiistat, tapahtumat, sarjan tasot) sekä niihin teemoihin, jotka haastatteluissa nousevat esiin ja jotka näkökulmani kannalta ovat relevantteja kuten faniuden määrittely ja toimintaa kuvaavat keskustelut (esim. tavaranvaihto).

Suomalainen faniyhteisö näytti olevan tavalla tai toisella varsin keskeinen taustaryhmä kaikille faneille. Vaikkei fani osallistunut toimintaan, yhteisöä seurattiin ja tietoisuus sen olemassaolosta oli merkittävää fani-identiteetin kannalta. Osallistuin *Xena*-tapaamiseen kesällä 2003 Turun Finncon tapahtumassa ja kerroin siellä järjestettävässä paneelikeskustelussa tutkimuksestani.

Tutkimusvuosien aikana olen ollut haastattelemiini faneihin yhteydessä useaan otteeseen lähinnä sähköpostitse. Myös he ovat soitelleet ja kyselleet tutkimuksen edistymisestä. Kun sain valmiiksi ensimmäisen suomenkielisen *Xenaa* koskevan artikkelini (Nikunen 2003b), lähetin sen faneille luettavaksi ja kommentoitavaksi. Kommenttien kautta halusin kuulla heidän näkemyksensä siitä – ennen kaikkea tuntuivatko tulkintani järkevilä tai paikansa pitäviltä. Fanit kommentoivat artikkelia osuvaksi, mutta sain samalla tarkennuksia ja laajennuksia *Xena*-tietoihini.

Suhde tutkittaviin on ollut vuorovaikutteinen ja antoisa. Se voi kuitenkin tuoda mukanaan ongelmia, joista on oltava tietoi-

⁷¹ *Xena*-fanit ovat nimenneet itsensä Xeniiiteiksi. Nimityksestä on käyty keskusteluja niin Suomessa kuin kansainvälisillä sivustoillakin. Fanien keskuudessa on lähinnä puitu eri vaihtoehtoja kuten Xenaidit, Xenaholics tai Xenamaniacs. Nimissä leikitellään äärimmäistä faniutta kuvaavilla ilmauksilla ja niitä tapaa yksittäisten fanien kotisivuissa ja nimimerkeissä.

nen. Voi olla vaikeaa olla kriittinen siinä vaiheessa, kun yhteisö ja siinä toimivat ihmiset ovat alkaneet tulla tutuiksi. Nähdäkseni tämä on saattanut olla enemmän ongelmana tutkimuksissa, joissa tutkija on itse osa faniyhteisöä. Toisen polven fanitutkimuksen tapa puolustella faniutta on osittain oire tästä (ks. Hills 2002, 66–70). Tutkijan asema ja tutkimuksen tarkoitus on syytä tehdä selväksi niin itselle kuin haastateltavillekin.

Keskityn *Xena*-faniuden tutkimuksessani faniuden käytäntöjen ja kokemuksen rakentumiseen. Tarkastelen, millaiset tekijät ovat säätelemässä sitä, kuinka faniutta toteutetaan käytännössä. Tähän prosessiin osallistuvat niin mediajulkisuus, tuotantokoneisto kuin faniyhteisötkin. Pohdin, kuinka näiden eri tahojen väliset suhteet järjestäytyvät ja kuinka näiden suhteiden kautta *Xena*-fanius asemoituu kulttuurisesti. Aineistoni rakentuu ensisijaisesti suomalaisten fanien haastatteluista sekä verkkokeskustelun ja toiminnan seurannasta vuosilta 1998–2003. Suhteutan tämän luentani kansainväliseen internet-pohjaiseen materiaaliin ja sarjan mediajulkisuuteen.

3.1. *Xena* tv-sarjana

Jotta ymmärtäisi mistä *Xena*-faniudessa on kyse, on oltava käsitys itse televisiosarjasta, joka muodostaa primaaritekstin fanien tulkinnoille. Tv-sarja *Xena* (*Xena: Warrior Princess*) on Uudessa Seelannissa kuvattu, yhdysvaltalainen vuonna 1995 käynnistynyt Renaissance Picturesin ja MCA/Universalin tuottama sarja, jonka pääosassa seikkailevat ”soturiprinsessa” Xena (Lucy Lawless) ja hänen ystävättärensä Gabrielle (Renee O’Connor). *Xena* sai alkunsa toisen sarjan sisältä: Xena esiintyi fantasiapohjaisen toimintasarjan *Herkuleksen* yhdessä jaksossa, minkä jälkeen hahmolle luotiin oma sarja. Universalin tuottajat etsivät alun perin pääosaan valmiiksi suosittua yhdysvaltalaista näyttelijää, mutta osan sai suurelle yleisölle tuntematon näyttelijä, Lucy Lawless

Uudesta Seelannista. Brittiläinen mediatutkija Sara Gwenillian Jones (2000, 9) on luonnehtinut sarjaa näin:

”*Xena* on valikoitu ja häikäilemätön sekoitelma populaarikulttuuria, kreikkalaista mytologiaa, muinaishistoriaa, hongkongilaisien toimintaelokuvien taistelukohtauksia, traagista sankaruutta, ironista huumoria ja vahvasti vihjattua homoseksuaalisuutta.”

Sarjan tapahtumat sijoittuvat antiikin Kreikkaan, mutta eri jaksojen aikakaudet voivat vaihtua 2000 vuoden takaisista ajoista toiseen maailmansotaan. Näin ollen sarjan maailma on fantasia-sarjan tapaan joustava eikä kiinnity täysin tiettyyn aikaan tai paikkaan.

Kerrontaan on kudottu näiden erilaisten elementtien lisäksi seksuaalisuuden monitulkintaisuutta, mikä liittyy päähenkilö Xenan ja hänen ystävättärensä Gabriellen väliseen suhteeseen. Sarjan perusajatuksena on Xenan taistelu pahuutta vastaan. Xena ei ole kuitenkaan puhdas sankari vaan hän on aiemmin ollut itsekin julma soturi ja tappanut useita ihmisiä. Sarjassa hyvän ja pahan kamppailu tiivistyy Xenan persoonaan, ja aina toisinaan Xena joutuu kohtamaan menneisyyden pahat tekonsa.

Xena ja Gabrielle esiintyvät jokaisessa jaksossa, mutta heidän lisäksi sarjassa on joukko vakiohahmoja: eräänlainen ystävä/narrilahmo Jukseri, sodanjumala Ares ja perivihollinen Callisto. Sarjan kerronnassa liikutaan paitsi joustavasti eri aikakausien välillä myös mytologista kerrontaa hyödyntäen elämän ja kuoleman, ihmisten ja jumalten maailmojen välillä. Xena on vierailnut manalassa, pelastanut Gabriellen ja tuonut hänet takaisin elävien maailmaan.

Intertekstuaalisuus on keskeinen elementti sarjassa. Sitä korostaa eri sarjoista kuten *Herkuleksesta* tuttujen hahmojen vierailu *Xenassa*. Sarjassa intertekstuaalisuus toimii sekä henkilöhahmojen tasolla suhteessa muihin televisiosarjoihin, juonen tasolla suhteessa erilaisiin tarustoihin ja näytelmiin sekä kerronnan tasolla suhteessa erilaisiin esitystyyliin ja kerronnan muotoihin. Intertekstuaaliset tulkinnat ovat keskeisiä faniien keskusteluissa sarjasta.

Internetin keskustelupalstoilla voidaan puhua siitä, miten esimerkiksi *Xenan* jaksoissa on lainailtu kohtauksia muista sarjoista tai elokuvista kuten hongkongilaisista toimintaelokuvista.⁷²

Sarjan geneerinen monimuotoisuus tulee esille fanien luonnehtiessa sitä sarjaksi, joka sisältää draamaa, seikkailua ja huumoria. Se ei siis ole vain toiminnallinen seikkailusarja, vaikka toiminta on sarjassa keskeisessä osassa ja miltei jokainen jakso sisältää taistelukohtauksia.

Näyttävät kamppailut potkuineen ja iskuineen ovat yksi *Xenan* viehätyksen keskuudessa. *Xena* kuitenkin poikkeaa esimerkiksi *Herkuleksesta* siinä, että sarja sisältää draamallisia ja humoristisia jaksoja seikkailun ohella ja kerronnassa luodaan tietoisia monitulkintaisuutta *Xenan* ja Gabriellen välisestä mahdollisesta seksuaalisesta suhteesta sekä rakennetaan *Xenasta* sankaria, joka pohtii tekojensa oikeutusta menneisyytensä vuoksi.

Sarjan taistelukohtaukset ovat visualisoituneet sarjan edetessä, ja alkuaikojen kömpelöhdöt trikit ovat muuttuneet hienovireisimmiksi. Visuaalisesti sarjaa leimaa liioittelun ja jäljittelyn elementti. Sarja ei pyri näyttämään ”aidolta” vaan tuottaa mielikuvaa kopiosta, joilla ei ole alkuperää. Sarja tuottaa myyttistä konnotaatiota kreikkalais-roomalaistyyppisillä varusteilla, miljöillä ja asusteilla.

Pääosin sarjassa liikutaan luonnossa, toisinaan temppeleissä ja pienissä kylissä. *Xenan* ja Gabriellen asusteet ovat korsetinomaisia nahkahaarniskoja, jotka korostavat toimintasankareiden feminiinisyttä. Kuten Sara Gwenillian Jones (2000, 13) luonnehtii, sarja tarjoaa viitteellisen rakenteen, muttei juurikaan sääntöjä.

⁷² Elokuvatutkija Richard Dyer (2002, 237–261) on pohtinut italialaisen peplum-elokuvan (1957–1965) merkitystä suhteessa luokkaan ja valkoisuuden poliittisiin ulottuvuuksiin, fasismiin. Peplum-elokuvan sankarit ovat lihaksikkaita, antiikin ajan hahmoja, joista kuitenkin ehkä keskeisin Maciste luotiin vuonna 1914. Sankarit eivät ole kuitenkaan kiinnittyneet hahmon ensimmäiseen ympäristöön vaan liikkuvat melko joustavasti ajassa ja paikassa, esimerkiksi Maciste on sijoitettu 1200-luvun Aasiaan ja 1600-luvun Skotlantiin. Peplum-elokuvasta löytyy kiintoisia yhtäläisyyksiä *Xenaan*, joita voisi pohtia edelleen: löytyykö *Xenasta* viittauksia myös peplum-elokuvaan.

Xena syntyi aikana, jolloin yhdysvaltalainen tv-tuotanto oli kiinnostunut fantasiabuumista, ja 1990-luvun loppupuolella tuotettiin muitakin fantasiakulttuurista ammentavia sarjoja kuten *Highlander* (1992–1996), *The Adventures of Sinbad* (1996–1998), *The New Adventures of Robin Hood* (1997–1998).

Xenan voi liittää myös toiseen tv-sarjoja koskevaan trendiin: naistoimintasankareihin. Muutama vuosi sen jälkeen kun *Xena* käynnistyi, ryhdyttiin tuottamaan useita sarjoja, joiden pääosassa oli voimakas ja eroottisen femiininen nainen: *Buffy Vampyyrintappaja* (*Buffy the Vampire Slayer*) (1997–2003), *Sheena* (2000–2002), *Aarteenmetsästäjä* (*Relic Hunter*) (1999–2002), *Alias* (2001–), *Dark Angel* (2000–2002). Näillä naissankareilla on edeltäjänsä elokuvan alueella: Ellen Ripley (Sigorney Weaver) *Alienissa* sekä Sarah Connor (Linda Hamilton) *Terminatorissa*.⁷³

Suomessa *Xena* nähtiin ensimmäisen kerran 4.11.1997 MTV3:n kanavalla. Ohjelmaa esitettiin ensin torstaisin myöhäisillalla, sitten lauantai-iltapäiväisin. Reilun vuoden esitystauon jälkeen sarja siirtyi MTV3:lta ensin TV!TV!:n ohjelmistoon vuoden 2001 alussa ja vuoden 2002 alusta *Xena* on näkynyt Subtv:n kanavalla. *Xenan* tuotanto on jo lopetettu – kaikkiaan sarjaa tehtiin kuusi tuotantokautta ja sarja päättyi keväällä 2001.

Xenan keskikatsojamäärä vuonna 1999 MTV3-kanavalla oli 198 357. MTV3:n mukaan *Xenan* katsojista 68 prosenttia oli 10–44 -vuotiaita. Yhdysvalloissa sarja oli huomattavasti tunnetumpi kuin Suomessa. Se oli yksi katsotuimpia syndikaattisarjoja keräten parhaimmillaan 8–10 miljoonaa katsojaa. Sarjaa esitettiin yli 200 kanavalla ja se päihitti muun muassa *Bay Watchin* ja *Deep Space Nine* -sarjan katsojaluvuissa (Morreale 1998, 79).

Xenan mainetta kuvaa se, että siihen on viitattu muissa tv-sarjoissa ja *Xena*-hahmo on esiintynyt animaationa Lucy Lawlessin äänellä *Simpsonseissa*. Sarjan päätyttyä Lucy Lawless esiintyi

⁷³ Naissankaruus ei ole suinkaan 1990-luvun ilmiö vaan heitä on ollut aiemminkin tv-historiassa: *Bionic Woman* (1975–1978) ja *Wonder Woman* (1976–1979).

useassa talk-showssa kertomassa tulevaisuuden suunnitelmistaan.⁷⁴

Sarjan kulttuurista paikantumista määrittävät paitsi tekstuaaliset tekijät myös tuotantoon, julkisuuteen ja yleisöihin liittyvät tekijät: kuinka sarjaa markkinoidaan, millainen näkyvyys ja julkisuuskuva sillä on, kuinka se määritellään yleisöjen keskuudessa. *Xena* on nimitetty kulttisarjaksi (Jacksonville.com 5/1998), ja myös suomalaisten *Xena*-fanien keskusteluissa ja haastatteluissani sarjaan viitataan kulttisarjana. *Näin jotain ennakkojuttuja kun arvostelijat oli tietenkin kertoneet että tää on jonkinlainen kulttisarja.* (Nainen 37-v.)

Mitä kulttisarjalla oikeastaan tarkoitetaan ja kuinka se syntyy? Merkitseekö se tiettyä esittämisen tapaa vai syntykö kulttius yleisön tulkinnoissa ja käytännöissä? Kulttius viittaa tiettyyn ryhmään ja alakulttuuriin, joka määräytyy suhteessa valtakulttuuriin ja nimenomaan irrottautumiseen tai poikkeamiseen valtakulttuurista. Kulttiutta määrittävät erilaiset rakenteet ja käytännöt kuten erilaiset instituutiot esimerkiksi tv-yhtiöt ja tuotantoyhtiöt, mediajulkisuus, markkinointi sekä näihin kytkeytyvät yleisöjen sosiaaliset ja tekstuaaliset käytännöt.

Faniyhteisöllä on tärkeä rooli sarjan paikantumisessa, tulkintojen tuottamisessa ja rajaamisessa. Millainen on suomalaisten *Xena*-fanien yhteisö ja kuinka sen käytännöt määrittävät tulkinta-kehystä?

3.2. Xeniiitit

Suomalainen *Xena*-fanius näyttäytyy aktiivisena: fanikäytäntöihin kuuluvat internet-pohjaisen keskusteluryhmän muodostuminen, fanitapaamiset ja tapahtumien järjestäminen, fanfictionin

⁷⁴ *Ammu* vaan 11.1.2002 Nelonen, *Simpsonit* 1.1.2003 MTV3, *Late Night with Conan O'Brien* 31.8.2001 Subtv.

eli fanitarinoiden kirjoittaminen, tiedonhankinta, tarinan narratiiviseen universumiin perehtyminen, oheismateriaalin hankinta, dvd- ja vhs-kasettien kierrätys ja toistuva katselu.

Kaltaiselleni korkean riippuvuusasteen Xena-addiktille oli hieno yllätys löytää ensimmäinen suomenkielinen Xena-sivu, joka on vieläpä todella onnistunut! Olin pudota huteralta tuoliltani, kun värisyttävä Xena-musiikki ampaisi kuulokkeista. Kiva tietää, etten ole ainoa fani Suomessakaan... (Toukokuu 1998)⁷⁵

Onnittelut ensimmäisen suomalaisen Xena-kotisivun johdosta [...] Aloin jo epäilläkin, eikö maailmalla kulttisuosion saavuttanut Xena ole saanut allekirjoittanutta lukuunottamatta valtoihinsa ketään muuta täältä jumalien selän takaa. Olikin megahauskaa törmätä sivuihisi ja löytää muita suomalaisia xeniittejä. (Toukokuu 1998)

Suomalaisten *Xena*-fanien kohtaupaikkana voisi pitää keskusteluryhmää, joka aluksi piti majaansa ensimmäisillä, vuonna 1998 perustetuilla suomenkielisillä *Xena*-nettisivuilla. Ennen näiden sivujen perustamista monet *Xena*-fanit olivat vierailleet kansainvälisillä sivustoilla tai seuranneet *Xenaa* yksin, ilman yhteyttä muihin faneihin. Sivuston löytyminen on ollut monille merkittävä askel faniuden jakamisessa. Oleellista näyttää olevan se, että fanisivusto on omalla äidinkielellä.

Xena-sivusto perustettiin huhtikuussa 1998, ja syksyllä 1999 postituslistalla oli 45 henkilöä. Postituslistaa hallinnoi kaksi fania, joista toinen piti yllä oman sivustonsa keskustelua. Ensimmäisissä viesteissä vaihdetaan tietoja *Xenan* musiikista, videoista ja tavarasta. Lisäksi keskustellaan siitä, milloin sarja palaa MTV3:n ohjelmistoon, sarjan jaksojen suomennoksista sekä subtekstin olemassaolosta.

⁷⁵ Otteet internet-keskusteluista on yksilöity ajankohdan mukaan, haastatteluaineisto puolestaan haastateltavan sukupuolen ja iän mukaan.

Fanit kertovat, miksi he seuraavat sarjaa ja mikä siinä on kiinnostavinta. Vaikka keskustelua hallinnoi sivun ylläpitäjä, aivan alusta lähtien viestit suunnataan kaikille faneille tyyliin ”Hei kaikki”, ”kanssa Xeniiitit”, ”mitä mieltä olette”. Viestien allekirjoituksena on pääsääntöisesti etunimi tai nimimerkki, jonka kautta keskustelijat tulevat toisille tutuiksi ja viittaavat toistensa kysymyksiin tai vinkkeihin.

Keskusteluissa tehdään myös yhteisiä päätöksiä muun muassa siitä, mikä olisi sopiva nimitys suomalaisille *Xena*-faneille. Eri-laisten ehdotusten kautta keskusteluissa päädytään nimitykseen Xeniiitit, joka on suomenkielinen versio englanninkielisten fanien käyttämästä Xenits-nimestä. Faniryhmien nimeämisellä on perinteensä, muun muassa *Star Trek* -fanit ovat nimenneet itsensä trekkereiksi, *Salaisten kansioiden* fanit X-Phileiksi. Nimeäminen on tapa osoittaa keskinäistä yhteenkuuluvuutta ja tehdä ero meidän ja muiden välille.

Ensimmäisten *Xena*-sivujen tekijä kertoo haastattelussa toivoneensa, että sivut saattaisivat suomalaiset *Xena*-fanit yhteen. Sivulla oli alusta lähtien sekä postituslista että keskusteluryhmä, joiden kautta fanit kävivät keskusteluja muiden *Xena*-fanien kanssa. Ensimmäiset fanikommentit kertovat hyvin, kuinka tärkeänä sivustoa pidettiin. Monet viestit kuvaavat huutomerkein innostusta, kun yksinäinen fani on löytänyt sattumalta samanhenkisten fanien joukon. Varsin monessa viestissä valitetaan, ettei lähipiirissä ole toista *Xena*-fania. Myös haastatteluissa nousee esiin internetin kautta löytyneen faniyhteisön merkittävyys. Näissä puheenvuoroissa aukeaa muiden fanien ja fanikulttuurin merkitys yksittäisen fanin fani-identiteetin muodostumisen kannalta. Oma intohimo saa nimen, paikan ja käytännön. Fanius voi siis syntyä sillä hetkellä kun yhteisön löytää. Myös faniuteen liitetty outouden leima kevenee kun fani huomaa, ettei ole ainoa sarjasta kiinnostunut.

Se oli semmonen niinku taivas olis auennu, että en olekaan yksin täällä tän omituisen harrastukseni kanssa. Täällä on

*monta muutakin yhtä hurautanutta ja vielä pahemminkin.
(Nainen 37-v.)⁷⁶*

Vuoden 2001 elokuussa postituslistalla oli jo 98 henkilöä, ja se siirrettiin Yahooon sivuille (www.groups.yahoo.com). Jäsenten määrä on pysynyt kutakuinkin samana – syksyllä 2003 heitä oli 95 ja 96 helmikuussa 2005. *Xena*-keskusteluissa vaihdetaan ensinnäkin tietoa erilaisista teknisistä mahdollisuuksista esimerkiksi dvd:n katseluun, musiikkiin, nettisivuihin, nauhoituksiin jne. liittyen. Toiseksi sivulla käydään keskustelua, arviointeja ja ää-
nestyksiä sarjan jaksoista ja niiden yksityiskohdista. Kolmanneksi erottuu yhteistä toimintaa koskevat keskustelut – esimerkiksi Xeniiitti-paidan, Xenature-tapahtuman tai *Xena*-aiheisen tavarankäytön suunnittelu.

Osa keskustelijoista on ollut mukana aivan alusta asti ja keskustelun kulusta tunnistaa tuttavallisuutta. Erityisesti *Xena*-tapaamisia koskevilla keskusteluilla etäisyys on karissut ja fanit ovat lisänneet konkreettista yhteydenpitoa kuten tavaroiden ja kuvien vaihtoa. Keskusteluihin tuodaan enemmän tietoa omasta yksityiselämästä, esimerkiksi naimisiinmenosta (myös naisparien) tai lapsista.

Xenature oli todella mahtava! :) Oli hauska päästä tutustumaan porukkaan paremmin. Kai sen nyt voisi julkisestikin sanoa, että olemme menossa naimisiin lokakuussa. Kaikesta kuuluu kiitos xeniitti-toiminnalle! :) (Heinäkuu 2002)

Onneksi olkoon!

Me menimme naimisiin muutama viikko sitten, siitäkin kyllä saa kiittää Xenaa ja erityisesti Missy Goodin MerwolfPack-listaa — siellä me tapasimme muutama vuosi sitten. (Heinäkuu 2002)

⁷⁶ Haastattelukatkelmien merkit: () muuta kuin puhetta ... tauko [...] sanojen tai lauseiden ohitus. Haastattelupuhetta on editoitu puhekielelle siten, ettei yksittäisten fanien puhetapa nouse tunnistettavaksi.

Tuttavuus näkyy siinä, että faniien profiilit alkavat hahmottua yhteisön keskuudessa. Vuoden 2003 keskusteluissa fanit osaavat arvioida keneltä mitäkään asiaa kannattaa kysyä, esimerkiksi teknistä asiantuntijuutta, tieteellisiä *Xena*-artikkeleita tai *Xena*-tuotteiden ostopaikkoja.

Keskustelupalstalla on ollut kuukausittain enimmillään 161 viestiä, hiljaisimmillaan vain muutama. Vuosi 2002, jolloin *Xena* siirtyi Subtv:lle, oli tasaisen hiljainen. Palstalla vaihdettiin keskimäärin 30 viestiä kuussa. Vilkkaimmat ajat sijoittuvat eri tapaamisten tiimoille kuten Finnconien ja kesätapaamisten suunnitteluun toukokuussa 2004, touko- ja elokuussa 2003, sekä Yahoo-palstan ensimmäisten kuukausien ajalle kesällä 2001.

Yli viisi vuotta toiminut suomalaisten Xeniiittien keskusteluryhmä on selkeästi yhteisen kiinnostuksen kohteena ympärille rakentunut yhteisö. Yhteisö on syntynyt vuorovaikutuksen tarpeesta ja se on ollut myös perustajan tavoitteena. Henry Jenkins (1992, 22) pitää yhteisön merkitystä jopa faniuden edellytyksenä ja uskoo faneilla olevan erityinen kaipuu jakaa faniutensa muiden kanssa.

Xena-faniien joukossa on sekä *Xenalle* omistautuneita että useiden eri tv-sarjojen tai elokuvien faneja. Faneille löytyy viitekehystä erityisesti science fiction- ja fantasiafaniudesta – myös *Star Wars*, *Star Trek* ja *Babylon5* ovat kahden haastatteleman faniin fani kohteita. Keskusteluissa viitataan lisäksi sellaisiin faniuden kohteisiin kuten *Buffy*, *vampyyrintappajaan* tai roolipeleihin ja larppaamiseen.

Osalle Xeniiiteistä fanikulttuurit näyttäytyvät elämäntapana ja harrastusverkostona, jossa liikutaan eri faniuksien välillä. He voivat olla myös mukana järjestämässä erilaisia laajempia fanitapahtumia (esimerkkinä science fictionin piiristä alun perin syntynyt luentoja ja keskustelutilaisuuksia sisältävä Finncon-tapahtuma, joka kerää science fictionin, fantasian, kauhun ja animaation faneja yhteen).

Fanius onkin usein rinnakkaista ja erilaisiin kohteisiin suuntautunutta. Matthew Hills (2002) pohtii kirjassaan *Fan Cultures* erilaisten faniuksen yhteyksiä, ja vaikei varsinaista intertekstuaalista sidosta hänen omien musiikki- ja televisiosarja-faniuksiansa väliltä löydy, niitä yhdistää tietty kulttimaisuus. Hillsin mukaan onkin merkittävää pohtia faniuksien suhteita henkilöhistoriaan, tiettyyn ikään, muihin kiinnostuksen kohteisiin sekä ympäröivässä kulttuurissa ja mediakentässä tapahtuviin muutoksiin.⁷⁷ Usein on myös niin, että faniudet seuraavat toisiaan. Kuten yksi haastatelluista Xeniteistä kuvaa:

Mä oon semmonen yhden asian ihminen. Kerran oli Kauniit ja rohkeat, kerran sellainen sarja kuin Keskellä Galaksia käännös vasempaan ja sitten mulla on aina ollut sarjakuvakaudet elikkä Tenavat, Muumit ja Aku Ankka. Nyt on Xena. (Mies 14-v.)

Toiset taas löytävät rinnakkaisista faniuksista yhtäläisyyksiä. 17-vuotias tyttö löytää *Star Warsista* ja *Xenasta* samankaltaisuutta sekä tarinan että fanipohjan tasolla. Molemmissa sarjoissa päähenkilö käy sisäistä kamppailua hyvän ja pahan välillä. *Star Warsin* satumaisuus myös tuo sitä lähemmäs *Xenaa* ja etäämmälle teknisemmistä science fiction -sarjoista.

Star Warsista kauheesti tytöt innostunut varmaan just sen takia, että se ei oo niin teknistä ja science fictionia ja Xenasta on tytöt tietysti innostunu kun siinä on sellainen sankaritar, mikä on vähän esimalli, roolimalli tavallaan. (Nainen 17-v.)

Sama nuori on aktiivisesti mukana niin *Xena*- kuin *Star Wars*-fanikulttuureissakin. *Star Warsin* Episodi 1:n ensi-illassa Helsingissä kesällä 1999 hän tutustui toiseen *Xena*-faniin, joka sittemmin liittyi Xeniteiden postituslistalle. Toinen haastateltava, 52-vuotias mies kuvaa itseään science fiction -faniksi, jonka toisena tärkeänä faniuden kohteena on tv-sarja *Babylon5*. Hän kuvaa

⁷⁷ Hills pohtii autoetnografiaa fanitutkimuksen menetelmänä. Autoetnografiasta ks. myös Saukko 2003.

sarjaa tasoltaan tasaisemmaksi kuin *Xena*. *Babylon5*-fanius myös jaetaan pojan kanssa ja lauantai-iltaisain valot himmennetään ja keskitytään katsomaan sarjaa. *Xena* puolestaan on oma harrastus, johon muut perheenjäsenet eivät suuremmin osallistu.

Useiden eri faniryhmien välillä liikkuvat fanit tuntevat fanikulttuurien käytäntöjä hyvin ja viiteryhmänsä vuoksi he voivat puhua faniudestaan avoimesti ja ylpeydellä. Asenne liittyy siihen, että science fiction ja fantasia -faniudella on suhteellisen arvostettu asema fanikulttuurien keskuudessa, joka kytkeytyy toisaalta fanien aktiiviseen toimintaan, omaan tuotantoon ja pitkiin perinteisiin. Toisaalta taas arvostus liittyy faniuden miellettyyn epäkaupallisuuteen ja pitkäkestoisuuteen vastakkaisena esimerkiksi popmusiikin tyttöfaniuteen.

Tästä huolimatta scifi- ja fantasiafanit voivat olla tietoisia niistä ennakkoluuloista, joita faniuteen liitetään, ja puolustautua valmiiksi mahdollista kritiikkiä vastaan. Faniuden salailu negatiivisen leiman vuoksi nousee esiin Kozinetsin (2001, 73–75) *Star Trek* -faniutta käsittelevässä tutkimuksessa. Faniuden puolustelu on eräänlaista suojautumista ennakkoon kritiikiltä, jonka odottaa kohtaavansa, ja tietynlaista vuoropuhelua kulttuuristen käsitysten kanssa. Tällainen massakulttuurin kritiikkiin reagoiva puhe on tuttua muun muassa Ien Angin *Dallas*-tutkimuksesta (1985; ks. Alasuutari 1992). Kozinetsin mukaan (2001, 74) fanit pyrkivät purkamaan ristiriitaa kokemansa faniuden ja siihen liittyvän negatiivisen leiman välillä tuottamalla *Star Trekiä* normalisoivaa diskurssia. Faniuteen liitetyt ennakkoluulot ja faniutta normalisoiva diskurssi kuuluvat myös *Xena*-fanien puheessa:

Xenasta monet ovat oppineet opetuksia elämään, saaneet itsevarmuutta, uusia ystäviä ja näkökulmia elämään. Minulle Xena on opettanut ja antanut kaikkea tuota. Joku voisi ajatella että pitää ihmisen olla melko köyhä, jos elämänopetuksetkin hankitaan televisiosta. Eihän niitä toki sieltä pelkästään opikaan, Xena on vain "apuvälineenä". En ole mikään vahtosuinen sarjan nimeen vannova fani; minulla on elämä sarjan

ulkopuolellakin, vieläpä varsin onnellinen sellainen. Asun perheen kanssa, harrastan opiskelen; olen siis jotakuinkin tavallinen nuori. (Nainen 17- v.)

Kaikki *Xena*-fanit eivät ole sisällä fanikulttuureissa eivätkä jaa niiden tukiverkoston. Joukossa on hiljaisia faneja, jotka eivät juuri osallistu yhteisiin tapahtumiin eivätkä muuhunkaan fanitoimintaan. He saattavat muita herkemmin pitää faniuden omana tietonaan ja salata sen tuttavapiiriltä. Xeniiittien keskustelupalstan ensimmäisten kuukausien viesteissä muutamat kirjoittajat käyttävät vain etunimeään ja perustelevat valintaansa sillä, ettei ystäväpiiri ymmärrä *Xena*-harrastusta. Osa faneista kokee siis tarvetta salata identiteettinsä, onhan internet julkinen tila.

Jokainenhan nyt tietää, että se on semmonen aikuisten satu (naurua). Enkä määkään nyt niin kauheesti julkisesti kuuluta että olen Xena-fani. On mulla tosin... mää tässä internetistä hain tietokoneeseen Xenan kuvan taustakuvaksi... että sen veran täytyy tunnustaa julkisesti... (Nainen 37-v.)

Faniyhteisössä vähemmän aktiivisilla nousee haastatteluissa esiin pyrkimys pitää fanius yksityisenä asiana, josta ei kerrota kuin läheisimmille ystäville. Fanius saatetaan salata työkavereilta, naapureilta ja tuttavilta. Silti faniuteen liittyvä ilmaisuhalu murtaa tätä hiljaisuutta, kuten yllä 37-vuotiaan naispuolisen *Xena*-fanin tapauksessa.

Xena-sivustojen kautta muodostunut yhteisö voi kuitenkin toimia eräänlaisena faniuden stereotyyppien ja ennakkoluulojen vastaisena tukiverkoston faneille. Yhteisössä voi vapaasti keskustella *Xenasta* ja vaihtaa mielipiteitä muiden asiaan perehtyneiden kanssa. Xeniiittien keskuudessa yhteisyyden tunne syntyy yhdessä jaetusta kiinnostuksen kohteesta ja jaetusta tavasta hullaantua kohteesta. Faniyhteisöissä hullaantuminen on sallittua, ja fanit viittaavatkin usein keskusteluissa itseensä ”hulluina”, ”addikteina” tai ”hurahtaneina”. Hulluutta myös hehkutetaan, minkä voi tulkita tekstuaalisena kaappauksena, jolloin faniutta patolo-

gisoiva sanasto otetaan itse haltuun.⁷⁸ Hulluuden hehkutus näkyy esimerkiksi fanisivustojen nimissä: Xenamania, Absolutely Xenacrazed.

Faniyhteisössä hurahaneisuus voi olla myös meriitti. Mitä syvemmin fani on sitoutunut ja perehtynyt faniuden kohteeseen, sitä parempi fani hän tavallaan on. Näin ollen Xeniiittien keskuudessa faniuden affektiivista ulottuvuutta ei tarvitse hävetä vaan se voidaan jakaa faniyhteisön kesken. Affektiivisuutta vaalitaankin nimenomaan fanitoiminnassa, joka ilmentää affektin tuottamaa energiaa.

Faniyhteisön rakenne, koko ja käytännöt vaikuttavat myös yhteisyyden tunteeseen. Suomalaisten Xeniiittien kohdalla yhteisyyttä ja samalla erontekoa muihin vahvistaa jaettu kiinnostus *Xenaan* mutta myös kansallisuuden tuottama ero *Xena*-fanikulttuurien sisällä: kyse on nimenomaan suomenkielisestä ryhmästä englanninkielisen Xenaversumin keskellä.

Faniyhteisöstä muodostuu ”me”, se sosiaalinen ryhmä, jonka kautta fanit tuottavat identiteettiään ja oppivat faniuden käytäntöjä. Nimeämällä itsensä Xeniiiteiksi he tekevät eroa muihin faneihin ja osoittavat kuuluvansa tiettyyn yhteisöön. Yhteisön kanssa jaetaan faniuteen liittyvät näkemykset, mutta ei välttämättä muuta. Monille faneille fanius tuntuukin olevan paikka, jonne mennään ja josta poistutaan. Se on paikka, joka jättää ”muut” ulkopuolelle ja pitää ”meidät” sisäpuolella. Se on paikka jossa fanit puhuvat samaa kieltä; fanius ja faniuden tunteet ovat sallittuja. Tähän tilaan astutaan aina silloin kun ollaan tekemisissä muiden fanien kanssa esimerkiksi internetissä tai kun katsellaan *Xenaa* tai ollaan muuten tekemisissä sarjan kanssa.

Faniyhteisöllä on selkeä merkitys fani-identiteetin muodostumisen kannalta ja faniuteen liittyvien stereotyyppien sietämisessä. Yhteisö tarjoaa turvallisen paikan, jossa fanius on sallittua ja

⁷⁸ Tuula Juvonen on tarkastellut, kuinka skandaalilehti *Viikon totuuden* homoseksuaalisuuteen liittyviä puhetapoja on kaapattu tuottamalla tuomitsevasta tarinasta jännittävä vastatarina (Juvonen 2002, 214–220).

jossa negatiivisilla stereotyypioilla voi jopa leikitellä. Yhteisö ei ole kuitenkaan välttämättä tasavertaisuuden auvoinen tyysija vaan se saattaa sisältää monenlaisia hierarkioita, kuten yhteisöt ylipäättään. Faniuteen liitetään kuitenkin erityisiä tasavertaisuuden ja sallivuuden utopioita.

3.3. Yhteisön hierarkiat

Fanien keskuudessa puhutaan Xenaversumista (englanniksi Xena-verse), jolla viitataan virtuaaliseen *Xena*-maailmaan. Nimeämällä *Xena*-sivustojen muodostama verkosto Xenaversumiksi, luodaan tunne paikasta, jonne todellakin astutaan sisään – paikasta, jossa kymmenillä eri sivustoilla on jotain yhteistä. Sivustot kokoavat myös oman käyttäjäkuntansa, ja suomalaisten sivujen ympärille on muodostunut Xeniittien virtuaaliyhteisö.

Virtuaaliyhteisöksi voidaan Rheingoldin mukaan katsoa yhteisö, jolla on riittävästi jäseniä, joka toimii pitkään ja joka sisältää inhimillistä tunnetta. Se on ryhmä ihmisiä, jotka voivat tavata tai olla tapaamatta kasvokkain, ja jotka vaihtavat ajatuksia tietoverkkojen välityksellä. (Rheingold 1994, 5.) Virtuaaliyhteisölle on edellytyksenä jonkinlainen yhteinen, yhteisöä ylläpitävä normisto.

Yhteisön tunnusmerkkeinä on sosiologisessa yhteisötutkimuksessa pidetty sitä, että se ilmenee alueelliseen tilaan kiinnittyvänä toiminnan ja tietoisuuden yhdistelmänä. Se sisältää sosiaalista vuorovaikutusta ja yhteenkuuluvuuden tunteen tuottamaa symbolista yhteisyyttä. (Lehtonen 1990, 17, 23–28.)⁷⁹ Viime vuosina

⁷⁹ Heikki Lehtosen mukaan yhteisön käsitteeseen sisältyy myös vahva nostalginen ja romantisoiva näkökulma. Sosiologian teorianhistoriassa yhteisö kytkeytyy Ferdinand Tönniesien *Gemeinschaftiin*, jota luonnehtivat perheen ja kylän harmonia. Yhteisö kytketään myös johonkin väistämättä katoavaan ja Lehtosen mukaan *Gemeinschaft* on modernin oman yhteiskäsityksen projektio esimoderniin aikaan. (Lehtonen 1990, 20–23.)

media-alan tutkimus on pohtinut virtuaaliympäristöä sekä yhteisöllisyyttä heikentävänä että sitä vahvistavana (Castells 2002; Cardoso 2002, 530). Yhteisöjen ja yhteisöllisyyden tarve on liitetty myöhäismodernin hajauttavaan kehitykseen ja medioitumiseen (Giddens 1995).⁸⁰

Virtuaalisen kanssakäymisen, erilaisten internetin keskusteluryhmien, kehittyminen on herättänyt kiinnostusta entistä demokraattisempaan kommunikointiin. Virtuaaliympäristön on ajateltu vapauttavan sukupuoleen, ikään tai etniseen taustaan liittyvästä syrjinnästä ja antavan mahdollisuuden entistä monipuolisemmalle osallistumiselle. Erityisesti tietoyhteiskuntaa koskeva diskurssi korostaa uuden median mahdollisuuksia tasa-arvoistaa yhteiskuntaa ja edesauttaa kansalaisyhteiskunnan kehittymistä (ks. Gerlander & Takala 1999).⁸¹ Toisaalta virtuaalimaailman nähdään myös uhkaavan yhteisöllisyyttä. Sen pelätään lisäävän eristäytyneisyyttä ja heikentävän sosiaalisia suhteita ihmisten keskittyessä todellisuuden sijaan virtuaalitodellisuuden tapahtumiin. Pessimistisissä näkemyksissä toistuu ajatus tietoverkkojen maailmasta todellisuudelle vastakkaisena. Samanlainen ajatus on läsnä

⁸⁰ Mediatutkimuksessa yhteisöä ja yhteisöllisyyttä on tarkasteltu uusien medioiden tuottamana mahdollisuutena. Journalismin tutkimus on esimerkiksi pohtinut median mahdollisuuksia tuottaa kansalaisyhteisöä, joka voisi osallistua ja olla yhteiskunnallisen vaikuttamisen alueena (Ridell 2003; Bennett 2003; kansalaisyhteisöstä ja verkosta ks. myös Uotinen 2003; Uotinen et al. 2001). Mediatutkimuksessa yhteisöä tarkastellaan usein Benedict Andersonin (1991) alun perin kansallisvaltion liittyvän kuvitteellisen yhteisön käsitteellä. Andersonin mukaan kuvitteellisen yhteisön rakentumiselle keskeistä oli joukkoviestinnän kehitys, joka mahdollisti yhteiseen kieleen perustuvan kansallisen yhteisyyden muodostumisen. Kuvitteellisen yhteisön käsite kytkeytyi siis alun perin nationalismiin ja kansallishengen tuottamiseen, mutta sitä on sovellettu laajalti kuvaamaan medioiden tuottamaa yhteisyyden tunnetta (ks. esim. Kivikuru 1998; Nikunen 2003b).

⁸¹ Internetin yhteydessä on ryhdytty puhumaan teknologian tuottamasta kuilusta, *digital dividesta*, joka jakaa kansalaiset tietoyhteiskunnan sisään ja sen ulkopuolelle. Eriarvoistumisen taustalla nähdään sosiaalisten rakenteiden tuottamat erot. (Sassi 2003; Sparks 2000.)

myös faniuden arvioissa, joissa pelätään mediasuhteen korvaavan todelliset sosiaaliset suhteet.

Kiinnostavaa kyllä, optimistiset tasa-arvon ja demokratian ideaalit löytyvät faniuden tutkimuksesta. Erityisesti science fiction -faniuden tutkimus on korostanut faniyhteisön tasavertaisuutta. Jenkins (1992, 280–283) on tarkastellut fanikulttuurien utooppista yhteisöllisyyttä vastakohtana vieraantuneisuudelle arkielämässä ja kuvaa faniutta porttina realisoituneelle utopialle, paikkana jossa fanit voivat kokea, miltä utopia tuntuu.

Star Trek -faniutta tutkinut Robert Kozinets toteaa, että tämä utooppinen elementti on mukana fanien kuvauksissa yhteisöstään. Sitä luonnehditaan paikaksi, joka on avoin valtakulttuurissa syrjäytyneille. Fanien puheissa toistuu näkemys faniudesta pakopaikkana yksinäisyydestä ja vieraantuneisuudesta. (Kozinets 2001, 72.)

Faniuden utooppista elementtiä käytetään puolustusstrategiana faniuden kritiikkiä vastaan ja sen tavoitteena on korostaa faniuden hyviä puolia. Virtuaalisiin faniyhteisöihin kohdistuukin tavallaan kaksinkertainen tasa-arvoisuuden ideaali: ne edustavat sekä virtuaaliyhteisöjen demokratisoivaa että faniyhteisöjen suvaitsevaa ulottuvuutta. Tasavertaisuuden korostus voi paradoksaalisesti johtaa yhteisöjen eriarvoisuuden ja hierarkioiden ohittamiseen.⁸²

Virtuaaliyhteisöjä koskeva tutkimus on kuitenkin osoittanut, että internetin erilaisten ryhmien dynamiikkaa säätelevät useat säännöt ja rajoitukset. Virtuaaliyhteisöt luovat uudenlaisia kommunikoinnin muotoja ja samalla järjestäytyvät uusien hierarkioiden mukaan.

Faniyhteisöjen hierarkiat rakentuvat moninaisten linjojen mukaan, joita määrittävät tiedon, osallistumisen, teknologian ja kielellisen ilmaisun kompetenssit. Andrea MacDonald (1998,

⁸² Esimerkiksi Camille Bacon Smith (1992) ei tunnusta faniyhteisöjen hierarkkisuutta, mutta puhuu kuitenkin faniyhteisöjen ryhmittymisestä.

136–138) on listannut virtuaalisen faniyhteisön hierarkioita tiedon, osallistumisen, tuotantoyhteyksien, johtajuuden ja tapahtumien mukaan. Toisin sanoen fanius järjestyy hierarkkisesti sen mukaan, kuinka aktiivinen ja fanitiedoiltaan kompetentti yksittäinen fani on.

Xeniiteillä hierarkioita määrittävät erityisesti alkuperäisyyden, tiedon, osallistumisen ja teknologisen kompetenssin alueet. Ensimmäisten fanisivustojen perustaja on eräänlainen johtohahmo ryhmässä, osittain juuri sen vuoksi että hän on alun perin koonnut suomalaiset Xeniiitit yhteen. Näitä sivustoja tekijä itse luonnehtii Suomen virallisiksi *Xena*-sivuiksi. Virallisuus ilmenee muun muassa siten, että yhteisö on valtuuttanut hänet edustamaan suomalaisia *Xena*-faneja yhteydenotoissa MTV3:een.

Perustajajäsenyys ei sinänsä riitä pitämään fania erityisessä asemassa vaan mukana kulkevat tiedon, osallistumisen ja teknologisen tietämyksen kompetenssi. Faniyhteisössä muodostuu ajan kuluessa jäsenten välille selkeä käsitys siitä, keneltä kannattaa mitään asiaa kysyä, jolloin tieto tuottaa alakulttuurista pääomaa.

Faniudessa tiedon hankinta on yksi keskeinen käytäntö, joka antaa aineksia sekä fani-identiteetin luomiseen että identifikaatioprosessiin. Edellinen liittyy fanina olemiseen, sen käytäntöihin ja jälkimmäinen samastumiseen faniuden kohteeseen.

Xenan kohdalla tietoa kartutetaan ensisijaisesti *Xenan* maailmasta, mutta sen rinnalla myös tuotantoprosesseista sekä näyttelijöistä. Tietoa jaetaan ja kierrätetään, mutta samalla se hierarkkisoii faneja: mitä enemmän tietoa, sen parempi fani. Tiedon luonteella on merkityksensä, siihen suhtaudutaan kriittisesti ja sitä määrittävät tietyt viralliset pidetyt lähteet ja alkuperäisyyden vaatimukset. *Xenan* narratiivista maailmaa koskeva tieto on joustavaa luonteeltaan – siinä on aukkoja, joita fanit voivat täyttää eri tavoin. Tällä tiedolla on kuitenkin autenttinen lähteensä: itse sarja. Tietoa täydennetään tekijöiden ja näyttelijöiden haastatteluista hankitulla tiedolla.

Aktiivinen osallistuminen tekee yksittäistä fania tunnetuksi ryhmässä, jossa suuri osa seuraa keskustelua osallistumatta siihen itse. Osallistuminen faniyhteisön keskusteluun myös tuottaa julkista fani-identiteettiä ja on performatiivista luonteeltaan (Baym 1998, 117, 125).

Suomalaisessa *Xena*-yhteisössä ei osallistumista seurata järjestelmällisesti kuten monilla muilla fanisivustojen keskustelupalstoilla. Näillä palstoilla fanin status (esimerkiksi uusi, jäsen, täysjäsen, edistynyt) riippuu siitä, kuinka usein hän ottaa osaa keskusteluun. Jäsenstatusjärjestelmiä on monia, joissakin muut fanit antavat toisilleen pisteitä, toisissa viestien määrä nostaa statusta.⁸³ Osallistuminen yhteisten tapahtumien ja hankkeiden suunnitteluun sekä oma fanituotanto, esimerkiksi fanifiktio tai fanitaide, nostavat esiin faniyhteisön aktiivisia jäseniä.

Teknologinen kompetenssi nousee MacDonaldin (1998,139) mukaan erityisen keskeiseksi virtuaaliyhteisöjä hierarkisoivaksi tekijäksi. Tämä ilmenee muun muassa siinä, että internet-tekniologian hallitsevat rakentavat kotisivuja ja hankkivat tiedostoja ja kuvia sekä tuottavat ja kierrättävät omaa fanimateriaalia internetissä. Näin ollen he tuovat omaa näkemystään ja tulkintojaan muita paremmin esille.

Keskusteluissa esitetään paljon kysymyksiä ja vastauksia sekä internetiin että dvd-soittimiin ja videoihin liittyvistä teknisistä ongelmista. Näissä kysymyksissäkin faniyhteisö jakautuu kysyjiin ja vastaajiin – tiedon tuottajiin ja tietoa tarvitseviin. Teknologisen kompetenssin merkitys voi kuitenkin heiketä erilaisten helppokäyttöisten sovellusten lisääntyessä, jolloin entistä useammat oppivat tuottamaan kotisivuja ja käsittelemään materiaalia internetissä. Faniyhteisöjen hierarkioiden kannalta onkin kiinnostavaa se, että tietoa jaetaan ja kierrätetään avoimesti. Samalla kun

⁸³ <http://www.ally-mcbeal.com/ubb/Forum1/HTML/000048.html>;
http://forums.station.sony.com/swg/board/message?board.id=in_live&message.id=14676&jump=true

tiedon jakaminen vahvistaa tiettyä hierarkkista asetelmaa, tiedon jakaminen myös purkaa sitä.

Xeniiteillä ei siis ole käytössä muodollisia fanistatusjärjestelmiä, mutta tiettyä hierarkkisuutta yhteisössä toki on. Aineistosta on tunnistettavissa, miten tietyt jäsenet koetaan johtaviksi faneiksi, ja he saavat vastakseen usein käytännön järjestelyt esimerkiksi fanitapaamisissa.

Luonnehtisin Xeniittien hierarkkisuutta kuitenkin sopuisaksi, sillä pienenä faniyhteisönä se ei sisällä tylyjä poissulkemisen strategioita, vaan kunkin oma aktiivisuus määrittää pitkälti asemaa faniyhteisössä. Xeniittien järjestäytyminen vastaa Bacon-Smithin (1992, 41) luonnehdintaa faniyhteisöistä ryhmittyminä, joissa johtajuus perustuu omaehtoiseen aktiivisuuteen. Xeniittien aktiivinen jäsen kertoi haastattelussa kokeneensa myös taakkana sen, että häneltä odotetaan aktiivisuutta ja aloitteellisuutta, vaikka aina ei aikaa olisi *Xena*-toimintaan.

Internetin fanisivustojen toimintaa säätelee tietty sosiaalinen koodisto, joka on usein luettavissa osiosta FAQ (useimmiten esitetyt kysymykset). Tässä osiossa esitellään, millaisia keskusteluja ryhmässä käydään, mistä puhutaan, mitä voi kysyä, mitä ei. Usein etusivu kertoo suoraan sen, mitä näkökulmaa sivuilla painotetaan. *Salaisten kansioiden* faniutta tutkinut Bertha Chin (2002) kuvaa fanisivustoja varsin valikoiviksi. Useat sivut määrittävät tarkkaan FAQ-osiossa näkökulmansa sarjaan.

Chinin mukaan faniyhteisöjen toimintaa määrittävät myös kirjoittamattomat säännöt, jotka koskevat sallittuja keskustelun aiheita ja tapoja. Nämä säännöt opitaan pikkuhiljaa, ja niiden kautta opitaan sarjan etusijalle asettuva lukutapa. Etenkin suurissa faniyhteisöissä kanssakäyminen voi olla tylyä ja uusia tulokkaita ”opetetaan” suoraan.

Xenaa käsittävät sivustot tarjoavat erilaisia näkökulmia sarjaan. Osa sivustoista keskittyy subtekstin tarkasteluun, osa Xenaan ja Herkulekseen. Osa sivuista on omistautunut tietyille hahmolle ja sen näyttelijälle – esimerkiksi Aresin (Kevin Smith) tai Gabriel-

len (Renee O'Connor) sivut. Ensimmäisten suomalaisten *Xena*-sivujen postituslista (jäsenet rekisteröityvät listalle ja saavat postin meilinä sähköpostiinsa) sisältää FAQ-osion, jossa selvitetään listan säännöt. Säännöissä korostetaan erilaisten mielipiteiden hyväksymistä ja hyvien tapojen noudattamista. Internetin netiketjettä myötäillen listalle ei hyväksytä ketjukirjeitä tai rahankeuruuta. Postituslista painottaa monien näkökulmien ja mielipiteiden sallimista ja noudattelee näin pääsivun henkeä. *Xena*-sivujen sisällöstä kerrotaan heti pääsivulla ja samalla tutustujaa ohjataan tietyssä järjestyksessä eteenpäin:

Löydät näiltä sivuilta lisää tietoa XENA-sarjan synnystä, XENAn historiasta ja lyhennelmiä eri episodeista. Molempien päänäyttelijöiden henkilökuvista ja elämäkerrasta kerrotaan tarkemmin. Koska kreikkalaisen taruston jumalat ovat sarjassa tärkeässä osassa, kerrotaan myös niistä tarkemmin. Ja lisäksi tietysti linkkilista muille maailman XENA-sivuille. Suosittelemme, että aloitat retkesi Xenaversumiin sivulta "Xenan Olemus" ja matkaat seuraavaksi sivulle Xenan Historiaa.

Sivuston kuvaus korostaa yleistä näkökulmaa *Xenaan*, tosin tekijä itse toteaa painottavansa enemmän Xenaa ja Lucya kuin Gabriellea ja Reneetä. Toiset vielä vuonna 2004 toiminnassa olleet suomalaiset kotisivut keskittyvät *Xenan* subtekstiin. Sivujen sisältöä luonnehditaan sanoilla *subtext friendly* eli subtekstimyönteinen. SubXena-sivut korostavat siis sarjan subteksti-tulkintaa, jolloin ne rajaavat pois subtekstin kiistävät näkökulmat. SubXena-sivulla ei ole keskustelupalstaa. Sen sijaan sivustoilla on erillinen subteksti-kansio, johon on kerätty sarjan subtekstiä sisältäviä jaksoja ja kohtauksia.

Internet-sivujen FAQ:n tarkoituksena on kertoa uusille tulokkaille, kuinka keskusteluryhmä toimii. Samalla se luo ideaalilukijaa ja -käyttäjää. Vanhimmat jäsenet eivät ole kovin halukkaita käymään samoja aiheita kerta toisensa jälkeen läpi, ja näin yritetään pitää keskustelu liikkeessä. Samalla vanhimmille jäsenille

lankeaa valta ohjata keskustelua ja osoittaa teemat, joihin ei tarvitse palata.

Virtuaaliyhteisöissä kommunikointi voi olla tylyä ja väärinkäsitysten saattamaa. Kasvottomuus tekee helpommaksi toisten kustannuksella pilailun ja toisaalta se tekee myös vaikeaksi tekstin sävyn tulkinnan. Hierarkioita tuotetaan keskustelun kautta esimerkiksi tyrmäämällä, nolaamalla tai paljastamalla toisen keskustelijan tietämättömyys. (Ks. Mäyrä 1999.)

Se maailmanlaajunen ryhmä niin, se on pyöriny ties kuin monta kautta siellä jo, ainakin sen aikaa kun mä oon Xenaa seurannu, sen puoltoista vuotta niin sehän oli jo vanha ryhmä siinä vaiheessa. Et perustajat on ehtiny tulla ja väsyä ja ne käyny mielettömät Xena taistelut ja ne on suututtanu monet ja monet on ikuisiksi ajoiksi eronnu siitä ryhmästä ne ei ikinä tuu takasin sinne ja siel on käyty läpi näitä keskusteluja, sit ne rupee pitkästyämään, esimerkiksi tää tota lesbous juttu siel on muutaman kerran käyty läpi, mä yritin kerran vähän puuttua asiaan niin mulle ilmoitettiin heti, että kun viimeks tommosesta kysymyksestä seurasi hirveä kolmen kuukauden mittanen flamewar että ei niinku kannata ryhtyä siihen. (Mies 52-v.)

Suomalaiset osallistuvat kansainvälisiin keskusteluihin, mutta keskustelun aiheet ja ajoittuminen poikkeavat Xeniiittien keskusteluista siinä määrin, että osallistuminen voi olla hankalaa.

Internetin keskusteluryhmiä tutkineen Cardoson (2002) mukaan pitkään toiminnassa olleet ja erityisten teemojen kuten tietyn faniuden ympärille rakentuneet keskusteluryhmät ovat luonteeltaan suvaitsevampia ja uusien jäsenten suhteen sallivampia kuin yleiset keskusteluryhmät. Xeniiitit näyttävät olevan melko löyhästi hierarkisoitunut faniyhteisö, jonka sisällä konflikteja on vähän. Joitakin internet-keskusteluille ominaisia väärinymmärryksiä löytyy sekä ainakin yksi kiivas väittely sarjan subtekstin tulkinnasta (tähän palaan tuonnempana), mutta pääsääntöisesti keskustelu on toisia tukevaa ja hengeltään positiivista.

- *Listallakaan en ole (hyi minua, paha!!) juuri keskustellut vaan toiminut sivustaseuraajana... Yritän parantaa myös tätä seikkaa.*
- *Älä kauheasti kaada tuhkaa päällesi. Kuulut joukkoon.*
- *Kaikkihan tässä on ollu sivustaseuraajia melko pitkään.*

Kyseessä on pieni faniyhteisö, jossa *Xenan* tunnettavuus Suomessa koetaan tärkeänä asiana, minkä vuoksi uudet fanit toivotetaan yhteisöön tervetulleiksi. Näkökulmia sarjaan, sen tulkintaan tai faniuden käytäntöihin ei pyritä tiukasti rajaamaan kuten kansainvälisillä, suosittujen fanikulttuurin sivustoilla usein tapahtuu.

3.4. Reaali virtuaalissa

Virtuaalisuhteet on usein asetettu vastakkain todellisten sosiaalisten suhteiden kanssa ja koettu ongelmallisiksi varsinkin, jos niiden oletetaan korvaavan todellisia sosiaalisia suhteita. Joissain virtuaalimaailmaa käsittävissä kirjoituksissa viitataan atomisoituneen massan käsitteeseen ja nähdään verkkomaailman tuottavan yksilöllistä erillisyyttä: ihmiset käpertyvät omien intressiensä ympärille entistä tiiviimmin ja ohittavat heidän näkökulmastaan poikkeavat ja erilaiset näkemykset. Vieraantumisen tulee tällöin yhdessäolon edellytys. (Duncombe 1997, 72.) Tätä kehitystä kuvataan kulttuurisen tilan persoonallistumisella ja globalisoitumisella.

Virtuaalisuus ei välttämättä kuitenkaan tuota radikaalia eroa nykyisiin olemisen muotoihin vaan on niihin yhteydessä ja niiden muovaamaa. Käsitteet virtuaalitodellisuuden tuottamasta ruumiin, luokan tai rodun katoamisesta näyttävät artikuloivan postmoderniin subjektikäsitteeseen liittyviä fantasioita ja ahdistusta. Ruumiista vapaata virtuaalisuutta on kritisoitu muun muassa feministisessä tutkimuksessa, joka on osoittanut kuinka sukupuoli ja sukupuolen tuottaminen on monin tavoin läsnä

virtuaalissa (Paasonen 2002; Van Zoonen 2002; Nieminen-Sundell 2003; Oksman 2003; Uotinen 2003).⁸⁴ Tämä tutkimus on osoittanut, että verkossa käytävät keskustelut, aiheet ja osallistujat ovat kiinnittyneitä virtuaalin ulkopuoliseen ja kuljettavat sitä mukanaan. Se osoittaa, etteivät mediavälitteiset suhteet ole välttämättä sosiaalisia suhteita korvaavia vaan myös niitä tuottavia.

Xena-faneille internet on ollut merkittävä kohtauspaikka. Haastatteluissa fanit kertovat, että ilman internetiä olisi ollut vaikea löytää suomalaisia faneja. Internet on ollut se julkisuuden alue, joka on tehnyt *Xena*-faniuden näkyväksi. *Xenaan* liittyvää julkisuutta on ollut niukasti esillä esimerkiksi valtalehdistössä.

Vuonna 1998 vailla verkkoyhteyksiä ollut fani kuitenkin kuvaa, kuinka *Iltalehdessä* ollut juttu *Xena*-fanista loi yhteyden muuhun faniyhteisöön. Hän oli aiemmin jo kiinnostunut *Xenas-ta* ja nähtyään jutun otti yhteyttä lehdessä haastateltuun faniin ja pyysi lainaksi videoita jaksoista joita ei itse ollut nähnyt. Tämän yhteyden kautta hän sai tietoa myös *Xena*-fanien postituslistasta ja liittyi siihen. Myöhemmin hän myös hankki verkkoyhteyden kotiinsa.

Internetin kautta tapahtuva kommunikointi antaa mahdollisuuden toisistaan kaukana asuvien fanien väliseen yhteydenpitoon. Tässä mielessä internet toimii demokratisoivana tekijänä faniyhteisössä: kaikilla on mahdollisuus osallistua keskusteluun.

K: No, miten itse saat kaikki tiedot sarjasta?

H: No aika paljon tuolta internetistä ja meillä on aika vilkas fanitoiminta täällä Suomessakin. Kirjotellaan toisille ja vaihdetaan kuvia [...] aina joku tietää jotakin.

⁸⁴ Kyberavaruuspuheessa (Paasonen 2003) internet merkityksellistyy varsin abstraktiksi vapauden tilaksi, jossa voi ylittää ruumiin ja sukupuolen rajat. Tätä puhetta tuotetaan niin fiktiossa, journalismissa kuin tutkimuksessakin. Paasonen (2003, 14) näkee kyberavaruus-vision ongelmallisena koska se ohittaa keskeisiä kysymyksiä koskien muun muassa internetin käytön monimuotoisuutta, käyttökontekstia, internetin pääsyn rajoituksia, identiteetin rakentumisen rajoja. Arjen tutkimisesta ja tietoyhteiskunta-käsitteestä ks. Knuutila 2003.

K: Onko kotipaikkakunnalla muita jotka seuraa?

H: Ei, ei oo tässä lähellä, mutta Pohjois-Suomessa on, on yks kaveri, jonka kanssa me on oltu paljon melkein viikottain tekemisissä ja sitten Helsingissä ja Etelä-Suomessa, kans siten meille sieltä tieto aina kulkee. (Mies 62-v.)

Maantieteen rajat ovat selkeästi läsnä myös virtuaalimaailmassa. Internetin kautta tutustuneet fanit näyttävät pitävän tiiviimmin yhteyttä niihin faneihin, jotka asuvat lähellä ja joita on mahdollisuus tavata myös reaali maailmassa. Esimerkiksi Pohjois-Suomessa asuva miespuolinen fani on löytänyt toisen miespuolisen fanin lähipaikkakunnalta, ja miesten välille on faniuden myötä kehittynyt ystävyys. Yhteyttä pidetään viikoittain lähinnä puhelimitse. Helsingin seudulla faneja on enemmän kuin muualla ja heillä onkin mahdollisuus tavata toisiaan eri tavoin kuin muualla Suomessa asuvien fanien. Fanien välisessä kanssakäymisessä paikkakunta, ikä ja sukupuoli eivät suinkaan katoa vaan ne tuodaan esiin ja määrittävät myös fanien toimintaa virtuaalisessa maailmassa. Eräs fani määritteli suomalaisia *Xena*-sivuja tekijöiden kotipaikkakunnan mukaan. Vaikka sivustot ovat virtuaalisessa maailmassa, ne myös sijaitsevat ”Tampereella, Helsingissä ja Lahdessa”.⁸⁵

Faniyhteisön keskusteluissa esiinnyttään usein etunimillä tai nimimerkeillä, mutta harva pyrkii peittelemään identiteettiään. Oma sukupuoli tuodaan viestissä esiin, kun pohditaan esimerkiksi *Xenan* vetoavuutta (”naissankari roolimallina”) tai koko faniyhteisön sukupuolijakaumaa (”olemmeko me naiset vähemmistöinä”).

Kotipaikkakunta nousee esiin silloin kun kysellään, mistä *Xena*-tuotteita olisi saatavilla tai vaihdetaan *Xena*-videoita. Internetin yhteydessä on paljon tuotu esiin keskustelijoiden mahdollisuutta esiintyä toisen sukupuolen edustajana. Tämä on tietenkin *Xena*-yhteisössä mahdollista, muttei todennäköistä.

⁸⁵ Paikan merkityksestä tietoverkossa ks. Tuuva 2001.

Koska keskustelut ovat luonteeltaan usein perin käytännöllisiä ja keskittyvät tavaran vaihtoon, lainailuun tai tiedon hankintaan, ei identiteetin salaaminen vaikuta kovin järkevältä. Nimimerkkien lisäksi viesteistä paljastuu usein lähettäjän nimi esimerkiksi sähköpostiosoitteessa. Toisinaan kirjoittaja saattaa esiintyä nimi-merkillä viestin tunnusosassa, mutta allekirjoittaa viestinsä koko nimellään.

Toisaalta yhteisön jäsenet ovat myös uteliaita toisten iän tai perheyhteyksien suhteen, ja niistä esitetään myös arvailuja. Pitkään ja säännöllisesti toimivassa virtuaaliyhteisössä keskustelijoiden persoonat alkavat pikkuhiljaa hahmottua, ja tällöin se, mikä ei välttämättä virtuaalimaailmassa tule esille, kuten ikä, herättää mielenkiinnon. Se, että ikä, sukupuoli, luokka, rotu tai muut identiteettiin kytkeytyvät tekijät olisivat merkityksettömiä, koska ne eivät ole välittömästi läsnä, ei siis näytä pitävän paikkaansa. Päinvastoin. Aineisto osoittaa, että näiden elementtien näkymättömyys tuo ne entistä vahvemmin esille spekuloinnin ja kuvittelun kohteena.

Fanit lukevat näitä elementtejä keskustelijoiden teksteistä, kirjoitustyylistä ja teemoista. Esimerkiksi ikä ei kiinnity fyysiseen ikään vaan tapaan puhua ja argumentoida. Eräs haastateltavista kertoi arvioivansa muiden ikää kirjoitustavan sekä erilaisten elämänvaiheiden mukaan.

Tää on ihan semmonen, mitä pystyy arvioimaan ihan tekstien ja kirjeiden perusteella, että millä tyylillä ne kirjoittaa ja jotkut kertoo kuinka ne käy koulussa ja jotkut käy korkeammalla kuin lukiossa. Mä tiedän siitä suurin piirtein. (Mies 52-v.)

Keskustelu-sivulla nousee esiin myös yhteisön kiinnostus itseään kohtaan ja halu hahmottaa identiteettiään konkreettisesti esimerkiksi sukupuolen ja iän avulla. Sivulla kysellään ja esitetään toistuvasti arvioita yhteisön sukupuolijakaumasta. Vuoden 2003 kesällä Xeniiitit tekivät kyselyn yahoo.groups:n listalaisten iästä ja

sukupuoolesta. Kyselyn mukaan Xeniiiteistä 51 prosenttia on naisia ja 49 prosenttia miehiä ja keski-ikä on 28 vuotta.

Tehdessäni haastatteluja vuoden 1999 kesällä ja syksyllä Xeniiitit eivät olleet järjestäneet vielä yhtään tapaamista, mutta sellainen oli suunnitteilla. Postituslistalla käytiin keskustelua mahdollisen tapahtuman luonteesta ja faniien välillä oli eri näkemyksiä siitä kuinka laaja tapahtuman tulisi olla. Eräs haastateltavista kertoi haluavansa kansainvälisen convention-tyyppisen tapahtuman, jossa olisi *Xena*-aiheista ohjelmaa ja tavaraa myynnissä.

Tällaista tapahtumaa ei kuitenkaan toteutettu vaan pienimuotoinen suunnittelukokous Helsingissä 5.2.2000 valmisteli kesäkuun Xenathonia. Kyseessä oli sarjan jaksojen katselun, trivian ja kahvittelun rydyttämä kymmenien Xeniiittien tapaaminen entisen elokuvateatterin tiloissa.

Xena-tapaamiset ovat vuosien saatossa laajenneet niin, että kesällä 2002 ja 2003 Xeniiitit ovat kokoontuneet viikonlopuksi Itä-Suomeen, entisen koulun tiloihin. Tapaamisten keskeisenä muotona on *Xena*-sarjojen katselu yhdessä ja erilainen *Xena*-aiheinen toiminta kuten tietokilpailut tai *Xena*-tavaroiden kierrätys. Xeniiitit tapasivat myös elokuussa 2003 Turussa järjestetyssä science fictionin ja fantasian harrastajien Finncon-tapahtumassa.

Tapaamisissa on yleensä kohdannut tietty ydinjoukko, joka vastaa järjestelyistä ja on keskusteluryhmässä aktiivisesti mukana. Näiden tapaamisten kautta virtuaaliyhteisö on lakannut olemasta vain virtuaalinen. Faniien halu tavata muita faneja kertoo paitsi faniuden sosiaalisesta luonteesta, myös siitä, ettei virtuaalisuus ole muulle sosiaaliselle vuorovaikutukselle välttämättä vastakkainen.

Osallistuin itse kesän 2003 Finncon-tapahtumaan ja siellä järjestettyyn paneelikeskusteluun. Itseäni tapahtuma jännitti, osin *Xena*-faniien tapaamisen vuoksi ja osin siksi etten ole science fictionin ja fantasian harrastaja vaan ulkopuolinen osallistuja. Pelko ulkopuolisuudesta osoittautui turhaksi, sillä satojen harrastajien joukossa oli helppo kuljeskella. *Xena*-tapaamiseen osallistumista

helpotti se, että tunsin paneelin järjestäjän ja tapaamisessa kohtasin muitakin tuttuja eli tutkimukseeni osallistuneita faneja. Paikalla oli kaikkiaan noin kolmisenkymmentä kiinnostunutta.

Aluksi muutamat fanit esittelivät Xeniiittien toimintaa, ryhmän ikä- ja sukupuolijakaumaa ja esillä oli jonkin verran *Xena*-tuotteita, keräilykortteja, dvd-nauhoja ja *Xena*-aiheista kirjallisuutta. Osa Xeniiiteistä oli sonnustautunut itse suunnittelemiinsa Xeniiitti-paitoihin. Xeniiittien esittelyn jälkeen fanit tutustuivat *Xena*-tuotteisiin tarkemmin ja vaihtoivat kuulumisia lähinnä niiden kanssa, jotka olivat entuudestaan tuttuja. Tapaamista seurasi paneelikeskustelu jossa kerroin tutkimuksestani ja muut osallistujat *Xena*-näkemyksistään. Keskustelu sujui kepeässä tunnelmassa ja paneelin jälkeen monet jäivät vielä jatkamaan keskusteluja.

Tapaamisesta oli hahmotettavissa tietty aktiivinen vajaan kymmenen fanin kiinteä ydinryhmä ja toisaalta joukko yksittäisiä uteliaita faneja. Nämä kaksi ryhmittymää eivät kovin selkeästi tässä tilaisuudessa kohdanneet, mutta osallistuminen voi aktivoitua tapaamisen jälkeen. Turun Finncon selvästi innosti Xeniiittejä, ja kesän 2004 tapahtumaa ryhdyttiin keskusteluryhmässä suunnittelemaan jo pian Turun tapahtuman jälkeen.

Xeniiitit muodostavat pienen, suvaitsevaisen ja aluksi virtuaaliympäristössä toimineen yhteisön, joka kuitenkin kiinnittyy reaali maailmaan monin tavoin. Jäsenten sukupuoli, ikä ja maantieteellinen sijoittuminen ovat tärkeitä tekijöitä, joiden avulla ryhmän identiteettiä pyritään hahmottamaan. Joiltain osin nämä tekijät myös jakavat yhteisöä: esimerkiksi asuinpaikka näyttää jonkin verran ohjaavan yhteydenpitoa fanien välillä.

Virtuaalinen kanssakäyminen on selkeästi johtanut myös sosiaalisten suhteiden lisääntymisen internetin ulkopuolella, ja tapaamiset näyttävät olevan sikäli vuorovaikutteisia, että ne tiivistävät kanssakäymistä myös virtuaalimaailmassa. Sosiaalisuuden luominen näyttää vahvistavan Cardoson (2002) tutkimuksen tulosta, jonka mukaan verkkokeskustelut lisäävät vuorovaikutusta,

silloin kun kyse on yhteisten intressien ympärille rakentuneesta joukosta tai entuudestaan tutuista henkilöistä kuten sukulaisista tai ystävistä.

3.5. *Xenan* "syvempi olemus"

Fanit kertovat nähneensä ensin yhden tai pari jaksoa *Xenasta* kiinnittämättä sarjaan suurempaa huomiota. Pikkuhiljaa sarja alkaa kiinnostaa enemmän. Joitakin sarja on alkanut kiehtoa taistelukohtausten, toisia myyttisen maailman vuoksi, ja varsinkin naiset mainitsevat vahvan naissanakaran *Xenan* viehätyksen syyksi. Useimmat mainitsevat monta eri syytä sarjan kiinnostavuuteen, kuten 52-vuotias miespuolinen *Xena*-fani:

Eka jakso minkä mä näin niin siinä oli se mytologia-puoli tai se unenomaisuus, must oli mahtavaa miten siinä sotkettiin näitä tarustoja. Sit seuraava mihin mä innostuin oli loistavia taistelukohtauksia, vähän kiehto se kanssa että Xena oli se taistelijaosapuoli joka hoiti kuitenkin, vaikka yrittää kiltti olla, niin suht aggressiivisesti kaikki asiat plus sitten se, että se on selvästi erittäin älykäs ja se on erittäin tehokas. (Mies 52-v.)

Vähä vähältä katsojalle aukeavat sarjan viittaukset muihin teksteihin ja käsitys henkilöhahmojen välisistä suhteista syvenee jaksoja seuratessa. Tässä mielessä haastattemieni fanien kertomukset poikkeavat esimerkiksi siitä, miten Helen Taylorin tutkimuksessa katsojat muistelivat *Tuulen viemää*. Heille on jäänyt vahvasti mieleen aivan ensimmäinen katsomis- tai lukukerta, ja sitä muistellaan ainutlaatuisena (Taylor 1992, 29–30).

Fanius kehittyä usein pelkästä sarjan seuraamisesta ja nauhoittamisesta erilaisen tiedon ja kuvien hankintaan, internetin fanisivujen seuraamiseen, muiden fanien kanssa keskustelemiseen ja mahdollisesti omien sivujen luomiseen. *Xenasta* tulee osa arkea ja

maailmankuvaa: tilanteita voidaan kommentoida *Xenasta* opituin letkautuksin ja asioita katsellaan Xenan silmin eli mietitään kuinka hän toimisi, millaisia neuvoja hän antaisi.

Ohjelman maailman avautuminen pikkuhiljaa on ominaista juuri sarjatuotannolle, jolloin sarjan hahmot käyvät tutuiksi ja sarjan maailmasta tulee itselle jollain tavalla merkittävä. Itse asiassa sarjallisuus sinänsä näyttää olevan keskeistä televisioon liittyvässä faniudessa: toistuva sarja tarjoaa mahdollisuuden monipolvisen spekulointiin ja pitkäaikaiseen sarjan seuraamiseen.

Sarjan merkitystasojen avautuminen pikkuhiljaa on erityisen ominaista kultisarjoille, joiden katsojakunnassa on jonkinlainen jaettu käsitys sarjan lukutavasta – jonka oletetaan poikkeavan vallitsevasta lukutavasta.

Ne (muut ystävät) on vähän nauranu ku ne ei periaattees seuraa sitä, ne vähän niinku kattoo päälle sitä sarjaa, se näyttää vähän lasten sarjalta, siinä mennään ja sit hakataan niitä pahiksii ja sit Xena siellä hyppii ihan sairait hyppyjä, mut just sillai ku ei seuraa, niin ei tiedä sitä syvintä olemusta siinä.
(Nainen 17- v.)

Fanin kommentissa on kiinnostavaa juuri eron teko sarjan pinnan ja syvimmän olemuksen välillä. Syvin olemus on se, mikä katsojille avautuu vasta pikkuhiljaa, monen katsomiskerran jälkeen. Yllä mainitun haastattelun edetessä sarjan syvyys paikantuu sen mytologiseen maailmaan, intertekstuaalisuuteen sekä Xenan ja Gabriellen välisen suhteen merkitykseen.

Nämä ovat elementtejä, jotka nousevat esiin myös muissa haastatteluissa sekä fanien keskusteluissa ja liittyvät yleisemmin sarjallisuuteen.

Sarjassa viitataan Xenan taustaan ja erilaisiin tapahtumiin mytologisessa maailmassa, mutta sitä ei koskaan esitetä täydellisenä. *Xenaan* on rakennettu rikas narratiivinen maailma, mutta vain osa siitä on nähtävissä yksittäisissä sarjan jaksoissa. Tätä elementtiä Matthew Hills (2002, 131) nimittää hyperdiegeettiseksi

ja kulttisarjoille ominaiseksi. Hills (mt.) käyttää Wittgensteinin perheyhtäläisyyden käsitettä pohtiessaan kulttitekstien löyhää samankaltaisuutta.

Hillsin mukaan kulttitekstejä yhdistävät kolme elementtiä: hyperdiegeettisyys, auteurismi, sekä jatkuvasti lykkääntyvä kerrota. Hyperdiegeettisyys tarkoittaa runsaan ja yksityiskohtaisen narratiivisen tilan luomista, josta vain murto-osa on koskaan suoraan esitettyä tekstissä.

Xenan faniyleisöä tutkinut Sara Gwenillian Jones määrittää saman asian näin: televisiosarja tai elokuva saavuttaa kulttiarvon silloin, kun se kiinnittää yleisön huomion diegeettisen maailman sa puutteellisuuteen – ei sen täydellisyyteen (Jones 2000, 13).⁸⁶ Toisin sanoen sarjat ruokkivat mielikuvitusta viljelemällä viittauksia menneisyyteen, tulevaisuuteen, traditioihin, tapahtumiin ja taruihin. Viittaukset innostavat yleisöä tutkimaan, keksimään ja kehittämään tätä maailmaa.

Animaatiosarja *Futuraman* faniutta tarkastellut Steve Bailey (2002, 245) nostaa referentiaalisuuden eri muodot, kuten ironian, pasitissin, intertekstuaaliset viittaukset ja itse-refleksiivisyyden, keskeisiksi tekstuaalisiksi elementeiksi, jotka erottavat sarjan tietyistä todellisuusvaikutelmaa korostavista muodoista ja rohkaisevat faneja diskursiiviseen tuotannollisuuteen.

⁸⁶ Umberto Eco (1986, 197–199) on määritellyt kulttitekstin lähinnä tekstuaalisten piirteiden perusteella ja nimeää kolme ehtoa kulttitekstille. Sen on oltava kokonaisen narratiivisen maailman kalustama siten että fani voi palata siihen ikään kuin se olisi yksityinen paikka. Lisäksi kulttitekstille on ominaista irrotettavuus, joka merkitsee lauseiden, kohtausten ja pätkien erottamista tekstistä. Kolmanneksi Eco mainitsee elävän tekstuaalisuuden joka tarkoittaa, että kulttiteksti on olemassa tekijästä riippumatta – teokset puhuvat toiselleen tekijöiden intentioista riippumatta. Kulttiteksti on osoitus siitä että kirjallisuus tulee kirjallisuudesta, elokuva elokuvasta (Eco 1986, 199). Sekä Matthew Hills (2002, 131–138) että Sarah Gwenillian Jones (2000, 12–13) pitävät Econ näkemystä narratiivisen maailman kokonaisuudesta ongelmallisena ja Matthew Hills myös kritisoi Econ elävän tekstuaalisuuden ajatusta ja painottaa itse auteurismin merkitystä kulttiudessa.

Kai sen nyt vähän tajuu että ei se ihan noin oo menny (naurua), että Xena on keksiny just jonku Hippokrateen valan ja niin edespäin. Yhdessä jaksossahan oli Hippokrates ja se opetti Xenalle kaikkee parannuskeinoja (naurua) että kyllä niitä aina tunnistaa, että katos mitä ne on laittanu sinne. Se on ihan hauskaa. (Nainen 17-v.)

Xenan tapa yhdistellä surutta ja lainailla erilaisia tarinoita William Shakespearen näytelmistä Raamatun tapahtumiin tuottaa sarjaan varsin rikkaan kudelman, joka houkuttelee tarinoiden tunnistamiseen ja erittelyyn.⁸⁷

Erilaisten elementtien keräily ja listaus kuuluu fanikulttuurien tapaan käsitellä sarjoja. *Xenan* jokaisen jakson lopussa on humoristinen huomautus:

Xena's body was not harmed during the production of this motion picture. However, it took weeks for Autolykus to get his swagger back.

(*Xenan* vartalo ei vahingoittunut kuvausten aikana, mutta Autolycukselta kesti viikkoja ennen kuin hänen rehvastelunsa palautui ennalleen.)⁸⁸

Fanit keräilevät näitä huomautuksia ja listaavat niitä kotisivuilleen, mikä ilmentää fanisuhteen affektiivista ulottuvuutta: sarja saa tekemään, keräilemään ja kirjoittamaan⁸⁹. Vastaavaa keräilyä harrastetaan *Futurama*-faniuden yhteydessä, mitä on tulkittu tuottajien tietoisena pyrkimyksenä puhutella erityisesti faneja (Bailey 2001, 242–247). Toisin sanoen teksteihin rakennetaan intertekstuaalisuutta, sisäpiirin vitsejä ja toistuvia elementtejä faniluentoja varten.

Fanit voivat halutessaan lukea tekstejä fragmentteina ja ohittaa niiden kytketymisen esitysaikaan. *Xena*-fanien keskuudessakin

⁸⁷ *Xenan* myyttisestä ulottuvuudesta tarkemmin ks. Uimonen 2001.

⁸⁸ Jaksosta *The Quest*.

⁸⁹ Englanniksi disclaimers. Esimerkiksi <http://www.geocities.com/TelevisionCity/Set/4264/disclaimers2.html>

jaksoja luetaan etukäteen episodioppaista, perehdytään juonipaljastuksiin ja käydään kertakatsomisen sijaan jaksoja ja kohtauksia läpi monta kertaa videolta. Haastatteluissa nousikin esiin, etteivät fanit välttämättä katso sarjaa juuri silloin kun se tulee televisiosta vaan saattavat kerätä useita jaksoja videolle ja katsoa ne kerralla. *Xena*-faniudessa keskeiseksi nousee toiston tuottama nautinto: suosikkijaksoja katsotaan myös moneen kertaan.

Haastateltavista kolme viittaa *Xenaan* tekstinä, joka ikään kuin nauraa itselleen. Sarja sisältää heidän tulkinnassaan huumoria, joka nousee esiin sarjan tavassa ”säveltää” historiaa sekä tavassa parodioida toimintasarjoja esimerkiksi sisällyttämällä taisteluihin kömpelöitä temppejuja ja vitsejä. Haastatteluissa nousee kuitenkin esiin se, että samat fanit kokevat taistelukohtaukset väkivaltaisina ja realistisina. Niissä ikään kuin sekoittuu kova taistelu ja sen parodia. Fanit kokevat myös, että kohtaukset ovat parantuneet vuosien saatossa viitaten siihen, että niistä on tullut visuaalisesti näyttävämpiä ja niissä tehdään entistä vaikeampia temppejuja. Fani-puheessa kohtauksista ei puhuta välttämättä siten, että ne olisivat parantuessaan muuttuneet realistisemmiksi.

Fanit kehittelevät *Xenan* tarustoa esimerkiksi kotisivuillaan ja luovat kartastoja sarjan jumalista sekä kirjoittavat sarjan hahmojen taustoista. Nämä ovat esittelynomaista tietoa sarjasta, jotka sisältävät usein vain vähän spekulatiota. Sen sijaan fanien fan fiction- eli fanifiktio- tuotannossa sarjan maailmaa tulkitaan, venytellään ja laajennetaan hyvinkin reippaasti.

