

Kaarina Nikunen

RAKAS MARCO!

Fanipostin vuoropuhelua media-Bjurströmin kanssa

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 aiemmin esiintynyt kesällä 1997 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-Sanomien* hymyilevä Bjurström kansikuvassaan 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 ja eri ikäisiltä ihmisiltä pian BumtsiBumin käynnistyttyä.

Tarkastelen tässä artikkelissa Marco Bjurströmin julkisuuskuvan rakentumista hänelle osoitetuissa fanikirjeissä. Katsojien kirjeet kertovat siitä, millaisia merkityksiä ihmiset Bjurströmiin liittävät, mikä tekee hänestä tärkeän. Kirjeet kertovat ihailijoiden arjesta ja unelmista sekä siitä, kuinka kirjoittajat asemoivat itsensä faneiksi ja mitä faniuden kokemus heille 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. Nämä erilaiset tekstit tuottavat tietynlaista kuvastoa Bjurströmistä – kuvaa, jossa keskeiseksi nousevat käsitykset kansallisuudesta ja maskuliinisuudesta.

¹ Richard Dyer, *Stars*. London: BFI 1986.

² Janne Mäkelä, *Images in the Works: a Cultural History of John Lennon's Rock Stardom*. Turku: University of Turku, Cultural History 2002, 49–50.

³ Ks. Joli Jensen, "Fandom as Pathology". Teoksessa Lisa A. Lewis (ed.), *The Adoring Audience*. London: Routledge 1992, 9–29; C. Lee Harrington & Denise D. Bielby, *Soap Fans: Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*. Philadelphia: Temple University Press 1995; Mäkelä, *Images in the Works*, 129.

⁴ Melanie Nash & Martti Lahti, "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 (eds.), *Titanic. Anatomy of a Blockbuster*. New Brunswick, New Jersey & London: Rutgers University Press 1999, 64–88.

Tarkastelen siis erityisesti sitä, kuinka mediajulkisuus tuottaa faneille kuvaston ja kartaston, jonka avulla faniutta voi toteuttaa. On kiinnostavaa, kuinka Bjurström positiivisuuden sanansaattajana näyttäytyy jopa radikaalina toisinajattelijana suomalaisuuden kontekstissa. Aineistonani on 623 fanikirjettä sekä *Iltalehden* ja *Iltta-Sanomien* Bjurströmiä ja BumtsiBumia käsittelevät jutut syksystä 1997 vuoden 1999 kevääseen. Tämä ajanjakso on yhteneväinen fanikirjeiden lähettämisaianjakson kanssa, jolloin voin tarkastella näiden tekstien välistä suhdetta. Lisäksi tarkastelussani on vuoden 1999 syksy sekä 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 lopulla kirjoitusten sävy alkoi muuttua hieman kielteisemmäksi. Vuoden 2001 keväällä jutuissa käsiteltiin myös Bjurströmin seksuaalisuutta.

Julkisuuskuvan kehukset

Tähtien, kuuluisuuksien ja julkisten tutkimuksessa on pyritty hahmottamaan erilaisia verkostoja, joiden kautta näiden julkisuuskuvastot rakentuvat. Richard Dyer erottelee neljä keskeistä aluetta, joiden kautta elokuvatähtien julkisuuskuva rakentuu.¹ 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 julkisuuskuvaa ja pyrkiä vaikuttamaan myös lehdistöön. Lehdistön intresseissä voi puolestaan olla pyrkimys päästä markkinoinnin taakse.

John Lennonin tähteyttä tutkinut Janne Mäkelä puhuu tähtiverkosta (starnet), joka muodostuu niinkään neljästä alueesta.² Ensimmäisenä on tähti elävänä persoonana julkisine esiintymisineen. Toisena ovat 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.

Faniyleisö on siis mukana määrittämässä julkiksen tai tähden julkisuuskuvaa. Aina tämä suhde ei ole toisiaan ruokkiva vaan se voi olla hyvinkin ristiriitainen, jos faniyleisö koetaan "vääränlaisena". Tämä kytkeytyy yleisiin käsityksiin faniudesta patologisuutena, romanssin korvikkeena, joukko-huumana ja väliaikaisena vaiheena.³ Näitä elementtejä yhdistetään erityisesti tyttöjen ja naisten faniuteen, ja ne kätkevät sisäänsä käsityksen helposta manipuloinnista. Faniyleisöön liitetyt mielikuvat yhdistyvät myös idoliin. Esimerkiksi Leonardo di Capriion julkisuuskuvaan on vaikuttanut pääosin nuorista tytöistä koostuva faniyleisö tuottaen di Capriosta romanttista sankaria – kuvaa, johon tähti itse on haluton asettumaan. Faniyleisön tietoisuus tästä haluttomuudesta on tehnyt di Caprio -faniudesta ristiriitaista.⁴ Se, kuinka tähti vastaa faniuteen, muodostuukin tärkeäksi. Tähti voi aktiivisesti tuottaa faniutta ja tukea sen eri muotoja tai vastustaa ympärilleen rakentuvaa fani-kulttuuria.

Televisiojuontajana ja iltapäivälehtien kasvona Bjurström on melko etäällä elokuvatutkimuksen käsittelemästä tähteydestä, joka yleensä kytkeytyy Hollywood-elokuvaan ja -tuotantoon. Tähtitutkimuksessa on pohdittu jonkin verran elokuvatähteyden ja kuuluisuuden eroja. Esimerkiksi P. David Marshall

määrittää kuuluisuuden kulttuuriteollisuuden ja yleisöjen diskursiivisesti tuot- tamaksi, kun taas elokuvatähteydessä korostuvat persoonalliset ominaisuudet ja olemus. Näin ollen Marshall näkee tähden kuuluisuutta kapeampana erityiskategoriana, joka viittaa tiettyyn funktioon julkisuudessa.

Eron tekoa on myös kritisoitu, sillä tähtitutkimuksen kautta voi paikantaa monia keskeisiä kysymyksiä erilaisten julkisten käsittelyssä.⁵ Näistä kes- keisin on tähteyden/julkisuuden ymmärtäminen mediateksteinä, joilla on omat kontekstinsa. Richard Dyer on todennut, että tähtikuva on aina intertekstuaa- linen, monista medioista rakentunut, ekstensiivinen.⁶ Eri aikoina tähtikuvaa voivat hallita hyvinkin erilaiset kuvastot. Se, millaisiin medioihin, aiheisiin, ihmisiin, uutisiin ja arvoihin julkis kulloinkin yhdistyy, vaikuttaa siihen millaiseksi me hänet miellämme. Televisioesiintyjälle oman ohjelman lisäksi merkittävä julkisuuskuva muokkaaja on lehdistö, erityisesti iltapäivälehdet, naistenlehdet ja ns. juorulehdet, kuten *7 päivää*. Bjurström paikantuu tele- vision tuottaman tuttuuden piiriin. Ian Connellin mukaan populaarilehdistö ammentaa aiheensa usein juuri televisiosta. Hän kuvaa populaari- tai tabloid- lehdistön ja television suhdetta symbioottiseksi, josta kumpikin hyötyy.⁷

