

Perheenjäsenten yhteinen fanius

Annina Räisänen & Riku Tuovinen

Varhaiskasvatustieteen pro gradu -tutkielma

Kevätlukukausi 2018

Kasvatustieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

TIIVISTELMÄ

Räisänen, Anniina & Tuovinen, Riku. 2018. Perheenjäsenten yhteinen fanius. Varhaiskasvatustieteen pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Kasvatustieteiden laitos. 72 sivua.

Tutkielmassa tarkastellaan perheenjäsenten käsityksiä heidän yhteisestä faniudesta ja se sijoittuu sekä fani- että perhetutkimuksen alueille. Fanitutkimus on tähän asti vahvasti painottunut aikuisten faniuteen, ja tutkimustietoa lasten faniudesta on toistaiseksi vähän. Myös faniuden merkitys perheen kontekstissa on vielä harvinainen tutkimuskohde. Lasten ja aikuisten kulttuurien erkaantumisessa yhä enemmän toisistaan on kuitenkin mielenkiintoista tutkia ilmiötä, joka yhdistää sukupolvia.

Käsityksiä selvitettiin ryhmässä ja yksilöllisesti toteutettuina puolistrukturoituina teemahaastatteluina. Tutkimukseen osallistui lapsia ja aikuisia viidestä perheestä. Saatu aineisto analysoitiin aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä.

Keskeisinä tuloksina saatiin selville aikuisten ja lasten faniuksien erityispiirteitä. Aikuisten faniuden erityispiirteiksi nostettiin intensiivisyys, keräily ja yhteisöllisyys. Lasten faniudessa ilmeni samoja piirteitä vähemmän voimakkaana ja siinä korostui omana erityispiirteenään leikki. Perheenjäsenten yhteinen fanius oli lähtöisin vanhemmalta ja se koettiin sukupolvia yhdistävänä tekijänä, joka lisäsi perheen yhteistä aikaa.

Tutkielman tulokset ovat linjassa aiemman fanitutkimuksen kanssa etenkin faniuden piirteiden osalta. Lisäksi tutkielma on tuottanut uutta tietoa faniuden merkityksestä sukupolvia yhdistävänä tekijänä perheen sisällä. Tästä syystä tutkielman tekijät toivovat samaa aihetta koskevan tutkimuksen toteuttamista myös laajemmin.

Asiasanat: fanius, populaarikulttuuri, perhe, sukupolvi, lapset

SISÄLTÖ

TIIVISTELMÄ

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
2	FANIUS	6
	2.1 Mitä fanius on?.....	6
	2.2 Fanitutkimus	8
	2.3 Faniuden ilmentämisen tapoja.....	9
	2.4 Kuluttaminen	10
	2.5 Lasten fanius.....	12
	2.6 Populaarikulttuurifanius.....	14
3	PERHE JA SUKUPOLVI	16
	3.1 Muuttuva perhekäsitys	16
	3.2 Sukupolvi ja perhesukupolvi.....	18
	3.3 Sukupolvijärjestys.....	19
	3.4 Sukupolvisuhteet	20
4	TUTKIMUSKYSYMYKSET	23
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	24
	5.1 Tutkielman metodologiset lähtökohdat.....	24
	5.2 Tutkimukseen osallistujat	26
	5.3 Aineiston keruu.....	27
	5.4 Aineiston analyysi.....	29
	5.5 Eettiset ratkaisut.....	31
6	PERHEENJÄSENTEN KÄSITYKSIÄ FANIUDESTA	34
	6.1 Lasten ja aikuisten faniuden piirteet	34

6.1.1	Aikuisten fanius.....	35
6.1.2	Lasten fanius	41
6.1.3	Yhteenveto.....	45
6.2	Fanius ja perhesuhteet	46
6.2.1	Faniuden alkuperä.....	46
6.2.2	Sukupolvia yhdistävä tekijä.....	47
6.2.3	Perheen yhteinen aika ja fanius	50
7	POHDINTA.....	53
	LÄHTEET.....	62
	LIITTEET.....	69

1 JOHDANTO

Fanit ovat olleet mukana muokkaamassa ja uudelleen luomassa populaarikulttuuria sen syntymästä saakka. Aiemmin fanit nähtiin eräänlaisina kummajaisina ja fanitutkimuskin lähestyi faniutta lähes sairaalloisena ilmiönä (Hirsjärvi & Kovala 2007, 246). Samalla, kun faniudesta on viime vuosikymmeninä tullut yleisesti hyväksyttyä, on siitä tullut myös suosittu tutkimuskohde. Kuitenkin tutkimus näyttää tähän asti keskittyneen pitkälti intohimoisiin ja omistautuneisiin aikuisiin faneihin lasten jäädessä lähes kokonaan tutkimuksen ulkopuolelle (ks. esim. Saarikoski 2008, 75). Tähän lienee syynä kulloinkin vallinnut käsitys faniudesta, eli miten fanius on määritelty. Tämän tutkielman lähtökohtana on, että myös lapsi voi olla fani, ja että fanius on yksilön itsensä määrittelemä ominaisuus.

Siinä missä lasten fanius on jäänyt aikuisten faniuden varjoon, on myös perheen yhteistä faniutta tutkittu varsin vähän. Toisaalta perheen yhteinen fanius ei välttämättä ole kovin yleistä, sillä aikuisten ja lasten kulttuurit erkanevat yhä enemmän toisistaan. Tässä tutkielmassa yhdistellään fanitutkimuksen ja perhetutkimuksen elementtejä: Tutkimuskohteena ovat aikuisten ja lasten faniudet sekä niiden kohtaaminen perheen kontekstissa.

Tutkimusaiheen valintaan on merkittävästi vaikuttanut tekijöiden henkilökohtainen kiinnostus faniutta kohtaan ja he tunnustautuvat itsekin faneiksi. Jo tekijöiden kandidaatintutkielma ”‘Melkein aitoa Star Warsia’ – lasten käsityksiä Star Wars -ilmiöstä” (Räisänen & Tuovinen 2016) sivusi fanitutkimusta ja sen tulokset kannustivat tutustumaan aiheeseen syvemmin.