Fanifiktiot ovat fanien kirjoittamia tarinoita, joissa sarjan maailmaa työstetään oman mielen mukaan. Näin myös sarjaa tehdään enemmän omaksi. Fanifiktiossa saatetaan esimerkiksi kehittää edelleen yhtä tiettyä jaksoa tai siirtää sarjan hahmot kokonaan toiseen kontekstiin ja yhdistellä eri tv-sarjoja.⁹⁰

⁹⁰ Henry Jenkins (1992, 162-177) on erotellut useita tapoja kirjoittaa sarjoista. Näitä ovat muun muassa uudelleenkontekstointi, aikajänteen laajentaminen, uudelleen fokalisointi, moraalinen uudelleenjärjestely sekä genren muuttaminen. Camille Bacon-Smith (1992, 53) on puolestaan erotellut fanifiktion gen-

Suomalaiset Xeniiitit kirjoittavat fanifiktiota sekä englanniksi että suomeksi. Lähinnä miesten kirjoittamia tekstejä on koottu suomenkieliselle *Xena*-sivustolle. Tarinat ovat varsin erilaisia. Osa tarinoista noudattelee *Xenan* maailmaa melko uskollisesti ja painottaa sarjan seikkailullista elementtiä. Toisissa tarinoissa taas yhdistetään *Xenaan* erilaisia tekstejä kuten *Tarua sormusten herrasta*. Joissakin tarinoissa *Xena* asetetaan uuteen kontekstiin kuten villiin länteen 1800-luvun lopulle tai avaruusseikkailuun. Tarinoissa ei keskitytä subtekstiin, mutta osassa tarinoista se on läsnä. Esimerkiksi tarinassa *Yösusi* Xena ja Gabrielle taistelevat Callistoa vastaan ja kumpikin yrittää uhrata itsensä toisen puolesta. Naiset pelastuvat ja tarinan lopussa he istuskelevat kuumassa lähteessä rentoutumassa.

"Mihin jäimmekään?" Xena kysyi.

"Siihen kohtaan, jossa sankarit elivät elämänsä onnellisina loppuun asti."

"No hyvä. Kuule Gabrielle?"

"Niin, Xena?"

"Näytäs vielä vähän niitä vatsalihaksia..."

(<http://www.sci.fi/~huuhkapa/xena/>)

Kokonaiseksi kirjaksi laajentuneen fanifiktion lähtökohtana on yksi sarjan jakso, *Destiny*. Fanin kirjoittaman kirjan tarinassa näkökulma käännetään jaksossa esiintyneeseen M'Lilan hahmoon. Kirjoittaja itse kertoo lähtökohdaksi *Destiny*-jakson, mutta tapahtumat, joita hänen tarinansa kuvaa, eivät ole mukana *Destinyssa*.

reiksi Mary-Sue-tarinat, joissa päähenkilönä sarjan maailmassa seikkailee nuori kenties kirjoittajaa muistuttava nainen, Kipu-lohdutus -tarinat, joissa päähenkilö loukkaantuu tai sairastuu vakavasti ja toinen sarjan hahmo auttaa ja lohduttaa häntä, Suhde-tarinat, jotka keskittyvät ei-seksuaalisten suhteiden kehittelyyn sekä Slash, joka merkitsee homoeroottisten tarinoiden kirjoittamista sarjan päähenkilöistä.

Kaikki on varsinaisen juonen ulkopuolelta. Et mä tiedän sitä paitsi, oikein harmittaa kun mä [...] mietiskelen että mistä se MLila tuli ja kaikkea muuta semmosta ja rupee häiritsee, kaikkia häiritsee, koko maailmaa häiritsee kun ei tiedä mikä toi MLilan tarina on.

Fanifiktio perinteessä ja internetin fanifiktio-sivustoilla fanit arvioivat toistensa tuotantoa erilaisin arviointimenetelmin. Suomalaisia fanifiktioita ei arvioida *Xena*-sivustolla, mutta Xeniiittien keskuudessa on käyty keskustelua fanifiktioista ja fanit ovat antaneet toisilleen vinkkejä hyvinä pitämistään sivuista ja kirjoittajista.

Xena-fanifiktio kirjoittajista lienee kuuluisin Melissa Good, joka tuottaa subtekstiä tukevaa fanifiktiota ja on päässyt kirjoittamaan itse sarjan kuudennen kauden kaksi jaksoa (*Legacy, Coming home*). *Xenan* tuottajat pyrkivät siis hyödyntämään fanifiktiota myös itse sarjan tuotannossa, ja fanin liittämällä mukaan sarjan tuotantoprosessiin tavoitellaan todennäköisesti vahvempaa suhdetta faniyleisöön.

Goodin pääsy mukaan sarjan tuotantoon ei ole kuitenkaan saanut pelkkää myönteistä palautetta faneilta vaan Good itse kertoo Australian *Xena* Information nettijulkaisun⁹¹ haastattelussa saaneensa paljon vihamielistä postia muilta faneilta. Eräänä syynä tähän Good pitää kateutta, joka syntyy kun yksi fanifiktio kirjoittaja nostetaan yli muiden.

Xenan ja Gabriellen välistä suhdetta käsitellään melko niukasti suomenkielisissä, lähinnä miespuolisten fanien kirjoittamissa tarinoissa, mutta *Xena*-faniuden piirissä sillä on merkittävä paikka. Internetin *Xena*-aiheisilla sivuilla on runsaasti fanifiktioita, joissa *Xenan* ja Gabriellen suhdetta kuvataan intohimoisena rakkaussuhteena. Tarinat vaihtelevat hienovireisestä vihjailusta varsin avoimeen seksuaalisuuden kuvauksiin.

⁹¹ <http://ausxip.com/one/mgood.html>

3.5.1. *Jaettu salaisuus: subteksti*

Xenan eräs keskeinen piirre on juuri kahden päähenkilön *Xenan* ja Gabriellen suhdetta koskevat tulkinnat. Suhteen voi tulkita rakkaussuhteena, mutta se jätetään tulkinnallisesti avoimeksi. Sarjassa ei näytenä *Xenan* ja Gabriellen välistä rakastelua, vain helliä halauksia, suukkoja ja tiiviitä katseita. Rakkaussuhteeksi lukemisesta on muodostunut sarjan piiloteeksti ”subteksti”, joka on fanien jakama yhteinen alakulttuurinen lukutapa.

Toisaalta subtekstin olemassaolosta ei olla yhtä mieltä, vaan se jakaa faniyleisöä. Xenitiien kesken subtekstistä on käyty keskustelua sekä suomenkielisten *Xena*-sivujen keskustelussa että positiuslistalla. Subteksti nousi ensimmäistä kertaa puheenaiheeksi keskustelusivulla elokuussa 1998.

xenasta & gabbysta puheen ollen – kukaan kuullut sanaa "subtext" ? näyttelijät & tuottajat ym. ovat monesti myöntäneet sen olemassaolon. odottakaas vaan kun "destiny" ja "the quest" tulee, kolmannesta tuotantokaudesta puhumattakaan. Itse katson sarjaa juuri sen takia, eikä sekään asiaa pahenna että olen feministi. (Elokuu 1998.)

Tähän viestiin vastattiin lähinnä myötäillen ja subtext-sanana merkitystä tarkentaen. Subtekstin olemassaololle haettiin todisteita sarjan tuottajien ja näyttelijöiden haastatteluista sekä kansainvälisistä uutisryhmistä ja *Xena*-sivustoilta, jotka näyttävät edustavan jonkinlaista tulkinnallista auktoriteettia sarjasta.

Itse ajattelin aikaisemmin, että subtext-ajatukset ovat pelkkää mielikuvitusta, mutta kun nyt olen katsonut useita kohtia uudelleen sillä silmällä, rupean vahvasti uskomaan, että siinä tosiaan on sittenkin perää. Vai mitä? (Elokuu 1998.)

Luin tässä päivänä eräänä (melko kauan sitten) Whoosh!: ista jotain Reneé O'Connor:in haastattelua (en yhtään muista kuinka vanha se oli, mutta...). Hän kertoi siinä, että "subtextisiä"

kohtauksia lisättiin sarjaan, kun tekijät saivat palautetta homoseksuaaleilta naiskatsojilta. (Elokuu 1998).

Keskustelupalstalla subtekstiä ei liiemmin kyseenalaistettu. Kaikki eivät ilmaisseet suurta innostusta subtekstistä mutta eivät sen vastaisuuttakaan:

Olen minäkin huomannut noita "subtext" juttuja, mutta hey... so what, kun sarja on tosi hyvä. (Joulukuu 1998).

Sen sijaan keskustelusivua suljetummalla vajaan 50 jäsenen postituslistalla aiheesta käytiin kiivas keskustelu, joka ajautui henkilökohtaiselle tasolle. Vaikka subtekstillä näyttää olevan runsaasti kannattajia, eräs subtekstitulkintaa puolustanut fani koki joutuneensa keskustelussa alakynteen. Keskustelu kiihtyi, kun yksi faneista ilmoitti vastustavansa subtekstitulkintaa. Tämä puolestaan aiheutti edelleen loukkaantumista ja nimittelyä puolin ja toisin. Keskustelua hallinnoiva fani yritti laimentaa keskustelua, mutta sai osakseen syytöksiä homovastaisuudesta. Keskustelun mentyä henkilökohtaiselle tasolle osa viesteistä käytiin yksityisinä sähköpostiviesteinä. Haastateltava kuvaa keskustelua näin:

Mä yritin selittää, että jos joku loukkaantuu siitä, että häntä epäillään vaikka homoksi, niin sillä on vaikeuksia sillon. Jos joku epäilee mua pitkäks vaikka tai nuoreks tai komeeks, niin enhän mä nyt loukkaannu moisesta [...] Sitten jos mennään semmoseen, joka on hyvin henkilökohtaista, sitten loukkaannutaan. Kun puhutaan että jonkun pitämällä roolihahmolla olisi lesbosuhde toisen ihmisen roolihahmoon, kuvitellaan että sitä näyttelijää haukutaan ja kun mä yritin vielä sanoa, että aivan varmasti ei Lucyä häiritse tippaakaan vaikka kuinka kuvitellaan lesboks.

Noin vuotta myöhemmin aihe nousi keskustelu-sivulla jälleen esiin, kun keskustelijat pohtivat, kuinka paljon subtekstin kannattajia on Xeniiittien joukossa. Osa arvioi heidän muodostavan

noin puolet porukasta, joidenkin mielestä selvän vähemmistön. Subteksti on herättänyt voimakkaita tunteita myös kansainvälisten *Xena*-fanien keskuudessa, ja internetissä on faniyhteisöjä, jotka määrittyvät anti-subtekstisiksi.

Fanien suhde subtekstiin on merkittävä identiteetin rakentaja ja monille lesbofaneille erityisen tärkeä kysymys. Subtekstin vastaisuus on koettu kannattajien keskuudessa homofobiana ja suvaitsemattomuutena. Subtekstin hyväksyminen puolestaan merkitsee laajemmin homoseksuaalisuuden hyväksymistä. Asenne subtekstiä kohtaan ei *Xena*-fanien keskuudessa noudattele kuitenkaan suoraan fanien seksuaalista suuntautumista, vaan subtekstin kannattajien joukossa on laajalti heteroseksuaaleja (Boese 1998).

Kansainvälisissä *Xena*-yhteisöissä sarjassa säännöllisesti esiintyvä kolmas hahmo, narrimainen sotilas Jukseri, jakaa myös mielipiteitä ja on synnyttänyt Jukseri-sotia.⁹² Hahmon nähdään nakeravan kerronnan subteksti-ulottuvuutta ja tuottavan erityisesti Gabriellesta heteroseksuaalisen katseen kohdetta. Samantyyppistä kritiikkiä on esitetty *Xena*-fanien keskuudessa sodanjumala Aresin hahmoa kohtaan. Hänen katsotaan uhkaavan sarjan subtekstiä, sillä Ares pyrkii sarjassa usein viettelemään Xenan. Toisaalta Aresilla on paljon kannattajia ja internetissä on useita fanisivustoja, jotka on omistettu Aresin ja Xenan välisen rakkaussuhteen kehittelyyn.⁹³

Subtekstiä koskevissa keskusteluissa asemoidaan näin omaa identiteettiä suhteessa sukupuoleen ja seksuaalisuuteen sekä niitä

⁹² Anti-Jukser liikehdintä toisen tuotantokauden aikana kantautui myös tuottajien korviin. He pyysivät julkisesti faneja jättämään Jukserin rauhaan. *Xenan* kolmannen kauden jaksoissa Jukserin hahmo rakastuu Gabrielleen, mitä subtekstiä kannattavat fanit ovat kiivaasti vastustaneet. Syksyllä 1997 järjestetyssä Valley Forge fanitapahtumassa osa faneista suunnitteli ulosmarssia Jukseria esittävän Ted Raimin astuessa paikalle. Muiden fanien vastustuksesta ja tulevien fanitapahtumien onnistumisen kannalta tämä hanke peruttiin. Boese (1998) arvioi, että Jukserin ja Xenan vihollisen Calliston kannattajat muodostavat heteroseksuaalisten miespuolisten fanien saarekkeen *Xena*-fanien joukossa.

⁹³ Esim. <http://www.xenaaresfiction.com/> ; <http://www.geocities.com/xenaforever/index.html>

määrittäviin kulttuurisiin käsityksiin. Sekä subtekstiä tuottavissa käytännöissä että siitä käytävissä keskusteluissa on kyse juuri sukupuolen ja seksuaalisuuden toistuvasta tekemisestä.

Subtekstistä käydyt keskustelut rajaavat ja ohjaavat sarjasta tehtäviä tulkintoja. Subtekstin kannattaminen on noussut näkyväksi *Xena*-tulkinnaksi kansainvälisten faniyhteisöjen keskuudessa ja esimerkiksi fanien arvostamassa *Whoosh!*-julkaisussa. Haastatteluvieni joukosta puolet piti *Xenan* subtekstiä keskeisenä elementtinä sarjassa, ja tekemässäni uusintakyselyssä tulkinta oli vahvistunut. Sen sijaan subtekstiä vastustanut fani kertoi pari vuotta ensimmäisen haastattelun jälkeen luopuneensa *Xena*-faniudesta. Hän ei maininnut syyksi niinkään subtekstiä vaan ajankäytön ja sarjan siirtymisen *TV!TV!*:n kanavalle, jota hän ei kotonaan näe. Hän kertoi haluavansa paneutua tarkemmin muihin harrastuksiin eikä nähnyt *Xenaa* enää kovin rakentavana harrastuksena.

Faniudesta luopumiselle voi olla monia motiiveja, mutta risiiritainen asema muun faniyhteisön ja faniyhteisössä tuotettujen tulkintojen suhteen saattaa edesauttaa faniyhteisöstä irrottautumista. Kiinnostavaa kylläkin, tämä fani palasi *Xena*-yhteisöön jälleen syksyllä 2003, muutaman vuoden tauon jälkeen, tuttujen jäsenten houkuttelemana. Viesteissään faniyhteisölle hän kertoo, ettei lähipiiri voi sietää *Xenaa* ja näin ollen ohjelman katsominen kotona on vaikeaa.

Tapaus herättää kysymyksiä sekä affektin että seksuaalisuuden rajoista sekä näihin kytkeytyvistä valtarakenteista. Intohimo ja innostus eivät ole vapaasti osoitettavissa, vaan sitä säädellään monilta tahoilta. Toisinaan tämä säätely johtaa affektin torjuntaan ja hylkäykseen.

Fanit hakevat todisteita subtekstille paitsi tuottajien, näyttelijöiden ja kansainvälisen faniyhteisön näkemyksistä tietenkin myös itse tekstistä. Lucy Lawlessin haastattelusta *TV Guide*-lehdessä vuonna 1999 nousi kiivas keskustelu, sillä Lawless kommentoi subtekstiä seuraavasti:

”Heitimme muutamia vitsejä kohtauksiin sinne tänne. Ne eivät olleet käsikirjoituksessa vaan spontaaneja lesborevittelyjä. Mutta olemme edenneet siitä. Tarkoitin, kuinka kauan tuollaista voi jatkaa?” (*Tv Guide*, Jonesin mukaan 2000, 14)

Lawlessin kommentti tulkittiin subtekstin hylkäämisenä ja muun muassa *Whoosh!* kommentoi haastattelua otsikolla ”Kyllä, Lucy, subteksti on vielä olemassa” (*Whoosh!* 37/1999).

Osa faneista kuitenkin tulkitsi Lawlessin tarkoittaneen, että Xenan ja Gabriellen lesbosuhde oli niin selvä, ettei sitä voinut käsitellä *piilote*ksinä. Myös haastatteluissani on tullut esiin Lawlessin merkitys subtekstin tukijana ja viittauksia edellä mainittuun haastatteluun. Tärkeänä tukena subtekstitulkinnalle on nähty myös Lawlessin osallistuminen lesbo- ja homotapahtumiin Yhdysvalloissa.

Sarjan tuottaja ja Lawlessin aviomies Rob Tapert on tosin haastatteluissa myöntänyt, ettei suhdetta haluta vahvistaa rakkaussuhteen suuntaan, jotta katsojaluvut eivät laskisi.⁹⁴ Tuottajat eivät ole halunneet myöskään poistaa rakkaussuhteen tulkinnan mahdollisuutta, jolloin sarjassa pysyy yllä jännite molempien tulkintojen välillä. Tapertin kommentit ovat saaneet fanit jaloilleen ja *Whoosh!*-julkaisussa kommentoitiin hänen näkemystään otsikolla ”No Rob subtext Didn’t Ruin Xena”. Katsojalukujen heikkenemisen syyksi artikkelin kirjoittaja Valerie Foster, toisin kuin tuottaja Rob Tapert, arvioi subtekstin puutteen sarjan viidennellä kaudella. Fosterin mukaan kauden heikoiten menestyneet jaksot sisälsivät juuri Aresin ja Xenan välisen suhteen selvittelyä sekä Jukserin läsnäolon, jolloin tilaa subtekstille ei juuri jätetty.

Tuottajien ja näyttelijöiden näkemykset subtekstistä ovat tärkeitä, mutta niitä vastaan myös kapinoidaan. Subtekstin kannattajat tekevät tulkinnat viime kädessä itse tekstistä ja luoden sarjaan vahvan queer-katseen. Pyrkimyksenä on horjuttaa heteronormatiivista kuvakulttuuria paikantamalla kuvista homo- ja

⁹⁴ *Titan* no. 10 osoitteessa <http://www.xenaville.com/articles.html>

lesbovihjeitä, lukemalla kuvia vastakarvaan (Sedgwick 1993, 4). Queer-katse on näin tuottava katse (Silverman 1996; Rossi 2003, 121), jossa keskeistä on historiallinen ja kulttuurinen kompetenssi merkityspotentiaaleja luotaessa.

Subtekstiä paikannetaan monilla www-sivuilla kuvaamalla jaksojen kohtauksia, joissa on mahdollista nähdä viittaus naisten väliseen suhteeseen. Subtekstiä paikannetaan naisten välisestä elekiielestä, kosketuksista, katseista ja keskustelusta. Subtekstiä edustaa muun muassa jakson *Bacchuksen tytöt* (*Girls just wanna have fun*) kohtaus, jossa Gabrielle puree Xenan kaulaa tehden tästä bacchaedin (sudenomainen hahmo, vrt. vampyyri) tai *Kohtalosi* (*Destiny*) -jakso, jossa Xena kuolee ja kuulee Gabriellen ajatukset. Gabrielle sanoo tuntevansa sydämessään tyhjyyden, jollaista ei ole tuntenut koskaan aiemmin ja sanoo Xenalle: ”Tämä maailma tarvitsee sinua, minä tarvitsen sinua”.

Fanit kirjoittavat esille oman tulkintansa kertoen, miltä heidän mielestään kohtaus näytti. Esimerkiksi puremakohtauksesta kirjoitetaan suomalaisella sivustolla seuraavin sanoin: *Luulisi sattuvan, mutta ainakin minusta Xena kuullostaa lähinnä orgastiselta.* (<http://www.angelfire.com> 15.11. 2001) Jakson *Tomorrow never comes* subtekstiä kuvataan kohtauksessa, jossa Xena ja Gabrielle nukkuvat: *Gabby kietoutuu nukkumaan Xenan kupeeseen, käsi kiedottuna tämän ympärille ja Xena silittää Gabriellen hiuksia.* Kirjoittaja pohtii myös miksi naiset nukkuvat niin pitkään – mikä on mahtanut uuvuttaa heidät.

Kirjoituksissa korostetaan omaa tulkintaa tekstistä ja henkilökohtaista näkemystä subtekstistä. Fanit laativat listoja jaksoista, joissa on erityisen vahva subteksti ja arvioivat tuotantokausia niiden subtekstin vahvuuden mukaan. Näitä subtekstiin keskittyviä sivustoja on internetissä kymmeniä, mutta suomeksi vain yksi.

Xeniittien keskuudessa suosittu jakso *A Day in the Life* on toiselta tuotantokaudelta ja siinä subtekstiä edustaa Xenan ja Gabriellen yhteinen kylpemiskohtaus. Neljättä tuotantokautta on keuhuttu suhteen vakavoittamisesta ja syventämisestä, mutta viides

tuotantokausi on ollut subtekstin kannattajille pettymys. Tämän kauden viimeisiä jaksoja oli *Motherhood*, Äitiys, jonka lopussa Xena synnyttää lapsen. Xena: Warrior Lesbian -sivustolla jakson subtekstiksi on listattu naisten välinen keskustelu. Gabrielle toteaa jaksossa: ”Näyttää että sait lapsesi takaisin”. Xena vastaa: ”Ei, me saimme *meidän* lapsemme takaisin”.

Subtekstin seuraamiseen liittyy siis tiettyjen merkitysten poiminta, valikointi ja tulkinta. Sarjasta etsitään kohtauksia jotka voidaan tulkita todisteeksi Xenan ja Gabriellen välisestä rakkaussuhteesta. Subteksti voi merkitä faneille hyvin erilaisia asioita. Osa *Xenan* faneista on erikoistunut subtekstin seuraamiseen (<http://www.angelfire.com>), osalle subtekstin tunnistaminen on kiinnostavaa, muttei tärkeintä.

Sarjan tekijät ovat sanoneet että asia on katsojan itsensä päätettävissä, ja minulle sarjan subtext on vain hauskana ja värikkäänä lisänä. Subtextiä on hauska etsiä, huomata ja mietiskellä. (Nainen 17-v.)

Sitä pitää katsoa pitkään ennen kun rupee tajuamaan näiden kahden naisen suhdetta siinä, että nekin voi olla valtavan hyviä ystäviä keskenään. Siinä on jotakin semmosta kosketavaa ja sitten myöhemmin vielä kun rupes miettimään, kuinka pitkälle, tommonen ystävyys menee. Se on loppujen lopuks semmonen rakkaussuhde joka niiden välillä on. Niillä on ehdottomasti rakkaussuhde keskenään, se on yks iso asia siinä. (Mies 52-v.)

Subteksti ilmenee tulkinnessa, mutta täysin vapaata merkityksellistämistä tulkinta ei kuitenkaan ole, sillä faniyhteisö asettaa jatkuvasti erilaisia suuntimia joiden mukaan edetään. Näitä suuntimia ovat keskustelut, episodioppaat ja subtekstioppaat. Nähdäkseni subtekstin tunnistaminen ja etsiminen on sarjan katsojakokemuksen kannalta varsin keskeinen mielihyvän lähde.⁹⁵

⁹⁵ Homoeroottisilla tarinoilla on fanikulttuurissa perinteensä. *Star Trek* -fanien keskuudessa Kirkin ja Spockin suhdetta kuvaavia slash-tarinoita tuottava genre

Sarjan tekstuaalinen rakenne tekee etsimisen ja tunnistamisen pelin mahdolliseksi. Juuri monen tulkinnan vaihtoehdot tekevät sarjasta kiinnostavan ja antavat mahdollisuuden tuottaa erilaisia merkityksiä. Tässä suhteessa *Xena* voi pitää kulttisarjana, jonka katseluun liittyy erityisen alakulttuurin jakaman merkitystason tunnistaminen.

Leena-Maija Rossi on pohtinut queer-elementin trendikkyyttä mediakuvastoissa. Yhdysvalloissa ja Britanniassa homo- ja lesbobyleisöt ovat nousseet mainostajien kiinnostuksen kohteeksi 1990-luvun lopulla ja voidaan puhua laajemminkin kulttuurisesta queer-chic ilmiöstä. Valtakulttuuri käyttää vähemmistökulttuuria hyväkseen saavuttaakseen radikaalin, uutta luovan trendin. Toisaalta ilmiö hyödyttää vähemmistöjä, jotka saavat enemmän tilaa kulttuurin kuvastoissa kuin ennen. (Rossi 2003, 152–153.)

Subtekstin voi nähdä myös kulttiteksteille ominaisena monitulkintaisuutena, jota Hills nimittää jatkuvasti lykkääntyväksi kerronnaksi. Se tarkoittaa tiettyä tekstuaalista muotoa, joka on oleellinen kulttiuden tunnistamisen määrittänä. Jatkuvasti lykkääntyvä kerronta eroaa saippuaopperoiden monipolvisesta ja avoimesta (Brunsdon 1981; Fiske 1987, 187–197) kerronnasta, jotka esittävät samanaikaisesti useita ongelmia, kun taas kulttiteksti keskittää jatkuvasti lykkääntyvän kerrontansa yhden teeman ympärille. Esimerkkeinä Hills mainitsee *Doctor Who*:ssa sankarin identiteetin, *Star Trek*issä Spockin hahmon mysteerin, *Salaisissa kansioissa* totuuden löytämisen, *Twin Peaks*issä Laura Palmerin murhaajan arvoituksen. Jatkuvasti lykkääntyvän kerronta ei välttämättä koskaan virallisesti ratkea vaan pysyy avoimena moninaisille fanituotannoille ja spekuloinneille.

muotoutui 1970-luvun alussa ja on levinnyt muihin faniuden kohteisiin mm. *Star*sky ja *Hutch*, *Miami Vice*, *Blake's 7*, *Man from UNCLE*, *Simon and Simon* (Jenkins 1992, 186–188) myös *Ally McBeal*.

3.5.2. *Samastumisen nautinto*

Viimeinen jakso tuli luettua spoilerina. Olin silloin Berliinissä ja näin, että siitä oli nettiin tullu ensimmäiset spoilerit ja mä oikein panttasin sen lukemista. Menin sitten ruokatunnilla yksin lukemaan sen ja kyllä se itketti. (Nainen 23-v.)

Subtekstiä voi siis katsella bongailien, mutta Xenan ja Gabriellen välistä suhdetta seurataan myös vahvasti samastuen. Sarjan tapa puhutella faneja näyttää olevan melodramaattinen. Fanit kertovat haastatteluissa, että he eläytyvät voimakkaasti Xenan ja Gabriellen kohtaloihin, itkevät, nauravat ja liikuttuvat sarjaa katsoessaan, mikä jälleen ilmentää katsomiskokemuksen affektiivista olottuvuutta.

No se on justiinsa semmonen uhrautuvaisuus, että ne ei ajattele itteensä siinä ollenkaan. Kun kaveri on vaarassa niin se on ainoa johtoajatus, että se täytyy sieltä saada pelastettua, toki ilo on sitten aina molemminpuolinen ja liikuttava kun nämä molemmat selviää. (Mies 63-v.)

Liikituksen hetket saatetaan kokea yksin, mutta niistä puhutaan ja ne jaetaan muiden fanien kanssa. Useimmat puhuvat Xenan ja Gabriellen suhteesta ystävytenä, mutta kuvaavat sitä täydellisenä suhteena. Fanit puhuvat suhteesta viitaten omaan elämäänsä toivoen, että itsellä olisi sellainen ystävä, johon voisi yhtä lujasti luottaa. Ystävyyttä kuvataan pyyteettömäksi ja uhrautuvaiseksi.

...sitten se ystävyys, että vaikka toinen kuolee lainausmerkeissä niin se tekee kumminkin kaikkensa, vaikka oman henkensä antaa, että se saa sen henkiin. Niin se on semmosta oikein tosiystävyyttä, jota varmaan jokainen kaipaa sisimmässään. (Nainen 37-v.)

Monet kertovat liikuttuvansa nimenomaan ystävyyssuhdetta käsittelevissä kohtauksissa, kun esimerkiksi toinen on pelastanut toisen kuolemasta. Xenan ja Gabriellen suhde on tärkeä erityi-

sesti lesboyleisölle, joka joutuu usein etsimään samastumiskoh- teita heteronormatiivisesta kulttuurimaisemasta. Kiinnostavaa on myös se, että Xenan ja Gabriellen suhde tuntuu puhuttelevan *Xena*-faneja seksuaalisesta suuntautuneisuudesta riippumatta. Haastattelemani fanit ovat todennäköisesti tietoisia subtekstistä, mutta kaikki eivät siihen viittaa ja jättävät omassa puheessaan tulkinnan auki.

Xena on useimmille faneille sarjan tärkein hahmo, mutta tele- visiofaniudelle tyypillisesti fanius ei kiinnity vain Xenaan vaan sarjan koko maailmaan. Näyttelijä Lucy Lawless ei ole myöskään niin tärkeä kuin hänen esittämänsä Xenan hahmo. Kiinnostavaa on se, mitä Xenalle ja Gabriellelle tapahtuu, kuinka heidän mat- kansa etenee. Tv-sarjojen näyttelijät ovat joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta varsin erilaisessa asemassa näkyvyytensä ja sta- tuksensa suhteen kuin Hollywood-tähdet, jotka ovat olleet tähti- tutkimuksen pääasiallisena kohteena (Jones 2000). Kulttuurisarjalle tyypillisesti *Xenan* fanit sitoutuvat sarjan maailmaan.

Sarjan hahmoille muodostuu menneisyys, nykyhetki ja tule- vaisuus, joka näyttää ylittävän heidän tekstuaalisen esilläolonsa, jolloin suhdetta hahmoihin määrittää tuttuus ja identifikaatio. Syntyy vaikutelma siitä, että hahmojen fiktiiviset elämät jatku- vat jaksojen välillä. John Fiske on kuvannut tätä sarjallisuuden ja toiston tuottamana ajassaolon tunteena. (Fiske 1987, 150.)

Televisiosarjojen näyttelijät poikkeavat elokuvatähdistä myös suhteessa markkinointiin. Tv-sarjan tähti voi olla päivittäin esillä tiettyinä hahmona, mutta näyttelijä saa harvoin julkisuutta oma- na itsenään. Tv-sarjojen hahmot ovat yleisölle tutumpia ja merki- tyksellisempiä kuin näyttelijät näiden roolihahmojen takana.

Kulttuurisarjoille on erityistä diegeettisen maailman keskeisyys fanikäytännöissä: niistä ammennetaan fanitarinoita, taidetta ja keskusteluja (Jones 2000). Tämä diegeettisen maailman keskei- syys vähentää myös näyttelijän tähtitastusta. Tosin kuin Holly- wood-elokuvassa, jota voidaan ajatella osana tietyn tähden reper-

tuaaria, kulttisarjoissa näyttelijät nähdään osana kulttitekstin repertuaaria.

Myös kulttisarjojen oheistuotemarkkinointi korostaa hahmoja yli näyttelijöiden. Markkinoilla on Xena-nukkeja, ei Lucy Lawless -nukkeja. Tässä tapauksessa fanin halun ja samastumisprosessin kohteena on Lawless Xenana pikemminkin kuin Lawless itsenään. Xenan osalta tähteys viedään tietyllä tavalla päätökseen, jolloin todelliseen henkilöön liittyvä referentti pyyhkiytyy tarpeettomana pois. (Ks. Jones 2000, 10–12.)

Faneille tärkeintä on siis seurata sarjan tapahtumia, vaikka he ovat useimmiten hyvin perillä siitä mitä Lucy Lawlessin ja sarjan muiden näyttelijöiden ja tekijöiden yksityiselämässä ja työuralalla tapahtuu. Xenan sukupuoli on tärkeä varsinkin naispuolisille faneille. He mainitsevat naissankarin tärkeänä esimerkkinä, ja ensimmäisissä suomenkielisissä internet-keskusteluissa toistuu lausahdus ”vihdoinkin naissankari”. *Xena* mainitaan myös feministiseksi sarjaksi.

Elokuvien naiskatsojia tutkinut Jackie Stacey (1994, 29) toteaa tutkimuksessaan samastumisen ja halun kietoutuvan yhteen, jolloin idoli voi olla sekä samastumisen että halun kohde. Staceyn mukaan katsojan (tai fanin) ja tähden välisen suhteen keskiössä on erojen ja samuuksien tunnistaminen. Myös *Xena*-fanien kohdalla idolia verrataan itseen ja tapahtumia koetaan hänen kautaan.⁹⁶

Samastuisin jos voisin, kun itse olen sellainen etten uskaltaisi mitään tehdä, että pakenisin niistä tilanteista ja koittaisin olla niin ettei tulisi mitään konflikteja. Tavallaan sitä samastuukin, että noin minäkin toimisin jos voisin ja uskaltaisin. Enempi sitä kuitenkin samastuu koska se vaatii se sarja sen,

⁹⁶ Joiltakin faneilta kysyin suoraan, samastuvatko he Xenaan, mutta vasta haastattelun loppuvaiheessa, jolloin he olivat jo puhuneet samastumisesta jollain tavalla. Tässä mielessä samastumisen käsite on tarjottu faneille haastattelutilanteessa. Toisaalta haastateltavien tapa suhteuttaa Xenaan ja sarjan tapahtumia omaan elämään ja itseensä oli mielestäni varsin selkeää.

koska ne jotka seuraa sitä noin vaan, näkee vaan sen mätkimisen ja että olipas kökköjä trikkejä.

Kai se on sitä just tää todellisuuspako, että voi samastua sankariin joka on voimakas ja taitava käyttämään aseita ja osaa taistella. Se siinä ehkä on, että se on niin päinvastainen kuin oma itse, sisimmässään on semmoinen, vaikkei ulkoisesti ole (naurua). (Nainen 37-v.)

Tässä tulee konkreettisesti esiin se ristiriita, jonka fani kokee suhteessa Xenaan. Yhtäältä Xena on täysi vastakohta itselle: rohkea ja ratkoo konflikteja. Toisaalta fani toivoisikin olevansa juuri sellainen kuin Xena, mutta toteaa, ettei ole – ulkoisesti ainakaan, mutta sisimmässään kyllä. Stacey korostaa, että identifikaatio on neuvottelua itsen ja toisen välillä – mutta myös itsen ja kuvittelun itsen välillä. Xenaan eivät samastu ainoastaan naiset vaan myös miespuolisten fanien puheesta löytää samastumisen merkkejä ja vertailua itseen esimerkiksi siinä, kuinka Xena joutuu kamppailemaan pahojen tekojensa kanssa. Vertailua tehdään myös omiin taisteluharrastuksiin ja yleisiin elämäkokemuksiin. Mieskatsojien on siis mahdollista samastua Xenaan, ei ainoastaan pitää tätä eroottisen halun kohteena. Miespuolisten fanien puheessa kuuluu selkeä kunnioitus Xenaa kohtaan ja esimerkiksi netissä levitetyjä alastonkuvia ei haluta ottaa omille sivuille ja niihin suhtaudutaan torjuvasti. Osalle faneista, niin naisille kuin miehillekin, Xena kuitenkin on eroottisen ihailun kohde. Subtekstin vuoksi Xena on nähdäkseni erityisen avoin naisten eroottiselle katseelle. Samastuminen ja halu kietoutuvat tässä kiinnostavalla tavalla yhteen: haluaminen ei sulje samastumista pois.

Sekä naispuolisten että yhden miespuolisen fanin haastattelussa nousee esiin Xenan merkitys naispuolisena sankarina. Haastateltavat pitävät tätä tärkeänä voimauttavana tekijänä ja myös keskeisenä syynä sille, että aloittivat sarjan seuraamisen. Myös Xenitiien keskustelupalstalla nousee esiin naispuolisten fanien innostus päähenkilön sukupuolesta:

Xena sarja taitaa olla ensimmäinen sarja jossa soturiprinsessa ei tule pelastamaan joku prinssi komea. (Toukokuu 1998).

Yksi haastateltavista sanoi lukeneensa Xenan hyvästä vaikutuksesta nuoriin naisiin esimerkiksi sen tavasta antaa itseluottamusta. Yleensä fanien on vaikea määritellä selvää syytä, mikä jossain tekstissä erityisesti viehättää. Xenan tapauksessa sarjan viehätystä kuitenkin on helppo perustella naispuolisen sankarin esimerkillisellä roolimallilla. Itse asiassa perusteluissa kaikuu tietty media-keskusteluissa toistunut tapa pohtia naispuolisten roolihahmojen merkitystä naisille. Tästä huolimatta on selvää, että sankarin naispuolisuus puhuttelee erityisesti naisfaneja. Yksi fani luonnehtii sarjaa ”olotiltaan feministiseksi”.

Ja se, että naiset pitää yhtä keskenään, että ei oo mitään miehiin liittyviä kahnauksia eikä sellasia joita pidetään naisille tyypillisinä, että siinä ystävyys kantaa kuitenkin tällaiset karikat. (Nainen 37-v.)

Xenan feministisyys näyttääkin liittyvän paitsi Xenan vahvaan sankaruuteen myös Xenan ja Gabriellen suhteeseen, jota miehet eivät uhkaa. Xenan ja Gabriellen vahva suhde korostaa naisten keskinäistä solidaarisuutta ja toistensa puolesta kamppailua. He eivät kilpaile miesten suosioista vaan pitävät yhtä. Näin naisten välinen suhde saa feministisiä piirteitä.

Joanne Morreale (1998, 79) on tarkastellut *Xenaa* feministisenä campina, joka purkaa perinteisiä feminiinisyiden stereotyyppioita. Camp, joka on usein liitetty homoseksuaalisuuden⁹⁷ käytäntöihin (Sontag 1964; Dyer 1991, 132), on myös liitetty postmoderniin tyyliin. Helena Sederholm (2003, 166) pitää camp-asenteelle ominaisena kepeyttä ja tietynlaista etäisyyttä kohteeseen. Camp on myös ”tyylin voitto sisällöstä, estetiikan moraalista ja ironian tragediasta” (mt., 179).

⁹⁷ Moe Meyer (1994) pitää campia nimenomaan homokulttuuriin kuuluvana ilmiönä, joka pyrkii hyljeksimään ja tekemään eroa porvarilliseen makuun.

Morrealen tulkinnan mukaan *Xenan* camp rakentuu sarjan kuvaston ja teemojen pastissista ja liioittelusta. Morreale on kiinnostunut campin mahdollisuudesta haastaa perinteistä, luonnollisena pidettyä käsitystä sukupuolesta, koska camp kiinnittää huomion naispuolisten kuvien keinotekoisuuteen ja rakennettuun luonteeseen.⁹⁸ Morreale näkeekin, ettei *Xenan* feminisimi paikannu sukupuoliroolien käänteisyyteen tai voimakkaiden naisahmojen kuvaamiseen. Perinteisten sukupuolikuvien dekonstruktio tekee sarjasta feministisen Morrealen luennassa.

Xena näyttää tarjoavan monitasoisen tulkintakentän faneille. Kuitenkin sarjan melodramaattinen taso on faneille tärkeä ja sarjan hahmoihin samastutaan vahvasti. Fanit näyttävätkin luovan *Xenaan* tietynlaisen suojelevan suhteen, joka Matthew Hillsin (2002, 196–197) mukaan on keskeinen ero kultin ja campin välillä. Kultti ja camp tuottavat kulttuuristen identiteettien eroja varsinkin yllättävissä, epätavallisissa kulutuksen paikoissa. Vaikka molemmat ovat kiinnostuneita sopimattoman tai alhaisen kulttuurisen statuksen omaavista teksteistä, camp arvottaa tahallisesti uudelleen halveksitun ja vanhanaikaisen. Kulttisuhteessa ei sen sijaan hyväksytä sitä, että innostuksen kohde olisi vanhanaikainen tai halveksittu. Näin ollen kulttisuhteessa fani suhtautuu kohteeseen vakavammin ja suojelevammin kuin campissä.

Xena voi lukea campina, joka dekonstruoi perinteistä feminiinisyttä ja parodioi toimintasarjaa. Faniensa keskuudessa sarjan feministisyys näyttää kuitenkin kiinnittyvän voimakkaisiin naisahmoihin ja naisten välisen ystävyuden ja rakkauden esittämiseen. Campille ominainen etäisyys tekstistä ei näytä olevan hallit-

⁹⁸ Sukupuolen keinotekoisuuden ja rakennetun luonteen purkaminen on ollut feministisen mediatutkimuksen yksi keskeinen aihe. Varsinkin viime vuosina Judith Butlerin performatiivisuuden käsitettä on käytetty juuri tämäntyyppisessä kuvastojen analysoinnissa (ks. Paasonen 2002; Rossi 2003). Myös masquerade-käsitettä (Riviere 1986/1929) on hyödynnetty kun on pohdittu strategioita dekonstruoida perinteisten sukupuolikuvastoja (Doane 1982; Nikunen 1996).

sevaa Xeniittien tulkinnoissa, mutta viittaukset sarjan humoristi-suuteen ja liioitteluun kyllä sisältävät camp-tyyppistä tulkintaa.

Vaikka fanit samastuvat Xenaan ja Gabrielleen, olisi väärin olettaa, etteikö näyttelijä Lucy Lawlessilla olisi merkitystä. *Xenaa* koskevat fanisivustot sisältävät paljon yksityiskohtaista tietoa Lucy Lawlessista sekä Renee O'Connorista ja muista sarjan näyttelijöistä. Keskustelulistalle tuodaan myös uutisia Lawlessin ja muiden näyttelijöiden yksityiselämän tapahtumista, esimerkiksi lasten syntymästä, rooleista muissa sarjoissa tai elokuvissa, haastatteluista ym.

Tähtitutkimus on tuonut esiin näyttelijän ja hänen rooliensa yhdistymisen. Toisin sanoen tähdelle merkittävä aitouden vaatimus ilmenee siten, että tähden henkilökohtaisen elämän ajatellaan vastaavan hänen tähtikuvaansa. (Dyer 1991; Barbas 2001.) Tämä yhteneväisyys tulee esiin myös *Xena*-fanien haastatteluissa. Lucy Lawlessia kuvataan pyyteettömäksi, epäitsekkääksi henkilöksi, joka jaksaa pitkän kuvauspäivän jälkeenkin auttaa muita kuvausryhmän jäseniä. Näitä tulkintoja ovat rakentamassa tiedot, joita tuotantoyhtiö ja markkinointi Lawlessista jakavat julkisuuteen.

Sara Gwenillian Jones (2000, 16) on jakanut mediajulkisuuden tuottaman materiaalin samuuden ja eron diskursseihin. Samuuden diskurssit pyrkivät korostamaan Lawlessia Xenan hahmoa myötäilevänä: Lawlessin kuvaus itsenäisenä, laajalti matkustaneena, suorapuheisena, miekkailua tuntikausia harjoitteleena poikatyttönä tukee *Xenan* subtekstitulkintaa.

Eron diskurssi on Jonesin mukaan erityisesti esillä aikakauslehtien jutuissa Lawlessista. Se tuo esiin Lawlessin äitinä, heteroseksuaalina, hauskana ja puheliaana naisena ja asemoi hänet miesten halun kohteeksi. Jonesin mukaan diskurssi pyrkii irrottamaan näyttelijän lesboudesta, taistelulajeista, aggressiivisuudesta ja itsenäisyydestä. (Mt.)

Toisaalta eron diskurssi on myös tähtijulkisuudessa tyyppillistä. Journalistisen tekstin tapa tuottaa uusia näkökulmia selittänee

osittain pyrkimyksiä korostaa ”amatsonina” tunnetun Lawlessin äidillisyyttä. Myös kohderyhmä määrittää sitä, kuinka tähdestä puhutaan – suuntautuuko teksti esimerkiksi perheenäideille vai faniyleisölle. (ks. Saarenmaa 2004.)

Suomalaisten Xeniiittien puheessa kuuluu lähinnä Xenaa myötäilevä samuuden diskurssi. Fanit kertovat, kuinka utterasti Lucy Lawless on opetellut miekkailua tai hallitsee taistelulajeja. Myös näyttelijän pyrkimys auttaa heikompia nousee esiin haastatteluissa. Haastattelemani fanit saavat *Xena*-tietonsa lähinnä internetistä erilaisilta fanisivustoilta. *Xena*-kirjat (Sherman 1998), sekä tuotantoyhtiön että fanien julkaisemat, ovat *Xena*-tietouden lähteenä. Merkittävä tiedon tuottaja on *Xenaan* keskittynyt fanien perustama virtuaalilehti *Whoosh!*, joka kertoo uutisia sarjasta ja sen tuotannosta sekä näyttelijöistä. Tärkeänä tiedonlähteenä toimii myös internetin keskusteluryhmä, jossa jaetaan yksityiskohtaista tietoa sarjasta ja näyttelijöistä.

Suomalaisessa mediajulkisuudessa *Xenasta* on kirjoitettu kovin vähän. Sarja on ollut esillä lähinnä tv-lehdissä tai iltapäivälehtien tv-liitteissä. Näin ollen tuotantoyhtiön, markkinoinnin ja fanien tuottama tieto näyttää hallitsevan Xeniiittien fanitietoutta, eikä ristiriitaa eron tai samuuden diskurssien välillä synny. Xenaa näyttävän Lawlessin ilmeinen eroavaisuus henkilöahmosta ei vaikuta fanien tulkintaan (Jones 2000). Eron ja samuuden diskurssit kulkevat rinnakkaisina ajoittain limittyen.

Tiivistäen todettakoon, että *Xena* tarjoaa faneille intertekstuaalisen, hyperdiegeettisen tekstin, jota fanit voivat laajentaa, täydentää ja muokata omissa teksteissään ja tulkinnoissaan. Xeniiittien kesken sarjan intertekstuaalinen taso tuottaa keskusteluja ja tunnistamisen mielihyvää.

Xenan merkitykset tiivistyvät kahden päähenkilön Xenan ja Gabriellen väliseen suhteeseen, jota fanit tulkitsevat joko rakkaus-suhteena tai ystävyys-suhteena. Xenan ja Gabriellen suhteen ymmärtäminen lesbosuhteena tuottaa sarjaan subtekstin, jonka

tunnistamisesta on muodostunut alakulttuuinen lukutapa *Xena*-faniien keskuudessa. Koska suhde jätetään tekstin tasolla avoimeksi monille tulkinnoille, se rohkaisee keskustelemaan subtekstistä ja poimimaan siitä erilaisia merkkejä faniien keskuudessa. Samalla mahdollisuus heteroseksuaaliseen luentaan säilyy.

Xenan alakulttuurinen luenta ja tulkintoja tuottavat fanikäytännöt ovat tuttuja science fictionin fanikulttuurista, fandomista. Erityistä *Xenassa* on kuitenkin vahva melodramaattinen tulkinta sarjasta, jolloin faniien suhde tekstiin ei ole vain leikkittelyn, merkitysten noukkimisen ja etäisen camp-asenteen hallitsemää vaan vahvasti tarinan käänteisiin ja hahmoihin samaistuvaa.

3.5.3. *Kansainvälinen faanon*

Sarjan tulkintoihin vaikuttaa vahvasti myös faniyhteisö. Kaikki haastateltavat kertoivat etsineensä tietoa *Xenasta* kansainvälisiltä internet-sivustoilta. Osa myös osallistui englanninkielisten faniryhmien keskusteluihin. Kansainvälinen yhteisö näyttääkin tarjoavan suomalaisille *Xena*-faneille tärkeän viiter ryhmän, joka ohjaa ja opastaa faniuden käytännöissä. Internetistä löytyy kymmeniä *Xena*-aiheisia sivustoja ja yhoogroupsien keskusteluryhmien joukossa oli syksyllä 2003 kaikkiaan 240 *Xena*-keskusteluryhmää.

Näistä yksi oli suomalaisten Xeniittien keskusteluryhmä, ja joukkoon mahtuu kymmenkunta espanjan, saksan tai jollain muulla kuin englanninkielellä toimivaa ryhmää. Suomalaisten faniien keskusteluryhmässä viitataan usein sarjan suosioon ja aktiiviseen fanijoukkoon Yhdysvalloissa. Erityisesti sarjan subtekstistä käsittävissä keskusteluissa suomalaiset fanit viittaavat sarjan yhdysvaltalaiseen lesboyleisöön ja heidän tulkintoihinsa *Xenasta* eräänlaisena subtekstin auktoriteettina.

Ensimmäistä suomenkielistä *Xena*-sivustoa verrataan faniien kommentteissa kansainvälisiin sivuihin, jotka toimivat monille onnistuneiden *Xenan* internet-sivustojen kriteereinä. Lähinnä

yhdysvaltalaisen *Xena*-faniien ja muiden fanikulttuurien käytännöt näkyvät Xeniiittien toiminnassa, kun esimerkiksi suunnitellaan ensimmäistä *Xena*-tapahtumaa. Tapahtumasta toivotaan science fiction-faniuden piiristä tuttua convention-tyyppistä tilaisuutta, jossa on *Xena*-aiheista ohjelmaa ja tavaraa myynnissä.

Xeniittien kaltainen pienen kieliryhmän faniyhteisö onkin lokalisoitunut *Xena*-faniutta esimerkiksi kääntämällä suomen kielelle fanikulttuurissa käytettyä terminologiaa (Xeniitit, Xenaversumi) ja pyrkimällä luomaan Suomeen kansainvälisiä tapahtumia vastaavia *Xena*-tilaisuuksia.

Kansainvälinen *Xena*-yhteisö on tullut suomalaisfaneille siis tutuksi lähinnä internetin kautta, ja eri nettisivuilla tuotettu tieto ja näkökulma *Xenaan* vaikuttaa myös suomalaisten fanien tulkintoihin. Henry Jenkins (1992, 98) on määritellyt fanikeskustelujen tuottamaa näkökulmaa meta-tekstiksi. Se muodostuu fanien käymistä keskusteluista, spekuloinnista ja kritiikistä, jonka lähteenä ovat usein jaksojen arvioinnit ja episodioppaat (mt., 99–107). Metatekstiä voi nimittää *faanoniksi* (London, 2004), jonka pohjana on itse sarja, tuottajien siitä välittämä virallinen kertomus eli kaanon (Kozinets 2001, 84) sekä faniyhteisön tuottamat näkökulmat sarjaan.

On selvää, että faanon ei ole yksinäinen, vaan sisältää monia näkökulmia. Faanonin tuottamisessa tietyt faniryhmät ovat toisia vahvempia. Esimerkiksi *Whoosh!*-julkaisulla on keskeinen rooli *Xenan* faanonin tuottamisessa. Globaalin fanikulttuurin vaikutus näkyy englanninkielisten faniyhteisöjen hallintana – osallistuvat-han näihin ryhmiin muistakin kieliryhmistä olevat fanit, jotka eivät välttämättä löydä omalla kielellään toimivaa faniyhteisöä.

Xenan faanon muodostuu *Xenan* ja kaikkien sarjaan kuuluvien hahmojen taustasta ja historiasta sekä fanien tuottamasta näkökulmasta kuten subtekstistä sekä parhaista tuotantokausista ja jaksoista. Näin ollen faanon muodostuu pitkälti fanien kriittisestä katseesta sarjaan – sen spekuloinnista ja arvioimisesta.

Jaksojen arvottaminen kytkeytyy myös tekijyyden (auteurismi) tuottamiseen. Hills (2002, 132–133) toteaa, että faniyleisöillä on tapana tuottaa tekijä-auktoriteettejä, esimerkiksi määrittämällä tiettyjen käsikirjoittajien jaksot muita paremmiksi ja autentisoida käsikirjoittajan näkemyksiä. Esimerkiksi *Salaisten kansioiden* Chris Carter on fanien luotettu käsikirjoittaja. Tekijän merkitys ei ole täysin fanien tuottamaa, sillä se on aina tarjottu virallisena tekstin ulkoisena kertomuksena ja edeltää fanin osallistumista. Tekijän merkitys on kietoutunut näin ollen tekstien markkinointiin ja mediajulkisuuteen. (Mt., 133.) Subteksti on ollut omiaan voimistamaan *Xenaan* liittyvää tekijyyttä, sillä tuottajien ja käsikirjoittajien puheista etsitään vastauksia subtekstin olemassaoloon. Tekijyyttä tuotetaan myös jaksojen käsikirjoittajien ja heille ominaisten juonenkuljetusten tunnistamisella.

3.6. Oma vaihtoehtojulkisuus

Xenan kulttuuriselle paikantumiselle keskeistä on näkymättömyys valtavirtajulkisuudessa. *Xena* ei ole prime time -ohjelma eikä siitä kirjoiteta iltapäivälehtien lööppejä. Faneilla on tässä mielessä merkittävä rooli *Xena*-tiedon haltijoina. Sarah Thornton (1996, 122) kuvaa klubikulttuuria koskevassa tutkimuksessaan, kuinka valtamedian huomio voi tuhota alakulttuurin tuottamalla sille liian tunnetun, suosituksen tai kaupallisen leiman. Sarja voidaan tulkita toisen kulttitekstin jäljitelmänä, liian tuotettuna, laskelmoituna tai markkinoituna, jolloin se ei saavuta erityisyyden asemaa. Tekstin ulkoiset markkinointistrategiat ja media uhkaavat näin ollen tekstin kulttistatusta samaan aikaan kun ne auttavat tämän statuksen toteutumista (Hills 2002, 136). Kulttuuriselle statukselle on relevanttia, minkälaisessa mediassa faniuden kohteet ovat esillä.

Xena-sivustot ja elektroninen fanijulkaisu *Whoosh!* ovat esimerkkejä Thorntonin (1996, 140) nimeämistä niche- ja mikro-

mediasta. Fanijulkaisujen, lehtolehtisten ja sähköpostin muodostamaa mikromediaa pidetään alakulttuureja lähimpänä sijaitsevana mediamuotona, jonka tuottajina ovat usein itse fanit. Mikromediaan vaikuttavat kuitenkin globaali teollisuus ja kauppa. Esimerkiksi *Xenaan* liittyvien fanzinejen sisältöön vaikuttaa vahvasti se tieto, mitä sarjan tuottajat julkisuuteen välittävät. Mikromediaa astetta professionaalimpi muoto on rajatuille kohderyhmille ja alakulttuureille suunnattu nichemedia.

Tätä *Xena*-sivustojen ja fanijulkaisu *Whoosh!*:n muodostamaa julkisuutta voidaan kutsua myös vaihtoehtoiseksi julkisuudeksi. Vaihtoehtoisella julkisuudella viitataan usein poliittiseen vaihtoehtoisuuteen tai aktivismiin (Downing 1984; Nieminen 1998, 289; ks. myös Fraser 1992).

Vaihtoehtoisuus voi kuitenkin kytkeytyä tuotantotapoihin eli tällöin on kyse amatöörituotannon ja vapaaehtoisuuden piirissä rakentuvasta vaihtoehtoisuudesta.⁹⁹ Vaihtoehtoisuus nähdään luonteeltaan epäkaupalliseksi ja julkaisujen aiheissa korostuvat sosiaalinen vastuu tai luova ilmaisu. Chris Attonin (2002) hahmottelemassa vaihtoehtoisen ja radikaalin median typologiassa oleellista onkin tuotantoprosessin poikkeavuus valtamediasta ja nojautuminen vapaaehtoiseen amatööritoimintaan. Jakelu ja tuotanto toimivat kopioinnin ja kierrätyksen periaatteella ja nojautuvat erilaisiin verkostoihin. Keskeistä on tekijänoikeuksien vastaisuus eli julkaisua saa vapaasti lainata ja levittää. Vaihtoehtoiselle

⁹⁹ Vaihtoehtoisuus voidaan käsittää varsin laajana ja siihen voidaan lukea miltei kaikki mikä on ei-valtavirtaa. Vaihtoehtoisuus on liitetty valtajulkisuudesta marginaalissa oleviin vähemmistöihin, jolloin vaihtoehtoisen median tavoitteena olisi parantaa näiden ryhmien näkyvyyttä ja kohtelua julkisuudessa. Vaihtoehtoisuutta saatetaan käyttää myös synonyyminä radikaalille, jolloin medialla oletetaan olevan tavoitteena yhteiskunnallinen muutos. Raymond Williams on määrittellyt vaihtoehtoisen kulttuurin sellaiseksi, joka elää rinnan vallitsevan hegemonian kanssa kun sen sijaan vastustava kulttuuri pyrkii korvaamaan sen. Vaihtoehtoisuus voi kytkeytyä myös tyyliin, mitä edustaa Hunter S. Thompsonin lanseeraama gonzojournalismi. Vaihtoehtoisesta ja radikaalista mediasta tarkemmin ks. Atton 2002 ja Downing 1984.

tuotannolle on tyypillistä kollektiivinen organisaatio, yhteisö tai ryhmä, jossa lukija-kirjoittajan roolit yhdistyvät.

Internetin fanijulkaisut ja yksittäisten ihmisten luomat fanisivustot soveltuvat monelta osin vaihtoehdoisen median määrittelyihin, vaikka ne kytkeytyvät kaupallisen populaarikulttuurin tuotantoon eikä niiden ensisijaisena tavoitteena ole yhteiskunnallinen muutos. Ne pyrkivät elämään hallitsevan kulttuurin rinnalla, eivät korvaamaan sitä. Tästä huolimatta fanijulkaisujen ja fanisivustojen tuotannollisissa prosesseissa on edellä kuvaamia- ni elementtejä, jotka poikkeavat valtamedian tuotantotavoista ja haastavat kaupallista kulttuurintuotantoa.

Fanijulkaisuista eli fanzineistä kehittyneitä zine-kulttuuria¹⁰⁰ tutkineen Stephen Duncomben (1997) mielestä julkaisun radikaalius liittyy sen tuotantoon. ”Zinet eivät ole vain sanomia, joita vastaanotetaan vaan esimerkkejä osallistuvasta kulttuurista ja organisaatiosta” (mt., 129). Duncomben mukaan fanzineilla on kolme tekijää, jotka erottavat ne valtavirtalehdistä. Ensinnäkin tuottajat ovat harrastajia eivätkä ammattilaisia, toiseksi tuotanto on halpaa ja jakelu kopiointiin perustuvaa. Kolmanneksi raja tuottajan ja kuluttajan välillä on häilyvä. Niiden oleellinen piirre on myös lukijoiden muuttaminen kirjoittajiksi, tuotantoprosessiin osallistujiksi.

Sekä suomalaiset *Xena*-fanisivustot että kansainvälinen *Whoosh!*-fanijulkaisu toimivat amatööripohjalta eikä tavoitteena ole taloudellisten voittojen kerääminen. *Whoosh!* poikkeaa henkilökohtaisista fanisivustoista sikäli, että kyseessä on laaja nettijulkaisu, joka sisältää useiden ihmisten kirjoittamia artikkeleita, uutisia ja *Xena*-aiheisia sivustoja kuten episodioppaita, lähetysaikoja, faktoja jne. *Whoosh!:*n julkaisijaksi määritellään varsin epämuodollinen yhdistys, International Association of Xenoid

¹⁰⁰ Zine-kulttuurilla Duncombe (1997, 14–16) tarkoittaa alun perin science fictionin ja musiikin harrastajien tuottamia fanijulkaisuja, joista on sittemmin kehittynyt amatöörivoimin tuotettujen erilaisiin alakulttuureihin kytkeytyvä julkaisukulttuuri.

Studies. Käytännössä sivustosta vastaa lehden päätoimittaja Kym Taborn sekä joukko toimittajia, jotka kirjoittavat julkaisuun ilmaiseksi.

Whoosh! ilmestyy kerran kuukaudessa, ja julkaisuun voi tarjota artikkeleita, kysymyksiä ja yleisönosastokirjeitä. Sivuston laajuuden vuoksi ylläpitäjän on maksettava ylimääräisestä tallennuskapasiteetista ja tiedonsiirrosta palvelimelle. Kustannusongelmia on ratkottu fanisivustoilla muun muassa sponsorisopimuksilla eli ottamalla mainoksia sivustoille. *Whoosh!* on ratkaissut tilanteen pyytämällä lahjoituksia faneilta ja vuonna 2002 lähes 40 fania lahjoitti rahaa sivun ylläpitoon. Kustannukset ovat arviolta 1500–2000 dollaria.¹⁰¹ *Whoosh!:*n päätoimittaja Taborn informoi taloudellisesta tilanteesta säännöllisesti ja kertoo esimerkiksi, mitä sivuja uhkaa sulkeminen, jos avustuksia ei tule riittävästi.

*Whoosh!:*lla on faniyhteisön keskuudessa arvostettu asema, koska julkaisu tuottaa ensikäden tietoa myös sarjan tuotannosta. Julkaisussa on useita *Xena*-tähtien ja tekijöiden haastatteluja ja heidän kirjoituksiaan. Esimerkiksi sarjan näyttelijä Kevin Smithin äkillisen kuoleman johdosta joukko *Xenan* näyttelijöitä ja tuottajia kirjoitti muistosoitoja *Whoosh!:*iin. Fanijulkaisun episodioppaat ovat yksityiskohtaisia ja kattavia. Niihin on listattu kunkin jakson lähetyksajat, sijoittuminen syndikaattisarjojen katsojatilastoissa, näyttelijät, ohjaaja, käsikirjoittaja(t), synopsis, useita arvioita, erikoisia yksityiskohtia ja taustatietoa sekä usein tekijöiden kommentit jaksosta.

Whoosh!-sivustoa voi pitää eräänlaisena *Xena*-tiedon auktoriteettina ja suomalaiset fanit mainitsevat sen tietolähteenään. Vaikka sarja on jo päättynyt, sivusto tuottaa edelleen *Xena*-aiheisia artikkeleita. Näkökulma on kuitenkin selvästi siirtymässä laajemmin populaarikulttuuriin ja *Whoosh!* raportoi useiden eri sarjojen (*Alias*, *Buffy*, *vampyyrintappaja*, *Sheena*, *Dark Angel*) lähe-

¹⁰¹ Esimerkiksi laajan *Buffy*-fanisivuston ylläpito maksaa noin tuhat dollaria ylläpitäjän mukaan (Laukkanen 2004).

tysajoista Yhdysvalloissa sekä ylläpitää *Alias*-, *Tarzan*-, *Sheena*- ja *Cleopatra 2525* -sarjojen episodioppaita.

3.6.1. *Suomalaiset sivustot: tekijän valta ja vastuu*

Ensimmäinen suomalainen *Xena*-sivu on monelta osin samanlainen kuin monet kansainväliset fani-sivustot. Se sisältää sarjan kuvauksen, episodioppaat, tietoa sarjan taustoista, tietoa sarjan hahmoista ja näyttelijöistä sekä keskustelupalstan ja linkkejä muille *Xena*-sivustoille. Sivustojen yksi keskeinen tehtävä onkin tarjota paitsi fanille itselleen ilmaisukanava ja mahdollisuus toteuttaa faniuttaan, myös monipuolista tietoa sarjasta muille faneille. Yksityiskohtaiset episodioppaat, tarkat tiedot näyttelijöistä ja sarjan hahmoista ovat tärkeitä elementtejä fanisivustolla. Tiedonhankinta on fanisivuston ilmeinen funktio, mutta sen lisäksi sivustolla on merkittävä rooli fanien sosiaalisten suhteiden kannalta.

Ensimmäiset suomenkieliset *Xena*-sivut perustettiin vuoden 1998 huhtikuussa. Sivut saivat alkunsa tekijän toisen projektin, Hailbobby-komeettaa käsittävien sivujen luomisen innoittamana.

Mä kävin kattomassa ulkomaisia sivuja, niitähän on kaiken näköisiä missä on mitäkin asiaa. Mä rupesin miettimään, että kyllähän pitäisi jonkun suomalaisenkin saada innostumaan asiasta.

Oleellista oli siis suomenkielisten sivujen tekeminen. Ulkomaiset *Xena*-sivut olivat tekijälle tuttuja ja hän oli jo aktiivisesti seurannut muun muassa *alt.tv*:n *Xenan* uutisryhmän keskusteluita. Tavallaan kyse oli *Xenan* tuomisesta Suomeen. Huolimatta englannin kielen yleisyydestä tekijä koki, että kieli saattaa olla jonkinlainen kynnys sarjasta kiinnostuneille.



Xena ja Gabrielle toisen tuotantokauden jaksossa

"Girls just wanna have fun".

<http://www.warriorprincess.com>

Sivujen luomista opetti tekijän teini-ikäinen poika, ja aikaa niiden luomiseen kului kaksi viikkoa ”yötä päivää”. Puolitoista vuotta sivujen perustamisesta niillä oli käyty reilut 9500 kertaa. Ensimmäinen sivusto sai pian rinnalleen neljä muutakin suomenkielistä *Xena*-sivustoa, joista kuitenkin kolme poistui käytöstä parin vuoden kuluessa. Vuoden 2003 syksyllä suomenkielisiä sivustoja oli kaksi.

Tekijät suhtautuvat omaan sivustoon ammattimaisella ylpeydellä. Yksi tällaisen fanijulkaisun ylläpitäjä kertoo haastattelussa kokevansa sivustojen päivittämisen vastuullisena tehtävänä, johon kuuluu useita tunteja viikossa. Ylläpitäjät kokevat helposti myös huonoa omaatuntoa, jos eivät ole ehtineet päivittää sivuja tarpeeksi. Tuoreimpien uutisten tuominen sivulle katsotaan myös kunnia-asiaksi.

Tavallaan stressin aihe mulle on, kun mä tiedän että Lucy saa lapsen niin mulla ei oo aikaa kirjottaa mun sivulla että nyt se tuli.[...] Kyl mua häiritsee sekin, että mä tiedän, että porukat käy tosiaan etsimässä ja katsomassa sieltä että mitä nyt on menossa ja mulla ei ollu aikaa tehdä sitä.

Toisen suomenkielisen *Xena*-sivuston osana oli myös *Xena*-aiheinen nettilehti, johon voivat myös muut fanit kirjoittavat.

Mä kirjotan artikkeleita tai no kaks artikkelii, ei sitä paljon enempäähä ehdi. Kyllähän mä mielelläni tekisin suuremman, mut ei ihmisillä varmaan oo aikaa kirjottaa, enkä mä oo muutenkaa... tän kuun numerokin on tulossa joskus tän kuun lopussa.

Vastuu omista sivuista ja niiden sisällöstä liittyy arviointiin ja arvostukseen, jota tuotetaan internetin fanikulttuureissa. Fanisivustot sisältävät usein linkkejä parhaimpina pidettyihin sivustoihin ja netissä on järjestetty myös äänestyksiä parhaista fanisivuista. Näin tietyt sivustot nousevat muita arvostetuimmiksi ja saavuttavat tunnettavuutta. Esimerkiksi *Xena*-fanien sivustoilla *Tom's Xena page* on usein mainittu parhaana *Xena*-sivuna.

Rinnakkaiset fanisivustot voidaan kokea myös kilpailuna tai ongelmana silloin, jos niihin kopioidaan toisilta materiaalia ilman lupaa. Esimerkiksi *Whoosh!*-sivustolla on ankarat määräykset olla kopioimatta aineistoa ilman lupaa. Vaikka fanikulttuurille on leimallista ilmaistuotanto, joka on kaikille avointa, nettijulkaisuissa kopiointia ja imitointia ei pidetä toivottavana. Tähän vaikuttanee kotisivukulttuurin luovuutta ja persoonaa korostava elementti.

Susanna Paasonen (2002) on pohtinut kotisivuja tekijän persoonan representaationa. Goffmanin minuuden teoriaa hyödyntäen Paasonen pohtii, kuinka kotisivujen minuuus on kytkettyyn tapoihin tuottaa vaikutelmia itsestä muille, rakentaa julkista minuuutta (mt., 96). Vaikka Paasonen työssä viitataan nimenomaan itsestä, ei faniuden kohteesta kertoviin kotisivuihin, voidaan *Xena*-sivustoja tarkastella myös tällaisina persoonan representaatioina, joiden katsotaan viestittävän asioita itsestä ja omista intohimoista muille. Sivustoissa keskeistä eivät ole vain sisällöt vaan myös tyyli, värit ja kuvitus, jotka voidaan tulkita oman tyylijatjun ja maun ilmentäjinä (mt., 98). Attonin (2002, 55) mukaan fanizineissa ei olekaan kyse toisen (kuuluisuuden, kulttuurisen kohteen) tutkimisesta kuin itsestä, henkilökohtaisesta ilmaisusta, sosiaalisuudesta ja yhteisön rakentamisesta. Tämä henkilökohtaisuus ilmentää juuri affektin subjektiivista ulottuvuutta, sitä, mikä tekee jokaisesta erityisen.

Xena-sivustojen tekijöiden kunnianhimo ja sitoutuneisuus oman sivunsa päivittämiseen ja ylläpitoon kertoo tietynlaisesta välimuodosta internetin amatööri- ja ammattilaistuotannossa. Amatööriutuotantoa luonnehditaan teknisesti yksinkertaiseksi, hovin vuoksi tuotetuksi, kun taas ammattimaista tuotantoa leimaavat tekninen taitavuus ja taloudellinen hyöty. Vaikka amatööriutuotantoon liittyy tietty autenttisuus ja suoruuus se liitetään myös huonoon makuun ja kömpelöön visuaaliseen ilmaisuun. (Paasonen 2002, 105–107.)

Xena-fanien keskuudessa on erilaisia näkemyksiä siitä, millaisia *Xena*-sivustojen pitäisi olla. Osa korostaa oman persoonallisen

tekstin ja suunnittelun merkitystä, toiset taas luovat kotisivuillaan perusohjeita muille faneille *Xena*-sivujen tekoa varten. Ohjeissa listataan millaisia elementtejä, kuten episodioppaita, sivuilla tulisi olla. Vaikka sivuilla korostettaisiin persoonallisuuden merkitystä, määrittävät *Xena*-sivustoja tietyt koodit, jotka tekevät sivustot tunnistettaviksi fanisivuina, kuten sarjan esittely ja hahmojen kuvaus ja ennen kaikkea *Xena*-aiheinen kuvitus.

Fanisivustojen rinnalla internetissä on niin kutsuttuja virallisia sivuja, jotka ovat tv-sarjan tai pop-tähden tuotantoyhtiön luomia. Viralliset sivustot ovat usein sisällöltään ja tyylyltään suppeita verrattuna fanisivustoihin. Niiden kaupalliset tavoitteet näkyvät muun muassa siinä, että sivuilla on myynnissä tv-sarjaan liittyviä tuotteita ja yhtiön tekijänoikeudet on niille tarkkaan kirjattuna. *Xenan* tuotannon päätyttyä internetissä on vain *Xenan* ja *Herkuleksen* yhteinen virallinen sivusto (<http://www.xenahercules.com>), joka keskittyy tavaroiden ja videoiden myyntiin. Sivulla on myös rekisteröitymistä vaativa keskustelufoorumi, jossa tammikuussa 2004 oli 162 jäsentä. *Xena*-fanien omiin sivustoihin verrattuna *Xenan* ja *Herkuleksen* sivusto on niukka; se ei kerro mitään itse sarjasta tai näyttelijöistä eikä näin ollen vaadi päivitystä.

Fanien oma vaihtoehtojulkisuus mahdollistaa sen, että fanit voivat pitkälti itse määrittää miten *Xenasta* puhutaan ja mitä teemoja pidetään yllä. Samalla on kuitenkin muistettava, että fanien tiedot nojaavat pitkälti tuotantoyhtiön antamiin tietoihin. Fanien joukko on varsin moninainen ja sivustot ovat profiloituneet tuottamaan tiettyä näkökulmaa sarjasta – esimerkiksi tukemaan subtekstiä, keskittymään vain tiettyihin hahmoihin kuten Areisiin ja Xenaan, Callistoon tai fanifiktioon. Oma julkisuuden alue mahdollistaa sarjan alakulttuurisen aseman, ja vahvistaa sen kultistatusta. *Xena* ei ole valtavirtaa vaan alakulttuurinen salaisuus.

Tilanne on kuitenkin paradoksaalinen, sillä valtavirran ulkopuolisuus myös marginalisoi. Vaihtoehtoista mediaa on kritisoitu nimenomaan gheuttoutumisesta ja sulkeutumisesta oman piiriin sisälle, jolloin sen tavoitteet ja näkökulmat eivät saavuta laajempaa

yleisöä (Duncombe 1997, 153–155; ks. Atton 2002, 33–35). Fanijulkaisut tuottavat yhteisöjä, mutta samalla kääntävät yhteisön sisäänpäin, jolloin keskitytään henkilökohtaisiin mieltymyksiin ja kokemuksiin. Ongelmaksi onkin nähty fragmentoituneisuus silloin, kun kukin keskittyy omaan asiaansa (Downey & Fenton 2003).

Kritiikki kohdistuu nimenomaan sellaiseen vaihtoehtoisuuteen, jolla on poliittisia tavoitteita. Fanikulttuurit poikkeavat tästä sikäli, ettei pyrkimyksenä ole yleensä vaikuttaa yhteisiin asioihin tai ottaa kantaa vaan keskittyä tutkimaan ja keskustelemaan faniuden kohteesta. Steve Duncombe luonnehtii zine-kulttuuria Eric Hobsbawmiin nojaten esipoliittiseksi. Kyse on liikkeestä, joka on vasta löytämässä tapoja ilmaista näkemyksensä maailmasta, mutta siinä on kumouksellista potentiaalia. Esipoliittisessa liikkeessä on myös jotain, mikä usein poliittisesta liikkeestä puuttuu eli tiivis kosketus elämänkokemuksiin. (Duncombe 1997, 176.)¹⁰²

Xena-fanikulttuurin poliittisuus kytkeytyy ennen kaikkea faniyhteisön tapaan juhlia Xenan ja Gabriellen suhdetta lesbosuhteena ja tuottaa tulkinnoillaan tilaa homoseksuaalisuuden esittämiseksi populaarikulttuurissa. Subteksti on muun muassa koonnut yhteen lesbofaneja ja luonut uusia yhteisöjä. Omaa fanifiktiota ja fanitaidetta tuottavat *Xena*-fanit ovat haastaneet perinteistä jakoa tuottajiin ja kuluttajiin.

Suomalaiset *Xena*-fanit kokevat hallitsevan mediajulkisuuden kuitenkin tärkeäksi ja toivovat positiivista julkisuutta sarjalleen. Julkisuuden merkitystä kuvaa se, että keskusteluryhmässä mainitaan aina *Lawlessin* lehtihaastattelut tai muut *Xena*-aiheiset lehti jutut ja tv-ohjelmat. Tutkimushaastatteluissa muistettiin tarkkaan suomalaismediassa olleet *Xena* sivunneet jutut.

Fanien keskuudessa näyttää vallitsevan yhteisymmärrys siitä, että julkisuus ja näkyvyys kytkeytyvät kulttuuriseen arvostukseen:

¹⁰² Duncombe (1997, 43) liittää zinet myös väärinymmärrettyjen luusereiden kulttuuriin, ja tässä mielessä hänen näkemystään voi pitää alakulttuuria romantisoivana.

esilläolo tuottaisi lisää faneja, nostaisi fanikulttuurin profilia ja parantaisi lähetyksaikoja. Suomalaisen valtamedian vaikutus koetaan fani-identiteettiä määrittävänä. Lehtien maininnat ohjelman väkivaltaisuudesta tai ohjelman sijoittumisesta lasten kategoriaan asemoivat myös faneja. Tällaisten lehtijuttujen kontekstissa fanit näyttäytyvät väkivallasta nauttivina tai lapsina/lapsellisina. Suhde suomalaiseen valtamediaan koetaan myös voimattomuutena. Media saattaa aika ajoin kuvata faneille tärkeän kohteen vastoin fanien omaa näkemystä ja samalla representoi fanin identiteetin väärin.

3.7. Kierrättävä kuluttajuus

Science fictioniin ja fantasiaan liittyvää fanikulttuuria luonnehditaan usein aktiiviseksi alakulttuuriksi. Tällaisena myös *Xena*-fanius näyttäytyy. Nämä fanikulttuurin muodot liitetään, mitä ilmeisimmin juuri niiden alakulttuurisen luonteen vuoksi, epäkaupallisuuteen ja trendien vastaisuuteen. Kuluttajuus, erilaisten oheistuotteiden keräily näyttää kuitenkin olevan tässä faniuden muodossa keskeistä. *Star Trek* -faniutta tutkinut Robert Kozinets (2001, 77) kiinnittää huomion fanikulttuurissa elävään ristiriitaan. Faniutta määritellään tietyllä tasa-arvoisuuden ja paremman maailman utopialla, mutta käytännössä fanitoiminta voi keskittyä erilaisten fanituotteiden vertailuun ja esittelyyn.

Alakulttuurisuus ei merkitse automaattisesti epäkaupallisuutta. Pikemminkin on kyse siitä, että kuluttamisen kautta tehdään eroa muihin. Vaikka alakulttuuristen ryhmien kuluttajuus kulkee eritahtisena valtakulttuuriin nähden, se on tästä huolimatta kietoutunut viihdeteollisuuteen.

Eritahtisuudesta kertoo se, että kulttisarjat jatkavat elämäänsä fanien tulkinnoissa vielä pitkään senkin jälkeen kun sarjan tuotanto on virallisesti lopetettu. *Xenan* tuotanto päättyi 2001, mutta sarjalla on yhä satoja sivustoja internetissä ja suomalaisen

Xeniitti-yhteisön toiminta näyttää vain vilkastuvan. Näin ollen kulttuurisarjojen elinkaari fanien keskuudessa ei ole yhteneväinen sarjan varsinaisen tuotantokaaren kanssa.

Aiemmin olen todennut, että Xeniiittien keskustelupalstalla vaihdetaan tietoa erilaisista *Xena*-tuotteista, esimerkiksi uusimmista dvd:stä sekä internetkaupoista, joista on saatavilla *Xena*-tuotteita. *Xena*-sivustoilla on myös linkkejä nettikauppoihin.

Tuotteiden hankkiminen ei näyttäydä yhteisössä mitenkään paheksuttavana eikä yleinen näkökulma asetu kuluttajuutta vastaan. Fanit voivat avoimesti kehuskella uusilla *Xena*-tuotteillaan, ja muut myös ilmaisevat kateutta näistä löydöistä. Yksittäisissä haastatteluissa suhde *Xena*-tuotteisiin näyttäytyy kuitenkin ristiriitaisempänä. Kaikki haastateltavat kertoivat hankkineensa jotain *Xena*-tuotteita, mutta osalla oli myös selkeä käsitys siitä, missä keräilyn raja kulkee.

Sen oon kyllä päättänyt etten niitä figureja kyllä osta. Kyllähän sitä kaikkee löytyy, välillä voi itteä kiusata salaa ja selata virallisilla sivuilla, web sitella, on joku taistelumiikka, sen on joku tikari mitähän se olis varmaan 100 dollaria. Kaikkee löytyjos rahaa sattuu olemaan. (Nainen 23-v.)

Myös toisessa haastattelussa nousevat esiin kuluttamisen rajat ja pyrkimys hillitä itseään liialliselta kuluttamiselta.

Mä oon aina yrittänyt kauheesti hillitä itseäni, että ei, että et nyt kyllä rupee mitään krääsää tilaamaan mutta mää kyllä epäilen, että mää olen sen taisteluni hävinnyt, että kyllä mää syksyllä viimeistään sieltä jotakin kumminkin tilaan.

K: Jotain erityistä?

Tämmönen chacrami mitä se heittää, niin semmoinen olis kiva saada johki kämpän seinälle [...] se olis tavallaan semmoinen mikä olis helppo selittää kaikille, että mikä se on, että ei vaikutta omituiselta (nauraa). (Nainen 37-v.)

Xena-faniien keskuudessa erilaisten oheistuotteiden hankintaan suhtaudutaan varsin myönteisesti, vaikkakin fanit myös asettavat itselleen rajoja hankintojen suhteen. Tavaroiden hankinta näytetään kiusauksena, jota tulee hillitä. Omille mielihaluille naureskellaan ja niistä puhutaan hulluutena. Toisaalta tavaroiden hankinnasta myös unelmoidaan: chakramit ja miekat tuovat *Xenan* maailmaa osaksi arkea, antavat ripauksen seikkailua huoneen seinälle. Fanit viittaavat *Xena*-tuotteisiin myös kitchinä ja osalle suhde tavaroihin on camp-henkinen.

Tavaroiden hankkimiseen liittyy samantapainen itsehillinnän pyrkimys, mikä tulee esiin yleisemminkin *Xenan* katselusta puhuttaessa. Miltei kaikki fanit toteavat katsovansa liikaa tai käyttävänsä liikaa aikaa sarjan seuraamiseen. Huono omatunto sarjan seuraamisesta ja tavaroiden hankkimisesta voi kytkeytyä populaarikulttuuriin ja viihteeseen liittyvään heikkoon arvostukseen, jolloin siihen käytetty aika koetaan ongelmallisena – ajatellaan, että aika pitäisi käyttää hyödyllisemmin. (ks. Alasuutari 1992.)

Joissakin haastatteluissa tavaran hankinta koetaan ongelmalliseksi lähinnä siksi, ettei sitä ole saatavilla. Esimerkiksi 17-vuotias fani kertoi hankkineensa enemmän *Star Wars* -tavaraa, koska sitä on helpompi hankkia. *Xena*-tuotteita on lähdettävä ostamaan varta vasten toiseen kaupunkiin. Fanit hankkivat usein sen, mitä on tarjolla. Esimerkiksi *Xenaa* koskeva kirjallisuus on pääosin englanninkielistä ja kirjoja ostetaan vaikealukuisuudesta huolimatta.

Tavaroita ja keräilyä tutkineen Maria Koskijoen (1995) mukaan fanin keräilyä määrittää tunne. Keräilijöiden tyypittelyssä Koskijoki sijoittaa faniuden lähelle suljettua keräilymaailmaa, joka suojaa elämän tuulilta ja tuiskulta, esimerkiksi faniuden negatiiviselta leimalta, stigmalta.

Erilaisen oheismateriaalin keräily onkin keino täydentää minuutta ja erottautua toisista (Koskijoki 1995). Hankittu tavara ilmentää halua identifioitua tiettyyn aikakauteen, paikkaan tai henkilöön. Tavara muistuttaa siitä narratiivisesta universumista,

johon faniuden kautta kiinnitytään ja tuotteiden rahallinen arvo tulee tästä tunteesta, rakkaudesta esineen kantamaan viestiin.