Marco Bjurströmin julkisuuskuva yhdistyvät monenlaiset elementit. BumtsiBumin musiikillinen viitekehys ja tanssi vievät hänen kuvastoaan lähelle iskelmätähteyttä 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.⁸ Hän on myös tv-julkis, juontaja, jonkinlainen välittäjä ohjelman vieraiden ja katsojien välillä. Juontajana hän ilmentää hyvin tähteyden keskeistä piirrettä: hän on kuin kuka tahansa meistä ja kuitenkin erilainen, tähtikastia. Bjurströmin nuori, trendikäs ja hymyilevä olemus näyttääkin olevan tarpeeksi populaari ja laaja miellyttäkseen niin nuoria kaupunkilaisia kuin maaseudun vanhuk- siakin. 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 parantajiin, heeroiksiin. Yhdessä Ritva Enäkosken kanssa Bjurström luennoi positiivisesta elämänsenteestä eri yrityksille ja yhteisöille. Bjurström on tehnyt tunnetuksi positiivista ajatteluaan ns. naminami -isku- lauseellaan, jota hän myös viljelee BumtsiBum -ohjelmassa.

Tässä artikkelissa tarkastellaan Bjurströmin julkisuuskuva monen ke- hyksen, 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. Seuraavaksi tarkastelen BumtsiBum -ohjelmaa, jonka kautta Bjurström on valtaosalle faneista tullut tutuksi. Bjurströmin julkisuuskuva rakentumisessa Bumtsi- Bumia voisi pitää eräänlaisena primääritekstinä. Sekundaaritekstinä pidän erilaisia lehtikirjoituksia ja haastatteluja, joista käytän yhteisnimitystä me- diajulkisuus.

⁵ Katariina Kyrölä on esimerkiksi soveltanut tähtitutkimusta analysoidessaan Linda Lampeniuksen ja Henry Saaren julkisuus- kuvaa. Katariina Kyrölä, "Playboy-viulisti ja porno-ori." *Tiedotustut- kimus* Vol. 25 Nr. 2 2002, 34–49.

⁶ Dyer, *Stars*, 3.

⁷ Ian Connell, "Tales of Tellyland: the Popular Press and Television in the UK". Teoksessa Peter Dahlgren & Colin Sparks (eds.), *Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London & New York: Routledge 1991, 243–244.

⁸ Televisio-ohjelmiin liittyvässä faniudessa faniuden kohteena on usein sarjan hahmo ja maailma, ei itse näyttelijä. Jones Sara Gwennlian, "Starring Lucy Lawless?". *Journal of Media and Cultural Studies* 14 :1 2000, 9–22.

⁹ Formaatin yhteydessä on kiinnostava pohtia, kuinka sama ohjelma-
muoto on eri
kulttuureissa kotou-
tettu, lokalisoitu. Tässä
artikkelissa en kui-
tenkaan lähde
tarkemmin pohtimaan
ohjelmaa formaatin
näkökulmasta.

Estradiviihteen vaativa leikkimielisyys

Bjurströmin julkisuuskuva on pitkälti määrittynyt juuri musiikkivisailu BumtsiBumin kautta, jossa leikkimielisyys ja viihtyminen ovat keskeisiä elementtejä. Ohjelman formaatti The Lyrics Board on irlantilaisten Philip Kampffin ja Andres Ruanen luoma, ja siitä on versioitu mm. Ruotsin televisiossa (SVT) Så ska det låta -ohjelma. Vastaava ohjelma on ainakin Venäjällä, Tanskassa ja Ranskassa.⁹ Ohjelma perustuu erilaisten 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 jäsentä vierailuvia, 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 kysymyksen. 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 valitettiin pistejaosta ja kilpailu otettiin varsin vakavasti. Leikkimielisyyden vaikeutta kuvaa se, että Bjurström pisteitä ja-
kaessaan 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 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 paitsi ohjelmassa esiintyvien menestyvien iskelmätahtien kautta myös ohjelman sijoittamisella tutulle suuren yleisön ohjelmapaikalle. BumtsiBumin lähettäminen lauantai-iltana klo 19.30 (sittemmin 20.00) jatkaakin musiikkivihteen televisioperinteitä. Esimerkiksi Lauantaitanssit lähetettiin aikanaan klo 19.15.

BumtsiBum -ohjelman rakenne korostaa Marco Bjurströmin roolia ohjelman

keskipisteenä. Jokainen jakso käynnistyy tunnuskappaleella, jonka aikana kuvataan studioyleisöä, orkesteria ja 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 näyttäväisiin, kullanvärisiin tai leopardikuvioisiin pukuihin sekä vaihtaa hiusten vä-



Bjurström kullanvärisessä puvussaan on BumtsiBum -ohjelman itseoikeutettu keskipiste. Kuva: MTV3.

riä ja tyyliä. Myös lantion keinutus, tanssi ja pyörähtely ovat lisääntyneet. Ensimmäisen syksyn jälkeen Bjurström ryhtyi rohkeammin viljelemään omia näkemyksiään positiivisuudesta ja iloisuudesta yleisölle sekä viljelemään ”naminami”- ja ”pusipusi”-lausahduksia eri yhteyksissä.

BumtsiBum ohjelmalla hyödyntää tähteyttä, kuuluisia laulajia, jotka vierailevat ohjelmassa ja tuovat mukanaan kuhunkin jaksoon uuden intertekstuaalisen tason. Jokainen ohjelma muotoutuu sen mukaan, keitä vieraillemassa sattuu olemaan. Ohjelmassa laulettavat laulut löytyvät usein osallistujien repertuaarista. Näin ohjelma houkuttelee myös sellaisia yleisöjä, jotka tavanomaisesti eivät BumtsiBumin tyypistä viihdeohjelmaa seuraisi. Esimerkiksi keväällä 2002 Salatut elämät -sarjan näyttelijät vierailivat ohjelmassa, minkä seurauksena BumtsiBumia puitiin mm. *Demi*-lehden tv-keskusteluissa näyttelijä Aki Nikkisen fanien keskuudessa. Ohjelmassa on esiintynyt myös oopperalaulajia, näyttelijöitä 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 tunteiden tasolla ja korostaa ohjelman utooppista ulottuvuutta.¹⁰ Perinteisistä musikaaleista ja musiikkiviihteestä poiketen¹¹ BumtsiBum perustuu spontaaniuteen, ei harjoiteltuun esitykseen. Vuosien varrella tiettyä sujuvuutta on kuitenkin 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. Bjurström kehottaa heitä laulamaan mukana, tanssimaan. Vaikka katsojat eivät varsinaisesti voi vaikuttaa ohjelman sisältöön, ohjelmassa luodaan tunne yhteisestä tilasta, jossa voi laulaa mukana.

BumtsiBumia ei markkinoitu erityisen voimakkaasti ohjelman käynnistyessä 1997; tosin Alma Mediaan kuuluva MTV3 pystyi hyödyntämään oman konserninsa lehteä mainostarkoituksiin. *Iltalehti* 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 ollen 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 ”julkisuusrumbaan”. Alusta lähtien huomio keskittyi nimenomaan juontajaan, Bjurströmiin, eikä esimerkiksi pianisteihin, Esa Niemiseen tai Seppo Hoviin.