Aluksi tutkielmassa tutustutaan faniuden ja fanitutkimuksen piirteisiin ja näiden populaarikulttuurikytköksiin, minkä jälkeen tarkastellaan perheen ja sukupolven käsitteitä. Seuraavaksi esitellään tutkimuskysymykset sekä kuvataan tutkimuksen etenemistä ja eettisiä näkökulmia. Tämän jälkeen esitellään tutkimuksen tulokset ja lopuksi tuloksia tarkastellaan suhteessa muihin tutkimustuloksiin ja teoriakirjallisuuteen.

2 FANIUS

Tässä luvussa tarkastellaan faniuden käsitettä. Ensimmäiseksi esitellään faniuden määritelmään ja ilmenemiseen liittyvää tutkimusta, minkä jälkeen käsitellään faniuden suhdetta kuluttamiseen sekä lasten faniutta.

2.1 Mitä fanius on?

Fani-sanan alkuperäiset juuret ovat latinan kielen temppelipalvelijaa tai omistautunutta tarkoittavassa *fanaticus*-sanassa. Nykyään sananmukainen merkitys on hyvin samanlainen, sillä fanista puhutaan usein johonkin populaarikulttuurin ja median tuotteeseen voimakkaasti omistautuneena henkilönä. Fanius on ilmaisu tälle intensiivisen omistautumisen ilmiölle. (Hirsjärvi & Kovala 2007, 246–247.) Omistautumisen kohteeseen liittyviin arvoihin kiinnitytään ja niitä arvioidaan yhä uudelleen (Hynynen 2008, 105).

Faneilla on affektiivinen suhde kohteeseen. Affektiivisuudella tarkoitetaan tässä halujen ja tunteiden alueella liikkumista ja se liittyy näin vahvasti elämän tunneulottuvuuteen. (Hynynen 2008, 105.) Affekti muokkaa kokemusta ja näin faniuden kohde määrittää fanin toiminnan muotoja, määrää ja kohteita (Grossberg 1995, 45.). Käytännössä tämä näyttäytyy emotionaalisena, älyllisenä ja materiaalisena panostuksena (Hirsjärvi 2009, 19). Fanille ja faniudelle ei kuitenkaan ole yksiselitteistä määritelmää, vaan pikemminkin yksittäisiä kriteereitä, jotka yhdistyessään luovat faniutta. Näitä ovat esimerkiksi voimakas ihailu, intensiivisyys, uskollisuus, aktiivisuus sekä useat faniuden harjoittamiseen liittyvät käytännöt, kuten keräily ja yhteisöllisyys. (Hirsjärvi & Kovala 2007, 248.) Tällainen toiminta järjestää elämänkokemuksia, tuottaa iloa ja nautintoa sekä tukee identiteettityötä (Hirsjärvi 2009, 19). Faniyhteisöön saatetaan identifioitua riippumatta

siitä, ollaanko muiden fanien kanssa oikeasti tekemisissä vai ei. Pelkkä ajatus yhteisöön kuulumisesta tuottaa faneille mielihyvää ja tästä on käytetty termiä kollektiivinen onnellisuus. (Reysen & Branscombe 2010, 188.)

Faniuden yhteisöllisyydestä puhuttaessa käytetään usein termiä fandom eli fanikunta, joka tarkoittaa fanien yhteisöä. (Hirsjärvi & Kovala 2007, 247.) Fandomien sisällä jaetaan kokemuksia, tietoa ja usein myös tekstejä ja taidetta kohteeseen liittyen, nykyään useimmiten internetissä. (Groene & Hettinger 2015, 2.) Reysen ja Branscombe (2010) käyttävät fandomin lisäksi termiä fanship. Fanshipilla tarkoitetaan fanien kokemaa kuuluvuuden tai yhteisyyden tunnetta esimerkiksi fanitettavaan urheilujoukkueeseen, kun taas fandom viittaa enemmän kuuluvuuden tunteeseen muiden fanien kanssa. Fanien käyttäytymisessä ilmenee eroja sen mukaan kumpaa faniuden muotoa he edustavat. Fanship ja fandom -ominaisuuksia löytyy kaikista faniuksista ja olennainen ero on siinä, identifioituaanko faniuden kohteeseen vai faniryhmään. (Reysen & Branscombe 2010, 177, 189–190).

Reysen ja Branscombe (2010) ovat tutkineet, mitä eroa urheilufaniudella on muuhun faniuteen verrattuna. Samaa urheilujoukkuetta fanittavilla korostui ryhmäidentiteetin tärkeys. Tutkimuksessa, joka mittasi identifioitumista ja toiminnallista sitoutumista kohteeseen olivat urheilufanit muita faneja sitoutuneempia sekä fanitoimintaan että -yhteisöön. Syyksi tähän arveltiin faniuden pitkäkestoisuutta ja sitä, että faniyhteisön kanssa oltiin konkreettisemmin tekemisissä. Urheilulaji on saattanut olla fanin elämässä lapsesta saakka ja toisaalta urheilufanikulttuuriin kuuluu olennaisesti se, että pelejä kokoonnutaan katsomaan yhdessä muiden fanien kanssa. (Reysen & Branscombe 2010, 177, 181).

Fani-määritelmän uskonnolliset juuret voivat näkyä jossain määrin fanien käyttämässä sanastossa. Voimakasta tunnekokemusta faniuden kohdetta kohtaan saatetaan kuvailla palvontana, sille omistettua paikkaa alttarina ja mikäli kohteena on henkilö, hänestä voidaan puhua idolina. (Hirsjärvi 2008, 151.) Uskonnollissävyytteisten termien lisäksi suhteen voimakkuuden kuvailuun käytetään usein myös hulluuden, hurautamisen ja addiktion kaltaista sanastoa (Niku-

nen 2005, 127). Edellä mainittuja kuvauksia ei kuitenkaan käytetä sanojen konkreettisuudessa merkityksessä, vaan kyse on pikemminkin ironiasta ja sitä voidaankin pitää yhtenä faniuden piirteinä (Hirsjärvi 2008, 152; Rohas 2016, 209). Esimerkiksi hulluuteen liittyvä sanasto on ollut alun perin faneille osoitettua pilkkaa, jonka fanit ovat itseironisesti omaksuneet. Tällaista sanastoa käytetään mielellään oman faniuden tai faniyhteisöjen kuvailussa ja se voi toimia myös omistautuneisuuden ja perehtyneisyyden mittarina. (Nikunen 2005, 127–128).