Fanitavarat ovat usein käyttöesineitä, jotka kulkevat mukana arjessa, kuvana t-paidassa, tietokoneen ruudulla tai kahvikupissa. Lisäksi fanikulttuurissa tehdään hienosäätöistä erottelua siitä, mitkä tuotteet ovat arvostettuja, mitkä eivät.¹⁰³ Fanit voivat säädellä markkinoita levittämällä internetissä arvioita eri tuotantokausista sekä erilaisista *Xena*-tuotteista. Esimerkiksi tiettyjen arvostettujen tuotantokausien nauhat ovat kysytympiä kuin toiset, ja tämä näkyy erityisesti fanitavaran huutokaupoissa. Huutokaupoissa on videoiden lisäksi myynnissä keräilykortteja (1–3 dollaria), postimerkkejä (5,5 dollaria), figuureja (1–10 dollaria), jääkaappimagneetteja (6 dollaria), nimikirjoituksella varustettuja valokuvia (4,99 dollaria).

Kiinnostavaa faniuteen liittyvässä kulutuskulttuurissa on kaupallisuuden ja epäkaupallisuuden rinnakkaiselo. Samalla kun fanit keräävät erilaisia oheistuotteita, he myös kierättävät, lainaavat ja kopioivat niitä. Näin ollen fanit toimivat yhtä aikaa sekä kaupallisuuden ehdoilla että sitä vastaan. Fanikulttuurin sisällä jakamisen käytäntö ulottuu kaikkiin yhteisön jäseniin riippumatta siitä, kuinka läheisiä henkilöt keskenään ovat.

Fanituotteita myös huutokaupataan runsaasti internetissä, joten arvostetun tuotteen ei tarvitse olla uusi ja kallis. Tuotteiden ei aina tarvitse olla viihdeteollisuuden tuottamia vaan fanien omat elokuvat, taide ja kirjallisuus ovat fanikulutuksen kohteina. Tässä mielessä fanikulttuuri on vaihtoehtoista kulttuuria, jossa fanit voivat itse toimia tuottajina.

¹⁰³ John Fiske (1992a) mukaan fanikulttuuri poikkeaa korkeakulttuurista siinä, että korkeakulttuurin keräilijä keskittyy ensipainoksiin ja harvinaisuuksiin kun taas fani hankkii teollisesti massatuotettuja tavaroita. Fiske ei kuitenkaan huomii, että myös teollisesti tuotettujen tavaroiden välillä tehdään eroja ja myös faniudessa ensipainokset, tiettyä autenttisuutta kantavat esineet (esimerkiksi suomalainen fanfiction kirja, nimikirjoituksilla varustetut tavarat) kohoavat keräilykohteiksi.

Hintatietoisina kuluttajina fanit eivät kuitenkaan haluaisi käyttää *Xena*-tuotteisiin kohtuuttomia summia, olkoonkin, että kyse on itselle tärkeästä asiasta. Fanien puheessa kuulukin tietty kritiikki *Xena*-tuotteiden markkinointia kohtaan, samaan aikaan kun niistä haaveillaan. Koska oheistuotteista keskustellaan melko aktiivisesti internetin keskustelupalstoilla, faneille kehittyy varsin hyvä kuluttajietoisuus. Fanit neuvovat toisilleen edullisia liikkeitä ja arvioivat tuotteita.

Erityistä *Xena*-faniudessa onkin tietty kaupallisuutta vastaan virtaava toiminta: fanit kierrättävät tuotteita keskuudessaan, ja pyrkivät jakamaan näin omaa pääomaansa muille. Tavaroiden kierrättäminen, lainaaminen ja myyminen fanilta toiselle on tyyppillistä myös muissa fanikulttuureissa.

Fanikulttuurit muistuttavat tässä suhteessa Marcel Maussin (1990/1924) tutkimia esi-moderneja yhteisöjä, joissa lahjojen kierrättäminen on keskeinen yhteisön toiminnan ja vallan saavuttamisen muoto. Lahja luo vahvan sosiaalisen siteen antajan ja saajan välille ja vaatii antamaan sopivan vastalahjan. Lahjojen kierrätys on henkilökohtaista ja kaikkea muuta kuin viatonta: se tuottaa valta-asemia ja hierarkioita. Näin faniyhteisöissä ne, keillä on tietoa, tuotteita ja mahdollisuuksia esimerkiksi nauhoittaa jaksoja muille, saavat arvostusta yhteisön keskuudessa ja heidät mielletään tärkeiksi, tarpeellisiksi jäseniksi yhteisössä. Ennen kaikkea kuitenkin tavaravaihto tuntuu lähentävän yhteisön jäsenten välisiä suhteita ja edistää sosiaalisten suhteiden luomista ja syvenemistä.

Fanitavaroiden kierrätys tiivistää ja organisoii sosiaalisia suhteita yhteisön sisällä, mutta sillä on keskeinen merkitys laajemmin kulutuskuulttuurin käytännöissä eräänlaisena häiriköintinä, kapitalismin vastalogiikkana.

Xeniittien tavaravaihtoa voidaan tarkastella salametsästäjien (*poachers*) ja kulttuurihäiritsijöiden (*jammers*) käsitteiden kautta (Jenkins 2003). Siinä missä salametsästäjät kierrättävät ja pilkkovat tekstejä, luovat fanituotantoa ja taidetta faniutensa kohteista,

häiritsijät vastustavat ylipäätään kaupallisuuden logiikkaa ja tuottavat anti-mainoksia. Salametsästäjien suhde populaarikulttuuriin on dialoginen, häiritsijöiden hajottava (mt.).

Xeniittien suhde kaupallisuuteen muistuttaa selkeästi salametsästystä, koska sille on keskeistä kunnioitus yksilön populaarikulttuuriseen kiinnostukseen. Kuluttajatietoisuus ja kaupallisen logiikan nakerrus syntyy faniuden sivutuotteena, ei sen päämääränä.

3.8. MTV3 ja hukattu yleisö

Faniuden kulttuurista paikkaa määrittävät monet tekijät, ja tätä paikkaa tuottavat jatkuvasti mediajulkisuus, tuotantokoneisto ja fanit. Tv-sarjan saavuttama kulttuurinen status kytkeytyy siihen, kuinka sarjaa markkinoidaan ja millaisen yleisön se saa. Faniyhteisö mielletään tuotantoyhtiön kannalta positiiviseksi, merkitseehän se sitoutunutta yleisöä. Faniuden tuottamiselle onkin selkeät taloudelliset perusteet.

Usein tuotantokoneisto luo ”virallisia” fanklubeja ja www-sivustoja, joiden kautta kaupataan erilaista idoleihin liittyvää oheismateriaalia kuten vaatteita ja esineitä. Tuotantokoneisto, käsikirjoittajat ja ohjaajat tuottavat sarjasta eräänlaista virallista tulkintakehystä, jonka fanit jakavat ja ymmärtävät sarjan todellisuutena. Faniyhteisö voi toimia resurssina tuottajille, jotka seuraavat fanikeskusteluja poimien vihjeitä sarjan kehittämiseksi. Faniin ja tuottajien välillä on kuitenkin ilmeinen valtasuhde tuottajien päättäessä esimerkiksi tv-sarjan sisällöstä, jatkosta ja henkilöhahmojen kohtalosta. Fanit pyrkivät aktiivisesti vaikuttamaan näiden merkitysten tuotantoon ottamalla yhteyttä tuottajiin, mutta myös luomalla omia tulkintoja, rakentamalla www-sivuja ja kirjoittamalla fanfictionia.

Kamppailut faniin ja televisioyhtiöiden tai ohjelman tuottajien välillä eivät ole epätavallisia. Katsojat pyrkivät esimerkiksi

vaikuttamaan *Gagney ja Lacey* -sarjan roolihenkilövalintoihin kirjoittamalla tuotantoyhtiölle (D'Acci 1992). Nämä kamppailut ovat taistelua kulttuurisista merkityksistä ja vallasta tuottaa ja luoda merkityksiä.

Tuottajat suhtautuvat ristiriitaisesti faniien omaan tuotantoon ja voivat pitää sitä jopa kilpailuna. Muun muassa Lucasfilm pyrki pitämään fanijulkaisut hallinnassaan. Lucasfilm uhkasi oikeustoimin tahoja, jotka vahingoittivat mediatuotteiden perhearvoja. Näitä perhearvoja uhkasivat erilaiset fanilehdet, jotka julkaisivat pornografisia tarinoita *Star Warsista*. (Jenkins 1992, 30–31). Internetin yleistyessä ja fanituotannon levikin laajentuessa tekijänoikeusriidat tuottajien ja faniien välillä ovat lisääntyneet. Fanit käyttävät sivuillaan runsaasti kuvia ja muokkaavat tv-sarjojen tekstejä laajalle yleisölle, jolloin tuotantoyhtiö kokee tekijänoikeuksia loukatun.

Viihdeteollisuuden edustajat ovatkin lähettelleet faneille lopeta tai katoa (*Cease or desist*) -kirjeitä, joissa vaaditaan, että sivuilta poistetaan kaikki tekijänoikeuksia loukkaava materiaali (Laukanen 2003). Fanisivustoilla tilanteeseen on yleisesti sopeuduttu sanoutumalla irti tekijänoikeuksista ja myöntämällä, että esimerkiksi Xena ja Gabrielle ovat MCA/Universalin omaisuutta. Usein lausunto sisältää ironiaa ja liioittelua, jonka voi tulkita tekijänoikeuksiin kohdistuvana kritiikkinä.

The characters of Xena, Gabrielle Argo and the Amazons are not mine and belong to Renaissance/MCA/Universal. They are used without permission. No copyright infringement was intended. (<http://members.aol.com/surtees1/ behold.html>)

(Henkilöhahmot Xena, Gabrielle, Argo ja Amazonit eivät ole minun ja kuuluvat Renaissance/MCA/Universalille. Niitä käytetään ilman lupaa. Tekijänoikeuksia ei ole tarkoitus loukata.)

Xena and Gabrielle are the sole property MCA. I am just going to borrow them for a while. I'll put them back when I am

through with them. I swear. (<http://xenite.net/scrolls/doyouknow.htm>)

(Xena ja Gabrielle ovat MCA:n omaisuutta. Minä vain lainaan heitä hetkeksi. Pistän heidät heti takaisin kun olen valmis. Lupaam.)

Xena and Gab...not mine...Renaissance...lucky bastards...

(Xena ja Gab...eivät minun...Renaissancen...onnekkaat pirlalaiset...)

*Xena and a certain horse, that shall remain nameless for now, are my guests here. They have flown for about 18 hours all the way from NZ and MCA/Universal/Renaissance. Please give them a big hand! *Applause*applause* This story was written for pure non-profit entertainment only and not for sale in any stores..so send a self-addressed stamped email and get yours now!* (<http://www.xenafan.com/fiction/content2/wfriend.html>)

(Xena ja eräs hevonen, joka pysyy nyt nimettömänä, ovat minun vierainani. He ovat lentäneet 18 tuntia Uudesta Seelannista ja MCA/Universal/Renaissancesta asti. Antakaa heille kunnot aplodit! Tämä tarina on kirjoitettu ei-voittoa tavoitellen puhtaasti viihteeksi eikä tätä kaupitella missään liikkeessä... joten lähetä nimelläsi varustettu sähköpostiosoite ja saat heti omasi!)

Joillakin fanisivustoilla kapinoidaan avoimesti tekijänoikeuksia vastaan ja vaaditaan faneille oikeutta käyttää aineistoa haluamallaan tavalla. Tutkijoista Henry Jenkins (2003) on voimakkaasti kritisoinut tekijänoikeuksia. Hän vertaa populaarikulttuurin tuotteita kansanperinteeseen, jonka pitäisi olla kaikkien saatavilla ja vapaasti muokattavissa. *Xenan* tuottajat suhtautuvat fanitoimintaan varsin myönteisesti eivätkä ole esimerkiksi asettuneet vastustamaan sarjan subteksti-tulkintoja. Tuottajat ja näyttelijät osallistuvat fanitapaamisiin sekä käyvät keskustelua esimerkiksi

Whoosh!-nettilehden sivuilla sarjasta. Subteksti on se aihe, josta fanit eniten tuotantoyhtiötä pommittavat ja esittävät kritiikkiä esimerkiksi sen laimentumisesta tai sitä uhkaavien elementtien (kuten Juskerin hahmon) tuomisesta sarjaan.¹⁰⁴

Suomalaisten *Xena*-fanien keskuudessa tuottajien, ohjaajien, käsikirjoittajien ja näyttelijöiden lausunnot koetaan merkittävinä lähteinä sarjan merkityksellistämiseksi, mutta näkyvin sarjan asemaa määrittävä valta on sitä esittävällä tv-yhtiöllä, MTV3:lla. Suomessa sarjan asema on fanien keskuudessa koettu ongelmalliseksi, koska se poikkeaa Yhdysvalloissa kehittyneestä kulttistatuksesta. Merkittävin syy tähän on sarjan esittämisaikakohta, lauantai-iltapäivä, joka asemoi sarjan lapsille ja nuorille suunnattujen ohjelmien joukkoon. Fanien näkökulmasta MTV3 on määritellyt *Xenan* lastenohjelmaksi, jolloin se rakentaa myös faniyleisölle tietynlaista lapsellista identiteettiä. *Xena*-fanit ovat toistuvasti vaatineet sarjan siirtämistä myöhempään ajankohtaan lauantain keskipäivästä kirjoittamalla yhteisiä vetoamuksia sekä yksittäisiä kirjeitä MTV3:een.

Fanit kokevat ongelmalliseksi myös sarjan sisältämät väkivalta-kohtaukset, joita he eivät pidä lapsille sopivina. Suomalaisten fanien keskuudessa on selkeä käsitys siitä, ettei tv-yhtiö tunne sarjaa ja sen faniyleisöä tarpeeksi hyvin. Sarjan kytkeytymistä lastenohjelmiin selittää sen rinnastuminen *Herkules*-sarjaan, josta *Xena* sai alkunsa. *Herkules* oli ohjelmistossa asemoitu lastenohjelmien joukkoon, ja haastattelemani *Xena*-fanitkin jaottelevat yksimielisesti *Herkulesen* lastenohjelmaksi ja *Xenan* aikuistenohjelmaksi. Lastenohjelmaksi *Herkules* määrittyy fanien puheesta siksi, että se on perinteinen sankaritarina, jonka päähenkilö ei ole ristiriitainen vaan selkeästi hyvän puolesta taisteleva soturi. Sarjan henkilöhahmojen selkeys (hyvä-paha-asetelma) ja juonellinen suoraviivaisuus tekevät siitä helposti ymmärrettävän ja näin lapsille sopivan.

¹⁰⁴ Keskustelua käydään erityisesti *Whoosh!* nettilehden sivustoilla. <http://www.whoosh.org>.

Sen sijaan *Xenan* väkivaltaisuus, draamallisuus, synkkyys ja monitasoisuus – erityisesti subtekstielementti – tekevät sarjasta fanien mukaan vaativan ja siksi paremmin aikuisyleisölle soveltuvan.

Se vaikuttaa lastensarjalta mut ei se oikeesti sitä oo. Nytkin tulee niitä, ens viikolla tulee jakso jossa on kuulemma tosi rankka synnytyskohtaus, mitä ei välttämättä lapsille suosittel-la, mutta minkäs teet kun se tulee puol yheltä. (Nainen 17-v.)

Niin no Herkuleksessa se juoni on sen verran yksinkertanen että sen ymmärtää nuorempikin. Xenaa ei välttämättä. Mä en tiedä kuin hyvin nuoriso ymmärtää, mä epäilen [...] Mä luulen et ne ei koe sitä samaa syvyyttä kuin me vanhemmat koetaan. (Mies 52-v.)

Kulttiteksteille on ominaista se, että niiden yleisöissä on sekä aikuisia että lapsia. Kulttisarjat mahdollistavat kahdenlaisen tulkinnan sekä lastenohjelmana että kulttisarjana. Tämä kaksitasoinen luenta voi johtaa siihen, että aikuisfanit mielletään lapsellisiksi tai tekstit sopimattomiksi lapsiyleisölle. Kulttiteksteihin kohdistuukin tästä kaksitasoisuudesta johtuen sukupolvikeskustelu, jossa pyritään rajaamaan tekstin lapsekkuus tai aikuisuus. (Hills 2002, viite 195.) Vaikka eronteko *Xenan* ja *Herkuleksen* välillä on voimakasta, ja se on tapa määrittää sarjan kulttuurista paikkaa, löytyy internetistä myös useita *Xenalle* ja *Herkulekselle* omistettuja yhteisiä fanisivustoja.¹⁰⁵ Myös ensimmäiset suomalaiset *Xena*-sivustot sisältävät *Herkuleksen* esittelyn.

Xenan kulttuurista paikkaa määrittää sarjan saama julkisuus ja erityisesti sen vähäisyys. Haastatteluissa nousi esiin fanien toive saada lisää julkisuutta sarjalle lähinnä siksi, että se vahvistaisi sarjan asemaa niin ohjelmavirrassa kuin yleisemmin kulttuurissa

¹⁰⁵ http://www.enchantedvilla.com/herc/index.phphttp://members.tripod.com/%7EHX_Scheherazade/ring.html

eli sarja tulisi näkyvämmäksi. Samalla sarjan suosio nostaisi faniyhteisön profilia.

Suomalaisen *Xena*-sivustojen varhaisissa fanikeskusteluissa mainitaan usein sarjan suosio USA:ssa ikään kuin vahvistamassa tai takaamassa sarjan tärkeyttä. Samankaltaisena voidaan tulkita haastattelussa mainittu Lucy Lawlessin sijoittuminen 12:nneksi *Katso*-lehden yleisöäänestyksessä parhaasta naisesiintyjästä. Sarjan näkymättömyyttä mediajulkisuudessa kuvaa se, että jopa 12. sija koetaan positiivisena. Fanit ovat kokeneet ongelmallisena sarjan näkymättömyyden ja väärennäläisen julkisuuden. Aikakauslehdissä *Xena* on ollut esillä esimerkkinä lastenohjelmien väkivaltaisuudesta, mikä on ärsyttänyt faneja suunnattomasti. Faniien näkökulmasta sarjaa ei tulisi tarkastella lastenohjelmiana saati esittää lasten katseluaikaan. Väkivaltaisuuuden tulkinnasta ollaan montaa mieltä, sillä sarjaa voidaan tulkita myös camp-huumorin ja liioittelun kautta.

Puheissaan fanit arvioivat siis *Xenan* sijoittumista kulttuurin kentässä toisin kuin esimerkiksi MTV3:n ohjelmiston suunnittelijat, ja pyrkivät tuomaan omaa näkemystään aktiivisesti esille ja tuottamaan sille nykyistä arvostetumman paikan ohjelmahierarkioissa. Sarjan asemaa ohjelmahierarkiassa heikentävät myös toistuvat, yli puolikin vuotta kestäneet tauot esitysajoissa sekä vaihteleva ohjelmapaikka.

Jaaha! Pitänee onnitella Suomea siitä että se on ainutlaatuinen maa. Täällä on mannut vihreämpiä kuin muualla. Täällä on vedet kirkkaampia kuin muualla. Täällä on joka toisella on kännykkä. Täällä ei Xena näy teeveestä! Olin meinaan Kyproksella lomalla, ja kuinkas ollakkaan lauantai-iltana (about 21:45) tv:stä näkyi meidän kaikkien hyvin tuntema tumma hiuksinen ja tulisilmäinen soturiprinsessa! No, tosiasiahan on se että Xena näkyy about koko Euroopassa ja muualla läntisissä maissa. Paitsi Suomessa (no sehän ei ole meille mikään uutinen). (Syyskuu 2000.)

Fanien puheessa *Xenan* heikko asema ohjelmahierarkiassa yhdistyy suomalaiseen valtakulttuuriin, joka ei pysy alakulttuuristen trendien perässä. Puheenvuoroissa fanit tekevät eroa suomalaisuudesta yhdistäen faniuden kansainvälisyyteen ja alakulttuuriin tietouteen. Suomi näyttäytyy näin takapajuisena, hitaana, kulttuurisiin ilmiöihin ja muutoksiin heikosti reagoivana paikkana.

Xenan vaihteleva ohjelmapaikka ilmentää juuri tätä ”takapajuisuutta”. Sarja on siirtynyt MTV3:lta ensin TV!TV!:lle ja sitten Subtv:lle. Epätietoisuus sarjan asemasta, erimielisyys ohjelmapaikasta ja tiedon vaikea saatavuus korostavat MTV3:n valta-asemaa suhteessa faneihin. Kyse on instituution vallasta suhteessa kuluttajiin, vaikka sitä muovaavat yksilötason henkilösuhteet. Ensimmäisten sivustojen perustaja onnistui luomaan hyvän suhteen MTV3:seen ja sai tietoa sarjan jatkosta. Kontaktin katkettua fanit eivät enää saaneet MTV3:lta vastauksia kyselyihinsä. Tästä huolimatta fanit ovat sinnikkäästi ottaneet yhteyttä tv-yhtiöön ja rakentaneet erilaisia strategioita saadakseen kyselyihinsä vastauksia. Näitä ovat viestien lähettäminen useille tahoille (esimerkiksi ulkomaisista sarjoista vastaavalle henkilölle sekä yleiseen palauteosoitukseen) sekä toiminen yksin ja yhdessä.

MTV3:n valta-asemaa kuvaa se, että fanien on neuvoteltava ja luovittava löytääkseen sopivia lähestymistapoja. He pohtivat yhdessä kuinka toimia, jotta viesti menisi mahdollisimman hyvin perille. Esimerkiksi yhteistä kirjettä laatiessaan fanit miettivät tarkasti, kuinka kertoa se, ettei sarja sovellu lapsille, mutta pitää samalla huolta siitä, ettei sarjaa tämän vuoksi lopeteta kokonaan.

Yhtä lukuun ottamatta kaikki haastatteleman fani ovat olleet itsenäisesti yhteydessä MTV3:een joko kirjeitse tai sähköpostin kautta. Fanit ovat tiedustelleet MTV3:n suunnitelmia sarjan esittämisiksi: esimerkiksi onko luvassa jatkoa tauon jälkeen. Fanit ovat myös pyrkineet vaikuttamaan yhtiöön yhteisvoimin ohjelma-ajan muuttamiseksi. Yhteistä kirjettä laadittiin postituslistalla pääosin yhden fanin tuottaman luonnoksen pohjalta. Kirjeeseen

saatiin yhteensä noin viisikymmentä nimeä, joista suurin osa oli Xeniiittien listalta ja osa muualta, lähinnä sf.net/viestintä/televio -ryhmästä kerättyjä. Yhtiö ei kuitenkaan vastannut kirjeeseen ja ensimmäisten sivustojen perustaja Xeniiittien edustajana pyysi vastausta sähköpostitse kolme kertaa turhaan. Tv-yhtiön vaihtoisuus on koettu turhauttavana etenkin kun fanit omasta mielestään ovat lähestyneet yhtiötä asiallisin kirjein ja perusteluin.

Niin viimeks sanoin, että lähettäkää edes tieto siitä, että onko teillä ollenkaan tapana vastata. Jos ei ole tapana, niin mä en häiritse teitä ja mä yritin selittää, että ajattele nyt kun kaikki viisikymmentä rupee pommittamaan niin mikä työ niissä on. Olisi paljon helpompaa lukea tämä yks kirje, kaikki nimet ja lähettää vastaus. (Mies 52-v.)

Fanit ovat olleet yhteydessä MTV3:een lisäksi liian väkivaltaisena koetun *The Price* -jakson hyllytyksen vuoksi. Fanien näkökulman mukaan hyllyttäminen johtui siitä, että sarja on alunperinkin väärässä paikassa – jos se ei olisi lastenohjelmien joukossa, jakson väkivaltaisuus ei olisi ongelma.

Xena siirtyi lopulta Subtv:n ohjelmistoon vuoden 2002 alusta. Elokuussa 2001 perustettu, Almamedian omistama Subtv on profiloitunut nuorten kaupunkilaisten tv-kanavaksi joka lähettää pääosin viihdettä, mukana runsaasti fanikulttuureiden suosimia sarjoja science fictionin ja fantasian alalta. Näin ollen *Xenan* voi sanoa löytäneen paikkansa ohjelmavirrassa viiden vuoden jälkeen. MTV3:ssa siirtoa perustellaan juuri kanavaan sopivalla profiililla, tosin kanavan tiedottajan mukaan (Selroos 2002) *Xenaa* koskevassa katsojapalaute koostuu pääosin toiveista saada sarja takaisin MTV3:n ohjelmistoon Subtv:n ja sitä edeltäneen TV!TV!:n rajallisen näkyvyyden vuoksi. Subtv näkyy vain kaapeliverkossa tai digiboksin kautta.

Tein haastatelluille kyselyn *Xenasta* siinä vaiheessa kun sarja siirtyi TV!TV!:lle. Kolme haastateltavaa kertoi, ettei heillä TV!TV! näy, minkä vuoksi sarjan seuraaminen on muodostunut

entistä vaikeammaksi. Kuitenkin vain yhden fanius oli hiipunut, muut lainasivat nauhoja tai ostivat uusia videoita. Yksi faneista seurasi Tanskan, Saksan ja Ruotsin television välittämiä jaksoja satelliitin kautta. TV!TV!-stä keskusteltiin vilkkaasti keskusteluryhmässä, ja fanit suunnittelivat nauhoitusten kierrättämistä niille, joilla ei TV!TV! näy ja joiden ystäväpiiristä ei löydy ketään, joka voisi ohjelmaa nauhoittaa. Tällä tavoin faniyhteisö kierrätti tv-yhtiön valtaa ja pyrki videoiden kierrätyksellä paikkaamaan sarjan jakelun aiheuttamia ongelmia.

Tilanne oli siis *Xena*-fanien kannalta edelleen ristiriitainen. Sarja saavutti fanikulttuureja palvelevan ja kulttimaineessa olevien sarjojen joukossa Subtv:ssä paremman kulttuurisen paikan kuin MTV3:n ohjelmistossa lastenohjelmien keskellä. Käytännössä muutos oli kuitenkin johtanut siihen, ettei ohjelma näkynyt faneille, jotka eivät osuneet Subtv:n näkyvyysalueelle.

Kun tapasin Xeniittejä vuonna 2003 Finncon-tapahtumassa, eräs haastateltavistani pohti Xeniittien toimintaa ja totesi, että heidän olisi pitänyt toimia paljon aktiivisemmin *Xenan* käynnistyessä MTV3:n kanavalla. Keskustelumme edelsi japanilaisen animen ja mangan harrastajien järjestämä suuren suosion saanut tilaisuus animen tulevaisuudesta Subtv:llä. Mukana keskustelussa oli myös Subtv:n edustaja. Xeniittien toiminta rinnastui animen suosioon ja haastateltavan äänessä oli tiettyä alakuloa *Xenan* menetettyjen vuosien vuoksi. Toisaalta Xeniittien esittäytyminen Finnconissa on nostanut faniryhmän profilia ja innostanut ryhmää suunnittelemaan seuraavan vuoden tilaisuutta Finncon 2004:ssä.

Vaikka internet tarjoaa faneille mahdollisuuden toteuttaa faniuttaan, löytää yhteisöjä ja näkökulmia *Xenaan*, sarjan levitys kansallisella tasolla on ollut keskeinen vaikuttaja siinä, kuinka faniutta on voinut toteuttaa ja millaiseksi se on muotoutunut. *Xenan* sijoittuminen suomalaisessa tv-ohjelmistossa fanien näkökulmasta ”väärään aikaan” on tuottanut haikeuden rikkaampaan fanikulttuuriin. Suomalaisille faneille ideaaleina näyttäytyvät

Yhdysvaltojen *Xena*-fanit sekä kansainvälisten internet-sivustojen välittämät fanikulttuurit.

3.9. Kulttifanius – omassa ajassa

Suomalainen *Xena*-fanius on rakentunut internetissä toimivien sivustojen ympärille. Xeniiitit muodostavat yhteisön, joka on laajentunut virtuaaliympäristöstä reaali maailman tapaamisiin ja toimintaan. Yhteisöä voi luonnehtia löyhästi hierarkkiseksi, koska siinä johtajuus perustuu omaehtoiseen aktiivisuuteen.

Xena-faniuden kulttuurista paikantumista määrittävät monet tekijät. Faniyhteisö luo sarjan tulkinnalle tietyn kehyksen ja sarjan tulkinnoissa keskeistä onkin jaettu alakulttuurinen merkitys. Tämä merkitys tiivistyy sarjan subtekstin tunnistamiseen eli päähenkilöiden Xenan ja Gabriellen välisen suhteen tulkintaan lesbosuhteena. Tässä mielessä sarjan faniuteen liittyy poliittista potentiaalia, sillä *Xena*-fanius käsittelee monin tavoin seksuaalisen vähemmistön asemaa.

Sarjan tulkinnoissa tuotetaan queer-katsetta pyrkimyksenä nostaa esiin se, mitä halutaan kätkeä. Merkittävää on, että sarjan fanikeskusteluissa myös heterot pohtivat homoseksuaalisuuden merkitystä. Lisäksi *Xenan* subteksti on tuonut yhteen myös lesboyleisöä ja luonut uusia yhteisöjä. *Xena*-fanius kytkeytyy näin ollen myös seksuaalisen vähemmistön kulttuuriin. Faniin keskuudessa subtekstistä on käyty kiivaita keskusteluja, sillä sarja jättää tulkinnan avoimeksi: suhteen voi ymmärtää myös ystävyutenä.

Alakulttuurista lukutapaa edustaa sarjan myyttisen maailman täydentäminen ja intertekstuaalisten viittausten tunnistaminen. Xeniiittien tapa tuottaa omia tekstejä kytkeytyy niin ikään kulttifaniudeksi määriteltävään faniuteen. Kultti kytkeytyy kuitenkin ennen kaikkea poikkeamaan valtavirrasta, mikä Xeniiittien kohdalla selkeimmin näkyy – juuri näkymättömyutenä.

Sarja tai siihen liittyvä fanius ei ole esillä valtamediassa vaan sarjan fanit ovat keskeisiä sarjaan liittyvän julkisuuden tuottajia, mutta kuitenkin riippuvaisia sarjan tuottajien ja markkinoinnin julkisuuteen tuottamasta tiedosta. Tuotannon ja fanien välinen suhde on vuorovaikutteinen: fanit kommentoivat tuottajien näkemyksiä ja toisaalta tuottajat hyödyntävät fanien näkökulmia sarjaan esimerkiksi painottamalla sarjan subteksti-tulkintaa.

Faniuden kulttuurinen paikantuminen on kuitenkin riippuvaista tv-instituutioiden tavasta määritellä ohjelmia ja Suomessa fanit kokevat MTV3:n hukanneen koko sarjan sijoittamalla sen fanien kannalta väärään ohjelmapaikkaan. MTV3 ei kuitenkaan onnistunut tuhoamaan sarjan kulttiutta, sillä internetin kautta välittyvä fanikulttuuri näyttäytyi merkittävänä suomalaisten fanien merkityksentuotannossa. Kansainväliset sivustot ovat sekä opastaneet että tukeneet suomalaisten Xeniittien asemaa kulttifaneina.

Oleellista onkin se, että sarjan fanius on pysynyt hengissä huolimatta useista katkoksista sarjan esitysajankohdissa. Tässä toteutuu kulttiuden keskeisin piirre: sarjojen elinkaari fanien keskuudessa ei vastaa sarjan tuotantokaarta. Kulttifanius elää eri tahdissa tv-tuotannon ja valtajulkisuuden trendeistä. Vaikka *Xenan* tuotanto on virallisesti päättynyt, fanit jatkavat toimintaansa. Internetissä onkin tarjolla uusia virtuaalikauden jaksoja sarjasta.¹⁰⁶ Kyse on fanitarinoista, joissa Xena ja Gabrielle jatkavat matkaansa – tuotantoyhtiöstä riippumatta.

¹⁰⁶ Virtuaalikauden jaksoja on seuraavilla sivuilla: <http://www.geocities.com/vseasn/>, <http://www.xwponline.net/vs/>, <http://66.12.121.226/xwpvs/>

4.

Ally McBeal – pakko katsoa: trendifanit ja antifanit

Ally McBeal (1997–2002) on yhdysvaltalainen televisiosarja, jota esitettiin Suomessa MTV3-kanavalla ensimmäistä kertaa 1.9.1998.¹⁰⁷ Kuten *Xena*, myös *Ally McBeal* tuli osaksi tutkimustani faneilta saamieni kirjeiden kautta. Teini-ikäisen tytön sähköpostiviestissä sarjaa kuvailtiin näin:

Suosikkiohjelmani on Ally McBeal, kuten melko monien kaveriittenikin. Suosion syy on varmaan Calista Flockhartin upea roolihahmo, joka uppoaa yleisöön "tavallisuudellaan". Ohjelmassa on hyvää myös kuvatrikit ja Allyn mielikuvituksen tuotteet, jotka on hienosti toteutettu. Ohjelmassa on syvällisempiäkin juttuja ja opetuksia.

Ally McBealille on erityistä sen näkyvyys mediajulkisuudessa. Näin ollen sarjan kulttuurinen paikka on hyvin toisenlainen kuin *Xenan*. Kun *Xena* kytkeytyy faniyhteisöjen tuottaman vaihtoehto-julkisuuden piiriin, *Ally McBeal* sijoittuu osaksi valtakulttuuris- sa näkyvää populaarijulkisuutta.

Ally McBeal sai tv-sarjaksi poikkeuksellisen paljon huomiota iltapäivälehdissä, ja sitä markkinoitiin näkyvästi. Sarjasta käytiin julkisuudessa kiivasta keskustelua puolesta ja vastaan, niin Suomessa kuin Yhdysvalloissakin. Sarjan julkisuudelle oli tyypillistä

¹⁰⁷ Suomessa viimeinen *Ally McBeal* -jakso nähtiin 28.1.2003.

sensaatihakuisuus, joka kytkeytyi pääosan esittäjän Calista Flockhartin epäiltyyn anoreksiaan ja sarjan seksiä sisältäviin kohtauksiin. Katsojia *Ally McBeal* keräsi Suomessa heti ensimmäisellä jaksolla noin 600 000¹⁰⁸ ja parhaimmillaan yli 900 000 katsojaa.

Kiinnostuin sarjan faniuden tutkimisesta erityisesti ohjelman näkyvyyden vuoksi, sillä sarja näytti olevan varsin erilaisessa suhteessa julkisuuteen kuin *Xena*. Minulle lähetetyissä kirjeissä sarjaa ja sen tähtiä kuvataankin osin julkisuudesta tutuun sanoin. Sarjan naiskuvaa ruodittiin julkisuudessa näkyvästi, joten kiinnostuin siitä, kuinka fanit tulkitsevat sarjan ristiriitaisia näkemyksiä herättänyttä naiskuvaa, ja toisaalta kuinka julkinen keskustelu tulkintoja asemoi. *Ally McBealin* tapaus valaisee sitä, kuinka valtavirrassa näkyvän trendikkääksi luonnehditun tv-ohjelman fanius mahdollisesti poikkeaa kulttifaniudesta, ja kuinka mediajulkisuuden tuottamat näkökulmat kuuluvat fanien puheessa.

Ally McBealin kohdalla sain kuitenkin huomata, ettei tutkimus aina kulje käsikirjoituksen mukaan. Tapaus Ally onnistui kyseenalaistamaan suosion ja faniuden itsestään selvänä pitämäni yhteyden ja käänsi huomion katsojan ja fanin liukuvalle rajalle. Samalla tapaus nosti esiin mediajulkisuuden ja televisiosarjojen välisen dynamiikan, jolla on merkityksensä faniuden rakentumisessa.

Koska näkyvyys mediajulkisuudessa määrittää *Ally McBealin* kulttuurista paikkaa, ei ole yhdentekevää millaista julkisuutta sarjan ympärille tuotetaan. Aineistoni muodostuu sekä haastatteluista että sarjaan liittyvän julkisuuden tarkastelusta. Olen analysoinut *Ally McBealia* koskevia lehtikirjoituksia *Ilta-Sanomissa*, *Iltalehdessä*, *Annassa*, *Me Naisissa*, *Helsingin Sanomissa* sekä joissakin yksittäisissä julkaisuissa ja televisio-ohjelmissa, jotka tarttuivat aiheeseen.

Aineisto on pääasiassa vuosilta 1998–2001, lukuun ottamatta *Ilta-Sanomia* ja *Helsingin Sanomia* joiden aineisto ulottuu

¹⁰⁸ Sarjan keskikatsojamäärät MTV3:n mukaan: syksy 1998 583 000, 1999: 695 000, 2000: 684 000, 2001: 628 000.

vuoteen 2002 saakka. Lisäksi tarkasteluni ulottuu sarjan markkinointiin, mihin liittyen olen haastatellut MTV3:n tiedottajaa sekä sarjan markkinoinnista vastannutta henkilöä.

Ally McBealia koskenutta julkista keskustelua on leimannut vastakkainasettelu sarjan puolesta ja vastaan. Yksi tätä asetelmaa koskeva juttu julkaistiin Aamulehden Allakassa (AL 3.4.1999), jossa pyydettiin katsojia kirjoittamaan mielipiteensä *Ally McBealista*. Nämä katsojien kirjeet (12 kpl) ovat myös aineistonani. Vastakkainasettelua korostavasta keskustelusta on noussut esiin faniuteen liittyvä uusi juonne: *Ally McBealin* vihaajat eli antifanit.

Olen lukenut media-aineistoa siitä näkökulmasta, miten se asemoi sarjaa. Miten sarja on esillä julkisuudessa ja toisaalta millaiset teemat sarjan mediajulkisuudessa nousevat toistuvasti esiin? Tarkastelen myös, millaista katsojapositiona julkisuus tuottaa. Sarjan mediajulkisuutta suhteutan fanihaastatteluihin eli tutkin, kuinka julkisuuden teemat ja näkyvyys kuuluvat fanien puheessa.

4.1. *Ally McBeal* tv-sarjana

Faniuden kohde määrittää osaltaan faniuden rakentumista tietynlaiseksi. Tekstuaaliset elementit ja sijoittuminen tiettyyn genreen antavat aineksia faniuteen ja tietenkin myös sarjaa koskevaan kirjoitteluun. *Ally McBealia* voisi luonnehtia yhdysvaltalaiseksi laatusarjaksi, tilannekomedian ja draamasarjan välimuodoksi, draamakomediaksi. Sen tuottaja ja käsikirjoittaja on David E. Kelley, jonka tuotantoa olivat myös tv-sarjat *Roman Sheriffi* (*Pickett Fences* 1992–1996) ja *Chicagon lääkärit* (*Chicago Hope* 1994–2000). Sarjojen yhteinen tunnuspiirre on erilaisten ajankohtaisten eettisten ja moraalisten kysymysten puiminen. *Ally McBealissa* Kelley jatkaa moraalisten teemojen setvimistä oikeusjuttujen ja lakitoimiston ihmissuhteiden kautta.

Sarja kertoo Ally McBeal -nimisestä naisesta (häntä näyttää Calista Flockhart) ja hänen työyhteisöstään bostonilaisessa lakifirmassa. Ally on kolmekymppinen naimaton menestynyt juristi. Ally ei ole kuitenkaan tyytyväinen elämäänsä, jonka suureksi ongelmaksi on muodostunut pysyvän miessuhteen puute.

Ally McBealin aikalaisia ovat monet muut sinkkuutta käsittelevät sarjat, elokuvat ja kirjat, jotka saavuttivat suosiota 1990-luvun lopussa kuten, televisiosarjat *Hei, olen Susan* (*Suddenly Susan* 1996–2000), *Frendit* (*Friends* 1994–), *Rimakauhua ja rakkautta* (*Cold Feet* 1997–2003) sekä *Sinkkuelämää* (*Sex and the City* 1998–2004) (ks. Ukkonen 1999; Saresma 1999). Sinkkubuumiin kuului myös Helen Fieldingin romaani *Bridget Jonesin elämä*, jonka *Anna-lehti* julkaisi suomennettuna jatkokertomuksena syksyllä 1998, samoihin aikoihin kun *Ally McBeal* käynnistyi Suomen televisiossa.

Ally McBeal poikkeaa perinteisistä lakisarjoista keskittymällä lakitoimiston työntekijöiden henkilökohtaisiin suhteisiin, ongelmiin ja terapiaan. Oikeusjutut eivät nouse kerronnassa keskeiselle sijalle vaan huomion kohteena ovat Allyn ja muiden työntekijöiden elämän käännteet, jotka sivuavat toisinaan absurdeja oikeusjuttuja. Keskeisellä sijalla ovat seksuaalista häirintää, avioliittoa ja syrjintää koskevat jutut, joiden käsittelyä yhdistää tietynlainen trivialisointi. Oikeudenistunnot ovat niin ikään täynnä sekaanuksia ja lipsahduksia, juristien hajamielisyyttä ja sekoilua. Oikeusjutut kiinnittyvät usein poliittisen korrektiuden kysymyksiin, joita pohtivat nuoret, naimattomat, lapsettomat, kauniit ja menestyvät juristit. Sivuosia on tarjolla feministeille, lesboille, vanhuksille tai perheenäideille – hahmoille, jotka poikkeavat sarjan päähenkilöiden iästä ja elämäntilanteesta.

Elämänvaihe-näkökulma näyttääkin olevan sarjassa keskeinen: elämä muodostuu vaiheista, joita ilman elämä ei täyty. Tietty vaiheet kuten lasten hankinta liitetään, varsinkin naisilla, tiettyyn ikään. Painetta lasten hankintaan, ”biologista kelloa”, sarjassa edustaa Allyn näkemä kuvitteellinen tanssiva vauva. Näkökulma

painottaa minuuden toistuvaa rakentamista jatkuvan määrittelyn, kyselyn ja vertailun kautta.

Ally McBealin kerronnassa päähenkilöiden kommelluksilla ja omituisuuksilla on keskeinen sija. Tämä ulottuvuus korostuu erilaisten trikkien käytössä. Sarjassa rikotaan perinteistä draamasarjan kerrontaa esittämällä henkilöhahmojen sisäisiä tunteita – halua, himoja, häpeää ja kauhua – erilaisin animaatiotrikein. Esimerkiksi nolostuessa pää kutistuu kokonaan ja kauhu saa kasvot kalpenemaan kirjaimellisesti valkoiseksi. Sarjassa käytetään musiikkia kerronnallisena elementtinä, ja tanssivan vauvan ohella henkilöiden kuvitelmiin ilmestyvät soul-muusikot Al Green ja Barry White.

Televisiofiktioissa genresekoitelmat tai -hybridit ovat entistä yleisempiä ja pyrkivät puhuttelemaan katsojia monin eri kerronnan muodoin. Niissä sekoitellaan eri lajityyppien elementtejä kuten poliisi- saippua- ja tieteissarjaa. *Ally McBealissa* yhdistyvät lakisarjan, komedian, ihmissuhdedraaman, musikaalin ja animaation elementit. Samanaikaisesti kerronnan illuusiota rikotaan trikein ja sarjan julkisuuteen viittaavin kommentein.

Genrehybridit on liitetty postmoderniin televisioon (Hietala 1996, 51): faktan ja fiktion rajat hämärtyvät ja populaarisarjaan ammennetaan aineksia korkeakulttuurista. Veijo Hietala puhuu ns. viistoista sarjoista, joita ovat *Twin Peaks* (1990–1991), *Villi Pohjola* (*Northern Exposure* 1990–1995) ja *Rooman Sheriffi* (Hietala 1994, 39, ks. myös Saresma 1999). Hietala määrittelee nämä sarjoiksi, joissa palataan 1930- ja 1940-lukujen pikkukaupunki-idylliin mutta ironisesti tai ”postmodernin viistosti” idyllille naureskellen. Näille sarjoille ominaista ovat epätavalliset tapahtumat ja outouden tunnelma. *Ally McBealissa* voi nähdä joitakin viiston sarjan ominaisuuksia nimenomaan outouden ja epätavallisuuden esittämisessä, mutta se ei kuvaa ironisesti menneisyyden idylliä. Näkökulma on ironisen sijaan individualistinen.

Ally McBealista voi tunnistaa elementtejä, jotka houkuttelevat fanimaiseen katsojuuteen. Sarja kiinnittää huomion rakentunei-

suuteensa ja sisältää viittauksia sarjasta käytävään keskusteluun ja siihen liittyvään julkisuuteen. Se on täynnä tekstuaalista leikitteilyä, pieniä sanontoja ja lausahduksia kuten *bygones* tai *poughkepsie*, jotka toistuvat jaksoissa. Lisäksi sarjassa viljellään aforismeja, jotka ovat tekijöidensä mukaan mcbealismeja tai fishismejä. Tällainen referentiaalisuuden viljely on omiaan tuottamaan sarjan ympärille fanikäytäntöjä, joissa erilaisten lausahdusten ja sanontojen tunnistaminen ja keräily on keskeistä (Bailey 2002, 245). Myös todellisuusvaikutelman rikkominen voi lisätä diskursiivista tuotannollisuutta sarjan katsojien keskuudessa. Perinteistä narratiivista kerrontaa rikkovat trikit ja näyt edelleen kiinnittävät huomiota eri elementteihin ja saattavat innostaa katsojia näiden eri elementtien kehittelyyn ja tutkiskeluun – esimerkiksi perehtymällä sarjassa näkyinä ilmestyviin muusikoihin.

Sarjassa esiintyvät hahmot ovat tyylietietoisia ja muodikkaita, mikä osaltaan kiinnittää huomiota samastumiseen liittyviin fanikäytäntöihin tyylin ja muodin omaksumisessa. Hahmojen nuoruus, kauneus ja menestys tuottavat ideaaleja samastumiskohteita. *Ally McBeal* ei ole kuitenkaan tekstinä hyperdiegeettinen, koska se ei juuri viittaa siihen, mikä ei ole nähtävissä itse sarjassa. Toisin sanoen sarja ei ole rakentunut oletukselle sarjan taustalla olevasta narratiivisesta universumista, josta katsoja voi nähdä vain osan.

Ally McBeal ei siis useiden kulttisarjojen tapaan tarjoa aineksia tällaisen narratiivisen maailman kehittelyyn. Tämä näkyy muun muassa sarjasta kirjoitetun fan fictionin vähäisessä määrässä verrattuna moniin muihin tv-sarjoihin. Sen sijaan *Ally McBeal* puhuttelee yleisöä faneina tekstuaalisen leikkittelyn, intertekstuaalisten viittausten ja itse-viittaavuuden kautta sekä asemoimalla sarjan hahmot ideaaleiksi. Sarjan tapa puhutella yleisöä kuuluu sarjasta tehdyissä tulkinnoissa, mutta teksti yksin ei tuota faniutusta. Oleellinen sarjan faniuteen kutsuva tekijä on mediajulkisuus, josta kertoo sarjan asemoituminen puheenaiheeksi: katsomista

kuva ajassa läsnäolo. Jaksojen tapahtumat ja uudet juonenkäänteet ovat tärkeitä – ei niinkään sarjan toisteinen katselu nauhalta.

4.2. Vaikeasti tavoitettavat fanit

Sain tutkimustani varten kolme sähköpostiviestiä *Ally McBealista*. Sarjasta kirjoittaneet naiset olivat iältään 15, 37 ja 43. Viesteissä sarjan vetovoimaksi mainittiin hyvä huumori ja Flockhartin tavallisuus. Pyysin kaikkia kolmea haastateltavikseni ja 15-vuotias tyttö toi myös ystävänsä mukaan haastatteluun. Etsin myös internetin kautta *Ally McBeal*-faneja, mutta netissä ei näyttänyt olevan suomenkielistä *Ally McBealiin* liittyvää toimintaa. Tämä oli itselleni yllätys, sillä sarja oli näyttävästi esillä lehtien sivuilla ja siitä puhuttiin julkisuudessa suosittuna sarjana. Ystäväni, kollegani ja tuttavani kertoivat tutuistaan, jotka seurasivat sarjaa ja yritinkin löytää heidän kauttaan lisää haastateltavia, mutta tuloksetta. Saadakseni lisää haastateltavia sovin kaksi lehtihaastattelua tutkimuksestani, joiden yhteydessä pyydettiin kiinnostuneita ottamaan yhteyttä. Nämäkään eivät tuottaneet tulosta. *Ally McBealin* faneja näytti olevan vaikea löytää, ainakin huomattavasti vaikeampaa kuin *Xenan*.

Lopulta päätin etsiä haastateltavia kyselylomakkeen avulla. Helsinkiläisen mediatoimiston Carat Finland Oy:n huhtikuussa 1999 tekemän tutkimuksen mukaan lähes 42 prosenttia 13–15-vuotiaista nimesi *Ally McBealin* suosikkiohjelmakseen. Tässä ikäryhmässä 71 prosenttia tytöistä piti sarjaa suosikkinaan ja pojista 13–14 prosenttia.¹⁰⁹ Näin ollen päätin kohdistaa kyselyni tähän ikäryhmään. Tein television suosikkiohjelmiä koskevan kyselyn (liite 1) 72:lle 13–15-vuotiaalle koululaiselle. Näistä valitsin vastausten perusteella yksitoista 14–15-vuotiasta (8 tyttöä ja 3 poi-

¹⁰⁹ Finnpanelin mukaan *Ally McBeal* oli 10–24-vuotiaiden keskuudessa huhtikuussa 2000 kaikkein suosituin sarja.

kaa) haastatteluun. Vastauksissaan kaikki olivat maininneet *Ally McBealin* suosikkisarjaksen.¹¹⁰

Pidin *Ally McBeal* -faniin vaikeaa tavoitettavuutta aluksi epäonnistumisena: en ollut kyennyt löytämään tarpeeksi faneja, joten kenties metodini olivat puutteelliset. Aineiston hankkimisen vaikeus kertoo kuitenkin ennen mutta tutkimuskohteesta. Faniin paikantamisen vaikeus johtui juuri siitä, ettei sarja tuottanut vahvaa fanikulttuuria ja fani-identiteettiä suosiostaan huolimatta. Sarja oli näkyvästi esillä mediajulkisuudessa ja sen katsojia aktivoitiin monin tavoin internet-sivustoilla ja lehtijutuissa osallistumaan Allyn maailmaan. Juuri se tapa, millaisena *Ally McBeal* näkyi julkisuudessa, kuinka sitä markkinoitiin ja kuinka se paikantui trendikkääksi komediasarjaksi vaikuttivat siihen, millaiseksi *Ally McBealin* katsoja- ja fanipositio rakentui.

Kaikkiaan seitsemän kaikista viidestätoista (koululaiset + 4 muuta) haastattelemastani henkilöstä määritteli itsensä *Ally McBeal* -faniksi ja neljä suhtautui faniuteen varauksella. Faniuden määritelmä kuitenkin vaihtelee vastauksissa intensiivisestä katsomisesta kuvien keräilyyn. Faniksi tunnustautuvat pitivät faniuden merkinä usein sitä, että katsoivat kaikki jaksot.

K: No luonnehtisitsä että sä oot sen sarjan fani?

P: Joo.

K: No mitä se tarkoittaa?

P: Että mä seuraan sitä, mä tykkään siitä sarjasta.

(Poika 15-v. K4.)¹¹¹

¹¹⁰ Kaikkiaan 32 oppilasta 72:sta nimesi *Ally McBealin* kolmen suosikkiohjelmansa joukkoon.

¹¹¹ Haastateltavat olen merkinnyt iän ja sukupuolen mukaan. Koululaisten kohdalla olen lisäksi käyttänyt numerointia, joka noudattaa litterointijärjestystä (K1-K11). *Aamulehden* kirjeet olen numeroinut A1-A12. Jos sukupuoli (n/m) tai ikä on käynyt kirjeestä ilmi olen merkinnyt myös sen lainaukseen esim. A n 7. K: merkitsee omaa puhettani haastattelijana.

Osa haastateltavista kokee fani sanan epämurkavana ja ulkopuolelta tulevana leimana. Yksi haastateltavista esimerkiksi kommentoi, ettei haluaisi ainakaan sanoa olevansa fani, muttei oikein tiedä onko fani vai ei. Faniuteen liitetään selkeästi kuvien keräily ja erilaisten oheistuotteiden hankinta sekä jaksojen nauhoitus ja toistuva katselu. Fanius näissä vastauksissa kytkeytyy nuoriso- ja musiikkikulttuuriin, jonka merkkeinä ovat julisteet oman huoneen seinällä.

Emmää ainakaan yhtään voi sanoa että mulla olis huone täynnä Ally Mcbeal -julisteita ja mulla olis kaikkea Ally McBeal tavaraa. Että se on enemmän sitte fani. (Tyttö 15-v. K5.)

Faniutta kuvasivat vastauksissa ajan varaaminen, koulussa oleminen ja ”eläminen sarjan kanssa”. Näin kyse ei ole vain tavaroiden ja kuvien keräilystä ja esillepanosta vaan oman ajan sitouttamisesta faniuden kohteeseen. Yksi haastateltava tekeekin eron sisäisen ja ulkoisen faniuden välille:

En mä käyttäis t-paitaa jossa lukee Ally McBeal mutta kyllä mä ehkä sisälläni oon, kyllä mua ottaa päähän koko viikon jos en näe sitä. (Tyttö 15-v. K8.)

Ally McBealin katsojien suhde faniuteen näyttäytyykin hyvin toisenlaisena kuin Xeniiittien, joille fani-identiteetti on selkeä ja yhteisössä vahvistunut. Xeniiitihän viittaavat itseensä hulluina ja fanaattisina ottaen faniuteen liitetyn stereotyyppisen käsityksen haltuunsa. Sen sijaan Allyn katsojat luovat etäisyyttä faniuden fanaattisuuden leimaan. He jakavat faniuteen liittyvän intensiteetin, mutta eivät välttämättä julkisesti halua osoittaa faniuttaan. Fanius näyttäytyy löyhänä sitoutumisena, joka ei vaadi kovin suuria ponnisteluja esimerkiksi tiedonhankinnan suhteen. Tällainen fanius näyttää olevan tavanomaisen katsojuuden ja kuluttajuuden kaltaista.

Mikä tekee faniudesta faniutta? Voisiko faniuden sijasta puhua vain katsojuudesta? Mielestäni kyse on juuri faniuden ja

katsojuuden raja-alueesta, joka kytkeytyy faniuden tavallisuuteen. Kyse on faniudesta, joka on läsnä otsikoissa, lehtijutuissa ja tavaroissa kauppojen hyllyissä. Se on intensiivistä mutta ei organisoitua. Luonnehdin *Ally McBealin* liittyvää faniutta trendifaniudeksi, joka kytkeytyy ajankohtaisuuteen, konsumerismiin ja julkisuuteen. Sen aineksia tarjoillaan näkyvästi valtakulttuurissa. Tällä alueella katsojan ja fanin eron tekee lopulta yksilö itse omalla määritelmällään. Näin ollen minä itsekkin määrittelen faneiksi vain ne katsojat, jotka allekirjoittavat tämän määritelmän. Tulkinnoissaan suosikkisarjanaan Allya pitävät katsojat ja fanit eivät lopulta poikkea toisistaan radikaalisti.

4.2.1. *Toiminnan paikat*

Sarjan ympärillä on kansainvälistä fanitoimintaa internetissä, tosin huomattavasti vähemmän kotisivuja, keskusteluryhmiä ja muuta fanitoimintaa kuin esimerkiksi *Xenan* tapauksessa.¹¹² Kuitenkin kansainvälisiä keskusteluryhmiä ja kotisivuja on enemmän kuin kotimaisia. Olen ottanut tämän kansainvälisen (*Ally McBeal literature society* -kirjoittajaryhmä, muutama kotisivu sekä netti- ja lehtijuttuja) aineiston huomioon tutkimuksessani, pääasiassa kotimaisen keskustelun ja aineiston vertailupintana. Esimerkiksi fanien toimintaa tarkastellessani vertaan kotimaista ja kansainvälistä nettiaineistoa. Kansainväliset internet-sivustot kertovat niistä tiedon ja toiminnan paikoista, joita suomalaisille faneille on tarjolla.

Haastattelemieni fanien innostus kanavoituu lähinnä keskusteluihin ja harvan katsojuus on laajentunut toiminnaksi. Yksi faneista kertoo keräävänsä sarjasta viisauksia, toinen kuuntelee sarjaan liittyvää musiikkia. Sarjan internet-sivut eivät vaikuta keskeiseltä tiedonlähteeltä ja ylipäätään internet mainitaan *Ally*

¹¹² Google-hakukoneella löytyi *Xenasta* 1 110 000 osumaa, *Ally McBealista* 127 000 helmikuussa 2002.

McBealin yhteydessä vain pariin otteeseen. Yksi faneista kertoo naapurinsa maininnee internetin ”Ketä eniten muistutat Ally McBealissa” -testistä, josta haastateltava ei kuitenkaan itse innostunut. Toinen fani kertoi lukeneensa mcbealismeista nettisivuilta, muttei osallistunut niitä koskevaan kilpailuun. Kuitenkin haastatteluihin osallistuneet ovat innokkaita netin käyttäjiä, ja kaikki kolme minulle alun perin kirjoittaneista ottivat yhteyttä nimenomaan sähköpostitse.

MTV3:n *Ally McBealia* koskevat sivut eivät ole myöskään keränneet vilkasta keskustelua. Yhtiön mukaan keskustelu kytkeytyy siihen, milloin sarjaa esitetään. Sarjan palattua tauolta 3.9.2002 keskustelua ei kuitenkaan MTV3:n sivuille syntynyt (4.9., 18.9. Nettisivuilla eniten keskustelua: *Roswell*, *Emmerdale*, *Dark Angel*, *Marienhof*, myös *JHS*, *Popstars*).

Ally McBealin tapauksessa näyttää toistuvan virallisten sivujen vaikea asema uskottavina ja aktiivista toimintaa houkuttelevina fanisivustoina. Näitä sivuja varmasti luetaan paljon, mutta niiden kautta ei ole syntynyt aktiivista keskustelua, vaikka tällainen tila faneille on tarjottu. Kuten *Xenan* tapauksessa, myös *Ally McBealin* vilkkaimmat fanisivustot ovat fanien itsensä tekemiä.

Yahoon keskusteluryhmissä on ollut myös yksi suomenkielinen *Ally McBeal* -ryhmä (allysuomi), jossa ei ole kuitenkaan ollut keskustelua. *Ally McBealille* omistettuja fanisivustoja suomeksi ei juuri ole. Lähinnä löytyy kotisivuja, joilla *Ally McBeal* mainitaan suosikiksi ja listataan linkkejä englanninkielisille *Ally McBeal* sivuille. Oletettavasti suomalaiset käyvätkin englanninkielisillä sivustoilla ja saattavat osallistua niissä käytäviin keskusteluihin.

Ally McBealiin liittyy siis aktiivinen fanikulttuuri kansainvälisessä kontekstissa. Internetissä on mainetta saavuttaneita sivustoja kuten Arthur Thamin *Ally Mcbeal*-sivut¹¹³ sekä aktiivisia keskusteluryhmiä kuten TKtv:n *Ally McBeal* foorumi¹¹⁴ sekä fani-

¹¹³ <http://dekländ.tripod.com/allymcbeal/>

¹¹⁴ <http://allymcbeal.tktv.net/>

fiktio tuotantoa esimerkiksi yahoogroupsiin Thamin sivustoilta siirtyneessä *Ally Mcbeal Literature Societyssa*.¹¹⁵ Osallistujat ovat pääsääntöisesti englanninkielisiä, Yhdysvalloista, Britanniaasta, Australiasta tai Uudesta Seelannista mutta mukana on yksittäisiä faneja myös muilta kielialueilta kuten Espanjasta, Turkista, Indonesiasta tai Tshekistä. Fanit keskittyvät jaksojen ja roolihahmojen arviointiin ja heille on myös muodostunut oma puhetapansa. Esimerkiksi fanien keskuudessa arvostetusta, jumalaksikin kutsutusta tuottajasta, David E. Kellystä puhutaan vain lyhenteellä DEK. Fanisivustoilla on episodioppaita, henkilöhahmokuvauksia, tietoa näyttelijöistä ja muuta taustatietoa, joten ne muistuttavat pitkälti muita tv-sarjojen fanisivustoja.

Kaikkiaan *Ally McBealin* ympärillä on selkeästi vähemmän näkyvää fanitoimintaa kuin science fiction- ja fantasia-sarjoilla, esimerkiksi *Xenalla*, *Babylon5:lla*, *Salaisilla kansioilla*, *Star Trekillä* tai *Tähtiportilla*. *Ally McBealin* fanitoiminta näyttää olevan samankaltaista kuin muillakin komediallisilla amerikkalaisilla prime time -sarjoilla, *Sinkkuelämää*-, *Frendit* tai *Dharma ja Greg* -sarjoilla. Näilläkään ei suomenkielisiä fanisivustoja netissä ole, mutta keskusteluja sarjoista käydään esimerkiksi nuorille tytöille suunnatun *Demi*-lehden internet-sivuilla, MTV3:n sivuilla ja Suom24-foorumissa. Sen sijaan *Ally McBeal* oli esillä iltapäivä- ja naistenlehdissä, joista näin rakentui sarjan keskusteluareena.

4.3. Ally McBeal mediajulkisuudessa

Ally McBealin voi katsoa sijoittuvan populaarijulkisuuden alueelle (Nieminen 2000). Se on viihteen aluetta, joka korostaa kokemuksista ja elämyksistä ja käsittelee ihmissuhteisiin, elämäntapoihin ja moraaliin liittyviä kysymyksiä. Se viittaa sekä kansan suosioon että näkyvyyteen. Kyse on siis julkisuuden alueesta, joka on vahvasti esillä suomalaisten arjessa valtamedioiden välityksellä.

¹¹⁵ <http://groups.yahoo.com/group/allyfic/>

Ally McBealia koskevaa mediajulkisuutta, iltapäivälehtien ja naistenlehtien muodostamaa kirjoittelua, luonnehdin populaarijournalismiksi (Dahlgren 1995).

Ally McBealin näkyvyys rakentuu mediajulkisuuden lisäksi sen ohjelmapaikasta. Se on prime time -sarja, jota on esitetty yhdellä neljästä pääkanavasta, MTV3:lla tiistai-iltaisin kello yhdeksän. Sarjan katsojien ei tarvitse kamppailla paremman ohjelmapaikan tai näkyvyyden puolesta. *Ally McBeal* on esillä valtalehdissä, erityisesti iltapäivälehdissä, jopa niiden lööpeissä. Mediajulkisuus tekee sarjaa tunnetuksi, mutta millaisena julkisuus tarkkaan ottaen sarjan esittelee? *Ally McBealin* tapauksessa on erityisen kiinnostavaa selvittää, kuinka mediajulkisuus rakentaa katsojuutta tai faniutta yleisöä.

Ally McBealista on kirjoitettu jatkuvasti ja varsinkin iltapäivälehdet suosivat sarjaa¹¹⁶. Eniten tv-sarjajulkisuutta Suomessa ovat tuottaneet *Iltä-Sanomien* ja *Iltalehti*. Näiden lisäksi sarjaa on käsitelty myös sanoma- ja aikakauslehtien sivuilla sekä televisio-ohjelmissa (esim. TV1:n *Kaken pesula* 28.3.1999). Viimeistään vuoden 1999 jälkeen sarjasta ryhdyttiin puhumaan itsestäänselvyytenä mitä erilaisimmissa yhteyksissä kuten teatteriarvostelussa *Helsingin Sanomissa*: ”Ennen esitystä naisvoittoisessa katsomossa keskustellaan muun muassa Ally McBealista, kypsän iän avioliitosta, isyyshomista sekä miehistä alaisina” (HS 31.3.2000). Lukijalle ei tarvinnut liiemmin selitellä, mistä *Ally McBealissa* oli kyse. Sarja oli saavuttanut aseman yleisesti tunnettuna ilmiönä.

Aineistoni sarjaan liittyvät jutut on jaettavissa karkeasti viiteen osaan: sarjan esittelyt, julkkisjutut, naiskuvajutut, elämäntyyli/muotijutut sekä yhteiskunnalliset aiheet, joissa sarjaa tai sen tähtiä käytetään ponnahduslautana esim. adoption käsittelylle

¹¹⁶ *Ally McBeal*-faniutta ja katsojuutta tutkivana olen myös pariin otteeseen joutunut osallistumaan sarjan julkisuuteen kertomalla tutkimuksestani. Kuvaavaa on, että *Ally McBeal* on kiinnostanut julkisuutta selkeästi enemmän kuin muut tutkimuksen kohteeni, esimerkiksi *Xena* tai *Bumtsibum*.

(IS 16.1.2001). Juttujen jaottelu ei ole aivan ongelmaton, sillä monet kirjoituksista sisältävät aineksia useista juttutyypeistä.

Ensimmäiset *Ally McBeal* -jutut olivat uuden sarjan esittelyjä. Näissä kirjoituksissa lukijat tutustutetaan sarjan tapahtumiin ja päähenkilöihin. *Ally McBealin* tapauksessa esittelyjä on tehty harvinaisen paljon, sillä sarja on ollut useamman kerran tauolla uutta tuotantoa odotettaessa. Sarjasta muistutettiinkin lehdissä miltei aina, kun se jäi tauolle tai palasi ruutuun.

Sarjaa koskevia julkisjuttuja on aineistossani eniten. Julkkisjutut ovat sarjan tähtiä koskevia uutisia, joissa kerrotaan heidän esiintymisistään, töistä ja henkilökohtaisesta elämästään. Sarjan edetessä julkisjuttujen määrä kasvaa, mitä ilmeisimmin siksi, että sarjassa esiintyneet tulevat yleisölle tutuiksi ja saavuttavat kuuluisuutta.

Pian mediajulkisuudessa ryhdyttiin kirjoittamaan sarjan naiskuvasta, ja nämä jutut olivat usein näyttävästi esillä, monelle aukeamalle taitettuna. Alkuun naiskuvajutut keskittyivät käsittelemään Ally McBealia kolmekymppisen nykynaisen ja sinkkuuden prototyypinä (*Anna* 24.11.1998; *Me Naiset* 16.10.1998). Samaan aikaan etenkin iltapäivälehdissä kirjoiteltiin sarjan tähden Calista Flockhartin mahdollisesta anoreksiasta. Noin puoli vuotta sarjan käynnistymisen jälkeen keskustelua sävytti kiista *Ally McBealin* naiskuvasta.

Ally McBeal-elämäntyylillä ja muotia on julkaistu alusta lähtien. Esimerkiksi sarjan esittelyssä *Iltalehdessä* 14.11.1998 listattiin elämänasennetta ja tyyliä kuvaavia mcbealimeja, ajatelmia, sekä *Ally McBeal*-henkinen muotikuvasto *Me Naisissa* 26.2.1999.

Sarjan mediajulkisuudelle on leimallista ristiriitaisuus: mediajulkisuuden kautta katsojia houkutellaan sarjan äärelle ja Ally McBealia näyttelevästä Calista Flockhartista luodaan idolia. Toisaalta julkisuudessa kuitenkin paheksutaan sarjan tarjoamaa naiskuvaa, Flockhartin laihuutta ja ollaan huolissaan sen vaikutuksesta tyttökatsojiin. Mediajulkisuus kytkeytyy väistämättä



Ally McBealia esiteltiin Iltalehden lukijoille 14.11.1998.

genreen – niin sarjan kuin siitä ammentavien medioidenkin genremuotoihin. Genre määrittää paitsi esityksen muotoa myös sen painoarvoa ja paikkaa kulttuurisissa hierarkioissa. Koska *Ally McBeal* on fiktiivinen televisiosarja, sitä käsitellään pääsääntöisesti populaarijulkisuuteen eli iltapäivälehdissä ja naistenlehdissä. *Ally McBealia* ei ole juuri esillä uutis- ja ajankohtaisjournalismissa, vaikka sarja saattaa siellä pulpahtaa esiin jonkin toisen aiheen, kuten syömishäiriöiden yhteydessä.

Colin Sparks on määritellyt iltapäivälehtien tabloid-julkisuutta seuraavasti: se kiinnittää melko vähän huomiota politiikkaan, talouteen ja yhteiskuntaan ja suhteellisen paljon huomiota urheiluun, skandaaliin ja populaariviihteeseen. Tabloid-julkisuus käsittelee julkisuudenhenkilöiden ja tavallisten ihmisten yksityiselämää, muttei niinkään poliittisia prosesseja, taloudellisia kehityssuuntia tai sosiaalisia muutoksia. Se kytkeytyy myös viihteen korostamiseen uutisen kustannuksella sekä populistiseen maakuun. (Sparks 2000, 11.)

Populaarijournalismi (johon tabloid-julkisuuden luen) ammentaa aiheensa usein juuri televisiosta. Ian Connell kuvaa populaarijournalismin ja television suhdetta symbioottiseksi, josta kumpikin hyötyy. Hahmoja, joista tv-maassa (*tellyland*) kerrotaan yhdistää tietty kyky ja halu nautintoon. (Connell 1991, 243–244.) Populaarijournalismi herättääkin monenlaista huolta median, demokratian ja julkisen keskustelun tasosta (ks. Dahlgren 1995, 50–55). Demokraattisen julkisen keskustelun kannalta ongelmalliseksi koetaan populaarijournalismiin liittyvä melodramaattinen tunteiden korostus.

Populaarijournalismilla on kuitenkin puolustajansa. Esimerkiksi John Fiske (1992b, 50) näkee siinä kumouksellista potentiaalia, koska se voi toimia resurssina, josta ihmiset voivat tuottaa omia merkityksiään ja voimautua. John Langer¹¹⁷ puolestaan

¹¹⁷ Langer (1998, 8–9) puhuu itse asiassa tabloid-materiaalin vaikutuksesta vakaaviin televisiouutisiin, ja käyttää tällaisista uutisista kategoriaa ”muut uutiset” (*Other news*).

näkee, että populaarijournalismi pystyy vastaamaan sellaisiin tarpeisiin, joihin kovat uutiset eivät yllä. Langerin näkemyksen mukaan vakavien uutisten tarjoamat identifikaation ja nautinnon muodot ovat etäällä tavallisen kansan ja suuren yleisön elämäkokemuksista. (Langer 1998, 152–160.) Populaarijournalismi ei ole suinkaan piittaamaton sosiaalisista rakenteista – sen tavat käsitellä niitä poikkeavat kuitenkin vakavan journalismin tavoista. Yhdeksi populaarijournalismin hyväksi puoleksi mainitaan kyky tunnistaa nopeasti merkittävät sosiaaliset suuntaukset ja puheenaikheet juuri siksi, että se on lähellä yleisöään. Parhaimmillaan se voi antaa äänen ryhmille, jotka muuten jäävät vaille julkisuutta.¹¹⁸ Sparks korostaa kuitenkin, ettei populaarijournalismi kaikesta huolimatta edesauta poliittista toimintaa ja demokraattista osallistumista vaan sen osana on tuottaa yksityistä nautintoa. Se puhuttelee yleisöään kuluttajana, ei kansalaisena. (Sparks 2000, 28–29.)

Naistenlehtien puhuttelutapa on osin yhtenevä iltapäiväjournalismin, etenkin erilaisten viikonloppuliitteiden kanssa: naistenlehdet rupattelevat ja jutustelevat tuttavallisesti, viljellen etunimiä. Janice Winship (1987, 7) määrittelee naistenlehdet journalismin saippuaopperaksi, mikä epäilemättä soveltuu myös iltapäivälehdistöön. Ne liikkuvat yksityisellä alueella ja puhuttelevat tunteella, siksi nekin mielletään helposti banaaleiksi, kevyeksi hömpäksi. (Jallinoja 1997, 12–13; saippuaopperan viitekehystä julkisjutuissa ks. Kyrölä 2002.)¹¹⁹ Naistenlehtien

¹¹⁸ Tällaisesta tapauksesta esimerkkinä Sparks mainitsee Kaori Hayashin tutkimuksen japanilaisten tabloid-lehtien ”Koti ja perhe” osaston, joka Hayashin mukaan on edesauttanut sosiaalisen liikkeiden nousua ja tuottanut aktiivista yleisöä etenkin naisista. (Sparks 2000 27; Hayashi 2000, 147–162.) Sparksin luonnehdinta populaarin merkityksestä on lähellä sitä, minkä Nancy Fraser (1992) nimeää alajulkisuudeksi ja Miriam Hansenin (1995) vaihtoheitojulkisuudeksi. Tästä tarkemmin luvussa 6.

¹¹⁹ Laura Saarenmaa (2003, 25) on tarkastellut naistenlehtien julkisuutta 1960- ja 1970-luvuilla ja huomioi muutoksen 1960-luvun alussa, jolloin perhekeskeisten käsitöitä ja kodinhoitoa käsittelevien lehtien rinnalle nousi loistokkuutta ja muo-

värikylläisten, mainostäyteisten sivujen asemoima lukijapaikka on ennen kaikkea kuluttajan ja puhuttelutyöli positiivinen ja suostutteleva. Ne profiloituvat kohderyhmänsä mukaan, ja sisäänrakennettu lukijapaikka jäsenyy sosiaalisen ja kulttuurisen sukupuolen kautta (Mäntymäki 1991, 117, 126).¹²⁰

Ally McBealin liittyvä mediajulkisuus ei ole välttämättä sovittelevaa ja moniarvoista, millaiseksi populaarijulkisuutta on myös määritelty (ks. Nieminen 2000). Se ottaa kantaa, asettaa etusijalle ja vastakkain käsityksiä tuottaen arvoja ja normeja. Kuten sarjaan liittyvä mediajulkisuus osoittaa, tämä populaarijulkisuuden alue ei ole ”viatonta” vaan se heijastaa, muokkaa ja kommentoi erilaisia identiteettiä, sukupuoleen ja seksuaalisuuteen liittyviä arvoja ja normeja.

4.3.1. *Haavoittuvat, kuluttavat tyttökatsojat*

Ally McBeal-julkisuus muokkaa, rajaa ja määrittää sukupuolta ja seksuaalisuutta monin tavoin. Näin julkisuus toimii sukupuolen teknologiana (Lauretis 1987, 2–3). Se asemoi sukupuolta tiettyihin käytänteisiin ja yhteyksiin. Se tuottaa ruumiillista ihannetta, mutta myös tietyn tyylistä käytöstä ja asennetta erityisesti tytöille ja nuorille naisille. Ideaalin tuottaminen ei ole kuitenkaan ristiriidatonta ja yhdenmukaista, vaan jatkuvaa taistelua ja määrittelyä, missä erilaiset näkökulmat nousevat esille. Tämä ristiriitaisuus ja näkökulmien kamppailu on sisäänrakennettuna *Ally McBeal*-

tia korostavat uusia lehtiä kuten Jaana. Naistenlehtien julkisuus ei siis ole täysin yhteneväistä vaan sisältää moninaisia ristiriitaisiakin puhetapoja. Saarenmaan mukaan kuuluisuuksiin kytkeytyvää julkisuutta voi pitää 2000-luvulla kuitenkin aiempaa yhdenmukaisempaa. Naistenlehdistä 1960- ja 1970-luvulla ks. myös Jallinoja 1997.

¹²⁰ Joke Hermesin (1995) tutkimus naistenlehtien vastaanotosta tuo esiin naistenlehtien ns. ”merkityksettömän” käytön, joka poikkeaa aktiivisista fanikäytännöistä. Media toimii myös arjen rytmittäjänä, hetkellisenä nautintona ja rituaalina eikä siihen aina kytkeydy Certaen (1984) salametsästyksen kaltaista panostusta.

julkisuudessa, jopa sen perusvire. Juttu toisensa jälkeen toteaa, kuinka ”sarja jakaa mielipiteitä – ihastuttaa ja vihastuttaa” (*IS* 16.9.98; *IS* 5.12.1998; *Anna* 24.11.1998).

Ristiriita kytkeytyy paljolti Ally McBealin olemukseen, jossa yhdistyvät laihuus ja tyttömäisyys sekä toisaalta kolmekymppisen naisen ura ja asema. Vastaavanlaista ”välitilaa” on tuotettu laajemminkin nuorille tytöille suunnatussa populaarimusiikissa. Suomalaisessa keskustelussa *Ally McBeal* näyttäytyykin ristiriitaisena lapsinaisena, joka herättää yhtäältä huolta nuorten naisten roolimallina ja toisaalta oletettua vastakaikua kolmekymppisissä naisissa.

Ally Mcbeal-julkisuuden yksi näkyvin osa on näyttelijä Calista Flockhartin mahdollisen anoreksian käsittely. Anoreksia-jutut voidaan nähdä osana tähtijulkisuutta, jossa tähteys kytketään ongelmiin, skandaaleihin tai rikollisuuteen ja siitä tuotetaan näin ristiriitaista (Connell 1991, 252). Calista Flockhartin laihuutta pidetään erityisen hankalana, koska hänet nähdään nimenomaan nuorten tyttöjen roolimallina.¹²¹

Flockhartin mahdollista anoreksiaa on ruodittu aivan sarjan esittämisen alusta lähtien etenkin iltapäivälehdissä, mutta myös *Annan* juorupalstalla Annakassa. Anoreksiaa käsittelevät jutut ovat pääsääntöisesti tuomitsevia ja kauhistelevia – osa suorastaan mässäileviä. Jutuissa kuvaillaan tarkasti ja yksityiskohtaisesti Flockhartin vartaloa. *Ilta-Sanomat* julkaisi noin kuukausi sarjan käynnistymisen jälkeen uutisen Calista Flockhartin mahdollisesta anoreksiasta. Jutussa kuvaillaan, kuinka ”Calista saapui juhliin vartalonmyötäisessä puvussa, joka paljasti töröttävät kylkiluut ja

¹²¹ Roolimallikeskustelua on käyty myös Yhdysvalloissa ja sarja on hyödyntänyt keskustelua keronnassaan. Esim. Ally McBeal on nähnyt unta siitä, että hänet oli valittu vuoden naiseksi kategoriassa uranaiset – tosin palkinnon tuoja kehoitti McBealia lihottamaan, koska tyttöjen ei pitäisi ihannoida laihuutta. Samassa unessa McBeal näki itsensä *Time*-lehden kannessa nykyfeminismin kasvoina. Flockhartin kuva oli todellakin *Time*-lehden kannessa yhdessä Susan B. Anthonyyn, Betty Friedanin ja Gloria Steinemin rinnalla feminisminumerossa 29.6.1998.

suorastaan järkyttävän kapeat käsivarret” (IS 8.10.1998). Calista Flockhartin laihuutta (anorektinen, langanlaiha) kuvataan usein jutuissa, joiden aiheena ei ole varsinaisesti Flockhartin ulkonäkö. Anoreksia on näin liitetty oleelliseksi osaksi Flockhartia. Tämä synnyttää uusia juttuja, joissa pohditaan anoreksiaa ja joiden yhteyteen kytketään *Ally McBeal* nuorten tyttöjen suosimana sarjana. Jutuissa arvioidaan julkisuudenhenkilöiden ja televisio-ohjelmien valtaa nuorten minäkuvassa ja Allyn sopivuutta idoliksi (esim. IS 24.4.1999; IS 24.12.1999; IS 12.2.2000).

Jutuista välittyy huoli nuoresta katsojakunnasta. Se näyttäytyy haavoittuvana ja identifikaatioprosessissaan alttiina television vaikutuksille. Jutuissa toistuu ajatus siitä, etteivät nuoret pysty tuottamaan kriittistä etäisyyttä televisiosarjaan ja sen tähtiin. Huoli naispuolisten katsojien kritiikittömyydestä on kytkeytynyt laajemmin massakulttuurin käsitteeseen ja esiintynyt audiovisuaalisessa kulttuurissa muun muassa varhaisen populaarielokuvan yhteydessä (Koivunen 1995, 41–45, 190–194; Huyssen 1988, 47–51).

Ajatus katsojan passiivisuudesta ja epäkriittisyydestä kytkeytyy oleellisesti myös konsumerismiin. Yhtälö on nähtävissä *Ally McBeal*-julkisuudessa, jossa yhtäältä ollaan huolissaan nuorista tytöistä katsojina, mutta toisaalta heitä puhutellaan nimenomaan kuluttajina, joille kaupataan *Ally McBeal*-tyyliä ja elämänfilosofiaa.

Keskustelussa nousee esiin huoli median tuottamasta naiskuvasta. Kauhistelevien tarinoiden ohessa esiintyy opettavia juttuja television painofasismista. Elokuussa 2001 ilmestynyt *Cosmopolitan*-lehti julkaisi *Ally McBealissa* näyttelevän Cortney Thorney-Smithin varoittavan tarinan omasta syömishäiriöstään ja paino-ongelmistaan. Mediajulkisuuden luoma katsojapositio nuorille tytöille onkin kriittiseen etäisyyteen kykenemätön, haavoittuva – mutta kulutusorientoitunut.

Ally McBealiin kytkeytyvä painokeskustelu tuottaa ristiriidan naistenlehtien ja iltapäivälehtien muuhun *Ally McBeal*-mate-

riaaliin nähden, joissa hänestä tuotetaan naispuolisten katsojien ideaalia, ihannenaista. Niin *Anna* (28.3.2000), *Me Naiset* (26.2.1999) kuin teini-ikäisille tytöille suunnattu *Demikin* (11/2001) esittelevät muotia ja meikkausvinkkejä Ally Mcbealin-hahmon kautta. *Annan* ja *Me Naisten* muotikuvissa poseeraa Ally muistuttava nainen sarjan miljöötä muistuttavissa kulisissa. Lehtien juorupalstat rakentavat Flockhartin tähtikuvaa iltapukujen, juhlien ja Emmy-gaalojen kontekstissa. Iltapäivälehdet kertovat julkkisnaisista, misseistä ja kansanedustajista, ”joilla on Ally McBeal -päiviä” (IS 20.10.1999).

Mediajulkisuudessa kirjoitellaankin sekä fiktiivisen Ally McBealin elämän käännteistä eri jaksojen esittelyissä että näyttelijä Calista Flockhartin yksityiselämästä. Flockhartin tähtikuvassa *Ally McBeal* on keskeinen, sillä hän ei ollut laajemmin tunnettu ennen sarjaa, ja lukijoita puhutellaan helpoimmin tunnetulla, läheisemmällä elementillä (Ks. Dyer 1986, 2).

Ally McBeal-julkisuus vetoaa myös televisiosarjoille tyyppilliseen tähteyteen, joka kytkeytyy nimenomaan sarjan maailmaan ja sen tapahtumiin. Näiden kahden ulottuvuuden välinen rajankäynti on jatkuvaa. Flockhartin ja McBealin elämä rinnastetaan jutuissa usein, mutta jutunjuurta tuotetaan siitäkin, että Calista Flockhartin elämä EI ole sellaista kuin Ally McBealin (HS 16.11.1999). Kuten Xenaa näyttävän Lucy Lawlessin, myös Flockhartin julkisuudesta on eroteltavissa samuuden ja eron diskurssit suhteessa Allyn hahmoon. Suurin osa jutuista korostaa Flockhartin samankaltaisuutta Allyyn esimerkiksi painottamalla hänen sinkkuuttaan.