Fanikirje ja faniuden taakka

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 viittaavatkin enemmän muihin mediateksteihin,

¹⁰ Richard Dyer, *Only Entertainment*. London: Routledge, 1992, 19.

¹¹ Jane Feuer, ”Film Musicals: Mass Art as Folk Art”. Teoksessa Peter Steven (ed.), *Jump cut: Hollywood, Politics and Counter Cinema*. New York: Praeger 1985, 52–63.

¹² Ks. esim. Rosemarie Bodenheimer, *The Real Life of Mary Ann Evans: George Eliot, Her Letters and Fiction*. Ithaca: Cornell University Press 1994; Katariina Haavio ja Satu Koskimies, *50-luvun teinit: päiväkirjat ja kirjeet 1957–60*. Helsinki: Kirjayhtymä 1994; Ursula Luoma, *Tuhannet terveiset, suukat ja kaikki hyvät. Kuulemiin näkemiin! Pauli isi: jatkosodan kirjeitä diskurssianaalyyttisesti tarkasteltuina*. Tampere: Tampereen yliopisto 1995.

¹³ Klaus Mäkelä (toim.), *Tieteen vapaus ja tutkimuksen etiikka*. Helsinki: Tammi 1987. Arkaluontoisen aineiston käsittelystä ks. myös Tuula Juvonen, *Varjoelämää ja julkisia salaisuuksia*. Tampere: Vastapaino 2002, 38–82.

¹⁴ Tero Laukkanen, *Hei, me faniudutaan! Internetin televisiofanit digi-ajan osallistuvan mediakulttuurin tiennäyttäjinä*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen pro gradu -tutkielma 2003, 59–61.

¹⁵ John Fiske, "The Cultural Economy of Fandom". Teoksessa Lewis (ed.), *The Adoring Audience*, 30–49.

lehtijuttuihin ja haastatteluihin, jotka toimivat eräänlaisena faniuden kartastona. Nämä sekundaaritekstit ovat tärkeitä faniuden käytännöissä ja niiden kautta päästään lähemmäksi idolin "siviilielämää", kulussien taakse.

Seuraavaksi tarkastelen fanikirjeiden tuottamaa Bjurström-kuvaa sekä kirjeiden ja mediakirjoittelun vuorovaikutusta. Aineistonani on 623 fanikirjettä tai korttia, joista reilu 102 koskee lähinnä Bumtsibum -ohjelman vieraita tai pistelaskua. Kirjeistä ja korteista 74 on lapsilta, haukkumakirjeitä on 7. Kirjeaineistoja on käytetty tutkimuksissa valottamassa esimerkiksi menneisyyden arkea, historiallisia käännekohtia tai merkittävien taiteilijoiden elämää.¹² Kirjeiden käyttö tutkimuksessa ei ole ongelmattonta, 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.¹³ 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.

Käytännössä kirjoittajien henkilöllisyys ei ilmene läheskään kaikista kirjeistä: valtaosa lähettäjistä käyttää nimimerkkiä tai 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 paljon idolin merkityksestä fanille, mutta samalla ne 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.

Kuten mainittu, aineisto kostuu pääasiassa postitse lähetetyistä kirjeistä ja korteista. Tosin joukossa on kymmenkunta sähköpostiviestiä ja muutama faksi. Aineisto on siis varsin perinteistä fanimateriaalia, vaikka monen fanin käytännöissä on mukana uusi media. Kirjeissä mainitaan usein internet ja BumtsiBumin kotisivut tiedonhankinnan välineenä. Kirjeistä valtaosa on erikäisiltä naispuolisilta ihailijoilta, mutta joukossa on kirjeitä myös miehiltä. Fanikulttuurille tyypillisesti tekstin tuottamisessa on käytetty runsaasti innovatiivisuutta. 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.¹⁴

Faniuden käytäntöihin liittyyvää askartelua, esimerkiksi leikekirjojen tekemistä, nettisivujen luomista tai oman huoneen seinien koristelua julistein, voi John Fiskeä¹⁵ mukaillen nimetä julkilausutuksi (fanipuhe, juoruilu, hiustyyli, vaatetus, rintanapit) ja tekstuaaliseksi (tekstit ja kuvat) tuotannollisuudeksi. Fanikirje on varsin perinteinen, pitkäaikainen faniuden käytäntö. Esimerkiksi Samantha Barbas kertoo yhdysvaltalaisen fanien kirjoittaneen elokuvatähdille ja filmyhtiöille jo vuonna 1908. Fanikirjeen vakiintuneisuutta kuvaa se, että

sadoissa kirjeissä toistuvat samankaltaiset elementit. Ranskalaisen nuorten tv-sarjan fanikirjeitä tutkineen Dominique Pasquierin aineistosta löytyy selkeitä yhteneväisyyksiä Bjurströmin kirjeisiin: useimmissa kirjeissä pyydetään signeerattua valokuvaa, osoitetaan ihailua ja rakkautta piirroksin ja kuvin.¹⁶ 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 pikemminkin katsojaksi. Useissa kirjeissä kuitenkin neuvotellaan faniudesta monin tavoin ja asemoidaan itseä suhteessa muihin faneihin ja idoliin. Oleellista onkin, millaisena fanius näissä kirjeissä näyttäytyy 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.¹⁷

Fani-aseman omaksuminen merkitsee kuitenkin tietyn, Jenkinsin sanoin¹⁸ 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 nouseaan ikään kuin faniuden ulkopuolelle ymmärtämällä Bjurströmiä, joka saattaa rasittaa liiallisten ihailijoiden piirityksestä ja kenties kaipaa omaa rauhaa. Faniina 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. Tähti-fani-asetelmassa fani onkin selvästi suuren massan keskellä, tähti etäällä. Tätä asetelmaa tuotetaan myös lehtijutuissa, joissa kerrotaan Bjurströmin saamasta ihailijapostista.

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 faniina oleminen selkeästi uhkaa.¹⁹ 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. Bjurströmin kirjeet kertovatkin “yksinäisestä” faniudesta. Tätä voisi verrata len Angin tutkimiin Dallas-faneihin, joita esimerkiksi Henry Jenkins pitää faneina vain kapeassa mielessä, juuri siksi että heiltä puuttui faniyhteisö. Jenkins pitää faniyhteisön merkitystä fani-identiteettin ja myös faniaktiiviteettien kannalta keskeisenä.²⁰ Myös Bjurströmin kirjeistä kuuluu faniyhteisön kaipuu. Kirjoittajat kyselevät suoraan, onko Bjurströmillä fan clubia, johon voisi liittyä tai ihmettelevät miksei sellaista ole. 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.

Bjurströmin fanius yhdistyy kirjeissä myös toisen suomalaisjulkiksen, Jari Sillanpään, faniuteen. Bjurström esiintyi Sillanpään fanclubin lehdessä

¹⁶ Dominique Pasquier, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme 1999.

¹⁷ Harrington & Bielby, *Soap Fans*, 12.

¹⁸ Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. London: Routledge 1992, 23.