2.2 Fanitutkimus

Varhainen fanitutkimus on lähestynyt faniutta jopa psyykkisenä häiriönä ja se on tehnyt selvää eroa fanien ja ”tavallisten ihmisten” välille (Hirsjärvi & Kovala 2007, 246). Faniuden stereotyyppiin liittyykin käsitys, jonka mukaan fanit passiivisesti ja kritiikittä omaksuvat kaiken faniuden kohteeseen liittyvän mediakuuiston huolimatta sen mahdollisista alistavista ideologioista tai vääristyneistä malleista; erityisesti naisiin ja lapsiin kohdistetaan tällaisia mielikuvia. (Jenkins 1992, 10.) Aiemmin tutkittiin enemmän faniuden kohteena olevia ilmiöitä, eikä faniuden kokemista (Hirsjärvi 2009, 55). Nykyinen fanitutkimus sen sijaan pyrkii kuvailemaan faniuden ilmiötä ja sen merkityksiä stigmatisointia välttämällä (Hirsjärvi & Kovala 2007, 246). Tänä päivänä fanius näyttää tutkimuksen valossa hyväksyttävänä ja faneja pidetään osana kuluttajien valtavirtaa (ks. esim. Baym 2007). Toisaalta osa tutkimuksista kertoo fanien kokevan yhä stigmatisointia, ja että vanhat negatiiviset asenteet faniutta kohtaan vaikuttavat pitkäaikaisten fanien itsetuntoon edelleen (Stanfill 2013, 130). Lisäksi mediakulttuuriin kohdistuva fanius nähdään helposti yhä ongelmallisena, sillä media koetaan sosiaalisuutta hajottavana ja yhteisöllisyyttä vähentävänä asiana. Varsinkin lasten ja nuorten kohdalla median käyttöä halutaan valvoa ja rajoittaa, sillä media koetaan tarjoavan erilaisia käytösmalleja kuin kotona ja muissa kasvatusyhteisöissä (Nikunen 2009, 75).

Kuten tämänkin tutkielman kirjallisuuslähteistä voidaan päätellä, faniutta ja siihen liittyviä ilmiöitä on tutkittu runsaasti ja erityisesti aikuisten fanien näkökulmasta. Sen sijaan lasten ja perheen näkökulmia faniuteen on tutkittu huomattavasti vähemmän. Etenkin perheenjäsenten ja eri sukupolvien yhteistä faniutta käsittelevä tutkimus vaikuttaa olevan harvinaista. Harrington ja Bielby (2010a) ovat sivunneet perheteemaa tutkiessaan faniuden pitkäkestoisuutta. Tulosten mukaan saippuaopperoita fanittaneet vanhemmat vaikuttivat heidän lastensa faniutumiseen ja tämä eri sukupolvien yhteinen kiinnostus paransi vanhemman ja lapsen suhdetta esimerkiksi vaikeimmassa teini-iässä (Harrington & Bielby 2010a). Tätä tutkielmaa tehdessä löydettiin vain yksi pelkästään perheen ja faniuden suhteeseen keskittyvä tutkimus ja tämä oli tasoltaan pro gradu -tutkielma. Leponiemen (2011) tutkielmassa tarkasteltiin Hevisaurus-faniutta perheen yhteisöllisyyden rakentajana. Pro gradu -statuksesta huolimatta Leponiemen tutkielman tuloksiin palataan myöhemmissä kappaleissa, johtuen sen yhtäläisyyksistä tämän tutkielman kanssa.

2.3 Faniuden ilmentämisen tapoja

Faniuden ikärakenne on laajentunut huomattavasti viime vuosikymmeninä, eikä siitä enää voida puhua pelkästään nuorille tyypillisenä ilmiönä. Nykyään ilmiötä esiintyy niin vanhoilla kuin hyvin nuorillakin. (Poikolainen 2015, 73.) Faniuden ilmentämisen tavoissa voi olla yhteisiä piirteitä kohteista riippumatta, mutta vaihtelua löytyy eri ikäryhmiin kuuluvien kesken, ja esimerkiksi lasten faniuteen kuuluvat omat erityispiirteensä. Lapsen fanius näkyy etenkin mielikuvitusleikkien sisällöissä. (Saarikoski 2009, 32.)

Faniuden kohteen on huomattu jossain määrin vaikuttavan faniuden kokemisen luonteeseen. Omaa faniutta saatetaan esimerkiksi määrittää joko oman kiinnostuksen tai faniyhteisön eli fandomin kautta ja urheilufaniudessa on huomattu olevan enemmän yhteisöllisiä piirteitä, kun taas mediafanius koetaan

enemmän henkilökohtaisella tasolla. Kaikissa muodoissa on kuitenkin yhteistä voimakas identifioituminen kohteeseen ja yhteisyyden tunne muiden fanien kanssa. (Groene & Hettinger 2015, 2; Reysen & Branscombe 2010, 188–190.) Tiettyyn fandomiin kuulumiseen liittyy usein myös itseilmaisuuksien käyttäytymisen ja ulkonäön muokkaamisen kautta faniuden kohteen mukaisesti (Groene & Hettinger 2015, 3).