Tähtikulttia rakennetaan myös muista sarjan näyttelijöistä ja tämä korostaa televisiosarjan intertekstuaalista ulottuvuutta ja luo siksi sille monien kontekstien verkoston. Esimerkiksi sarjassa musiikkia tuottavan Vonda Shepardin Suomen vierailu (3.–4.6. 1999) nosti sarjan jälleen otsikoihin. Sarjassa esitetty mm. Barry Whiten, Gladys Knightin ja Al Greenin musiikki kontekstoi sarjan maailmaa ja tuo tietynlaisen popmusiikin viitekehysten

sarjaan. Näyttelijöiden roolit muissa sarjoissa kuten *Melrose Place*, *Kova Laki* (Law & Order), *Oikeus ja kohtuus* (The Practice) ja elokuvassa *Charlien Enkelit* (Charlie's Angels) sekä mediajulkisuudessa raportoidut yksityiselämän vaiheet tuottavat niinikään tulkintakehyksiä sarjalle.

4.3.2. *Kiista naiskuvasta*

Ally McBeal -julkisuudessa on erityistä naiskuvan ristiriitaisuuden nostaminen juttujen varsinaiseksi aiheeksi. Naiskuva voidaan ymmärtää foucaultlaistain diskursiivisena konstruktiona, naiseuden diskurssina, jota tuotetaan erilaisissa kirjallisissa, lääketeieteellisissä, uskonnollisissa ja institutionaalisissa diskursseissa. Naiskuva nähdään osana representaatioiden monimutkaista järjestelmää, jota säätelevät kulttuuriset esittämisen koodit ja käytännöt. Oleellista on se, ettei naiseutta voi käsittää sitä tuottavien diskurssien ulkopuolella. (Koivunen 1995, 29.) Naiskuvan käsitettä on kuitenkin käytetty hieman toisin feministisessä kritiikissä 1970-luvulla ja myöhemmin useissa kansalaiskeskusteluissa kun on viitattu esimerkiksi naisten esittämiseen elokuvissa stereotyyppisesti tai pohdittu kuvien todenmukaisuutta. Tällöin ajatellaan että kuvat heijastavat (tai vääristävät) todellisuutta, joka on siis olemassa kuvista riippumatta.¹²² Itse tarkastelen naiskuvaa ensin mainitun määritelmän mukaan, mutta mediajulkisuuden tekstit puhuvat Allyn naiskuvasta jälkimmäisen määritelmän hengessä.

Sarjan naiskuvasta virinnyt kiista kytkeytyy julkisuudessa rakentuneeseen paheksuttavan (liian laiha/heikko) ja ideaalin (naisihanne) ristiriitaan. Ensimmäiset *Ally McBealin* naiskuvaa käsittelevät jutut esittelevät pääosin McBealin nykynaisen prototyypinä, uutena naisena. Sarjaa luonnehditaan johdatuksena

¹²² Naiskuvan käsite on nähty ongelmalliseksi juuri silloin kun sitä verrataan todellisuuteen, jolloin ohitetaan representaation konteksti ja monimerkityksisyys. Naiskuvan käsitteestä tarkemmin ks. Koivunen 1995, 25–33.

naisen sielunelämään: ”meissä kaikissa asuu pieni Ally, jos vain *kehtaamme* myöntää sen” (Anna 24.11.1998, kursivointi K.N.). Keskeistä näissä jutuissa on se, että Ally McBealin katsottiin edustavan jotain uutta, joka ihastuttaa ja vihastuttaa.

McBeal-hahmo kytkeytyy nykyaikaan – uranaisen elämään, kaupunkilaisuuteen, sinkkuuteen ja kolmekymppisyyteen – joka merkitsee erontekoa edelliseen sukupolveen. Hänet nähdään ulkoisesti uudenaikaisena suhteessa muihin sen hetken kauneushanteisiin: ”Ihastuin Allyyn ensinnäkin siksi, että hän poikkeaa amerikkalaisten tv-sarjojen muovisista kaunottarista, näistä pumpatuista pamelaa anderssoneista. Allylla on maantien värinen tukka, olemattomat rinnat ja huomaamaton meikki” kertoo toimittaja Annassa 24.11.1998. Ally McBealin/Calista Flockhartin ulkonäköä puolustellaan juuri tavallisuudella tai tyttömäisyydellä ja näin tehdään eroa voimakkaan seksuaalisiin naiskuviin – ja toisaalta pyritään näkemään laihuus irrallaan muodikkuudesta ja anoreksiasta.

Ally McBeal-keskustelu rakentaa ristiriitaa uuden naisen ja feministin välillä. Ristiriitaa ilmennetään mm. *Annan* jutussa (24.11.1998), jossa kerrotaan, kuinka Ally McBealista on tehty Yhdysvalloissa eräänlainen feminismin antikristus, houkutteleva mutta vaarallinen. Samaisessa jutussa todetaan, ettei ”naisen tarvitse, eikä pidä muuttua margareththatchereiksi pärjätäkseen työelämässä”. Tällainen vastakkainasettelu on Susan Waltersin mukaan keskeinen postfeministisessä eetoksessa¹²³ (Walters 1995, 116–123) ja tunnistettavissa ”takaiskun logiikassa” (Faludi 1994): viehättävän uuden naisen vastakohtana nähdään tiukka feministi. Tämä vastakkainasettelu on mukana sarjan kerronnassa, missä

¹²³ Susan Waltersin (1995) mukaan postfeministisessä eetoksessa luodaan vastakkainasettelu ilkeiden, katkerien feministien ja muodikkaan, muodokkaan ja heteroseksuaalisesti suuntautuneen uuden naisen välille. Keskeinen postfeministinen paradigma on Waltersin mukaan dikotominen asetelma uran ja perheen välillä. Niiden yhdistäminen näyttytyy mahdottomana ja feministien sukupolvi ja uranaiset ovat saaneet tuntea tämän nahoissaan.

naisasianaiset ja lesbot marginalisoidaan ulkoisen olemuksen ja kerronnan rakenteiden kautta. He ovat sivuosissa, pelottaviksi rakennettuja ja valinnoissaan erehtyviä. Tuija Saresma (1999) kuvaa *Ally McBealia* näennäisen liberaalina tekstinä, joka käyttää feminististä diskurssia kaupalliseen hyötyyn sekä miellyttääkseen valveutuneita katsojiaan. Pinnan alta paljastuu kuitenkin konservatiivinen käsitys naisesta, jonka on päästävä naimisiin ollakseen normaali. Samastumisen kohteeksi sarja ei tarjoa feministiä vaikka feministisillä diskursseilla leikittelee.

Mediatutkija Rachel Dubrofsky (2002) käsittelee *Ally McBealia* postfeministisenä ikonina, joka personalisoi ja estetisoi poliittisen. Vastuu menestyksestä ja epäonnistumisesta on sälytetty yksin naisten harteille, eikä huomiota kiinnitetä laajempiin poliittisiin, sosiaalisiin ja taloudellisiin rakenteisiin, kirjoittaa Dubrofsky viitaten Kathleen Rowen (1997) kurittoman (*unruly*) naisen kuvaan. Dubrofsky näkee epävakaan, neuroottisen Allyn transgression parodiana. Hän on turvallinen, nätti kurittoman naisen jäljennös, joka ei uhkaa tai horjuta mitään. (Dubrofsky 2002, 282.)

Ally McBeal-julkisuudessa tämä vastakkainasettelu liittyy sukupolvien väliseen juopaan, jossa sukupolvet kiinnittyvät tiettyyn sosiaaliseen kulttuuriin ja yhteiskunnalliseen mentaliteettiin: toisaalla on vanha feministien sukupolvi ja toisaalla uusi, yksilöllisyyttä korostava kolmekymppisten naisten sukupolvi.¹²⁴

Suomessa käyty Ally-keskustelu herättää kysymyksen suomalaisen vahvan naisen myyttistä. Millaisena neuroottinen, kaatui-leva Ally näyttäytyi kulttuurissa, jossa elää myytti kolhut valittamatta kestävästä ja omin avuin selviävästä naisesta? Julkisuudessa käyty keskustelu ja tarve määrittää hahmoa kuvaavat kenties juuri tätä ristiriitaa: epävarman, sekoilevan naisen nostaminen päähenkilöksi hämmentää kun naiskuvilta on perätty nimenomaan vahvuutta. Suomalaisessa kontekstissa heikko naishahmo tuntuu

¹²⁴ Sukupolvesta kulttuurisena ilmiönä ks. Alanen 2001.

kulttuurisesti vieraalta – onhan vahvan naisen myyttiä kierrätetty erilaisissa kansallisissa kuvastoissa, ja se on otettu helposti itsesäänselvyytenä (ks. Koivunen 2003, 316 – 319). Toisaalta Allyn hahmon epävarmuus on herättänyt vastaavaa keskustelua myös Yhdysvalloissa, jossa käsitys naiseudesta ei ole samalla tavalla vahvuuden myytin sävyttämä.

Allyn ärsyttävyyden taustalta voi tunnistaa yleisemmin media-representaatioihin kohdistettuja odotuksia. Erityisesti naiskuville odotetaan esimerkillisyyttä ja voimauttavaa potentiaalia, joten tässä suhteessa ei ole yllättävää, että Allyn epävarmuus herättää keskustelua niin Suomessa kuin Yhdysvalloissakin. Oletettavasti kulttuuriset erot kuitenkin vaikuttavat tulkinnoissa: Suomen kontekstissa sekä naiskuvan odotettu esimerkillisyys että vahvuuden myytti vaikuttanevat tulkintoihin. Allyn hahmo voi puhutella juuri siksi, ettei se toista vahvuuden vaatimusta. Näin Allyn hahmo näyttäytyy sekä uhkana että vapautuksena vahvan naisen ideaalista.

Ally McBeal yksinelävänä poikkeaa kuitenkin ratkaisevasti Niskavuoren Loviisasta tai Metsoloiden Annikista¹²⁵, sukuunsa kiinnittyneistä ja perheestään huolehtivista matriarkoista. Yksinelävän naisen kuva on yleensä toisin rakentunut käsittäen koti-opettajattaret tai vanhat piiat. Tietyssä mielessä Ally toistaakin perinteistä kotimaista ja kansainvälistä kuvastoa neuroottisesta yksinäisestä naisesta, nyt vain trendikkäässä pakkauksessa. *Me Naiset* -lehden jutussa (16.10.1998) nimettiin Allyn ja Bridget Jonesin esiäidiksi Jane Austenin naishahmo Ms. Elisabeth Bennett. ”Tiukat nutturat ovat vaihtuneet tyyliksi niin hiuksissa kuin vaatteissa. On sinkkujen aika”, lehti kirjoitti (16.10.1998).

Ally McBealiin liitettyä ”uutta naiseutta” ja siitä käytyä keskustelua voisikin pohtia suhteessa 1920-luvun flapperiin, poikatyttömyyteen. Koivusen (1995, 195–209; ks. myös 1992) mukaan kaupungistuminen ja muutokset naisen asemassa (kou-

¹²⁵ *Metsolat*-sarjan naiskuvista ks. Ruoho 1994 sekä 2001; *Niskavuori*-elokuvien sukupuolikuvastosta Koivunen 2003.

lutus, työelämä, taloudellinen riippumattomuus) sekä elokuva-teollisuuden ja liike-elämän pyrkimykset tavoittaa laaja naisyleisö selittävät 1920-luvun elokuvien flapper-hahmoja. Modernin komedian uusi nainen, flapper oli poikatyttömäinen, lapsekas, epäsovinnainen ja itsenäinen – kunnes kohtasi tosirakkauden ja tunnusti ”naisellisuutensa”. Aikalaislehdissä keskusteltiin Koivusen mukaan vilkkaasti poikamiestyttöistä ja nykypäivän naisen käytöksestä ja moraalista. (Mt., 206–208.) Vaikka kyse on hyvin toisenlaisesta kontekstista, flapper-ilmiossa voi nähdä yhtymäkohtia *Ally McBeal*-keskusteluun ja keskustelun pyrkimykseen määrittää sarjan edustamaa naisuutta. *Ally McBealin* ympärillä käyty keskustelu on kytkeytynyt naisen asemassa tapahtuneeseen muutokseen – itsenäisen elämänvaiheen pitenemiseen, parisuhteen tai perhe-elämän myöhentymiseen ja kyseenalaistumiseen.

Ally-keskustelussa muutos liittyy myös naisen rooliin yhteiskunnassa ja feministisiin pyrkimyksiin, jotka nähdään epähoukuttelevina. *Allyn* hahmoon liittyvän ikäristeymän voi nähdä kuvaavan juuri ikärajojen hämärtymistä ja pitkittyvää nuoruutta. Tähän liittyy jatkuva identiteetin määrittäminen, ja siinä näkyy myös edellisten sukupolvien elämäntalon malli ja sen tuottama perinteen paino. Kiinnostavaa onkin, että *Ally*-hahmo on rakennettu epätoivoiseksi kun taas flapper-hahmossa keskeistä oli tietty reippaus.

Sarjan herättämä voimakas kiista naiskuvasta heijastelee *Ally McBealin* kulttuurista asemaa amerikkalaisena prime time -sarjana, jonka päähenkilönä on nainen. Keskeisiä naishahmoja on ollut perinteisesti vähän prime time -draamassa, joten sarjan naiskuvaan liitettiin paljon odotuksia. Tämä asema ei kuitenkaan yksin selitä sarjan ympärille rakentunutta naiskuvakeskustelua. Sarjan kerronnassa poliittisen korrektiuden, seksuaalisen häirinnän ja tasa-arvon kysymyksiä puidaan jatkuvasti, jolloin ne myös houkuttelevat sukupuoleen ja feminismiin liittyvää luentaa esiin.

4.3.3. *Mcbealimit faniuttamisen strategiana*

Ally McBeal -julkisuudesta on tunnistettavissa tiettyjä *faniuttamisen* muotoja. Näillä viitataan elementteihin, joilla puhutellaan katsojia faneina, jotka ovat kiinnostuneita paitsi itse sarjasta myös muusta siihen liittyvästä materiaalista. Näitä faniuttamisen muotoja ovat muun muassa fanitiedon tuottaminen, erilaisen toiminnan aktivoiminen ja oheistuotteiden markkinointi. Esimerkiksi MTV3 on luonut *Ally McBealille* internet-sivut, jotka noudattelevat useiden fanisivujen rakennetta. MTV3:n mukaan sivustojen mallina ei ole kuitenkaan käytetty internetin faniaineistoja (Selroos 28.6.2002). Ne sisältävät kuvauksen sarjasta, sen hahmoista ja näyttelijöistä sekä episodioppaat. Tämän lisäksi sivut tarjoavat triviaalitietoa, vastauksia kysymyksiin sekä listan mcbealismeista ja fishismeistä. MTV3 on järjestänyt mcbealismi -kilpailun, jonka tarkoituksena on saada katsojat keksimään omia mcbealismeja. MTV3:n sivut tarjoavat myös keskustelupalstan, mutta kuten todettu, keskustelua ei juuri ole ollut. Sen sijaan sarjasta on keskusteltu muun muassa *Demi*-lehden televisiokeskusteluissa internetissä jonkin verran.

Faniuttamisen muodoksi voi laskea myös monet sarjaan liittyvät elämäntyö- ja muotijutut, jotka tarjoavat identifikaatiomateriaalia faneille. Erilaiset elämäntyö- ja muotijutut ovat suunnattuja nimenomaan naisille tuottamalla puhetta ”meistä naisista”. Kohderyhmänä ovat erityisesti kolmekymppiset tai sitä nuoremmat, sarjan oletetun katsojaryhmän mukaan. Sen sijaan iltapäivälehtien sensaatiohakuiset jutut eivät rakenna sukupuolispesifiä puhuttelua, mutta tekevät oletuksia niin ikään sarjan katsojakunnasta, joka iltapäivälehdissä näyttää koostuvan kolmekymppisistä sinkuista tai nuorista tytöistä. *Ilta-Sanomien* viikonvaihdeliite tosin julkaisi näyttävän jutun murrosikäisistä Allyn katsojista rikkoen näin hallitsevaa kuvaa sarjan katsojakunnasta.

Sarjan julkisuus on vedonnut konsumerismiin esitellen sarjaan liittyvää oheismateriaalia kuten videoita, nettiviestejä, musiik-

kia ja vaatteita nuorille naisille. Aivan erityistä *Ally McBeal*-ideologiaa on tuotettu esittelemällä sarjaan soveltuvaa käytöstä ja asenteita. Nämä elämänohjeita sisältävät jutut ovat jonkinlaista identiteettimateriaalia, jota lukijat voivat hyödyntää. Ideaalin kohderyhmän pitäisi siis olla halukas muokkaamaan minuut-taan, keräilemään ohjeita ja viisauksia elämästä tulevaisuutta var-ten. *Ally McBeal*-ideologian rakennusaineina ovat ennen kaikkea *mcbealimit*, aforismit, joita on luettavissa MTV3:n *Ally McBeal*-sivustoilta: ”Minä kuljen ympäriinsä suutelemassa miehiä. Sillä tavalla pääsen heistä eroon. Minua suudeltuaan he häipyvät.”¹²⁶ Myös *Iltalehti* esitteli *mcbealimeja* syksyllä 1998: ”Miehet ovat kuin purukumia. Kun niitä jauhaa ne menettävät makunsa.”

Ajatelmat tuovat mieleen tyttökulttuurissa kierrätetyt vihkot, joihin rustataan runoelmia ja mietelmiä ystävälle. *Mcbealimit* liittyvät miessuhteisiin usein vitsaillen miessuhteen puutteesta tai vaikeudesta luoden samalla oletuksia naisista ja miehistä, jakaen heidät eri kategorioihin toisilleen vastakkaisina, olemuksellisesti erilaisina. *Mcbealimit* kertovat ekseyneisyydestä, epätasapainoi-suudesta ja surullisuudesta. Vastaavia viisauksia ovat *fishimit*, sarjassa provosoivan mieshahmon Richard Fishin nimen mukaan. *Fishimeissä* viljellään perinteistä sovinistista näkemystä miesten ja naisten välisestä suhteesta: ”Nainen haluaa yleensä naimisiin, jotta mies pysyisi kiikissä. Avioliitto on lakiin perustuva jalka-kahle.”

MTV3 on järjestänyt *mcbealimejä* koskevan yleisökilpailun, ja Allyn ajatelmia on pulpahtanut silloin tällöin lehtijutuista, kuten Annan sinkkuutta käsittelevässä jutussa: ”Nautin elämäs-tä enkä edes huomaa sitä, nainen toteaa kuin televisiosarjan *Ally McBeal*.” (*Anna* 22.9.1998) *Mcbealimien* ohella *Ally McBeal*-julkisuudessa esitellään yhdysvaltalaista sinkkunaisille suunnat-tua Säännöt-kirjaa, joka kertoo ”Miten vangita herra Oikean sydän”. *Iltalehden* 14.11.1998 esittelemissä säännöissä kerrotaan

¹²⁶ <http://www.mtv3.fi/ally>

muun muassa, ettei nainen saa koskaan käynnistää keskustelua miehen kanssa, tuijottaa miehiä tai puhua liikaa. Naisen pitäisi olla rehellinen mutta salaperäinen ja antaa miehen ottaa ohjat käsiinsä. Lisäksi naisen tulisi noudattaa Sääntöjä ja ”Harjoitella, harjoitella, harjoitella!” Sääntöjen yhdistäminen Mcbealismeihin korostaa sarjan näkökulmaa heteroseksuaalisena naisten sarjana, jonka keskeisenä juonteena on miehen hankkiminen.

Mediajulkisuudessa on myös puhuttu allymcbealismista filosofisena suuntauksena, joka viittaa individualismiin ja itsekkyyteen. Termin lanseerasi Pauli Aalto-Setälä *Kirkko ja kaupunki*-lehden kolumnissa. *Ilta-Sanomat* teki aiheesta jutun asemoimalla Allyn kuvan Darwinin, Marxin ja Leninin kuvien rinnalle. Allymcbealismi esiteltiin lehdessä näin humoristisessa kehyksessä uuden ajan itsekkyyssoppina, joka merkitsee ”pyörimistä yksilön oman navan ympärillä” (IS 2.11.99).

4.3.4. *Koukutus*

Ally McBeal-julkisuus pyrkii eri tavoin faniuttamaan katsojia ja yksi näistä tavoista on *koukutus*. Olen nimennyt *koukuttamiseksi* tavan, jolla tässä tapauksessa iltapäivälehdistö herättää ja pitää yllä yleisön kiinnostusta tiettyyn aiheeseen tai ilmiöön. Televiisiosarjojen kohdallahan puhutaan usein koukkuun jäämisestä, jolloin viitataan sarjan kerronnan rakenteen tuottamaan tarpeeseen nähdä seuraava jakso, päästä selville tarinan jatkosta. Koukuttamis-termillä painotan sitä, kuinka tätä koukkuun jäämistä edesautetaan ja aktiivisesti tuotetaan muiden medioiden ja tekstien kautta. Koukuttamisen strategioita ovat esimerkiksi sarjasta muistuttaminen sopivin ajankohdin, sarjan pitäminen näkyvillä otsikoissa ja sarjan liittäminen kohu-uutisiin. Koukuttamisen strategiat ovat erityisen otollisia suurille mediakonserneille, jotka voivat hyödyntää eri medioita kuten lehdistöä ja radiota houku-

tellessaan yleisöä televisiosarjan äärelle. Esimerkiksi *Ally McBealin* tapauksessa Alma Media on voinut Iltalehden tuottaman julkisuuden kautta houkutella katsojia MTV3-kanavalla esitettävän sarjan äärelle.

Ally McBealiin liittyy voimakas markkinointi, jota voi pitää Suomessa poikkeuksellisena. Sarja oli syksyllä 1998 MTV3-kanavan päälanseeraus eli se sai isoimman medioihin käytettävän mainosbudjetin. Sarjaa markkinoitiin oman tv-kanavan ohella *Annassa*, *Iltalehdessä*, radio Novassa sekä pysäkkitaluissa. Omasa mediassa eli MTV3-kanavalla esitettiin sarjasta kuusi erilaista spottia 24.8.–1.9. Tämän jälkeen esitettiin osakohtaisia traileita ”tiistaisin klo 21” ja ”tänään klo 21” -versioin. (Huttunen 16.8.2002) Mainoksilla tuotetaan kuvaa hyvin suositusta sarjasta, ja tavoitteena oli herättää kiinnostusta nimenomaan sarjan päähenkilön kautta.

Alma Mediaan kuuluva *Iltalehti* julkaisi kolme sivun kokoista mainosta¹²⁷ *Ally McBealista* ja sarjan sponsorimainospaikan hankkinut *Anna-lehti* julkaisi neljä aukeamankokoista mainosta elo-syyskuussa. Mainoksissa jäljiteltiin iltapäivälehtien tyyliä sensaatiomaisin otsikoin mustilla kirjaimilla kirkkaan punaista taustaa vasten. Ensimmäisessä mainoksessa oli kuva poliiseista pidättämässä Ally McBealia sekä teksti: ”Ally McBeal pidätetty! Miten käy syyskuisen Suomen vierailun?” MTV3:ssa kampanjaa luonnehdittiin ”tiiseröiväksi”(engl. teaser): Katsojien kiinnostus herätetään, muttei tarkkaan kerrota mistä on kyse. (Huttunen 16.8.2002).

Sarjan kohderyhmänä olivat 25–44-vuotiaat kaupunkilaiset naiset, jotka tavoitettiinkin hyvin MTV3:n mukaan¹²⁸. Sarjan ensimmäisen syyskauden keskikatsojamäärä oli 583 000 (Selroos

¹²⁷ IL 29.8., 31.8. sekä 1.9.1998.

¹²⁸ 25–44-vuotiaiden naisten osuus katsojissa oli 26 prosenttia ja 25–44-vuotiaita mieskatsojia 17 prosenttia 1999.

28.6.2002). Jäädessään tauolle lokakuussa 1999 sarjalla oli jo lähes miljoona katsojaa.¹²⁹

Markkinoinnin ja mediajulkisuuden kautta sarja saavutti nopeasti aseman sarjana, joka tunnettiin. Mediajulkisuus operoi sosiaalisella ulottuvuudella ja se on yksi sosialisointin tuottajista: se asemoi, antaa tietoa ja tuottaa puheenaiheita. Jo ensimmäisissä *Ally McBeal* -jutuissa korostettiin sarjan suosiota sanoilla ”hittisarja” ja ”tämän hetken kuumin nimi”. Sanavalinnoilla tuotettiin käsitystä sarjasta, jolla on laaja yleisö – ja jota enemmistö katselee. Katselemalla sarjaa saattoi päästä osaksi television ja lehdistön tuottamaa communitasia: jaettava kokemusta, hetkellistä yhteisöä (ks. Anderson 1991; Silverstone 1994, 21).

Ally McBeal oli siis asetettu agendalle ja tuotettu yleiseksi puheenaiheeksi. Se, nähtiinkö sarja tärkeänä puheenaiheena määrittyy jälleen genren kautta. *Ally McBeal*-jutut kierrätettiin populaarijulkisuuden alueella, ei uutis- ja ajankohtaisjournalismissa – jolloin puheenaiheenakin sillä oli populaari leima. Populaarin kontekstinsa kautta *Ally McBeal* ei mieltynyt niinkään tärkeänä puheenaiheena vaan ajankohtaisena ja tunnettuna. Sen julkisuus vetosi nykyhetken orientaatioon eli pyrkimykseen pysyä ajan hengessä, olla mukana (ks. Reiss 1981, 233).

Perhe-elämää tutkinut David Reiss (1981, 234) puhuu aikatauluttamisesta (*clocking*) viitaten konkreettiseen päivärytmiin, jonka kautta toiminnot jaksotetaan ja organisoidaan. Televisiokin luo ohjelmistoillaan päivärytmejä, joista sitten lehdistö muistuttaa ja opastaa. Myös *Ally McBeal*-kirjoittelussa sarjasta muistuttaminen on osa ajan organisointia ja säätelyä, katsojien arjen aikatauluttamista. Aikatauluttaminen kytkeytyy laajemminkin ajan kulttuuriseen tuottamiseen, joka sisältää oletuksia yleisöistä, perhemalleista, asumismuodoista, ajankäytöstä, työstä, unesta ja valveillaolosta. (Ks. Morley 1992, 261–265; Lull 1988; Adam 1995.)

¹²⁹ Sarjan keskipäiväkatsojamäärät MTV3:n mukaan: syksy 1998 583 000, 1999: 695 000, 2000: 684 000, 2001: 628 000.

Kun *Ally McBeal* jäi toista kertaa tauolle lokakuussa 1999, sarjasta kirjoitettiin näytävä juttu *Ilta-Sanomissa*, ja jutun yhteydessä kerrottiin milloin sarja palaa taas ruutuun. Tauko huomioitiin myös *Helsingin Sanomissa* ja *Iltalehdessä*. Tulevien jaksujen sisältöä, seksiä ja ”lesbopusua” ennakoitiin *Ilta-Sanomissa* lokakuussa ja *Iltalehden* sivuilla marraskuussa 1999, kun kyseiset jaksot nähtiin ensi kertaa Yhdysvalloissa.

Sarjan paluuta ruutuun keväällä 2000 valmisteltiin näyttävästi molemmissa iltapäivälehdissä. Maaliskuussa sarja komeili *Ilta-Sanomien* lööpissä ja sisäsivulla oli kolmen jutun kooste sarjasta. Sarjan paluuta esittelevän pääjutun yhteydessä on lista ”kuka on kuka bostonilaisessa Cage/Fish and Associates -lakitoimistossa” sekä lyhyt kuvaus sarjan uusista tapahtumista otsikolla ”Seksiä, Ally McBeal”.

Iltalehdessä oli sarjasta puolen sivun juttu otsikolla ”Ally on taas täällä” sekä puolen sivun mainos. Pari päivää myöhemmin *Ilta-Sanomien* kertoi, että ”Allyn paluu kiinnosti lähes miljoonaa suomalaista” (IS 30.3.2000). Samainen juttu paljasti, että ”ensi tiistaina nähdään jakso jossa Ally ja Ling suutelevat”. Ja ikään kuin muistutukseksi *Ilta-Sanomien* kertoi seuraavana tiistaina 4.4.2000, että ”Ally McBeal ja Ling suutelevat tänään”. Myös *Iltalehti* korosti seksin osuutta sarjan paluussa, mutta lähestyy aihetta moraalinäkökulmasta. Allyn paluu noteerattiin sivun jutulla kristillisten kansanedustajasta Päivi Räsäsestä, joka ”kummas-telee Ally McBealin välittämää kuvaa seksuaalisuudesta: Ohjelma ei sovi lasten silmille” (IL 29.3.2000).

Harva lukija saattoi siis ohittaa tiedon sarjan paluusta ohjelmistoon. Iltapäivälehdet pitivät huolta myös siitä, että sarja herättäisi kiinnostusta. Koukuttamisen yksi strategia on vihjailu, jolloin viitataan johonkin poikkeukselliseen, uuteen, outoon tai järkyttävään, jota on luvassa tulevissa jaksoissa. Iltapäivälehtien julistama rohkea seksikohtaus ja kohusuudelma ovat hyviä esimerkkejä tästä. Uuden tuotantokauden alkuun sijoitettu räväkkyys palvelee luonnollisesti itse tuotantoyhtiön tavoitteita saa-

uttaa mahdollisimman monen katsojan kiinnostus. Samalla se toimii mediajulkisuuden aineksena.

Miksi lehdet ovat antaneet *Ally McBealille* niin paljon palstatilaa? Miksi katsojia on koukutettu? Lehdillä on luonnollisesti kaupalliset tavoitteet ja suosittu televisiosarja myy lehtiä – televisiosarjan tähdet ovat julkikkia siinä missä muutkin. Ally McBealin hahmosta anoreksiaepäilyineen on ollut helppo rakentaa kohu-uutisia. *Ally McBeal*-julkisuus liittyy myös mediakonvergenssiin, sillä sarjaa pyörittävä MTV3 -kanava kuuluu samaan mediakonserniin, Alma Mediaan, kuin *Iltalehti* ja Radio Nova, joiden kautta sarjaa myös mainostettiin. Alma Medialla näyttäisi olevan selvä kaupallinen motiivi ja hyöty Ally-julkisuudesta. Sarjan näkyminen otsikoissa houkutteli katsojia ja sitä kautta mainostajia. Suomalainen mediamaailma on ryhmittynyt entistä selkeämmin kahden suuren konsernin hallitsemaksi ja *Ally McBeal*-julkisuus on hyvä esimerkki siitä, kuinka Alma Media on voinut hyödyntää monia medioitaan saman materiaalin käsittelyssä. *Ally McBeal*-julkisuus ei kuitenkaan rajoittunut tähän. Käytännössä molemmat iltapäivälehdet tuottivat jatkuvasti *Ally McBeal*-aineistoa ja alkuun *Iltä-Sanomat* oli jopa *Iltalehteä* aktiivisempi. Näyttää siltä, että *Ally McBeal* oli molemmille lehdille tärkeä.

Iltapäivälehtien tv-uutisointia tutkineen Juha Herkmanin (2005, 230–233) mukaan *Iltalehden* ja *Iltä-Sanomien Ally McBeal*-uutisoinnissa oli kuitenkin nähtävissä selkeä ero vuoden 1999 syksyllä. Herkmanin mukaan *Iltalehdessä* julkaistiin enemmän *Ally McBealia* koskevia juttuja kuin *Iltä-Sanomissa*. Juttutyyppit poikkesivat myös toisistaan. Siinä missä *Iltalehti* julkaisi sarjan tapahtumiin ja näyttelijöiden elämään liittyviä kohujuttuja, *Iltä-Sanomat* käytti sarjaa erilaisten yhteiskunnallisten aiheiden käsittelyyn. *Iltä-Sanomat* lähestyi sarjaa ulkopäin, *Iltalehti* sisältäpäin. Herkman näkee, että eron taustalla vaikuttivat mediakonsernin omistussuhteet: *Iltalehti* oli halukas luomaan näkyvyyttä oman konsernin ohjelmalle.

Se, mikä mielestäni iltapäivälehtien uutisoinnissa on kiinnostavaa, koskee kuitenkin niiden tapaa tuottaa uutisia fiktiivisen tv-sarjan jaksojen tapahtumista. Se, että molemmat lehdet nostavat tv-sarjan tapahtumat lööppiin kuvaa uudentyyppistä televisiojournalismia, jota sittemmin on tuotettu erityisesti tosi-tv-sarjoista.¹³⁰

Näin siis iltapäivälehdistö piti huolta siitä, että *Ally McBeal* pysyi suomalaisten mielessä ja julkisuuden kartalla. Sarjasta riittikin ammennettavaa monien tarkastelukulmien vuoksi, mutta erityisen antoisaksi osoittautui Calista Flockhartin/*Ally McBealin* ristiriitainen hahmo, jossa yhdistyivät tähteys ja anoreksia, lapsuus ja aikuisuus.

Ally McBealin mediajulkisuus on vahvasti markkinoitua, näkyvää ja koukuttavaa. Se rakentuu pääosin Allyn hahmon ympärille. Otsikoilla luodaan käsitystä sarjasta suosittuna puheenaiheena, ajan ilmiönä. Mediajulkisuudessa käsitellään sarjaa sensaatiohakuisin otsikoin ammentaen uutisia sarjan seksikohtauksista sekä näyttelijä Calista Flockhartin mahdollisesta anoreksiasta. Sarjan tuottama naiskuva nousee esiin lehtijutuissa kohdentuen sinkkuuteen ja uuteen postmoderniin naiseuteen. Tätä mediajulkisuutta voi tarkastella puheavaruutena, jota vasten ja jonka ympäröiminä fanit sarjaa merkityksellistävät (Nikunen 2003, 79; Alasuutari 1996, 18).

¹³⁰ Sarjan sponsoripaikan ostanut *Anna* puolestaan on esitellyt sarjan tähteä juorupalstoillaan huomattavasti enemmän kuin *Me Naiset*, mikä johtuu osin siitä, että *Me Naiset* keskittyy ”Salamavaloissaan” kotimaiseen materiaaliin. *Annassa* oli sarjasta myös näyttävä ennakkomainoskampanja. Muuten naistenlehtien linja on ollut varsin yhdenmukaista: SanomaWSOY:n *Me Naisten* ja Yhtyneiden Kuvalehtien *Annan Ally McBeal*-jutut ovat olleet samankaltaisia, esillä vain hiukan eri ajoituksella.

4.4. Julkisuus tulkintojen kehyksenä: tässä ja nyt

Ally McBealin runsas mediajulkisuus vaikuttaa yleisön käsityksiin sarjasta ja rakentaa tietynlaista katsojuutta: monia voimakas mediajulkisuus houkuttelee sarjan äärelle, toiset se karkottaa ja jotkut katsojista ryhtyvät tuottamaan vastajulkisuutta. Julkisen keskustelun vaikutus kuuluu myös fanien tavassa puhua *Ally McBealista*. On miltei häkellyttävää, kuinka samankaltaisina kuvaukset Allysta toistuvat lehtien sivuilla ja fanien puheissa. Mediajulkisuudesta poimitut lainaukset tuntuvatkin toimivan oman näkökulman vahvistajina ja legitimoijina. Tätä funktiota toteuttivat *Xenan* tapauksessa erityisesti fanijulkaisut.

Ally McBealia koskevista kommentteista toistuivat julkisuudesta tutut näkemykset toisaalta ärsyttävän heikosta ja toisaalta inhimillisestä ja läheisestä Allysta.

Sarjan näyttelijät ovat harvinaisen tavallisia, varsinkaan pääosan esittäjä hiirenhäntähiuksineen ja olemattomine rintoineen ei todellakaan ole muotista Pamela Andersson ja kump.
(Kirje 19.2.1999.)

Myös anoreksian kommentointi ja sanat ”langanlaiha sinkku lakinainen” toistuivat katsojien puheissa. Epäilemättä median esittämä vastakkainasettelu ruokki myös keskustelua sarjan naiskuvasta katsojien kesken. Esimerkiksi *Ilta-Sanomien* nettikeskusteluissa yksi vuoden 2000 puheenaiheita oli ”Ally McBeal tarjoaa väärän roolimallin” (IS 29.12.2000). Median tuottamia asemia ei kuitenkaan otettu annettuina ja tapa käsitellä sarjaa saattoi poiketa radikaalisti mediajulkisuuden näkökulmista.

Katsojien ja fanien tulkinnoissa toistuvat mediajulkisuuden teemat, mutta ne ilmentävät myös julkisuudessa vaiettuja luentoja ja kertovat katsojista, joita journalismi ei tunnistanut. Lehtiutuissa sarjan katsojiksi käsitettiin lähinnä nuoret tytöt ja naiset,

vaikka katsojakunta oli tätä laajempi. Sarjaa seurasivat myös 13–15-vuotiaat pojat.

Aineistonani on siis yhteensä 15 haastattelua (16 haastateltavaa, yhdessä haastattelussa mukana kaksi fania), joista neljä valikoitui alkuperäisen kirjoituspyyntöni kautta ja 11 koulukyselyn kautta. Koululaisista kolme irtisanoutui Ally-faniudesta, ja muista haastateltavista yksi, joten heitä koskevat haastattelut eivät ole aineistossa mukana. Näin ollen mukana on kaikkiaan 12:ta fanin haastattelut. Haastattelujen lisäksi aineistonani on Aamulehteen kirjoitetut 12 kirjettä sarjan faneilta ja vastustajilta. Olen paikantanut haastatteluista faniuden määrittelyä ja käytäntöjä sekä sarjan merkitystä faneille. Tarkasteluni ulottuu myös sarjan kulttuuriseen paikantumiseen. Mitä fanien puhe kertoo sarjan mediajulkisuuden merkityksestä? Kuinka sarja asettuu osaksi omaa arkea?

Mediajulkisuus asemoi *Ally McBealin* puheenaiheeksi ja se myös koettiin haastatteluissa sarjaksi, joka tunnettiin ja josta puhuttiin. Haasteltavien mukaan sarja tuotti puhetta niin koulussa, työpaikoilla kuin ystäväpiirissäänkin. Koululaiset kertoivat, kuinka sarjasta puhuttiin lähinnä seuraavana päivänä ja toisteltiin siinä olleita letkautuksia tai tilanteita.

Haastateltavat eivät pitäneet keskusteluja kuitenkaan sarjaa analysoivina vaan lähinnä muistelivat, mitä sarjassa tapahtui. Sarjasta puhutaan niin kouluissa kuin työpaikoillakin jopa siinä määrin, että osa haastateltavista kertoi ryhtyneensä seuraamaan sarjaa, koska kaverit koulussa puhuivat sarjasta niin paljon. Sarjan asemaa kuvaavat kyselyssä saamani vastaukset, joissa *Ally McBealia* luonnehdittiin muotisarjaksi, liian trendikkääksi sekä sarjaksi, jota ”kuuluu” katsoa. Näissä vastauksissa sarjasta ei erityisemmin pidetä, siitä huolimatta sarja tunnetaan. Sarjasta pitävät puolestaan luonnehtivat sitä suosituksi sarjaksi omassa ikäryhmässään ja ystäväpiirissään. Sarjan näkeminen suosittuna myötäilee julkisuudessa tuotettua kuvaa *Ally McBealista* tunnettuna puheenaiheena.

Ally McBealin kohdalla näyttää toteutuvan eräänlainen velvollisuus katsoa sarjaa. Tätä velvollisuutta ruokkivat sosiaaliset suhteet, mutta myös mediajulkisuus aivan erityisellä tavalla. Iltapäivälehtien lajityypillinen uutisluonne korostaa ”mukana pysymisen” merkitystä, ja *Ally McBeal*-uutisointi korostaa näin ajassa oloa, ja ikään kuin velvoittaa katsojia seuraamaan sarjaa, olkoonkin ettei se heitä kiinnostaisi. Seija Ridellin (1998, 285) uutisia koskevassa yleisötutkimuksessa nousi esiin juuri uutisten lajityyppiin kytkeytyvä velvoittava ’pakon’ luonteisuus, joka voi siis rakentua kahden median välisen suhteen (iltapäivälehtien ja television) kautta.

Ally McBealin seuraaminen kytkeytyykin ajassa olemiseen, jolloin sen katselu tuntuu olevan tavanomainen, ei poikkeava, valinta. Varsinkin nuorten kohdalla tämä pyrkimys olla erottumatta kuului myös tavassa puhua itsestä sarjan katsojana: sarjaa seurattiin, muttei mitenkään poikkeavalla faniuteen liitetyllä intensiteetillä. Kiinnostus *Ally McBealiin* ja tv-sarjoista käytävä puhe kouluissa kytkeytyy laajemmin nuorten tapaan tehdä eroa itsen ja muiden välille. Thomas Ziehen (1991, 17–33) mukaan nuorten maailmankuvan muovaavatkin nimenomaan joukkotiedotus, kulttuurintuotanto ja kulttuuriset alaryhmät, eivät niinkään perinteet ja vanhemmat. Toisaalta tapa seurata sarjaa, vaikkei siitä erityisemmin pitäisikään, muistuttaa myös median luomasta hiljaisuuden spiraalista (Noelle-Neumann 1973): on vaikea olla eri mieltä muiden kanssa, varsinkin kun lehtijuttujen perusteella olettaa ’kaikkien’ katselevan sarjaa.

Sarjaa käsittelevät lehtijutut eivät ainoastaan tuottaneet *Ally McBealista* pakollista katsottavaa, vaan julkisuus näytti toteut-tavan tässä tapauksessa hyvin agenda setting -funktioaan (Mc-Combs & Shaw 1972). Julkisuus antoi teemat kouluissa ja työpaikoilla käytäviin keskusteluihin, mutta näkökulmista saatettiin olla hyvinkin erimielisiä. Koulussa käsiteltiin esimerkiksi lehti-juttuja Calista Flockhartin laihuudesta ja oletetusta anoreksias-ta. Nimenomaan tytöt kiinnittivät huomiota Allyn ulkonäköön

kommentoiden hänen laihuuttaan, ilmeitään, vaatteitaan ja hiuksiaan. Haastatteluissa nousi esiin Allyn merkitys naiskuvana: toisaalta naispuoliset katsojat ihailivat Allya, mutta myös tuomitsivat hänen laihuutensa. Laihuutta ja mahdollista anoreksiaa puolestaan pidettiin huonona esikuvana muille ja haastatteluissa kaikui lehtijutuissakin toistunut harras pohdinta siitä, mistä kohdin Ally on pahan näköinen:

Emmä tiedä näyttääks se niin naamasta ihan kauheesti sellaiselta, mutta kun kattoo sitä juhlapuvuissa täältä käsivarsista ja jotain niin, ihan mielettömän laiha kuitenkin että olishan se parempi jos se olis vähän lihavampi tai ainakin normaalimpi. (Tyttö 15-v. K7)

Osa haastatelluista oli myös suivaantunut siitä, että Allyn laihuuteen kiinnitetään niin paljon huomiota.

Kun siitä on ollu siitä sen anoreksiasta tai siitä syömishäiriöstä on ollu aika paljon puhetta sitten kuitenkin ku itteäkin on tituleerattu kauhean laihaks niin pois päin niin se niinku jotenkin oottaa päähän se siitä nostettu kohu, minkälainen roolimalli se on ja niin pois päin, kyllähän se on aika sairaalloisen laiha, mutta se on aika lailla sen oma asia. (Tyttö 15-v. K3.)

Kun julkisuudesta piirtyi esiin oletus haavoittuvista tyttökatsojista, joita *Ally McBealin* naiskuva uhkaa, fanien puheessa nousi esiin kriittinen tyttökatsoja, joka pohti naiskuvan merkitystä eikä välttämättä ottanut sitä annettuna.

Calista Flockhartin liittäminen anoreksiaan näytti olevan kaikille haastatelluille tuttua, mikä kertoo siitä, että lehtijutut tai ainakin otsikot olivat tavoittaneet katsojat. Tässä mielessä jutut toteuttivat ruumiin spektaakkelia – sensaation hakuista kuvastoa moraalilla höystettynä.¹³¹ Sarjan julkisuuteen fanit suhtautuivat kuitenkin varauksella. Useimmat tuomitsivat Flockhartiin liittyvät skandaalihakuiset jutut, ja vaikka he kertoivat ohittavansa

¹³¹ Naisruumiin spektaakkelistä suomalaisessa elokuvassa ks. Koivunen 1995.

nämä jutut, vaikuttaa siltä, että niiden sisältö oli jossain määrin tuttua. Sen sijaan sarjasta kertovat ja sarjaa taustoittavat jutut koettiin myönteisinä. Faneilla oli paljon tietoa esimerkiksi siitä, milloin sarja palaa tauolta ja keitä näyttelijöitä sarjaan on tulossa tai siitä poistumassa. Tietoa hankittiin lehdistä, ystäviltä ja kavereilta. Fanitietoa ammennettiin lehtien lisäksi juorujen ja huhujen kautta.

Juoruilulla on faniuden kontekstissa monta funktiota: juoruilemalla vaihdetaan tietoja ja pohditaan sarjaan ja näyttelijöihin liittyviä moraalisia kysymyksiä. Juoruilun ytimenä ei ole kuitenkaan varsinainen tiedonhankinta vaan aiheen käsittely, joka itsessään on yksi faniuden nautinnoista. Juorun voimana on tuottaa yhteyksiä julkisen ja yksityisen tai henkilökohtaisen välille esimerkiksi pohtimalla julkisten elämän kautta erilaisia moraalisia ratkaisuja (Jenkins 1992, 80–84; Harrington & Bielby 1995, 129).¹³²

Iltapäivälehtien koukuttamisstrategia näytti ainakin jollain tavalla toimivan, sillä haastateltavat olivat varsin hyvin perillä sarjan julkisuudesta ja mainitsivat siitä esillä olleita lööppejä. Toteutin osan haastatteluista maaliskuussa 2000, jolloin sarja oli juuri palannut tauolta. Paluuta oli valmisteltu näyttävästi mediajulkisuudessa ja ajankohta oli selkeästi koululaisten tiedossa. He saattoivat mainita heti haastattelun alkuun, kun *Ally McBeal* tuli puheeksi, että se ”alkaa taas viikon päästä” tai ”onneksi se alkaa pian”. Maaliskuun ensimmäistä uutta jaksoa mainostettiin rohkeilla seksikohtauksilla ja tämän jakson olivat kaikki haastattelemani katsoneet, nekin, jotka eivät sarjan faneiksi tunnustautuneet.

Koukuttaminen näkyy siinä, kuinka sarja asettuu puheenaiheeksi ja ilmiöksi, josta on oltava perillä. Tietoisuus sarjan esitysajankohdista ja halu katsoa sarjaa osoittaa mielestäni sen, kuinka julkisuudessa tuotettu tieto ja lööppien herättämä uteliai-

¹³² Saippuaopperan ja naisten juoruilun merkityksestä ks. myös Brown 1994.

suus ovat löytäneet katsojat. Pelkästään mediajulkisuuden tuot-
tamasta reaktiosta tuskin on kuitenkaan kyse vaan varsin tärkeä
televisionkatseluun sosiaalistava rooli on sillä yhteisöllä, kuten
koulutovereilla, johon katsoja kuuluu.

AllyMcBealin katsomiskokemuksessa näyttää olevan keskeistä
ajankohtaisuus ja kertaluonteisuus. Tällä tarkoitan sitä, että sarja
halutaan katsoa juuri silloin kun se tulee televisiosta, ei esimer-
kiksi myöhemmin nauhoitettuna. Näin voi päästä mukaan yh-
teiseen kokemukseen ja jakaa seuraavana päivänä näkemyksiään
muiden kanssa. *Ally McBeal*-julkisuuden rakentama tässä ja nyt
-tunne on siis läsnä myös katsojien puheessa. Samalla katselussa
korostuu juonenkulkujen ja tapahtumien merkitys, ei niinkään
kanavien aikatauluista ja jaksojärjestyksistä riippumaton toistei-
nen katselu, joka taas oli leimallista *Xena*-faniudessa.

4.4.1. *Samastuminen, konsumerismi ja feminismi*

Julkisuus voi rakentaa Ally-faneille keskustelunaiheita ja korostaa
sarjan merkitystä puheenaiheena, mutta tulkinnat ja katsomisen
käytännöt eivät rajaudu lehtien sivuille. Ally-faneille näyttää ole-
van keskeistä sarjan tuottama samastumisen nautinto, joka toimii
monella tasolla: fantasiana ja käytännöissä. Samastumisen koh-
teena ovat sekä henkilöhahmot että sarjan kuvaama elämäntyö.

Sarjasta puhutaan ensisijaisesti hauskana komediana, mut-
ta siitä löydetään vakavakin puoli. Yli 40-vuotias nainen kuvaa
sarjaa näin: *Se huumori on siinä mahtava, kun siinä on kaiken
pohjalla se totuus*. Fani kuvaa kuinka sarjaa katsoessa kornienkin
käänteiden jälkeen lopputuloksena on se, että *istuu itsekin mel-
kein kyyneleet silmissä*. Hänen mainitsema totuus kytkeytyy sarjan
kuvaamiin ihmissuhteisiin ja sinkkuuteen, jota Allyn hahmo il-
mentää fanin mukaan hyvin. Samastumista voisi tässä tapaukses-
sa kuvata liikkuvaksi. Hänen mukaansa joka jaksossa on jotain,
johon voi samastua ja katsoa sarjaa oman elämäkokemuksensa

kautta: *sitä niinku jotenkin istuu ja odottaa, että mitä nyt tapahtuu, et mä muistan, et tommosta se voi olla, et älä tee noin, älä tee noin.* (Nainen 43-v.)

Naisen tulkinnat poikkeavat nuorten tulkinnoista etenkin siinä, kuinka hän tulkitsee sarjaa suhteessa omaan elämäkokemuksensa ja menneeseen, kun taas nuorten tulkinnoissa korostuvat tulevaisuus ja toiveet siitä, millaiseksi haluaisi tulla. Esimerkiksi Allyn ammatti ja työyhteisö näyttävät ideaaleilta tulevaisuuden tavoitteilta.

Mediajulkisuus on keskittynyt kirjoittamaan nimenomaan Allyn hahmosta ja näyttelijä Calista Flockhartista, mutta fanien puheessa Ally ei aina asemoidu suosikiksi. Tämä saattaa osittain johtua juuri Allya koskevan julkisuuden luonteesta ja sen tuottamasta Ally-kuvasta. Vaikka Allystä pitävät monet, hahmoa kritisoidaan laihuudesta, hölmöydestä ja sekoilusta. Muut hahmot, kuten tiukkailmeinen Ling, provosoiva Fish ja maskuliinisuuden kanssa kamppaileva John Cage, ovat myös suosittuja. Sara Lindströmin pro gradu -työ myötäilee tätä havaintoa, sillä siinä nuorten tyttöjen suosikeiksi nousevat voimakkaiksi ja rohkeiksi mielletyt naishahmot kuten Renee, Ling ja Nelle. (Lindström 2000, 64–65.) Haastattelemistani tytöistä kuitenkin suurin osa samastuu jollain tasolla Ally McBealin hahmoon.

Samastuminen on melko laajasti ymmärretty prosessi, jota elokuva- ja televisiotutkimuksen piirissä on käytetty kun puhutaan tietyn henkilöhahmoon kiinnittymisestä tai sympatisoivasta suhteesta hahmoon. Samastumiseen viitataan myös silloin kuin tarkoitetaan tietyn hahmon näkökulman omaksumista. Kyse on sekä visuaalisesta että narratiivisesta näkökulmasta, jolloin jaetaan myös hahmon arvomaailma. (Stacey 1991.)

Elokuvatutkimuksessa samastumista tai identifikaatiota on kuitenkin käsitelty pitkälti lacanilaisen psykoanalyttisen teorian pohjalta. Se on rinnastettu subjektin muodostumisen kannalta keskeiseen peilivaiheeseen. Psykoanalyttinen teoria on kehittänyt monimutkaisen analyysin identifikaatiosta, joka perustuu

analogialle identiteetinmuodostukseen lapsuudessa ja elokuvan katselun välillä. Identifikaatio on näin nähty prosessina joka uusintaa vallitsevaa kulttuuria tuottaen sen alaista identiteettiä, jota kuvaa samuus, pysyvyys ja olemassaolevan uusintaminen.

Naispuoliselle katsojalle identifikaatio merkitsi feministisen elokuvateorian tulkinnoissa patriarkaalisen järjestelmän omaksumista (ks. Mulvey 1975). Teoriaa on kritisoitukin siitä, että se kiinnittää seksuaalisen eron patriarkaaliseen symboliseen järjestykseen, jossa feminiinisyys toimii vain maskuliinisen subjektihulun toisena. Jackie Stacey (1994, 132–135) ottaa etäisyyttä psykoanalyttisestä mallista, joka keskittyy tiedostamattoman prosesseihin identifikaatiossa. Stacey itse korostaa identifikaation moninaisuutta ja kuvaa psykoanalyttisen teorian näkökulmaa kapeaksi: se ohittaa laajemmat katsoja/tähti -suhteen merkitykset.¹³³

Seuraan tässä Staceyn näkökulmaa, joka yhdistää identifikaation psyykkisenä prosessina ja konkreettisenä käytäntönä, jonka keskiössä on tähden ja katsojan identiteettien välinen suhde. Stacey toteaa identifikaation niin moninaiseksi, ettei se tyhjene yhteen selitysmalliin. Näin ollen hän on tehnyt eron identifikaattoriin fantasioihin ja käytäntöihin. Edellä mainittuihin liittyvät omistautuminen, palvonta, transendenssi (itsensä unohtaminen ja kuvittelu tähtenä) ja inspiraatio. Identifikaattoriset käytännöt puolestaan kytkeytyvät käytännön tekoihin, joilla katsojat tuottavat samankaltaisuutta itsensä ja tähden välille. Näitä ovat teeskentely, muistuttaminen, imitointi ja kopiointi. (Mt., 138–175.) Omassa aineistossani nousee kuitenkin selkeästi esiin identifikaatio, joka liittyy samankaltaisuuden tunteeseen henkilöahmon kanssa. Kyse ei ole fyysisestä samankaltaisuudesta, vaan sisäisestä, henkisestä samankaltaisuudesta. Tämä samankaltaisuuden tunne kytkeytyy ”identifikaattoriin fantasioihin, jotka koskevat täh-

¹³³ Psykoanalyysiin pohjaavaa feminististä elokuvateoriaa on myös arvosteltu siitä, että se olettaa naiskatsojien kategorian yhtenäiseksi ja aina valkoihoiseksi (ks. hooks 1995).

den identiteetin ja katsojan identiteetin välistä suhdetta” (Stacey 1991,149).

Ally McBeal -haastatteluissa samastuminen liittyy erityisesti samankaltaisuuden kokemiseen, eron tekoon ja ideaalin tuottamiseen. Osalle samastuminen merkitsee Allyn ja itsen samankaltaisuutta, osalle halua olla Ally. Omaa suhdetta Allyn hahmoon kuvataan näin:

Tuntuu että on itte siinä hahmossa [...] Niissä kaikissa kun se koheltaa kaikkee ja sit menee pilalle, niissä katto et onks toi otettu mun elämästä – tai pikkasen sinne päin.” (Tyttö 15-v. K4.)

Voi ajatella, että voi samastua, ei ehkä sillai, että noin mä teen huomenna, mutta sillai että mä oon toisaalta ihan samanlainen. (Tyttö 15-v. K9.)

Fanit tekevät myös selkeän eron Allyn ja sarjan maailmaan:

Siis se on mun elämästä aika kaukana koska se kuvaa kuitenkin aikuisten elämää jotka on vapaita menee ja tulee, mua kuitenkin sitoo vanhemmat ja sit ku ne on työelämässä niin ei siinä omaa elämään kauheesti niinku suoranaisesti viittaa. (Tyttö 15-v. K3.)

Allyn henkilöhaahmosta pitävät nuoret kuvaavat Allya kivaksi, neuroottiseksi, hyväluonteiseksi, ei liian nätiksi ja normaaliksi. Allya kuvaillaan lehtijutuistakin tutuilla sanoilla: tavallinen, epävarma, langanlaiha.

Allyssa viehättää hänen tapansa mokailla ja kaatuilla, joka koetaan läheiseksi. Fanit viittaavat usein itseensä juuri silloin kun puhuvat Allyn kaatuilusta ja kömpelyydestä. Ei ole yllättävää, että Allyn kompastelevuus vetoaa juuri nuoriin, jotka elävät murrosvaihetta niin fyysisesti kuin henkisesti: epävarmuus ja kompastelu kuvaavat tätä hyvin.

Haastateltavien puheessa tavallisuus ja tuttuus yhdistyvät kaatuiluun, mokailuun ja epävarmuuteen. Se asettuu vastaan

kauneutta, glamouria, tyyliä ja sujuvuutta korostavia naiskuvia, jotka näin edustavat epätodellista, ja tavoittamatonta ideaalia. Hahmo tuntuu ruumiillistavan täydellisen naiseuden vaatimusten taakse jääviä epävarmuuden ja kömpelyyden tunteita ja ikään kuin tekee näkyväksi sen, mikä naiseuden ideaalissa jää pinnan alle. Samastuminen, tunnistamisen kokemus herättää selvää innostusta faneissa. Haastateltavien puheessa samastumisen mielihyvä kuuluu ja näkyy. Kun fanit kertovat, että ”on itte siinä hahmossa”, heidän ilmeensä kirkastuu, he nauravat ja innostuvat puhumaan.

Samaan aikaan kun Allyn hahmo määrittänyt fanien puheessa tavalliseksi, jollain tasolla spektaakkelin vastakohtaksi, se kuitenkin toimii kuluttavan, konsumeristisen katseen tuottajana. Konsumeristinen katse puolestaan kytkeytyy identifikatorisiin käytäntöihin. Aineksia identifikatorisiin käytäntöihin kuten matkimiseen, kopiointiin ja jäljittelyyn tarjoillaan *Ally McBeal* -julkisuudessa esimerkiksi lehtien muoti- ja tyylijutuissa. Ally-aiheiset asusteet ja poseeraukset houkuttelevat hankkimaan *Ally McBeal* -identiteettiä. Fanit eivät kuitenkaan kerro etsineensä Ally-tyyliä lehtien sivuilta, mutta tv-sarjaa seurataan tyyliä tarkkailevalla katseella. Osa haastatelluista kiinnittää huomionsa näyttelijöiden vaatteisiin ja hiuksiin, minkä voi tulkita neuvotteluksi oman ja henkilöahmon tyylin välillä ja haluksi muokata omaa tyyliä. Nuorten tyttöjen tapaan katsoa sarjaa liittyy konsumerismia, ja muoti mainitaan yhdeksi sarjan viehätyksen syyksi. *Ally McBealin* konsumeristinen merkitys kytkeytyy etenkin nuorilla katsojilla pääsyyn itsenäisyyden, uran ja urbaanin elämän maailmaan, jota sarja myös edustaa. Näin *Ally McBeal* toimii näyteikkunana ja sen katsominen on eräänlaista näyteikkunaostosten tekemistä (Doane 1987; Doanen teorian kritiikistä ks. Koivunen 1995, 38–41).

Naiskatsojuuden ja konsumerismin kytkös on ollut vahvasti esillä elokuva- ja televisiotutkimuksen piirissä. Erityisesti melodraamaa ja saippuaopperaa on tarkasteltu lajityyppinä, jotka

puhuttelevat naiskatsojia kuluttajina ja vahvistavat heidän sosiaalista identiteettiään ensisijaisina kuluttajina kodin piirissä (Brundson 1981; Allen 1985; Modleski 1982; Joyrich 1988). Naiseuden ja kuluttajuuden välillä nähdään helposti olemuksellinen yhteys, jota kulutuskulttuuri vahvistaa ja pitää naisia kuluttajuuden passivoivassa otteessa. Kuluttava katse ei kuitenkaan merkitse välttämättä kritiikittömyyttä tai passiivista vastaanottoa.

Tulkitsen, että *Ally McBealin* naiskuvaa sekä ihannoidaan että kritisoidaan yhtä aikaa. Naiskuvaan voidaan suhtautua kriittisesti, mutta samaan aikaan yksittäiset hiustyyliyt ja vaatteet herättävät ihailua. Näin ollen katsojuuteen liittyy konsumeristista nautintoa, joka ei kuitenkaan yksinkertaisesti palaudu kuvan valtaan vaan sisältää arvioivaa, kriittistä neuvottelua.

Naisten ja tyttöjen tulkinnoissa kyse on ennen kaikkea äänten lausutusta konsumerismista, sillä on varsin mahdollista, että myös pojat lukevat sarjaa konsumeristisella katseella, esimerkiksi Richard Fishin tyyliä ihannoiden. Konsumeristinen eetos yhdistetään yleensä naisiin ja *Ally McBeal* -julkisuudessa tämä näkyy selvästi. Näin ollen ei ole ihme, jos naiset tuovat konsumeristisen orientaation esiin – se on kulttuurisesti sallittua, jopa odotettua.

Konsumeristinen asenne on naisten ja tyttöjen kulttuurissa varsin keskeisellä sijalla identiteetin tuottamisessa (Driscoll 243–247).¹³⁴ Lisa A. Lewis (1990, 168–169) toteaa musiikkifaniuden yhteydessä, että idolin tyylin imitoiminen on erityisesti tyttöjen ja naisten fanitoimintaa. Se kytkeytyy oleellisesti tyttönä ja naisena olemiseen ja on tapa tuottaa merkityksiä naispositiosta ja sosiaalisista kokemuksista käsin. Ulkonäkö on perustava tapa rakentaa naispuolista sukupuoli-identiteettiä. Sitä vaalitaan ja siihen kannustetaan sekä sosiaalistamalla tytöt naissukupuoliksi perheissä että opastamalla muodin maailmaan kuluttajuuden kautta.

Kuluttajuus on toki myös miessukupuolelle keskeistä toimintaa, mutta sitä ei helposti nähdä tai määritellä konsumeristisena.

¹³⁴ Tarja Tolosen ihannenaista koskevissa haastatteluissa nousi niin ikään esiin nuorten tyttöjen pyrkimys jatkuvasti muokata ruumiillisuuttaan (Tolonen 2001).

Kenties kyse on siitä, että kuluttajuus kytkeytyy miehillä usein eri elämän alueelle. Kuluttajuus saa erilaisia merkityksiä kun kohteena on oma ruumis, ostoksena huulipuna eikä esimerkiksi Playstation-peli. Miesten kulttuurissa tuotetaan myös aktiivista erontekoa naiselliseksi miellettyyn shoppailukulttuuriin ja oma kuluttaminen pyritään erottamaan tästä. (Campbell 1997; Leh-tonen 1999, 87–93.)

Lewisin mukaan tyylin imitoiminen fanikäytäntönä aktivoi tätä naisista tiedon aluetta, jossa hyödynnetään muotilehtien tekstuaalisia tulkintoja ja opittua ulkonäön rakentamista. Haastateltavien huomiot ulkonäköön ja muotiin liittyvistä seikoista voi nähdä osana tällaisia fanikäytäntöjä. *Ally McBeal* muistuttaakin tyylioppaana *Sinkkuelämää* -sarjaa, jossa tosin konsumerismi on viety vielä pidemmälle ja muoti on vahvasti esillä niin sarjan keronnassa kuin markkinoinnissakin.¹³⁵ Näiden sarjojen voi katsoa puhuttelevan erityistä tyttöjen ja naisten alakulttuuria – muodin, tyylin kulttuuria. Konsumerismi toimiikin näin Anu Koivusta (1995, 41) siteeraten, viitekehystenä sukupuolittuneen subjekti-viteetin tuottamiselle.

Mediajulkisuudessa sarjan naiskuvaa käsitellään paljon ja se on esillä sarjan teemoissa. Katsojien tulkinnoissa sukupuoli ja erityisesti naisten ja miesten väliset valta- ja seksisuhteet nousevatkin yhdeksi keskeiseksi aiheeksi. Naisten ja miesten väliset suhteet näyttäytyvät haastatelluille nimenomaan konfliktina ja sukupuolet erilaisina, toistensa vastakohtina. Tyttöjen ja naisten tulkinnoissa sarja asemoi naiset miesten yläpuolelle pilailien miesten kustannuksella.

Kyllä se mun mielestä naisen asemaa korostaa jotenkin enemmän, että siinä miehistä tehdään just tällaisia tyhmiä sillee

¹³⁵ Sarjan virallisilla internet-sivuilla on *The look* -osio, jossa voi selata kunkin neljän naisen tyylejä eri tuotantokausilla. Sivuiilla on myös leikekirja, jota mainostetaan pääsivulla kohderyhmää selkeästi puhutellen: katso suosikkihetkesi deitailun, muodin ja tyttöjen juttujen parissa. <http://www.hbo.com/city/> Tarkistettu 17.2. 2004.

(naurua) että ne olis tyhmempi sukupuoli sitte kuitenkin. (Tyttö 15-v. K3.)

Niillä (naisilla) on kauheen sellanen oma tahto ja lujuus, että ei anna miesten periaatteessa pompottaa, jossain määrin nousee paljon vahvemmaks ja korkeemmallekin kun miehet, tuntuu että ne johtaa koko sitä [...] päähenkilöistä kuitenkin suurin osa on naisia. (Tyttö 15-v. K7.)

Sarjassa lakitoimiston johtaja Richard Fish on ihastunut niin ikään toimistossa työskentelevään Lingiin, joka kiusoittelevasti houkuttelee ja torjuu Fishin lähestymisyrityksiä. Yksi haastatelluista pojista otti Lingin ja Fishin suhteen esimerkiksi naisten ja miesten välisistä suhteista sarjassa.

Miehet on niinku säälitettäviä ja Ling nimittelee niitä äijiä, tavallaan johtaa sitä, tavallaan, vaikkei oikeesti johdakaan. (Poika 15-v. K5.)

Fanien näkemys sarjan sukupuoliasetelmasta on yhdenmukainen. Sarjan katsotaan asemoivan naiset niskan päälle ja miehet säälitettäviksi. Myös 43-vuotias nainen kuvasi sarjaa sellaisena, jossa halvennetaan miehiä ja joka on suunnattu feministeille. Tulkinnat tuntuvatkin poikkeavan selkeästi feministisessä mediakritiikissä esitetyistä tulkinnoista (Dubrofsky 2002), joissa sarja nähdään epäpoliittisena ja feminismiin vastaisena. Naisten keskeinen asema sarjan kerronnassa tuottaa tulkintaa sarjasta naisten sarjana, eikä katsojien puheessa toistu juuri lainkaan sarjaan julkisuudessa liittynyt vastakkainasettelu. Myös Lindströmin (2000) pro gradu -tutkielma vahvistaa nuorten tyttöjen tulkintaa sarjasta feministisenä. Fanien tulkinnoissa feminismi rakentuu naisten näkyvyydestä, hyvästä asemasta työelämässä ja sanavalmiudesta.

Feminismiksi sarjassa riittää siis se, että naiset ovat keskeisissä rooleissa ja että roolihenkilöt ovat menestyneitä, johtavissa tehtävissä. Feminismi tiivistyy tulkinnoissa esimerkillisiin roolimalleihin, ja esimerkillisiin nimenomaan julkisen elämän, talouden

ja työelämän alueella. Yksityiselämästään sarjan naiset eivät anna yhtä selkeää viestiä – elämä ilman miestä on jatkuva surun aihe. Toisaalta feminismi näyttää merkitsevän jatkuvaa verbaalista kamppailua naisten ja miesten välillä. Nämä verbaaliset mittelöt näyttävät kuvaavan laajemmin naisten ja miesten välistä suhdetta.

Henkilöhahmojakin tulkitaan suhteessa siihen millainen funktio sillä on kokonaisuuden kannalta: minkälaisia arvoja se kantaa. Esimerkiksi tytöt luonnehtivat Fishin hahmoa pinnalliseksi, sovinistiksi ja esineellistäjäksi, mutta hahmoa pidetään kuitenkin tärkeänä, mielenkiintoa lisäävänä elementtinä sarjassa. Poikien puheessa Fish *fishismeineen* on se, jolta irtoavat parhaat jutut. Fishin hahmo on eräänlainen sovinismin stereotypia, jota vastaan voi argumentoida.

K: Mites sä sitten kuvailisit näitä muita henkilöhahmoja? Esimerkiksi tätä Richard Fishiä, minkälainen se on?

T: Se on aika semmonen (naurua) miten sen nyt sanois. Joo. Se alistaa naisia, mä en oikeen tykkää siitä, siis tällaisia varmaan löytyy kyllä tällaisia esineellistäjiä aika paljonkin, se on just semmonen mitä mä en voi sietää lähelläni, että ihan hyvä että on sellanen siinä kuvattu että ehkä joku oppii jotain. (Tyttö 15-v K3.)

Näin ollen sarjan hahmoja ei tulkita välttämättä suhteessa todellisuuteen vaan suhteessa sarjan kerrontaan ja pohditaan minkälaisia elementtejä, teemoja ja näkökulmia hahmot tuovat esiin. *Ally McBealin* hahmoja tulkitaan tavallaan argumentteina. Fishismi onkin vastaväite feminismille. Sarjan naiskuvien merkitystäänkin pohditaan stereotyyppisten hahmojen kautta: yksi faneista kuvasi sihteeri Elainea hahmoksi, joka antaa lutkalle kasvot sekä Nelleä hahmoksi, joka antaa bitchille kasvot. Henkilöhahmojen ymmärtäminen tyyppinä tai argumentteina myötäilee julkisuudessa luotuja asetelmia Allysta naiskuvan ja naisen aseman muokkaajana.

Fanit eivät kuitenkaan kyseenalaista sarjan perusasetelmaa, Allyn halua löytää itselleen mies, kenties siksi, ettei se ole ristiriidassa fanien omien toiveiden kanssa. He eivät näe, että tämä elementti sarjassa nakertaisi sen feministisyyttä. Työn ja perheen yhteensovittaminen ei myöskään ollut haastateltavilleni ajankohdainen, joten teema ei herättänyt kommentteja naisen asemasta. Sarjasta nousikin esiin juuri ne kysymykset, jotka haastateltaville olivat läheisempiä: yksinäisyys, parisuhteet ja mittelö naisen oikeuksista. Sarjan tapa käsitellä asioita varsin arkisella tasolla näytti myös häivyttävän laajempia kysymyksiä fanien puheessa taustalle: nyt tasa-arvo kiinnittyy sellaisiin kysymyksiin kuin yhteisvessaan ja seksuaaliseen vetovoimaan.

Erityisesti naisten tulkinnoissa sarja näyttäytyy feministisenä, jota ilmentää naisten hallitseva asema sarjan kerronnassa sekä miesten asemoiminen jollain tavalla sääliäviksi. Feminismi kietoutuu myös sarjan teemoihin: vastauksissaan sarjaa luonnehditaan naisille tehdyksi, jossa puhutaan naisten asioita. Tähän feministiseen perusvireeseen kytkeytyy kuitenkin innostus sarjan päähenkilön Allyn ”heikkoutta” ja epävarmuutta kohtaan eikä Allyn kaatuilun, mokailun ja neuroottisuuden sekä sarjan feminismin välillä nähdä ristiriitaa kuten mediajulkisuudessa on esitetty. Poikien puheessa sarja ei näyttäytynyt feministisenä vaan perusvireeltään seksuaalisena. Tähän yhdistyy sarjan huumori, joka korostaa seksuaalisilla suhteilla vitsailua.

4.4.2. *Tekstuaalinen leikittely: bygones!*

Fanien käytännöt jakautuvat voimakkaasti kahtia julkisen ja yksityisen alueille. Sarja tuottaa sekä julkista tekstuaalista leikittelyä että yksityistä, intiimiä kokemusta. Nämä käytännöt kulkevat rinnan ja toisinaan se, mikä koetaan voimakkaan affektiivisena saa ilmauksensa heittoina ja vitsailuna koulun käytävillä.

Kun mediajulkisuudessa sarjaa on tarkasteltu ajan kuvauksena uudesta naisesta ja sarjaa on suhteutettu todellisten sinkkujen elämään, haastateltavien puheessa sarjaa kuvataan ensisijaisesti hauskaksi komediaksi. Nuorimmat haastateltavat kuvaavat sarjaa sellaiseksi jota ”kattoessa nauraa itensä kipeeks”. Sarjaa määritellään erilaiseksi ja poikkeavaksi nimenomaan amerikkalaisena prime time -sarjana. Sarjan amerikkalaisuus nousee esiin myös koululaisille tekemässäni kyselyssä, jossa *Ally McBeal* määriteltiin joko ärsyttävän amerikkalaiseksi tai positiivisesti yllättäneeksi amerikkalaiseksi sarjaksi.¹³⁶

Näin ollen sitä verrataan tilannekomedioihin ja draamasarjoihin, ei niinkään prime timen ulkopuolisiin ohjelmiin tai kotimaisiin sarjoihin. Sarjan tulkinta onkin korostuneen lajityyppitietoista (ks. Ruoho 1993a, 79). Sarjan erityisyys kytkeytyy nimenomaan sen visuaalisuuteen eli tietokonetrikein tuotettuihin osuuksiin. Hauskuus liittyy niin nuorten kuin vanhempienkin haastateltavien puheessa juuri näihin trikkeihin, joilla ilmentään henkilöiden sisimpiä tunteita.

Sekin on just niin ihanaa siinä ohjelmassa et kun ne kalpenee ne todella kalpenee, ja kun ne punastuu niin ne todella punastuu siin niinku se ylilyönti on valtava et sen oikein tuntee et jess! (Nainen 43-v.)

Sarjassa on myös tiettyä speaktaakkelinomaisuutta (Dyer 1992), esimerkiksi musiikkikohtauksissa, joihin yhdistyy tarkkoja koreografioita seuraavia tanssinumeroita. Nämä kohtaukset ovat helposti irrotettavia, kerrattavia elementtejä sarjassa ja niihin viitattiin sarjan ”hyvinä” puolina haastatteluisissa. Musiikkikohtaukset tarjoavat myös kerronnasta poikkeavan tunteen keitaan, jossa voi vaalia musiikin luomaa tunnetilaa (Dyer 1992, 29).

Hauskuus kytkeytyy myös sarjan henkilöhahmojen välisiin väittelyihin ja letkautuksiin, joita toistellaan myöhemmin muun

¹³⁶ Tv-ohjelmien amerikkalaisuuden kritiikistä Suomessa ks. Ruoho 2001, 210–266; Elfving 2003.

muassa koulun käytävillä. Eräessä jaksossa lakitoimiston johtava osakas Richard Fish kertoo löytäneensä naisen polvitaipeesta orgastisen pisteen. Tämä polvitaive-kutittelu oli esillä *Ilta-Sanomissa* syksyllä 1999, ja sitä testattiin haastateltavien poikien mukaan myös koulussa.

Sarjaa tarkastellaan rakennettuna tv-ohjelmiana, jonka erilaisia elementtejä verrataan muihin sarjoihin. Haastateltavat kiinnittävät huomiota siihen, kuinka trikit, henkilöhahmojen absurdit teot, näyt kuten laulajien, Barry Whiten ja Al Greenin ilmestyminen sekä tanssiva vauva tuottavat sarjasta valtavirrasta poikkeavan. Sarjan rakennetun luonteen korostuminen nostaa esiin tietynlaista tekstuaalista irrottelua ja poimintaa: sarjan sanontoja, letkautuksia ja erikoisefektejä toistellaan ja sarjaan suhtaudutaan parodiana.¹³⁷ Sarjan tekstuaalinen viittaavuus houkuttelee tekstin pilkontaan ja erillisten elementtien poimintaan, kierrätykseen ja toistoon.

Julkisuus on tarjonnut aineksia leikittelevään lukutapaan muun muassa mcbealismien esittelyillä.¹³⁸ Fishismien ja mcbealismien keräilyä harrastetaan kavereiden hauskuuttamiseksi – ja omaksi iloksi. *Mä nyt ainakin kerään semmosii viisauksia aina kun mä jostain kuulen, niinku bealimit on aina joskus hyviä.* (Tyttö 15-v.)

McBealismien keräily ei näytä kuitenkaan innostavan haastateltavia osallistumaan MTV3:n McBealismi -kilpailuun eikä sarjan ympärille rakennettua internet-materiaalia juuri käytetä.

Haastateltavien ymmärrys sarjasta tuotettuna ja rakennettuna tekstinä tulee esiin myös vastauksissa kysymykseen, miten voisit sarjan jatkuvan. Vastauksissa pohditaan lähinnä keskeisten

¹³⁷ Juha Kytömäen (2000) tutkimuksessa ”Täytyy kattoo jos saa kattoo” nousee esiin myös nuorten katsojien tapa keskustella tv-ohjelmista koulussa. Kytömäki näkee tämän sosiaalisena ulottuvuutena, joka koskettaa kaikkia koululaisia. Kavereiden mielipiteillä on vaikutus katseluvalintoihin.

¹³⁸ Aineistossa vain yksi juttu (IS 24.4.1999) käsitteli nuorten suhdetta sarjaan nimenomaan huumorin näkökulmasta.

henkilöhahmojen välisiä suhteita, mutta sovitetaan oma versio tuotannollisiin tavoitteisiin: voiko sarja jatkua tiettyjen ratkaisujen jälkeen, pitäisikö henkilöhahmoja poistaa tai lisätä.

No tavallaanhan mä toivoisin et se lähtis sen lääkärin kans, että ne rupeis seurustelevaan mut sit on kysymys miten sen ohjelman jatko tulee olemaan mut eihän se voi jatkua tai voiks se nyt jatkaa sinkkuna tässä näin, et se on vähän vaikee. (Nainen 43-v.)

Oikeestaan en haluais siihen uusia näyttelijöitä, niinku nyt siihen vaihtuu joku, mut en mä haluais, että siinä vaihtuu kukaan. Sitä kuitenkin koko ajan vertaa niitä, että toi oli parempi ku toi ja toi yrittää matkia sitä ja olla yhtä hauska. (Tyttö 15-v. K9.)

Henkilöhahmojen (horisontaalinen) intertekstuaalisuus (ks. Fiske 1987, 108–127) nousee esiin erityisesti Georgian hahmossa, jota näyttelee aiemmin *Melrose Place* -nimisessä sarjassa esiintynyt Courtney Thorne-Smith. *Melrose Place* on monelle *Ally McBealin* katsojalle tuttu ja sen vaikutus näkyy tulkinnoissa: osa on ryhtynyt katsomaan *Ally McBealia*, koska pitää Thorne-Smithistä näyttelijänä, osan katsojakokemusta Thorne-Smithin tuoma *Melrose Placen* tuntu häiritsee:

Joo Melrose Placea mä katoin alussa, mut sit mul meni maku siihen kun siinä ei niinku tehty mitään ja täähän oli aina siten vaan siinä, se ei muuta sanonu kun Oh Billy! (naurua). Aina aina vaan Oh Billy (naurua). [...] ja sillen kun se tuli mukaan Ally Mcbealiin niin mulle tuli vähän semmone, että ei Jeesus sen uus mies on taas Billy, mut se on sen roolihahmo paljon järkevampi ja noin niin se menee paremmin. (Nainen 43-v.)

Sarjaa katsotaan osana tv-ohjelmien verkostoa, ja niin genren kuin henkilöhahmojenkin tasolla ohjelmat vaikuttavat toisiinsa. Katsojat vertailevat ohjelmien rakenteita ja samojen näyttelijöiden eri henkilöhahmoja ja tuovat vanhoja hahmoja mukaan

uusien tulkintoihin. Katsojat näyttävät olevan varsin tietoisia näistä viittaussuhteista ja niiden tunnistaminen voi olla osa sarjojen katsomisen tuottamaa nautintoa.

Kriittinen arviointi on osa fanikulttuuria (Jenkins 1992, 86–119). Jaksoja ja kokonaisia tuotantokausia listataan ja arvioidaan, kuten *Xenan* tapaus osoitti. Myös *Ally McBealin* fanit esittävät sarjasta kritiikkiä. Sitä arvostellaan muun muassa liian samankaltaiseksi käyvästä juonirakenteesta tai esimerkiksi siitä, että Allyn lakifirma näyttää aina voittavan juttunsa. Sarjan ihmissuhteiden käsittelyä, Allyn, Billyn ja Georgian kolmiodraamaa kuvataan tyhmäksi ja verrataan *Kauniisiin ja Rohkeisiin*. Sarjaa voidaan siis seurata samaan aikaan kriittisesti ja innostuneesti. Kaikki eivät kuitenkaan halua kritisoida suosikkisarjaansa vaan korostavat tietynlaista hyväksyvää lukutapaa, jolloin huonot puolet ohitetaan ja keskitytään sarjan hyviin puoliin.

Yks, sanotaan et mä jäin ihmetyt, ihmettelemään sitä, et ei ne koskaan tee ruokaa, niil on aina aikaa istua siellä kapakassa iltasin, mut taas tää on sentään ohjelma ja mä seison niin tanakasti maan päällä et mä ymmärrän et ei siit tulis mitään jos juostais kotiin laittaa ruokaa välissä [...] Et siin on niin paljon hyvii puolii niin mä en jää niitä huonoja sit miettimään, et sit koko ohjelman pitää olla huono et mä että mä tavallaan niinku ärsyynnyn. Ja katon jotain muuta kanavaa. (Nainen 43-v.)

Kyse on kontekstoivasta lukutavasta. Puutteita pohditaan suhteessa kontekstiin: koska kyse on tv-sarjasta, sen realismisuus ja realismisuuden vaatimukset ovat kytkeytyneitä tuotantoon ja genreen. (Ks. Valaskivi 1999, 85–95.)

Sarjan korostunut referentiaalisuus näyttää siis houkuttelevan tietynlaisia diskursiivisia fanikäytäntöjä: sanontojen ja lausahusten kierrätystä, keräilyä ja muuntelua. Diskursiiviset fanikäytännöt eivät ole kuitenkaan laajentuneet julkiseksi toiminnaksi esimerkiksi internetissä tai innostanut osallistumaan MTV3:n

kilpailuihin. Irrottelevaa tekstuaalista leikkittelyä harrastetaan pikemminkin omassa ystävien ja kavereiden muodostamassa piirissä.

Ally McBealista puhutaan rakennettuna sarjana, jonka eri elementtejä ruoditaan. Sarjaan kohdistuu kritiikkiä erityisesti liian toistuvien elementtien vuoksi. *Ally McBealin* kohdalla yksi nautinnon lähde tuntuukin olevan tietty yllätyksellisyys ja totuttujen genremuotojen rikkominen.

Fanien tapa viljellä sanontoja *Ally McBealista* on eräänlaista affektiivista leikkiä. Matthew Hills (2002, 91) korostaa affektin teoriassa faniuteen vahvasti liittyvää tekstin omimista, juuri minulle kuuluvan tunnetta. Hills peräänkuuluttaa affektin ymmärtämistä leikillisenä, mahdollisuutena tuottaa kulttuuria samalla kun on siihen kietoutunut. Tätä kulttuuria tuottavaa elementtiä ilmentää tekstin kierrätys ja kopiointi eri muodoissaan. Tulkitseen sarjan haltuunoton, matkimisen, toiston ja kierrätyksen konkreettisenä ilmauksena katsojuuden affektiivisesta ulottuvuudesta: sarja koskettaa, naurattaa ja tuottaa tekoja. Teot ovat yhtä aikaa omia ja kulttuurista ammennettuja. Tekstuaalisessa leikkittelyssä on kyse affektista: vaikutuksesta, joka tunnetaan, eletään ja ilmenetään.