¹⁹ Kuten aiemmin mainittiin, vastaava ristiriitainen asema on tullut esiin mm. Leonardo di Caprion tyttöfanien kohdalla. Se liittyy myös yleisemmin faniuteen ja populaarikulttuurin yleisöihin (ks. mm. len Ang, *Watching Dallas*. London: Methuen 1985; Jensen, “Fandom as Pathology”).

²⁰ Jenkins, *Textual Poachers*, 22.

²¹ Ks. Kaarina Nikunen, "Ally McBeal -julkisuuden koukussa". *Tiedotustutkimus* Vol. 25 nr. 3, 2002, 50–66.

²² Tätä normittamista on pohtinut myös Leena-Maija Rossi mainoskuvien yhteydessä. Leena-Maija Rossi, *Heterotehdas*. Helsinki: Gaudeamus 2003.

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 sikäläkin, että Sillanpää on ollut mukana *BumtsiBum* -ohjelmassa. Muutamissa kirjeissä tyttöystävyykset ovat jakaneet idolit keskenään: toinen ihailee Sillanpäättä, toinen Bjurströmiä. Bjurström ikään kuin samastetaan Sillanpäähän tai päinvastoin, osin yhteisten projektien kautta, osin varmasti mediakuvastojen kautta. Sillanpään faniasteissa on julkisuudessa korostunut avoimuus ja positiivisuus – samanlaiset elementit, joita Bjurströmiin yhdistetään.

Median rytmissä

Kuuluisuuksien saamaa ihailijapostia kuvataan helposti tasaisena virtana, joka tulvii postiluukusta. Fanikirjeistä on kuitenkin erotettavista tietyt ajat, jolloin tähteä lähestytään herkemmin. Bjurströmiin ja *BumtsiBumi*in 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 käsittelevissä lehtijutuissa kerrotaan paljon yksityiskohtaista tietoa, jota fanit hyödyntävät. Mediajulkisuus on alusta lähtien ollut positiivista ja se on myös asemoinut Bjurströmin positiivisuuden asiantuntijaksi. Esimerkiksi *Iltalehden* viikonvaihdeliitteessä (29.11.1997) kerrotaan Bjurströmin vaiheista konsultiksi, oman yrityksen perustajaksi. Aukeaman jutussa esitellään hänen näkemyksiään sosiaalisista suhteista työelämässä, konflikteista, johtajuudesta ja peloista. Jutun yhteydessä on faktalaatikko, jossa kerrotaan Bjurströmin perhesuhteista, harrastuksista ja saavutuksista työelämässä. Monet kirjeistä ovatkin vastauksia tai vuoropuhelua tämän tyyppisten lehtihaastattelujen kanssa. Kirjeissä kietoutuvat yhteen mediatekstien rakentama kuva Marco Bjurströmistä ja ne elementit, joita fani idoliinsa tuo.

Fanikirjeet myötäilevät mediajulkisuutta, jolla myös on omat sykkinsä. 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 myös keino markkinoida ja herättää mielenkiintoa esimerkiksi saman mediakonsernin tv-ohjelmia kohtaan.²¹ Myös 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 myös yhteyttä tavallisen kansalaisen ja julkkiksen välille. Samalla tuotetaan tietynlaista käsitystä ja normia elämäkulusta ja siitä, mitä hyvään elämään tulisi sisältyä: joulunviettoa, työntekeä, uusi asunto jne.²² Lehdet sisältävät lisäksi trendijuttuja, jotka kertovat uusista ilmiöistä, suosikeista ja puheenaiheista, jolloin nämä jutut toimivat myös suosiota ja puheenaihetta uusintaen.

Mediajulkisuus luo faneille eräänlaisen kartaston, jonka mukaan tähteä, idolia lähestytään. Se antaa ainekset, joista rakentaa idolikuvaa ja toisaalta kimmokkeen toteuttaa faniutta. Kuten *Madonna*-faneja tutkinut Lisa Lewis toteaa, tiedon keruu on keskeinen keino rakentaa fani-identiteettiä, itseluotta-

musta ja tekstuaalista auktoriteettia. Yksityiskohdat tähden yksityisestä ja ammatillisesta elämästä kerätään lehtijutuista, fanilehdistä ja/tai muilta faneilta. Tätä tiedonhankintaa voi tarkastella myös alakulttuurisen pääoman käsitteen kautta, jolloin se toimii erottautumisen keinona ja oman paikan vahvistamisena.²³ Tällä pääomalla onkin merkitystä toisaalta fani-identiteetin vahvistajana, mutta se toimii myös samastumisprosessin aineksena, johon palaan hieman myöhemmin.

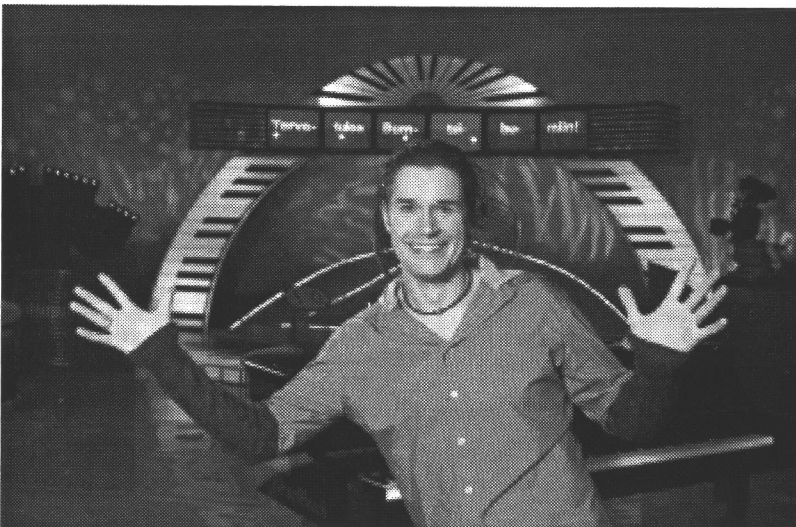
Kirjeissä tätä pääomaa esitellään kertomalla idolista yksityiskohtaisia tietoja. Pääomaa käytetään myös kommentoimalla lehtihaastatteluja ja ikään kuin osallistumalla keskusteluun. Pääomaa pyritään myös keräämään kirjeissä esittämällä monenlaisia kysymyksiä esimerkiksi horoskooppimerkistä, mieluista, toiveista ja unelmista.

Fanit saattavat onnitella Marcoa uudesta asunnosta, josta lukivat *Iltasanomista* (IS 16.4.1998) tai kommentoida hänen esiintymistään Huoneistokeskuksen mainoksessa. Useissa kirjeissä toivotetaan Bjurströmille hyvää Intian matkaa – matka, josta kerrottiin muun muassa *Iltalehdessä* 29.11.1997.

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.

Etäisyys fanin ja tähden välillä kurotaan kiinni tällaisella läheisellä jutustelulla, ja kirjeissä fanit kertovatkin paljon itsestään ja elämästään. Mediajulkisuuden tuottama arjen rytmitys ja tähtien kiinnittäminen elämänsäkuun 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.

²³ Fiske, “The Cultural Economy of Fandom”. Alakulttuurisesta pääomasta tarkemmin Sarah Thornton, *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Hanover & London: Wesleyan University Press 1996.