Faniudelle omistautumisen muodot vaihtelevat kohteeseen liittyvän asiantuntijuuden, intensiteetin tai kulutuksen mukaan. Abercrombie ja Longhurst (1998) ovat eriasteisia faniuksia tutkiessaan tehneet jaon kuluttajiin, faneihin, kultistisiin, entusiasteihin ja pientuottajiin. Kuluttaja on kohteeseen yleisellä tasolla kiinnittynyt henkilö, fani on kohteeseen emotionaalisesti sitoutunut massamedioiden suurkuluttaja, kultistilla on aiheesta syvempää tietoa ja entusiastisesti on ottanut faniuden osaksi jokapäiväistä elämäänsä. Pientuottaja hyödyntää harrastuksen lisäksi alan markkinoita esimerkiksi tuottamalla ja myymällä fanitavaraa. Rainer Winter (1995) jakaa fanit muukalaisiin, noviiseihin, turisteihin, entusiasteihin ja friikkeihin. Tulloch ja Jenkinsin (1995) jako taas on kaksijakoinen ja käsitteissään joustavampi: fanit ja seuraajat. Näiden käsitteiden vahvuutena on tilan antaminen fanille määrittää faniutensa itse, eikä tämä näin ole yhtä leimaava kuin muut jaottelut. (Hirsjärvi 2009, 44–46.) Fanitutkimuksessa fanius näyttäytyy usein todella intensiivisenä elämäntapafaniutena, ja sitä määrittää fanin ”innostuneisuus, kiihkeys ja lojaalius” kohdetta kohtaan (Reysen & Branscombe 2010, 190). Tässä tutkielmassa ei kuitenkaan edellytetä tutkittavilta näin kokonaisvaltaista omistautumista, vaan tutkittavat saavat itse määrittellä faniutensa kyselylomakkeessa, jolla tutkittavia etsitään.

2.4 Kuluttaminen

Fanit toimivat yhtenä tärkeimpinä genren määrittelijöinä valikoivan kuluttamisen sekä faniuden ylläpitämisen kautta (Baym 2007). Kulutusvalinnoilla fanit

määrittelevät sitä, mitkä ovat faniuden ilmentämiseen sopivia muotoja. Esimerkiksi todellinen Star Wars -fani ei todennäköisesti ostaisi aiheeseen liittyvien fanituotteiden piraattikopioita, vaan suosisi autenttisia ja lisensoituja tuotteita. Fanius kohdentuu yleisimmin paikallisiin ja yhteisöllisiin traditioihin sekä media-
tuotteisiin ja toisinaan se ylittää lineaarisen aikalinjan, kuten retrofanius. Maailmankuvan ja arvomaailman muokkaajana fanius voi toimia jo lapsuudessa, ja lapsilla tämä näyttäytyykin esimerkiksi kiinnostusten kohteiden sukupuolittuneisuudessa. (Hirsjärvi 2009, 17–18.) Kaupalliset yritykset hyödyntävät tätä sukupuolittuneisuutta markkinoimalla tytöille ja pojille täysin erilaisia tuotteita ja omalta osaltaan vahvistavat vastakkainasettelua sukupuolten välillä (Ruckenstein 2013, 67). Tämän tutkielman kirjoittajien kandidaatintutkielmassa sukupuolittuneisuus näkyi selvästi lasten Star Wars -faniudessa: Star Wars -ilmiö kiinnosti ainoastaan tutkittavan ryhmän poikia ja tytöillä oli omat mielenkiinnon kohteensa, kuten Disney-prinsessat (ks. Räisänen & Tuovinen 2016).

Fanius on sitoutunutta kuluttamista. Itseä miellyttävät asiat, kuten tässä tapauksessa faniuden kohde, halutaan tuoda osaksi omaa identiteettiä ja elämää (Kelly 2004, 8–9) ja tämä tapahtuu nimenomaan kuluttamisen kautta (Stevens 2010, 209). Fanius on toisaalta myös kulutusstrategia. Informaation paljous ja erilaisten markkinoilla olevien tuotteiden määrä aiheuttaa kuluttajissa tyytymättömyyttä, epävarmuutta ja hämmennystä (Lee & Lee 2004, 177). Yhdestä näkökulmasta faniuden voidaan siis katsoa olevan vastaus ylitarjonnan aiheuttamaan hämmennykseen, sillä fanit kaventavat omaa kulutustaan koskemaan vain valitsemiaan tiettyjä tuotteita (Stevens 2010, 210). Kellyn (2004, 7) mukaan faniuden erottaa "tavallisesta" kuluttamisesta myös se, että pelkän vastaanottamisen sijaan fanit myös tuottavat uutta. Tällä Kelly oletettavasti tarkoittaa faniudelle tyyppisiä piirteitä, kuten voimakasta, yhtenäistä kulttuuria. Yhtenäinen kulttuuri voi pitää sisällään esimerkiksi erilaisia vuosittaisia kokouksia tai internetin keskustelufoorumeja, joissa faniuden kohteesta keskustellaan sekä tuotetaan fanifiktioita. Kellyn määritelmään nojautuen esimerkiksi keräily itsessään ei ole vielä faniutta, sillä siitä puuttuu uuden luomisen elementti. Toisaalta keräilyjen fani-

tuotteiden avulla voi tuottaa uutta: Esimerkiksi tietyillä keräilyfiguureilla voidaan leikkiä. Lapset usein harrastavat keräilyä (ks. esim. Ruckenstein 2013, 104–107) ja keräily voi kuulua osaksi lasten faniutta, jota avataan enemmän seuraavassa luvussa.

2.5 Lasten fanius

Erilaiset keräilyharrastukset ja vaihtokaupan tekeminen ovat jo pitkään olleet suosittuja lasten keskuudessa, ja usein keräilyä motivoikin juuri mahdollisuus yhteisölliseen vaihtotalouteen muiden lasten kanssa. Keräilyyn voi kuitenkin liittyä kokonaisvaltaisempi kiinnostus keräilyn kohteeseen ja kerätyllä tavaralla saatetaan leikkiä yhdessä muiden lasten kanssa. (Ruckenstein 2013, 104–107). Esimerkiksi Pokémon-ilmiössä yhdistyvät peli, animaationsarja ja keräily, mikä tekee siitä lapsiin vetoavan faniuden kohteen.