4.4.3. Suojeltu katselu: affektiivisen nautinnon riskit

Kun *Ally McBeal* -sarjan heitot lentävät koulun käytävillä, sarjan katselutilanne voi olla hyvin intiimi ja yksityinen. Fanit kertovat katsovansa ohjelmaa mieluiten yksin ja rauhoittavansa tiistai-illat sarjaa varten. Nuoret kertoivat myös katsovansa *Ally McBealia* mieluiten omassa huoneessaan, mikä tuottaa sarjan katsomis-tilanteesta kaksikertaisen yksityisyyden tilaa (Silverstone 1994). Tätä yksityisyyden tilaa luodaan ja raivataan osana kodin piirissä käytävää katselun valtakamppailua. Kuten useat televisiotutkimukset osoittavat (Morley 1992; Gray 1997; Morley 2000) tv:n

katselu ilmentää perheen valtasuhteita ja tuo esiin perheen jäsenten arvoja ja asenteita. Brittiläisissä tutkimuksissa on osoitettu kuinka ydinperheen sisällä äidin valitsemat sarjat altistuvat vähätelylle, niitä pidetään typerinä ja turhanpäiväisinä, ja naiset itsekin saattavat toistaa tämän näkemyksen. Jotta he eivät altistuisi jatkuvalla paheksunnalle, katsomisennautintoa ammennetaan päivisin muiden naisten seurassa (Gray 1997, 243–244).¹³⁹

Valtasuhteet kodin seinien sisällä ovat moninaisia. Television katselussa esimerkiksi vanhempien ja lasten välinen suhde rakentuu usein kontrollin ja vapauksien välisen jännitteen ympärille (Morley 1992, 241–245). Nuorten katselua säätelevät vanhemmat, mutta myös halu luoda rajoja omalle yksityisyydelle. Televisionkatselu onkin paljastavaa: ohjelmien valinnat kertovat mausta ja arvostuksista, mutta varsinkin itse katsomistilanne tuo esiin tunteita ja haluja, joita ei välttämättä haluta kaikkien muiden kanssa jakaa. Tietyt teemat, kuten seksi, voivat olla kiusallista katseltavaa yhdessä muiden perheenjäsenten kanssa, mikä *Ally McBealin* tapauksessa tuli selkeästi esiin. Sarjan seksuaalisuutta käsittelevät teemat tekevät sarjasta nuorille vaikeaa katseltavaa perhepiirissä. Heistä monet kuvaavat haluavansa katsoa sarjaa yksin, ilman vanhempien läsnäoloa. Katselun aikana syntyneet reaktiot tuntuvat ikään kuin paljastavan liikaa myös omasta seksuaalisuudesta vanhemmille.

Siis sehän niinku kertoo aika häpeilemättömästi kaikesta että mä en esimerkiks meidän porukoitten kanssa halu sitä kattoo kun sitten kun mä rupeen siinä nauraa jollekin jutulle niin sit ne häkeltyy ihan täysin, että miten sä nyt tommosesta tiedät ja mitä sä tosta tiedät kaikkee tämmöstä. (Tyttö 15-v. K3.)

¹³⁹ Naistenlehtiä tutkinut Janice Winship (1987, 6) kuvaa myös tätä paheksuvan katseen valtaa. Winshipin mukaan naiset lainailevat omia hetkiä miesten hallitsemissa kulttuurissa kahvitauoilla, perhetapaamisissa ja naisten illoissa. Naisten on luotava oma kulttuurinsa, oma alueensa, missä heitä ei vaienneta tai pilkata.

Sarja vaatii näin suojautumista vanhempien katseelta ja vetäytymistä omaan yksityisyyteen.

Osa faneista kertoi katsovansa sarjaa äitinsä kanssa, mutta isän kanssa ei kukaan. Sarjaa seurattiinkin useimmiten yksin tai äidin ja sisarusten kanssa. Yksi haastateltavista kertoi katsovansa sarjaa eri huoneessa äitinsä kanssa, mutta he kommentoivat tapahtumia huutelemalla huoneesta toiseen.

Sarjan merkitys parisuhteen ja seksuaalisuuden kuvaajana nousi selvästi esiin haastatteluissa, ja se näytti olevan myös pojille ohjelma, jonka avulla voi pohtia naissuhteita, esimerkiksi omaa epävarmuutta suhteessa tyttöihin ja ratkoa tytön mysteeriä. Tosin aiheesta oli selvästi vaikea puhua ja nuoret punastelivat usein kun näihin teemoihin mentiin. Asia kuitattiin nopeasti muutamin lausein. Sarja kuitenkin viritti esiin seksuaalisuuden monimutkaisena aiheena, ja vaikka fanit eivät aiheesta pitkään puhuneet, haastatteluista oli aistittavissa, että juuri tämä teema askarrutti ja kiinnosti sarjan faneja.

Vanhempien haastateltavien keskuudessa sarjan katseluun liittyy nuoria selvemmin oman tilan luominen, mutta tällöin se liittyy pikemminkin häiriöttömään, rauhalliseen tilaan kuin suojautumiseen toisen katseelta. 43-vuotias nainen kertoo ilmoittaneensa ystävilleen ja siskolleen, ettei häntä saa häiritä, esimerkiksi soittaa, tiistai-iltaisina kun *Ally McBeal* tulee televisiosta. Hän kuvaa sarjaa ihanaksi suklaalevyksi, jonka tuottamaa nautintoa ei haluta pilata. Naisen sisko asuu Ruotsissa, missä *Ally McBealia* on esitetty pitempään kuin Suomessa ja nainen on kieltänyt ehdottomasti siskoaan nauhoittamasta hänelle Ruotsin jaksoja, jottei saisi tietää tulevista tapahtumista etukäteen.

Yksin katseleminen voi siis olla myös suuri nautinto. Naisten televisionkatsesta ja populaarikulttuurin kulutusta koskevissa tutkimuksissa tämä nautinto selittyy yleensä vastapainona kotitöille: saippuasarjojen katselu tai romanssikirjallisuuden lukeminen antaa hetken hengähdystauon perheen ja lastenhoidon keskellä (Gray 1987; Radway 1984). Tässä *Ally McBealin* katselu ei

kuitenkaan asetu vastapainoksi kotitöille vaan sarja on itsessään, sen tapahtumat, kerronta ja henkilöhahmot, odotettu nautinto. Naisten yksinäistä televisionkatselua tai populaarikulttuurin kulutusta (Gray 1987; Radway 1984; Jenkins 1992, 22) on tulkittu eristäytyneisyytenä vailla yhteisön tuottamaa poliittista potentiaalia. Janice Radway kirjoittaa (Radway 1984, 211–212), kuinka naisten romanssikirjojen lukeminen yksityisenä kokemuksena johtaa siihen, etteivät naiset jaa keskenään lukemisen tuottamia (patriarkaalisen järjestelmän) vastustuksen hetkiä. Naisten voimat yhdistyvät vain symbolisella tasolla, kun naiset lukevat kotonaan, yksityisen piirissä. Tämä oli erityistä Radwayn tutkiman, kulttuurisesti halveksitun romanssikirjallisuuden kulutuksessa.

Ally McBealin yksin katseleminen ei merkitse sitä, että koettu jäisi yksityisen piiriin: vaikka katselun aikana vetäydytään omaan yksityisyyteen, sarjan tapahtumista halutaan keskustella muiden kanssa. Sarjan julkisuus ja julkisuuden ajankohtaisuutta korostava luonne omalta osaltaan edesauttaa sitä, että yksin katselusta muodostuu myös jaettu kokemus. Keskustelut voivat puolestaan synnyttää vastustuksen hetkiä, mistä sarjan tulkinta feministisenä saattaa kertoa. Toisaalta myös mediajulkisuus asemoi tulkintoja ja omalta osaltaan voi vesittää vastustuksen potentiaalia.

Omistautuminen sarjan katselulle kertoo sen affektiivisesta merkityksestä. Sarjan katselu tuottaa nautintoja, joita halutaan vaalia omassa rauhassa, mutta se tuottaa myös reaktioita, liikuttamista, naurua, punastumista, joka halutaan pitää omana tietona, eikä altistaa muiden mahdollisesti pilkkaavalle katseelle. Sarjan fanit vaalivat tätä affektiivista ulottuvuutta järjestämällä aikataulujaan siten että voivat häiriöttä nauttia ohjelmasta. Nuorten kohdalla näytti keskeiseltä se, kuinka kodin teknologia on asunnossa järjestetty: onko heillä mahdollisuus vetäytyä oman yksityisyytensä piiriin sarjaa katsomaan.

Fanien kokemukset ja käytännöt ilmentävät affektin kulttuurista paikkaa. Sarjaan liittyvä tekstuaalinen leikittely kertoo sarjan voimasta, mutta humoristinen viitekehys ikään kuin etäännyttää

näennäisesti tunteiden merkitystä. Näin ollen tekstuaalinen leikkittely on sallittua ja mahdollista julkisen piirissä, koulun käytävillä. Sukupuolten, seksuaalisuuden ja julkisuuden rakentamaa valta-asetelmaa ilmentää se, että nimenomaan pojat voivat ”kokeilla” vitsien toimivuutta esimerkiksi polvitaivekutitteluna. Sen sijaan sarjaa katsottaessa liikutus ja nauru pidetään yksityisen piirissä, suojassa muiden katseilta. Fanien puhe yksityisen katselun tarjoamasta suojasta kuvaa affektin vaikeaa paikkaa: television virittämät tunteet ja myös itse tunnesuhde koetaan paljastavina ja toisinaan hävettävinä. Yksityisyys kertoo myös affektin nautinnosta, jota halutaan vaalia häiriöttä.

4.5. Me vihaamme Ally McBealia

Ally McBeal on ollut näkyvästi esillä julkisuudessa ja prime time-sarja se on saavuttanut aseman populaarijulkisuuden keskiössä. Kuten Stuart Hall (1992, 310) toteaa valta-asema kulttuurissa rakentuu keskustan ja marginaalin väliselle suhteelle. Valta-asema voikin tuottaa paitsi toiseutta, myös aktiivista alakulttuurista erottautumista ja tiedostavia marginaaliasemia. Tällaisena alakulttuurinen paikka on dynaamisessa suhteessa valta-asemaan, ei sen ulkopuolinen tai siitä riippumaton (Thornton 1996, 92–98). Populaarin logiikka voikin toimia juuri siten, että se aktivoi erottautumaan keskustasta ja antaa aineksia identiteetin rakentamiselle. Populaarijulkisuuden keskustaan paikantuneena ja tiettyä naiskuvaa julkisessa keskustelussa ilmentäneenä *Ally McBeal* onkin herättänyt vastareaktioita ja halua kyseenalaistaa sarjan asemaa julkisuudessa.

Ally McBealia käsittävät jutut ovat osaltaan korostaneet vastaan asettumista puhumalla sarjasta sellaisena, jota rakastetaan tai inhotaan. Ulkomaisissa lehdissä ja internet-julkaisuissa löytyy useita kolumneja, joissa pohditaan *Ally McBealia* sarjana, joka

jakaa katsojat kahteen leiriin (*Weekly Wire*¹⁴⁰, *Times*, *Q online*¹⁴¹). Jos *Ally McBealin* ympärille rakentunut fanikulttuuri näyttäytyi vaihmeana, niin anti-fanius tuntui innostavan monia ja herättävän julkista kiinnostusta. Sarjan vihaaminen nousi Suomessa otsikoihin keväällä 1999, kun *Radiomafian* toimittaja Paula Noronen perusti ”Me vihaamme Ally McBealia” kerhon, josta kerrottiin *Helsingin Sanomien Nyt*-liitteessä. Lehden mukaan kahdessa viikossa jäseniä on kertynyt 50. Norosen mukaan ”ihmisiä ärsyttää, että hyvin koulutettu lakinainen voi vieläkin olla niin epävarma. Eikö se kasvanut opiskeluaikana yhtään?”. Norosen perustamasta kerhosta kirjoitettiin pian myös muissa lehdissä sekä 28.3.1999 tv-ohjelma *Kaken Pesulassa*, jossa käsiteltiin nuorten naisten neuroottisuutta.

Puolesta–vastaan-asetelma innosti myös Alma Mediaan kuuluvaa *Aamulehteä* tarttumaan aiheeseen. *Aamulehden Allakka*-liite pyysi lukijoitaan 3.4. 1999 kirjoittamaan mielipiteensä *Ally McBealista* avaten julkista keskustelua myös katsojille. Lehti julkaisi näyttävän jutun kansiosikolla ”Ally McYök!”, jossa esiteltiin otteet kuuden katsojan mielipiteistä (*AL* 17.-24.4.1999). Allyn inhoavien viesteissä toistuivat jälleen julkisuudesta tuttu teemat: Allyn hahmon ulkonäkö ja siihen liittyvä anoreksia sekä epävarmuus. Tällä kertaa nämä yhdistyivät näkemykseen heikosta naiskuvasta.

Ally on anorektikko... hän ei varmaan ole uskaltanut kasvaa naiseksi vaan haluaa olla iloinen pikkutyttö... luultavasti omaa aika heikon itseluottamuksen. NO kaikesta loistaa läpi heikkous ja teennäisyys! Minulle Ally on yökkiä!!!!!! (AL12.)

Tässä vastakkainasettelussa keskeiselle sijalle nousi Allyn hahmoon liittyvä tyttöyden ja naiseuden välinen ristiriita. Mokailu, kaatuilu, pieni koko ja laihuus korostivat hahmon tyttömäisyyttä kun taas ura ja asema menestyvässä lakifirmassa, kokemus mies-

¹⁴⁰ http://weeklywire.com/ww/05-18-98/memphis_devil.html

¹⁴¹ March 3rd 2000.

suhteista sekä ikä edustivat aikuisuutta, naiseutta. Nämä ns. tyttömäiset elementit liitettiin kritisoijien puheessa epävarmuuteen ja kypsymättömyyteen. Sarjaa kritisoivat kaipasivat Allyn hahmoon enemmän aikuisuutta, vahvuutta, vastuuntuntoa ja rationaalisuutta. Irrationaalisuus ja höpsöys miellettiin ongelmallisiksi, koska ne ovat elementtejä, jotka ovat yleisesti liitetty naiseen ja myös hallitsevia median naiskuissa. Sarjan ihailijat puolestaan listasivat nämä elementit hahmoa ”inhimillistävinä”. Näyttää siltä, että Allya vihataan miltei samoista syistä kuin ihailaankin. Allya ihailevan kirjeessä kehutaan hahmon tavallisuutta ja eroa suhteessa *Baywatchin* Pamela Anderssoniin.

Calista on juuri oikea henkilö Allyn rooliin. Maantienväriset hiukset, melkein olemattomat rinnat... ei niin kuin nämä silikonit täyteen pumpatut Pamelat, joihin nuorten pitää samastua. Tavallinen nainen tavallisen naisen rooliin eli tule sellaisena kuin olet. (AL n 7)

Vastaavasti sarjaa inhoavan kirjeessä Allyn laihuus rinnastuu *Baywatchin* naiskuvaan yhtä luonnottomana.

Anorektinen riuku — myöskään vip/baywatchin silikonitissit eivät kiinnosta. Mihin ovat kadonneet kunnan naiselliset naiset, luonnollisuus kunniaan! (AL 3)

Vihaajien kirjeet olivat melko samantapaisia. Niissä todettiin muutamalla lauseella tai sanalla *Ally McBealin* vastenmielisyys, joka kohdistui lähinnä Allyn hahmoon. Sen sijaan sarjasta pitävien kirjeet olivat pitempiä ja niissä perusteltiin monin tavoin sarjan viehätystä esimerkiksi sarjan outouden ja epätavallisuuden vuoksi. Vihaajien kirjeissä ärsytys näyttää kohdistuvan nimenomaan sarjan naiskuvaan, mutta myös naiskuvan esittämiseen uutena ja suosittuna.

Ilmiöstä on tunnistettavissa vastareaktio populaariin ja pyrkiä erottautua valtavirrasta. *Ally McBealin* asemoituminen sarjaksi, jota ”kaikki katsovat” ja Allyn käsittely uutena naiskuvana

julkisuudessa on saanut aikaan myös halun protestoida tätä asetelmaa vastaan. Populaarin vastaisuus tai vastustamisen kulttuuri on yksi keskeinen tapa orientoitua tv-ohjelmiin, kuten Ien Angin tutkimus ”Watching Dallas” osoittaa (1985). Inhoaminen on yksi katselun nautinnoista: henkilöhahmojen kritisointi, vastustus ja heitä vastaan argumentointi voi olla hyvinkin aikaa vievää puuhaa, johon panostetaan paljon. Televisiotutkimuksen parissa inhoamista on käsitelty kuitenkin varsin vähän. Se on lähinnä noussut esiin merkityksentuotannossa, jossa löydetään tekstistä hallitsevaa ideologiaa vastustavia elementtejä eli ikään kuin asetutaan vastakarvaan yhdessä tekstin kanssa (Fiske 1987, 87–90; Ruoho 1993b; Ahonen & Rajalahti 1988). Janet Wasko (2001, 196) on kuitenkin Disneytä käsittävässä tutkimuksessa nostanut esiin Disneyn vastustajat yhtenä yleisöryhmänä.

Internet tarjoaa paitsi fanikulttuurin ohella inhoamisen kulttuurille foorumin, jossa voi tuoda esiin omia näkemyksiään. Inhoamisen kulttuuria internetissä selkeimmillään edustavat erilaiset anti-sivustot, joissa parjataan lähinnä populaarikulttuurin tähtiä. Anti-sivustot voivat olla, kuten fanisivustotkin innovatiivisia ja monipuolisia, sisältäen listauksia huonoimmista jaksoista, kohtauksista, lauluista jne. sekä kuvamanipuloinnin avulla toteutettuja pilakuvia. Tällaisina ne muistuttavat fanikulttuuria, ja rajanveto viha- ja fanisivuston välillä voi toisinaan olla vaikeaa. Vihasivuja voi tulkita myös fanien huumorin tuotoksina (ks. Laitinen 2001).

Vihaamisen kulttuurissa on yhtä lailla kyse affektiivisestä sensibiilitetistä kuin fanikulttuurissakin. Affektiivinen suhde media-kuvastoon kertoo identiteetin rakentumisesta: se on kiihkeää neuvottelua siitä, keitä haluamme olla, keitä emme.

Useat anti-sivustot ovat pelkkiä listauksia asioista, joista sivun tekijä ei pidä¹⁴². Joillakin sivuilla inhoamisen kulttuuri on kohdennettu toiminnaksi. Esimerkiksi sivulla *Who would you kill?*

¹⁴² Esimerkiksi <http://maddox.xmission.com/diarrhea.html> Tarkistettu 16.2.2004.

(Kenet sinä tappaisit?) voi valita eri tv-sarjojen, esimerkiksi Ally McBealin, henkilöistä sen, kenet tappaisi, ja kertoa muille lukijoille, miksi.¹⁴³ Norosen perustama Vihaamme Ally McBealia -kerho toimi myös netissä. Kerho järjesti muun muassa ”En näytä lainkaan Ally McBealilta” valokuvakilpailun, jota voi pitää mcbeal-ideologian vastakulttuurina ja tv-tähtien idealisoinnin parodiana. Tämäkin vastakulttuuri tosin syntyi julkisuuden kautta, radiotoimittajan organisoimana, lehtijulkisuuden siivittämänä ja vaati sarjan tunnettavuuden toimiakseen *vastakulttuurina*. Sarjan ympärille ei ole kuitenkaan muodostunut laajaa anti-sivustojen tuotantoa kuten esimerkiksi popmusiikin alueella Britney Spiersille, Madonnalle tai Spice Girlsille. Viha tai anti-sivustojen kulttuuri on jo sekin saanut vastustajansa, josta kertoo *I hate hate pages* -sivu (<http://www.wind.dk/highlight.006.html>).

4.6. Queer-katse Allyyn

Omaa alakulttuuriaan edustivat myös pääsääntöisesti internetissä toimivat fanfiction-ryhmät, joissa oli esimerkiksi Ally McBeal -hahmoista kertovia homoeroottisia slash-tarinoita¹⁴⁴. Nämä tarinat tulkitsevat tietoisesti toisin sarjan heteroseksuaalisen perusvireen ja haastavat julkisuudessa tuotettua tulkintaa. Sarjan lesbofaneja haastatellut Susan McKenna (2002) tarkastelee *Ally McBealia* kulttuurisena alueena, jonka naispuolisten hahmojen seksuaalinen leikkittely kantaa kulttuurista valuuttaa ja kokemusellista kaikua lesboyleisölle. McKenna tarkastelee erityisesti sarjaan rakennettua jakoa hyvän epäpoliittisen, kauniin, seikkailullisen lesbon (lesbian chic) ja pahan poliittisen, miehiä vihaavan, epämuodikkaan feministilesbon välillä.

¹⁴³ <http://www.whowouldyoukill.com/ally.html> Tarkistettu 16.2.2004.

¹⁴⁴ Esim. Elaine/Nelle <http://glimmershine/tripod.com>, <http://groups.yahoo.com/group/SlashFF/> Tarkistettu 17.2.2004.

Ally McBealista muodostui McKennan mukaan lesbokulttuurissa sarja, josta puhuttiin, johon viitattiin ja jota katsottiin jo senkin vuoksi, että pysyisi mukana keskusteluissa. Osalle McKennan haastateltavista sarjan katselu muodosti rituaalisen tapahtuman: sitä seurattiin yhdessä ystävien kanssa. Sarjan lesboutta käsitteleviä tai lesbosuhteisiin viittaavia kohtauksia sisältäviä jaksoja myös kierrätettiin yhteisön sisällä. Pitkät katseet ja kuumat suudelmat naisten välillä tuottivat haastateltavien puheessa sarjaan selkeän lesbotekstin, jonka tunnistamisesta muodostui katsomisen keskeinen nautinto. McKennan mukaan sarjan lesbofanit myös tunnustivat sarjaan rakennetun jaon hyvän ja pahan lesbon välillä, mutta myös kyseenalaistivat jaottelun tulkinnoissaan.

Omasta aineistostani ei löydy varsinaista queer-tulkintaa sarjasta, mutta seksuaalisuuden käsittely ja rajojen kokeilu on selkeästi yksi oleellinen viehätyksen lähde fanien keskuudessa. Suomalainen McBeal-julkisuus puolestaan asemoi *Ally McBealin* vahvasti heteroseksuaalisena sarjana, mutta sisälsi aineksia asetelman kyseenalaistamiseen. Voisiko lööpein mainostettua Allyn ja Lingin suudelmaa ajatella seksuaalisten raja-aitojen horjuttamisena? Itse näen, että juuri skandalisoiva tyyli korosti rajoja tuottaen teolle epätavallisuuden ja erilaisuuden leimaa. Myös lehtien haastattelussa kysymykset niin Flockhartille kuin Lingiä näytttelevälle Lucy Liullekin seksuaalisesta suuntautuneisuudesta ja mahdollisesta kiinnostuksesta samaa sukupuolta kohtaan toki nostivat esiin tämän mahdollisuuden, mutta vastausten myötä rajasivat sen pois (esim. *Anna* 4.12.2000). Kuvaavaa on, ettei sarjassa Nelleä näytttelevän Portia de Rossin henkilöhaastattelussa puututtu tähän kysymykseen. Tosin 26.2.2002 *Ilta-Sanomien* raportoi hänen avioliitostaan toisen naisen, Francescana Gregorinin kanssa. Portia de Rossin seksuaalisuus on kuitenkin ollut varsin vaiettu sarjan julkisuudessa.

Sarjaan liittyvät tulkinnat rakentuvat monien kontekstien kautta. Populaaritekstinä *Ally McBeal* on monikerroksinen ja mahdollistaa erilaisia risteäviä tulkintoja ja erilaisia käyttötapoja.

Me vihaamme *Ally McBealia* -kerho ja slash fanfiction edustavat aktiivista oman julkisuuden tuotantoa, joka on yleisemmin liitetty fanikulttuureihin. Esimerkiksi pyrkimys oman yhteisön luomiseen, omaan tuotantoon (omakustanteet, kotisivut, fanfiction) ja omien tulkintojen tuottamiseen ja levittämiseen ovat tällaista vaihtoehtojulkisuutta. Sen lähteet voivat tulla valtamedian piiristä, mutta aluetta ja tulkintoja laajennetaan faniyhteisöjen keskuudessa. Toisaalta Me vihaamme *Ally McBealia* -liikkeen vaihtoehtoisuus on suhteellista, sillä se syntyi median kautta, toimittajan organisoimana ja noudatti mediajulkisuuden logiikkaa, jossa asetuttiin joko *Ally McBealin* puolelle tai vastaan.

4.7. Sarja päättyy, fanius hiipuu

Fanien tulkinnoissa toistuvat monet julkisuuden teemat. Sarjalla on selkeä asema puheenaiheena. Sen katseluun liittyy ajankohtauus ja kertaluonteisuus. Sarjaa katsoessa halutaan pysyä mukana ajassa. Mediajulkisuuden voimakas koukuttaminen näyttää tässä mielessä onnistuneen: katsojat ovat hyvin perillä sarjan esitysajankohdista ja halukkaita katsomaan sarjaa, vaikkeivät sen vannoutuneita faneja olisikaan. Keskeistä katsomiskokemuksessa on sarjan juonenkulkujen ja tapahtumien merkitys, ei niinkään toisteinen katselu ja sarjan narratiivisen universumin tutkiskelu ja pohdinta.

Sarjan fanius näyttää olevan toiminnallisesti vähäistä, silti affektiivinen ulottuvuus on vahva. *Ally McBealiin* liittyvä fanius syntyykin katsojien omassa yksityisissä määrittelyissä, ei näkyvässä fanitoiminnassa. Mediajulkisuudessa faniutta kuitenkin pyritään tuottamaan sitouttamalla katsojia sarjan maailmaan erilaisin kilpailuin, roolihahmoesittelyin ja muotijutuun. Sarjan referentiaalisuus ja hahmojen asettuminen ideaaleiksi ovat elementtejä, jotka näkyvät fanikäytännöissä diskursiivisena tuotantona ja samastumisena.

Sarjan esilläolo populaarijulkisuudessa vaikuttaa siihen, kuinka sarjasta puhutaan, ja sellaiset teemat kuten sarjan naiskuva, feminismi ja anoreksia kuuluvat katsojien puheessa. Teemat eivät kuitenkaan toistu sellaisenaan vaan niitä tulkitaan myös vastoin mediajulkisuudessa tuotettuja näkökulmia.

Sarjan merkitys on vahvasti kytkeytynyt näkyvyyteen, sillä sarjan loppuessa myös fanius näyttää sammuvan, toisin kuin esimerkiksi *Xenan* tapauksessa.

Ally McBealin fanius on internetissä hiipunut selvästi sen jälkeen kun sarjan tuotanto päättyi keväällä 2003. Esimerkiksi TKTV:n keskustelufoorumi hiljeni tämän jälkeen. Arthur Tham lopetti sivuston ylläpitämisen vuonna 2001 mutta Yahoos keskusteluryhmissä on yhä kymmeniä toimivia *Ally McBealin* liittyviä ryhmiä. Näistä eniten jäseniä on uutisryhmässä (966), näyttelijöihin (100–370), ei niinkään itse sarjaan keskittyvissä ryhmissä sekä *Ally McBeal Literature Society* fanfiction -ryhmässä (366). Vuodesta 1998 toimineessa fanifiktiota kirjoittavassa ryhmässä tuotetaan erilaisia variaatioita sarjan jaksoista ja niitä arvioidaan vilkkaasti ryhmässä. Viestejä on lähetetty parhaimmillaan yli 3000 kuukaudessa (kesäkuu 2001). Myös tähän ryhmään sarjan päättyminen on vaikuttanut: toukokuun 2003 jälkeen viestien määrä on pikkuhiljaa laskenut alle sataan kuussa. Sarjan katsojaluvut laskivat viimeisen tuotantokauden aikana Yhdysvalloissa, eikä sarja yltänyt Suomessakaan enää nuorten (10–24) suosikiksi kevään 2002 jälkeen. Ykköspaikalle katsojatilastoissa oli noussut Sinkkuelämää.

Tavoitin kolme haastateltavaani uudelleen keväällä 2002 ja kysyin heiltä uudelleen suosikkisarjoistaan. Kukaan ei enää pitänyt *Ally* suosikkinaan. Yksi haastatelluista totesi lyhyesti, että ”*Ally McBeal* on vajonnut alas”.

4.8. Trendifanius – hetkessä kiinni

Jostein Gripsrudin (1999, 261) mukaan televisio hallitsee julkisuutta. Niin sanomalehdet, aikakauslehdet kuin kirjojen kustantaminen ovat suuntautuneet televisioon ja siellä esiintyviin ihmisiin. *Ally McBeal* on oiva esimerkki tällaisesta televisiojulkisuudesta. Parhaimmillaan fiktiiviset televisiosarjat voivat herättää keskustelua yksityisyyden piirissä olevista hyvinkin yhteiskunnallisista aiheista kuten syömishäiriöistä tai adoptiosta – julkistaa yksityistä. *Ally McBeal* -julkisuudessa sarjalla ja sen suosiolla on nähty olevan yhteys kolmekymppisen sinkun nykynaisen elämään ja myös vuosituhaten vaihteen individualistiseen elämäntapaan. Ehkä *Ally McBeal* -julkisuus tyylioppaineen on koskettanut kulttuurimme uudenlaista ikäyhtenäisyyden normia, jossa nuoruuteen liitettyjen ominaisuuksien arvostus voimistuu ja ne siirtyvät osaksi muitakin ikävaiheita. Tähän liittyy muun muassa identiteetin jatkuva rakentaminen ja määrittäminen. (Rantamaa 2001)

Yhtä lailla tv-keskustelu voi ohjata ja kaventaa fiktiivisestä sarjasta tehtäviä tulkintoja. *Ally McBealista* julkisuus on tuottanut sinkkuuden esimerkkiä ja skandaloivaa tähtikuvastoa, mikä on vaikuttanut myös sarjan tulkintoihin ja mielikuvaan sarjasta.

Populaarijulkisuutta on luonnehdittu sallivaksi ja integroivaksi, jolloin monet ristikkäiset näkökulmat ovat mahdollisia, mutta muutokseen tähtäävä diskurssi harvinaista (ks. Nieminen 2000, 190–197). *Ally McBeal* -hahmon ristiriitaisuus näytti vaativan jonkinlaista ratkaisua, pyrkimystä määritellä ja paikantaa *Ally McBealin* edustamaa naiseutta. Tätä määrittelyä tuotettiin *Ally McBeal* -julkisuudessa dualistisen vastakkainasettelun kautta, joka myös osin omaksuttiin katsojakunnassa – mutta vain osin.

Tabloid- ja naistenlehtien edustaman populaarijournalismin hyväksi puoleksi on nähty se, että se pystyy nopeasti tunnistamaan sosiaaliset puheenaiheet ja antamaan äänen tahoille, jotka harvemmin pääsevät julkisuuteen. Tapaus osoittaa kuitenkin, että

niin iltapäivä- kuin naistenlehdetkin ovat vahvasti tuottamassa ja markkinoimassa puheenaiheita. Ne muokkaavat, ohjaavat ja määrittävät aiheitaan. *Ally McBeal*-julkisuuden heteronormatiivisuus on esimerkki populaarin vallasta: se ei ainoastaan salli, se myös rajaa, syrjii ja sulkee pois.

Sarjan tulkinnoissa seksuaalisuus nousee keskeiseksi kiinnostuksen kohteeksi, ja tulkinnat noudattelevat osin julkisuuden heteronormatiivista logiikkaa. Uteliaisuus seksuaalisuutta kohtaan kuitenkin virittää esiin mahdollisuuden eri ulottuvuuksien pohdintaan – varsinkin kun sarja näitä tarjoilee. Kuten McKennan tutkimus osoitti, toisenlaiset tulkinnat ovat mahdollisia.

Mediajulkisuus on konstruoinut *Ally McBealin* yleisön ensisijaisesti naispuoliseksi, joka on toisaalta tunteissaan vahva ja toisaalta – varsinkin jos oletettu yleisö on nuorta – haavoittuva. Mediajulkisuuden luoma illuusio katsojien mielipiteen mukanaolosta jutuissa syntyi yleisistä väittämistä, joiden mukaan sarjaa ”vihataan” ja ”rakastetaan”. Väittämien suhde todellisiin katsojiin ei paikantunut, mutta ne loivat kuvitellun yleisön, johon kukin saattoi sarjan kautta liittyä. Vaikka todellisten katsojien tulkinnat noudattelivat osin julkisuuden agenda – kuten huomion kiinnittämistä ulkonäköön, Flockhartin laihuuteen tai naiskuvaan – tulkinnat myös kyseenalaistivat feminismiä ja uuden naisen vastakkainasettelun. Tulkinnoissa Allyn hahmon rinnalle nousi muitakin suosikkeja ja sarja osoittautui nuorten miesten kiinnostuksen kohteeksi, seikka, joka mediajulkisuudessa ohitettiin miltei tyystin.

Voimakas mediajulkisuus piti *Ally McBealia* puheenaiheena, mutta teki siitä samalla fanikulttuurin kannalta liian pitkälle määritellyn. *Ally McBeal* ei kerännyt yhteen merkittävää faniyhteisöä Suomessa. Yksi selitys tälle on se, että *Ally McBeal*-julkisuus uuvutti sarjan ihailijat ja tuotti siitä liian populaaria, jolloin sarja tuntui olevan jo valmiiksi merkityksellistetty pilaten intensiiviseen faniuteen liittyvän erikoistumisen mielihyvän. Prime time -tuotteena *Ally McBeal* oli helposti löydettävissä ja esillä, jolloin

keskusteluyhteisönkin löytäminen oli helppoa. Koululaisistakin osa luonnehti sarjaa trendisarjana, jota kuului katsoa. Näin ollen *Ally McBeal* -vastakulttuuri näytti tarjoavan otollisemman alueen erottautumiseen ja erikoistumiseen.

Sarjan julkisuus määrittääkin sarjan fanien kulttuurista asemaa. *Ally McBeal* -fanit asettuvat ajankohtaisuuden ja valtavirran piiriin, ja näin heidät voi mieltää trendikulttuurin kuluttajiksi ja tuntijoiksi. Fanius ei tässä asetu valtakulttuurin marginaaliin tai valtakulttuuria vastaan vaan noudattaa sen logiikkaa: valtajulkisuuden nostama kulttuurituote on ihailun ja kiinnostuksen kohteena. Tällä asemoitumisella on merkityksensä sillä samalla kun fanius mieltyy osaksi valtavirtaa, se asettuu myös osaksi tavallisuuden parjattua kategoriaa. *Ally McBeal* -fanius ei näytä kriittiseltä, poliittiselta tai muuten uhmakkaalta. Sen sijaan se muistuttaa perinteistä, feminiiniseksi ja konsumeristiseksi miellettyä populaarikulttuurista faniasemaa.

Sarjan fanius rakentui pitkälti affektiivisuuden ja sosiaalisuuden akseleilla. Faniuden käytännöissä sarja asemoitui tähän hetkeen ja myötäili media tuottamaa ajankohtaisuuden tuntua. Tämä kytkeytyi myös faniuden sosiaalisen ulottuvuuteen: sarjasta ammennettiin puheenaiheita, vitsejä ja letkauksia kouluissa ja työpaikoilla. Faniuden affektiivista ulottuvuutta ilmensivät yhtäältä julkinen tekstuaalinen leikittely ja toisaalta yksityinen intiimi katselukokemus. Tämä jako ilmentää laajemmin kulttuurin affektiivista paikkaa.

Suomessa *Ally McBeal* -fanius rakentuikin aikaan ja populaariuteen kytkeytyväksi trendifaniudeksi, joka hiipui sarjan hiipuessa. Faniuden ja katsojuuden raja oli *Ally McBealin* tapauksessa liukuva ja fanius näyttäytyi hyvin hetkellisenä. Faniuteen ei sitouduttu antaumuksella ja sen kohde oli varsin helppo hylätä sarjan päättyessä. Fanius ei kytkeydy tietyn yhteisön tuottamiin sosiaalisiin suhteisiin vaan kulkee ajankohtaisten virtausten mukana. Olisi kuitenkin väärin tuomita trendifanius merkityksettömän muotivirtauksen tuotoksena. Trendifanius kuvaa pinnassa

olevia populaareja ilmiöitä, joka puhuttelevat monin tavoin rakentuneella ajankohtaisuudellaan: puheenaiheina ne kytkevät yksilön sosiaaliseen ympäristöönsä ja sisältöjensä puolesta nostavat tietyt kysymykset keskusteluun. Trendifanius on tuotanto- ja mediajulkisuusvetoista, mutta sen kohteiden esittämiä näkökulmia tulkitaan monin tavoin – mukaillen ja vastustaen. Sarjat eivät kuitenkaan kiinnity pysyvästi tiettyihin kokemistapoihin, faniuksiin. *Ally McBeal* -fanius näyttäytyi 2000-luvun alussa trendifaniutena, mutta kahdenkymmenen vuoden kuluttua sarjan ympärille saatetaan muodostua nostalgista tai camp-henkistä kulttifaniutta, jonka nautinnon lähteenä ovat vaikkapa sarjan trikit, jotka tuolloin näyttäytyvät ihastuttavan kökköinä ja kömpelöinä.

5.

Kirjeitä Marco Bjurströmille: tähtifanius ja mediajulkisuus

Syksyllä 1997 käynnistyi MTV3 kanavalla musiikkivisailu *BumtsiBum*. Ensimmäinen lähetys keräsi 830 000 katsojaa ja syksyn aikana katsojaluvut nousivat tasaisesti. Marraskuussa ylittyi miljoonan katsojan raja. Julkinen huomio kiinnittyi ennen kaikkea ohjelman juontajaan, Marco Bjurströmiin, joka myös nousi yleisön suosioon. Bjurström oli kesällä esiintynyt MTV3:n *MeKastelijat* ohjelmassa ja saanut mainetta Svenska Teaternin menestyksekkään *Hype*-musikaalin koreografina, mutta *BumtsiBum* nosti hänet laajan yleisön tuntemaksi.

”Marcolta onnistuu kaikki” ennusti *Ilta-Sanomat* hymyilevä Bjurström kansikuvassa marraskuussa 1997. Vuodenvaihteessa Marco Bjurström voittikin ensimmäisen Venla-palkinnon ja helmikuussa *Katso*-lehden myöntämän Telvis-palkinnon Suomen suosituimpana miesesiintyjänä. Bjurström sai myös runsaasti ihailijapostia: hänelle lähetettiin satoja kirjeitä eri puolilta Suomea, eri-ikäisiltä ihmisiltä *BumtsiBumin* käynnistyttyä.

Toisin kun *Xenan* ja *Ally McBealin* kohdalla, en saanut yhtään kirjettä *BumtsiBumin* faneilta. Ohjelmalla ja erityisesti sen juontajalla Marco Bjurströmillä näytti kuitenkin lehtijuttujen perusteella olevan ihailijoita ja lehtijutuissa mainittiin hänen saavan runsaasti fanipostia (*Seura* 13.11.1998; *IS* 4.9.1999). Korkeat katsojaluvut ja menestys yleisöäänestyksissä tukivat tätä tulkintaa. Halusin ulottaa tutkimukseni *BumtsiBumiin* ensinnäkin siksi,

että kyseessä on musiikkiviihdeohjelma, jonka fanius oletettavasti rakentuisi hieman toisin kuin fiktiivisten sarjojen kohdalla. Näin ollen kolmas faniuden paikka tutkimuksessani ei määräytynyt minulle lähetetyistä kirjeistä vaan valitsin tarkoituksella, faniuksien kirjoja kartoittaakseni, kahdesta aiemmasta tapauksesta poikkeavan faniuden kohteen.

BumtsiBumin fanius keskittyy vahvasti ohjelman juontajan Marco Bjurströmin ympärille. Koska Bjurström esiintyy ohjelmassa omana itsenään, ei roolihahmona, fanius kytkeytyy hänen persoonaansa. Näin ollen Bjurström-faniudessa on samankaltaisia piirteitä kuin elokuvatähtiin liittyvässä faniudessa. Ihailun kohteena on tähti, jonka esiintymisfooromit vaihtuvat. Itse elokuvat tai ohjelmat eivät ole tärkeimpiä faniuden kohteita, mutta määrittävät sitä, millaisena tähti näyttäytyy ja millaiseksi hänen tähtikuvansa rakentuu.

Määrittelen Bjurström -faniuden tähtifaniudeksi, jossa ihailun kohteena on erilaisten mediatekstien kautta muodostuneen kuvaston tähti. Faniudelle keskeistä on tähden persoona, joka herättää innostusta ja ihailua. Bjurströmin tähtikuvaa määrittää vahvasti *BumtsiBum*-ohjelma, mutta tähteys laajenee myös muihin kuvastoihin. Keskeinen tähtikuvan tuottaja on mediajulkiisuus, joka Bjurströmin kohdalla on ollut mittavaa. Tähtikuvan kannalta julkisuudessa tuotettu tieto on rakennusainetta, joka tuottaa tähdestä tietynlaisen persoonan. Julkisuudessa tuotettu tieto myös kommentoi persoonan autenttisuutta, toisinaan sitä vahvistaen, toisinaan nakertaen.

Bjurströmin tähtikuvan rakentumista saattoi siis seurata mediajulkisuudessa, mutta Bjurströmin faniutta oli sen sijaan vaikea paikantaa: sitä ei ollut esillä internetissä, eikä ohjelmalla ollut fan clubia. Julkisuudessa oli kuitenkin mainittu Bjurströmin ihailijapostista, joten näin tässä mahdollisuuden tarkastella Bjurströmin faniutta pitkäaikaisen mutta melko vähän tutkitun fanimuodon kautta. Sain Bjurströmiltä tutkimukseni aineistoksi kaikkiaan

623 kirjettä, jotka oli lähetetty hänelle syksyn 1997 ja kesän 1999 välisenä aikana.

Kirjeaineistoja on käytetty tutkimuksissa valottamassa esimerkiksi menneisyyden arkea, historiallisia käännekohtia tai merkittävien taiteilijoiden elämää. (Bodenheimer 1994; Haavio & Koskimies 1994; Luoma 1995). Tutkijat ovat myös keränneet tutkimusaihettaan koskevia kirjeitä ihmisiltä ja analysoineet ilmiöitä kirjeiden kautta. Esimerkiksi Jackie Stacey (1994) on kerännyt 1940–50 -luvun Hollywood-tähteyttä koskevia muistelmia naiskatsojilta ja Helen Taylor *Tuulen viemää* -elokuvakokemuksen muistelmia. Richard Dyer (1986) on keräämänsä kirjeaineiston pohjalta analysoinut Judy Garlandin merkitystä homomiehille, ja Ien Ang (1985) puolestaan analysoi kirjeaineiston avulla televisiosarja *Dallasin* merkityksiä. Varsinaisia, suoraan idolille lähetettyjä fanikirjeitä on sen sijaan analysoitu vähemmän. Yksi tällainen on Dominique Pasquierin (1999; 1996) tutkimus ranskalaisen tv-sarjan *Hélène et les garçons* fanipostista. Suomessa Erkki Karvonen (1995) on tutkinut puolestaan televisiosarja *Kummelin* fanikirjeitä.

Kirjeiden käyttö tutkimuksessa ei ole ongelmatonta vaan siihen sisältyy useita eettisiä kysymyksiä: kenellä on oikeus lukea kirjeitä; kuinka paljon niiden sisällöstä voidaan paljastaa loukkaamatta henkilöiden yksityisyyttä? Olen saanut kirjeet käyttööni Marco Bjurströmiltä ja lupautunut noudattamaan tutkimuseettisiä ohjeita niiden käsittelyssä. Käytännössä se merkitsee sitä, että kirjeitä käsitellään luottamuksellisesti ja nimettömyyttä vaalien (Mäkelä 1987).¹⁴⁵ Tarkoituksena on suojella kirjeen kirjoittaneiden yksityisyyttä. Näin ollen en tuo esiin kirjoittajien nimiä tai mitään, mikä voisi paljastaa heidän henkilöllisyytensä. En myöskään liitä sitaatteja nimiin tai nimimerkkeihin.

Nimien poistaminen ei aina ole tarpeen, sillä kirjoittajien henkilöllisyys ei ilmene läheskään kaikista kirjeistä: valtaosa lähet-

¹⁴⁵ Arkaluontoisen aineiston käsittelystä ks. myös Juvonen 2002, 38–82.

täjäistä käyttää nimimerkkiä tai pelkkää etunimeä. Iso joukko fanikirjeistä on jo luonteeltaan avoimia: ne ovat kortteja tai piirroksia, osoitettu Bjurströmille ja ”kumppaneille”. Usein kirjeet sisältävät myös epävarmuuden siitä, kenelle ne lopulta päätyvät: Bjurströmille, tuotantoyhtiölle, avustajille vai roskikseen. Osa kirjeistä on kuitenkin hyvin yksityiskohtaisia ja intiimejä. Nämä kirjeet ovat tutkimuksen kannalta tärkeitä, koska kertovat idolin merkityksestä fanille, mutta samalla vaativat erityistä hienotunteisuutta tutkijalta. Olen päätenyt siihen, että käsittelen kirjeissä toistuvia, yleisiä elementtejä, jotka selvästi nousevat aineistosta esiin. En siis pyri jäljittämään kirjeiden kirjoittajien profiilia vaan pohdin, kuinka faniudesta ja tähteydestä puhutaan ja mitä merkityksiä siihen liitetään.

Fanikirjeiden lisäksi aineistonani on *Iltalehden* sekä *Ilta-Sanomien* Bjurströmiä ja *BumtsiBumia* käsittävät jutut 1997 syksystä vuoden 1999 syksyyn. Lisäksi mediatekstien tarkastelussa on mukana vuoden 2001 kevät. Näissä ajanjaksoissa on nähtävissä tietty muutos Bjurströmiä koskevassa uutisoinnissa. Vuosien 1997–1999 aikana Marco Bjurströmistä kirjoitettiin iltapäivälehdissä varsin paljon ja positiiviseen sävyyn. Vuoden 1999 aikana kirjoitusten sävy alkoi muuttua hieman kielteisemmäksi. Vuoden 2001 keväällä jutuissa käsiteltiin myös Bjurströmin seksuaalisuutta tavalla, jota voi luonnehtia tähden kannalta tunkeilevaksi.

Tarkastelen Bjurströmin julkisuuskuvaa ja faniutta monen kehyksen, fanikirjeiden, *BumtsiBum* -ohjelman ja mediajulkisuuden kautta. Tarkasteluni ei ole kuitenkaan tasaista ja kaiken kattavaa vaan keskeisiksi nousevat faniyleisön tuottamat merkitykset fanikirjeissään ja näiden suhde mediajulkisuuteen. Tavoitteena on avata mediajulkisuuden merkitystä fanien kirjoituksissa ja fani-tähti-suhteen rakentumisessa. Tämä näkökulma on jäänyt usein vähemmälle huomiolle tähteyden tutkimuksessa.

Fanikirjeet ovat tutkimukseni ensisijaista aineistoa, joiden kautta Bjurströmin julkisuuskuvaa ja mediajulkisuutta tarkastelen. Katsojien kirjeet kertovat siitä, millaisia merkityksiä ihmiset

Bjurströmiin liittävät, mikä tekee hänestä tärkeän. Kirjeet kertovat ihailijoiden arjesta ja unelmista, ja siitä kuinka he asemoivat itsensä faneiksi ja mitä faniuden kokemus merkitsee. Kirjeissä oleellista on kuitenkin se, kuinka kuva Bjurströmistä on rakentunut. Fanikirjeissä kuuluvat ne erilaiset kehykset, joiden kautta Bjurström on tullut yleisölleen tutuksi: lehtikirjoittelu, erilaiset yleisöesiintymiset sekä itse *BumtsiBum*-ohjelma. Tulkitseen mediajulkisuuden faniuden kartastona, jonka avulla faniutta voi toteuttaa. Julkisuus rakentaa tietynlaista kuvastoa Bjurströmistä – kuvastoa, joka asemoi Bjurströmin tähdeksi ja ideaaliksi.

5.1. Televisio ja tähteys

Tähtien, kuuluisuuksien ja julkkisten tutkimuksessa on pyritty hahmottamaan erilaisia verkostoja, joiden kautta näiden julkisuuskuvastot rakentuvat. Richard Dyer (1998/1979, 60) erottelee neljä keskeistä aluetta, joiden kautta elokuvatähtien julkisuuskuva rakentuu. Näitä ovat markkinointi, mediajulkisuus, elokuvat sekä erilaiset kritiikit ja kommentaarit. Eri alueiden väliset suhteet ja jännitteet vaikuttavat myös julkisuuskuvaan: esimerkiksi markkinoinnin tavoitteena on yleensä hallita julkisuuskuva ja pyrkiä vaikuttamaan myös lehdistöön. Lehdistön intresseissä voi puolestaan olla pyrkimys päästä markkinoinnin taakse.

Tähteyttä voidaan tarkastella myös symbolisen johtajuuden käsitteen kautta. Orrin Klappin (1964, 32–33) mukaan symbolinen johtaja on mediavälitteinen, emergentti löytö. Symbolisuus merkitsee sitä, että johtaja tai tähti ruumiillistaa jotain suurempaa asiaa tai arvoa. Hän koskettaa ihmisiä julkisuuskuvansa kautta, sen kautta millaista tyyliä, elämää tai asennetta hän tuntuu edustavan (mt., 23). Symboliseen johtajuuteen liittyy myös tietty epävarmuus – koskaan ei voi etukäteen tietää mitä ja miksi tietty tähti tulee symboloimaan juuri tiettyjä asioita tai arvoja. Tähteydessä tuotantoyhtiön ja tähden oman näkökulman lisäksi yleisöl-

tä tullut palaute vaikuttaa julkisuuskuvaan ja edesauttaa tiettyjen osa-alueiden painotusta julkisuuskuvaan. Tätä Klapp kutsuu dialektiseksi valinnanprosessiksi, joka voi olla vaivaton tai vaikea, riippuen siitä, kuinka yhteneväisiä yleisön ja tähden näkemykset ovat. (Mt., 32–39.)

Klapp on erotellut erilaisia symbolisen johtajuuden tyyppejä kuten sankari, lahjomaton, halun kohde, populaari konna, koominen hahmo ja populaari uhri (mt., 43–52). Tähteys sijoittuisi näistä jonnekin sankaruuden ja halun kohteen välimaille – tähtikuvan painotuksista riippuen. Sankaruuteen Klapp liittyy myös hyväntekijän roolin, joka esimerkiksi Bjurströmin kuvastossa näyttäytyy vahvana hänen puhuessaan kouluttajana positiivisen elämänasenteen puolesta.

Klappin näkökulma kytkeytyy kuitenkin ajatukseen sankaruuden surkastumisesta ja hyvien liberaalien arvojen rapautumisesta teollistumisen ja massatuotannon seurauksena. Hieman samansuuntaiseen näkemykseen viittaa Joshua Gamsonin käsitys julkiksista kulutushyödykkeinä, jotka eivät ole enää niinkään lahjakkuuden vuoksi esillä vaan kohun kautta tuotettuja (1994, 13–14). Richard Dyer korostaa sen sijaan tähteyttä ideologisena rakenteena, joka ilmentää erilaisia arvoja: tähteys voi esimerkiksi haastaa vallitsevia totuuksia ja käsityksiä sukupuolesta ja seksuaalisuudesta. Tähteys ruumiillistaa meille tärkeitä asioita, ja tähdis-ä kristallisoituvat tietyt ajassa olevat arvot ja kysymykset (1998, 2–3).

John Lennonin tähteyttä tutkinut Janne Mäkelä (2002, 49–50) puhuu tähtiverkosta (*starnet*), joka muodostuu neljästä alueesta. Ensimmäisenä on tähti elävänä persoonana julkisine esiintymisineen. Toisena on musiikkiteollisuuden markkinointistrategiat. Kolmantena alueena toimii mediajulkisuus, ja neljännen alueen muodostaa yleisö, joka lopulta tuottaa tähden – tätä kuluttamalla. Mäkelä toteaa, että tähtikuva rakentuu näiden kaikkien elementtien verkostosta ja tällaisina tähteä koskevat diskurssit myös toistuvat, kilpailevat ja törmäävät.

Tähtikuvaa lähellä on imagon¹⁴⁶ tai maineen käsite, jolla viitataan usein tuotettuun, tietoisesti luotuun julkisuuskuvaan. Esimerkiksi Boorstin (1962,197) ymmärtää maineen laskelmointuna kulissina, jota ihmiset eivät kulissiksi tunnista. Tähteyden tutkimuksessa on kuitenkin korostettu sitä, ettei kuvan takaa ole mahdollista löytää todellista, aitoa ydintä (Dyer 1986, 3) vaan tähteyks on aina ymmärrettävä mediateksteinä. Se on myös monien mediatekstien tuottamaa diskurssia, ei yksin esimerkiksi studioin tai tuotantoyhtiön tuottama ja hallitsema julkisuuskuva.

Itse korostan dyerilaista näkökulmaa tähteyteen, jolloin en pohdi niinkään tähteyden, imagon tai maineen suhdetta todellisuuteen vaan sitä, kuinka tähtikuvasto rakentuu ja mistä se kertoo. Tarkastelussa korostuu tähden ymmärtäminen identiteetinrakentumiselle keskeisiä arvoja ilmentävänä representaationa sekä näkemys tästä representaatiosta jatkuvana prosessina. Dyerin teoriassa yleisön merkitys jää lopulta turhan vähäiseksi, mutta monet teoreetikot ovat nostaneet yleisön merkitystä esiin korostaen tähteyden syntyä vuorovaikutuksena yleisön kanssa (Stacey 1994; Marshall 1997). Esiintyjän on puhuteltava yleisöä erityisellä tavalla noustakseen tähdeksi ja suhde yleisön reaktioihin, toiveisiin voi olla tähteydelle oleellista. Näin myös oma tarkasteluni korostaa yleisön merkitystä tähtikuvassa: ei ole lainkaan yhdentekevää kenen tähtenä loistaa.

Faniyleisö on siis mukana määrittämässä julkisuuden tai tähden julkisuuskuva. Aina tämä suhde ei ole toisiaan ruokkiva vaan se voi olla hyvinkin ristiriitainen, jos faniyleisö koetaan ”vääränlaisena”. Näin voi käydä silloin, jos fanius nähdään patologisena, romanssin korvikkeena tai lyhytaikaisena joukkohuumana (ks. Jensen 1992; Harrington & Bielby 1995, 101–102; Mäkelä 2002, 129). Faniyleisöön liitetyt mielikuvat yhdistyvät myös idoliin.¹⁴⁷ Se, kuinka tähti vastaa faniuteen, muodostuukin tärkeäksi.

¹⁴⁶ Imagon käsitteestä tarkemmin ks. Karvonen 1999a.

¹⁴⁷ Esimerkiksi Leonardo di Caprion julkisuuskuvaan on vaikuttanut pääosin nuorista tytöistä koostuva faniyleisö tuottaen di Capriosta romanttista sankaria

Tähti voi aktiivisesti tuottaa faniutta ja tukea sen eri muotoja tai vastustaa ympärilleen rakentuvaa fanikulttuuria. Esimerkiksi Marco Bjurström ei ole rohkaissut faniutta luomalla virallisia fanisivujaan internettiin, kuten monet julkisuudenhenkilöt tekevät. Hänellä ei myöskään ole virallista fan clubia, joten faniutta ohjaavia puitteita tähden taholta ei ole juuri rakennettu.

Tähteyteen liittyy arvaamattomuutta, jolloin tähtikuva ei välttämättä noudata esimerkiksi tuotantoyhtiöiden toiveita. Elokuvatähteyden merkityksiä 1900-luvun alun Yhdysvalloissa tutkineen Miriam Hansenin (1991, 248) mukaan arvaamattomuutta ovat tuottaneet niin tähden oma käytös kuin myös ihailijoiden liikehdintä, joka saattaa kulkea vastoin tuotantoyhtiöiden olettamia suuntia. Tällaisena momenttina Hansen näkee mykän elokuvan eksoottisena sankarina pidettyyn Rudolph Valentinoon kohdistuneen faniuden.

Televisiojuontajana ja iltapäivälehtien kasvona Bjurström on melko etäällä elokuvatutkimuksen käsittelemästä tähteydestä, joka yleensä kytkeytyy Hollywood-elokuviin ja -tuotantoon. Tähtitutkimuksessa on pohdittu jonkin verran elokuvatähteyden ja kuuluisuuden eroja. Esimerkiksi P. David Marshall määrittää kuuluisuuden (*celebrity*) kulttuuriteollisuuden ja yleisöjen diskursiivisesti tuottamaksi kun taas elokuvatähteydessä korostuvat persoonalliset ominaisuudet ja olemus. Näin ollen Marshall näkee tähden kuuluisuutta kapeampana, erityiskategoriana, joka viittaa tiettyyn funktioon julkisuudessa. (Marshall 1997, 7.) John Langer (1981, 353) näkee television korostavan persoonaa rakentamalla ohjelmat keskeisten henkilöiden ympärille, kuten *Bumtsi-Bum* Bjurströmin ympärille. Television kotoisuus ja toisteisuus

– kuvaa, johon tähti itse on haluton asettumaan. Melanie Nash ja Martti Lahti (1999) osoittavat, kuinka di Caprion tyttöfanit mielletään ongelmalliseksi idolin statukselle ja kuinka nämä asenteet tuottavat ”typerän teinitytön” leiman faneille, ei suinkaan merkittävän kuluttajaryhmän asemaa. Faniyleisön tietoisuus tästä on tehnyt di Caprio-faniuden kokemuksesta ristiriitaista.

vaikuttavat tähteyttä lähentävästi: tv-tähdet ovat enemmän tuttuja persoonia kuin etäisiä tähtiä (Langer 1981).

Eron tekoa on kritisoitu, sillä tähtitutkimuksen kautta voi paikantaa monia keskeisiä kysymyksiä erilaisten julkkisten käsittelyssä.¹⁴⁸ Näistä keskeisimpänä näen tähteyden/julkkiksen ymmärtämisen mediateksteinä, joilla on omat kontekstinsa. Richard Dyer (1986, 3) on todennut, että tähtikuva on aina intertekstuaalinen, monista medioista rakentunut, laaja. Eri aikoina tähtikuvaa voivat hallita hyvinkin erilaiset kuvastot. Se, millaisiin medioihin, aiheisiin, ihmisiin, uutisiin ja arvoihin tähti tai julkkis kulloinkin yhdistyy, vaikuttaa siihen millaiseksi me hänet miellämme. Televisioesiintyjälle oman ohjelman lisäksi merkittävä julkisuuskuvan muokkaaja on lehdistö, erityisesti iltapäivälehdet, naistenlehdet ja ns. juorulehdet kuten *7 päivää*. Ian Connellin (1991) mukaan populaarilehdistö ammentaa aiheensa usein juuri televisiosta ja kuvaa populaari- tai tabloid-lehdistön ja television suhdetta symbioottiseksi, josta kumpikin hyötyy (ks. myös Herkman 2005; Nikunen 2002).

Marco Bjurströmin julkisuuskuvassa yhdistyvät monenlaiset elementit. Bjurström paikantuu television tuottaman tuttuuden piiriin (Marshall 1997, 192). *BumtsiBumin* musiikillinen viitekehys ja tanssi vie hänen kuvastoaan lähelle iskelmäitähteyttä ja popidoliutta. Toisaalta mukana on elokuvatähteyden glamouria. Fanikäytännöissä toteutetaan elokuvatähteyden elementtejä: ihailun kohteena on Marco Bjurström omana itsenään ja fanit seuraavat häntä eri rooleissaan, pyytävät kuvallisia nimikirjoituksia ja lähettävät ihailijapostia. Toisin kuin *Xena*- ja *Ally McBeal*-faniudessa, ihailu ei keskity ohjelman sisälle, sen maailmaan vaan laajenee koskettamaan kaikkea Marco Bjurströmin esiintymisiä ja koko persoonaa. Hän on myös tv-julkkis, juontaja, jonkinlainen välittäjä ohjelman vieraiden ja katsojien välillä. Juontajana hän

¹⁴⁸ Katariina Kyrölä (2002) on soveltanut tähtitutkimusta analysoidessaan Linda Lampeniuksen ja Henry Saaren julkisuuskuvaa.

ilmentää yhtä tähteyden keskeistä piirrettä: hän on kuin kuka tahansa meistä ja kuitenkin erilainen, tähtikastia.¹⁴⁹

Bjurströmin nuori, trendikäs ja hymyilevä olemus näyttää olevan tarpeeksi populaari ja laaja miellyttääkseen niin nuoria kaupunkilaisia kuin maaseudun asukkaitakin. Toisaalta Bjurström on myös R&M Consulting Oy:n konsultti, joka esiintyy seminaareissa ja koulutustilaisuuksissa sadoille ihmisille. Hän ei ole vain esiintyjä vaan hänellä on sanoma ja tehtävä. Bjurströmiä voisikin tässä suhteessa verrata parantajaan, *heerokseen*. Yhdessä Ritva Enäkosken kanssa Bjurström luennoi positiivisesta elämänasenteesta eri yrityksille ja yhteisöille. Bjurström on tehnyt tunnetuksi positiivista ajatteluaan ns. naminami -iskulauseellaan, jota hän myös viljelee *BumtsiBum* -ohjelmassa.

Seuraavaksi tarkastelenkin *BumtsiBum* -ohjelmaa, jonka kautta Bjurström on valtaosalle faneista tullut tutuksi. Bjurströmin julkisuuskuvan rakentumisessa *BumtsiBumin* on eräänlainen primääriteksti, joka luo tulkinnoille reunaehdot. Ymmärtääkseen Bjurströmiin liittyvää faniutta, on tunnettava se konteksti, joka on pohjustanut hänen kuuluisuuttaan. Sekundaariteksteinä pidän erilaisia Bjurströmiä koskevia lehtikirjoituksia ja haastatteluja.

5.2. BumtsiBum ja estradiviihteen vaativa leikkimielisyys

Bjurströmin julkisuuskuva on pitkälti määrittynyt juuri musiikkiviihteen *BumtsiBumin*¹⁵⁰ kautta, jossa leikkimielisyys ja viihtyminen ovat keskeisiä elementtejä. Ohjelma perustuu erilaisten

¹⁴⁹ Tähtien on myös esitetty kuuluvan ontologisesti eri kategoriaan kuin ”tavallisten ihmisten”. Heidän jatkuva representoiminen poikkeuksellisina, superlatiivisina lopulta tuottaa käsityksen tähdistä ontologisesti poikkeuksellisina. (Morin Dye-rin mukaan 1998, 43.)

¹⁵⁰ *BumtsiBumin* ensimmäinen jakso esitettiin 13.9.1997 ja ohjelma päättyi 19.2.2005.

laulujen tunnistamiseen sanojen tai kuvien perusteella. Laulussa oleva lause on tunnistettava numerolla merkittyjen tai kuvilla varustettujen ruutujen takaa. Kilpailussa on mukana kaksi kolmehenkistä joukkuetta, joiden pianistit ovat ohjelman vakituisia esiintyjiä ja kaksi muuta vierailevia, tunnettuja laulajia. Juontaja toimii kilpailun tuomarina ja jakaa pisteitä tunnistamisen mukaan – toisinaan pisteitä saa myös hyvästä esityksestä. Kappaleen tunnistamisen lisäksi joukkueen on vastattava kappaleeseen liittyvään kysymykseen. Kilpailu on leikkimielistä ja pisteitä jaellaan usein varsin hövelisti. Perusideana on se, että joukkueiden kilpailijat innostuvat esiintymään.

Kilpailun ja leikkimielisyyden yhdistäminen ei ole ollut aivan ongelmatonta, sillä ohjelman alkuaikoina katsojapalautteessa toistuvasti valittiin pistejaosta ja kilpailu otettiin varsin vakavasti. Leikkimielisyyden vaikeutta kuvaa se, että Bjurström pisteitä jakaessaan saattaa kommentoida sanoin ”taas joku valittaa” tai ”ei pidä ottaa kilpailua liian vakavasti”. Esimerkiksi kysymys Suomen pisimmästä joesta, aiheutti runsaasti katsojapalautetta, sillä ohjelmassa annettu vastaus oli väärä. Bjurström viittaa tapahtumaan myöhemmin haastattelussa (Seura 13.11.1998) toivoen katsojilta leikkimielisempää otetta.

Ohjelman yleistä iloista ilmapiiriä korostavat värikäs lavastus, valot ja hymyilevä orkesteri. Ohjelma on selkeästi suunnattu suurelle yleisölle ja koko perheelle. Suurta yleisöä tavoitellaan sekä ohjelmassa esiintyvien menestyvien iskelmätahtien kautta että ohjelman sijoittamisella tutulle suuren yleisön ohjelmapaikalle. *BumtsiBumin* lähettäminen lauantai-iltana klo 19.30 (sittemmin 20.00) jatkaakin musiikkiviihteen televisioperinteitä. Esimerkiksi *Lauantaitanssit* lähetettiin 1970-luvulla klo 19.15.

Ohjelman formaatti *The Lyrics Board* on irlantilaisten Philip Kampffin ja Andres Ruanen luoma, ja siitä on versioitu muun muassa Ruotsin televisiossa (SVT) *Så ska det låta* -ohjelma. Vastaava ohjelma on ainakin Venäjällä, Tanskassa, Norjassa, Turkissa,

Virossa, Ranskassa ja Etelä-Afrikassa.¹⁵¹ Formaatin yhteydessä on kiinnostavaa pohtia, kuinka sama ohjelmamuoto on eri kulttuureissa kotoutettu, lokalisoitu. Suomessa *BumtsiBum* on istutettu lauantai-illan estradiviihteen kontekstiin, ikään kuin luonnollisesti jatkamaan vuosikymmenien perinnettä.¹⁵² Kotimaisten artistien osallistuminen sekä suomalaiset ja suomenkieliset kappaleet osaltaan korostavat ohjelman paikallisuutta. Katsojien kirjeissä ohjelman spontaanisuus, leikkimielisyys ja iloisuus sen sijaan asemoituvat globaaliin kontekstiin. Juuri nämä elementit mainitaan sellaisina, jotka suomalaisiltakin sujuvat. Toisin sanoen katsojat eivät ota annettuna, että ohjelman spontaanuutta vaativa muoto toimisi Suomessa:

*Arvaa mikä on viikon piristysruiske? No tietty BumtsiBum!
Tosi kiva kun Suomesta löytyy tommosia ihmisiä kuin sinä. Go for it!!*

Vielä kiitokset Sinulle pirteistä BumtsiBum juonnoista. Ihanaa vaihtelua näihin suomalaisiin tönkkösuolattuihin juontajiin.

Haluamme sydämistämme kiittää sinua erinomaisen hyvästä, raikkaasta, elämäniloisesta ja nautittavasta MTV3:ssa lauantaisin lähetetystä BumtsiBum-ohjelmasta [...] Jos meissä suomalaisissa ihmisissä olisi runsaasti Sinun lahjoillasi ja mielenlaadullasi rakennettuja ihmisiä – olisi elämä merkittävästi helpompaa meille jokaiselle.

¹⁵¹ Ohjelman nimenä on Venäjällä Dva Royaalya, Ranskassa Monte le son, Tanskassa Hit med sagen, Norjassa Beat for Beat, Turkissa Bir Sarki Söyle, Virossa Tähed Muusikas, Etelä- Afrikassa Liriekeraai ja Irlannissa Lyrics Board.

¹⁵² Televisiotuottajien puheessa estradiviihde on näyttäytynyt ohjelmana, jota tehdään kuvitteelliselle keskivertokatsojalle. Ohjelmantekijät eivät välttämättä identifioi itseään ohjelman kohdeyleisöksi, mikä tuottaa ristiriitaisen suhteen tekijöiden ja kokijoiden välille. Tämä audienssiloukku ilmeni Yleisradio viihdeohjelmien sukupuolikuvastoa käsittävässä raportissa (Nikunen et al 1996). *BumtsiBumin* saamat myönteiset arviot lehdistössä sekä korkeat katsojaluvut ja yleisöpalkinnot toimivat kuitenkin takeena ohjelman arvosta ja yhdistävät sitä laadun kategoriaan.

Näissä maininnoissa toistuu ajatus muusta maailmasta eksoottisen irrottelevana ja rentona ja Suomesta jäykkänä ja hiljaisena. Vastakkainasettelu ulkomaisen ja kotimaisen välillä näkyy myös siinä, että kansainvälistä formaattia pidetään sinänsä negatiivisena ilmiönä (mm. IS 29.10. 1997). *BumtsiBum* ei olekaan suomalainen keksintö vaan kopio ulkomailta.

Pelkkänä kysymysmerkkinä kyselen sinulta Marco, seurattuani ohjelmaa nimeltä "Så ska det låta" kanavalta 4, että oliko ensin muna vai kana? Po ohjelmat muistuttavat kovastikin toisiaan ja siksi kysymykseni – eihän sinun tosin tarvitse edes tunnustaa, jos asia on sinulle epämieluisen.

Sekä ulkomainen alkuperä että kopiointi ovat elementtejä joihin esimerkiksi televisiokritiikissä on kohdistettu runsaasti arvostelua (Elfving 2003). Ne ikään kuin laskevat ohjelman arvoa erityisenä, ainutlaatuisena ja omana. Formaatti on innostanut katsojia myös vertaamaan *BumtsiBumia* ruotsalaisversioon. Kenties tietoisuus kansainvälisestä formaatista osaltaan korostaa kansallisuuden merkitystä ja pistää pohtimaan, kuinka ohjelman spontaani ja iloinen luonne toimii suomalaisessa kulttuurissa.

Palautetta tulee erityisesti ruotsinkieliseltä yleisöltä, joka pääsääntöisesti kehuu suomalaista versiota paremman juontajan vuoksi. Kirjeissä todetaan usein, että Suomen *BumtsiBum* on ruotsalaista *Så ska det låta* -ohjelmaa parempi ja tarjoaa ”silmän ruokaa”, millä viitataan ilmeisesti ohjelman juontajien erilaisuuteen. Ruotsin *Så ska det låta* -ohjelmaa juontaa ilmeikäs viisikymppinen näyttelijä Peter Harryson. Niin suomalaisessa kuin ruotsalaisessakin versiossa ohjelman juontaja on erittäin suosittu, vaikka he ovat hyvin erilaisia. Iloista virettä korostavat suomalaisessa versiossa juontajan hymyilevät kasvot ja tanssahtelu, kun taas ruotsalaisen *Så ska det låta* -ohjelman juontajan esiintyminen on komediallista. Hän vitsailee kilpailijoiden kanssa, laulaa mukana ja käyttää juonnoissaan erilaisia hahmoja. Siinä missä ruotsalaiset kilpailijat hassuttelevat noustessaan estradille laulamaan,

suomalaiset tuntuvat esittävän kappaleet enemmän tosissaan. Lavastus ja kuvaus ovat näissä kahdessa versiossa hyvin samankaltaisia aina orkesterin esiintymistä myöten.

Tanskalainen Hanne Bruun (2004) korostaa, että globaalin formaatin onnistuminen kytkeytyy juuri siihen, kuinka sen kotouttamisessa otetaan huomioon lokaali konteksti, arvot ja odotukset.¹⁵³ Formaatin lokalisointi merkitsee elementtien muuttamista siten, että ohjelma koetaan läheiseksi. Esimerkiksi *BumtsiBumissa* arvailaan englanninkielisten lisäksi suomalaisia lauluja ja ruotsalaiseen versioon verrattuna laulut esitetään astetta vakavampina. Lokaalit piirteet tulevat esiin myös esiintyjien kanssakäymisessä ja tässä formaatilla on merkitystä: kuinka globaali muoto sallii lokaalin ilmaisuuden.¹⁵⁴ Esimerkiksi suomalaisen *BumtsiBumiin* on lisätty yleisön kuorolauluisuus, joka korostaa yhdessäolon tunnetta.

BumtsiBum -ohjelman rakenne korostaa Marco Bjurströmin roolia ohjelman keskipisteenä. Jokainen jakso käynnistyy tunnuskappaleella, jonka aikana kuvataan studioyleisöä, orkesteria sekä pianisteja. Tunnusmusiikin lopussa lavalle astuu Marco Bjurström, jolloin hänet asemoidaan ohjelman keskipisteeksi ja eteenpäin vieväksi voimaksi. Bjurströmin liikehdintä ja ulkoinen habitus ovat muuttuneet ohjelman historian aikana räiskyvämpään suuntaan: ensimmäisenä syksynä Bjurström esiintyi tummassa puvussa ja melko hillitysti. Pikkuhiljaa hän alkoi pukeutua näyttäviin, kullanvärisiin tai leopardikuvioisiin pukuihin sekä vaihtaa hiusten väriä ja tyyliä. Myös lantion keinutus, tanssi ja pyörähtely ovat lisääntyneet. Ensimmäisen syksyn jälkeen Bjurström ryhtyi rohkeammin viljelemään omia näkemyksiään positiivisuudesta ja

¹⁵³ Toisaalta kansainvälisen formaatin ristiriita lokaalin odotushorisontin kanssa voi tehdä ohjelmasta puhutun ja kiistellyn ja tällä tavoin suositun. Tämä näyttäisi pätevän moniin tosi-tv -sarjoihin (esimerkiksi *Miljonääri Jussi*, Nelonen 2004).

¹⁵⁴ Kansainvälistä formaattia globalisaation näkökulmasta on tutkinut muun muassa Alexander Nazarov (2003) selvittämällä *Haluatko miljonääriksi* -ohjelman tuotantoa ja vastaanottoa Venäjällä ja Tanskassa.

iloisuudesta yleisölle sekä heittämään ”naminami”-, ”pusipusi” - lausahduksia eri yhteyksiin.

BumtsiBum ohjelman hyödyntää tähteyttä, kuuluisia laulajia, jotka vierailevat ohjelmassa ja tuovat mukanaan kunkin jaksoon uuden intertekstuaalisen tason. Jokainen ohjelma muotoutuu sen mukaan, keitä vierailemassa sattuu olemaan. Ohjelmassa laulettavat laulut löytyvät usein osallistujien repertuaarista. Näin ohjelma houkuttelee sellaisiakin yleisöjä, jotka tavanomaisesti eivät *BumtsiBumin* tyyppistä viihdeohjelmaa seuraisi. Esimerkiksi keväällä 2002 *Salatut elämät* -sarjan näyttelijät vierailivat ohjelmassa, minkä seurauksena *BumtsiBumia* puitiin mm. *Demi*-lehden tv-keskusteluissa näyttelijä Sami Uotilan faniien kesken. Ohjelmassa on esiintynyt myös oopperalaulajia ja rockmuusikoita. Katsojien kirjeissä esitetään laulu- ja esiintyjätoiveita sekä kiitellään oman suosikin mukanaolosta *BumtsiBumissa*. On kiinnostavaa, että yksittäisiä lauluja, kuten *Kotkan ruusua*, *Autiotaloa* tai *Apinamiestä* toivotaan. Suosikkiesiintyjien lisäksi omien suosikkikappaleiden kuuleminen on ohjelman katsojille tärkeää. Musiikki puhuttelee erityisesti affektiivisen sensibiliateetin tasolla ja korostaa viihteen utooppista funktiota.¹⁵⁵ (Dyer 1992, 19). Perinteisistä musikaaleista ja musiikkiviihteestä poiketen (Feuer 1985, 52–63) *BumtsiBum* perustuu kuitenkin spontaaniuteen, ei harjoiteltuun esitykseen. Vuosien varrella tiettyä sujuvuutta on lisätty esimerkiksi korvaamalla käsimikrofonit kuulokemikrofoneilla.

Ohjelmassa on interaktiivisuutta korostavia elementtejä. Jokaisen jakson lopussa yleisönä olevan kuoron edustaja esittää kilpailijoille laularvoituksen ja lopuksi arvuutuksen kohteena ollut kappale lauletaan yhdessä. Sanoitus on tekstitettyinä ruudun alareunassa, joten katsojat kotona voivat yhtyä lauluun. Yhteyttä katsojiin tuotetaan myös puhuttelemalla katsojia suoraan – Bjur-

¹⁵⁵ Dyer (1992) on tarkastellut musikaalia esimerkkinä viihteen utooppisesta funktiosta. Energiaa, runsautta ja intensiteettiä sisältävänä representaatiomuotona se tarjoaa tunteen paremmasta. Utooppista funktiota käsitellään tarkemmin alaluvussa 5.5.

ström kehottaa heitä laulamaan mukana, tanssimaan. Vaikka katsojat eivät varsinaisesti voi vaikuttaa ohjelman sisältöön, ohjelmassa luodaan tunne yhteisestä tilasta, jossa voi laulaa mukana.

5.3. Mediajulkisuus tähtikuvastoa tuottamassa

Marco Bjurström on ollut pian *BumtsiBumin* käynnistymisen jälkeen näkyvästi esillä suomalaisessa mediajulkisuudessa. Bjurströmin julkisuudelle on ominaista se, että jutut ovat isoja ja näyttäviä, eivät suinkaan pieniä palasia siellä täällä lehtien juorupalstoilla. Marco Bjurströmiä käsittelevistä lehtijutuista näkyvimpiä ovat laajat henkilöhaastattelut, joita sekä *Iltalehti* että *Ilta-Sanomien* ovat tehneet useita syksystä 1997 syksyyn 1999. Aluksi henkilöhaastatteluiden aiheet kytkeytyivät *BumtsiBum*-ohjelmaan ja Bjurströmin suosioon. Sittemmin jutuissa on käsitelty tarkemmin Bjurströmin persoonaa, harrastuksia, ajatuksia ja työtä positiivisuuskouluttajana. Bjurström on ollut erityisen suosittu kansikuvahahmona. Miltei aina kun lehdessä on juttu Bjurströmistä, sitä mainostetaan kuvan kera kannessa. Bjurström on saanut kuvittaa myös muita aiheita, joissa hänet tai *BumtsiBum* vain mainitaan. Esimerkiksi tv-ohjelmien formaatteja (*IS* 20.9.1997) ja koskettelua (*IS* 21.3.1998) käsittävien juttujen yhteydessä Bjurströmin kuva koristaa lehden kantta. Mediajulkisuuden tiivein vaihe kestää syksystä 1997 aina vuoden 1998 loppuun saakka, mutta tämänkään jälkeen Bjurström ei katoa julkisuudesta. Keväällä 1999 juttuja on iltapäivälehdissä aiempaa harvemmin, mutta Bjurström pysyy lehtien vakiohahmona: *Iltalehti* julkaisi kymmenen häntä koskevaa juttua kevään 2001 aikana.

BumtsiBumia ei markkinoitu erityisen voimakkaasti ohjelman käynnistyessä 1997, tosin Alma Mediaan kuuluva MTV3 pystyi hyödyntämään oman konsernin *Iltalehteä*. Lehti mainosti koko sivun ilmoituksella *BumtsiBumia* aloituspäivänä. Ohjelmasta

oli lisäksi kaksi ennakkojuttua Bjurströmin kuvan kera sekä *Iltalehdessä* että *Ilta-Sanomissa*. Ennakkojutuissa haastateltiin Bjurströmiä ja hänet nostettiin näin ohjelman keskushenkilöksi. Ohjelman katsojaluvut olivat alusta lähtien korkeat ja miljoonan katsojan raja rikkoutui marraskuussa 1997. Samassa kuussa *Iltalehdessä* (29.11.) oli aukeaman juttu *BumtsiBum*-ilmiöstä ja kannessa kerrottiin, kuinka Marco Bjurström joutui ”julkisuus-rumbaan”. Alusta lähtien huomio keskittyi nimenomaan juontajaan, Bjurströmiin eikä esimerkiksi pianisteihin, Esa Niemiseen tai Seppo Hoviin.

Ilta-Sanomien käsitteli *BumtsiBumia* syksyn aikana *Iltalehteä* näkyvämmiin, tosin muiden ohjelmien yhteydessä. Ensimmäinen iso kansijuttu Bjurströmistä ilmestyi *Ilta-Sanomissa* marraskuussa (samana päivänä kuin *Iltalehdessäkin* 29.11.) otsikolla ”Marcolta onnistuu kaikki!” Itse juttu on otsikoltaan ”Herra täydellinen?” ja juttu pohtii kuinka Bjurströmistä tuli ”yltiöpositiivinen”. Juttu korostaa Bjurströmin elämän helppoutta ja jatkuvia onnistumisia siinä määrin, että teksti on tulkittavissa ironiseksi: ”Ammattitanssiminen kävi mahdottomaksi, mutta Bjurström käänsi sen voitokseen. Hyvänen aika, totta kai.” Juttu korostaa samalla Bjurströmin poikkeuksellisuutta, koska hän on tehnyt rohkeita valintoja niistä kärsimättä: esimerkiksi aloittanut tanssimisen 12-vuotiaana poikana. Juttu painottaa Bjurströmin roolia nimenomaan positiivisuus-kouluttajana, ei niinkään televisioesiintyjänä.

Samaan aikaan ilmestynyt *Iltalehti* (29.11.1997) kertoo niinkin ikään Bjurströmin vaiheista positiivisuuskouluttajaksi. Aukeaman jutussa käsitellään Bjurströmin näkemyksiä sosiaalisista suhteista työelämässä, konflikteista, johtajuudesta ja peloista. Juttu kuvaa Bjurströmin asiantuntijaksi ja menestyjäksi. Jutun yhteydessä on faktalaatikko Bjurströmin perhesuhteista, harrastuksista ja saavutuksista työelämässä.

Positiivisuuskoulutusta tuotiin esiin jälleen muutama kuukausi myöhemmin. *Ilta-Sanomien* julkaisi 25.2.1998 kolmen kuvan kehystämän jutun Bjurströmin ja Ritva Enäkosken koulutus-

tilaisuudesta otsikolla ”Joustoa polviin, käskee Marco Bjurström”. Juttu rakentuu lähes kokonaan Bjurströmin sitaateista: ”... ja kädet eteenpäin ja käsien ja lantion yhteisliike eteen ja naminami-nami ja pusipusi.”