Marco Bjurström nähdään varsin yksimielisesti iloisena ja positiivisena henkilönä. Kuva: MTV3.

²⁴ Esimerkiksi Tuula Gordonin ja Elina Lahelman tutkimuksessa lukiolaiset määrittelivät suomalaisuuden myönteisesti ja kytkivät Suomen puhtauteen, turvallisuuteen ja kehittyneeseen teknologiaan. Tuula Gordon, "Kansallisuuden sukupolittuneet tilat". Teoksessa Tuula Gordon, Katri Komulainen & Kirsti Lempiäinen (toim.), *Suomineitonen heil! Kansallisuuden sukupuoli*. Tampere: Vastapaino 2002, 37–55. Marja Vehviläisen mukaan tietoyhteiskuntaa ja teknologiaa koskevassa keskustelussa kansallisuus puolestaan kytketty maskuliiniseen sankaruuteen. Marja Vehviläinen, "Teknologinen nationalismi." Teoksessa Gordon, Komulainen & Lempiäinen (toim.), *Suomineitonen heil!*, 211–230.

²⁵ Esimerkiksi Kirsti Lempiäinen on tutkinut kansallisuuden performatiivisuutta sosiologian teksteissä. Kirsti Lempiäinen, "Kansallisuuden tekeminen ja toisto". Teoksessa Gordon, Komulainen & Lempiäinen (toim.), *Suomineitonen heil!*, 19–36.

Maskuliinisuuden ja kansallisuuden murtumia

Tarkastelen seuraavaksi, millaisena Bjurström näyttäytyy fanikirjeissä ja kuinka toisaalta BumtsiBum ja mediajulkisuus tukevat tätä kuvaa ja ovat sitä rakentamassa. Bjurströmiä kuvataan sadoissa fanikirjeissä varsin yksimielisesti iloiseksi ja positiiviseksi henkilöksi. Bjurström on myös "piristävä", "energinen", "eloisa" ja "värikä". 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 jäähmydeksi, kohmettu-neeksi jäykkyydeksi. Kirjeissä kansallisuus määrittyy yhtenäisenä ja staattisena, mutta tällä kertaa kansallisuus ei ole ylpeyttä, sankaruutta tai edistysellisyyttä²⁴, vaan ahdistavaa, juroa, negatiivista ja hiljaista. Kansallisuutta voidaan tarkastella performatiivina²⁵ ja 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 ja luonnollisena.

Bjurström ei kuitenkaan edusta vierasta uhkaa suomalaisuudelle, vaan hänet nähdään auttajana, joka poistaa kaamosmasennuksen. Bjurströmiä kuvataan elämänvalona – hahmona, joka tuo "pohjolaan lämpöä ja aurinkoa". Suomenruotsalainen Bjurström onkin kiinnostavalla tavalla muualta tuleva, mutta silti suomalainen. "Ihanaa että Suomessa on tuollainen ilopilleri", kertoo eräs kirje. Bjurströmin suomenruotsalaisuus ei nouse kuitenkaan iloisuuden tai erilaisuuden selittäjäksi. Itse asiassa hänen taustaansa ei kovin usein kirjeissä edes mainita.

Kirjeissä tehdään jonkin verran vertailua suomalaisen ja ruotsalaisen ohjelmaformaatin välillä. Kirjeissä todetaan usein, että Suomen BumtsiBum on ruotsalaista *Så ska det låta* -ohjelmaa parempi ja tarjoaa mm. "silmän ruokaa". Kenties tietoisuus kansainvälisestä formaatista osaltaan korostaa kansallisuuden merkitystä ja pistää pohtimaan, kuinka ohjelman spontaani ja iloinen luonne toimii suomalaisessa kulttuurissa.

Kuten aiemmin totesin, Bjurström kytketään positiivisuuden diskurssiin myös lehtijutuissa. Esimerkiksi *Ilta-Sanomat* (25.2.1998) uutisoi Bjurströmin konsultoinnista julkaisten kolmen kuvan kehystämän jutun Bjurströmin ja Ritva Enäkosken koulutustilaisuudesta otsikolla "Joustoa polviin, käskää Marco Bjurström". Juttu rakentuu lähes kokonaan Bjurströmin sitaateista: "...ja kädet eteenpäin ja käsien ja lantion yhteisliike eteen ja naminaminami ja pusipusi."

Positiivinen elämänasenne muotoutuukin hallitsevaksi elementiksi Bjurströmin julkisuuskuvassa ja epäilemättä leikkimielinen visailu BumtsiBum vielä vahvistaa tätä. 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 naminami -sanontaa säästeliäästi, mutta vuoden 1998 keväällä jo runsaammin. Positiivisuuden saarnaajan titteli pysyy tiukasti Bjurströmillä, ja vielä syksyllä 1999 *Ilta-Sanomien* liitteessä hän saa kertoa, mistä

naminamissa oikein on kysymys.

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 kerrotaan myös Marcon toiminnasta 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” (*Iltalehti* 29.11.1997). Tietenkin kyse on paitsi iltapäivälehtien, myös itse Bjurströmin tuottamasta puhutavasta. Kansallisuuden kehys nousee esiin myös BumtsiBum-ohjelmassa, jossa Bjurström usein kommentoi tunnelmaa tyyliin ”kyllä suomalaisetkin osaavat”, ”etteikö muka Suomesta löydy hyviä laulajia”.

Kansallisuus liittyy vahvasti maskuliinisuuteen²⁶ 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 ja paikoillaan pysyviä. Heille soveltuu kyllä huumori vitsien kerrontana, mutta ei ilon ilmaiseminen ruumiillisena hyppeilynä ja hymyilynä. Sen sijaan iloisuus ja hymyily asettuvat naispuolisten esiintyjien osaksi aina misseydestä lähtien.²⁷

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.²⁸ Jorma Hännisen mukaan koreilemattomuus on tiettyä maskuliinisuutta määrittävä normi, joka kieltää pukeutumisen, yksilöitymisen, tyylityöstä puhumattakaan.²⁹ Myös Bjurströmin liikehdintä, tanssillisuus ja lantion keinutus on harvinaista miespuoliselle tv-juontajalle. Ne viittaavatkin tanssikkulttuureihin, ei niinkään suomalaisten suosimaan tangoon vaan disko- ja latinokulttuureihin. Ihmissuhdepuheellaan sekä 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 hiustyyliään. Erityisesti hiusten värjäys on tuottanut kommentteja ihailijoilta. Mediajulkisuudessaakin Bjurström asemoidaan alueille, joilla naiset esiintyvät miehiä useammin: muodin, tyylin ja hyvän käytöksen yhteyteen. Jutut käsittelevät miesten pukeutumista (*IS* 14.2.1998), kohteliaisuutta (*IL* 17.2.2001), kotia ja sisustamista (16.4.1998, 3.3.2001), koskettelua (21.3.1998) ja terveitä elämäntapoja (10.3.2001).

