



KIRJA-ARVIO: FANIUESTA AJANMUKAISESTI

Nikunen, Kaarina 2005: Faniuden aika. Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituhaten taitteen Suomessa. Media Studies. Tampere: Tampere University Press. Sähköinen väitöskirja Acta Electronica Universitatis Tamperensis 460 < <http://acta.uta.fi> >. 388 sivua.

Helena Saarikoski

Kulttuurinen fanitutkimus on virinnyt ja profiloitunut omaksi tutkimusalakseen 1990-luvun alkupuolelta lähtien. Kaarina Nikusen *Faniuden aika* on ensimmäinen suomalainen väitöskirja, joka sijoittuu nimenomaan tälle, sellaisten nimien kuin Henry Jenkinsin, Lawrence Grossbergin ja Matt Hillsin tähdittämälle tutkimusalalle. Nikusen julkaisemattomien lähteiden luettelossa on yksitoista gradua vuosilta 1995–2004, ja niiden kotilaitokset kertovat uuden fanitutkimuksen virikeympäristöistä: pääosissa tiedotusoppi, viestintä ja mediakulttuuri, lisinä sosiologia, sosiaalipsykologia ja uskontotiede. Fanitutkimus liittyy median vastaanottajatutkimukseen, minkä mukaisesti se on painottunut televisiofaniuteen. Televisiofaniuden tutkimus erottuu vanhemmasta rockkulttuurien tutkimustraditiosta jopa siinä määrin, että Nikunen ei lainkaan mainitse kirjassaan Stig Söderholmin Jim Morrison -kulttia käsittelevää perinteetutkimuksen väitöskirjaa vuodelta 1990. Nikusen kolme tapausta ovat televisiosarjat *Xena* ja *Ally McBeal* sekä Marco Bjurström faniuden kohteina. Tutkittavien tapausten määrittely faniuden kohteiden (eikä esimerkiksi määrättyjen faniyhteisöjen tai -kulttuurien) perusteella kertoo median tutkimuksen näkökulmasta.

FANIN KÄSITTEEN JÄLJILLÄ

Nikunen tutkii tuotantoyhtiöiden ja populaarijulkisuuden rakentamia erilaisia faniuden paikkoja ja toiseksi sitä, miten fanit näihin paikkoihin asemoituvat. Hän lukee ja tulkitsee sitä, millaista tähtikuvaa ja faniutta hänen tapauksilleen on rakennettu

median eri kanavilla, televisiossa, perhe-, iltapäivä- ja naistenlehdissä ja Internetissä. Tältä osin kirja on nimenomaan ”fanin” käsitteen ennen kirjoittamatonta historiaa. *Katso-* ja *Seura-*lehtien vanhojen vuosikertojen avulla jäljitetään televisiofaniuden rakentumista, sitä milloin ja minkälaiseksi fanius nimettiin, paikannettiin ja asemoitiin suomalaisessa kulttuurissa.

Lähtökohdan yhdistäminen faniuden eletyn kokemuksen tutkimukseen on haastava tehtävä. Nikunen määrittelee kokemuksen rakentuvan sosiokulttuurisissa (eli hänen media-aineistoissa tutkimissaan) kehyksissä, mutta toisaalta omaksi elettyä, ”affektiivisena sensibiliateettinä”. Kokemusta jäljitetään fanien haastattelupuheiden ja erilaisten kirjoitusten perusteella. Lyhyitä sitaatteja aineistosta käytetään kuvittamaan fanien erilaisia asemoitumisia tutkijan erittelemiin median rakentamiin faniuden paikkoihin. Jää hieman epäselväksi, rakentuuko faniuden kokemus pelkästään vastauksena tuotantokoneistojen ja median tarjouksiin, ikään kuin ostoskärryn sisältö marketissa, vai tuovatko fanit ja luovatko faniyhteisöt faniuteen jotain omaa tarjouten ulkopuolelta. Onko fanius lopulta sittenkin, kaikessa arkistuneisuudessaan ja normaalistuneisuudessaan, pelkkää kulttuuriteollisuuden tuotantoa, markkinointikeino? Epävarmuus jää, koska, kuten Nikunen itsekin toteaa, hän ei tutki faneja, yksilöiden kokemuksia kulttuurissa, vaan faniutta, kulttuurissa tai tutkimuksessa määriteltyä kokemisen tapaa.