Positiivista elämänasennetta korostaa myös syksyllä 1998 *Iltalehdessä* julkaistu kahden aukeaman juttu otsikolla ”Elämän täytyy olla naminami” (IS 3.10.1998). Juttu asemoi edellä mainittujen juttujen tapaan Bjurströmin asiantuntijaksi, jolla on erityinen sanoma ihmisille. Hänet kuvataan menestyneeksi monella tasolla: kuuden laudaturin ylioppilaana, Suomen suosituimpana televisio-tähtenä, tekijänä, jolla on monta rautaa tulella. Bjurströmistä rakennetaan poikkeusyksilöä, jolle ”kaikki on helppoa”. Hänen poikkeuksellisuutensa määritellään heti jutun alussa vertaamalla Bjurströmiä valoilmioon, jota ei niin vain pysty selittämään. Poikkeuksellisuutta korostaa lehtijutun rakenne: pääjutun yhteydessä on kolme kainalojuttua, joissa haastatellaan hänen yhtiökumppaniaan, entistä historianopettajaansa sekä Bjurströmin aikaista teatterikoulun rehtoria. Juttutyyppejä noudatetaan kuuluisuuksista kertovien juttujen ja dokumenttien muotoa, joissa läheiset ja tuttavat muistelevat poikkeusyksilön lapsuutta ja lahjakkuudesta paljastavia piirteitä. Tässäkin jutussa haastateltavat kuvaavat Bjurströmiä aurinkoiseksi, monipuolisesti lahjakkaaksi, älykkääksi ja luovaksi persoonaksi.

Bjurströmin tähtikuvaan kytkeytyy vahvasti onnistuminen ja onnellisuus. Onnistuminen kytkeytyy menestykseen työssä ja jo nuorena koulussa, onnellisuus liittyy tasapainoa ja rentoutta korostavaan elämänasenteeseen. Positiivinen elämänasenne muotoutuukin hallitsevaksi elementiksi Bjurströmin julkisuuskuvas-sa. Koulutustilaisuuksista, lantion keinuttamisesta, naminami ja pusipusi-sloganeista kertovia lehtijuttuja täydentää Bjurströmin esiintyminen *BumtsiBumissa*, iloisuutta, spontaaniutta korostavassa viihteen kehyksessä. Bjurströmin naminami-sanat tulevat yleisölle tutuksi niin *BumtsiBumin* kuin mediajulkisuudenkin kautta. Ensimmäisissä *BumtsiBum*-ohjelmissä hän käyttää nami-

nami-sanontaa säästeliäästi mutta 1998 keväällä jo runsaammin. Positiivisuuden saarnaajan titteli pysyy tiukasti Bjurströmillä ja vielä syksyllä 1999 *Iltä-Sanomien* liitteessä hän saa kertoa, mistä naminamissa oikein on kysymys.

Mediajulkisuus asemoi Bjurströmin myös muodin, tyylin ja hyvän käytöksen kehyksiin. Jutut käsittelevät miesten pukeutumista (*IS* 14.2.1998), kohteliaisuutta (*IL* 17.2.2001), kotia ja sisustamista (*IS* 16.4.1998, *IL* 3.3.2001), koskettelua (*IL* 21.3.1998) ja terveitä elämäntapoja (*IL* 10.3.2001). Bjurströmiä koskeva kirjoittelu on ollut varsin positiivista. Hän on esiintynyt lehdissä ”Suomen suosituimpana” (*IS* 3.10.1998) ja ”kansansuosikkina” (*IS* 16.4.1998).

Juttujen kuvituksena on pääsääntöisesti lähikuva tai puolilähikuva hymyilevästä, suoraan kameraan katsovasta Bjurströmistä. Silloin harvoin kun Bjurström ei hymyile, hän katsoo sivulle, ikään kuin mietteissään. Suora katsekontakti lukijaan ja poseeraukset muistuttavat pin-up -kuvastoista. Toistuva, jatkuva hymy korostaa edelleen Bjurströmin ja positiivisuuden liitosta.

Bjurströmiä koskevaa positiivista julkisuuskuvaa ei voi kuitenkaan tulkita yksinomaan myönteiseksi. Kirjoittelusta on tunnistettavissa ironiaa, piikittelyä ja tähtijulkisuuteen liitettyä (Connell 1991, 252) kateuspuhetta. Tämä ilmenee esimerkiksi otsikossa, jossa hymyileviä kasvoja säestää sitaatti ”Mä tienaan ihan hirveästi” (*IS* 4.9 1999). Otsikko korostaa näin oman menestyksen kehumista ja asettuu vastakkain vaatimattomuuden ideaalin kanssa. Onnistumista ja positiivisuutta kuvaavissa jutuissa myös epäilään positiivisuuden aitoutta ja toisaalta kyseenalaistetaan Bjurströmin kyky auttaa masentuneita, koska hän on itse saavuttanut menestyksen helposti. Näin ollen tähteyden rakennusaineena idealisoinnin rinnalla kulkee myös tähteyden kyseenalaistaminen ja epäily. Bjurströmin asemaa ihailtuna pohditaan julkisuudessa monin tavoin. Kadehditun asemaa näyttää vakiinnuttavan se, että hänestä voidaan julkaista juttu, jonka nimenomainen aihe

on kateus. *Iltalehti* (23.10.1999) kirjoitti Bjurströmistä kahden aukeaman jutun otsikolla ”Mies, joka muuttaa monet vihreiksi”.

Bjurströmin seksuaalinen suuntautuneisuus on muutamaan otteeseen esillä vuonna 1998 Matti-Esko Hytösen kolumneissa, joissa hän viittaa Bjurströmiin homoseksuaalina ja rakentaa Bjurströmistä ja iskelmälaulaja Jari Sillanpäästä paria. Seksuaalisuuden käsittely nousee laajemmin julkisuuteen keväällä 2001, ja käsittelen sitä myöhemmin tässä luvussa.

5.4. Fanikirjeistä piirtyvä fanius

Median tuottama julkisuuskuva on läsnä Bjurströmille lähetetyissä fanikirjeissä, jotka käyvät eräänlaista vuoropuhelua media-bjurströmin kanssa. Kirjeissä onkin kiinnostavaa se, kuinka vähän niissä kommentoidaan itse BumtsiBum -ohjelmaa. Kirjeet viittaavat enemmän muihin mediateksteihin, lehtijuttuihin ja haastatteluihin, jotka toimivat eräänlaisena faniuden kartastona. Nämä sekundaaritekstit ovat tärkeitä faniuden käytännöissä ja niiden kautta päästään tavallaan lähemmäksi idolin ”siviilielämää”, kulissien taakse.

Fanikirjeet ovat pääasiassa Bjurströmille lähetettyjä kirjeitä ja kortteja. Joukossa on kymmenkunta sähköpostiviestiä ja muutama faksi. Kirjeistä ja korteista 102 koskee lähinnä *BumtsiBum*-ohjelman vieraita tai pistelaskua. Yhteensä 623 kirjeestä suoranaisia haukkumakirjeitä on vain 7. Osa kirjeistä ja korteista sisältää ohjelmakritiikkiä, jossa Bjurströmin juontoa tai pukeutumista arvostellaan, mutta näiden kirjeiden perussävy on kuitenkin kannustava, joten en ole niitä luokitellut haukkumakirjeiksi. Aineisto on siis varsin perinteistä fanimateriaalia, vaikka kirjoittajien fanikäytännöt liittyvät myös uuteen mediaan. Kirjeissä mainitaan usein internet ja *BumtsiBumin* kotisivut tiedonhankinnan välineenä. Kirjeistä valtaosa on eri-ikäisiltä naispuolisilta ihailijoilta, mutta joukossa on kirjeitä myös miehiltä.



Marco Bjurström juontamassa BumtsiBumia. Lähde: MTV3.

Olen luokitellut kirjeet aiheiden mukaan Bjurströmille osoitettuihin onnitteluihin ja kiitoksiin (149), *Bumtsibum*-toiveisiin ja kommentteihin (102), Marcon persoonaa ja fanisuhdetta käsitteleviin kirjeisiin (278), avustuspyyntöihin (13) ja haukkuihin (7). Olen lisäksi erotellut omaksi ryhmäkseen lasten lähettämät kirjeet, jotka ovat lähinnä piirroksia (74). Onnittelut ja kiitokset olen edelleen jaotellut joulu-, pääsiäis-, kesälomatoivotuksiin sekä syntymäpäivä- ja palkinto-onnitteluihin. Näiden lisäksi oman ryhmän muodostavat yleiset kiitokset, esimerkiksi kortti, jossa lukee *Kaikkea hyvää Marco! Toivoo Ihalijasi*. Marcon persoonaa ja faniutta käsittelevien kirjeitten joukosta olen erotellut edelleen Marcoa kuvailevat kirjeet (46), faniutta ja suhdetta Bjurströmiin painottavat kirjeet (177), Jari Sillanpää -faneilta tulleet kirjeet (14) sekä kirjeet, joissa ymmärrys mediasuhteesta asettuu kyseenalaiseksi (41). Viimeksi mainittuun ryhmään kuuluu muutaman tiiviisti Bjurströmille kirjoittavan henkilön kirjeet, joissa ei asemoiduta faneiksi vaan kirjeet puhuttelevat Bjurströmiä läheisenä ystävänä ja sisältävät intiimiä yksinpuhelua. Kirjeissä on oletus suhteen vuorovaikutteisuudesta ja läheisestä luonteesta. Sisällön puolesta keskityn Marcon persoonaa ja fanisuhdetta käsitteviin kirjeisiin (46 + 177).

Jaottelut ovat syntyneet aineiston ohjaamana, ja perusajatuksenani on ollut lukea kirjeitä sen perusteella mitä ne voivat fani-tähtisuhteesta kertoa. Näin ollen en ole pyrkinytkään jaottelemaan kirjeitä esimerkiksi lähettäjiensä ominaisuuksien kuten sukupuolen, iän tai kotipaikkakunnan mukaan. Tämä ei olisi mahdollistakaan, sillä tiedot puuttuvat useista kirjeistä. Jaotteluni ei myöskään ole ehdotonta sikäli, että yksi kirje saattaa sisältää aineksia monista kategorioista: esimerkiksi Marcoa luonnehtiva kirje voi samalla sisältää syntymäpäiväonnittelut ja pohdintaa kirjoittajan roolista fanina. Jaotteluni on väline, jonka avulla järjestän aineistoa, siis lähtökohta analyysilleni.

Fanikulttuurille tyypillisesti kirjeissä on käytetty runsaasti innovatiivisuutta, mikä ilmentää faniuden affektiivisuutta. Kirjeet

sisältävät paljon piirroksia, kuvia ja värejä, joilla tuotetaan lisäarvoa tavalliseen kirjeeseen. Monet kirjeistä ovat vaatineet paljon työtä ja vaivaa. Niistä pyritään luomaan omintakeisia ja persoonallisia esimerkiksi asemoimalla teksti kiemurtelevaksi. Osa viesteistä on runomuodossa tai lauluina. Kirjeiden personointia voisi rinnastaa internetin fanikäytäntöihin, joissa esimerkiksi viestin allekirjoituksiin ja nimimerkkeihin yhdistellään idoliin liittyviä elementtejä (Laukkanen 2003, 59–61).

Faniuden käytäntöihin liittyvää askartelua esimerkiksi leikekirjojen tekemistä, nettisivujen luomista, oman huoneen seinien koristelua julistein voi nimetä julkilausutuksi (fanipuhe, juoruilu, hiustyyli, vaatetus, rintanapit) ja tekstuaaliseksi (tekstit ja kuvat) tuotannollisuudeksi (Fiske 1992a). Fanikirje on varsin perinteinen, pitkäaikainen faniuden käytäntö. Esimerkiksi Samantha Barbas (2002) kertoo yhdysvaltalaisen fanien kirjoittaneen elokuvatähdille ja filmiyhtiöille jo vuonna 1908. Fanikirjeen vakiintuneisuutta kuvaa se, että sadoissa kirjeissä toistuvat samankaltaiset elementit. Ranskalaisen nuorten tv-sarjan fanikirjeitä tutkineen Dominique Pasquierin (1999) aineistosta löytyy selkeitä yhteneväisyyksiä Bjurströmin kirjeisiin: useimmissa kirjeissä pyydetään signeerattua valokuvaa, osoitetaan ihailua ja rakkautta piirroksin ja kuvin. Kirjoittajilla näyttää olevan selkeä käsitys siitä, millainen fanikirje on muodoltaan ja mitä elementtejä siihen voi liittää.

Kaikki kirjoittajista eivät suinkaan nimeä itseään faneiksi eikä heitä voikaan ongelmattomasti määritellä faneiksi. Kynään on kenties tartuttu vain kerran ja lähetetty kiitokset mukavasta ohjelmasta, jolloin kirjoittaja ei identifioitu faniksi vaan pikemmin katsojaksi. Useissa kirjeissä kuitenkin neuvotellaan faniudesta monin tavoin ja asemoidaan itseä suhteessa muihin faneihin ja idoliin. Oleellista onkin, millaisena fanius näissä kirjeissä näytetään ja millaisena se ymmärretään. Toisaalta jo pelkkä kirjeen kirjoittaminen tv-tähdelle on joidenkin määritelmien mukaan osoitus faniudesta. Tällöin ihailu on laajentunut tv:n katselun

ulkopuolelle ja siihen on tullut mukaan muita käytäntöjä. (Harrington & Bielby 1995, 12.)

Fani-aseman omaksuminen merkitsee kuitenkin tietyn, Jenkinsin sanoin (1992, 23) alisteisen, aseman omaksumista. Faniuteen liitetyt käsitykset patologisuudesta, alttiudesta manipulointiin, hulluudesta ja massasta kuuluvat myös fanikirjeissä. Kirjoittajat ovat varsin tietoisia näistä stereotyyppioista ja pyrkivät irrottautumaan niistä. Kirjeissä vakuutetaan, ”etten ole mikään hullu fani” ja noustaan ikään kuin faniuden ulkopuolelle ymmärtämällä Bjurströmiä, joka saattaa rasittua liiallisten ihailijoiden piirityksestä ja kenties kaipaa omaa rauhaa. Kirjeissä rakentuu faniuden stereotypia, joka kuitenkin murenee omassa kokemuksessa. Kirjeet puhuvat tietynlaisesta fanista, jota kukaan ei koe edustavansa: Hullu fani on aina joku muu. Näin kierrätetään mediarepresentaatioissa, 1960- ja 1970-lukujen *Katsoissa* ja *Seuroissakin*, viljeltyä kulttuurista muistia faniudesta. Näissä representaatioissa fanius artikuloidaan yhteen hulluuden kanssa ja asemoituu toiseksi.

Tulkintani mukaan fanina oleminen merkitseekin ristiriitaista asemaa: samalla kun kirjoittaja nimeää itsensä faniksi, hän joutuu ottamaan faniuteen etäisyyttä. Kirjeet kertovat siitä, kuinka fani tuntee olevansa ”vain yksi tuhansista”. Tietoisuutta fanin ongelmallisesta asemasta kuvaa oman kirjeen vähättely. Kirjeissä sanotaan, että ”saat varmasti satoja kirjeitä päivittäin”, ”hukut ihailijapostiin” ja kiitellään, jos Bjurström ehtii lukea kirjeen loppuun.

Näin kirjeet rakentavat tähteydestä etäistä. Tähti on kaukana ja yksin. Etäisyyttä korostavat tähden poikkeuksellisuus ja ainutlaatuisuus – hänen kaltaistaan ei ole toista. Tähti asettuu etäälle faneista, jotka puolestaan ovat anonyymeja suuren massan keskellä, joukossa, jossa ovat monet muutkin. Tätä asetelmaa tuotetaan myös lehtijutuissa, joissa kerrotaan Bjurströmin saamasta ihailijapostista. Ihailijapostia ei koskaan tule vain yksi tai kaksi kirjettä vaan kasoittain tai tulvimalla. Näin ihailijapostia lähettävät fanit asemoituvat osaksi tulvaa, joka vyöryy tähden posti-

luukusta, tähden yksityisyyteen. Monet fanit kokevat olevansa tavallaan tunkeilijoita ja pyytävät anteeksi, että vievät kirjeellään tähden aikaa. He haluavat sanoa jotain idolilleen, mutta samanaikaisesti toivoa idolilta kunnioitusta, jota fanina oleminen selkeästi uhkaa.¹⁵⁶ Kirjeiden vakavuutta pyritään keventämään huumorilla ja vitsailuilla.

Faniuden häpeästä kertoo myös salailu. Fanit toivovat, että Bjurström kirjoittaisi takaisin, muttei pistäisi nimeä kuoreen, ettei fanius paljastuisi esimerkiksi muille perheenjäsenille, erityisesti vanhemmille. Faniuden häpeä ja faniuden stereotypiat kirjeissä kytkeytyvät yksinäiseen faniuteen. Vaikka kirjeet asemoivat fanit osaksi suurta joukkoa, tässä joukossa he ovat anonyymeja ja yksin. Tähden yksinäisyys liittyy taas ainutlaatuisuuden ja poikkeuksellisuuden tuomaan asemaan.

Bjurströmin kirjeistä kuuluu kuitenkin faniyhteisön kaipuu. Kirjoittajat kyselevät suoraan, onko Bjurströmillä *fan clubia*, johon voisi liittyä tai ihmettelevät miksei sellaista ole. Tulkitsen tämän siten, että kirjoittajat toivovat voivansa jakaa faniuttaan muiden kanssa ja virallisen yhteisön puuttuessa useilla onkin paras ystävä, jonka kanssa faniutta toteutetaan yhdessä esimerkiksi keräilemällä kuvia, kehittämällä lauluja tai *BumtsiBum*-tansseja. Kirjeistä piirtyy halu jakaa affektiivinen suhde muiden kanssa ja tavallaan se jaetaan kuvitteellisen fanijoukon kanssa.

Kirjeissä kerrotaan televisio-ohjelmiin liittyvälle faniudelle tyyppillisistä fanikäytännöistä. *Xena*-fanien tavoin *BumtsiBum*-fanit nauhoittavat ja katselevat ohjelmaa yhä uudestaan. Osa faneista nauhoittaa muutkin Marco Bjurströmin esiintymiset, esimerkiksi haastattelut ja katselee niitä toistuvasti. Bjurströmin faniuteen näyttääkin liittyvän toiston tuottama nautinto, jota *Ally McBealin* kohdalla ei juuri ilmennyt. *BumtsiBum* ei ohjelmana sisällä juonellista kerrontaa, vaikkakin kappaleiden tunnistaminen on

¹⁵⁶ Kuten aiemmin mainittiin vastaava ristiriitainen asema on tullut esiin mm. Leonardo di Caprion tyttöfanien kohdalla ja liittyy myös yleisemmin faniuteen ja populaarikulttuurin yleisöihin (ks. mm. Ang 1985; Jensen 1992).

yksi ohjelman keskeinen elementti. Kappaleiden arvaaminen ja paljastuminen eivät näytä kuitenkaan relevantilta faniuden rakentumisessa vaan pikemminkin ohjelman tunnelman kokeminen ja sen maailmaan sukeltaminen.

Bjurströmin tähtikuva on toistuvan tarkastelun alainen. Fanit katselevat esiintymisiä, keräilevät ja lukevat lehtihaastatteluja aina uudestaan. Tulkintani mukaan tämä tuo tähteä fania lähemmäksi, vie hänen maailmaansa ja toisaalta toistuvalla lukemisella ja katselulla tähtikuvaa täydennetään jatkuvasti ja etsitään uusia ennen huomaamatta jääneitä elementtejä. Tässä mielessä Bjurströmin faniudessa on samankaltaisia piirteitä kuin *Xena*-faniudessa, mutta sen sijaan että kiinnostus olisi kohdistunut itse ohjelmaan, *BumtsiBumiin*, jatkuvan ammennuksen kohde onkin itse Marco Bjurström todellisena henkilönä. Bjurströmin faneilla ei myöskään ole tiivistä faniyhteisöä vaan faniutta toteutetaan yksin tai läheisen ystävän kanssa, mikä puolestaan muistuttaa *Ally McBeal*-faniudesta.

Bjurströmin fanius yhdistyy kirjeissä myös toisen suomalaisjulkiksen, Jari Sillanpään faniuteen. Bjurström esiintyi Sillanpään fan clubin lehdessä vieras-palstalla syksyllä 1997 ja tästä monet kirjoittajista saivat sekä osoitteen että kimmokkeen kirjoittaa Bjurströmille. Sillanpään fanit tietävät myös, että Bjurström on tehnyt koreografioita idolinsa esityksiin ja yhteisprojekti *Aspects of Love* Seinäjoen kaupunginteatterissa mainitaan useissa kirjeissä. Bjurströmin kautta lähetetään myös kirjeitä ja terveisiä Sillanpäälle. Miesten julkisuuskuvat limittyvät sikälikin, että Sillanpää on ollut mukana *BumtsiBum*-ohjelmassa. Julkisuudessa Sillanpää ja Bjurström on yhdistetty toisiinsa myös seurustelevana parina, mutta tähän viitataan vain yhdessä kirjeessä.

Muutamissa kirjeissä tyttöystävyykset ovat jakaneet idolit keskenään: toinen ihailee Sillanpäää, toinen Bjurströmiä. Bjurström ikään kuin samastetaan Sillanpäähän tai päinvastoin, osin yhteisten projektien kautta, osin mediakuvastojen kautta. Sillanpään

fanasenteessa on julkisuudessa korostunut avoimuus ja positiivisuus – samanlaiset elementit, joita Bjurströmiin yhdistetään.

5.4.1. *Median rytmissä*

Kuuluisuuksien saamaa ihailijapostia kuvataan helposti tasaisena virtana, joka tulvii postiluukusta. Fanikirjeistä on kuitenkin erottavista tietyt ajat, jolloin tähteä lähestytään erityisen herkästi. Bjurströmiin ja *BumtsiBumiin* liittyvät seikat ovat innostaneet kirjoittajaa tarttumaan kynään: tietty esiintyjä *BumtsiBumissa*, *Step up* -ryhmän esiintyminen, positiivisuuskurssit jne. Ennen kaikkea kuitenkin julkisuus, erilaiset lehtijutut ja esiintymiset antavat kimmokkeen kirjoittaa. Bjurströmiä käsittävässä lehtijutussa kerrotaan paljon yksityiskohtaista tietoa, jota fanit hyödyntävät. Mediajulkisuus on alusta lähtien ollut positiivista ja asemoinnut Bjurströmin positiivisuuden asiantuntijaksi. Monet kirjeistä ovatkin vastauksia tai vuoropuhelua lehtihaastattelujen kanssa. Kirjeissä kietoutuvat yhteen mediatekstien rakentama kuva Marco Bjurströmistä ja ne elementit, joita fani idoliinsa tuo. Kirjeissä viitataan suoraan lehtihaastatteluihin: *Olen varmaan lkenut 85 prosenttia sun haastatteluista; olen nauhoittanut nämä kaikki tv-esiintymisesi (haastattelut).*

Fanikirjeet myötäilevät mediajulkisuutta, jolla on omat syklinsä. Tämä sykli on sidoksissa esimerkiksi television syys- ja kevätkausiin, uusien ohjelmien syntyyn ja vanhojen paluuseen. Televisiokirjoittelussa juuri uuden kauden alkaminen ja siitä kirjoittelu on näkyvää ja keino markkinoida ja herättää mielenkiintoa esimerkiksi saman mediakonsernin tv-ohjelmia kohtaan (Nikunen 2002; Herkman 2005). Arkea rytmittävät juhlapyhät, lomakaudet ja yleiset kansalaisuuden käytännöt kytkeytyvät kirjoitteluun: millaisen kesäloman julkkis viettää, kuinka työt ovat alkaneet tai millaiset veromätkyt on tulossa. Näillä jutuilla luodaan yhteyttä tavallisen kansalaisen ja julkkiksen välille. Samalla

tuotetaan tietynlaista käsitystä ja normia elämäkulusta ja siitä mitä hyvään elämään tulisi sisältyä: joulunviettoa, työntekoa, uusi asunto jne.¹⁵⁷ Lehdet sisältävät lisäksi terndijuttuja, jotka kertovat uusista ilmiöistä, suosikeista ja puheenaiheista, jolloin nämä jutut toimivat myös suosiota ja puheenaihetta uusintaen.

Mediajulkisuus luo faneille kartaston, jonka mukaan tähteä, idolia lähestytään. Se antaa ainekset, joista rakentaa idolikuvaa ja kimmokkeen toteuttaa faniutta. Kuten Madonna-faneja tutkinut Lisa Lewis (1990, 156) toteaa, tiedon keruu on keskeinen keino rakentaa fani-identiteettiä, itseluottamusta ja tekstuaalista auktoriteettia. Yksityiskohdat tähden yksityisestä ja ammatillisesta elämästä kerätään lehtijutuista, fanilehdistä tai/ja muilta faneilta. Tätä tiedonhankintaa voi tarkastella alakulttuurisen pääoman käsitteen kautta, jolloin se toimii erottautumisen keinona ja oman paikan vahvistamisena (Fiske 1992a, ks. myös Thornton 1996). Tällä pääomalla onkin merkitystä toisaalta fani-identiteetin vahvistajana, mutta se toimii myös samastumisprosessin aineksena, mihin palaan hieman myöhemmin.

Kirjeissä pääomaa esitellään kertomalla idolista yksityiskohdaisia tietoja. *Olet horoskoopissa kaksonen, niin minäkin.* Pääomaa käytetään kommentoimalla lehtihaastatteluja ja ikään kuin osallistumalla keskusteluun. Pääomaa pyritään kartuttamaan esittämällä kirjeissä monenlaisia kysymyksiä esimerkiksi horoskoopimerkistä, mieliruoosta, toiveista ja unelmista. *Mikä on sun lempielokuva? Millainen musa saa sut liikkeeseen?* Tulkitsen fanien puheet ohjelmien nauhoittamisesta ja haastattelujen ”osaamisesta ulkoa” osoituksena perehtyneisyydestä, hyvästä faniudesta.

Fanit saattavat onnitella Marcoa uudesta asunnosta, josta he lukivat *Ilta-Sanomista* (IS 16.4.1998) tai kommentoida hänen esiintymistään Huoneistokeskuksen mainoksessa. Useissa kirjeissä toivotetaan Bjurströmille hyvää Intian matkaa: Matkasta kerrottiin muun muassa *Iltalehdessä* 29.11.1997.

¹⁵⁷ Tätä normittamista on pohtinut myös Leena-Maija Rossi (2003) mainoskuvien yhteydessä.

Bjurströmin haastatteluihin vastataan kommentoimalla Bjurströmin puheita ja kertomalla omista näkemyksistä – esimerkiksi siitä, mikä on oman elämän naminami. Kirjeissä ilmaistaan samanmielisyyttä Bjurströmin kanssa esimerkiksi tupakanpolton vaaroista. Bjurströmin tupakoimattomuus mainittiin muun muassa *Iltalehden* mittavassa henkilökuvassa 3.10.1998.

Etäisyys fanin ja tähden välillä kurotaan kiinni tällaisella läheisellä jutustelulla ja kirjeissä fanit kertovat myös paljon itsestään ja elämästään. Mediajulkisuuden tuottama arjen rytmitys ja tähtien kiinnittäminen elämänsäkuuluun myötäilee fanien tapaa ottaa tähdet osaksi arkeaan. Fanit muistavat Bjurströmiä erityisesti jouluna, pääsiäisenä, kesäloman alkaessa, syntymäpäivänä sekä silloin kun hän on voittanut palkintoja, kuten Venlan tai Telviksen. Näin idoli on osa sitä ystävien ja sukulaisten muodostamaa ihmisryhmää, jota muutenkin muistetaan.

5.4.2. *Samastuminen puheeseen*

Fanien kirjeet kertovat paitsi tähden merkityksestä faneille, myös fanin ja tähden suhteesta ja siihen liittyvistä samastumiskäytännöistä. Bjurströmin fanikirjeissä on tunnistettavissa monia samastumisen käytäntöjä aivan kuten *Ally McBeal* -fanien puheessakin. Siinä missä Ally-fanit usein samastuivat samaan sukupuoleen, Bjurströmin fanikirjeiden kohdalla samastumiskohteena on vastakkaisen sukupuolen edustaja. Tässä tapauksessa käytännöissä korostuu elämänsenteeseen ja arvoihin, ei niinkään ulkoiseen olemukseen samastuminen.

Jackie Stacey (1994, 29) on tuonut esiin samastumisen ja halun kietoutuminen yhteen fani-tähti suhteessa. Stacey osoittaa, että tähän prosessiin voi liittyä myös homoeroottista halua. Bjurströmin kirjeissä on kiinnostavaa toisaalta se, että pääosin naispuoliset ihailijat samastuvat vahvasti Bjurströmiin. Kirjeissä

tuotetaan sekä yhtäläisyyttä että eroja suhteessa idoliin, mikä on keskeistä neuvottelussa fanien ja tähden välillä (mt., 128).

Staceyn erottelussa identifkatoriset fantasiat liittyvät tähden ja fanin identiteettien väliseen suhteeseen, identifkatoriset käytännöt puolestaan niihin muutoksiin – esimerkiksi pukeutumisessa, joita katsojat tekevät idolisuhteen seurauksena (1991,149; 1994).¹⁵⁸ Kirjeet käsittävät koko joukon identiteettiin liittyvää neuvottelua. Fanit etsivät sekä samuutta että eroa Bjurströmistä. Yhtäläisyydet voivat liittyä ulkoiseen olemukseen, perheeseen, elämänvaiheisiin, mieltymyksiin ja ennen kaikkea elämäntarkasteluun. Kirjeissä saatetaan listata samankaltaisuuksia: eronneet vanhemmat, pikkuveli, ratsastus, tupakoimattomuus, samanväriset hiukset, silmät, lempiväri, syntymäpäivä, iloinen luonne. Kuten aiemmin todettiin, näiden ominaisuuksien listaaminen perustuu erilaisiin lehtijuttuihin, joiden avulla on muodostettu käsitys siitä millainen identiteetti Bjurströmillä on. Näin ollen median välittämä tieto, se mikä kerrotaan ja mistä vaietaan, muodostuu keskeiseksi myös identifikaatioprosessin kannalta.

Staceyn esittämät samastumisen käytännöt kuten matkiminen tai ulkonäön kopiointi kuuluvat Bjurströmin kirjeistä. Kirjeissä kerrotaan erilaisista asioista, joihin Bjurström on fanejaan inspiroinut kuten tanssimaan, ostamaan värikkäämpiä vaatteita, venyttelemään ja ajattelemaan elämää positiivisemmin.

Faniuteen liittyvää imitointia ja matkimista voidaan tarkastella performatiivisena kuluttamisena (Hills 2002, 158–171). Imitoinnissa kyse ei ole vain idolin jäljentämisestä vaan siitä, että idoli toimii välineenä, jonka avulla voi tuoda esiin omaa persoonaa. Voidaan puhua kehoon kirjoittamisesta, kulttiruumiista. Se ilmentää yhtä aikaa tiedostamatonta, epä-refleksiivistä fanihalua ja itse-reflektiivistä fani-identiteettiä (mt., 167). Kyse on siis alkujaan vaikeasti selitettävissä olevasta innostuksesta, joka tuottaa varsin tietoisista identiteettityötä. Tätä identiteettityötä on monin

¹⁵⁸ Näitä käytäntöjä on tarkasteltu myös faniuteen liittyvänä tuotannollisuutena ks. Fiske 1992a sekä Karvonen 1995.

tavoin käsitteellistetty fanitutkimuksessa esimerkiksi John Fiskin aiemmin mainittuna tuotannollisuutena ja alakulttuurisena pääomana. Oleellista on nähdä tämän tuotannollisuuden yhteys identiteettityöhön, jota faniudessa tehdään konkreettisesti omalla ruumiilla. Esimerkiksi *Xena*-faniudessa pukeutuminen fanitapah-tumiin tai erilaisten taistelulajien opiskelu ovat tällaista perfor-matiivista kuluttamista. *Ally McBeal*-faniudessa muotivaatteiden, hius- ja puhetyyliä omaksuminen puolestaan lukeutuvat tähän identiteettityöhön.

Vaatteillaan ja tyylillään leikittelevä Bjurström liikkuu alueella, joka on mielletty naisten maailmaksi. Näin ollen Bjurström voi näyttäytyä läheisenä, tuttuna naispuolisille faneilleen – hahmona, joka jakaa myös heidän tiedon alueitaan. Tätä korostaa varmasti myös Bjurströmin positiivisuuspuhe, joka niin ikään kytkeytyy naisille ominaisiksi miellettyihin ihmissuhdetaitoihin.

Bjurströmin tapauksessa voisikin puhua retorisesta identi-fikaatiosta – ei burkelaisittain (ks. Karvonen 1999, 266–267) yhteisöä, me-henkeä luovana vaan samastumisena puhetapaan ja sen kantamiin arvoihin ja asenteisiin. Bjurströmin kirjeissä yksi keskeinen samastumiskäytäntö koskee puhetapaa, jonka fanit ovat ottaneet käyttöönsä ja muokanneet edelleen. Fanit vastaa-vat Bjurströmin diskurssiin tuottamalla itsekin sekä naminami-huudahduksia että positiivisuuspuhetta. He kirjoittavat runoja, antavat neuvoja kuinka jaksaa eteenpäin ja muistuttavat, että kannattaa hymyillä.

Bjurströmin imitointi ei olekaan ulkoista matkimista vaan tietyn diskurssin omaksumista. Naispuoliset fanit imitoivat en-nen kaikkea Bjurströmin puhetta, viljelevät naminami-sanontaa ja omaksuvat laajemmin Bjurströmin elämäkatsomuksen, posi-tiivisen asenteen. Toisaalta fani–tähti-suhteessa keskeinen samas-tuminen, erojen ja samuuksien neuvottelu tapahtuu monella alueella.

Kuten *Ally McBealin* tapauksessa jo tuli ilmi, yksi keskeinen identifikaattorinen fantasia, jota Stacey ei omassa tutkimuksessaan

mainitse, kytkeytyy koettuun henkiseen samankaltaisuuteen tähden kanssa. Kirjoittajat kertovat olevansa Marcon tapaan perusoptimistisia ja positiivisia. He kertovat jakavansa Marcon näkemykset siitä, ettei kannata jatkuvasti valittaa. Useissa kirjeissä viitataan siihen, että kirjoittaja on samaa mieltä Marcon kanssa suhtautumisesta elämään: *miksi pitää näyttää nyrpeää naamaa*.

Näissä kirjeissä kuuluu näkemys yhteisestä elämänkatsomuksesta, jota hallitsee iloisuus ja positiivisuus. Tämä elämänasenne koetaan poikkeuksellisenä tekijänä, joka saattaa marginalisoida kirjoittajan. *Meitä yhdistää se, että välitämme muista ihmisistä. Täällä pidetään heti kummallisena jos välittää muista*.

Samankaltaisuuksien rinnalla tuotetaan myös eroa itsen ja Bjurströmin välille. Kirjeissä todetaan esimerkiksi *etten tietenkään ole yhtä kuuluisa, tai olen paljon nuorempi kuin sinä*. Ero tuotetaan usein välittömästi sen jälkeen kun itseä on verrattu idoliin esimerkiksi kuittaamalla asia huumorilla *se oli vitsi* tai perumalla koko rinnastus *ei vaikaan*. Tätä erontekoa korostaa myös aiemmin mainittu fani-tähti-asetelman esiin tuominen, jolloin fani ikään kuin palauttaa itsensä paikalleen.

Eroa tehdään myös Bjurströmin elämänasenteeseen, menestykseen ja positiivisuuteen. Kun osa kirjeistä korostaa kirjoittajan ja Bjurströmin henkistä samankaltaisuutta, osassa kirjeistä puolestaan korostetaan eroa. Kirjoittajat kertovat olevansa vaikeassa elämäntilanteessa tai masentuneita. Syynä ongelmiin on esimerkiksi pitkään jatkunut työttömyys tai sairaus. Näissä kirjeissä Bjurströmin positiivisuus koetaan piristykseksi, voimanlähteeksi, joka auttaa arjessa eteenpäin. Bjurström asettuu auttajaksi, voimahahmoksi, joka levittää iloa myös muille. Kirjeissä kerrotaan siitä, kuinka Bjurströmin esiintyminen on herättänyt eloon ja antanut uuden suunnan elämälle. Usein tämä uusi suunta tarkoittaa muiden hyväksymistä kateuden tai kaunaisuuden sijaan. Fanit kertovat myös noudattavansa Bjurströmin neuvoja tai muistelevansa hänen hymyään ollessaan masentuneita tai surullisia.

5.4.3. Ystävyys ja etäisyys

Naisten ja tyttöjen fanius on stereotyyppisesti yhdistetty romantiikan kaipuuseen, romanssiin ja erotiikkaan (Lewis 1990, 151). Bjurströmin fanikirjeet eivät ole kuitenkaan korostetun eroottisia tai romanttisia, vaikka näitäkin joukosta löytyy. Kirjeissä Bjurström asettuu ennen kaikkea kaveriksi, parhaaksi ystäväksi naispuolisten fanien kirjeissä. Hänelle kerrotaan rakkaushuolista, ongelmista koulussa, perheestä, arkisista tapahtumista, juhlista, sairauksista ja työttömyydestä. Ei ole poikkeuksellista, että idoli saa ystävän tai kaverin roolin. Naismuusikko Pat Benatar on ker-tonut, kuinka hänen faninsa asemoivat hänet parhaaksi ystäväksi, siskoksi tai kaveriksi, jonka kanssa voi jakaa asioita. Kyse ei ollut niinkään roolimalliksi asettautumisesta tai halusta olla Benatar (mt., 169).

Bjurströmille osoitetun ihailijapostin joukossa on useita kirjeitä, joissa häntä pyydetään osallistumaan perhejuhliin tai vierailemaan mökille. Hänelle esitetään kysymyksiä: mitä teet vapaa-aikanasi, mikä on lempivärisi, millaisesta musiikista pidät? Erityisesti nuorten tyttöjen kirjeissä Bjurströmiä kutsutaan syntymäpäiville tai pyydetään kirjeenvaihtokaveriksi. Vastaavia toiveita esiintyi Dominique Pasquierin (1999, 1996) tutkimuksessa, joka käsitteli nuorten tyttöjen fanikirjeitä ranskalaiselle tv-tähdelle. Kirjeiden pyynnöt voikin nähdä osana nuorten tapaa rakentaa suhteita. Kirjeissä kerrotaan myös paljon kotioloista, ystäväistä, ongelmista koulussa, jolloin kirje näyttäytyy päiväkirjanomaisena puheena. Mediahahmo on kenties turvallisen etäinen silti tuttu, jolle voi varsin huolelta jakaa salaisuuksia. Bjurströmille lähetyksissä kirjeissä ei selkeästi ilmene, kuinka toisissaan pyynnöt esitetään, mutta kirjoittajat asemoivat itsensä selvästi faneiksi. Näin ollen he ovat tietoisia fani-idoli-suhteen valta-asemista. Joissakin kirjeissä todetaankin, ettei *se kauhean todennäköistä ole että tulet syntymäpäiville, mutta aina kannattaa yrittää*.

Eräs Bjurströmin kirjeissäkin mukana ollut kuvittelun alue liittyy avioliittoon ja kosintaan. Barbara Ehrenreich, Elizabeth Hess ja Gloria Jacobs (1992)määrittävät tämän kuvittelun osaksi symbolista romanssia, joka itse asiassa toimii vastakohtana romanttiselle ratkaisulle, avioliitolle. Fanit eivät todellisuudessa halua avioliittoa vaan ylläpitää symbolista suhdetta. Bjurströmin kirjeissä voidaankin kertoa, että Marco on ihanteellinen mies, sellainen jonka haluaisi poikaystäväkseen, mutta samalla tehdään selkeä ero, ettei tavoitella juuri Bjurströmiä vaan hänen kaltaistaan. Ehrenreich et al. ovatkin kyseenalaistaneet oletusta tyttöfaniudesta heteroseksuaalisen romanssin harjoitteluna ja todenneet, että samalla kun miesidolit toimivat halun kohteina heihin myös samastutaan (ks. myös Pajala 1999).

Bjurström saa kirjeitä myös miespuolisilta katsojilta ja ne noudattelevat samoja linjoja naisten ja tyttöjen lähettämien kirjeiden kanssa. Niitä on kuitenkin huomattavasti vähemmän ja ne ovat pääsääntöisesti lyhyempiä ja pelkistetympiä. Yleensä kyse on kiitoskirjeestä tai -kortista. Kiitokset liittyvät joko esiintymiseen *BumtsiBumissa* tai positiivisuuden sanomaan, joka on koettu koskettavana ja tärkeänä. Miesten ja poikien kirjeissä kuitenkin harvemmin viljellään naminami- ja pusipusi -huudahduksia eikä kirjeitä ole koristeltu piirroksin. Niissä kuitenkin ilmaistaan tunteita ja kerrotaan, että Bjurströmin persoona koskettaa hyväntuulisuudella ja karismalla. Kirjeissä kiitetään siitä, että *Sait minut heräämään*. Miesten ja poikien lähettämässä kirjeissä on myös runoja ja laulun sanoituksia. Osa kirjeistä on perinteisiä nimi- kirjoituksen pyyntöjä, lyhyitä ja asiallisia ja nuorilta pojilta tulee kyselyjä tanssinopiskelusta. Miespuolisilta faneilta on tullut pari rakkauskirjettä, joissa myös käsitellään Bjurströmin etäisyyttä tähdenä ja todellisen kohtaamisen epätodennäköisyyttä.

Oleellista fani-tähti-suhteessa on se, ettei tähti ole koskaan saavutettavissa eikä suhde myöskään koskaan realisoidu. Näin ollen suhde tarjoaa vapauden kuvitteluun, jolloin idoliin voi kiinnittää sellaisia elementtejä kuin haluaa. Tästä esimerkiksi käy

Elvis, joka on faneilleen merkinnyt hyvin monenlaisia asioita (Hinerman 1992). Tähti asettuu näin fantasiaksi, joka voi olla tietoinen päiväuni tai tiedostamaton haave.¹⁵⁹

Käsitteenä fantasia voidaan ymmärtää malliksi tai imaginaarisiksi hahmotelmaksi, joka koskee halun ja toiveen toteumaa. Se ei merkitse niinkään halun kohteen saavuttamista vaan halun järjestämistä ja asemoimista. Fantasiassa oleellista onkin sen saavuttamattomuus. Fantasiassa on kyse puutteen täyttämisestä pikemminkin kuin omistamisen, jo olevan esittämisestä. (Cowie 1997, 129, 133.)

Fantasiaa ei tässä mielessä olekaan syytä rinnastaa todelliseen ja tarkastella sitä ”vääränä kuvitelmana” tai harhana¹⁶⁰. Fantasia on rakenne, joka ilmentää haluja ja toiveita – toiveita, joiden toteutuminen ei ole päämäärä vaan fantasiointi sinänsä on päämääränä.

Idolista fantasiointia on pidetty ongelmallisena, koska siihen liitetään uhka todellisuudentajun menettämisestä. Tämän näkökulman mukaan suhde todellisuuteen tulisi olla selkeä ja häilymätön. Kysymystä voidaan tarkastella siltäkin kannalta, ettei todellisuus aina ole houkutteleva tai siedettävä, jolloin fantasiointi tuottaa jonkinlaista tukea ja voimaa. Elvis-faniien fantasioita tutkinut Stephen Hinerman (1992) pitää fantasiahahmoja tärkeänä apuna traumaattisen kokemuksen ylittämisessä. Väkivaltaa, läheisen kuoleman, hylkäyksen kokeneille faneille Elvis esiintyi fantasioissa hahmona joka vahvistaa, auttaa ja lupaa paremman huomisen.

Ehkä fantasian tiedostamattoman ja tietoisin risteymää ilmentävät Bjurströmin tapauksessa hyvin kirjeet, joissa kirjoittajat

¹⁵⁹ Psykoanalyttinen lähestymistapa korostaa fantasian tiedostamatonta puolta, jonka katsotaan aina olevan läsnä tietoisissakin päiväunissa (Cowie 1997).

¹⁶⁰ Feministinen kritiikki on käsitellyt fantasiaa muun muassa romanssin ja seksuaalisuuden yhteydessä alistavana muotona, joka ylläpitää epätasa-arvoisen heteroseksuaalisen suhteen ihannointia. Fantasiaa on sittemmin ryhdytty tarkastelemaan myös nautinnon, vastustuksen ja kapinan alueena (Cowie 1997; Pearce & Stacey 1995; Radway 1984).

kertovat Bjurströmistä näkemiään unia. Unet ovat osin arkisia ja kuvaavat kirjoittajan ja tähden yhdessäoloa, osassa on mukana seksuaalista virettä. Unet kuvataan usein kimmokkeena fanikirjeen kirjoittamiselle. Ne ovat muistuttaneet tähdestä ja tuoneet hänet lähelle.

5.4.4. *Maskuliinisuuden ja kansallisuuden murtumia*

Bjurströmiä kuvataan sadoissa fanikirjeissä varsin yksimielisesti iloiseksi ja positiiviseksi henkilöksi. Bjurström on myös *piristävä, energinen, eloisa ja värikäs*. Näin ollen fanikirjeiden luonnehdinnat ovat sopusoinnussa mediajulkisuudessa 1997–1999 kuvatun Bjurströmin kanssa.

Kirjeissä Bjurströmin positiivisuus asettuu kiinnostavasti kansalliseen kehykseen. Bjurströmin olemus, erityisesti liikehdintä ja tanssi näyttäytyvät vastakohtana suomalaisuudelle, joka määritellään jähmeydeksi, kohmettuneeksi jäykkyydeksi. Kirjeissä kansallisuus määrittyy yhtenäisenä ja staattisena, mutta tällä kertaa kansallisuus ei ole ylpeyttä, sankaruutta tai edistyksestä¹⁶¹ vaan ahdistavaa, juroa, negatiivista ja hiljaista.

Miksi ihmiset kulkevat nyrpeä ilme kasvoillaan ja ajattelevat niin pessimistisesti? Meidät tavallaan oikein opetetaan siihen: Ei kannata turhaan unelmoida kun kuitenkin pettyy. Eikö ole tyhmää kun nykyään ei saa edes olla kohtelias kenellekään.

¹⁶¹ Esimerkiksi Tuula Gordonin ja Elina Lahelman (Gordon 2002, 54) tutkimuksessa lukiolaiset määrittivät suomalaisuuden myönteisesti ja kytkivät Suomen puhtauteen, turvallisuuteen ja kehittyneeseen teknologiaan. Marja Vehviläisen (2002) mukaan tietoyhteiskuntaa ja teknologiaa koskevassa keskustelussa kansallisuus puolestaan kytkeytyy maskuliiniseen sankaruuteen.

Kansallisuutta voidaan tarkastella performatiivina,¹⁶² toistona ja myös näistä kirjeistä voi lukea kuinka kansallisuutta tehdään: teksteissä kuuluu usein toisteltu synkkä ja melankolinen suomi-kuva. Raskasmielinen suomalaisuus onkin ideologisesti rakentunut – se otetaan annettuna, luonnollisena.

Kuten aiemmin totesin, Bjurström kytketään positiivisuuden diskurssiin myös lehtijutuissa, erityisesti niissä, jotka kertovat Bjurströmin roolista positiivisuuskouluttajana. Kuten fanikirjeissä, myös iltapäivälehdissä positiivisuus tai sen puute kytketään kansalliseen kehykseen. Tätä kuvaa hyvin Bjurströmin sitaatti *Iltalehden* otsikossa 29.11. ”Suomi ei ole jörriköiden maa”. Lehtijutussa kuvataan myös Marcon toimintaa viestintäkouluttajana ja kerrotaan, että hän ”haluaa saada ihmiset hyvälle tuulelle... elämä on kuitenkin niin ainutkertaista, että ilo pitää ottaa irti siitä ja sieltä missä ollaan” (*IL* 29.11.1997). Tietenkin kyse on paitsi iltapäivälehtien, myös itse Bjurströmin tuottamasta puhetavasta. Kansallisuuden kehys nousee esiin *BumtsiBum*-ohjelmassa, jossa Bjurström usein kommentoi tunnelmaa tyyliin ”kyllä suomalaisetkin osaavat”, ”etteikö muka Suomesta löydy hyviä laulajia”.

Kansallisuus artikuloituu vahvasti suhteessa maskuliinisuuteen¹⁶³ ja onkin kiinnostavaa kuinka Bjurströmin julkisuuskuva murtaa näitä molempia kuvastoja. Iloisuuden yhdistyminen maskuliinisuuteen on suomalaisen television viihdeohjelman kontekstissa melko poikkeuksellista. Miespuoliset televisiojuontajat tapaavat olla asiallisia, paikoillaan pysyviä, joille soveltuu kyllä huumori vitsien kerrontana, mutta ei ilon ilmaiseminen ruumiillisena hyppelynä ja hymyilynä. Sen sijaan iloisuus ja hymyily asetuvat naispuolisten esiintyjien osaksi aina misseydestä lähtien.¹⁶⁴

¹⁶² Esimerkiksi Kirsti Lempiäinen (2002) on tutkinut kansallisuuden performatiivisuutta sosiologian teksteissä. Ks. myös Pulkkinen 1999.

¹⁶³ Kansallisuudesta ja maskuliinisuudesta tarkemmin ks. Jokinen 2002; Ahokas et al. 1993.

¹⁶⁴ Televisioviihteen sukupuolikuvaustosta ks. Nikunen et al. 1996, 38–40.

Bjurströmin olemuksessa yhdistyvät kiinnostavalla tavalla maskuliinisuus ja feminiinisyys. Nuoren miehen maskuliinisuuteen sekoittuu tanssin, muotitietoisuuden ja ihmissuhdepuheen kautta perinteisesti feminiinisinä pidettyjä piirteitä. Ulkonäön korostus ja sillä leikittely näkyy leopardikuvioisissa puvuissa ja vaihtuvassa hiustyyliissä, ja tuottaa selkeän ristiriidan suomalaisen kulttuurin maskuliinisuuteen, jota hallitsee tietty koreilemattomuus ja irtisanoutuminen muodin maailmasta (Hänninen 1996). Jorma Hännisen mukaan koreilemattomuus on tiettyä maskuliinisuutta määrittävä normi, joka kieltää pukeutumisen, yksilöitymisen, tyyliytystä puhumattakaan.¹⁶⁵ Myös Bjurströmin liikehdintä, tanssillisuus ja lantion keinutus on harvinaista miespuoliselle tv-juontajalle. Ne viittaavatkin tanssikulttuureihin, ei niinkään suomalaisten suosimaan tangoon vaan disko- ja latino-kulttuureihin. Ihmissuhdepuheellaan ja naminami- ja pusipusi-sloganeillaan hän myös murtaa perinteistä miehistä puhumattomuuden ja rationaalisuuden myyttiä.

Kirjeissä Bjurström asettuikin perinteisesti naisille varattuun asemaan, katseiden kohteeksi. Fanit arvioivat hänen ulkonäköään, vaatteitaan ja hiustyyliä. Erityisesti hiusten värjäys tummaksi on tuottanut kommentteja ihailijoilta. Mediajulkisuudessaakin Bjurström asemoidaan alueille, joilla naiset esiintyvät miehiä useammin: muodin, tyylin ja hyvän käytöksen yhteyteen.

On kiinnostavaa, että vaikka Bjurström selkeästi haastaa kansallisuuteen ja maskuliinisuuteen liitettyjä piirteitä, häntä ei ole koettu kovin uhkaavana. Päinvastoin, hänet kuvataan mediajulkisuudessa asiantuntijaksi ja menestyjäksi, fanikirjeissä sankariksi ja edelläkävijäksi. Kirjeissä Bjurströmin edustama iloisuus näyttäytyy lähes toisinajatteluna suomalaisessa kulttuurissa. Kirjoittajat kertovat, kuinka ovat ennen kokeneet olevansa omituisia, kummajaisia – kuin toiselta planeetalta – kunnes Bjurström on tullut

¹⁶⁵ Hännisen pohtima kansanmies muistuttaa Anu Koivusen ja Kimmo Laineen (1993) tarkastelemaa suomalaisten elokuvien ”jätkyyttä”, jolle keskeistä on ero herruuteen, hienosteluun, tyyliittelyyn.

julkisuuteen ja puhunut avoimesti positiivisuudesta. Erilaisuuden kokemus palautuu myös siihen, mikä koetaan suomalaisuudelle ominaiseksi ja sallituksi. Näissä teksteissä on utooppinen sävy. Kirjoittajat kaipaavat maailmaa, jossa kaikki voisivat olla vapaasti sitä mitä ovat, jakaa hyvän tahdon ja ilon. Nämä toiveet ilmentävät hyvin viihteen utooppista funktiota (Dyer 1992,18) – tähentä Bjurström antaa lupauksen jostain paremmasta maailmasta.

Suomenruotsalainen Bjurström ei kuitenkaan edusta uhkaa suomalaisuudelle vaan hänet nähdään auttajana, joka poistaa kaamosmasennuksen. Bjurströmiä kuvataan elämänvalona – hahmona, joka tuo *pohjolaan lämpöä ja aurinkoa*. Bjurström onkin kiinnostavalla tavalla muualta tuleva, mutta silti suomalainen. *Ihanaa että Suomessa on tuollainen ilopilleri* kertoo eräs kirje.

Bjurströmin suomenruotsalaisuus ei silti nouse iloisuuden tai erilaisuuden selittäjäksi. Itse asiassa hänen kielitaustansa ei kovin usein kirjeissä edes mainita. Suomenruotsalaisuuden voisi kuvitella helposti nostavan esiin suomenkielisen väestön ennakkoluuloja, jotka liittyvät esimerkiksi varakkuuteen ja menestykseen. Bjurström voitaisiin helposti stereotypisoida julkisuudessa suomenruotsalaisena. Joissakin lehtijutuissa suomenruotsalaiset vanhemmat mainitaankin itsestään selvästi hyvänä lähtökohtana menestykseen. Faniien kirjeissä tämä elementti ei kuitenkaan nouse esiin, eikä suomenruotsalaisuutta pohdita sen kummemmin. Kenties Bjurströmin suomenruotsalainen tausta antaa hänelle mahdollisuuden ja tilaa tehdä toisin.

Bjurströmin julkisuuskuvaa onkin kiinnostava verrata yhdysvaltalaiseen 1920-luvun elokuvatähteen Rudolph Valentinon. Miriam Hansenin (1991, 257–267) mukaan Rudolph Valentinon siirtolaistausta asemoi hänet eksoottiseksi ja eroottiseksi speaktaakkeliksi. Naiskatsojien eroottisen halun kohteena Valentino mursi maskuliinisuuden rajoja: hän oli objekti, katseen kohde. Erityisesti miespuolisten kriitikoiden silmissä Valentinon eksoottinen eroottisuus koettiin uhkaavana. Tanssin ja muodin alueella

liikkuva, romanttisena sankarina esiintyvä Valentino asemoitiin naurettavaksi, vihatuksi ja hänen feminiinisyyttään korostettiin.

Toisaalta Valentinon uhaksi koettu siirtolaistausta ylevöitettiin elokuvalehdissä eurooppalaiseksi aristokratiaksi. Elokuveyhtiö ja tähti itse pyrkivät puolestaan korostamaan Valentinoa taiteilijana, taitavana näyttelijänä seksiobjektin sijaan. Lisäksi Valentinon fyysistä voimaharjoittelua markkinoitiin osoituksena miehekyydestä. Nämä strategiat kuitenkin epäonnistuivat sikäli, että ne nostattivat esiin vihjailuja homoseksuaalisuudesta. Hansen toteaa, että Valentinon urasta muodostui etnisyyden ja seksuaalisuuden diskurssien taistelukenttä. Hän ruumiillisesti näitä kysymyksiä ja lopulta hänen suosionsa perustui siihen, että hän oli toisenlainen mies, ei vähemmän mies. Hän edusti vaihtoehtoista mieheyttä aikana, jolloin kauneus ja voima nähtiin vastakkaisina. (Hansen 1991, 257–267.)

Bjurströmin taustaan ei selkeästi liity näin suurta uhkaa, mutta hänen toisenlainen maskuliinisuutensa näyttää vaivaavan erityisesti miestoimittajia. Esimerkiksi kolumnisti Mattiesko Hytönen on toistuvasti vihjaillut Bjurströmiin homoseksuaalina ja ärsyyntynyt Bjurströmin positiivisuudesta ja näkyvyydestä (*IL* 10.1.; 7.2.; 24.10.1998; 6.9.2003). Tietynlaista normalisointia voi lukea lehtijutuista, joissa varta vasten kerrotaan, että Bjurström puhuu paremmin suomea kuin ruotsia.

5.5. Bjurström utooppisena tekstinä

Bjurströmille osoitetut kirjeet kertovat faniuteen liitetystä voimauttavasta elementistä, jota kuvataan fanitutkimuksessa elämänhallintaa lisäävänä (Grossberg 1995; Karvonen 1995, 12). Kirjeiden kuvaukset voimasta ja valosta voi kuitenkin tulkita myös ilmentävän viihteen utooppista funktiota. Richard Dyerin (1992, 18) mukaan viihteellä on erityinen utooppinen funktio,

joka merkitsee tunnetta jostain paremmasta. Viihteen tuottama utopia voi tarjota jotain parempaa, jotain mitä syvästi toivomme, mutta mitä arki ei pysty antamaan. Viihde ei kuitenkaan rakenna konkreettisia utopiamailman malleja – sen sijaan utopia toimii representaation tasolla, se on sisäänrakennettu niihin tunteisiin, joita se ilmentää. Viihde kertoo meille, miltä utopia tuntuu. (Mt.)

Dyer (1992) käyttänyt utopian käsitettä musikaalin yhteydessä, joka tuntuu lajityyppinä puhuttelevan yleisöä erityisesti affektiivisen sensibilitietin alalla. Musiikkiviihteenä *BumtsiBum* tarjoaa tunteiden tasolla puhuttelevan kehysten Bjurströmin julkisuuskuvulle vahvistaen utooppista elementtiä, tunnetta paremmasta. Viihteen utooppisen sensibilitietin kategorioiksi Dyer (1992, 20–21) listaa energian, runsauden, intensiteetin, avoimuuden ja yhteisöllisyyden. Energia liittyy aktiivisuuteen ja elinvoimaisuuteen, runsaus aistilliseen nautintoon ja speaktaakkeliin, intensiteetti tunteen kokemukseen 'täysillä', avoimuus aitouteen ja rehellisyyteen ja yhteisöllisyys yhteenkuuluvuuden tunteeseen.

Bjurströmin tähtikuvassa nämä kaikki elementit näyttävät olevan läsnä. Tanssijana hän on elinvoimainen esiintyjä. *BumtsiBumin* iloisuus ja spontaanius, live-orkesteri ja Marcon hiustyyli sekä asusteiden loistokkuus (esimerkiksi kultainen puku) yhdessä luovat speaktaakkelia, jossa korostuu materiaallinen ja tunteiden runsaus. Myös Bjurströmin haastatteluissa elämästä nauttiminen nousee esiin runsautta korostavana elementtinä. *BumtsiBumin* spontaaniuteen perustuva rakenne yhdistettynä Bjurströmin kehotukseen tarttua hetkeen kytkeytyy puolestaan intensiteettiin – tunteiden kokemiseen täysillä. Bjurströmin tausta positiivisuuskouluttajana luo uskottavuutta hänen iloiseen habitukseensa ja korostaa näin rehellisen ja aidon tuntua. Yhteisöllisyyden tuntua rakennetaan *BumtsiBum*-ohjelmassa yleisön osallistumisella sekä kotikatsomoiden houkuttelulla mukaan. Ohjelma luo tunteen yhteisestä tilasta, jossa kaikki voivat laulaa mukana. Yhteisöllisyys

Bjurströmin tähtikuvassa yhdistyy myös yhteisvastuuseen Bjurströmin sanomassa, joka tuo esiin muista välittämistä, keskinäistä huolenpitoa ja iloa.

Bjurströmin tähtikuvassa miessukupuolen yhdistyminen juuri edellä kuvatulla tavalla yhteisöllisyyteen, avoimuuteen ja runsauteen tekee hänen kuvastostaan suomalaisessa kontekstissa varsin poikkeavan. Epätavanomaisten elementtien yhdistelmänä hänen tähtikuvansa puhuttelee eri-ikäisiä ja eri puolilta suomea olevia ihmisiä ja onnistuu ylittämään monta kulttuurista ja sosiaalista rajaa erityisesti kielen ja sukupuolen alueella.

Bjurströmin tähtikuva toimii siis utopiana tunteen tasolla, mutta utopia on läsnä myös konkreettisemmin. Yleensä utopian käsitteellä viitataan konkreettiseen käsitykseen paremmasta yhteiskunnasta, ja sitä on käytetty eri tavoin niin kaunokirjallisuudessa kuin yhteiskuntatieteissäkin. Ruth Levitasin (1990, 7) mukaan käsitykset utopiasta vaihtelevat sisällön, muodon ja funktion mukaan mutta niille kaikille on yhteistä halu parempaan maailmaan ja elämään. ”Utopia on sitä, kuinka haluaisimme elää ja millaisessa maailmassa eläisimme jos voisimme” (1990, 1).

Bjurströmin kirjeissä pohditaan tätä paremman maailman mallia varsin konkreettisesti: ihmisten tulisi olla positiivisempia, auttaa toisiaan ja unohtaa keskinäinen kateus, kyynisyys ja pessimismi. Bjurströmin rooli kouluttajana ja naminami-sanoman levittäjänä on vahvasti tuottamassa tätä utopiaa positiivisesta Suomesta. Faneille sanoma on selvästi tärkeä ja he toistavat sitä kirjeissään. Bjurströmin tähtikuva tarjoaa tulkintani mukaan utopian tunteen tasolla viihteen kehyksessä, mutta samalla myös konkreettisen mallin yhteiskunnallisesta utopiasta, paremmasta maailmasta. Bjurströmin tähtikuvan voimana onkin näiden kahden elementin yhdistyminen. Valosta, voimantunnosta ja ilosta viestivät fanikirjeet kuvaavat tulkintani mukaan juuri tätä, kahden utooppisen funktion yhdistelmää ja sen voimaa.

Utopian käsite sisältää ajatuksen paremman maailman saavuttamattomuudesta. Utopia on jotain, mitä on vaikea tavoittaa, se

on vain utopiaa. Unelman kaukaisuutta kuvaa kirjeiden toistuva potentiaali-muoto: *kunpa maailma olisi sellainen, mikseivät ihmiset ole positiivisempia, jospa kaikki olisivat kuin sinä*. Toiveiden ja kaipauksen sävy tiivistyy runoissa:

*Toivon onnen ja ilon täyttävän elämäsi.
Toivon unelmiesi toteutuvan
ja auringonpaisteen seuraavan sinua kaikkialle.*

Kirjeissä ei tuoda esiin konkreettisia keinoja tämän paremman maailman toteuttamiseksi, mutta toive siitä elää. Bjurström-faniudessa on läsnä kaksinkertainen saavuttamattomuus: utopian saavuttamattomuus ja tähteyden tuottaman ideaalin saavuttamattomuus. Ne ovat unelmia joita tavoitellaan, mutta ei saavuteta. Bjurströmin faniudessa keskeinen utooppinen ulottuvuus herättää pohtimaan laajemminkin tämänkaltaisen saavuttamattomuuden nautintoa. Ehkä juuri tähteyden etäisyys ja sitä säästävä paremman maailman saavuttamattomuus ovat faninautinnon ydintä. Ne takaavat haaveilun mahdollisuuden, joka ei (ainakaan kaikkien kohdalla) karahda todellisuuden rajoihin. Haaveilu antaa hetkellisen mahdollisuuden matkustaa ja olla toinen. Fanius näyttää kiinnittyvän erityisesti sellaisiin representaatioihin, jotka sisältävät aineksia utopiaan paremmasta – mitä juuri Bjurströmin sanoma positiivisuudesta edustaa.

Utopia on ollut esillä fanitutkimuksissa kuvaamassa faniyhteisön merkitystä faneille. Niin Henry Jenkins (1992), Robert Kozinets (2001) kuin Camille Bacon-Smith (1992) nostavat tutkimuksessaan esiin faniyhteisön paikkana, jossa muuten eri tavoin marginaalissa elävät ihmiset voivat kohdata tasavertaisina. Näin ollen fanius tarjoaa paremman maailman, jossa vaalitaan tasavertaisuuden ideaalia. Itse asiassa Turnerin (1977) *communitas*-käsite ilmentää hyvin käsitystä faniyhteisöstä spontaanina ja tasavertaisena. Utooppinen elementti kuuluu faniin puheessa ja siitä onkin muodostunut yksi faniutta legitimoivista diskursseista. Utooppisuus tässä yhteydessä ei ole yllättävää, sillä edellä mai-

nitut tukijat ovat tarkastelleet nimenomaan *Star Trek* -faniutta ja tieteissarjana itse *Star Trek* sisältää utooppisen maailmankuvan, vision paremmasta maailmasta (ks. myös Mannila 1998).

Myös *Xena* käsittelee visiota paremmasta maailmasta – sen puolestahan *Xena* taistelee. Xeniiitten puheessa on tunnistettavissa paremman maailman kaipuu, maailman, jossa vahvat auttavat heikkoja. Itse faniyhteisö ei kuitenkaan asemoidu samalla tavalla vahvasti utooppiseksi yhteisöksi suomalaisten Xeniiitten puheessa kuin edellä mainituissa tutkimuksissa, vaikkakin yhteisön sallivuutta ja tasa-arvoa tuodaankin esiin. Erkki Karvosen *Kummeli*-faniutta käsittävässä artikkelissa nousi niin ikään esiin sarjan merkitys faneille voimaa antavana, masennusta poistavana, piristävänä, valona (1995, 11). Utopian merkitys faniudessa tuntuukin olevan vähintään kaksitasoinen – se on läsnä dyeriläisittäin tunteen tasolla representaation tuottamana kokemuksena ja toisaalta faniyhteisöjen merkityksessä faneille.

5.6. Tähteyden ytimessä: Aitous ja epäily

Varhaista elokuvafaniutta tutkinut Samantha Barbas (2001, 40–41) toteaa, että toden tuntu ja uskottavuus ovat olleet tärkeitä elementtejä elokuvatähden suosion rakentumisessa. Näyttelijän rooli ja henkilökohtainen elämä yhdistettiin helposti toisiinsa. Richard Dyerin mukaan tietynlainen aitouden vaatimus ilmenee siten, että tähden on kyettävä olemaan sellainen kuin näyttää olevan. Edelleen aitous liittyy siihen, että olkoonkin, että kuuluisuudet ovat meille olemassa mediateksteinä, he ovat myös olemassa näiden tekstien ulkopuolella. Tähteyttä kantavat todelliset henkilöt ja meillä on tietoisuus tästä, vaikka emme voikaan mitään todellista ydintä koskaan tavoittaa (Dyer 1991, 136–137).

Aitouden etsintä ja todentaminen näkyy fanikulttuureissa pyrkimyksenä hankkia mahdollisimman paljon tietoa ihailun kohteesta ja lukea julkisuuskuvaa näiden yksityiselämästä saatu-

jen tietojen kautta. Aitous voi rakentua siitä, että yksityiselämän ja julkisuuskuvan elementit ovat sopusoinnussa ja jollain tavalla yhteneväisiä. (Mt.) Tätä edustaisi myös Sara Gwenillian Jonesin (2000) nimeämä samuuden diskurssi, joka nousi esiin *Xenan* ja *Ally McBealin* tapauksissa. Näin ollen Bjurströmin odotetaan olevan hymyilevä ja positiivinen myös ruudun ulkopuolella. Bjurströmin uskottavuutta kannattelee iloisuus ja ystävällisyys, mikä voi pidemmän päälle olla varsin haastavaa tähteyden ylläpitämiseksi. Eräs fani kuvaa kirjeessään suurta pettymystään, kun tapasi nimikirjoituksen haussa kiireisen ja tyyhyhköön Bjurströmin.

Bjurströmin kohdalla yksi tärkeä aitouden tae on kuitenkin hänen toimintansa positiivisuuskonsulttina. Uskottavuutta lisää se, että hän on aloittanut työn miltei kahdeksan vuotta ennen *BumtsiBumia* – ei suinkaan suosionsa siivittämänä. Bjurström näyttää siis elävän sanomaansa. Fanit näyttävätkin olevan hyvin perillä Bjurströmin konsulttitoiminnasta ja kirjeissä kertovat osallistuneensa näihin tilaisuuksiin ja toistavat myös niissä kuulemiaan.

Bjurströmiä koskeva kirjoittelu on ollut positiivista. Hän on esiintynyt lehdissä ”huippusuosittuna”, ”kansansuosikkina”, mutta viimeistään vuoden 1999 aikana iltapäivälehtien kirjoitteluun on tullut negatiivisia sävyjä. Lehdissä on saatettu vitsaila naminami-sanonnasta (*IL* 3.2.1999), kuvailtu Bjurströmiä epämielenkiintoisena (4.9.1999), ärsyttävänä (7.2.1998) sekä kerrottu näyttävästi Bjurströmin ja Kajaanin paikallisradio Kajanuksen riidasta (*IL* 20.3.2001). Jutussa kerrotaan Bjurströmin halunneen ilmaista tv-mainosta ja radion kieltäytyneen tästä. Tämän seurauksena Bjurström oli lehden mukaan ilmoittanut yleisötilaisuudessa, ettei halua koskaan tehdä yhteistyötä Radio Kajanuksen kanssa. *Iltä-Sanomien* jutussa Bjurström näyttäytyy positiivisen imagonsa vastakohtana, lapsellisena ja itsekeskeisenä. Pääjutun yhteydessä on kuitenkin kainalojuttu, jossa Bjurström saa kertoa oman versionsa tarinasta.

Kielteiset jutut kuvaavat hyvin tähtijulkisuuden ristiriitaisuutta: tähteys ja glamour yhdistetään ongelmiin, skandaaleihin tai rikoksiin, mistä myös Ally McBeal-julkisuus on hyvä esimerkki (Connell 1991, 252). Tietty tapahtuma voi vaikuttaa julkisuuskuvaan, mutta myös journalismille ominainen pyrkimys etsiä uusia, yllättäviä näkökulmia vaikuttaa julkisuuskuvan kehittymiseen: henkilöistä pyritään löytämään jotain uutta, henkilön julkisuuskuvalle epätodennäköistä – kuten negatiivisuutta positiivisesta Bjurströmistä.

Lisäksi aitous liittyy johonkin vaikeammin määriteltävään elementtiin Bjurströmin olemuksessa. Kirjeissä luonnehditaan Bjurströmiä ”aidoksi, rehelliseksi, välittömäksi”. Tämänkin takeena näyttää olevan iloisuus ja tietty mutkattomuus. Aitous näyttääkin kytkeytyvän miellyttävään olemukseen. Amerikkalaista elokuvatähteyttä tutkinut Samantha Barbas (2002, 35–36) kuvaa persoonallisuuden nousua elokuvatähteydessä: huomiota kiinnitettiin entistä enemmän vaikutelmaan ja ulkoiseen olemukseen. Keskeistä persoonallisuuden saavuttamisessa oli muiden miellyttäminen, hurmaaminen ja hyvä ulkonäkö. Jo varhaisessa elokuvabisneksessä personaallisuus, se jonkin, yhdistyi seksuaaliseen vetovoimaan. Seksuaalisuuden on katsottukin olevan identiteetin ydin – se, mikä kertoo totuuden (Foucault 1978).

Bjurströmin fanikirjeissä kysytään toistuvasti Bjurströmin naissuhteista – lähinnä fanit ihmettelevät, kuinka *noin komea mies voi olla ilman tyttöystävää*. Myös MTV3:n verkkosivuilla Bjurströmiltä kysytään *eikö sinulla todellakaan ole tyttöystävää*. Bjurströmin seksuaalisuutta on pyritty määrittämään myös muualla julkisuudessa, kuten aiemmin mainituissa Mattiesko Hytösen kolumneissa (*IL* 1.10.1998, 24.10.1998). *Ilta-Sanomien* viikkoliitteen haastattelussa 4.9.1999 Bjurströmiltä kysytään ”eikö se vapauttaisi suomalaismiehiä, jos sä tulisit heterona ulos kaapistasta? Sehän saattaisi tuulettaa metsäkansan luutuneita ennakkoluuloja”.

Bjurströmin julkisuuskuvassa kysymys seksuaalisuudesta nousi otsikoihin keväällä 2001 kun *7 päivää* -lehti julkaisi jutun Sillanpään ja Bjurströmin yhteisestä lomasta New Yorkissa viijaten, että miesten välinen suhde olisi enemmän kuin ystävyyttä. *Iltalehti* (9.5.2001) teki jutun pohjalta haastattelun, jossa Bjurström kommentoi väitteitä. Otsikossa kerrotaan, että Marco vain nauraa huhuille ja häntä siteerataan ”Juorut vain imartelevat”. Jutussa Bjurström kuvaa kaverisuhdettaan Jari Sillanpään, jonka on tuntenut yli kymmenen vuotta ja puhuu heidän yhteisistä työprojekteistaan.

Bjurströmin julkisuuskuvaan liittyvää seksuaalisuuden määrittelyä voidaan tulkita kulttuurin kyvyttömyytenä sietää epämääräisyyttä ja avointa, rajaamatonta seksuaalisuutta. Se kertoo myös siitä, ettei julkkiksen seksuaalisuus ole suinkaan yhdentekevä mediajulkisuudelle eikä julkkiksilla ole välttämättä mahdollisuutta hallita julkisuuskuvansa tässä suhteessa. Juoruja ja huhuja kiertävät lehdet voivat luoda käsityksiä seksuaalisuudesta vastoin julkisten toiveita tai juorujen todenperäisyyttä. Fanikirjeiden joukosta löytyy joitakin viittauksia huhuihin, mutta koska aineisto on ajalta ennen aiheen saamaa laajempaa mediajulkisuutta, ei fanien reaktiosta ole tarkempaa tietoa.

Voidaan toisaalta ajatella, että pyrkimys jättää asia avoimeksi ei rajaa seksuaalisuutta vaan mahdollistaa moninaiset tulkinnat. Samalla kun Bjurströmin hahmo on naisten ihailema, se voi olla lähteenä gay-tulkinnolle, joita myös muutama kirjeiden joukosta löytyy. Näitä tulkintoja on kuitenkin varsin vähän ottaen huomioon, kuinka Bjurströmin julkisuuskuva haastaa perinteistä maskuliinisuutta. Olenkin taipuvainen väittämään, että kulttuurissa vallitseva heteromatriisi on kehystänyt Bjurströmin julkisuuskuvaa voimakkaasti, tosin edellä mainitun kohun jälkeen toisenlaiset tulkinnat ovat todennäköisesti lisääntyneet.¹⁶⁶

¹⁶⁶ Keväällä 2005 *Katso!* -lehti (25.5.) puolestaan ilmoitti kannessaan Bjurströmin asuvan miehen kanssa.

5.7. Parasosiaalisuus ja hullun fanin ongelma

Fanikirjeiden virittämä kysymys mediahahmon roolista eräänlaisena ystävänä on tullut esiin parasosiaalisen suhteen käsitteen kautta, lähinnä viestinnän ja sosiaalipsykologian alalla. (Horton & Wohl 1979/1956)¹⁶⁷ Parasosiaalinen suhde määritellään katsojan mediahahmoon luomaksi yksipuoliseksi ja varsin yleiseksi suhteeksi. Parasosiaalinen suhde liitetään nimenomaan positiiviseen kokemukseen, sellaiseen, jossa katsoja kokee mediahahmon myönteisenä ja tuttuna ja joka vähitellen johtaa affektiiviseen sitoutumiseen. Parasosiaalisessa suhteessa ei siis ole mitään merkittävää, kyse on varsin tavanomaisesta ilmiöstä. Siitä, kun televisioesiintyjästä esimerkiksi juuri Bjurströmistä, muodostuu katsojan suosikkiesiintyjä.

Parasosiaalista suhdetta käsittävissä tutkimuksissa viitataan usein kuitenkin siihen mahdollisuuteen, että mediasuhde menee liian pitkälle eli mediasuhde alkaa korvata todellisia sosiaalisia suhteita. Tämä argumentti perustuu oletukselle median kasvavasta merkityksestä ihmisten arjessa ja kytkee tietyt ihmiset, syrjäytyneet ja yksinäiset muita herkemmin alttiiksi median vaikutuksille. Fanius mainitaankin jonkinlaisena ääriesimerkkinä parasosiaalisesta suhteesta. (Horton & Wohl 1979/1956; Caughey 1978, 84; ks. myös Maltby 2003.)

¹⁶⁷ Parasosiaalisen vuorovaikutuksen tutkimus paikantuu viestinnän tutkimuksessa käyttötarkoitustutkimuksen kenttään. Tutkimusperinteelle on tyypillistä keskittyminen määrälliseen, yksilön psykologisia prosesseja korostavaan tutkimukseen. Kyselytutkimusten perusteella selvitetään, millaisia tarkoituksia tietyllä sanomalla tai ohjelmatyypillä katsojilleen on. (Pietilä 1997, 196.) Tutkimusperinteen keskeinen käsite on tarve, jolloin mediasuhteen kohdalla pohditaan, millaista tarvetta se tyydyttää (Katz et al. 1974; Rosengren 1974; ks. Pietilä 1997, 199–203). Suomessa tv- ja radioesiintyjiin liittyviä parasosiaalisia suhteita ovat tutkineet Pekka Isotalus ja Maarit Valo (1995; ks. myös Isotalus 1994) Sekä sosiaalipsykologian (Maunuksela 2002) että tiedostusopin (Lietsala 1998) opinnäytetöissä kvantitatiivisen tutkimuksen perustaa on laajennettu kvalitatiiviseen suuntaan ja pohdittu myös negatiivisia tunteita parasosiaalisuutena.

Parasosiaalisuuden käsitteeseen liittyy myös näkemys mediasta todellisuuden ulkopuolisena ja todellisuutta häiritsevänä elementtinä. Esimerkiksi parasosiaalisuuteen liittyvä ”ystävyytensä” käsitetään yksipuolisena. Näin tietenkin on, koska kyse on mediasuhteesta, mutta kuten fanikirjeet osoittavat yksi suhteen nautinnoista on juuri sen yksipuolisuus: etäisestä tähdestä on helppo fantasioida.

Oman aineistoni valossa mediasuhteen rinnastaminen todellisiin suhteisiin on hedelmätöntä, sillä kirjeissä on selvästi luetuissa katsojien ymmärrys siitä, että kyse on fani-tähti-suhteesta, joka rakentuu median välityksellä. Näin ollen suhde antaa aineksia maailman jäsentämiseen ja sosiaaliseen toimintaan esimerkiksi yhdessä kavereiden ja ystävien kanssa, jotka myös ovat Bjurströmin faneja. Näin sitä on varsin vaikea tulkita todellisen ystävyyden korvikkeena. Kuten aiemmin totesin, kirjeistä kuuluu myös faniyhteisön kaipuu. Tämä ei merkitse sitä, että kaikki kirjoittajat olisivat yksinäisiä vaan tulkintani mukaan he haluavat jakaa faniutensa muiden kanssa – mikä näyttää olevan yksi keskeinen elementti faniudessa yleisesti (Jenkins 1992, 22–23; Kozinets 2001, 70–73).

En pidä parasosiaalisuuden käsitettä hedelmällisenä esimerkiksi Marco Bjurströmin fanikirjeiden analysoinnissa, sillä käsite jättää lopulta avoimeksi sen, mikä merkitys mediasuhteella katsojille on. Parasosiaalisuutta käsittävä tutkimus ohittaa yleisöjen monimuotoiset käyttö- ja tulkintaprosessit ja pyrkii lähinnä todentamaan varsin tavanomaisen suhteen olemassaoloa ja spekuloida sen mahdollisilla vaaroilla.

Aineistoni kaikki kirjeet eivät kuitenkaan kerro kirjoittajista, jotka tunnistavat mediasuhteen ja osaavat asettua sen vaatimiin asemiin. On varsin pysäyttävää lukea kirjeitä, joissa kirjoittajat olettavat suhteen olevan todella vuorovaikutteinen ja puhuttelevat Bjurströmiä läheisenä ystävänä.

Bjurströmille lähetetyistä kirjeistä noin viisi prosenttia on sellaisia, joissa kirjoittajat eivät selkeästi asemoi itseään faniksi tai kirjoita fanikirjetä idolilleen. Sen sijaan häntä puhutellaan lähei-

senä kumppanina, jolle myös vihastutaan esimerkiksi haastatte-
luissa mainituista asioista tai juoruista. Kirjoittajat saattavat myös
tulkita jonkin yksittäisen sanan tai eleen julkisessa esiintymisessä
salaiseksi viestiksi.

Voisiko näitä kirjeitä tulkita esimerkkeinä siitä, kun media-
suhde on mennyt liian pitkälle tai korvannut todellisuuden? Kir-
jeiden perusteella näin ei voi väittää, sillä mistään syy-seuraussuh-
teesta ei ole olemassa todisteita. Oman tulkintani mukaan kyse
on kirjeistä, joiden kirjoittajilla on kenties mielenterveydellisiä
ongelmia ja jotka ovat päätyneet kirjoittamaan Bjurströmille,
koska hän on hahmo, joka syystä tai toisesta puhuttelee. Ei ole
mitään perusteita väittää, että fanius sinänsä tuottaisi mielenter-
veydellisiä ongelmia tai kyvyttömyyttä erottaa faktaa ja fiktiota
toisistaan. Ehkä tällaisessa tapauksessa idoli voi toimia ahdistuk-
sen purkajana kuten Elvis faneilleen Hinermanin (1992) tutki-
muksessa.

Stereotypia hulluista faneista elää kuitenkin sitkeästi – niin
sitkeästi, että esimerkiksi fanitutkimus on ollut haluton puut-
tumaan aiheeseen ja pyrkii korostamaan faniutta rationaalisena
harrastuksena, tarkastellen sen tuotannollisuutta ja aktiivisuutta.
Saippuaopperafaniutta tutkineet C. Lee Harrington ja Denise
D. Bielby (1995) ovat kuitenkin käsitelleet faniuden piirissä
esiintyviä negatiivisia ilmiöitä kuten tähtien seuraamista ja häi-
rintää. Harringtonin ja Bielbyn haastattelemat fanikirjeitä saa-
neet näyttelijät arvioivat, että noin 15–30 prosenttia kirjeistä so-
pii ”hullun fanin” kategoriaan. Useimpien näyttelijöiden mielestä
ääritapaukset olivat harvinaisia, mutta leimaavat faniutta siinä
määrin, että eräs näyttelijöistä tapaisi faneja mieluiten vain viral-
lisissa fanitapahtumissa tai tuttavien kautta. (Mt., 104–106.)