On kiinnostavaa, että vaikka Bjurström selkeästi haastaa kansallisuuteen ja maskuliinisuuteen liitettyjä piirteitä, häntä ei ole koettu kovin uhkaavana. Päinvastoin, hänet asemoidaan mediajulkisuudessa asiantuntijaksi ja menestytäjäksi, fanikirjeissä sankariksi ja toisinajattelijaksi. Kirjeissä Bjurströmin edustama iloisuus näyttäytyy lähes toisinajatteluna suomalaisessa kulttuurissa. Kirjoittajat kertovat, kuinka ovat ennen kokeneet olevansa omituisia, kummajaisia – kuin toiselta planeetalta – kunnes Bjurströmin on tullut julkisuuteen ja puhunut avoimesti positiivisuudesta. Erilaisuuden kokemus palautuu myös siihen mikä koetaan suomalaisuudelle ominaiseksi ja sallituksi. Näissä teksteissä on suorastaan utooppinen sävy. Kirjoittajat kaipaavat maailmaa, jossa

²⁶ Kansallisuudesta ja maskuliinisuudesta tarkemmin ks. Arto Jokinen, *Panssaroitu maskuliinisuus. Mies, väkivalta ja kulttuuri*. Tampere: Tampere University Press 2000; Arto Jokinen (toim.), *Yhdestä puusta*. Tampere: Taju 2002; Pirjo Ahokas, Martti Lahti & Jukka Sihvonen (toim.), *Mieheyden tiellä, maskuliinisuus ja kulttuuri*. Jyväskylä: Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 39/1993.

²⁷ Kaarina Nikunen, Iiris Ruoho & Katja Valaskivi (toim.), *Nainen viihteenä, mies viihdyttäjänä – viihtyykö katsoja?* Helsinki: Yleisradion tasa-arvotoimikunnan julkaisuja, sarja A:1/1996, 38–40.

²⁸ Jorma Hänninen, ”Miehiä katsellessa – koreilemattomia kansanmiehiä.” Teoksessa Laiho & Ruoho (toim.) *Naisen naamio, miehen maski*, 81–110.

²⁹ Hännisen pohtima kansanmies muistuttaa Anu Koivusen ja Kimmo Laineen tarkastelemaa suomalaisten elokuvien ”jätkyyttä”, jolle keskeistä on ero herruuteen, hienosteluun ja tyylittelyyn. Anu Koivunen & Kimmo Laine, ”Metsästä pellon kautta kaupunkiin (ja takaisin). – Jätkyys suomalaisessa elokuvassa.” Teoksessa Ahokas, Lahti & Sihvonen (toim.) *Mieheyden tiellä*.

³⁰ Dyer, *Only Entertainment*, 18.

³¹ Richard Dyer, *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. New York: St. Martin's Press 1986, 19.

³² Jackie Stacey, *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. London: Routledge 1994, 29.

³³ *Ibid.*, 128.

³⁴ Jackie Stacey, "Feminine Fascinations: Forms of Identification in Star-Audience Relations." Teoksessa Christine Gledhill (ed.), *Stardom: Industry of Desire*. London: Routledge 1991, 149. Näitä käytäntöjä on tarkasteltu myös faniuteen liittyvänä tuotannollisuutena, ks. Fiske, "The Cultural Economy of Fandom", sekä mukavuustyönä, ks. Erkki Karvonen, "Ajattele positiivisesti – ota Kummeli! Eli kuinka Kummelin kanssa tehtiin mukavuustyötä". *Tiedotustutkimus* Vol 18 Nr. 1, 1995, 4–14.

³⁵ Stacey, "Feminine Fascinations."

³⁶ Matt Hills, *Fan Cultures*. London: Routledge 2002, 158–171.

³⁷ *Ibid.*, 167.

³⁸ Lisa A. Lewis, *Gender Politics and MTV: Voicing the Difference*. Philadelphia: Temple University Press 1990, 168–169.

kaikki voisivat olla vapaasti sitä mitä ovat, jakaa hyvän tahdon ja ilon. Nämä toiveet ilmentävät hyvin viihteen utooppista funktiota³⁰ – tähtenä Bjurström antaa lupauksen jostain paremmasta maailmasta. Dyeria³¹ mukaillen voisi ajatella, että positiivisuuden saarnaajana hän on tavoittanut ilmeisesti jotain ihmisille tärkeää.

Samastumisen monet muodot

Fanien kirjeet kertovat paitsi tähden merkityksestä faneille, myös fanin ja tähden suhteesta sekä siihen liittyvistä samastumiskäytännöistä. Samastumisen ja halun kietoutuminen yhteen fani–tähti-suhteessa on noussut esille myös Jackie Staceyn³² tutkimuksessa 1940- ja 1950-luvun elokuvien naiskatsojien kirjeistä. Stacey korostaa identifikaatioprosessin moninaisuutta ja toteaa, että prosessiin sisältyy neuvottelu itsen ja toisen välillä, mutta myös neuvottelu itsen ja kuvitteellisen itsen välillä. 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.³³ Stacey on erotellut toisistaan identifikaatoriset fantasiat ja käytännöt. Fantasiat liittyvät tähden ja fanin identiteettien väliseen suhteeseen, käytännöt puolestaan niihin muutoksiin – esimerkiksi pukeutumisessa – joita katsojat tekevät idolisuhteen seurauksena.³⁴

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 elämänskatsomukseen. 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 kopiointi³⁵ kuuluvat myös Bjurströmin kirjeistä. Kirjeissä kerrotaan erilaisista asioista, joihin Bjurström on fanejaan inspiroinut – kuten tanssimaan, ostamaan värikkäämpiä vaatteita, venyttelemään ja ajattelemaan elämää positiivisemmin.

Matt Hills on pohtinut faniuteen liittyvää imitointia ja matkimista performatiivisena kuluttamisena.³⁶ 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.³⁷ Kyse on siis alkujaan vaikeasti selitettävissä olevasta innostuksesta, joka tuottaa varsin tietoista identiteettityötä. Tätä identiteettityötä on monin tavoin käsitteellistetty fanitutkimuksessa, esimerkiksi John Fiske on puhunut siitä jo aiemmin mainittuna tuotannollisuutena ja alakulttuurisena pääomana. Oleellista on nähdä tämän tuotannollisuuden yhteys identiteettityöhön, jota faniudessa tehdään myös varsin konkreettisesti omalla ruumiilla.

Lisa A. Lewis³⁸ toteaa musiikkifaniuden yhteydessä, että tyylin imitoiminen on erityisesti tyttöjen ja naisten fanitoimintaa. Se kytkeytyy oleellisesti tyttö-

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 naisukupuoleksi perheissä että opastamalla muodin maailmaan kuluttajuuden kautta. Lewisin mukaan tyylin imitoiminen fanikäytäntönä aktivoi tätä naisista tiedon aluetta, jossa hyödynnetään muotilehtien tekstuaalisia tulkintoja ja opittua ulkonäön rakentamista. 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 niinikään kytkeytyy naisille ominaisiksi miellettyihin ihmissuhdetaitoihin.