Leikkiä ei faniuden muotona ole juurikaan tutkittu, vaikka ilmiö, jossa lapset leikkivät populaarifiktiosta tuttuja hahmoja onkin tunnettu (Saarikoski 2008, 74; Karimäki 2003, 352). Tällaisen leikin voidaan katsoa sisältyvän medialeikkien kategoriaan. Medialeikeillä on monia muotoja, mutta yhteistä niille on inspiraation ja elementtien lainaaminen leikkiin median hahmoista ja tapahtumista (Penanen 2009, 187). Medialeikki on rinnastettavissa faniuden muotoihin (Saarikoski 2008, 74) ja siitä voidaan erottaa faniutta ilmentävä leikki omana ilmiönään. Tässä tutkielmassa ilmiöstä käytetään nimitystä fanileikki. Fanileikissä faniuden kohteesta poimitaan toivotut ainesosat ja niitä yhdistellään luovasti tilannekohtaisten tarpeiden mukaan. Alkuperäinen ilmiö tarjoaa siis elementtejä, joilla leikin maailmaa rakennetaan, ja fanileikki voi muokkautua niinkin pitkälle, että leikissä esiintyvät faniuden kohteesta vain etäisesti muistuttavat henkilöhahmot. Fanileikissä luodaan lastenkulttuuria ja tulkintaa sekä omasta itsestä että ympäröivästä yhteisöstä. (Saarikoski 2008; 80–81, 88.)

Lasten fanius ja fanileikki on usein lähtöisin mediassa olevista ilmiöistä ja aikuiset saattavat suhtautua siihen varauksella tai jopa halveksuen. Margareta Rönberg kritisoi voimakkaasti vuonna 1990 julkaistussa *Siistiä!* ns. roskakulttuurista -teoksessaan lasten- ja nuortenkulttuurin leimaamista alakulttuuriksi ja "roskaksi". Hänen mukaansa roskakulttuurin halveksuminen rinnastuu taloudelliseen eriarvoisuuteen perustuvaan syrjintään ja jopa rasismiin, sillä halveksunta kohdistuu erityisesti roskakulttuurin kuluttajiin eikä niinkään tuotteeseen. Samalla Rönberg myös nostaa esiin aikuisten tavan arvottaa lapsille tuotettua kulttuuria sen perusteella, miten laadukasta se aikuisen näkökulmasta on. (Rönberg 1990, 22–23, 26.)

Pennasen (2009, 201) tutkimuksen mukaan kasvattajat suhtautuivat lasten medialeikkiin pääasiassa negatiivisesti ja lapset joutuivat tämän takia piilottelemaan leikkejään päiväkodissa. Tämän tutkielman kannalta on kiinnostavaa tarkastella, miten aikuiset perheenjäsenet suhtautuvat mahdollisiin medialeikkeihin ja ovatko he niissä itse mukana.

Lasten faniuteen liittyy keräilyn ja fanileikkien lisäksi muitakin faniudelle keskeisiä piirteitä. Esimerkiksi Leponiemen (2011, 41–42) pro gradu -tutkielmasta käy ilmi, että lapset muun muassa piirtävät kuvia faniuden kohteistaan, tässä tapauksessa Hevisaurus-hahmoista. Tässä voidaan katsoa olevan kyse fanitaiteesta. Leponiemen (2011, 42) mukaan lapset myös ottivat kuvia Hevisauruksen konserteissa ja kuuntelivat aktiivisesti heidän musiikkiaan.

Leponiemen (2011, 42) tutkielman tulokset ilmentävät myös, että vanhemmat ovat olennaisessa osassa lasten faniuden mahdollistajana. Kuten edellisestä alaluvusta totesimme, (valikoiva) kuluttaminen kuuluu faniuteen. Lapsen alisteisen aseman vuoksi heidän faniuteen käyttämänsä taloudelliset resurssit riippuvat kuitenkin vanhemmista. Vanhemmat siis yleensä viime kädessä säätelevät, mitä tuotteita lapsi ostaa ja missä määrin. (Ruckenstein 2013, 57.) Vastaavasti voidaan myös ajatella vanhempien määrittävän esimerkiksi, millaisiin urheilu- ja kulttuuritapahtumiin lapsi pääsee tai millaisten mediasisältöjen kanssa hän on tekemisissä.

2.6 Populaarikulttuurifanius

Tässä tutkielmassa ollaan kiinnostuttu populaarikulttuuriin liittyvästä faniudesta. Populaarikulttuuri on paljon puhuttu, mutta häilyvästi määritelty käsite. Esimerkiksi Fornäs (1998, 179) toteaa populaarin rajojen olevan nykyisin vaikeasti määriteltävissä. Tästä huolimatta se mielletään yleensä kulttuuriksi, joka on lähtöisin viihdeteollisuuden tuotteista, kuten musiikista, elokuvista, tv-sarjoista, peleistä ja sarjakuvista (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Fornäs (1998, 177) kuitenkin huomauttaa, ettei populaarikulttuurin ehtona välttämättä ole, että se on kulttuuriteollisuuden tuottamaa, vaikka näin usein toki onkin. On syytä mainita, että myös urheilu voi olla populaarikulttuuria: tietyt urheilijat tai joukkueet ovat todella suosittuja kansan keskuudessa ja urheilukin voi olla vahvasti tuotteistettua (ks. Heinonen 2003, 63–64). Myös tässä tutkimuksessa haastateltiin urheilufaneja.

Toisena populaarikulttuurin kriteerinä pidetään suosiota: nimensä mukaisesti populaarikulttuurin katsotaan tavoittavan laajan yleisön (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006; Fornäs 1998, 177). Tämän kulttuurin muodon tavoitavuus kytkeytyy sen voimakkaaseen kulutusluonteeseen ja siihen, että se on kosketuksessa ihmisten arkeen. Populaarikulttuuri onkin yksi länsimaiden nopeimmin kasvavista kulutuksen alueista (Knuutila 1994, 165).