Faktan ja fiktion sekoittuminen tuntuu faniuden kohdalla
varsin epätodennäköiseltä ottaen huomioon fanikulttuureille tyy-
pilliset käytännöt: juonenkäänteillä spekuloinnin ja innokkaan
tiedonhankinnan. Tutkimusten mukaan (Harrington & Bielby
1995; Pasquier 1999) fanikulttuuriin liittyvän tiedonkeruun

vuoksi juuri fanit ovat erityisen hyvin perillä esimerkiksi tv-sarjojen tekoprosesseista, käsikirjoituksista, näyttelijöiden uralla tapahtuvien muutosten vaikutuksista käsikirjoitusprosesseihin (esimerkiksi henkilöhahmon kuolema). Tästä huolimatta faniuden piirissä on pieni joukko myös sellaisia ihmisiä, joilla syystä tai toisesta on vaikeuksia asettua fani-tähti-suhteeseen ja ymmärtää sitä kulttuurisena käytäntönä.

5.8. Tähtifanius – monien joukossa

Olen luonnehtinut Marco Bjurströmin faniutta tähtifaniudeksi. Toisin kuin *Xenan* ja *Ally McBealin* kohdalla faniuden kohteena on koko Bjurströmin persoona ja kaikki siihen liittyvät, siitä kertovat mediatekstit. Fanius ei keskity Bjurströmin rooliin *Bumtsi-Bum*-ohjelmassa vaan laajenee erilaisiin teksteihin tv-ohjelman kontekstista: esiintymisiin, haastatteluihin, tapaamisiin. Tähtifanius on sarjakeskeisyyden sijaan henkilökeskeistä. Tätä korostaa Bjurströmin esiintyminen tietyn genren, musiikkiviihteen yhteydessä. *Bumtsibum* kytkeytyy musiikkiin ja iskelmätahteyteen ja näin ollen artikuloi Bjurströmin kuvaston musiikkitähteyteen. Bjurströmin rooli ohjelman juontajana, omana itsenään myös korostaa persoonan merkitystä ohi tv-ohjelman maailman.

Bjurström-fanit jakavat *Ally McBeal*-fanien kanssa paikan kulttuurin keskustassa. Heidän idolinsa on esillä valtavalkaisuudessa ja hänen juontamansa ohjelma parhaalla katsojapaikalla lauantaillilla. Paikka populaarikulttuurin valtavirrassa helpottaa faniuden käytäntöjä: tiedon hankintaa ja idolin toiminnan seuraamista. Bjurström-faneilta puuttuu kuitenkin tiivis faniyhteisö, jonka kaipuusta monet fanikirjeet kertovat. Kuten *Ally McBeal*-fanitkin, he toteuttavat faniuttaan yksin tai läheisen ystävän kanssa.

Näyttää kuitenkin siltä, että Bjurströmiin kohdistunut fanius on intensiivisempää toiminnan tasolla kuin *Ally McBeal* -fanius. Bjurströmin haastatteluja nauhoitetaan ja leikataan lehdistä tal-

teen, *BumtsiBum*-ohjelmaa katsotaan nauhalta toistuvasti ja idolia lähestytään kirjein, lahjoin ja nimikirjoituspyynnöin. Tähän vaikuttaa osin tähden kotimaisuus: Bjurström esiintyy ja kiertää eri tapahtumia, hänet on mahdollista nähdä ja kuulla eri yhteyksissä. Bjurström tähdenä on näin paljon lähempänä kuin esimerkiksi Calista Flockhart ja myös mahdollistaa, ruokkii fanikäytäntöjä esiintymällä eri tilaisuuksissa. Kysymys on tietenkin myös genrestä. *Ally McBeal* paikantuu amerikkalaisen draamakomedian piiriin, jossa faniuden käytännöt ovat varsin nuoria. Sen sijaan Bjurströmin tähtifanius ammentaa käytäntöjä musiikki- ja elokuvafaniuden alueilta, joilla on jo pitkät perinteet ihailukulttuurissa.

Marco Bjurströmin fanikirjeet kertovat monta tarinaa. Ne ovat vuoropuhelua mediabjurströmin kanssa ja toisaalta päiväkirjanomaisia kertomuksia ihmisten elämästä. Kirjeissä Bjurström asettuu ennen kaikkea ystäväksi ja kaveriksi, jolta kysytään neuvoa ja jolle kerrotaan huolia. Tästä huolimatta kirjoittajat asemoivat itsensä faneiksi, ja ovat näin tietoisia fani-idoli-asetelmasta. Fanina ei ole kuitenkaan helppoa olla, ja faniuteen liitetyt stereotypiat hulluudesta, liiallisuudesta ja outoudesta kuuluvat kirjeissä. Ne ovat taakka, josta halutaan erottautua. Fanille tähti onkin etäinen ja kiireinen, kaukana fanimassasta. Hänet kurotaan läheiseksi jutustelun kautta, yhtäläisyyksiä etsien ja löytäen. Tähtifaniuden kokemus näyttää tiivistyvän asetelmaan, jossa tähti on etäällä, yksin ja fani keskellä suurta joukkoa, yksi monista.

Tähtifaniudessa mediajulkisuudella on keskeinen rooli sekä faniutta että tähteyttä rakentamassa. Nämä osat ovatkin vuorovaikutteisia: tähden julkisuuskuva tarjoaa tietynlaista ihailun kohdetta, mutta myös fanit tuovat tähän suhteeseen tulkintansa ja voivat jopa ohjata julkisuuskuvaan tiettyyn suuntaan. Bjurströmin tapauksessa mediajulkisuuden ja fanien tulkinnat ovat varsin yhteneväiset: niissä korostuu tähden rooli positiivisuuden sanansaattajana.

Kirjeistä on luettavissa selvästi mediajulkisuuden merkitys faneille. Olen luonnehtinut mediajulkisuutta kartastona, jonka avulla fanit voivat faniuttaan toteuttaa. Ensinnäkin kartasto tuottaa faniudelle rytmin, tietyt ajanjaksot, jolloin idolia erityisesti muistetaan. Kartasto antaa myös aineksia idolin kuvan rakentamiseen: se nostaa tiettyjä elementtejä yli muiden ja tarjoaa näkökulman idoliin. Tässä tapauksessa näkökulma tiivistyy positiivisuuden missioon. Samalla mediajulkisuus antaa pääomaa, fanitietoa, joka toimii sekä fani-identiteetin vahvistajana että aineksena samastumisprosessille. Bjurströmin fanit näyttävät samastuvan ennen kaikkea idolinsa puhutavan ja elämäntasomukseen. Fanikirjeissä tätä diskurssia tuotetaan uudestaan naminami-huudahduksin, aforismein ja elämäntasouksin. Ristiriitaisena, toisenlaisen maskuliinisuuden representaationa Bjurström ruumiillistaa kysymyksiä suomalaisuudesta, sukupuolesta ja seksuaalisuudesta. Hänen perinteisiä representaatioita horjuttava esiintymisensä näyttäytyy faneille valovoimaisuutena, rohkeutena ja erityisyytenä.

Mediajulkisuudessa maskuliinisuuden poikkeamat on kuitenkin otettu vastaan osin häiritsevinä, mitä ilmentävät pyrkimykset palauttaa Bjurström seksuaalisuuden selkeisiin kategorioihin.

Bjurströmin kohdalla dialektista valintaprosessia eli sitä, kuinka tähden, tuotantoyhtiön, yleisön ja mediajulkisuuden näkökulmat toimivat yhteen, voi kuvata kuitenkin vaivattomaksi. Bjurströmiä koskevat tekstit, mediajulkisuus, julkiset esiintymiset sekä *BumtsiBum*, toimivat voimakkaasti yhteen niin, että esiin piirtyy positiivisuuden sanansaattaja, joka tarjoaa utopian paremmasta, iloisemmasta Suomesta. Tähtenä Bjurström symboloi ensisijaisesti positiivisuutta, mutta tämäkin tähtikuva on jatkuvassa prosessissa altis muutoksille – kenties kymmenen vuoden päästä tähtikuvaa hallitsevat vakavammat sävyt.

Bjurströmin tapauksessa affektiivisuus kiinnittyy ilon ja positiivisuuden sanomaan. Sitä ilmentävät fanikirjeiden innovatiiviset piirrokset, runot, kiemurat ja kuvat. Affektiivisuus kytketty myös

tapaan jolla Bjurströmin persoonaan ja puheeseen samastutaan. Bjurströmin faniudessa viihteen utooppinen funktion toimii kahdella tasolla: Bjurströmin tähtikuva tarjoaa utopian tunteen tasolla, mutta myös konkreettisen mallin yhteiskunnallisesta utopiasta, paremmasta maailmasta. Nämä kaksi elementtiä yhdessä korostavat Bjurströmin tähteyttä. Tähteyden ideaali yhdistyy yhteiskunnalliseen ideaaliin. Ne pysyvät saavuttamattomina, mutta tavoiteltavina. Tämä saavuttamattomuus näyttäisi olevan faniuden nautinnon keskeinen elementti, joka takaa haaveilun mahdollisuuden. Bjurströmin fanius virittää vielä kolmannen utooppisen elementin, joka ilmenee puutteena: faniyhteisön, jossa fanius on hyväksyttyä. Kaipuun kautta faniyhteisö näyttäytyy paikkana, joka sallii sen mitä Bjurström ilmentää – positiivisten tunteiden ilmaisun, varauksettoman innostuksen.

6.

Faniuksien kirjo ja kulttuurinen paikantuminen

Olen tarkastellut kolmea erilaista televisio-ohjelmiin liittyvää faniutta. Kuten aineistoni osoittaa, televisioon liittyvällä faniudella on monta muotoa. Seuraavaksi tiivistettynä kunkin tutkiman faniuden erityispiirteet:

Xenan faniutta olen luonnehtinut *kulttifaniudeksi*: se sisältää aktiivista fanitoimintaa, runsaasti fanituotantoa ja kytkeytyy tiettyihin genreihin: science fictioniin, fantasiaan ja kauhuun. Kulttisarjat asettuvat usein prime timen ulkopuolelle, mutta eivät välttämättä (poikkeuksena esimerkiksi *Salaiset kansiot*). Kulttifaniuteen liittyy aktiivinen fanitoiminta, tiiviit yhteisöt ja runsas fanituotanto. Fanifiktio ja fanitaiteen lisäksi fanius on laajentunut pukeutumiseen ja hahmojen imitointiin. Kulttifanius on suhteellisen pienten ryhmien toimintaa, ja hyödyntää uutta mediaa fanitoiminnan ylläpitämisessä. Matthew Hills (2002, 131) näkee, että kulttius kytkeytyy sekä tekstuaalisiin piirteisiin että yleisöjen tulkintoihin. ”Kulttiobjekti ei ole tekstuaalisesti ohjelmoitavissa eikä tekstuaalisesti yhdentekevä. Mediakultti on paradoksaalinen, koska katsoja sekä ’löytää’ että ’tuottaa’ sen.” (Mt.) Myös Urpo Kovala (2003, 193) puhuu kulttisuhteesta korostaen yleisön ja tekstin välistä suhdetta. Hän toteaa, että kulttisuhteeseen vaikuttavat tekijät ovat ”kontekstuaalisia, tarkemmin sanoen ehkä konjunkturaalisia, tiettyyn ainutkertaiseen tilanteeseen liittyviä[...] Viime kädessä kultin tuottavat kokijat” (mt.).

Kovala määrittelee joukon kulttisuhteen piirteitä, joista monet ovat rinnakkaisia yleisille faniuden määreille (ks. luku 1). Näitä ovat kohteen hyväksyminen palvontaan asti. Toisaalta kulttisuhteessa on tunnistettavissa rinnakkainen, intensiteetille vastakkainen tendenssi, ironian kautta etäännyttävä asenne, camp-asenne kulttikohteisiin. Kulttisuhte on myös identiteettiä rakentava ja sitä luonnehtii tietty aktiivisuus sekä sosiaalisuus. Kulttifaniudessa korostuukin toiminnallisuus, aktiivisuus ja yhteisö, jotka ovat omiaan vahvistamaan fani-identiteettiä. Kulttisuhte ei rajoitu yhteen mediumiin vaan laajenee televisiosta nettiin, elokuvaan, kirjoihin, lehtiin ja tavaroihin. Kertakäyttöisen suhteen sijaan sille ovat ominaisia toisto, keräily ja tallentaminen. (Kovala 2003, 194–196.)

Kulttifaniuden kohteita, esimerkiksi *Xenaa*, leimaavat tietyt tekstuaaliset piirteet, kuten hyperdiegeettisyys ja jatkuvasti lykkääntyvä ratkaisu, jotka houkuttelevat fanituotantoon ja narratiivisen maailman tutkiskeluun ja spekulointiin. Valtaosa fanitutkimuksesta kohdistuu juuri kulttifaniuteen. Fanitutkimuksessa puhutaankin fandom-tutkimuksesta, joka viittaa nimenomaan kulttifaniuden kaltaisen toiminnan tutkimukseen.

Ally McBealin faniutta olen luonnehtinut *trendifaniudeksi*. Trendifanius kytkeytyy yleensä suosittuihin prime time -sarjoihin, joita leimaavat muodikkaus, uutuus ja suhteellisen lyhyt suosion aalto. Trendifaniuden kohteet, kuten *Ally McBeal*, puhuttelevat yleisöä faneina tekstuaalisen leikkittelyn, intertekstuaalisten viittausten ja itseviittaavuuden kautta sekä asemoimalla sarjan hahmot ideaaleiksi. Ne sijoittuvat usein tähän aikaan, puhuttelevat ajan-kohtaisuudella ja emotionaalisella realismilla pikemminkin kuin hyperdiegeettisillä teksteillä ja narratiivisen universumin mysteereillä. Trendifaniuden kohteet ovat esillä mediajulkisuudessa, ja niillä on selkeä kohdeyleisö sekä tehokas markkinointi. Fani-kulttuurit voivat olla varsin löyhiä, mutta aktiivisia esimerkiksi internetissä. Tiiviin faniyhteisön ja aktiivisen toiminnan sijaan trendifanius paikantuu affektiiviseen katsomiskokemukseen eikä

sen kohde sijoitu kulttuurin marginaaliin vaan yleiseksi puheenaiheeksi. Raja fanin ja katsojan välillä on myös liukuva: fanius voi aktivoitua hetkellisesti, mutta se voidaan hylätä pian ilman suurta haikeutta. Trendifaneille luodaan paljon fanimateriaalia: internet-sivustoja, oheismateriaalia ja lehtijuttuja. Trendifaniuden kohdetta kuvaa näkyvyys. Tätä osa-alueetta on käsitelty lähinnä tyttökulttuureja koskevissa tutkimuksissa (Driscoll 2002).

Bjurströmiin liittyvä fanius on puolestaan *tähtifaniutta*. Siinä on keskeistä faniuden liittyminen tiettyyn persoonaan, ei niinkään roolihahmoon ja sarjan tai ohjelman maailmaan. Tähtifaniudessa siis ihaillaan yhtä julkisuudenhahmoa, ja siihen liittyy useita perinteisenä pidettyjä faniuden käytäntöjä, kuten nimikirjoitusten hankintaa, lehtileikkeiden ja kuvien keräilyä sekä fanipostia.

Tähtifaniutta edustavat fanikulttuurit, jotka liittyvät pitkäaikaisten ja suuren yleisön suosimien ohjelmien juontajiin, esiintyjiin ja näyttelijöihin. Näin ollen tähtifaniuden rakentumiselle otollisia ovat tv-ohjelmat, joissa esiintyjän persoona korostuu ohi roolihahmon. Tällaisia ohjelmia ovat erilaiset juonnettavat ohjelmat, visailut, talk-showt, musiikkiviihde – myös ajankohtaisohjelmat ja uutiset.¹⁶⁸

Tähtifaniuden käytännöt eivät ole välttämättä julkisuudessa näkyviä ja tämä onkin lähellä Harringtonin ja Bielbyn (1995, 117–118) luonnehtimaa hiljaista ja yksityistä faniutta (fanship). Yhteisön sijaan toiminta tapahtuu yksityisen piirissä, usein ystävä- ja perhepiirissä. Toiminta voi olla hyvinkin aktiivista ja se sisältää kulttifaniudelle ominaista toisteista katselua, keräilyä ja erilaista fanituotantoa (piirroksia ja tekstejä). Fanius tulee aika ajoin näkyväksi erilaisten tähtiesiintymisten ja tapahtumien yhteydessä. Sen kohteet ovat laajasti esillä populaarijulkisuudessa, joka antaa-

¹⁶⁸ Uutistenlukija Arvi Lindiin kohdistunut fanius on kiinnostava ilmiö, jota Yleisradio myös tukee myymällä Arvi Lind -pastilleja YleShopissa. Vaikka fanius kytkeytyy pääsääntöisesti populaarikulttuurin alueelle, uutistenlukijoihin ja ajankohtaisohjelmien juontajiin kytkeytyvä fanius on hyvä esimerkki korkea ja matala -kategorioihin liittyvien yleisökäytäntöjen rajojen horjuvuudesta.

kin tähtifaniudelle tärkeitä faniuden aineksia: fanitietoa ja identifikaation lähteitä. Vaikka tämä fanius on käytännöltään melko perinteistä, uusi mediateknologia, esimerkiksi internetin käyttö, on vaikuttanut fanikäytäntöihin. Fanitutkimuksessa tähtifanius on ollut esillä lähinnä elokuvatähteyttä käsittävissä tutkimuksissa.

Seuraavalla sivulla olevaan taulukkoon olen tiivistänyt näiden kolmen faniuden erot suhteessa mediajulkisuuteen ja faniuden julkisiin paikkoihin sekä faniuden määritelmiin ja käsitteisiin, joita esittelin johdantoluvussa.

Faniuksien erityispiirteet

	Xena	Ally McBeal	Marco Bjurström
Mediajulkisuus	Vaihtoehtojulkisuus/ populaarijulkisuus Internetin fanisivustot Fanijulkaisut	Populaarijulkisuus Iltapäivälehdet, naisten lehdet Tv-sarjajournalismi	Populaarijulkisuus Iltapäivälehdet Henkilöjutut
Yhteisö	Aktiivinen inter- netissä Yhteisiä tapaamisia	Ei yhteisöä Puheenaiheena kou- lussa, työpaikoilla	Ei yhteisöä Osana kuvitteellis- ta yleisöä
Itse määrittely	Vahva fani-identi- teetti Fanistereotypioiden parodia	Varauksellinen fanius Etäisyys fanistereot- ypiaan	Ristiriitainen fanius Etäisyys fani- stereotypiaan
Tekstuaalisuus	Hyperdiegesis	Genrehybridi	Utooppinen funktio
Fanitulkinnat	Subteksti Faanon Jaettu affektiivisuus	Leikkittely Affektiivinen leikki/ Yksityinen affektiiv- vinen katselu	Positiivisuuden sanoma Kuvitteellisesti jaettu affektiivisuus
Toiminta	Fanisivut, fani- tapahtumat, fani- fiktio, keräily Xena-tavarat, dvd:t Toisteisuus	Kilpailut, keräily Muoti, dvd:t Ajankohtaisuus	Yksityinen keräily, kirjoittelu, leikki Bjurströmin posi- tiivisuusvideo/ kurssit Toisteisuus
Sukupuoli	Fanijoukko hetero- geeninen Naissankaruus Naisten välinen suhde	Fanijoukko hete- rogeeninen/naisille suunnattu Kiista naiskuvasta Sukupuolten kon- flikti	Fanit pääosin naisia/perheelle suunnattu Miehen ideaali Maskuliinisuuden murtumat

Jaottelun tarkoituksena ei ole asettaa faniuksia järjestykseen – vaikka näin niitä saatetaan helposti tulkita. Esimerkiksi pitkäaikainen fanius voidaan tulkita autenttisempänä kuin lyhytkestoinen, muotia seuraava fanius. Asetelma ei kuitenkaan ole näin yksinkertainen: faniudet operoivat eri tavoin identiteetin, kansallisuuden, sukupuolen, mediajulkisuuden ja kulutuskulttuurin verkostoissa. Ne sisältävät niin radikaaleja positioita kuin valtasuhteiden vahvistamistakin.

On muistettava, että fanius saisi hieman toisenlaisen ilmeen, jos tutkimuskohteena olisi ollut *Xenan* faniuden sijaan vaikkapa *Kauniit ja Rohkeat* -fanius. Kattavan kokonaiskuvan sijaan tämä tutkimus tarjoaakin erilaisia näkökulmia faniuteen ja korostaa faniuden moninaisuutta. Monipaikkainen tutkimus on omiaan juuri tässä: se nostaa esiin ilmiön eri muodot sekä kytkee ilmiön laajempiin sosiaalisiin ja globaaleihin konteksteihin.

Tutkimuksen toteuttamisen kannalta itselleni kenties vaikein kysymys on liittynyt juuri tähän moninaisuuteen. Tutkimani kolmen tapauksen aineistot ovat erilaisia ja myös tutkijan suhde näihin kohteisiin vaihtelee. Tämä kaikki vaikuttaa tutkimuksen tuottaman tiedon luonteeseen. Kolmen tapauksen ympärille rakentuvassa tutkimuksessani eri näkökulmat sävyttävät tapaa, jolla fanius piirtyy lukijoille ja millaisena se ymmärretään. *Xenan* tapauksessa korostuu etnografinen ote, faniuden kokemuksen ja käytännön seuraaminen ja havainnointi, minkä on mahdollistanut tiiviin faniyhteisön olemassaolo ja fanien aktiivisuus tutkimuksen suhteen. *Xena*-fanius on tullut tutkijaa lähelle eri tavoin kuin muut tutkimukseni faniudet. Toisaalta *Xena* oli minulle vieras ilmiö tutkimuksen käynnistyessä, sen sijaan *Ally McBeal* ja *Bumt-siBum* tv-ohjelmina ja kulttuurisina ilmiöinä tuttuja.

Xenan tapauksessa haasteeksi muodostui laajan fanikulttuurin erilaisten käytäntöjen ja näkökulmien ymmärtäminen ja seuraaminen. *Ally McBeal* puolestaan pakotti pohtimaan tarkemmin faniuden määritelmää. Juuri *Ally McBealin* tapaus kiinnitti huomioni mediajulkisuuden merkitykseen faniuden rakentumis-

sa. Näistä kahdesta poiketen Marco Bjurströmin tapaus lähestyi faniutta idolille kirjoitettujen kirjeiden kautta – mikä herätti pohtimaan tutkijan paikkaa prosessissa. Vaikka en tavannut yhtään Bjurströmin fania, he tulivat kirjeiden kautta hyvin lähelle. Kaikki nämä seikat vaikuttavat epäilemättä siihen, millaiseksi tutkimus muodostui ja millaista tietoa se tuottaa. Itselleni tutkimus on avannut uusia horisontteja yleisöjen käytännöistä ja opettanut kriittisyyteen itselle tärkeän ja läheisen aiheen äärellä.

Vaikka aineistot muotoutuivat tapauskohtaisesti, lopulta kysymykset faniuden määrittelystä sekä faniuden ja mediajulkisuuden suhteesta nousivat varsin luontevasti esiin kussakin tapauksessa. Tarkastelen seuraavaksi tarkemmin mediajulkisuuden rakentumista ja jännitettä suhteessa faniuden kokemukseen kussakin tapauksessa. Pohdin myös johdantoluvussa esittelemiäni faniuden ulottuvuuksien (yhteisö, fani-identiteetti, affektiivisuus, toiminta, sukupuoli) asettumista *Xenan*, *Ally McBealin* ja Bjurströmin faniuksissa. Lopuksi valotan faniuden paikantumista ajassa sekä faniutumisen ja globalisaation ilmentymistä faniuden käytännöissä.

6.1. Mediajulkisuudet faniuksia asemoimassa

Tutkimuksen kolme tapausta asemoivat varsin eri tavoin suhteessa mediajulkisuuteen. Mediajulkisuus on siis se monentyyppisten julkaisujen muodostama konteksti, jossa faniuden kohdetta ja tätä kautta myös faniutta käsitellään ja asemoidaan.

Sekä Marco Bjurströmiä että *Ally McBealia* käsittävä mediajulkisuus asettui populaarijulkisuuden alueelle. Populaarijulkisuuden valta ilmeni *Ally McBealin* ja Marco Bjurströmin tunnettavuudessa: molemmat asemoituivat kulttuurin keskiöön pikemminkin kuin reunamille ja populaarijulkisuus tarjoili runsaasti aineksia näiden ohjelmien faneille. Molemmat ohjelmat olivat

esillä iltapäivälehtien sivuilla julkisjournalismin ja viihteen kontekstissa.

Ally McBealin kohua ja skandaalia hyödyntävä mediajulkisuus rakentui sarjan esitysaikojen mukaan esitellen menneitä tapahtumia ja tulevien jaksojen sisältöä. *Ally McBealin* mediajulkisuus on esimerkki uudentyypillisestä tv-sarjajournalismista, jota etenkin iltapäivälehdet hyödyntävät. Ilmiön on osa laajempaa iltapäivälehtien televisioitumista, Juha Herkmanin (2005) todentamaa television ja iltapäivälehtien avoliittoa.

Ally McBealia koskeva mediajulkisuus toimi sarjaa kouruttaen ja korosti sarjan merkitystä puheenaiheena tiettyssä ajassa ja aika-aulussa. Ero oli merkittävä esimerkiksi suhteessa *BumtsiBumiin*, jonka katsojaluvut olivat vuosia yli miljoonan kun taas *Ally McBealia* seurasi keskimäärin noin 600 000 katsojaa. Silti juuri *Ally McBealista* kirjoitettiin sarjana, joka puhuttaa ja jota katsotaan. *BumtsiBum* pääsi toki otsikoihin silloin kun ohjelman katsojaluvut päihittivät missikisat ja Euroviisut (IS 17.2.1998), mutta ohjelman suosio tai sisältö ei ollut samalla tavalla huomion kohteena kuin *Ally McBealin* tapauksessa.

BumtsiBumia käsittävä mediajulkisuus keskittyi lähinnä ohjelman juontajan Marco Bjurströmin persoonaan, ja lehtijutut noudattelivat julkisjournalismin linjoja. Se asemoi Bjurströmin poikkeukselliseksi yksilöksi ja vahvisti hänen utooppista merkitystään.

Toisin kuin *Ally McBealin* ja Marco Bjurströmin tapauksessa, *Xena* ei juuri näkynyt iltapäivälehtien sivuilla. *Xenaa* käsittävä mediajulkisuus rakentuikin fanikulttuurissa: se muodostui fanijulkaisuista ja internetsivustoista ja asettui näin vaihtoehdoisen julkisuuden piiriin. Näin ollen näkymättömyys valtajulkisuudessa vahvisti *Xena*-faniuden erityisyyttä ja poikkeuksellisuutta antaen sille alakulttuurista hohtoa.

Tämän julkisuuden piirissä fanius kytkeytyi vahvasti uuteen mediateknologiaan ja fanituotantoon nostaten tiettyjä tulkinnallisia kehyksiä sarjasta esiin. *Xenan* tapauksessa kansainvälinen

fanikulttuuri näytti korostavan sarjan subteksti-näkökulmaa sekä narratiivista universumia fanitulkintojen ja -tutkimuksen kohteena.

Koska *Xenasta* kirjoitettiin valtamediassa vähän, faniudelle keskeistä tiedonhalua ja spekulointia toteutettiin tuottamalla itse julkisuutta sarjasta. Internetin fanisivustot toimivat fanijulkaisun tavoin tekstuaalisena ja sosiaalisena foorumina. Fanien oma julkisuus antoi mahdollisuuden määrittää, tuottaa ja luoda sarjan julkisuudesta toivotun kaltaista.

Fanien valta ei kuitenkaan ole rajaton, sillä se nojaa vahvasti tuotantoyhtiön tarjoamiin tietoihin ja näkökulmiin. Fanisivustojen vaihtoehtoisuus liittyykin nimenomaan tuotantoprosessiin. Kyse ei ole niinkään poliittisesti vaihtoehtoisesta, vastajulkisuuden (Downing 1984) alueesta vaan vapaaehtoisuuteen ja talkoohenkeen nojaavasta amatöörituotannosta (Atton 2002; Duncombe 1997). Populaarikulttuurista ammentavat fanisivustot liikkuvatkin vaihtoehtoisen ja populaarijulkisuuden rajalla.

Itse asiassa Nancy Fraserin (1992) hahmottelema alajulkisuuden (subaltern publicity) käsite kuvaa osittain myös *Xenaan* liittyvää julkisuutta. Alajulkisuuksilla on Fraserille kahtalainen funktio: ensinnäkin ne toimivat kokoontumisen, yhteisöllisyyden alueina ja toiseksi ne ovat eräänlaisia aktivismin harjoituskenttiä, joilta suunnataan valtajulkisuuteen. Näiden kahden funktion vuorovaikutuksessa kytee alajulkisuuksien emansipatorinen potentiaali.

Fraserin määritelmä korostaa poliittista potentiaalia, mutta Miriam Hansen (1995; 1991, 91–92) näkee vaihtoehtoisen julkisuuden tätä laajempänä ja kaupallisuuteen selkeästi sidottuna. Hansen näkee nykyisessä mediakulttuurissa rinnakkaisuutta varhaisen mykkäelokuvan aikaan, jota leimasi intertekstuaalisuus, yleisön vuorovaikutus ja epäsystemaattisuus. Oskar Negtin ja Aleksander Klugin tuotantojulkisuuden käsitettä mukaileva Hansen näkee 1990-luvun mediakulttuurin alueena, jossa kukoistavat lyhytkestoisuus ja fragmentaarisuus, ja pitkäaikaiset hierarkiat

tuotannon, jakelun ja esittämisen välillä ovat menettämässä valtaansa. Näitä kahta vaihetta, varhaista ja nykyistä mediakulttuuria yhdistää Hansenin mukaan merkittävä muutos julkisuuden sfäärissä – kohti vaihtoehtoista julkisuutta. Kuten alajulkisuuksia hahmotellut Fraser (1992), myös Hansen näkee vaihtoehtoisuuden uusien, marginaalisoitujen yleisöjen puhutteluna, mutta liittyy vaihtoehtoisuuden selkeästi kaupallisuuden piiriin. (Hansen 1991, 91–92.) Toisaalta nykyinen konvergenssikehitys näyttäisi kertovan myös toisenlaisesta kehityksestä kohti suuryritysten valtaa. Oleellista tässä lienee se, että mediateknologiset muutokset ovat avanneet tuotannon tavallisille katsojille ja faneille. Näin ollen vaihtoehtoisuus kytkeytyy ensisijaisesti tuotantotapaan ja sen piirissä rakentuvaan yhteisöllisyyteen, myötäillen Attonin (2002) ja Duncomben (1997) vaihtoehtoisuuden käsitettä.

Ally McBealin ja Bjurströmin tapaukset paikantuivat populaarijulkisuuteen, joka puhuttelee yleisöjä identifikaation ja nautinnon kautta. Se käsittelee halua, sukupuolta ja seksuaalisuutta sekä vahvistaen että kyseenalaistaen vallitsevia normeja. *Ally McBealin* ja Bjurströmiin liittyvä populaarijulkisuus näyttäisi osin liikkuvan Hansenin hahmottelemalla vaihtoehtoisuuden alueella sikäli, että se saattaa toisinaan antaa äänen valtajulkisuudessa marginaaleille ryhmille. *Ally McBealin* tapaus on sikäli kiinnostava, että sen julkisuutta leimasi ristiriitaisuus, mikä samanaikaisesti tuotti ja nakersi sarjan asemaa faniuden kohteena. Bjurströmin mediajulkisuus puolestaan toimi samaan suuntaan faniuden kanssa ja näin toimi myös *Xenan* vaihtoehtoinen julkisuus.

Fanikulttuurin tapa toistaa, tulkita, kierrättää ja kopioida populaariviihteen tuotantoa ei sinänsä merkitse radikaalia asemaa suhteessa kulttuuriin – itse asiassa fanikulttuurit tuntuvat myötäilevän kaupallisen populaarikulttuurin tarjoamaa yleisöpositiota. Kuitenkin fanikulttuuriin liittyvän tuotannollisuuden omaehtoisuus, keskustelut ja tulkinnat voivat sisältää poliittisia elementtejä, normien ja valtakulttuurin kyseenalaistusta.

Esimerkiksi *Xenan* fanikulttuurissa vaalittu subteksti-teema nosti esiin sarjan merkityksen seksuaalisuuden ja sukupuolen stereotyyppioita kyseenalaistavana. Kahden naisen välistä rakkaussuhdetta kuvaavana subteksti korosti sarjan faniuden ulottuvuuksia feministisestä ja queer-näkökulmasta.

Ally McBealin vihaajien tuotanto asettui niin ikään kyseenalaistamaan naiskuvan normia – mutta tällä kertaa liikkeellä ovat anti-fanit. Anti-fanien tuotantoa voidaan pitää *Xenan* fanijulkaisujen kaltaisena vaihtoehtoisena julkisuutena ja se syntyi alakulttuurisen erottautumisen logiikalla vastareaktiona populaarijulkisuuden keskiöön nostetulle *Ally McBeal* -huomiolle. *Ally McBealin* anti-liike oli viihteellistä luonteeltaan sikäli, että sen tuotanto kytkeytyi huumorin ja ajanvietteen piiriin ja kävi keskustelua populaariviihteen kontekstissa. Tästä huolimatta ”Me vihaamme Ally McBealia” -tempauksessa oli poliittisia elementtejä: se asettui selkeästi populaarijulkisuuden tarjoamaa naiskuvaa, *Ally*-kuvastoa, vastaan.

6.11. Kuvitteelliset yleisöt ja todelliset yhteisöt

Mediajulkisuus määrittää faniutta erityisesti tuottamalla *kuvitteellista yleisöä*¹⁶⁹, käsityksiä siitä, ketkä sarjaa katsovat tai millaisia muut fanit ovat. Tätä kuvitteellista yleisöä rakennetaan tv-sarjoja ja -tähtiä käsittävissä jutuissa, kun viitataan satoihin ihailijakirjeisiin, fanilaumoihin tai asemoidaan tv-sarja tiettyyn kategoriaan, esimerkiksi kultti-, tai lastenohjelmaksi. Tähän kuvitteelliseen yleisöön fanit suhteuttavat itseään ja faniyhteisöään.

¹⁶⁹ Kuvitteellisen yleisön käsite on muokattu Benedict Anderssonin (1991) kuvitteellisten yhteisöjen käsitteen pohjalta. Ien Ang (1991) on tarkastellut yleisöä institutionaalista näkökulmasta ja tutkinut kuinka yleisyys rakentuu kaupallisen television ja yleisradion näkökulmasta (audience-as-market, audience-as-public). Angin lähestymistapa on näin ollen myös kuvitteellista yleisöä hahmottava.

Bjurströmin tapauksessa tähtikulttia viljelevä mediajulkisuus tuotti kuvitteellista yleisöä, joka määritti faniuden kokemusta ”yhtenä monista”. Tästä kertoivat fanikirjeiden huomautukset sadoista muista kirjeistä ja tuhansista faneista. Kokemukseen liittyi myös faniyhteisön kaipuu ja halu jakaa fanius muiden kanssa. Faniuden kokemus muodostui ristiriitaiseksi, sillä kuvitteellisina kanssafaneina olivat tuntemattomat fanit, jotka miellettiin usein fanistereotypian kautta. Kirjeissä fanijoukko määrittyi tunkeilevaksi, hulluksi ja fanaattiseksi. Näin halua löytää muita faneja sävytti samanaikainen halu irrottautua tuosta joukosta.

Ally McBealin kuvitteellinen yleisö rakentui tässä hetkessä läsnä olevaksi, yleisöksi, joka seuraa sarjaa aina ajallaan. Kuvitteellinen yleisö rakentui muodikkaaksi ja trendikkääksi, ajan ilmiöt tunnistavaksi.

Xena-fanien kokema julkisuuden tarve toi niin ikään esiin mediajulkisuuden merkityksen kuvitteellisen yleisön tuottajana. Aiheet, joita suomalaisessa valtamediassa käsiteltiin, tulkittiin aiheina, joita pidetään tärkeinä ja joilla on yleisöä. Näin ollen sarjan näkymättömyys vallitsevassa mediajulkisuudessa merkitsi sitä, että monet fanit olettivat olevansa sarjan ainoita faneja – ennen kuin löysivät faniyhteisön internetistä.

Suomalainen valtamedia ja faniyhteisön oma julkisuus määrittivät sarjaa ja sen yleisöä hyvin eri tavoin. Valtamediassa ja tv:n ohjelmistossa *Xena* kytkeytyi lasten kulttuuriin, osaksi lastenohjelmia, prinsessojen, prinssien ja ritarien maailmaa. Faniyhteisö puolestaan korosti sarjan alakulttuurista merkitystä tuotannollisen ja aktiivisen faniuden, fandomin lähteenä. *Xenan* kuvitteelliseksi yleisöiksi muodostuivat sekä lapset että alakulttuurinen faniyhteisö eri julkisuuden alueilla. Tämä ristiriita synnytti kamppailua *Xenan* kulttuurisesta paikasta ja aktivoi faneja tuomaan alakulttuurista näkökulmaa esiin.

Faniuden kokemuksessa on merkittävää, kiinnittykö fanius osaksi kuvitteellista yleisöä vai todellista yhteisöä. *Xenan* tapauksessa faniyhteisöllä oli tärkeä fani-identiteettiä rakentava merkitys

ja se hälvensi faniuden häpeää. Yhteisö nimesi faniuden ja liitti sen osaksi tiettyä kulttuurista aluetta. Faniyhteisö ohjasi myös faniutta, esitteli teemoja ja lukutapoja, joilla *Xenaa* tulkittiin. Xeniiitit puhuivat faniudestaan itsestään selvänä ja viittasivat fanien keskuudessa usein itseensä hurahtaneina tai hulluina. Näin faniuteen liitetty stereotypia otettiin omaan käyttöön, diskursiivisena kaappauksena. Hulluudella kehuskeltiin ja sille naureskeltiin itseironisesti vailla pelkoa siitä, että hulluus otettaisiin todesta. Tämä puhetapa ilmeni nimenomaan fanien keskinäisissä keskusteluissa esimerkiksi internetin keskustelupalstoilla, joilla myös addiktion tasoa mitattiin monin tavoin. Tässä kontekstissa yleisesti paheksuttu intensiivisyys näyttäytyi meriittinä ja osoituksena hyvästä faniudesta.

Yhteisön merkitys kristallisoituu silloin, kun tarkastellaan, millaisen fani-identiteetin omaavat ne, joilla yhteisöä ei ole. Kuten Bjurström-fanit, myös vailla faniyhteisöä olevat *Ally McBeal* -fanit näyttivät suhtautuvan faniuteen varauksella. He tekivät eroa fanin ja fanaattisen fanin välillä. Vailla yhteisöä olevien fanien faniutta määrittivät mediajulkisuudesta tutut faniuden kuvastot, eivätkä faniyhteisöjen tuottamat määritelmät. Näin ollen fani-identiteetti jäi vaille kollektiivisen yhteisön kiinnittämää paikkaa ja tavallaan kellui ajassa ja oli kenties alttiimpi muutoksille kuin tapauksissa, joissa faniyhteisö jatkuvasti ravitsi fani-identiteettiä.

Bjurströmin tapauksessa kyse oli hiljaisesta faniudesta, joka ei tullut esille aktiivisena, kollektiivisena toimintana vaan ilmeni yksityisen piirissä, tunteiden tasolla ja jonka käytäntöjä toteutettiin olemassa olevan lähipiirin keskuudessa. Kuvitteellinen yleisö muodostui diskursiivisesti mediajulkisuudessa. Fanien puheissa ja teksteissä kuvitteellinen yleisö jakautui yhtäältä meiksi toisaalta muiksi. Innostuksen ja ihastuksen jakajina kyse oli meistä, fanaattisina ja hulluina kyse oli muista. Toisaalta Bjurströmin fanien puheista ja kirjoituksista oli luettavissa faniuden ylpeyttä esimerkiksi tavassa kertoa, kuinka intensiivisesti sarjaa seurasi tai

kuinka perehtynyt oli idolin taustoihin, haastatteluihin ja muihin julkisiin esiintymisiin. Tätä kautta osoitettiin ”hyvää faniutta”.

Ally McBealin ja Bjurströmin fanit eivät ottaneet faniuden käsitettä samalla tavalla haltuun kuin *Xena*-fanit, parodioiden hullun fanin käsitettä. Bjurströmin tapauksessa tämä saattaa selittyä sillä, ettei kyse ollut fanien keskinäisestä puheesta vaan tähdelle suunnatuista kirjeistä. Puhetavat rakentuvat aina kontekstin mukaan, ja fanien keskinäinen puhe tuo epäilemättä vertaiskeskustelun erityispiirteitä verrattuna tähdelle suunnattuun puheeseen.

Niin *Xenan*, Bjurströmin kuin *Ally McBealin* mediajulkisuus on rakentanut kuvitteellista yleisöä sarjoille, millä on ollut myös merkityksensä faniuden kokemuksessa. On varsin mahdollista, ettei *Xena*-yhteisö olisi Suomessa muodostunut tiiviiksi, jos sarja olisi ollut jatkuvan mediakiinnostuksen kohteena. Tällöin tunnettavuus olisi vähentänyt fanien yhteisyyden kokemusta eikä tarvetta omalle julkisuudelle olisi muodostunut ehkä siinä määrin kuin nyt. Kun *Xenan* näkymättömyys aktivoi ja tiivisti faniyhteisöä, *Ally McBealin* ja Bjurströmin runsas julkisuus näytti luovan hiljaista faniutta. Yleisöksi rakentuikin koko kansakunta – tai kaikki kolmekymppiset naiset.

Se, millaisena fanius koetaan, riippuu pitkälti yksittäisen fanin mahdollisuuksista jakaa faniuttaan muiden kanssa. Erilaisuuden, outouden tunteet ovat vahvoja, jos kokee olevansa faniudessaan yksin. Erilaisuuden tunne voi kuitenkin kääntyä voimaksi, kun siihen yhdistyy alakulttuurisen pääoman merkitys. Toisin sanoen erilaisuus voi olla erottautumista valtavirrasta, mutta erottautuminen vaatii jonkinlaista yhteisöä tai tahoja, jonka kautta erilaisuus artikuloituu. Tällöin erilaisuus voi tuottaa nautintoa ja voiman tunnetta (Thornton 1997, 5).

6.1.2. Uusia sosiaalisia suhteita

Se, kuinka faniyhteisö lopulta muodostuu voi kytkeytyä mediajulkisuuteen, mutta myös yksittäisten fanien aktiivisuuteen, jopa

sattumaan. *Xena*-yhteisö muodostui suomalaisen fanin aktiivisuudesta, internetin kotisivuista, jotka sisälsivät keskustelupalstan. Juuri keskustelupalsta kokosi eri puolilla Suomea asuvat, eri-ikäiset naiset ja miehet yhteen. On vaikea sanoa, olisiko yhteisöä muodostunut ilman näitä sivustoja, ei ainakaan samanlaisena. Faniyhteisöjen luomisessa erilaiset foorumit ovat tärkeitä: fan clubit, fanilehdet ja internet-sivustot. Kuten *Ally McBealin* tapaus osoittaa, tämäkään ei aina riitä. Suomenkieliset MTV3:n kotisivut ja keskustelupalsta eivät onnistuneet luomaan yhteisöä ehkä juuri sen vuoksi, että organisoijana oli kasvoton tv-kanava, ei sarjaan sitoutunut fani. *Ally McBealin* englanninkieliset fanisivustot sen sijaan keräsivät faneja eri puolilta maailmaa ja synnyttivät toimintaa, kuten fanfiktiota tuottavan kirjallisuuspiirin.

Internetin virtuaaliyhteisöille katsotaan olevan ominaista heikko sitoutumisen aste, mihin vaikuttaa se, ettei olla kasvokkain tekemissä, jolloin sekä yhteisöön liittyminen että sieltä poistuminen on helppoa (Castells 1996, 388–398). Usein, kuten *Xeniittien* tapauksessa, virtuaalinen yhteisö muuttuu sosiaalseksi yhteisöksi, kun fanit järjestävät tapaamisia ja kokouksia. Näyttää siltä, että halu tavata kasvokkain on suuri fanien keskuudessa eikä virtuaalinen kommunikointi yksinomaan riitä täyttämään sosiaalisuuden funktiota. Tutkimukseni osoittaa että, henkilöllisyyden salaamisen sijaan merkittävämpää näyttää olevan yhteisön halu paikantaa omaa identiteettiään ja saada tietoa muista jäsenistä. Oleellista on myös yhteisön pieni koko: alle sadan jäsenen yhteisö pyrkii pitämään kaikki jäsenet mukana toiminnassa ja keskustelun mahdollisimman avoimena ja sallivana.

Yhteisön käsite pitää helposti sisällään romanttisen ja nostalgisen näkemyksen menneisyyden kyläyhteisöstä, tasa-arvoisesta kanssakäymisestä tai jaetusta olemuksellisesta yhtenäisyydestä (ks. Joseph 2002, 3–29). Virtuaaliympäristössä teknologinen kompetenssi ja verbaalinen ilmaisutaito ovat kuitenkin tärkeitä erontekijöitä ja hierarkisoivia elementtejä jäsenten kesken. Ne vaikuttavat fanien kykyyn hankkia virtuaaliympäristössä tietoa ja

perehtyä faniuden kohteeseen ja tuottavat auktoriteettia yhteisön keskuudessa.

Faniyhteisöjen muodostuminen ja niiden kaipuu kertoo siitä, ettei faniuden kaltainen intensiivinen mediasuhde merkitse sosiaalisten suhteiden rapautumista vaan päinvastoin, se näyttää tuottavan uusia sosiaalisia suhteita. Sosiaalisesta ulottuvuudesta kertoi myös *Ally McBealin* merkitys puheenaiheena kouluissa ja työpaikoilla.

Maffesolia (1995, 27) mukailten voidaan sanoa, ettei media eristä vaan toimii vetovoimana postmoderneille heimoille kuten toteemi primitiivisille heimoille. Maffesolin (1995, 96–98) ajatuksen mukaan media lujittaa yhdessä olemista, joka ei pyri olemaan käsitteellistä vaan affektiivista. Kyse on kommunikaatiosta, jolle merkitys on toisarvoista – kuitenkin sosiaalista tähdäten jaettuun nautintoon. Itse en näe median kommunikaatiota samalla tavalla merkityksistä tyhjänä ja sosiaalisuutta ritualistisena vaan identiteetin kannalta merkittäviin kysymyksiin kytkeytyvänä, mitä myös faniuteen liittyvä sosiaalisuus näyttäisi ilmentävän. Oleellista on kuitenkin huomioida, että media tuottaa monenlaisia, eri tavoin järjestäytyviä sosiaalisia suhteita eikä median vetovoima ole kaikille sama.

Faniuden kaltaista sosiaalisuutta voidaan myös pitää ongelmallisena, mikä kytkeytyy niihin teemoihin, jotka tässä sosiaalisessa kanssakäymisessä ovat keskiössä. Puhe tv-sarjan käännteistä voidaan kokea turhanpäiväisenä ja epärelevanttina. Esimerkiksi Boorstin (1962, 11) puhuu valetapahtumista, joilla hän viittaa rakennettuihin mediatapahtumiin. Tämän näkemyksen mukaan huomion kiinnittäminen valetapahtumiin vie kiinnostuksen pois muista todellisimmista ja tärkeämmistä tapahtumista. Edellä mainittu vastakkainasettelu on ongelmallista, sillä kuten fanien haastattelut ja kirjeet osoittavat, faniuden kohteita käytetään ja tulkitaan todellisuuden jäsentämiseksi ja ilmentämään monia unelmia ja utopioita. Niiden kautta käydään tärkeitä arvokeskusteluja sukupuolesta, kansallisuudesta ja seksuaalisuudesta. Toisin

sanoen intensiivinen suhde tv-sarjaan ei merkitse maailman ulkopuolelle asettumista vaan siinä liikkuvien kysymysten jäsentämistä. Kysymys on siitä, kuinka valta ymmärretään. Valtakamppailuja ei käydä vain ilmeisillä politiikan ja talouden foorumeilla, jotka voivat olla elitistisiä ja poissulkevia.

Viestinnän tutkimuksen perinteessä julkisuutta, demokratiaa ja julkisoa käsittävien kirjoitusten taustalla on tietynlainen vastakkainasettelu järjen ja tunteen, rationaalisen ja irrationaalisen julkisuuden alueiden välillä. Samalla tullaan luoneeksi vastakkaisuutta julkison ja yleisön välille, joista ensin mainittu on järkevä, aktiivinen keskustelija, ja jälkimmäinen passiivinen vastaanottaja (ks. Blumer 1999) olkoonkin, että itse julkison käsite sisältää liikkuvuutta ja tätä on myös tutkimuksissa korostettu (Ridell 1999; Pietilä et al. 1999).

Fanius ei tarkoita sitä, etteikö yksilö voisi olla rationaalinen ja kantaaottava yhteiskunnan jäsen. Fanius ei ole kokopäiväinen, subjektin läpäisevä olemisenmuoto vaan tietyinä aikana, tietysää hetkessä aktivoituva mediakulttuurin kokemistapa. Oleellista on kuitenkin muistaa se, ettei faniuden kaltainen toiminta tähtää yhteiskunnallisten epäkohtien korjaamiseen ja muutokseen, mutta tästä huolimatta se saattaa sisältää muutoksen potentiaalin. Käytännössä fanius voi haastaa arvoja ja asenteita, mutta myös yleisökäytäntöjä ja suhteita mediavaltaan. Tällöin fanius toimii Fraserin peräänkuuluttaman alajulkisuuden muotona, haastaen valtajulkisuuden käytäntöjä ja arvoja.

6.2. Affekti ja faniuden sallitut paikat

Kun mediajulkisuus säätelee faniuden rakentumista yhteisön ja fani-identiteetin osalta, millaiseksi faniuden affektiivisuus tässä kontekstissa muotoutui? *Ally McBealin*, *Xenan* ja Bjurströmin tapauksessa affektiivisuus rakentui eri tavoin ilmentäen affektin

kulttuurista paikkaa. Affekti, tunteenomainen vaikutus, kytkeytyy katselukokemuksessa koettuun liikutukseen ja kiihtymykseen sekä siitä ammennettavaan energiaan, joka ilmenee fanikäytännöissä. Näin ollen affekti ei pysähdy liikituksen tunteeseen vaan se on energiaa, joka mahdollistaa fanitoiminnan. Se kytkeytyy myös identitifikaatioon, samastumisen ja halun rakentumiseen faniudessa. Xenan voima, Gabriellen ja Xenan rakkaus, Bjurströmin ilo ja Ally McBealin kauneus, hämmennys ja epävarmuus rakentuivat affektiivisiksi fanien katselukokemuksissa.

Affektiivisen suhteen kokemus kytkeytyy oleellisesti myös fani-identiteettiin ja faniuden yhteisölliseen rakentumiseen. Xenitiien parissa affektiivista suhdetta sarjaan ei tarvinnut erityisesti perustella vaan sitä käsiteltiin ja vaalittiin yhdessä eri tavoin. Yhteinen katselu, sarjasta käydyt keskustelut, omien katselukokemusten jakaminen ja oma *Xenaa* koskeva tuotanto olivat osa tätä affektiivisuuden jakamista faniyhteisössä. Vaikka fanit saattoivat asettua seuraamaan sarjaa yksin ja nauttia sen tuottamista ilon, jännityksen ja surun tunteista, sarjan affektiivista ulottuvuutta ei salattu tai peitelty. Se antoi energiaa fanituotantoon, keskusteluihin ja tapaamisiin.

Ally McBealin tapauksessa affektiivinen katselukokemus pidettiin yksityisenä, mutta sarjan vaikutusta ilmensi halu leikitellä sarjan elementeillä, kierrättää ja kopioida sanontoja ja letkauksia työpaikoilla ja koulun käytävillä. Bjurströmin tapauksessa affektiivisuus rakentui suhteessa Bjurströmin persoonaan ja persoonan ilmentämään utooppiseen funktioon. Affektiivisuutta vaalittiin yksityisissä fanikäytännöissä, *BumtsiBumia* katselemalla, kuvia ja haastatteluja keräilemällä, tansseja tekemällä ja pelejä pelaamalla. Yksityisesti koettu affektiivisuus jaettiin, mutta vain lähipiiriin ja kuvitteellisen yleisön kanssa: se asettui osaksi tunteuttomien kanssafanien intohimoa.

Tämä kuvitteellisesti jaettu affektiivisuus ei voinut olla ristiriidatonta, sillä kuten edellä olen tuonut esiin, kanssafanit koettiin osin stereotyyppisen fanaattisina. Fanikirjeiden kuvauksissa tois-

tui fanistereotypia, joka oli esillä jo 1960- ja 1970-luvun *Katso*- ja *Seura* -lehtien sivuilla.

Faniuden käsityksistä voi lukea pelkoja ja uhkia, jotka kertovat kulttuurin mentaliteetista (Salmi 1996, 14). Fanius murtaa yksityisen ja julkisen rajoja tuomalla julkiseen tunteet ja tunteiden ilmaisun – perinteisesti yksityiseen sijoittuneen elementin. Fanius voidaankin Mary Douglasia (1966) mukailleen nähdä likana. Se ilmentää tunteita väärässä paikassa.

Sari Elfving (2003) on todennut, että tv-kritiikeissä katsojuus tunteenomaisena on koettu ongelmallisena, mutta tunteenomais- ta ja intensiivistä suhdetta on tv-lehdissä myös aktivoitu. Oma tutkimukseni tukee havaintoa. Tunteenomainen mediasuhde näyttää olevan sallittua tietyssä kontekstissa. Viihteeseen keskittynyt populaarijournalismi vaalii affektiivista suhdetta mediahahmoihin, rohkaisee ja antaa siihen aineksia. Samaan aikaan se kuitenkin tuottaa tästä tunnesuhteesta negatiivista stereotypiaa, silloin kun fanius tulee tekstissä näkyväksi. Riehuvat, villit fanilaumat poptähtien uutisoinnissa tai tähden yksityisyyttä häiritsevät, kiusalliset fanit toistuvat lehtien sivuilla. Fanit asemoituvat joukoksi, joka jatkuvasti uhkaa ylittää sille rajatun alueen.

Faniuden ”likaisuus” on kontekstisidonnaista, sillä faniuteen kuuluville tunteiden ilmauksille on omat julkiset paikkansa ja rajansa. Televisio-ohjelmiin liittyvät faniuden paikat ovat lisääntymässä fanikulttuurien vakiintuessa. Osoituksena tästä ovat kanavien järjestämät erityisnäytökset, näyttelijöiden vierailut sekä faniyhteisöjen organisoimat konferenssit ja tapaamiset. Keskeisin näistä paikoista on internet, joka puolijulkisena tilana luo yhteyden yksityisen television katselun ja julkisen fanitoiminnan välille. Fani voi ilmentää faniuttaan laajalle kansainväliselle yleisölle, luoda sosiaalisia suhteita muihin faneihin, mutta samalla pysyä yksityisen piirissä, oman kotitietokoneen äärellä. Televisiofanius ei kuitenkaan tarvitse internetiä siirtämään yksityisen kokemusta julkisuuteen. Fanius voi kulkea mukana työpaikalle tai kouluun puheissa ja vaatteissa. Se voi näkyä fanitapahtumas-

sa tai idolin esiintyessä tavaratalossa. Televisioon liittyvä fanius voidaankin nähdä julkisuutta ja erityisesti julkisen ja yksityisen rajoja uudella tavalla järjestävänä ilmiönä.

Tunnekuulttuurin sukupuolittuminen on yksi keskeinen ulottuvuus, joka on rajaamassa faniuden ”sallitun alueita”. Tämä näkyy tavassa käsittää fanius erityisesti tytöille ja naisille ominaisena käytäntönä: julkisuudessa faniutta sukupuolitetaan korostamalla naisten ja tyttöjen roolia fanikulttuurissa ja ohittamalla faniryhmien poika- ja miesfanit (Robertson 1999 22–23; Pajala 1999, 29). Poikien ja miesten suhdetta populaarikulttuuriin kuvataan usein toiminnan ja taitojen oppimisen kautta (ks. Lähteenmaa 1992).

Vaikka fanius näyttää varsin sukupuolittuneelta, ja kulttuuriset käytännöt tukevat tätä kehitystä, käytännössä fanikulttuurit voivat olla hyvinkin heterogeenisiä. Tässäkin tutkimuksessa *Xenan* ja *Ally McBealin* fanius oli sukupuolisesti heterogeenista. Julkisuudessa kuitenkin *Ally McBeal*-fanius kytkeytyi feminiinisyyteen ja tyttökuulttuuriin, mikä osaltaan saattoi vaikuttaa siihen, etteivät sarjaa katsovat miehet myöskään osallistuneet tutkimukseeni. Marco Bjurströmin faneista sen sijaan valtaosa näytti olevan naisia. Mediajulkisuudessa faniutta ei paikannettu sukupuoleen vaan pikemminkin se rakentui koko kansan faniutena. Tämä voi osaltaan johtua siitä, että Bjurströmin fanius halkoi ikäluokkia. Positiivisuus-diskurssi ja *BumtsiBumin* perheleisöä korostava konteksti tuntuivat myös häivyttävän romanttista tulkintakehystä, joka yleensä kytketään naisten ja tyttöjen faniuteen. Toisaalta fanien oma puhe stereotyyppisestä fanijoukosta toisti juuri niitä käsityksiä, joita tyttöfaniuteen liitetään.

Faniuden sallitut ja kielletyt alueetkin muodostuvat sen mukaan, mistä näkökulmasta asiaa tarkastellaan. Nuortenlehdissä, *Demissä* ja *Suosikissa* faniutta ei kummastella, päinvastoin sitä tuotetaan aktiivisesti. Lehtikirjoitukset määrittelevät faniuden kohteita ja antavat aineksia faniuden toteuttamiseen. Tässä kontekstissa puolestaan science fiction -fanius voi näyttäytyä outou-

tena, epämuodikkaana nörttiytenä. Näin ollen faniuden koke-
musta ei voi kiinnittää tiettyyn hierarkkiseen rakennelmaan vaan
sen sallitut ja kielletyt alueet vaihtelevat ajassa ja aikalaisten kat-
seissa.

6.3. Sukupuolta tekemässä

Xenan, *Ally McBealin* ja Bjurströmin faniudet kertovat myös
kulttuuristen käytäntöjen sukupuolta rakentavasta luonteesta.
Fanius toimiikin sukupuolen teknologiana (Lauretis 1987, 2–3)
ja tekemisen paikkana. Sukupuoli rakentuu erilaisten, keskenään
ristiriitaisten diskurssien teitä. Faniuden kohteet ja niitä koskeva
mediajulkisuus ovat tuottamassa näitä diskursseja. Ne ovat itses-
sään sukupuoliperformansseja, joita faniuden käytännöissä tois-
tetaan, tuotetaan ja joita kohti tai vasten sukupuoli rakentuu.

Xena oli faneille selkeän feministinen representaatio, joka lisäk-
si ilmensi naisten välistä ystävyyttä ja rakkaussuhdetta. Tällaisena
sarja haastaa perinteistä populaarikulttuurin naiskuvastoa ja mur-
taa sukupuoli-identiteetin itsestään selvää liitosta heteroseksuaali-
suuteen. *Xena*-fanit olivat omaksuneet tietynlaisen feministisen,
naissankaruutta korostavan eetoksen, voimauttavuuden, sarjan
faniutta legitimoimaan. *Xenan* merkitys seksuaalista identiteettiä
vahvistavana oli ilmeinen sarjan lesboyleisölle. Fanius on tuotta-
nut uusia seksuaalisten vähemmistöjen yhteisöjä ja luonut myös
uudenlaisia hetero- ja homoseksuaalien verkostoja, joissa seksuaa-
lisuuden representaatiosta keskustelu on keskeinen jaettu toimin-
nan muoto.

Ally McBealin sukupuolikuvasto kytkeytyi julkisuuden dis-
kursseihin sekä niiden ruokkimiin konsumeristisiin käytäntöihin:
muodin ja tyylin alueelle. Sukupuolen tuotannossa keskeisellä
sijalla oli nainen, jota määriteltiin, osin kiivaastikin, erilaisten
tekstien kautta. Näissä teksteissä paikannettiin naisen paikkaa
nyky-yhteiskunnassa, mutta myös naisen representaatiota popu-

laarikulttuurissa. Faniien tulkinnoissa sarja rakentui heidän määritelmänsä mukaan feministiseksi, mikä merkitsi naisten representoimista päähenkilöinä ja miehiä vahvempina. Tästä huolimatta keskeistä sukupuolikuvastossa oli myös tyttömäinen kömpelyys ja epävarmuus, joka todennäköisesti puhutteli nuoria katsojia juuri sen läheisyyden vuoksi. *Ally McBealin* tapauksessa esiin nousut anti-fanius on taasen esimerkki sukupuolen diskurssien ristiriitaisuuksista ja vastaperformanssista.

Idolina Bjurström kiinnostavalla tavalla haastoi perinteisiä maskuliinisuuden ideaaleja, ilmentämällä monia feminiinisenä pidettyjä elementtejä kuten hoivapuhetta, tanssia, muotia ja iloisuutta. Bjurströmin fanit rakensivat faniuttaan suhteessa tähän maskuliinisuuden kuvastoon, mutta kuitenkin heteromatriisia todentaen: fanikirjeissä Bjurström asemoitiin usein kuvitteellisen nais-mies parin osapuoleksi.

Identiteettejä representoivina faniuden kohteet tekevät ehdotuksia ja tarjoavat näkökulmia sukupuoleen, mutta prosessia määrittelevät myös faniuden käytännöt ja mediajulkisuuden tuottamat diskurssit. On varsin kiinnostavaa, että identifikaatiot näissä tapauksissa olivat moninaisia eikä sukupuoli näyttäytynyt aina määräävänä identifikaation perustana. Toisin sanoen miespuoliset fanit saattoivat samastua naispuoliseen tähteen (*Xenaan*) ja päinvastoin (naiset *Ally McBealin* Pullaan ja Bjurströmiin). Samastuminen ei noudattanut heteroseksuaalista rakennetta, toisin sanoen halu ei kytkeytynyt vain vastakkaiseen sukupuoleen. Onkin syytä olettaa, että fanius antaa tilaa olla toinen. Faniuksien piirissä sekä vahvistetaan että kyseenalaistetaan perinteisiä sukupuolikäsityksiä ja tämä prosessi on yksi faniuden nautinnon lähde. Sukupuoleen ja seksuaalisuuteen liittyy voimakasta paikantamisen halua, näkyväksi tekemistä. Nämä ovat ulottuvuuksia, jotka faniudessa tuottavat ristiriitoja, kiihkeää keskustelua ja konflikteja. Ne ilmentävät kulttuurisia käsityksiä, arvoja ja asenteita.

Ne ovat alueita, joilla oma asema suhteessa valtakulttuuriin tulee näkyväksi: sukupuoleen ja seksuaalisuuteen liitetyt odotukset ja käsitykset tiivistyvät faniuden kokemuksessa, identifiikaatiossa ja fani-identiteetin omaksumisessa. Fani-identiteetin omaksuminen voi merkitä asettumista hallitsevia sukupuoli- ja seksuaalikäsitteitä vastaan – mutta myös hallitsevien yleisöyttä koskevien kulttuuristen arvojen haastamista.

Sukupuoli-identiteettiin ja seksuaalisuuteen liittyvien kysymysten keskeisyys faniuden kokemuksessa kertoo siitä, että populaarijulkisuuden alueella näiden identiteetin muodostuksen kannalta merkittävien ulottuvuuksien käsittely on tarjolla kenties paremmin kuin vakavan journalismin muodostamalla valtajulkisuuden alueella. Heteronormatiivisuuden haastaminen kytkeytyy paitsi fanien haluun tulkita toisin myös kulttuuriteollisuuden kiinnostukseen seksuaalisista vähemmistöistä potentiaalisina yleisöinä sekä seksuaalisuudesta uteliaisuuden kohteena (vrt. Rossi 2003, 152–153).

Kaikissa tapauksissa esiin noussut queer-tulkintojen mahdollisuus kertoo nähdäkseni sukupuolisuuden rakentumisen murroksista ja säröistä heteronormatiivisessa populaarijulkisuudessa. Se todentaa Judith Butlerin luonnehtimia epäjohdonmukaisuuksien ja vastaperformanssien mahdollisuuksia, joita sukupuoliperformanssit pitävät sisällään.

6.4. Kuluttajuutta kohti ja vastaan

Faniuden käytännöissä kulutuksella ja tavaranhankinnalla on oma tärkeä roolinsa, kuten Xena-figuurien tai *Ally McBealin* dvd-pakettien kauppa osoitti. Fanitutkimuksessa kulutuskulttuuri on kuitenkin saanut harvinaisen vähän huomiota. Tämä johtuu ehkä osittain siitä, että fanitutkimus on keskittynyt tiettyihin alakulttuurisiin faniuden muotoihin, kuten science fiction -faniuteen, joka mielletään kulutuskulttuurin vastaiseksi (Hills 2002, 27;

vrt. Abercrombie & Longhurst 1998, 141). Näkökulma selittyy kuluttajuuden rinnastamisella valtavirtaan: markkinointi ja kaupallisuus nähdään massakulttuurina, ei niinkään erottautumisen kulttuurina. Matthew Hills (2002, 27) väittääkin, että fanitutkimuksen perinteessä ”hyvä” fani-identiteetti rakentuu vasten kuviteltua toista, ”paha” kuluttajaa.

Fanius on kuitenkin esimerkki siitä, ettei kuluttajuus toimi yhteen suuntaan puhtaasti kaupallisia intressejä noudatellen vaan innokkaiden kuluttajien keskuudessa muotoutuu myös kuluttamisen vastaisia käytäntöjä ja asenteita. Kuluttamisen kohteena ovat paitsi konkreettiset tavarat myös itse tv-ohjelmat ja niitä koskevat tekstit, joita kierrätetään ja muokataan.

Fanitavaroiden kautta ilmennetään faniutta ja kerrotaan siitä muille. Fanitavarat ovat osa faniuden erottautumisen kulttuuria, halua paikantaa itsensä tiettyyn positioon. Ne korostavat tyylin kautta rakentuvaa identiteettiä. Tavarat myös ilmentävät fani-identiteetin syvyyttä: ”kunnon” fanilla on kokoelmissaan vaikeasti saatavia tuotteita, erikoistumisen ja perehtyneisyyden merkkeinä. Toisaalta runsas fanitavara ei takaa asemaa arvostettuna fanina vaan päinvastoin, tietyissä fanikulttuureissa tavara voi olla osoituksena faniuden pinnallisuudesta.

Fanitavaroiden käyttöarvo on ennen kaikkea symbolinen (Ilmonen 1993, 206). Symbolinen arvo ei ole pysyvä vaan ajassa muuttuva ja fanitavaroiden kohdalla arvoa tuotetaan monelta taholta. Fanitavaroiden pörssiä pyörittävät niin tuotantoyhtiöt, mediajulkisuus kuin fanit itse. Tavaroiden kautta asetutaan tietynlaisiin sosiaalisiin suhteisiin, jotka ovat kytköksissä fanikulttuureissa rakentuneisiin käytäntöihin ja käsityksiin kuluttamisen kulttuurista.

Xena-faneille tavarat toimivat selkeästi fani-identiteetin vahvistajina. Xeniiittien kuluttaminen oli tarkkaan valikoivaa ja erikoistunutta. Myös tuotantoyhtiö oli ymmärtänyt *Xena*-faniuden piirteet tuottaen aktiivisesti erilaista *Xena*-materiaalia, vaikka itse sarjan tuotanto oli päättynyt. Juuri tämä alakulttuurinen kulut-

taminen näytti olevan alue, jossa tavaroilla on varsin keskeinen sija. *Ally McBeal*- ja Bjurström -fanit osallistuivat huomattavasti laimeammin tavaramarkkinoille. Kaupallisuus rakentuukin monesta muusta tekijästä kuin vain oheistuotteiden hankinnasta.

Xena-faniuden kuluttajuudessa oli piirteitä sekä kulttuurihäiriköinnistä että salametsästyksestä. Yhtäältä fanit jakoivat häiriköiden anti-konsumeristisen ideologian, mutta toisaalta he vaalivat oman alueensa populaarikulttuurintuotantoa innokkaina kuluttajina ja aktiivisina omien tekstien tuottajina, käyttäen salametsästäjien tapaan populaarikulttuuria oman tuotantonsa, kuten fanifiktio, lähteenä.

Xeniittien suhde kuluttajuuteen toimi kahteen suuntaan. Yhtäältä se ylläpiti tavaratuotantoa, mutta toisaalla nakersi tuotantoyhtiöiden voitontavoittelua kierrätyksen ja lainailun kautta. *Xenan* tapauksessa oheistuotteet kytkeytyivät ennen kaikkea sarjan narratiiviseen maailmaan. Koska huomio kiinnittyi fiktiiviseen menneisyyteen sijoittuvaan maailmaan, ei konsumeristinen ulottuvuus noussut esiin suoraan sarjasta.

Ally McBeal asemoitui suoraviivaisemmin konsumerismin piiriin sarjan julkisuuden ja ohjelmapaikan kautta. Koska sarja sijoittui nykyaikaan, se tarjoili helposti omaksuttavia ajankohtaisia tyylejä – muotia. Konsumeristinen näkökulma korostui erityisesti *Ally McBeal* -julkisuudessa, joka esitteli Allyn näköismallia muotikuvissa. *Ally McBealin* osalta kuluttajuus ei erottunut rintanapin, miekan tai figuurin tavoin. *Ally McBeal* -tyyli sulautui osaksi arkea eikä se rajoittunut esineeksi pöydän reunuksella, kuvaksi seinällä tai asusteeksi fanitapaamisessa. Tässä mielessä konsumerismi oli sisäänkirjoitettu *Ally McBeal* -sarjaan ja sen katseluun.

Mainonnalla voi olla suurtakin merkitystä ohjelman profiilin muotoutumisessa. *Ally McBealissa* tämä näkyi sarjalle luodun sponsorimainospaikan kautta. Paikalla nähtiin *Anna*-lehden mainos, joka fokusoitui nuoren, itsenäisen naisen imagoon. Mainosten asemointi korosti sarjan merkitystä nuorten naisten sarjana ja

tyylioppaana. Sarja varmasti toimi myös nuorten miesten pukeutumistyylin ja muodin lähteenä, mutta tätä ei sarjan mediajulkisuus käsitelty. *Ally McBealin* julkisuudessa toistui konsumerismin ja femiinisyyden liitos, joka tuotti käsityksen kuluttamisesta vain naisille ominaisena.

Bjurstöm-fanius ei kytkeytynyt suoranaisesti *BumtsiBum*-tavaroiden, kuten vaikka muovisten Marco-nukkejen, hankintaan, sillä niitä ei edes ollut kaupan. Fanit eivät niinkään omaksuneet Bjurströmin pukeutumistyyliä, vaan Bjurströmin elämänsenne oli kuluttajuuden kohteena. Fanitavarat olivat usein omia muistoja, joiden merkitys kytkeytyy kohtaamiseen: nimikirjoituksia ja valokuvia, jotka kertovat tapaamisesta idolin kanssa. Mielenkiintoista on se, että tämä faniuden muoto, johon kenties selkeimmin kytkeytyy ajatus faniudesta massana, oli vähiten tavarastunut. Bjurströmistä uutisoivat iltapäivälehdet, positiivisuus-koulutus, tanssiesitykset ja *BumtsiBum*-kiertueet olivat kuitenkin ilmeinen osa Bjurström-markkinoita, joita fanit kulusivat.

Epäilemättä *Xena*-, *Ally McBeal*- ja Bjurström-faneille kuluttaminen oli tärkeä identiteetin rakentamisen alue, mutta siinä missä Xeniteille se toimi korostetusti fani-identiteetin rakentajana, muissa tapauksissa kulutus kytkeytyi yleisemmin omaan sosiaaliin ja kulttuuriseen paikkaan.

Ristiriidat tuotannon ja fanikulutuksen välillä kertovat siitä, ettei kulutuskäytäntöjä ole helppo ennakoida ja suunnitella. Se, millaisia käytäntöjä fanit toteuttavat ei ole tuotantoyhtiöiden määrättävissä, vaikka ne voivatkin ohjata ja tarjota erilaisia puitteita näille käytännöille.

Kolmen tapauksen erilaiset suhteet tavaramaailmaan herättävätkin kysymyksen siitä, mistä kaupallisuus rakentuu. Se ei tyhjene vain tavaratuotantoon vaan kaupallisuuden merkitys liittyy myös näkyvyyteen ja valtakulttuuriin – tietynlaiseen julkisuuteen. Populaarijulkisuuden aluetta voidaan pitää lähtökohtaisesti kaupallisena, mutta sen sisällä erilaiset kulttuuriset muodostumat luovat erilaisia suhteita kuluttajuuteen, tavaroihin ja konsumers-

tiseen asenteeseen. Kuten Virginia Nigthingale (2004) summaa, faniyhteisöt ovat kulutusyhteiskunnan osana pikemminkin kuin sen uhreja.

6.5. Glokaalisti faniutuvat yleisöt

Yleisöjen ohjaaminen entistä voimakkaammin erilaisten oheis- ja rinnakkaistuotteiden äärelle kertoo myös faniutumisen ilmiöstä. Faniutuminen merkitsee siis yleisöjen suhtautumista entistä fanimaisemmin populaarikulttuurin tuotteisiin. Faniutuminen on nähty positiivisena, osallistuvan kulttuurin ilmiönä (Jenkins 2003), jossa kulttuuriteollisuus seuraa yleisöjen liikehdintää ja pyrkii vastaamaan siihen, mitä osallistuva yleisö haluaa. Tätä prosessia vauhdittavat mediateknologioiden kehitys, internet ja digitalisoituminen, joka kasvattaa fanien mahdollisuuksia omaan tuotantoon, omien sivustojen, tarinoiden, elokuvien ja pelien kehittelyyn. Näin esimerkiksi *Xena*-fanius rakentuu oleellisesti television ja internetin vuorovaikutuksessa. Prosessi liittyy siihen, mitä Mikko Lehtonen (1999, 10) nimittää intermediaalisuudeksi. Lehtosen mukaan populaarit kertomusmuodot ovat perinteisesti ylittäneet mediaaliset rajat. Fanien käytännöissä yhdistellään television, internetin, kirjojen, elokuvien, sanoma- ja aikakauslehtien käyttöä. Globalisaatio, medioituminen ja tavaraistuminen yhdessä vaikuttavat intermediaalisuuden kasvuun.

Kaikki kolme tutkimaani tapausta kertovat kiinnostavalla tavalla siitä, kuinka faniutuminen rakentuu suhteessa kulttuurin ja talouden globalisaatioon. Faniutumisessa ja kulttuurin globalisaatiossa on tiettyä samansuuntaisuutta. Niitä leimaavat media-kulttuurin keskittyminen ja konvergenssi: yhä harvemmat suuryritykset hallitsevat globaaleja mediamarkkinoita.

Siinä missä faniutuminen korostaa osallistuvaa yleisöä, kulttuurin globalisaatio nostaa esiin kulttuurintuotannon keskittymisen, standardoitumisen, tarjonnan yksipuolistumisen, läntisen

tuotannon hegemonian ja kulttuurin diversiteetin katoamisen (ks. Du Gay et al. 1997b; Tomlinson 1999; Grossberg et al. 1998, 402–407). Vuosituhannen vaihteen lukuisat Disney-tutkimukset (Wasko 2001; Giroux 2001; Hebdige 2003) tarkastelevat kulttuurin globalisoitumista keskittymisen ja suuryritysten vallan näkökulmasta nostaen esiin yritysten pyrkimyksen hallita tuotantoa ja jakelua maailmanlaajuisesti. Näissä pyrkimyksissä juuri uusien mediateknologioiden hyödyntäminen ja omistuksen keskittämisen tuoma synergiaetu sekä tekijänoikeuksien tiukka valvonta ovat olleet tehokkaita (Wasko 2001, 220). Ongelmallisena esimerkiksi Disneyssä nähdään paitsi alan hallinta myös tuotteiden välittämä arvomaailma, jossa Janet Waskon (mt., 224) mukaan voi nähdä konservatiivisuutta, etnosentrismiä, pinnallisuutta, homofobiaa ja kulttuurista epäsensitiivisyyttä.

Globalisaatioprosessin imperialistista vaikutusta korostavissa näkemyksissä yleisö nähdään alttiina median vaikutukselle ja manipulaatiolle (Featherstone 1996, 62). Itse asiassa globalisaatiokritiikissä on kaikuja frankfurtilaisesta massakulttuurin kritiikistä.

Frankfurtin koulukunta, ja sen tunnetuimmat edustajat Max Horkheimer ja Theodor Adorno (2004/1944) tarkastelivat kriittisen yhteiskuntateorian näkökulmasta massatuotetun kulttuurin teollistamisprosessia ja sen vaikutuksia kuuluisassa ”Kulttuuri-teollisuus”-esseessään jo kuusikymmentä vuotta sitten. Kulttuuri-teollisuuden kritiikki¹⁷⁰ kohdistui nimenomaan kaupalliseen

¹⁷⁰ Teoriaa kulttuuri-teollisuudesta on kritisoitu totalisoivasta massakulttuurin käsitteestä sekä nähty ongelmallisena teorian jyrkkä jako korkeaan ja matalaan kulttuuriin, missä massakulttuuri edustaa ideologista pahaa (Kellner 1998, 39–40). Teoria ei liiemmin pohdi yleisöjen erilaisia mahdollisuuksia luoda merkityksiä ja käyttää kulttuurituotteita, jolloin yleisöt näyttäytyvät passiivisena kulttuuriteollisuuden vallan alaisena massana. Frankfurtin koulukunnan teorioiden soveltamisessa tähän päivään on tietenkin ongelmansa erityisesti siksi, että kulttuurin kenttä on muuttunut, ja teorian näkökulmat kiinnittyvät aina aikaansa – tässä tapauksessa fasismin nousuun Saksassa ja median hyödyntämiseen sen yhteydessä. Teksteistä on kuitenkin paikannettavissa eron tekoa erilaisten kulttuuri-

kulttuurin tuotantoon, massakulttuuriin, jonka Frankfurin koulukunnan edustajat näkivät standardisoivana. Kulttuuriteollisuutta kritisoitiin kaavamaisuudesta, formatoinnista. Jatkuva paine tuottaa uusia vaikutuksia johtaisi vain konventioiden ja mallien kasvavaan valtaan. (Adorno 1991; Adorno & Horkheimer 2004/1944.) Yhdenmukaistumisen seurauksena nähtiin samankaltaistuminen ja esteettisten aineiden köyhtyminen. Näin teollisia kulttuurituotteita tulisi hallitsemaan ”ohuesti peitelty samuus”.

Yllättävä yhtymäkohta kulttuuriteollisuuskritiikin ja faniutumisen teorian välillä on suuryritysten halu sitouttaa yleisö tuotteisiin: faniutumisessa se tarkoittaa saman narratiivisen universumin myymistä eri muodoissa, Adornon ja Horkheimerin (2004/1944) tekstissä kuluttajien side suuryritykseen lujitetaan mainonnan avulla. Frankfurtilaisessa visiossa yleisöt näyttäytyvät faniteorian vastakohtina, vaisuina ja voimattomina. Kulttuuriteollisuuskritiikki näkee tuotteiden hallitsevan vastaanottoa, ”apatisoivan kuluttajia”(mt., 32) ja ”lamauttavan mielikuvituksen voiman”(mt., 6), eikä yleisön ”tarvitse uppoutua pohtimaan kuinka koneisto tuottaa tuloksensa”(mt., 6).¹⁷¹ Faniutumisen teoria puolestaan pitää suuryrityksiä ongelmana siksi, että ne haluavat omistaa kulttuurituotteet ja estää tuotteiden työstämisen fanituotannon piirissä.

tuotteiden ja niiden vaikutusten välillä, vaikka yleissävy on totalisoiva (Pietilä 2004).

¹⁷¹ Kirjoittajien suhdetta yleisöön ei tarkemmin reflektoida. On kiinnostavaa, että teksti näkee massakulttuurin ideologiaan sopeutumattomat, sen ulkopuolelle asettuvat, syrjäytyvinä eikä näin tunnista akateemisen aseman mahdollistavaa hierarkioita luovaa positiota. On vaikea väittää, että juuri massakulttuurin kuluttajat olisivat juhlistavaa yleisöä ja korkeakulttuurin kuluttajat puolestaan syrjäytyviä. Adornon ja Horkheimerinkin edustama massakulttuurikritiikki määrittää vahvasti yleisöjen kokemusta. Sen tunnistaminen ja ahdistavuus yleisöjen keskuudessa nousee esiin useissa tutkimuksissa (Ang 1985; Jenkins 1992; Seiter et al. 1989).

Itse asiassa Franfurtin koulukunta ja globalisaatiokritiikki kertovat faniutumisen käänköpuolesta: faniuttamisesta. Faniuttaminen voidaan ymmärtää yleisön houkutteluun liittyvänä strategiaana. Esimerkiksi *Ally McBealin* ja *BumtsiBumin* kohdalla MTV3 on voinut hyödyntää saman emoyhtiön *Iltalehteä* näyttävillä lööpeillä ja näin kookuttanut katsojia ohjelmien ääreen. Faniuttaminen ei välttämättä rajoitu vain tuotemyynnin maksimointiin vaan kyse on laajemmasta muutoksesta, joka näkyy tv-sarjojen sisällössä (Jenkins 2003; Bailey 2002). Erityisesti kulttifaniudelle ominainen tapa toisteiseen katseluun, erilaisten elementtien keräily (lausahdukset, toistuvat vitsit) ja pyrkimys jatkaa ja täydentää sarjan maailmaa omalla tuotannolla, ovat asioita jotka huomioidaan tuotannossa yhä useammin – toisin sanoen yleisöille tarjotaan materiaalia, joka sisältää faniuttavia aineksia. Luodaan sarjoja, joita markkinoidaan valmiiksi kulttisarjoina, ennen kuin yleisö ehtii niitä löytääkään. Yksi tällainen sarja näyttäisi olevan *Aartenmetsästäjä* (1999–2002), joka yhdistelee elementtejä *Xenasta*, elokuvasta *Kadonnan aarten metsästäjä* ja tietokonepelin sankarittaresta, Lara Croftista.

Faniutuminen sen sijaan korostaa yleisöjen halua selvittää elokuvien ja tv-ohjelmien tekoprosessia, luoda omia tarinoita ja kehittää juonenkulkua edelleen ja tätä pyrkimystä mediakonsernien tulisi Henry Jenkinsin mukaan vaalia, ei estää. Faniutumisen visiossa on kaikuja populaarikulttuurin tutkimuksessa tutusta vastarinnasta ja vastustamisesta, joka ei merkitse muutosta vaan pikemminkin johtaa status quohon, oman paikan muuttumattomuuteen (McGuigan 1992; Saukko 2003). Kun faniutumisessa viitataan luovuteen ja tuotantoon – vaikuttaa siltä että tuotanto, aktiivisuus ja tekeminen itsessään olisivat jollain tavalla edistykseellisiä. Mutta kuinka luovaa on mcbealismien, *Xena*-kuvien, tv-sarjojen juonikulkujen ja fanisivumallien kopioiminen?