Bjurströmin kirjeissä yksi keskeinen samastumiskäytäntö koskee puhe- tapaa, jolloin fanit ovat ottaneet käyttöönsä ja edelleen muokanneet Bjurströmin diskurssia. Fanit vastaavat Bjurströmin diskurssiin tuottamalla itsekin sekä naminami -huudahduksia että positiivisuuspuhetta. He antavat neuvoja kuinka jaksaa eteenpäin, muistuttavat että kannattaa hymyillä ja kirjoittavat runoja. Bjurströmin imitointi ei olekaan ulkoista matkimista vaan tietyn diskurssin omaksumista. Naispuoliset fanit imitoivat ennen kaikkea Bjurströmin puhetta, viljelevät naminami -sanontaa ja omaksuvat laajemmin Bjurströmin elämäntattomuksen, positiivisen asenteen. Toisaalta fani-tähtisuhteessa keskeinen samastuminen, erojen ja samuuskien neuvottelu, tapahtuu monella alueella.

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 kuittamalla asia huumorilla "se oli vitsi" tai perumalla koko rinnastus "ei vaikaan". Tätä erontekoa korostaa myös aiemmin mainittu fani-tähti-asetelman esiintuominen, jolloin fani ikään kuin palauttaa itsensä paikalleen.

Ystävyys ja etäisyys

Naisten ja tyttöjen fanius on stereotyyppisesti yhdistetty romantiikan kai-puuseen, romanssiin ja erotiikkaan.³⁹ Bjurströmin fanikirjeet eivät ole kuitenkaan korostetun eroottisia tai romanttisia, vaikka näitäkin joukosta löytyy. Naispuolisten fanien kirjeissä Bjurström asettuu ennen kaikkea kaveriksi tai parhaaksi ystäväksi. 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 kertonut, kuinka hänen faninsa asemoivat hänet parhaaksi ystäväksi, siskoksi tai kaveriksi, jonka kanssa voi jakaa asioita. Kyse ei siis ollut niinkään roolimalliksi asettautumisesta tai halusta olla Benatar.⁴⁰ Bjurströmille osoitetun ihailijapostin joukossa on useita kirjeitä, joissa häntä pyydetään osallistumaan perhejuhliin tai vierailemaan mökille. Erityisesti nuorten kirjeissä Bjurströmiä kutsutaan syntymäpäiville tai pyydetään kirjeenvaihtokaveriksi. On kiinnostavaa, että vastaavia toiveita esiintyi myös nuorten tyttöjen kirjeissä ranskalaiselle tv-tähdelle Dominique Pasquierin tutkimuksessa.⁴¹

Yhtäältä kirjeiden pyynnöt voi nähdä osana nuorten tapaa rakentaa suhteita.

³⁹ Ibid., 151.

⁴⁰ Ibid., 169.

⁴¹ Dominique Pasquier, *La culture des sentiments*.

⁴² Mediahahmon merkitystä ystävänä on käsitelty jonkin verran parasosiaalisen suhteen käsitteen kautta, lähinnä viestinnän ja sosiaalipsykologian alalla. Parasosiaalinen suhde määrittellään katsojan mediahahmoon luomaksi yksipuoliseksi ja varsin yleiseksi suhteeksi. Parasosiaalinen suhde liitetään nimenomaan positiiviseen kokemukseen, sellaiseen, jossa katsoja kokee mediahahmon myönteisenä ja tutuna, ja joka vähitellen johtaa affektiiviseen sitoutumiseen. Fanit mainitaan jonkinlaisena ääriesimerkkinä parasosiaalisesta suhteesta, mutta parasosiaalisuuden käsitteellä on kuitenkin varsin vähän annettavaa fanitutkimukselle. Parasosiaalisuutta käsittävä tutkimus ei juuri huomioi yleisöjen monimuotoisia käyttö- ja tulkintaprosesseja, vaan pyrkii todentamaan varsin tavanomaisen suhteen olemassaoloa. Parasosiaalisuuden tutkimus ei ole tuonut kovin paljon lisäymmärrystä televisioesitysintyjen ja katsojien suhteesta ehkä juuri käsitteen laajuuden ja tutkimusperinteeseen liittyvän ulkokohtaisen näkökulman vuoksi. Ongelmana on myös psykologiasta ponnistava kysymyksenasettelu, joka asemoi parasosiaalisen suhteen ikään kuin todellisuudelle vastakkaiseksi. Parasosiaalisesta suhteesta tarkemmin ks. Donald Horton & Richard Wohl, "Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy and Distance." Teoksessa Gary Gumbert & Robert Cathcart (eds.), *Intermedia*. New York & Oxford: Oxford University Press 1979, 32–55; John L.

Kirjeissä kerrotaan myös paljon kotioloista, ystävistä, ongelmista koulussa, jolloin kirje näyttyy päiväkirjanomaisena puheena. Mediahahmo on kenties turvallisen etäinen, mutta silti tuttu, jonka kanssa voi varsin huoletta jakaa salaisuuksia.⁴² Bjurströmille lähetetyissä 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".

Oleellista tähti-fani-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.⁴³ Yksi kuvittelun alue liittyy avioliittoon ja kosintaan, joita koskevia kirjeitä Bjurströmin on saanut.⁴⁴ Barbara Ehrenreich, Elizabeth Hess ja Gloria Jacobs määrittävät nämä käytännöt osaksi symbolista romanssia, joka itse asiassa toimii vastakohtana romanttiselle ratkaisulle, avioliitolle.⁴⁵ 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 siinä, ettei tavoitella poikaystäväksi juuri Bjurströmiä, vaan hänen kaltaistaan miestä. Ehrenreich, Hess ja Jacobs ovatkin kyseenalaistaneet oletusta tyttöfaniudesta heteroseksuaalisen romanssin harjoitteluna ja todenneet, että samalla kun miesidolit toimivat halun kohteina, heihin myös samastuttiin.⁴⁶

Aitous ja epäily

Varhaista elokuvafaniutta tutkinut Samantha Barbas⁴⁷ toteaa, että toden tuntu ja uskottavuus ovat olleet tärkeitä elementtejä elokuvatähden suosion rakentumisessa. Näyttelijän rooli ja henkilökohtainen elämä on yhdistetty helposti toisiinsa. Richard Dyerin mukaan tietynlainen aitouden vaatimus ilmenee siten, että tähden on kyettävä olemaan sellainen kuin hän näyttää olevan. Edelleen aitous liittyy siihen, että vaikka 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.⁴⁸ Aitouden etsintä ja todentaminen näkyvät fanikulttuureissa pyrkimyksenä hankkia mahdollisimman paljon tietoa ihailun kohteesta ja myös lukea julkisuuskuvaa näiden yksityiselämästä saatujen tietojen kautta. Aitous voi rakentua siitä, että yksityiselämän ja julkisuuskuvan elementit ovat sopusoinnussa ja jollain tavalla yhteneväisiä.⁴⁹

Näin ollen Bjurströmin odotetaan olevan hymyilevä ja positiivinen myös televisioruudun ulkopuolella. Bjurströmin uskottavuus onkin varsin haavoittuvaa, jos sitä kannattelee iloisuus ja ystävällisyys. Eräs fani kuvaa kirjeessään suurta pettymystään, kun tapasi nimikirjoituksen haussa kiireisen ja tyylyhkö Bjurströmin. Bjurströmin kohdalla yksi tärkeä aitouden tae on hänen toimintansa positiivisuuskonsulttina. Uskottavuutta lisää se, että hän on aloittanut työn kuusi vuotta ennen BumtsiBumia – ei suinkaan suosionsa siivittämänä. Bjurström näyttää siis elävän sanomaansa. Fanit näyttävätkin olevan hyvin perillä Bjurströmin konsulttitoiminnasta ja kirjeissä he kertovat osallistuneensa näihin tilaisuuksiin ja toistavat myös niissä kuulemiaan neuvoja ja iskulauseita.