Populaarikulttuuria on lähestytty tieteen kentällä pääasiassa muutamasta näkökulmasta. Ensiksi, populaarikulttuurin suosiota voidaan pyrkiä selittämään ihmisten maulla. Tämä näkemys siis korostaa yleisöä vastaanottajana pureutumatta niinkään populaarikulttuurin tuotteiden anatomiaan eli siihen, miksi ihmiset ottavat ne vastaan. Toista näkökulmaa leimaa oletus siitä, että populaarikulttuuri on jotain vähäosaisiin ja kritiikittömiin ihmisiin vetoavaa. (Grossberg 1995, 35; ks. myös Fornäs 1998, 177.) Tässä kyse on siis enemmänkin tuotteistamisesta: tehdään tuotteita, jotka hyväuskoinen yleisö ottaa omakseen. Kolmas näkökulma on jotain näiden kahden muun väliltä ja se nostaa faniuden keskeiseen rooliin: on olemassa passiivisia populaarikulttuurin seuraajia, mutta myös

kriittisiä faneja, jotka poimivat itselleen parhaiten sopivat populaarikulttuuriset elementit ja muokkaavat niitä tarpeidensa mukaisesti (Grossberg 1995, 36).

Määrittävää on myös se, ettei populaarikulttuuriin kuulu esimerkiksi hiltty käyttäytyminen ja neutraali suhtautuminen ihailun kohteeseen, joiden katsotaan olennaisesti määrittävän korkeakulttuuria (Hirsjärvi & Kovala 2007, 247–248). Välillä rajaa ”korkean” ja ”matalan” kulttuurin välille on kuitenkin vaikea vetää. On esimerkiksi huomattava, että populaarikulttuurista voi ajan saatossa tulla korkeakulttuuria (Grossberg 1995, 35): näin on käynyt esimerkiksi jazz-musiikin kohdalla. Samoin kulttuurin liike voi ajan kuluessa tai kontekstin muuttuessa edetä myös toisin päin (Fornäs 1998, 178). Fornäs (1998, 178) nostaa keskusteluun lisäksi näiden kulttuurien välimuodot: vaikka esimerkiksi punk-kulttuuri mielletään yleensä kauas korkeakulttuurista, sekoittaa se Fornäsin mukaan ”...futurismia, dadaismia, ekspressionismia ja surrealismia karnevalistiseen narrien pilailuperinteeseen”. Tämäkin esimerkki todentaa, miten hankalaa rajojen määrittelemineen tieteellisessä diskurssissa lopulta on.

Populaarikulttuurin käsitettä on myös arvosteltu ja esimerkiksi Kellner (1998, 45–46) pitää käsitettä ongelmallisena. Hänen mukaansa on harhaanjohtavaa, että populaarikulttuurin voidaan virheellisesti tulkita viittaavan kansasta (kuluttajista) lähtöisin olevaan kulttuuriin, ja että käsite ei tuo ilmi populaarikulttuurin autoritaarista, ”ylhäältä alas” suuntautuvaa luonnetta. Kellner jakaisi populaarikulttuurin käsitettä pienempiin osiin ja käyttääkin esimerkiksi mediatuotteisiin liittyvästä kulttuurista puhuttaessa mediakulttuurin käsitettä. Tosin, mediakulttuurilla voidaan itse asiassa viitata populaarikulttuuria laajempaan sfääriin: Fornäsin (1998, 177) mukaan sillä tarkoitetaan tutkimuksellisesti kaikkien mediailmiöiden kulttuurista tarkastelua, johon populaarikulttuuri osaltaan sisältyy. Joka tapauksessa populaarikulttuuriin liittyvää tutkimusta tarkasteltaessa useat muutkin tutkijat ovat päätyneet populaarikulttuurin käsitteen käyttämisen sijaan spesifimpeihin tai tutkimuskohdetta paremmin kuvaaviin käsitteisiin, kuten massakulttuuri tai digikulttuuri (ks. esim. Koskimaa 2007, 66; Loisa 2007, 82).

Media- ja urheilufanius voidaan käsittää populaarikulttuurifaniuden tarkemmiksi alakäsitteiksi, minkä vuoksi niitä käytetään pelkän populaarikulttuurifaniuden sijaan tässä tutkielmassa.

3 PERHE JA SUKUPOLVI

Eri sukupolvien välisen yhteisen faniuden ollessa tutkimuksen kohteena, tarkastellaan tässä luvussa perheen, sukupolven ja sukupolvijärjestyksen käsitteitä. Ensimmäiseksi käsitellään tiivistetysti perhekäsitystä ja sen muutosta tutkimuksen valossa, ja myöhemmissä alaluvuissa perehdytään sukupolveen liittyviin näkökohtiin.

3.1 Muuttuva perhekäsitys

Perheen määrittelyn ja sen keskeiseksi ajatellun yksikön, eli ydinperheen, voidaan katsoa pohjautuvan perheen alkuperäksi miellettyyn 1800-luvun suurperheeseen (Nätkin 2003, 18). Vaikka nykyisin suurperheeseen viitataan usein monilapsisena ydinperheenä, on se maatalousyhteiskunnassa tarkoittanut kolmen sukupolven – isovanhempien, heidän lastensa ja lastenlastensa – muodostamaa usean ydinperheen kokonaisuutta. Suurperheen kaikilla jäsenillä on ollut omat tehtävänsä elinkeinon harjoittamiseksi ja turvaamiseksi.

Perhetutkimuksessa ydinperheen käsitettä ajoi vallalle yhdysvaltalainen sosiologi Talcott Parsons. Hänen mukaansa ydinperheen asema ideaalina muodostui ennen kaikkea yhteiskunnallisten muutosten, kuten teollistumisen ja institutionaalistumisen seurauksena. Perheen tehtävien ja suvun merkityksen vähehtessä perhe tiivistyi kahden sukupolven väliseksi pieneksi yksiköksi. Parsonsin

mukaan ydinperheen toimintaa määrittävät etenkin sukupuoliroolit sekä sukupolvet: naisilla ja miehillä on omat tehtävänsä ja lapset toimivat vanhempien alaisuudessa. (Jallinoja 2014, 21–23.)