FANIUDEN KOKEMUS NEGATIIVISEN LEIMAN HAASTAMANA

Nikusen mukaan vuosituhannen vaihteessa eletään *faniutumisen* aikaa. Yleisöt fragmentoituvat: korkeakulttuurisen eliitin määrittelymonopoli murtuu ja sen mukana populaarikulttuuriin liitetyt huonon maun, tylsän tai vahingollisen viihteen ja kaupallisen manipulaation leimat menettävät tehonsa. Mediatarjonta brändiäytyy: kuluttajalle ei tarjota enää vain yhtä tuotetta vaan kokonainen narratiivinen universumi tavaramarkkinoineen. Fanimainen eli intensiivinen, affektiivinen, aktiivinen ja tuottava suhde mediatarjontaan yleistyy ja arkipäiväistyy.

Silti fanien stigmatisoiva (ja sukupuolittava) leimaaminen hulluiksi, hysteerisiksi massamanipulaation uhreiksi tai vieraantuneiksi korviketodellisuuden eläjiksi on sosiaalista todellisuutta, johon fanit kaikissa Nikusen tutkimuksen tapauksissa joutuvat eri tavoin ottamaan kantaa ja jota kohti tai vastaan he rakentavat omaa puhettaan faniudesta. Niinpä, vaikka tarve faniuden puolustuspuheeseen olisi fanitutkimuksessa ohitettu vaihe, kuten Nikunen toteaa, perinteistä negatiivista leimaa ei voi faniuden kokemuksen tutkimuksessa sivuuttaa.

Xenan fanit muodostavat sekä Internetissä että tapaamisissa aktiivisen yhteisön. Tämän faniuden laadun Nikunen määrittelee kulttifaniudeksi. Vahvaa faniidentiteettiä muodostaa tuottava suhde faniuden kohteen tarjoamaan narratiiviseen universumiin, *Xenaversumiin*. Faniutta määritellään itselle fanistereotypian parodiana, jota Nikunen kutsuu diskursiiviseksi kaappaukseksi. Faniyhteisö vahvistaa ”normaalin” aseman hylkäämisen ja itsemäärittelyn outoina, Xena-hulluina.

Ally McBealin ja Bjurströmin faniudet, joita Nikunen luonnehtii trendi- ja tähtifaniudeksi, määrittävät enemmän etäisyyden ottamisena fanistereotypiaan. Fani saattaa puhua suoraan stereotyyppiä vastaan ja kiistää niiden soveltuvuuden itseensä, kuten usein antifaniuttakin inspiroineen *Ally McBealin* kohdalla. Ero faniuden ja katsojuuden välillä hälvenee, kun kukaan ei oikeastaan voi tunnustaa olevansa suosittu, kaikkien puheenaiheena olevan sarjan fani.

Bjurströmin fanien, tai tarkemmin sanottuna fanikirjeiden, tapauksessa toteutuu selväpiirteisimmän leimaavan stereotypian yleinen tehtävä ulkoryhmän määrittelijänä ja itsen normaaliuden vahvistajana. Tähdelle kirjoittavat fanit erottavat itsensä ”tuhansien fanien” laumoista ja ”satojen kirjeiden” postitulvasta. Samalla he ilmaisevat kaipuuta faniyhteisöön, jossa tähden ihailun voisi jakaa. Bjurströmillä ei ole fan clubia eikä faniyhteisöä, vaan fanit jakavat affektiivisen suhteen tähteen kuvitteellisesti kuvitteellisen yleisön osana.

MONIPAIKKAINEN TUTKIMUS, MONIULOTTEINEN FANIUS

Nikunen on valinnut tutkimukseensa kolme erilaista faniutta, joihin myös hänellä itsellään on kuhunkin erilainen suhde ja asema tutkijana, tulkitakseen faniutta ei yhdenlaisena ja lukkoon lyötynä ilmiönä vaan monenlaisena, liikkuvana ja moniulotteisena. Tässä itselleen asettamassaan tehtävässä hän myös onnistuu. Vaikka kolme tapausta ovat kaikki televisiofaniutta ja niillä on yhdistäviä piirteitä, joita esimerkiksi Jim Morrison -kultti ei jaa niiden kanssa, faniudesta luodaan tutkimuksessa hyvin monipuolinen kuvaus. Tähän vaikuttaa myös se, että kustakin kolmesta tapauksesta on koottu erilainen aineisto, kunkin tapauksen antamien mahdollisuuksien mukaan. Monilajisen aineiston vaatimien eri analyysimenetelmien hallitseminen on haaste, jota kuitenkin helpottaa se, että tutkimuksessa ei pyritä yhtenäisiin kokonaiskuviin vaan monitasoisiin tulkintoihin.