Bjurströmiä koskeva kirjoittelu on ollut varsin positiivista. Hän on esiintynyt lehdissä “huippuosittuna” ja “kansansuosikkina”, mutta viimeistään vuoden 1999 aikana iltapäivälehtien kirjoitteluun on tullut myös negatiivisia sävyjä. Lehdissä on saatettu vitsailla naminami -sanonnasta (3.2.1999), kuvailtu Bjurströmiä epämielenkiintoisena (4.9.1999) sekä kerrottu näyttävästi Bjurströmin ja Kajaanin paikallisradio Kajanuksen riidasta. 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. Radion päätoimittaja toi jutun valtakunnalliseen julkisuuteen kirjoittamalla siitä *Ilta-Sanomien* yleisönosastoon. *Ilta-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.⁵⁰ Tietty tapahtuma voi vaikuttaa julkisuuskuvaan, mutta myös journalismille ominainen pyrkimys etsiä uusia, yllättäviä näkökulmia vaikuttaa julkisuuskuvan kehittymiseen: henkilöistä pyritään löytämään jotain uutta ja henkilön julkisuuskuvalle epätodennäköistä – kuten negatiivisuutta positiivisesta Bjurströmistä.

Toisaalta aitous liittyy myös johonkin vaikeammin määriteltävään elementtiin Bjurströmin olemuksessa. Kirjeissä luonnehditaan Bjurströmiä “aidoksi”, ”rehelliseksi” ja ”välittömäksi”. Tämänkin takeena näyttää olevan iloisuus ja tietty mutkattomuus. Aitous näyttääkin kytkeytyvän miellyttävään olemukseen. Amerikkalaista elokuvätähteyttä tutkinut Barbas kuvaa persoonallisuuden nousua elokuvätähteydessä: huomiota kiinnitettiin entistä enemmän vaikutelmaan ja ulkoiseen olemukseen. Keskeistä persoonallisuuden saavuttamisessa oli muiden miellyttäminen, hurmaaminen ja hyvä ulkonäkö. Jo varhaisessa elokuvabisneksessä persoonallisuus, ”se jonkin”, yhdistyi seksuaaliseen vetovoimaan. Seksuaalisuuden on katsottukin olevan identiteetin ydin – jotain, joka kertoo totuuden.⁵¹

Bjurströmin fanikirjeissä kysytään toistuvasti Bjurströmin naisusuhteista – 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. *Ilta-Sanomien* viikkoliitteen haastattelussa 4.9.1999 Bjurströmiltä kysytään “eikö se vapauttaisi suomalaismiehiä, jos sä tulisit heterona ulos kaapista? Sehän saattaisi tuulettaa metsäkansan luutuneita ennakkoluuloja”. Bjurströmin julkisuuskuvassa kysymys seksuaalisuudesta nousi myös otsikoihin keväällä 2001, kun *7 päivää* -lehti julkaisi jutun Sillanpään ja Bjurströmin yhteisestä lomasta New Yorkissa vihjaten, että miesten välinen suhde olisi enemmän kuin ystävyyttä. *Ilta-lehti* (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, rajamatonta seksuaalisuutta. Se kertoo myös siitä, ettei julkiksen seksuaalisuus ole suinkaan yhdentekevä mediajulkisuudelle, eikä julkiksilla ole välttämättä

Caughey, “Artificial Social Relation in Modern America”. *American Quarterly* Vol 30. Nr. 1 1979, 70–89; Pekka Isotalus & Maarit Valo, “Televiisioystävyyttä ja radio-rakkautta”. *Tiedotus-tutkimus* Vol. 18 Nr. 3 1995, 64–74; Katri Lietsala, *Tapaus Diana: yleisön parasosiaalinen suhde julkimoihin*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen pro gradu -tutkielma 1998.

⁴³ Stephen Hinerman, “I’ll Be Here With You. Fans, Fantasy and the Figure of Elvis”. Teoksessa Lewis (ed.), *The Adoring Audience*, 107–133.

⁴⁴ Ks. Barbara Ehrenreich, Elizabeth Hess & Gloria Jacobs, “Beatlemania: Girls Just Wanna Have Fun.” Teoksessa Lewis (ed.), *The Adoring Audience*, 84–106.

⁴⁵ Ehrenreich et al. Lewisin mukaan. Lewis, *Gender Politics and MTV*, 152.

⁴⁶ Ibid. Ks. myös Mari Pajala, ”Terveisiä Maustemaailmasta! Spice Girls -fanit tuottajina ja kuluttajina.” *Lähikuva* 1/1999, 27–42.

⁴⁷ Barbas, *Movie Crazy*, 40–41.

⁴⁸ Richard Dyer, “A Star is Born and the Construction of Authenticity”. Teoksessa Gledhill (ed.), *Stardom*, 136–137.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid., 252.

⁵¹ Michel Foucault, “An Introduction”. *History of Sexuality, Volume 1*. (Trans. Robert Hurley.) New York: Random House 1978.

mahdollisuutta hallita julkisuuskuvansa tässä suhteessa. Juoruja ja huhuja kierrättävät lehdet voivat luoda käsityksiä seksuaalisuudesta vastoin julkkisten toiveita tai juorujen todenperäisyyttä. Fanikirjeiden joukosta löytyy joitakin viittauksia huhuihin, mutta koska aineisto on ajalta ennen aiheen saamaa laajempaa mediajulkisuutta, ei fanien reaktiosta aiheeseen ole mahdollista muodostaa täsmällistä kuvaa.

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 myös lähteenä gay-tulkinnoille, joita myös kirjeiden joukosta löytyy muutama. Näitä tulkintoja on kuitenkin varsin vähän, kun otetaan huomioon se, miten Bjurströmin julkisuuskuva haastaa perinteistä maskuliinisuutta. Olenkin taipuvainen tulkitsemaan, että kulttuurissa vallitseva heteromatriisi on kehystänyt Bjurströmin julkisuuskuvaa voimakkaasti, tosin edellä mainitun kohun jälkeen toisenlaiset tulkinnat ovat todennäköisesti lisääntyneet.

Utopia ilosta

Marco Bjurströmin fanikirjeet kertovat monta tarinaa. Ne ovat vuoropuhelua media-Bjurströmin 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.

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 aineksina samastumisprosessille. Bjurströmin fanit näyttävät samastuvan ennen kaikkea idolinsa puhetapaan ja elämäntapomukseen. Fanikirjeissä tätä diskurssia tuotetaan uudestaan naminami -huudahduksin, aforismein ja elämäntapomuksin. Bjurströmin tapauksessa tekstit, mediajulkisuus, julkiset esiintymiset ja BumtsiBum toimivat yhteen niin, että esiin piirtyy positiivisuuden sanansaattaja, joka tarjoaa utopian paremmasta, iloisemmasta Suomesta.