Parsonsin teoriaa arvosteltiin voimakkaasti jo hänen aikanaan, mutta ydinperheen ideologia oli vallassa pitkään. 1980-luvulla feministisen perhetutkimuksen myötä voidaan katsoa alkaneen perheen ja perhe-käsitteen murroksen, jossa tutkimus suuntautui yleispätevien lainalaisuuksien etsimisestä perheen arkeen ja yksityiskohtiin (ks. Kuronen 2014, 82; Jallinoja, Hurme & Jokinen 2014, 13–15). Uudempi perhetutkimus onkin keskittynyt universaalien määritelmien luomisen sijaan tutkimaan esimerkiksi perheiden laajaa kirjoa, tavallista arkea sekä perhe-käsitteen rakentumista sosiaalisissa konteksteissa. Tällaista lähestymistapaa edustaa esimerkiksi sosiaaliseen konstruktionismiin kuuluva etnometodologinen konstruktionismi. (Forsberg 2014, 125–127.)

Nykytutkimuksessa perhe nähdään monimuotoisena ja joustavana eikä sitä voi selittää tyhjentävästi yhden teorian avulla (Jallinoja, Hurme & Jokinen 2014, 7; Häggman 1992, 5). Perhe määritelmänä ei ole staattinen vaan sitä luodaan aina uudestaan (Nätkin 2003, 22). Tutkimuksesta huolimatta tietyt Parsonsinkin edustamat perinteiset perhettä koskevat asenteet ja mielikuvat ovat juurtuneet syvälle ihmisten ajatteluun ja uskomuksiin. Nikander, Salin ja Hakovirta (2016, 524) toteavat tuoreessa tutkimuksessaan, että valtaosa suomalaisista pitää heteroliittoon perustuvaa perhemallia saman sukupuolen perhemalleja parempana. Lisäksi esimerkiksi Nätkin (2003, 21) kuvaa naisten ja lasten yksilöitymistä tietynlaiseksi näköharhaksi: heitä ei välttämättä edelleenkään nähdä samalla tavalla perheestä erillisinä yksiköinä kuten miehiä, sillä monet historialliset perherakenteet ovat olleet vallalla vielä 2000-luvun alussa ja vieläkin.

Kaikkina aikakausina vallitsevat tietynlaiset käsitykset perheen normaaliudesta ja hyväksyttävyydestä. Suomessa on pitkään pidetty normaalina sellaista perhettä, johon kuuluu heteroseksuaalinen naimisissa oleva pari sekä heidän lapsensa. Tästä huolimatta jokaiseen aikakauteen on kuulunut valtavirrasta poikkeavia perhemuotoja, kuten avoliitot sekä yksivanhempaiset perheet, jotka ovat

mahdollisesti olleet marginaalisessa asemassa yhteiskunnassa "normaaliin" perheeseen nähden. Arkipuheessa perhe sekoittuu helposti siihen ideaaliin, joka perheestä on, sen sijaan, että tiedettäisiin, minkälaisia perheet oikeasti ovat. (Tolkki-Niikkonen 1992, 11, 14.)

Tässä tutkielmassa perheen käsitteen määrittelevät tutkittavat henkilöt. Esi merkiksi perheenjäsenten verisukulaisuudella ei ole merkitystä, vaan sillä, että tutkittavat kokevat olevansa osa perhettä. Koska tutkielma kuuluu varhaiskasvatustieteen piiriin, ehtona on, että perheeseen kuuluu lapsia, ja että perheenjäsenten yhteistä faniutta esiintyy kahdessa sukupolvessa.

3.2 Sukupolvi ja perhesukupolvi

Tässä tutkielmassa käytetään käsitettä perhesukupolvi, mutta sen selventämiseksi tarkastellaan aluksi sukupolven käsitettä yleisellä tasolla. Yleisesti ottaen sukupolvi-käsitettä käytetään silloin, kun tarkoitetaan eri-ikäisten ryhmiä. Esi merkiksi lapset, nuoret, aikuiset, keski-ikäiset ja vanhukset kuuluvat tämän jaot telun mukaan eri sukupolviin, eivätkä kyseiset henkilöt välttämättä ole sukua keskenään. (Marin 2014, 41.) Ikäryhmät riittävät sukupolven määritelmäksi arkisella tasolla, mutta sen sosiologisen rakenteen tähdentämiseksi käsitettä tarkastellaan seuraavaksi lyhyesti Karl Mannheimin (1952, alkup. 1927) ajatusten kautta.

Sukupolvi on Mannheimin mukaan sosiaalinen ilmiö ja se rakentuu historiallis-kulttuurisen prosessin ympärille. Sukupolvessa sosiaalisena ilmiönä on erotettavissa viisi keskeistä ominaisuutta. Ensimmäiset kaksi ominaisuutta voidaan tiivistää seuraavasti: kulttuuriseen prosessiin ilmaantuu jatkuvasti uusia osallistujia samalla, kun entisiä osallistujia katoaa. Kolmanneksi tiettyyn sukupolveen kuuluvat jäsenet voivat olla osa prosessia vain tietyn ajan. Tämä "aika rajoitus" johtaa puolestaan neljänteen ominaisuuteen, eli siihen, että karttunutta

kulttuuriperintöä täytyy siirtää toisille sukupolville. Lopuksi, sukupolvien välinen tiedonsiirto on jatkuva prosessi. (Mannheim 1952, 292.) Mannheim puhuu laajalla yhteiskunnallisella tasolla, mutta hänen kuvaamansa prosessi on sovellettavissa myös mikrotasolle. Tällöin siitä tulee merkityksellinen myös tämän tutkielman kannalta.

Perhesukupolvi -käsitettä sen sijaan on käytetty (erityisesti perhetutkimuksessa) nimenomaan samaan sukuun kuuluvista ihmisistä puhuttaessa, ja yleisimmin puhutaankin lapsista, vanhemmista ja isovanhemmista. Perheen käsite on laajentunut koskemaan ”perinteisen” ydinperheen lisäksi myös koettua sukulaisuutta tai itse määriteltyjä perheenjäseniä, ja tällöin perhesukupolvenkin käsite venyy verisukulaisuuden ulkopuolelle. (Marin 2014, 41–42.) Tässä tutkielmassa perhesukupolvella tarkoitetaan koettuja perheenjäseniä verisukulaisuudesta riippumatta.