Tutkimuksensa tulokset Nikunen esittää kokoavasti kolmijakona kultti-, trendi- ja tähtifaniuteen niitä erottelevine ja yhdistävine ominaisuuksineen. Huomaan, että Nikusen kolmijako ei toimi lainkaan tutkimani Spice Girlsin faniuden kuvauksessa, vaan siinä on piirteitä tasaisesti kaikista eri faniuden tyypeistä. Nikunen ilmeisesti pitäisi teinipopfaniutta tyypillisenä trendifaniutena (jota *Ally McBealin* fanius edustaa), mutta kun tarkastelen tyttöjen pikku ystäväryhmien arkipäivän puhe- ja toimintayhteyttä faniyhteisöinä, saa Spice Girlsin fanius monia kulttifaniudenkin piirteitä. Oman tutkimuskohteeni sopimattomuus Nikusen tuloksiin johtuu nähdäkseni tutkimusten näkökulmaerosta: olen tutkinut nimenomaan faneja, haastattelujen, kirjoitusten ja havainnoinnin kertomaa yksilöiden erilaisista suhteista mediailmiöön, kun Nikusen tutkimuskohde on enemmän itse mediailmiöissä ja niiden rakentamisissa erilaisissa faniuksissa. Kolmijako onkin heuristinen apuväline faniuden eri ulottuvuuksien ja mahdollisuuksien esiin tuomiseen, ei mikään luonnollinen luokitus. Sellaisena se toimii ja faniudesta luodaan tosiaan monipaikkainen näkemys.

OPINNÄYTTEEN PIINAN PAIKKOJA

Fanitutkimus näyttäytyy kirjassa selvästi uutena ja viimeisen kymmenen, viidentoista vuoden aikana voimakkaasti laajentuneena tutkimusalana. Relevanttia uusiin tutkimusnäkökulmiin perustuvaa kirjallisuutta näyttää löytyvän viitattavaksi joka lähtöön. Nikusen kirja onkin verraton hakuteos uuteen mediatutkimuksen kirjallisuuteen. Se antaa hyvin moniulotteisen kuvan yhdestä ajankohtaisesta kulttuuri-ilmiöstä eli faniudesta ja asettaa sen myös tällä tavalla nykykulttuurissa keskeiseksi ilmiöksi ja tärkeäksi tutkimuskohteeksi. Horisontin laajuudessa, joka on tutkimuksen vahvuus, on myös sen vakavin heikkous. Teoriaperinteitä ei seurata sen taakse, mitä ne ovat tuottaneet uuteen median vastaanottajatutkimukseen; tutkimuksessa ei osallistuta oikein mihinkään määrättyyn syvempään teoriakeskusteluun. Ei ole varmaankaan Nikusen vika, että fanitutkimus ilmeisesti on vaiheessa, jossa sen kontribuutio yleiseen kulttuuriteoriaan jää nähtäväksi.

Faniden aika on kirjana luvattoman huolimaton. Paikoin lähes joka lauseessa esiintyvät kirjoitus- ja kielioppivirheet vaikeuttavat lukemista ja jopa tekevät mahdottomaksi ymmärtää yksiselitteisesti, mitä kirjoittaja tarkoittaa sanoa. Ennen kustantajan toimittaja vastasi osaltaan kirjan oikolukemisesta, mutta ainakin tieteelliset kustantajat ovat ulkoistaneet kustannuserän tekijöiden kannettavaksi. Myös tieteellinen kirja on silti yhä kirja. Väitöskirjankin kirjoittajan täytyy opinnäytteen kokoamisen lisäksi ehtiä paneutumaan myös sanottavansa kirjalliseen ilmaisuun. Kun iso työ on tehty, on harmin paikka, että sitä ei ole viimeistelty asianmukaisesti.

KIRJALLISUUS

SÖDERHOLM, STIG 1990: *Liskokuninkaan mytologia. Rituaali ja rocksankarin kuolema: Jim Morrison -kultin etnografinen tulkinta*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 539. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Folkloristiikan dosentti, filosofian tohtori Helena Saarikoski on helsinkiläinen tutkija, jolla on meneillään tutkimus Spice Girls -yhtyeen faneista.