Faniutuminen, faniuttaminen ja globalisaatio eivät toimi vain yhdellä tavalla. Niiden vaikutuksena syntyy sekä kaavamaisuutta

että innovatiivisuutta ja oleellista on tarkemmin paikantaa, millaisissa konteksteissa erilaisia käytäntöjä syntyy.

Globaali viitekehys tuottaa faniuden globalisoitumista, faniverkostoja, jotka yhdistävät faneja eri puolilla maailmaa. Tämä voi merkitä entistä moninaisempia tulkintoja, eri paikoissa ja kulttuureissa rakentuneita näkökulmia samaan tv-sarjaan. Toisaalta faniyhteisöjen tapa tuottaa faanonia, hallitsevia luentoja sarjoista, vaikuttaa niin ikään globaalisti. Sarjoja luetaan verkossa julkaistujen tulkintaoppaiden mukaan ja arvostetuilla sivustoilla on paljon tulkinnallista valtaa. Kansalliset faniyhteisöt eivät välttämättä tuo tulkintoihin suuria eroja. Globaali fanikulttuuri voi kuitenkin nostaa esiin sellaisia, toisinaan radikaalejakin tulkintoja, jotka kansallisissa kulttuureissa voivat olla vaikeasti nähtävissä. Esimerkiksi *Xenan* subtekstin nousu kansainvälisen faniyhteisön tulkintakehykseksi on varmasti rohkaissut suomalaista *Xenayhteisöä* vaalimaan tätä näkökulmaa maassa, jossa gay-kulttuuri ja queer-katse ovat suhteellisen vähän esillä. Näin globaali ympäristö tarjoaa lokaalisti marginaaleille yleisöille paikan identiteetin tuottamiseen, nimeämiseen ja näkyväksi tekemiseen. Tässä on yksi esimerkki faniutumisen ja globalisaation radikaalista potentiaalista.

Fanius näyttäisi olevan globaalille kulttuurille tyypillinen identiteetin muodostuksen alue, joka kytkeytyy kulutuskulttuuriin ja mediaan (Fornäs 1995, 210). Juuri kuluttamisen ja median katsotaan syrjäyttävän perinteiset identiteetin muodostuksen viitekehykset ja määrittelyn paikat kuten sosiaalisen luokan, perheen, paikallisen yhteisön ja kansallisuuden. (Strinati 2004; Beck 1995, 28; Featherstone 1995, 43–45.) Globalisaation oletetaan vaikuttavan identiteetteihin pluralisoivasti, tuottaen identifikaatioille uusia mahdollisia positioita (Hall 1999, 70). Puhutaan identiteeteistä, jotka eivät ole sidottuja traditioon vaan siirtymätilassa.

Globalisaation yhteydessä puhutaan myös deterritorialisaatiosta, jolla viitataan arkikulttuurin ja maantieteellisen paikan välisen

yhteyden löyhentymiseen. Se ei välttämättä tarkoita vieraantumista tai kulttuurista köyhtymistä vaan monimutkaista tutun ja vieraan, laajenevien horisonttien ja yksityisen rajojen sekoitelmää. Globaaleilla markkinoilla fanit voivat jakaa kiinnostuksen *Xenaan* yhdessä Australiassa asuvan fanin kanssa internetissä, mutta tehdä eroa kansainväliseen yhteisöön asettamalla kansallisen faniyhteisön oman fanitoimintansa ensisijaiseksi paikaksi. Myös *Ally McBealin* fanit voivat löytää *Ally McBeal* -keskusteluja ja uutisia verkosta ja tuoda näitä keskusteluja omiin yhteisöihinsä, koulunkäytävälle ja kahviloihin. Bjurström-fanit puolestaan voivat pohdita globaalin formaatin kotouttamista ja verrata Ruotsin versiota suomalaiseen. Kaikissa näissä tapauksissa globaali näkökulma on läsnä tavalla tai toisella. Kansainvälinen formaatti ja maailmanlaajuisesti markkinoidut tv-sarjat tuottavat globaalin viitekehyksen, jota vasten suomalaiset fanit faniuttaan toteuttavat. Toisaalta fani-identiteetin muodostuksessakin perinteiset identiteetin lähteet kuten perhe, ystävät ja paikallinen yhteisö ovat tärkeitä ja vaikuttavat siihen, kuinka faniutta toteutetaan. Faniutta vaalitaan sisarusten, ystävien ja perheen parissa ja näiden suhde faniuteen vaikuttaa myös fanitoiminnan aktiivisuuteen.

Tutkimani kolme erilaista faniutta kertovat paikantumisen tärkeydestä: globaali mediakulttuuri ei pyyhi pois partikulaarisen merkitystä vaan tuntuu korostavan sitä. Sellaiset identiteetin lähteet kuten sukupuoli, ikä ja kansallisuus eivät näytä olevan helposti ylitettäviä tai ainakaan ohitettavia. Kuten Pilkington ja Johnson (2003, 263–264) toteavat, yhteiskuntateoriat, kuten teoriat faniutumisesta, faniuttamisesta, globalisaatiosta ja kulttuuriteollisuudesta, ajautuvat usein vaikeuksiin silloin, kun niitä käytetään yleisenä selityksenä sosiaalisesta ja syrjäytetään paikallisempi ja empiirisesti tarkempi tieto. Ne eivät aina tunnista oman universaalien versionsa erityisyyttä.

Uudet teknologiat ja globaali kulutus-kulttuuri eivät vapauta olemaan kuka vaan, vaan asettavat kysymyksen: kuka olen, keitä olemme. Kyse on pikemminkin siitä, että tarjolla on erilaisia

identiteetti-positioita, joista unelmoida. Käytännössä oma sosiaalisen ja kulttuurisen taustan tuottama positio koetaan kuitenkin vahvana. Sitä määrittävät varsin perinteiset identiteetin lähteet: perhe, asuinpaikka, koulutus ja työ. Näihin raameihin fani-identiteettiä sovitetaan. Fanius tuottaa uusia sosiaalisia suhteita, työtä ja ystäviä, mutta se ei näytä korvaavan tai syrjäyttävän paikoiltaan vanhoja identiteetin lähteitä.

6.6. Fanius ajassa

Fanius ilmenee aina tietyssä ajassa ja näin se myös väistämättä ilmentää joitakin ajalle ominaisia piirteitä. Fanitutkimuksia on usein vaivannut esimerkiksi etnografisissa tarkasteluissa fanien kiinnittäminen yhteen fanikulttuurin, kun käytännössä fanit voivat olla osallisina useissa erilaisissa fanikulttuureissa. Tällöin jää huomiotta kuinka faniudet linkittyvät toisiinsa. Faniuksien kirjo kertoo siitä, ettei voida puhua yhdestä faniudesta ja yhdestä tavasta olla fani.

Tässä ajassa faniudelle ovat erityisiä tietyt medioitumiseen liittyvät kehityskulut kuten internetin tarjoaman globaalin faniympäristön muodostuminen. Sen vaikutukset näkyvät fanikulttuurien käytäntöjen sekoittumisessa ja lisääntymisessä, faniuden valtavirtaistumisessa sekä yleisöjen faniuttamisessa. Faniuden erilaisia käytäntöjä opitaan muilta faneilta, mutta niitä myös opetetaan. Virtuaaliset faniyhteisöt toimivat tällaisina fanikäytäntöjen opastajina: sellaiset käytännöt kuten fanisivustojen luominen ja niihin sisältyvät elementit, fanfiction ja fanitaide ovat esillä internetissä muiden omaksuttavina. Kun fanfiction on perinteisesti liitetty science fiction -kulttuuriin, nyt sitä voi lukea melkein mistä tahansa: poikabändeistä, elokuvista ja saippuasarjoista. Toisin sanoen faniuden käytännöt kulkeutuvat nyt fanikulttuurista toiseen entistä helpommin, koska ne ovat entistä julkisempia.

Fanitutkimuksten yhteydessä uuden teknologian merkitys ja vaikutus fanikäytäntöihin on viime vuosina korostunut. Teknologiset innovaatiot, digitalisoituminen ja internet näyttäytyvät myös tieteellisissä ja populaareissa teksteissä miltei vallankumouksellisina, ihmisten arkea peruuttamattomasti muuttavina tekijöinä (Mitchell 1995; Turkle 1997; Postman 1987; McLuhan 1989; ks. Karvonen 1999b).

Perinteiset fanikäytännöt elävät kuitenkin yhä vahvana. Fanikirjeitä kirjoitetaan ruutupaperille ja idolille lähetetään lahjapaketteja postissa. Internettiin perustettu keskustelupalsta saattaa pysyä hiljaisena samaan aikaan kun koulun käytävillä puhutaan innokkaasti tv-sarjan hahmoista. Erilaiset käytännöt kulkevat rinnan ja niiden muodostumiseen on merkitystä sillä, kuinka tekstit puhuttelevat yleisöjä faneina esimerkiksi liittäen tekstit osaksi muita fanikulttuureja, ja kuinka tekstit figuroivat mediajulkisuudessa asemoiden faniuden kohteet puheenaiheiksi ja ohjaten tietynlaisten fanikäytäntöjen pariin.

Yhtäältä faniuden julkistuminen ja toisaalta mediatekniologioiden mahdollistama samanaikainen yksityistyminen johtavat kuitenkin todennäköisesti faniuden yleistymiseen. Kuten olen aiemmin todennut fanius ei ole tähänkään mennessä ollut epätavallista tai poikkeuksellista vaan se on ollut yksi keskeinen kulttuurin kokemisen muoto, jolla on omat sallitut paikkansa – nuorisolehdet, rock-konsertit ja urheilukilpailut. Faniuteen liittyy kuitenkin tietynlaista häpeää, joka kuuluu haastateltavien puheissa ja kirjeissä faniuden muodosta riippumatta. Internet tarjoaa tässä mielessä kiinnostavan faniuden paikan, jossa ainakin osittain faniuden leimaa voidaan hälventää. Samalla julkisena foorumina internet tekee fanikäytäntöjä tunnetuksi faniuden oman tuotannon ja määritelmien kautta. Tässä mielessä voisikin sanoa, että vuosituhaten vaihde on ollut faniutumisen aikaa.

Fanius merkitsee aktiivista ja affektiivista suhdetta mediaan. Fanit kierrättävät, muokkaavat, lainaavat ja soveltavat mediatekstejä monin tavoin. Fanius voi merkitä voimauttavaa positiota,

vastarintaan asettumista, marginaalisen puolustamista. Fanit voivat haastaa tuotantokoneistojen valtaa ja vaikuttaa mediatekstien sisältöön. Faniuden valta on kuitenkin rajattu.

Faniuden nautintoa säätelevät monet tekijät: kulttuurinen arvohierarkia ruumiillistuu faniuden kokemuksessa häpeän ja ylpeyden, sallitun ja kielletyn alueina. Näitä arvohierarkioita tuottava mediajulkisuus asemoi ja määrittää faniutta ja faniuden kohteita vaikuttaen siihen millaiseksi fani-identiteetti muodostuu ja kuinka fanius koetaan. Kun mediajulkisuus yhtäällä vaalii affektiivista suhdetta mediahahmoihin, esimerkiksi julkisjournalismin kautta, toisaalla affektiivinen suhde näyttäytyy outoutena, ongelmana ja uhkana. Tämä ristiriita kuuluu faniuden kokemuksessa ja sen merkitys on riippuvainen siitä, rakentuuko fanius suhteessa todelliseen yhteisöön vai kuviteltuun yleisöön. Fanius osana kuviteltua yleisöä tapaa rakentua stereotyyppisen fanikäsitelmän varaan ja näin voimistaa ristiriitaista kokemusta, sen sijaan todellinen yhteisö on omiaan hälventämään faniuden stigmaa ja vahvistamaan fani-identiteettiä.

Mediajulkisuus määrittää myös faniuden kohteen näkyvyyttä – asettuuko se marginaaliin vai keskustaan. Näkyvyys ei kuitenkaan takaa faniutta vaan faniuden dynamiikka toimii monen eri osa-alueen yhdistelmänä. Mediajulkisuuskentän ei ole yhtenäinen vaan erilaisten kenttien tilkuttama. Kun yhden fanikulttuurin mediajulkisuus asettuu iltapäivälehtien piiriin, toisessa se saattaa rakentua lähes yksinomaan fanijulkaisuista ja internetin fanisivustoista. Tällainen fanien oma tuotanto edustaa vaihtoehtoista julkisuutta, jossa vaihtoehtoisuus kytkeytyy nimenomaan ruohujuurilähtöiseen tuotantotapaan ja siihen kuka määrittää julkaisujen sisältöä. Fanijulkaisut tapaavat kuitenkin toistaa ja myötäillä tuotantoyhtiöiden sekä populaarijulkisuuden näkökulmia, mutta täysin orjallista ei toisto ole: tulkinnoissa fanit voivat tehdä omia valintojaan ja painotuksia – toisinaan ajautua konfliktiin tuottajien kanssa kyseenalaistavilla näkökulmillaan. Kaikki faniudet eivät asemoidu vaihtoehtoisuuden piiriin, pikemminkin ne ovat popu-

laarijulkisuuden ja vaihtoehdoisen julkisuuden rajalla – toiset painokkaammin vaihtoehtoisuuden, toiset populaarin alueella.

Kuten tämä tutkimus osoittaa mediajulkisuudella on merkittävä rooli fanikulttuurien kulttuurisen ja ideologisen muodostumisen kannalta. Sarah Thorntonin (1996, 117) sanoin, ”aläkulttuurit eivät synny siemenestä ja kasva omasta energiastaan mysteeriseksi liikkeiksi, joita media sittemmin sulattelee. Sen sijaan, media ja muu kulttuuriteollisuus ovat mukana alusta lähtien. Ne ovat keskeisiä tekijöitä aläkulttuurien muodostumisen kannalta ja vaikuttavat siihen, kuinka luomme ryhmiä sanoilla”. Se, kuinka fanikulttuurit syntyvät, elävät ja kuolevat, kytkeytyy tiettyyn kulttuuriseen aikaan, paikkaan ja tapaan. Fanikulttuurit elävät aikansa, ja niiden kesto voi olla yhteydessä mediajulkisuuden rakentamaan hetkellisyyteen tai sitten aläkulttuuriseen omaehtoisuuteen.

Fanius ei tyhjene yhteen kokemistapaan, yhteen kulttuuriseen positioon. Faniudet kulkevat halujen ja unelmien monimutkaisilla reiteillä. Ne liikkuvat eri valta-asemien välillä, yksityisen ja julkisen rajalla yhtä aikaa ennakoidusti ja arvaamatta, toistaen ja uudistaen, sulautuen ja eroja tehden. Näiden moninaisten rajojen ja risteysten tiheiköistä piirtyy toisinaan vuosien, toisinaan viikkojen eletty ja koettu faniuden aika.

Kirjallisuus

- Abercrombie Nicholas & Longhurst Brian (1998) *Audiences*. London: Sage.
- Adam Barbara (1995) *Timewatch: the social analysis of time*. Cambridge: Polity Press.
- Adorno Theodor (1991) *The Culture Industry. Selected essays on mass culture*. London: Routledge.
- Ahmed Sara (2004) *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Ahmed Sara (2003) Pelon politiikkaa. Suom. Laura Huttunen. Teoksessa Olli Löytty & Mikko Lehtonen (toim.) *Erilaisuus*. Tampere: Vastapaino, 189–212.
- Ahmed Sara (2001) Communities that Feel: Intensity, Difference and Attachment. E-book at <http://www.utu.fi/hum/mediatutkimus/affektive/proceedings.pdf> Anu Koivunen ja Susanna Paasonen (toim.). Turku: University of Turku, Media Studies.
- Ahokas Pirjo, Lahti Martti & Sihvonen Jukka (1993) (toim.) *Mieheyden tiellä, maskuliinisuus ja kulttuuri*. Jyväskylä: Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 39/1993.
- Alanen Leena (2001) Polvesta polveen. Sukupolvi sosiologisena käsitteenä ja tutkimuskohteena. Teoksessa Anne Sankari ja Jyrki Jyrkämä (toim.) *Lapsuudesta vanhuuteen. Iän sosiologiaa*. Tampere: Vastapaino, 97–115.
- Alasuutari Pertti (1992) I'm ashamed to admit but I have Watched Dallas: the Moral Hierarchy of TV Programmes. *Media, Culture & Society* 14 (4), 561–82.
- Alasuutari Pertti (1996) *Toinen tasavalta*. Tampere: Vastapaino.
- Alasuutari Pertti (1999) Introduction. Three phases of reception studies. Teoksessa Alasuutari Pertti (toim.) *Rethinking the Media Audience*. London & New Delhi: Sage, 1–21.
- Alesci Walter (2004) Xena: Warrior Princess Out of Closet? A melodramatic Reading of the Show by Latin American and Spanish Lesbian and Gay Fans. Teoksessa Rikke Schubart & Anne Gjelsvik (toim.) *Femme Fatalities: Representations of Strong Women in the Media*. Göteborg: Nordicom, 203–218.

- Allen Robert (1985) *Speaking of Soap Operas*. University of North Carolina Press.
- Anderson Benedict (1991) *Collective Imagined communities : reflections on the origin and spread of nationalism* London: Verso.
- Ang Ien (1985) *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Ang Ien (1996) *Living room wars: rethinking audiences for a postmodern world*. London: Routledge.
- Appadurai Arjun (1990) Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. Teoksessa Mike Featherstone (toim.) *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage.
- Atton Chris (2002) *Alternative Media*. London: Sage.
- Bacon-Smith Camille (1992) *Enterprising Women. Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Bailey Steve (2002) Virtuality and The Television Audience: the Case of Futurama. *The Communication Review* 5:2002, 239–257.
- Barbas Samantha (2002) *Movie Crazy: Fans, Stars and the Cult of Celebrity*. New York: Palgrave Macmillan.
- Baudrillard Jean (1988) *Selected writings*. Mark Poster (toim.). Stanford: Stanford University Press.
- Baym Nancy K. (1998) Talking about Soap. Communicative Practices in a Computer-Mediated Fan Culture. Teoksessa Harris Cheryl & Alexander Alison (toim.) *Theorizing Fandom. Fans, Subculture and Identity*. Cresskill New Jersey: Hampton Press, 111–130.
- Beck Giddens & Lash (1995) *Nykyajan jäljillä*. Suom. Leevi Lehto. Tampere: Vastapaino.
- Beck Ulrich (1995) Poliitiikan uudelleen keksiminen: kohti refleksiivisen modernisaation teoriaa. Teoksessa Ulrich Beck, Anthony Giddens & Scott Lash *Nykyajan jäljillä*. Suom. Leevi Lehto. Tampere: Vastapaino, 11–82.
- Belenky Mary Field et al.(1986) *Women's ways of Knowing: the development of self, voice and mind* New York: Basic Books.
- Benhabib Seyla (1998) Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition and Jürgen Habermas. Teoksessa Landes Joan

- (toim.) *Feminism, the Public & the Private*. Oxford: Oxford University Press, 65–99.
- Bennett Lance W. (2003) Communicating Global Activism: Strengths and vulnerabilities of networked politics. *Information, Communication & Society*. Vol 6:2, 143–168.
- Bloom Clive (2002) *Bestsellers. Popular Fiction since 1900*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave MacMillan.
- Blumer Herbert (1999) Joukko, massa ja julkiso. Suom. Veikko Pietilä. *Tiedotustutkimus* 22:3, 14–26.
- Bodenheimer Rosemarie (1994) *The real life of Mary Ann Evans : George Eliot, her letters and fiction*. Ithaca: Cornell University Press.
- Boorstin Daniel (1962) *The Image, or, What happened to the American Dream*. New York: Atheneum.
- Bourdieu Pierre (1984) *Distinction: a social critic of the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bowlby Rachel (2003) Commerce and Femininity. Teoksessa David B. Clarke et al. (toim.) *The Consumption Reader*. London & New York: Routledge, 168–172.
- Braidotti Rosi (1991) *Patterns of Dissonance*. Cambridge: Polity Press.
- Braudy Leo (1986) *The Frenzy of Renown: fame & its history*. New York: Oxford University Press.
- Briggs, Asa & Burke, Peter (2002) *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press.
- Brower Sue (1992) Fans as Tastemakers: Viewers for Quality Television. Teoksessa: L.A. Lewis (toim.) *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London & New York: Routledge, 163–184.
- Brown Adam (1998) United We Stand: Some problems with fan democracy. Teoksessa Adam Brown (toim.) *Fanatics! Power, identity and fandom in football*. London: Routledge, 50–67.
- Brown Mary Ellen (1994) *Soap opera and Women's Talk: The Pleasure of Resistance*. London: Sage.
- Brundson Charlotte (1981) Crossroads. Notes on Soap Opera. *Screen* 22:4, 32–37.
- Bruun Hanne (2004) *Daytime talkshows i Danmark – om receptionen af en transnational tv-genre*. Århus: Modtryk.

- Buckingham David (1987) *Public secrets: Eastenders and its audience*. London: BFI.
- Butler Judith (1990) *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Butler Judith (1997) *Exitable Speech. A politics of the Performative*. New York: Routledge.
- Campbell Colin (1997) Shopping, Pleasure and the Sex War. Teoksessa Pasi Falk & Colin Campbell (toim.) *Shopping Experience*. London: Sage, 166-176.
- Cardoso Gustavo (2002) Feel like going online? Internet mediated communication in Portugal. *Information, Communication & Society*, 529-550.
- Castells Manuel (2002) *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.
- Castells Manuel (1996) *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Caughey John L. (1979) Artificial Social Relation in Modern America. *American Quarterly* Vol 30:1, 70-89.
- Chambers Iain (1985) *Urban Rhythms: pop music and popular culture*. New York: St. Martin's Press.
- Connell Ian (1991) Tales of tellyland: the popular press and television in the UK. Teoksessa Dahlgren & Sparks (toim.) *Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London & New York: Routledge, 243-244.
- Cowie Elizabeth (1997) *Representing the Woman: Cinema and Psychoanalysis*. London: MacMillan Press.
- Cruz Jon & Lewis Justin (1994) *Viewing, Reading, Listening: Audiences and Cultural Reception*. Westview: Boulder.
- D'Acci Julie (1992) Defining Women: The Case of Cagney and Lacey. Teoksessa L. Spigel & D. Mann (toim.) *Private screenings: television and the female consumer*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 169-202.
- Dahlgren Peter (1995) *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage.
- Darnton Robert (1988/1985) *The great cat massacre and other episodes in French cultural history*. Harmondsworth: Penguin.

- De Certeau Michel (1984) *Practice of Everyday Life*. Käänt. Steven F. Rendall. Berkeley: University of California Press.
- DeCordova Richard (1991) The Emergence of Star System in America. Teoksessa Christine Gledhill (toim.) *Stardom: Industry of Desire*. London: Routledge, 17–29.
- De Lauretis Teresa (1987) *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction*. Bloomington: Indiana University Press.
- Denzin Norman (1970) *The Research Act in Sociology: a theoretical introduction to sociological methods*. Chicago: Aldine.
- Doane Mary Ann (1982) Film and the Masquerade: Theorising the Female Spectator. *Screen* 23:3–4, 74–87.
- Doane Mary Ann (1987) *The Desire to Desire The Woman's Film of 1940s*. Bloomington: Indiana University Press.
- Douglas Mary (1966) *Purity and Danger: an analysis of concepts of pollution and taboo*. London: Routledge.
- Downey John & Fenton Natalie (2003) New media, Counter Publicity and the public sphere. *New Media & Society*. Vol5(2), 185–202.
- Downing John (1984) *Radical media: The Political Experience of Alternative Communications*. Boston: South End Press.
- Driscoll Catherine (2002) *Girls: Feminine Adolescence in Popular Culture and Cultural Theory*. New York: Columbia University Press.
- Dubrofsky Rachel (2002) Ally McBeal as Postfeminist Icon: The Aestheticizing and Fetishizing of the Independent Working Woman. *The Communication Review* 5: 265–284.
- Du Gay Paul et al. (1997a) *Doing Cultural Studies* London: Sage.
- Du Gay Paul et al (1997b) *Production of Culture/Cultures of Production*. London: Sage.
- Duncombe Stephen (1997) *Notes from Underground. Zines and the politics of Alternative Culture*. New York: Verso.
- Dyer Richard (1986) *Heavenly Bodies: film stars and society*. New York: St. Martin's Press.
- Dyer Richard (1991) A Star is Born and the construction of authenticity. Teoksessa Christine Gledhill (toim.) *Stardom: Industry of Desire*. London : Routledge, 132–140.
- Dyer Richard (1992) *Only Entertainment*. London: Routledge.

- Dyer Richard (1998/1979) *Stars*. London: BFI.
- Dyer Richard (2002) *Älä katso!* Toim. Martti Lahti. Tampere: Vastapaino.
- Eco Umberto (1986) *Travels in Hyperreality*. London: Picador.
- Ehrenreich Barbara, Hess Elizabeth, Jacobs Gloria (1992) Beatlemania: Girls just wanna have fun. Teoksessa: L.A. Lewis (toim.) *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London & New York: Routledge, 84–106.
- Elfving Sari (2003) Payton Placen lähikuvien vaara ja viettelys. Suomalainen lehdistö television katsojuutta määrittämässä. *Lähikuva* 3/2003, 19–36.
- Elfving Sari (2004) Inhoa, halua ja murtumia rationaalisuudessa. Timo T.A. Mikkonen 1970-luvun televisiossa ja lehdistössä. *Tiedotus-tutkimus* Vol. 27 (3), 4–21.
- Elliot P. (1974) Uses and Gratifications Research: A Critique and Sociological Alternative. Teoksessa J.G. Blumler & E. Katz (toim.) *The Uses of Mass Communications current Perspectives on Gratifications research*. Beverly Hills: Sage, 249–268.
- Ellis John (2000) *Seeing things: television in the age of uncertainty*. London & New York: I.B. Tauris.
- Faludi Susan (1994) *Takaisku. Julistamaton sota naisia vastaan*. Suom. Marjo Kylmänen ja Tuuli-Maria Mattila. Kääntöpiiri.
- Featherstone Mike (1996) Localism, Globalism and Cultural Identity. Teoksessa Rob Wilson & Wimal Dissanayake (toim.) *Global/Local. Cultural production and transnational imaginary*, 46–77.
- Feuer Jane (1985) Film musicals: Mass Art as Folk Art. Teoksessa Peter Steven (toim.) *Jump cut: Hollywood, politics and counter cinema*. New York: Praeger, 52–63.
- Fiske John (1987) *Television Culture*. London: Methuen.
- Fiske John (1989a) *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske John (1989b) *Reading the Popular*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske John (1992a) The Cultural Economics of Fandom. Teoksessa: L.A. Lewis (toim.) *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London & New York: Routledge, 30–49.

- Fiske, John (1992b) Popularity and the Politics of Information. Teoksessa Dahlgren & Sparks (toim.) *Journalism and Popular Culture*. London: Sage, 45–63.
- Fornäs Johan (1995) *Cultural Theory & Late Modernity*. London: Sage.
- Foucault Michel (1970) *The Order of Things. An Archaeology of the Human Sciences*. Ranskankielinen alkuteos: Les mots et les choses. London & New York: Tavistock/Routledge.
- Foucault Michel (1978) *History of Sexuality*, Volume 1, An Introduction. Käännös Robert Hurley. New York: Random House.
- Franklin Sarah, Lury Celia & Stacey Jackie (1991) *Off-Centre: Feminism and Cultural Studies*. London: HarperCollins Academic.
- Fraser, Nancy (1992) Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. Teoksessa Calhoun (toim.) *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press, 109–142.
- Fraser Nancy (1998) Sex, Lies and the Public Sphere: Reflections on the Confirmation of Clarence Thomas. Teoksessa Landes, Joan (toim.) *Feminism, the Public & the Private*. Oxford: Oxford University Press, 314–337.
- Frith Simon (1978) *The Sociology of Rock*. London: Constable.
- Gamson Joshua (1994) *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*. Berkeley: University of California Press.
- Gartman David (1991) Culture as Class Symbolization or Mass reification? A critique of Bourdieu's distinction. *American Journal of Sociology* 97:2, 421–447.
- Gaylyn Studlar (1991) The Perils of Pleasure? Fan Magazine Discourse as Women's Commodified Culture in the 1920s. *Wide Angle* 13: 6–33.
- Gerlander Maija & Takala Eeva (1999) Yksilö verkossa. Fragmentteja tietoyhteiskuntakeskustelusta. *Tiedotustutkimus* 22(4), 62–73.
- Giddens Anthony (1995) Elämää jälkitraditionaalisessa yhteiskunnassa. Teoksessa Ulrich Beck, Anthony Giddens & Scott Lash *Nykyajan jäljillä*. Suom. Leevi Lehto. Tampere: Vastapaino, 83–152.

- Gille Zsuzsa (2001) Critical Ethnography in the Time of Globalization: Toward a New Concept of Site. *Cultural Studies / Critical Methodologies* 1: 319–334.
- Giroux Henry (2001) *The Mouse that Roared: Disney and the end of innocence*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Gordon Tuula (2002) Kansallisuuden sukupuolittuneet tilat. Teoksessa Tuula Gordon, Katri Komulainen & Kirsti Lempiäinen (toim.) *Suomineiton hei! Kansallisuuden sukupuoli*. Tampere: Vastapaino, 37–55.
- Gray Ann (1987) Behind Closed Doors: Video Recorders in the Home. Teoksessa H. Baehr & G. Dyer (toim.) *Boxed In: Women and Television*. London: Pandora Press, 38–54.
- Gray Ann (1999) Audience and Reception Research in Retrospect: The trouble with audiences. Teoksessa Alasuutari Pertti (toim.) *Rethinking the Media Audience*. London & New Delhi: Sage, 22–37.
- Gray Ann (1997) Learning from the Experience. Teoksessa McGuigan (toim.) *Cultural Methodologies*. London: Sage, 87–105.
- Gripsrud Jostein (1995) *The Dynasty Years: Hollywood Television and Critical Media Studies*. London: Routledge.
- Gripsrud Jostein (1999) *Understanding Media Culture*. London: Arnold.
- Grossberg Lawrence et al. (1998) *MediaMaking: Mass media in a popular culture*. London & New Delhi: Sage.
- Grossberg Lawrence (1995) *Mielihyvän kytkennät*. Tampere: Vastapaino.
- Haavio Katariina ja Koskimies Satu (1994) *50-luvun teinit: päiväkirjat ja kirjeet 1957–60*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Habermas Jürgen (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry to the category of Bourgeois Society*. Käännös Thomas Burger ja Frederick Lawrence. Cambridge: Polity Press.
- Hall Stuart (1992) *Kulttuurin ja politiikan murroksia*. Tampere: Vastapaino.
- Hall Stuart (1999) *Identiteetti*. Suom. Mikko Lehtonen ja Juha Herkman. Tampere: Vastapaino.
- Hall Stuart & Jefferson Tony (toim.) (1976) *Resistance through Rituals. Youth subcultures in Postwar Britain*. London: Hutchinson.

- Hall Stuart (1985) Sisäänkoodaus/uloskoodaus. *Tiedotustutkimus* 8(1): 15–28.
- Hansen Miriam (1995) Early Cinema, Late Cinema: Permutations of the Public Sphere. Teoksessa Linda Williams (toim.) *Viewing Positions: Ways of Seeing Film*. New Brunswick: Rutgers University Press, 134–152.
- Hansen Miriam (1991) *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*. Cambridge: Harvard University Press.
- Haraway Donna (1991) *Simians, cyborgs, and women : the reinvention of nature*. New York: Routledge.
- Harding Jennifer & Pribram E. Deidre (2004) Loosing our cool? Following Williams and Grossberg on emotions. *Cultural Studies* Vol 18(6): 863–883.
- Harding Sandra (1991) *Whose Science? Whose Knowledge? Thinking from Women's Lives*. Milton Keynes: Open University Press.
- Harrington C. Lee & Bielby Denise D. (1995) *Soap Fans. Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*. Philadelphia: Temple University Press.
- Hayashi Kaori (2000) Home and Family Section in Japanese Newspapers. Teoksessa John Tulloch & Colin Sparks (toim.) *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham, Boulder New York, Oxford: Rowman and Littlefield, 147–162.
- Hebdige Dick (1979) *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen.
- Hebdige Dick (2003) Dis-gnosis: Disney and the Re-Tooling of the Knowledge Art, Culture, Life etc. *Cultural Studies* Vol 17(2): 150–167.
- Heinonen Harri (2003) Kaukokannattajat ruudun äärellä. Englantilaisen jalkapallojoukkue Evertonin suomalaiset fanit. Teoksessa Urpo Kovala & Tuija Saresma (toim.) *Kulttikirja*. Helsinki: SKS, 55–84.
- Heiskanen Ilkka (1981) Televisio ja kansankulttuurin kehitys Suomessa. Teoksessa Risto Sinkko (toim.) *Televisio ja suomalainen. Viestintätutkimuksen seuran julkaisuja n:o 3*. Espoo: Weilin + Göös, 146–183.
- Hellman Heikki (1988) *Uustelevisio aika? Yleisradiotoiminnan edellytykset television rakennemuutoksessa*. Helsinki: Hanki ja jää.

- Hellman Heikki & Sauri Tuomo (1996) Kanavaudistus ja ohjelma-
tarjonnan rakenne. Teoksessa Johanna Jääsaari (toim.) *Radio- ja
tv-tutkimuksen vuosikirja*. Helsinki: Yleisradio, 91–111.
- Hellman Heikki & Sauri Tuomo (1997) Hybridikanavien nousukausi.
Tiedotustutkimus 2/1997, 20–39.
- Herkman Juha (2005) *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto.
Median markkinoituminen ja televisioituminen*. Tampere: Vasta-
paino.
- Herkman Juha (2001) *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere:
Vastapaino.
- Hermes Joke (1995) *Reading Women's Magazines. An Analysis of
Everyday Media Use*. Cambridge: Polity Press.
- Hietala Veijo & Honka-Hallila Ari (1992) Todellisuuden paluu tele-
visioon. *Lähikuva* 1/1992, 38–36.
- Hietala, Veijo (1994) Suomalainen televisio vuonna nolla(kaksi).
Lähikuva 4/1994, 35–43.
- Hietala Veijo (1996) *Ruudun hurma. Johdatus tv-kulttuuriin*. YLE-
opetuspalvelut.
- Hills Matt (2001) Matt Hills interviews Henry Jenkins. *Intensities
Journal of Cult Media*. Issue 2. Saatavana verkossa [http://www.
cult-media.com/issue2/CMRjenk.htm](http://www.cult-media.com/issue2/CMRjenk.htm) 28.2. 2005.
- Hills Matt (2002) *Fan cultures*. London: Routledge.
- Hinerman Stephen (1992) 'I'll be here with you' Fans Fantasy and
the Figure of Elvis. Teoksessa: L.A. Lewis (toim.) *The Adoring
Audience. Fan Culture and Popular Media*. London & New York:
Routledge, 107–134.
- Hirsjärvi Irma (2003) Star Trek -ilmiö fanitutkimuksen valossa. Teok-
sessa Kovala Urpo & Saresma Tuija (2003) *Kulttikirja*. Helsinki:
SKS, 143–165.
- Hobson Dorothy (1982) *"Crossroads": The Drama of a Soap Opera*.
London: Methuen.
- Hobson Dorothy (1989) Soap Operas at Work. Teoksessa Ellen Seiter
et al. (toim.) *Remote Control: Television, Audiences and Cultural
Power*. London: Routledge, 150–167.
- Hohti Paavo (1979) Sankareiden palvonta. Teoksessa Maarit Kaimio et
al. (toim.), *Antiikin myytit ja uskonnot*. Helsinki: Otava, 21–29.

- Honka-Hallila Ari, Laine Kimmo & Pantti Mervi (1995). *Markan tähden. Yli sata vuotta suomalaista elokuvahistoriaa*. Turku: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus.
- hooks bell (1981) *Ain't I a Woman: Black Women and Feminism*. Boston: South End Press.
- hooks bell (1995) Mustat naiskatsojat ja vastakatsse. Teoksessa Leena-Maija Rossi (toim.&suom.). *Kuva ja vastakuvat* Helsinki: Gaudeamus, 19–40.
- Horkheimer Max & Adorno Theodor (2004/1944) Kulttuuriteollisuus. Valistus joukkohuijauksena. Suom. Veikko Pietilä. *Tiedotustutkimus* 27(4–5), 9–37.
- Horton Donald & Wohl Richard (1979/1956) Mass Communication and Para-Social Interaction: observations on Intimacy and Distance. Teoksessa Gary Gumbert & Robert Cathcart, *Intermedia*. New York & Oxford: Oxford University Press, 32–55.
- Huyssen Andreas (1988) *After the Great Divide: modernism, mass culture, postmodernism*. Basingstoke: MacMillan.
- Hänninen Jorma (1996) Miehiä katsellessa – koreilemattomia kansanmiehiä. Teoksessa Marianna Laiho ja Iris Ruoho (toim.) *Naisen naamio, miehen maski. Katse ja sukupuoli mediakuvasa*. Tampere: KSL, 81–110.
- Ilmonen Kaj (1993) *Tavaroiden taikamaailma. Sosiologinen avaus kulutukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Isotalus Pekka (1994) Ystävyyttä kuvaruudun läpi: katsaus parasosiaalisen suhteen tutkimuksiin. *Tiedotustutkimus* 17:1, 24–32.
- Isotalus Pekka & Valo Maarit (1995) Televisioystävyyttä ja radiorakkautta. *Tiedotustutkimus* Vol. 18 : 3, 64–74.
- Jallinoja Riitta (1997) *Moderni säädyllisyys: aviosuhteen vapaudet ja sidokset*. Helsinki: Gaudeamus.
- Jameson Fredric (1986) Postmodernismi eli kulttuurin logiikka myöhäiskapitalismissa. Teoksessa Jussi Kotkavirta ja Esa Sironen (toim.) *Moderni/Postmoderni*. Jyväskylä: Tutkijaliiton julkaisusarja 44, 227–280.
- Jancovich Mark (2002) Cult fictions: cult movies, subcultural capital and the production of cultural distinctions. *Cultural Studies*. 16:2, 306–321.

- Jenkins Henry (1988) 'Star Trek' Rerun, Reread, Rewritten. Fan Writing as Textual Poaching. *Critical Studies in Mass Communications*. 5: 85–107.
- Jenkins Henry (1992) *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. New York & London: Routledge.
- Jenkins Henry (2003) Quentin Tarantino's Star Wars?: Digital Cinema, Media Convergence and Participatory Culture, Teoksessa David Thorburn & Henry Jenkins (toim.) *Rethinking Media Change*. Cambridge: MIT Press. Julkaistu verkossa osoitteessa: <http://web.mit.edu/21fms/www/faculty/henry3/starwars.html> 17.2. 2003
- Jenkins Henry (2004) The Cultural Logics of media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*. Vol 7:1, 33–43.
- Jensen Joli (1992) Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. Teoksessa: L.A. (toim.) *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London & New York: Routledge, 9–29.
- Jensen Klaus Brun & Rosengren Karl Erik (1990) Five traditions in Search of the Audience. *European Journal of Communication*. 5, 207–38.
- Jokinen Arto (2000) *Panssaroitu maskuliinisuus. Mies, väkivalta ja kulttuuri*. Tampere: Tampere University Press.
- Jokinen Arto (toim.) (2003) *Yhdestä puusta: maskuliinisuuksien rakentuminen populaarikulttuureissa*. Tampere: Tampere University Press.
- Jones Sara Gwenllian (2000) Starring Lucy Lawless? *Journal of Media and Cultural Studies* 14 :1, 9–22.
- Joseph Miranda (2002) *Against the Romance of Community*. Minneapolis. University of Minnesota Press.
- Joyrich Lynn (1988) All That Heaven Allows: TV Melodrama, Postmodernism And Consumer Culture. *Camera Obscura* (16), 126–153.
- Juvonen Tuula (2002) *Varjoelämää ja julkisia salaisuuksia. Homoseksuaalisuuden rakentuminen sodanjälkeisessä Suomessa*. Tampere: Vastapaino.

- Karvonen Erkki (1995) Ajattele positiivisesti – ota Kummeli! Eli kuinka Kummelin kanssa tehtiin mukavuustyötä. *Tiedotustutkimus* 18:1, 4–14.
- Karvonen Erkki (1999a) *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine tekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Karvonen Erkki (1999b) Teknologinen determinismi. *Tiedotustutkimus* 22:2, 82–89.
- Katz et al. (1974) Utilization of Mass communication by the individual. Teoksessa J.G. Blumler & E. Katz (toim.) *The Uses of Mass Communications current Perspectives on Gratifications research*. Beverly Hills: Sage, 19–32.
- Kellner Douglas(1998) *Mediakulttuuri*. Suom. Riitta Oittinen et al. Tampere: Vastapaino
- Kivikuru Ulla-Maija (toim.) (1996) *Kansa euromyllyssä*. Helsingin yliopisto: Yliopistopaino.
- Kivikuru Ulla-Maija (1998) Identiteetit viestinnässä. Samastumisen ja erottautumisen kierre. Teoksessa Ulla-Maija Kivikuru & Risto Kunelius (toim.) *Viestinnän jäljillä. Näkökulmia uuden ajan ilmiöön*. Helsinki: WSOY, 319–338.
- Klapp Orrin (1964) *Symbolic Leaders*. Chicago: Aldene Publishing Co.
- Knuuttila Seppo (2003) Arjen ongelma tietoyhteiskunnassa. Teoksessa Talja Sanna & Tuuva Sari (toim.) *Tietotekniikkasuhteet. Kulttuurinen näkökulma*. Helsinki: SKS, 195–216.
- Koivisto Juha ja Väliaverronen Esa (1987) *Julkisuuden valta. Jürgen Habermasin sekä Oskar Negtin ja Alexander Klugen julkisuusteorioiden tarkastelua*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja Sarja A 57. Tampereen yliopisto.
- Koivunen Anu & Laine Kimmo (1993) Metsästä pellon kautta kaupunkiin (ja takaisin) – Jätkyys suomalaisessa elokuvassa. Teoksessa Pirjo Ahokas, Martti Lahti & Jukka Sihvonen (toim.) *Mieheyden tiellä, maskuliinisuus ja kulttuuri*. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 39/1993.
- Koivunen Anu & Liljeström Marianne (1996) *Avainsanat*. Tampere: Vastapaino.

- Koivunen Anu (1992) Näkyvä nainen ja 'suloinen pyöritys' – naiset tähtinä ja tähtien kuluttajina 1920-luvun suomalaisessa elokuvajournalismissa. Teoksessa Tapio Onnela (toim.) *Vampyyrinainen ja Kenkkuniemen sauna. Suomalainen kaksikymmenluku ja modernin mahdollisuus*. Helsinki: SKS, 169–194.
- Koivunen Anu (1995) *Isänmaan moninaiset äidinkasvot. Sotavuosien suomalainen naisten elokuva sukupuoliteknologiana*. Turku: Suomen elokuvatutkimuksen seura.
- Koivunen Anu (2003) *Performative Histories, Foundational Fictions. Gender and Sexuality in Niskavuori Films*. Helsinki: SKS.
- Kolamo Sami (2002) Futisfanius ja tunteen kulttuuri. Yhteisöllistä draamamedian konstruoimalla näyttämöllä. *Kulttuurintutkimus* 2/2002, 19–30.
- Koskijoki Maria (1995) Keräilijän muotokuva. *Sosiologia* 5/1995, 179–190.
- Kozinets Robert V. (2001) "Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek's Culture of Consumption." *Journal of Consumer Research* 28: (June), 67–88.
- Kovala Urpo & Saresma Tuija (2003) *Kulttikirja*. Helsinki: SKS.
- Kovala Urpo (2003) Kulttisuhte näkökulmana merkityksiin. Teoksessa Urpo Kovala & Tuija Saresma (toim.) *Kulttikirja*. SKS, 188–204.
- Kyrölä Katariina (2002) Playboy-viulisti ja porno-ori. Ruumiillisia rajanylityksiä julkisesityksissä *Tiedotustutkimus* 25:2, 34–49.
- Kytömäki Juha (1999) *Täytyy katsoa, jos saa katsoa*. Sosiaalipsykologisia näkökulmia varhaisnuorten televisiokokemuksiin. Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian laitos.
- Laclau Ernesto (1977) *Politics and Ideology in Marxist theory*. London: Verso.
- Laclau Ernesto & Mouffe Chantal (1985) *Hegemony and Socialist strategy*. London: Verso.
- Landes, Joan B. (1988) *Women and the Public Sphere in the age of the French Revolution*. Ithaca & London: Cornell University Press.
- Laitinen Katja (2001) Jalalliset korvat? Teoksessa Kupiainen et al. (toim.) *Minä? Missä? Milloin? Kolmesta tulkittaa identiteettiä*. Helsinki: SKS.

- Laitinen Katja (2003) Keijukaiskuningatar ja hänen hovinsa. Laulaja Tori Amos ja internet rockkultin keskiönä. Teoksessa Urpo Kovala & Tuija Saresma (toim.) *Kulttuurikirja*. Helsinki: SKS, 38–54.
- Langer John (1981) Television's Personality System. *Media, Culture & Society* Vol 3:4, 351–365.
- Langer, John (1998) *Tabloid television: Popular Journalism and the "Other News"*. London & New York: Routledge.
- Laukkanen Tero (2003) Fanituottajuuden kulta-aika. Digitaalinen mediateknologia ja osallistuva kulttuuri. *Lähikuva* 4/2003, 36–47.
- Lehtonen Heikki (1990) *Yhteisö*. Tampere. Vastapaino.
- Lehtonen Mikko (1994) *Kyklooppi ja kojootti. Subjekti 1600–1900 -lukujen kirjallisuus- ja kulttuuriteorioissa*. Tampere. Vastapaino.
- Lehtonen Mikko (1999) Ei kenenkään maalla – teesejä intermediaalisuudesta. *Tiedotustutkimus* 22:2, 4–21.
- Lehtonen Mikko (2000/1996) *Merkitysten maailma*. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen Turo-Kimmo (1999) *Rahan vallassa. Ostoksilla käyminen ja markkinatalouden arki*. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Lempiäinen Kirsti (2002) Kansallisuuden tekeminen ja toisto. Teoksessa Tuula Gordon, Katri Komulainen & Kirsti Lempiäinen (toim.) *Suomineiton hei! Kansallisuuden sukupuoli*. Tampere: Vastapaino, 19–36.
- Levitas Ruth (1990) *Concept of Utopia*. Hertfordshire: Syracuse University Press.
- Lewis Lisa A. (1990) *Gender Politics and MTV: voicing the difference*. Philadelphia: Temple University.
- London Emma (2003) Fanifiktio – päättymättömien tarinoiden maailma. *Lähikuva* 4/2003, 48–58.
- Lull James (1980) The social uses of television. *Human Communication Research* 6, 197–209.
- Lull James (1987) *Popular Music and Communication*. Newbury Park: Sage.
- Lähikuva 4/2003. Fanit ja tähdet -teemanumero. Kaarina Nikunen ja Laura Saarenmaa (toim.)

- Lähteenmaa Jaana (1989) *Tytöt ja rock*. Kansalaiskasvatuksen keskus. Tutkimuksia ja selvityksiä 27/1989. Helsinki.
- Lähteenmaa Jaana (1992a) Tytöt jännitystä etsimässä: sukkulointia ja irrattelua. Teoksessa Jaana Lähteenmaa ja Sari Näre (toim.) *Letit liehumaan: Tyttökulttuuri murroksessa*. Helsinki: SKS, 155–170.
- Lähteenmaa Jaana (1992b) Miten käy tytöiltä rock'n'roll? Teoksessa Jaana Lähteenmaa ja Sari Näre (toim.) *Letit liehumaan: Tyttökulttuuri murroksessa*. Helsinki: SKS, 210–222.
- MacDonald Andrea (1998) Uncertain Utopia: Science Fiction Media Fandom & Computer Mediated Consumption. Teoksessa Harris Cheryl & Alexander Alison (toim.) *Theorizing Fandom. Fans, Subculture and Identity*. Cresskill New Jersey: Hampton Press, 131–152.
- Maffesoli Michel (1995) *Maailman mieli: Yhteisöllisen tyylin muodoista*. Suom. Mika Määttänen. Helsinki: Gaudeamus.
- Malmberg Raili (1991) Yleislehtien kuohuvat vuodet. Teoksessa Päiviö Tommila (toim.) *Suomen lehdistön historia 8*. Kuopio: Kustannuskiila, 107-189.
- Maltby John, James Houran, Lynn E. McCutcheon (2003) A Clinical interpretation of attitudes and behaviours associated with celebrity worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease* 191(1), 25–29.
- Marcus George (1986) Contemporary Problems of Ethnography in the Modern World System. Teoksessa James Clifford ja George Marcus (toim.) *Writing Culture*. Berkeley: University of California Press, 165–193.
- Marcus George (1995) Ethnography In/Of the World system: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology* 24, 95–117.
- Mauss Marcel (1990) [1924] *The Gift form and reason for exchange in archaic societies*. London: Routledge.
- McCombs Maxwell & Donald Shaw (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36:2, 176–187.
- McGuigan Jim (1992) *Cultural Populism*. London: Routledge.

- McKenna Susan (2002) The Queer Insistence of Ally McBeal: Lesbian Chic, postfeminism and Lesbian Reception. *The Communication Review* 5, 285–314.
- McLuhan Marshall (1989) *The Global Village: transformations in world life and media in the 21st Century*. New York: Oxford University Press.
- McRobbie Angela (1993) Shut up and dance: youth culture and changing modes of femininity. *Cultural Studies* Vol 7:3, 406–426.
- McRobbie Angela & Garber Jenny (1997/1975) Girls and Subcultures. Teoksessa Gelder & Thornton Sarah (toim.) (1997) *The Subcultures Reader*. London: Routledge, 112–120.
- Meehan Eileen R. (2000) Leisure or Labor?: Fan Ethnography and Political Economy. Teoksessa Hagen & Wasko (toim.) *Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research*. Hampton Press, Cresskill, New Jersey, 71–92.
- Meyer Moe (toim.) (1994) *The Politics and Poetics of Camp*. London: Routledge.
- Mitchell William (1995) *City of Bits: Space, place and Infobahn*. Cambridge: MIT Press.
- Modinos Tuija & Suoninen Annika (toim.) (2003) *Merkkillinen media. Tekstit nuorten arjessa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston Soveltavan kielentutkimuksen keskus.
- Modleski Tania (1982) *Loving with a Vengeance: Mass-Produced Fantasies for Women*. Hamden CT: Archon.
- Morley David (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Routledge.
- Morley David (1992) *Television Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge.
- Morley David (2000) *Home Territories: media, mobility and identity*. London: Routledge.
- Morreale Joanne (1998) Xena: Warrior Princess as Feminist Camp. *Journal of Popular Culture*. Vol 32 (2), 79–86.
- Mäkelä Janne (2002) *Images in the Works: a cultural history of John Lennon's rock stardom*. Turku: University of Turku, Cultural history.

- Mäkelä Johanna (1994) Pierre Bourdieu – erottautumisen teoreetikko. Teoksessa Heiskala (toim.) *Sosiologisen teorian nykysuuntauksia*. Tampere: Vastapaino, 243–269.
- Mäkelä Klaus (toim.) (1987) *Tieteen vapaus ja tutkimuksen etiikka*. Helsinki: Tammi.
- Mäntymäki Eeva (1991) Banaalia naista etsimässä. Teoksessa Julkunen Sarlin (toim.) *Fantasma ja banaali*. Julma-projektin työraportti arjesta ja julkisuudesta. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja sarja B 33/1991. Tampereen yliopisto: Jäljennepalvelu, 115–134.
- Mäyrä Frans (1999) Internetin kulttuurinen luonne: kaaosherroja ja verkkokutojia. Teoksessa Aki järvinen & Frans Mäyrä (toim.) *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Tampere: Vastapaino, 95–111.
- Mäyrä Frans (2003) Muodonmuuttajien maat: moniulotteinen roolipelikulttuuri. Teoksessa Kovala Urpo & Saresma Tuija (toim.) *Kulttikirja*. Helsinki: SKS, 85–111.
- Nash Melanie & Lahti Martti (1999) Almost ashamed to say I am one of those girls. Titanic, Leonardo di Caprio, and the paradoxes of girls' fandom. Teoksessa Kevin S. Sandle & Gaylyn Studlar (toim.), *Titanic. Anatomy of a blockbuster*. New Brunswick, New Jersey and London: Rutgers University Press, 64–88.
- Nicholson Linda (toim.) (1990) *Feminism/Post Modernism*. New York: Routledge.
- Nieminen Hannu (1998) Viestintä ja demokratia. Kohti pluralistista julkisuutta? Teoksessa Kivikuru & Kunelius (toim.) *Viestinnän jäljillä*. Helsinki: WSOY, 275–300.
- Nieminen Hannu (2000) Julkisuuden kohtalo myöhäismodernissa: globalisaatio vai pirstoutuminen? Teoksessa Koivunen Anu, Susanna Paasonen ja Mari Pajala (toim.) *Populaarin Lumo – mediat ja arki*. Turun yliopiston taiteiden tutkimuksen laitoksen julkaisuja. Sarja A N:o 46. Turku: Turun yliopisto, 188–213.
- Nieminen Hannu (2003) Julkisuusteorian rakennemuutos. *Tiedotus-tutkimus* 26:2, 18–32.
- Nieminen-Sundell Riitta (2003) Tietokonepoika – kuinka tuotetaan sukupuolittuneita käytäntöjä, koneita ja ihmisiä. Teoksessa Sanna Talja ja Sari Tuuva (toim.) *Tietotekniikkasuhteet. Kulttuurinen näkökulma*. Helsinki: SKS, 41–55.

- Nightingale Virginia (2004) Contemporary television audiences: Publics, Markets, Communities and Fans. Teoksessa John Downing et al. (toim.) *The Sage Handbook of Media Studies*. London & New Delhi: Sage, 227–270.
- Nikunen Kaarina, Ruoho Iiris, Valaskivi Katja (1996) *Nainen viihdeenä, mies viihdyttäjänä – viihtyykö katsoja?* Yleisradion tasavotomikunnan julkaisuja. Yleisradio.
- Nikunen Kaarina (1996) *Naisellisuuden naamiot. Kuva, katse ja representaation politiikka*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja. A: 89/1996.
- Nikunen Kaarina (2002) Ally McBeal -julkisuuden koukussa. *Tiedotustutkimus* 25:3, 50–66.
- Nikunen Kaarina (2003a) Soturiprinsessan matkassa. Xena ja faniuden merkitykset. Teoksessa Kovala Urpo & Saresma Tuija (toim.) *Kulttikirja*. Helsinki: SKS, 112–142.
- Nikunen Kaarina (2003b) Rakas Marco! Vuoropuhelua media-Bjuströmin kanssa. *Lähikuva* 4/2003. 7–22.
- Nikunen Kaarina (2003c) Yksityisyyden murros – julkisuuden haaste. *Tiedotustutkimus* 2:2003 vol.26, 79–89.
- Noelle-Neumann Elisabeth (1989) *Öffentliche meinungdie Entdeckung der Schweigespirale*. Frankfurt/Main: Ullstein.
- Oksman Virpi (2003) Kyl jo kolmivuotiasikin osaa tietokoneella tehdä. Lapset arjen kulttuurisissa teknologiadiskursseissa. Teoksessa Talja Sanna & Tuuva Sari (toim.) *Tietotekniikkasuhteet. Kulttuurinen näkökulma*. Helsinki: SKS, 56–72.
- Paasonen Susanna (2002) *Figures of Fantasy: Women, Cyberdiscourse and the Popular Internet*. Turun yliopiston julkaisuja. Sarja B 251. Turku: Turun yliopisto.
- Paasonen Susanna (2003) Missä on liha? Kyberavaruuskuvasto ja ruumiittomuuden merkitykset. *Tiedotustutkimus* 26:3, 4–16.
- Pajala Mari (1996) Revi siitä ja bailaa! – fanikatseen nautintoja ja vaaroja. Teoksessa Jukka Sihvonen (toim.) *Silmä – näkökulmia visuaaliseen kulttuuriin*. Turku: Turun yliopisto, Mediatutkimus, 129–142.
- Pajala Mari (1999) Terveisiä Maustemaailmasta! Spice Girls -fanit tuottajina ja kuluttajina. *Lähikuva* 1/1999, 27–42.

- Pasquier Dominique (1999) *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Pasquier Dominique (1996) Teen series reception: Television adolescence and culture of feelings. *Childhood*. 3: 351–373.
- Pearce Lynn & Stacey Jackie (1995) *Romance Revisited*. New York: New York University Press.
- Pietilä Veikko (1997) *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä: tutkimusalan kehitystä jäljittämässä*. Tampere: Vastapaino.
- Pietilä Veikko et al. (1999) Julkiso: tienviitta tutisevien hyppyhiirien räkäisesti nauravan kansan maailmassa. *Tiedotustutkimus* 22(3): 1–3.
- Pietilä Veikko (2001) Yleisönosasto ja Internet keskusteluareenoina. *Tiedotustutkimus* 24: 2, 18–33.
- Pietilä Veikko (2004) Kulttuuriteollisuusesseen saatteeksi. *Tiedotustutkimus* 27: 4–5.
- Pilkington Hilary & Johnson Richard (2003) Peripheral Youth: Relations of Identity and power in global local context. *European Journal of Cultural Studies*. Vol 6 (3), 259–283.
- Polanyi Michel (1966) *The Tacit Dimensio*. Routledge & Kegan Paul.
- Pulkkinen Tuija (1998) *Postmoderni politiikan filosofia*. Helsinki: Gaudeamus.
- Pulkkinen Tuija (1999) Kielen ja mielen ykseys. 1800-luvun nationalismin erityispiirteistä ja perinnöstä poliittisessa ajattelussa. Teoksessa Tuomas Lehtonen (toim.) *Suomi – Outo pohjoinen maa*. Jyväskylä: PS-kustannus, 118–137.
- Postman Neil (1987) *Huivitamme itsemme hengiltä: julkinen keskustelu viihteen valtakaudella*. Suom. Ilkka Rekiaro. Helsinki & Juva: WSOY.
- Puoskari Ensio (2005) Populaari, viestintä ja artikulaatio. Lawrence Grossbergin ajattelun tekstijärjestelmänalyysi. Tampere: Tampere University Press.
- Radway Janice (1984) *Reading the Romance: Women Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill & London: University of North Carolina Press.

- Rantamaa Paula (2001) Ikä ja sen merkitykset. Teoksessa Sankari Anne ja Jyrki Jyrkämä (toim.) *Lapsuudesta vanhuuteen. Iän sosiologiaa*. Jyväskylä: Vastapaino, 49–95.
- Rautiainen Tarja (2001) *Pop, protesti, laulu. korkean ja matalan murroksia suomalaisessa populaarimusiikissa*. Tampere: Tampere University Press.
- Rautiainen Tarja (2003) Laulettu historia – suomalaisuus ja affektit populaarimusiikissa. *Lähikuva* 3/2003, 8–18.
- Raittila Pentti (2004) *Venäläiset ja virolaiset suomalaisten Toisina. Tapaus-tutkimuksia ja analyysimenetelmien kehittäjä*. Tampere: Tampere University Press.
- Reiss David (1981) *The Family's Construction of Reality*. Cambridge: Harvard University Press.
- Rheingold Howard (1994) *Virtual Community. Surfing the Internet*. London: Minerva.
- Ridell Seija (1998) *Tolkullistamisen politiikkaa. Televisioutusten vastaanotto kriittisestä genrenäkökulmasta*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ridell Seija (1999) Tutkimus julkisoa tuottamassa: paikallisuus verkko-mediassa -hanke irtiottona kulttuurisen yleisötutkimuksen käytännöistä. *Tiedotustutkimus* 22(3): 28-41.
- Ridell Seija (2003) Kansalaislajityypit verkkodemokratian rakennus-puina. *Alue ja Ympäristö*. 32:1, 11–22.
- Ridell Seija (2004) Median julkisuustiloja kartoittamassa. *Tiedotustutkimus* 27:2, 4–24.
- Riviere Joan (1986/1929) Womanliness as Masquerade. Teoksessa V. Burgin et al. (toim.) *Formations of Fantasy*. London: Routledge. Julkaistu ensimmäisen kerran teoksessa *The International Journal of Psychoanalysis* 10, 1929.
- Ronkainen Suvi (1999) *Ajan ja paikan merkitsemät: subjektiviteetti, tieto, toimijuus*. Helsinki: Gaudeamus.
- Rosengren Karl Erik (1974) Uses & Gratifications A Paradigm outlined. Teoksessa J.G. Blumler & E. Katz (toim.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage, 169–186.
- Rossi Leena-Maija (2003) *Heterotehdas*. Helsinki: Gaudeamus.

- Rousseau Jean-Jacques (1995/1712-1778) *The Confessions and Correspondence, Including the Letters to Malesherbes*. Käänt. ja toim. Christopher Kelly. Hanover & London. University Press of New England.
- Rowe David (1999) *Sport, Culture and Media: The unruly Trinity*. Buckingham: Open University Press.
- Rowe Kathleen (1997) *The Unruly Woman*. Austin: University of Texas Press.
- Ruoho Iris (1991) 'Naisnäkökulman' ongelmia. *Yhdysvaltalaisista standpoint-teorioista ja postmodernista feminismistä*. Tampereen yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos. naistutkimusyksikön julkaisuja N 3.
- Ruoho Iris (1993a) Perhesarja lajityyppinä. Ruusun aika ja perheen artikulaatio. *Tiedotustutkimus* 16:2, 75–85.
- Ruoho Iris (1993b) Gender on Television screen and in Audience. Family serial as Technology of Gender. Teoksessa *Nordisk Forskning om Kvinnor och Medier*. Göteborg: Nordicom 3/1993, 81–92.
- Ruoho Iris (2001) *Utility Drama: Making of and Talking about the Serial Drama in Finland*. Tampere: Tampere University Press.
- Ruoho Iris (2004) Televisioarvostelun kaksoisstandardi. *Kulttuurintutkimus* 21:1, 17–32. Saarenheimo, Marja (1997) *Jos etsit kadonnutta aikaa. Vanhuus ja oman elämän muistelemisen*. Tampere: Vastapaino.
- Saarenmaa Laura (2003) Kuka muistaa Liana Kaarinaa? Elokuvatähteys ja seksi 1960- ja 70-lukujen populaarijournalismissa. *Lähikuva* 4/2003, 23–35.
- Salmi Hannu (1996) *Atoomipommilla kuuhun!* Helsinki: Edita.
- Salmi Hannu (1992) Pyhäkoulujen kilpailija vai kokoava keskipiste? Suomalaista televisiokeskustelua 1940- ja 50-luvuilla. *Lähikuva* 1/1992, 28–37.
- Saresma Tuija (1999) Kiehtova ja ärsyttävä Ally McBeal. *Kulttuurintutkimus* 16(1999):2–3, 3–15.
- Sassi Sinikka (2003) Synnyttääkö verkko eriarvoisuutta? *Tiedotustutkimus* 26(3), 41–53.
- Saukko Paula (2003) *Doing Research in Cultural Studies. An Introduction to Classical and New Methodological Approaches*. London: Sage.

- Sederholm Helena (2003) ”Camp” Lainausmerkkien taidetta. Teoksessa Kovala Urpo & Saresma Tuija (toim.) *Kulttikirja*. Helsinki: SKS, 166–187.
- Sedgwick Eve Kosofsky (1993) *Tendencies*. Durham, NC: Duke University Press.
- Seiter Ellen et al. (1989) ‘Don’t Treat Us Like We’re So Stupid and Naive’: Toward an Ethnography of Soap Opera. Teoksessa Ellen Seiter et al. (toim.) *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power*. London & New York: Routledge, 223–247.
- Seiter Ellen (1995) *Sold Separately: Parents & Children in Consumer Culture*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.
- Seiter Ellen (1999) *Television and New Media Audiences*. Oxford University Press.
- Sennett Richard (1976) *Fall of Public Man*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Seppänen Anne (2000) Populaarikulttuuri sosiaalustumisväylänä : Tampereen työväestön julkiset hovit 1860-luvulta vuoteen 1917. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Sherman Josepha (1998) *All I need to know I learned from the Warrior Princess*. New York: Pocket Books.
- Silverman David (1993) *Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, text and interaction*. London: Sage.
- Silverman Kaja (1996) *The Threshold of the Visible World*. London & New York: Routledge.
- Silverstone, Roger (1994) *Television and Everyday Life*. London & New York: Routledge.
- Slater Howard (1996) Commercial and Neutral ... Just like everybody. *CTheory.net*. Julkaistu 3.6. 1996. [http:// www.ctheory.net/text_file?pick=259](http://www.ctheory.net/text_file?pick=259). Linkki tarkistettu 21.6. 2004.
- Sontag Susan (1966) *Against interpretation and other essays*. New York: Delta.
- Sparks Colin (2000) Introduction: The Panic over Tabloid News. Teoksessa Sparks, Colin & John Tulloch (toim.) *Tabloid Tales: Global debates over Media Standards*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers Inc., 1–40.

- Spigel Lynn (1992) *Make room for TV. Television and the Family Ideal in Postwar America*. Chicago: The Chicago University Press.
- Stacey Jackie (1991) Feminine Fascinations : Forms of identification in star-audience relations. Teoksessa Christine Gledhill (toim.) *Stardom: Industry of Desire*. London: Routledge.
- Stacey Jackie (1994) *Star Gazing: Hollywood cinema and female spectatorship*. London: Routledge.
- Staiger Janet (1991) Seeing Stars. Teoksessa Christine Gledhill (ed.) *Stardom: Industry of Desire*. London : Routledge, 3–16.
- Strinati Dominic (1995) *An Introduction to Theories of Popular Culture*. Toinen painos. London & New York: Routledge.
- Studlar Gaylyn (1991) The Perils of Pleasure? Fan Magazine Discourse as Women's Commodified Culture in the 1920s. *Wide Angle* 13: 6–33.
- Sulkunen Pekka (1982) Society Made Visible – On the Cultural Sociology of Pierre Bourdieu. *Acta Sociologica* 25:2, 103–115.
- Sulkunen Pekka et al (1985) *Lähiöravintola*. Helsinki: Otava.
- Söderholm Stig (toim.) (1987) *Näkökulmia rockkulttuuriin*. Helsinki: Otava.
- Taylor Helen (1992) *Tuulen viemät*. Suomennos Laura Tohka. Tampere: Vastapaino.
- Thesleff Holger (1979) Myytti ja mysteeri. Teoksessa Maarit Kaimio et al. (toim.) *Antiikin myytit ja uskonnot*. Helsinki: Otava, 46–63.
- Thomas Lyn (2002) *Fans, Feminisms and 'Quality' Media*. London: Routledge.
- Thornton Sarah (1996) *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. University Press of New England.
- Thornton Sarah (1997/1995) The Social Logic of Subcultural Capital. Teoksessa Sarah Thornton (toim.) *The Subcultures Reader*. London: Routledge, 200–209.
- Tilastokeskus (2005) Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus.
- Tolonen Tarja (2001) Luonnollinen vai liiallinen? Tyttöjen käsityksiä ihannenaiveudesta ja ruumiillisuudesta. Teoksessa Anne Puuronen ja Raili Välimaa (toim.) *Nuori ruumis* Helsinki: Gaudeamus ja Nuorisotutkimusverkosto, 73–88.

- Tomlinson John (1999) *Globalization and Culture*. Oxford: Polity Press.
- Tulloch John & Alvarado Manuel (1983) *Doctor Who. The Unfolding Text*. London: MacMillan.
- Tulloch John & Jenkins Henry (1995) *Science Fiction Audiences: Watching Doctor Who and Star Trek*. New York & London: Routledge.
- Turkle Sherry (1995) *Life on the Screen. Identity on the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Turner Victor (1977) *The Ritual Process – Structure and Anti-Structure*. Cornell University Press. Ithaca.
- Tuuva Sari (2003) Tilattuja tarinoita tietotekniikan arjesta. Teoksessa Talja Sanna & Tuuva Sari (toim.) *Tietotekniikkasuhteet. Kulttuurinen näkökulma*. Helsinki: SKS, 93–117.
- Tuuva Sari (2001) ”Sä et oo enää syrjässä” – paikasta ja paikallisuudesta Ylä-Karjalassa. Teoksessa Uotinen Johanna, Tuuva Sari, Vehviläinen Marja & Knuuttila Seppo (toim.) (2003). *Verkkojen kokijat. Paikallista tietoyhteiskuntaa tekemässä*. Saarijärvi: Gummerus, 55–72.
- Ukkonen Jenni (1999) Tahdon mutta... Sinkkunainen yksinäisyyden ja itsenäisyyden satimessa. Teoksessa Paasonen, Susanna (toim.) *Hääkirja. Kirjoituksia rakkaudesta, romantiikasta ja sukupuolesta*. Turun yliopisto. Taiteiden tutkimuksen laitoksen julkaisuja sarja A N:o 43. Turku: Turun yliopiston jäljennepalvelu, 89–102.
- Ukkonen Jenni (2000) Juonittelut kirjoitetaan kilteiksi – televisiosarja Kauniit ja rohkeat lehtikirjoittelun kohteena. Teoksessa Koivunen Anu, Susanna Paasonen ja Mari Pajala (toim.) *Populaarin Lumo – mediat ja arki*. Turun yliopiston taiteiden tutkimuksen laitoksen julkaisuja. Sarja A N:o 46. Turku: Turun yliopisto, 253–270.
- Uotinen Johanna, Tuuva Sari, Vehviläinen Marja & Knuuttila Seppo (toim.) (2003). *Verkkojen kokijat. Paikallista tietoyhteiskuntaa tekemässä*. Saarijärvi: Gummerus.
- Uotinen Johanna (2003) ’Agricolan päivänä se kannettiin meidän makuuhuoneen pöydälle’ – Tietotekniikka, kokemus ja kertomus. Teoksessa Sanna Talja & Sari Tuuva (toim.) *Tietotekniikkasuhteet. Kulttuurinen näkökulma*. Helsinki: SKS, 118–147.

- Uotinen Johanna (2003) Involvement in (the information) society – the Joensuu Community Resource Centre Netcafé. *New media & society*. Vol 5(3):335–356.
- Valaskivi Katja (1999) *Relations of Television. Genre and gender in the production, reception and text of Japanese family drama*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Van Zoonen Lisbet (2002) Gendering the Internet. Claims Controversies and Cultures. *European Journal of Communication* 17:1, 5–23.
- Vehviläinen Marja (2002) Teknologinen nationalismi. Teoksessa Tuula Gordon, Katri Komulainen & Kirsti Lempiäinen (toim.) *Suomineiton hei! Kansallisuuden sukupuoli*. Tampere: Vastapaino, 211–230.
- Vilkko Anni (1997) *Omaelämäkerta kohtaamispaikkana – Naisen elämän kerronta ja luenta*. Helsinki: SKS.
- Virta Teija (1994) *Saiippuaoppera ja suomalaiset naiset*. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 43. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Virtanen Lea (1994) *Arjen Uskomuksia. Punatukkaiset ovat intohimoisia*. Helsinki: WSOY.
- Walters Suzanna (1995) *Material Girls: Making Sense of Feminist Cultural Theory*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Wasko Janet (2001) *Understanding Disney: the Manufacture of Fantasy*. Cambridge: Polity Press.
- Winship, Janice (1987) *Inside Women's Magazines*. London and New York: Pandora.
- Wittgenstein Ludwig (1984/1953) *Philosophical investigations*. Oxford: Blackwell.
- Ziehe Thomas (1991) *Uusi nuoriso: epätavanomaisen oppimisen puolustus*. Suom. Raija Sironen ja Jussi Tuormaa. Tampere: Vastapaino.

Www-lähteet:

- Boese Christine (2005) Exploring the Xenaverse in Cyberspace: Xena and Gabrielle's Garden of Forking Paths. Sähköinen dokumentti <http://www.nutball.com/dissertation/mains/Xenaverse.html>. 22.2.2005
- Chin Bertha (2002) Hierarchy in online fan communities. Presentation at Crossroads in Cultural Studies conference. Tampere 29.06.– 02.07.2002. Julkaistu verkossa osoitteessa: <http://web.mit.edu/21fms/www/faculty/henry3/starwars.html> 17.2.2003.
- European Commission (2001) Unity, solidarity, diversity for Europe, its people and its territory. Second report on economic and social cohesion (adopted by the European Commission on 31 January 2001) 17.2.2003 http://europa.eu.int/comm/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/pdf/p147_fi.pdf 29.6.2005
- Nazarov Alexander (2003) Local Globality and national Cultures. When a local audience meets global media. Paper presented in the Doctoral Summer School at the University of Westminster, London. Julkaistu verkossa: http://www.vub.ac.be/SCOM/IEP-DC/2003_papers.html . 29.6.2005
- Nurmela Juha (2000) Uuden tieto- ja viestintätekniiikan käyttö ja verkkoyhteydet Suomessa. Raportissa Suomi tietoyhteiskuntana. Tietoyhteiskunta-asiain neuvottelukunnan raportti 14.6.2000. Julkaistuverkossa:http://www.vn.fi/vm/kehittaminen/tietoyhteiskunnan_kehittaminen/raportti/raportti.htm

Julkaisemattomat lähteet:

- Annala Jukka & Pekkarinen Antti (1996) Lissun lässyn luupi luu – mielihyvään kytketty Remu. Tutkimus rockjulkkis Remu Aallosesta fanipohjalta. Tiedotusopin pro gradu tutkielma. Tampereen yliopisto.
- Humalisto Anri (2004) ”Jenni, Suski ja Upi RLZ!” Gimmelin fanit internetin keskustelufoorumeissa. Mediakulttuurin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.
- Huokuna Tiina (2001) Television yleistyminen 1960-luvun Suomessa : narratiiveja murroksesta, mahdollisuuksista ja arjen muutoksista. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

- Heinonen Harri (1999) *You'll Never Walk Alone*. Tutkimus suomalaisista Everton-faneista. Sosiologian pro gradu tutkielma. Jyväskylän yliopisto.
- Laukkanen Tero (2003) *Hei, me faniudutaan!* Internetin televisiofanit digiajan osallistuvan mediakulttuurin tiennäyttäjinä. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen pro gradu tutkielma.
- Lietsala Katri (1998) *Tapaus Diana: yleisön parasosiaalinen suhde julkimoihin*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen pro gradu -tutkielma.
- Lindström Sara (2000) ”Kaikki sitä kattoo”. *Ally Mcbeal*-televisiosarja nuorten naisten muoti-ilmiönä. Helsingin yliopiston viestinnän laitoksen pro gradu -tutkielma.
- Luoma Ursula (1995) *Tuhannet terveiset, suukot ja kaikki hyvät*. Kuu-lemiin näkemiin! Pauli isi: jatkosodan kirjeitä diskurssianalyttisesti tarkasteltuina, pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.
- Mannila Merja (1998) *Rajoitettu matka tähtiin. – Ideologinen myytti ja utopia television tieteissarjoissa, esimerkkinä Star Trek-Deep Space Nine*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.
- Maunuksela Petri (2000) *Teeveestä tuttu: arkielämän parasosiaaliset suhteet*. Sosiaalipsykologian pro gradu-tutkielma. Tampereen yliopisto.
- Uimonen Pirkko-Liisa (2001) *Xena Soturiprinsessa ja myytti populaarikulttuurissa*. Uskontotieteen pro gradu tutkielma. Humanistinen tiedekunta. Helsingin yliopisto.

Aineistot:

Verkkoaineisto:

<http://www.mtv3.fi> 28.2. 2005

<http://reimari.saunalahti.fi/~huuhkapa/xena/> 28.2. 2005

<http://www.sci.fi/~huuhkapa/xena/XENA061.HTM> 28.2. 2005

<http://groups.yahoo.com/group/xeniitti> 28.2. 2005

<http://ausxip.com/one/mgood.html> Linkki tarkastettu 28.5. 2005

Titan no. 10 osoitteessa <http://www.xenaville.com/articles.html> 28.2. 2005

<http://www.angelfire.com> 15.11. 2004
<http://www.enchantedvilla.com/herc/index.php>http://members.tripod.com/%7EHX_Scheherazade/ring.html . 28.2. 2005
<http://personal.inet.fi/urheilu/keimola/28a.htm/> 28.2. 2005
<http://www.xenafan.com> 28.2. 2005
<http://keskustelu.suomi24.fi/show.cgi?category=107&conference=647>
17.2. 2004
<http://www.steve-p.org/ss/> 12.2. 2005
<http://home.iprimus.com.au/panopticon1/deadzone/ss1.html>
12.2. 2005
<http://www.thunderbirdsonline.com/> 12.2. 2005
<http://www.mtv3.fi/sinkkuelamaa/> 17.2. 2005
<http://www.yle.fi/yleshop> 17.2. 2005
<http://www.mtv3.fi/ally/> 14.8. 2003
<http://glimmershine/tripod.com> 12.8. 2003
<http://www.whowouldyoukill.com/ally.html> 16.2. 2004
<http://groups.yahoo.com/group/SlashFF/> 17.2. 2004
<http://maddox.xmission.com/diarrhea.html> 16.2.2004
<http://www.wind.dk/highlight.006.html>. 16.2 2004
http://weeklywire.com/ww/05-18-98/memphis_devil.html .
26.5. 2005
<http://www.hbo.com/city/> 17.2. 2004
<http://groups.yahoo.com/group/allyfic/> 17.2. 2004.
<http://dekland.tripod.com/allymcbeal/> 17.2. 2004
<http://allymcbeal.tktv.net/> 17.2. 2004
<http://www.mtv3.fi/kaenpesa/> 28.2. 2005.
<http://keskustelu.suomi24.fi/show.cgi?category=107&conference=647>
28.2. 2005.
<http://www.yle.fi/venny/venny.htm> 25.1. 2005.
<http://www.stat.fi/til/icte/> 28.2. 2005
<http://www.steve-p.org/ss/> 28.2. 2005

<http://home.iprimus.com.au/panopticon1/deadzone/ss1.html>
 28.2. 2005
<http://www.thunderbirdsonline.com/> 28.2. 2005
http://www.warriorprincess.com/Lucy/newsarticles/news_030598.html 28.2. 2005
<http://www.ally-mcbeal.com/ubb/Forum1/HTML/000048.html>
 28.2.2005
http://forums.station.sony.com/swg/board/message?board.id=in_live&message.id=14676&jump=true 28.2. 2005
<http://www.enchantedvilla.com/herc/index.php> 29.6. 2005
http://members.tripod.com/%7EHX_Scheherazade/ring.html
 28.2. 2005
<http://www.geocities.com/vseasn/> 28.2. 2005
<http://www.xwponline.net/vs/> 28.2. 2005
<http://66.12.121.226/xwpvs/> 28.2. 2005
<http://www.whoosh.org/> 28.2. 2005

Haastattelut:

Huttunen Kiti 16.8.2002 MTV3:n markkinointia koskeva sähköposti-haastattelu.
 Selroos Mia 28.6.2002 *Ally McBealin* katsojalukuja koskeva sähköpostihaastattelu
 Timo Monosen puhelinhaastattelu 11.3. 2003.

Fanihaastattelut:

Xena: 21.7.1999, 26.9.1999, 27.9.1999, 5.10.1999, 25.10.1999, 22.2.2003.
 Uusintakysely haastateltaville sähköpostitse kesäkuussa 2001.
Ally McBeal (15): 9.6.1999, 9.6.1999, 11.6.1999 (2 osallistujaa).
 Koululaishaastattelut: 14.3.2000, 21.3.2000, 30.3.2000.

Televisio-ohjelmat:

Ally McBeal (1997–2002) Tuotanto David E. Kelley / Twentieth Century Fox Television, USA. Ensimmäinen esitys Suomessa 1.9. 1998 MTV3.

Xena (1995–2001) Tuotanto Renaissance Pictures/ MCA/Universal Inc. Ensimmäinen esitys Suomessa 4.11. 1997 MTV3.

BumtsiBum (1997–2005) Tuotanto MTV3. Tuottaja Marjukka Yli-ruusi. 13.9. 1997–19.2. 2005.

Xena:

Xena-yhteisön keskustelut vuoden 1998 huhtikuusta vuoden 2003 syyskuuhun

<http://www.sci.fi/~huuhkapa/xena/>

<http://groups.yahoo.com/group/xeniitti>

<http://www.angelfire.com/wa/axaXWP/>

Whoosh! -verkkojulkaisu

Ilta-lehti 1998–2001

Ilta-Sanomat 1998–2001

Ally McBeal:

Ilta-lehti 1998–2001

Ilta-Sanomat 1998–2002

Anna 1998–2001

Me Naiset 1998–2001

Demi 11/ 2001

Helsingin Sanomat 1998–2002

Aamulehti 3.4.1999

12 lukijakirjettä /Aamulehti

Kysely (liite 1) 72:lle koululaiselle

Marco Bjurström:

623 fanikirjettä

Iltalehti syyskuu 1997-syyskuu 1999, tammi-toukokuu 2001.

Ilta-Sanomat syyskuu 1997-syyskuu 1999, tammi-toukokuu 2001.

Katso: 1965, 1970, 1975, 1980, 1985, 1990, ja 1995 huhti-kesäkuu,
1993 toukokuu

Seura: 1965, 1970, 1972, 1975, 1980, 1985, 1990, ja 1995 huhti-
kesäkuu, 1993 toukokuu

Helsingin Sanomien Nyt-liite 29.8.1997 ja lehteen lähetetyt kirjeet
(100 kpl).

Liite 1

Tampereen yliopisto
Tiedotusopin laitos
Tutkija Kaarina Nikunen
PL 607
33101 Tampere

Kysely television katselusta Tampereen yliopiston tutkimukseen
Media, idoli ja identiteetti

Huom! Tähän kyselyyn ei ole olemassa oikeita vastauksia. Tärkeintä on, että jokainen vastaa rehellisesti.

Nimi:

Ikä:

1. Kuinka monta tuntia arviolta katsot televisiota päivittäin?
2. Milloin katsot televisiota eniten (viikonpäivä ja kellonajat)?
3. Millaisia ohjelmia katsot mieluiten?
4. Katsotko televisiota yksin, perheen kanssa vai jonkun muun kanssa?
5. Miten hankit lisätietoa tv-ohjelmista (esim. sanomalehdistä, tv-lehdistä, internetistä, kavereilta, vanhemmilta)?
6. Kuvaile televisiota jollakin adjektiivilla tai substantiivilla.
7. Luettele kolme mielestäsi parasta televisio-ohjelmaa.

JATKUU KÄÄNTÖPUOLELLA!

8. Kuvaile suosikkiohjelmaasi.

9. Mitä ohjelmia inhoat? Miksi?

10. Katsotko televisiosarjaa Ally McBeal? Mitä mieltä olet sarjasta? Kuvaile sarjaa.

Kiitos vastauksista!