3.3 Sukupolvijärjestys

Sukupolvijärjestys on käsitteenä lähtöisin lapsuuden määrittelemisestä: Mikä funktio lapsuudella on, ja millaisia lapset ovat suhteessa aikuisiin ja mikä rooli lapsilla ja aikuisilla on. Käytännössä lapsuus nähdään yhteiskunnan jäseneksi oppimisen eli sosialisointia aikana ja länsimaisessa yhteiskunnassa lapsuus on vahvasti tästä syystä institutionalisoitu. Aikuisen velvollisuutena onkin tällöin valvoa, suojella, hoitaa ja kasvattaa lasta. (Alanen 2014, 164; Närvänen & Näsman 2007, 225.)

Nykyisin lapsuudentutkimuksessa ollaan siirtymässä tästä sosialisointia korostavasta lapsuuskäsityksestä kohti lapsilähtöisyyttä; käsitystä, jonka mukaan lapset ovat aktiivisia ympäristössään vaikuttavia toimijoita, joita voidaan myös pitää luotettavina informanteina. Lasten elämään liittyvässä tutkimuksessa lapsilta itseltään tulisikin lapsilähtöisen käsityksen mukaan kysyä heitä itseään koskevia kysymyksiä. (Alanen 2014, 173–176.)

Lapsuuden ajatellaan olevan sosiaalinen konstruktio: lapsuutta ja lapsia määritellään sen mukaan, millaisia he ovat suhteessa aikuisiin, joten lapsuutta olisi syytä tutkia lasten suhteiden kautta. Perheen dynamiikkaa tutkiessa vanhemmuuden ajatellaan usein olevan yksisuuntaista vallankäyttöä suhteessa lapseen, vaikka vanhemman ja lapsen suhteessa tapahtuu vaikuttamista kumpaankin suuntaan ja vanhemmuus määrittyykin pitkälti lapsen toiminnan kautta. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että suhteen osapuolet olisivat tasavertaisia keskenään. (Alanen 2009; 160, 165–166.)

Sukupolvijärjestys näyttäytyy yhteiskunnassa silloin, kun sen sääntöjä rikotaan; kun lapsi toimii tavalla, jota ei katsota lapsuuteen kuuluvaksi kuten käytöissä tai ei tottele aikuisia. Silloin huomataan, että lapsuus on osa yhteiskunnan sosiaalisten verkostojen osa, jota säännellään systemaattisesti ylhäältä käsin. (Alanen 2009, 169.) Iän voidaan siis katsoa olevan toimijuutta rajaava valtasuhteiden määrittäjä (Närvänen & Näsman 2007, 228.) Lapsuuden ja yhteiskunnan suhteeseen liittyy useita paradokseja, joita Qvortrup (2002) on kuvannut. Näitä ovat esimerkiksi lasten spontaaniuden arvostaminen samalla, kun säätely lisääntyy sekä ajatus lasten etusijasta, vaikka tehdään poliittisia päätöksiä, jotka suurimmaksi osaksi koskevat kaikkia muita kuin lapsia (Qvortrup 2002, 44). Moderniin lapsuuteen kuuluvia mahdollisuuksia ja rajoitteita tulisikin tutkia ja etenkin lapsen näkökulmasta, lapsilta itseltään kysymällä (Alanen 2009, 169).

Perheenjäsenten yhteistä faniutta tutkiessa on kiinnostavaa selvittää myös, mistä perheen fanius on lähtöisin. Onko lapsi sosiaalistunut vanhempien faniuteen, vai onko perheenjäsenten yhteinen kiinnostus lähtöisin lapsen aloitteesta? Jälkimmäinen vaihtoehto viittaisi sukupolvijärjestyksen rikkomiseen, mikä on mielenkiintoista perhetutkimuksen kontekstissa.

3.4 Sukupolvisuhteet

Tämän tutkielman keskiössä on faniuden ja perheenjäsenten välisten suhteiden tarkastelu. Tässä alaluvussa esitellään perheiden sosiaalista rakennetta ja lasten perhesuhteita tutkimuksen valossa. On kuitenkin syytä korostaa, että perheenjäsenten väliset suhteet ovat aina yksilöllisiä ja yhtä monimuotoisia kuin perheetkin.

Hoiva ja vastuu ovat olennainen osa perhesuhteita. Näihin suhteisiin kuuluu jatkuva neuvottelu esimerkiksi siitä, miten perheeseen sisältyvät velvollisuudet jakautuvat sukupuolten ja sukupolvien kesken: Kuka huolehtii lapsista ja missä määrin? Kuinka lapset osallistuvat kotitöihin? Miten ja missä perhe viettää aikaa? Tyypillisesti äitiä pidetään luonnostaan lasten hoivaamiseen suuntautuvana perheenjäsenenä. Isään ei puolestaan kohdistu samanlaisia kulttuurisia odotuksia. (Sevón & Notko 2008; 13, 16.) Kuitenkin esimerkiksi Leena Autonen-Vaaraniemi (2008, 202–203) esittää pienimuotoisessa tapaustutkimuksessaan, että koti on yhtä lailla miesten paikka ja ettei kodin ja perheen anatomiaa olisi syytä lähestyä sukupuolten kautta. Tämä näkemys saa vahvistusta myös vuoden 2011 perhebarometrin tuloksista: Sen mukaan miesten kodinhoitoon käyttämä aika ja molempien sukupuolten lastenhoitoon käyttämä aika on kasvanut 2000-luvulla. Huomionarvoista kuitenkin on, että vuonna 2010 naiset käyttivät aikaa alle kouluikäisten lasten hoitoon edelleen noin kolmasosan miehiä enemmän ja kotitöihin vastaavissa perheissä noin neljäsosan miehiä enemmän. (Miettinen & Rotkirch 2012, 60.) Sukupuoliroolien tasoittumista on silti selvästi havaittavissa.

Perheiden ajankäyttöön liittyvä kehitys vaikuttaisi tarjoavan otolliset olosuhteet yhteiselle faniudelle. Vanhempien ansiotyöhön käyttämä aika ja kiireen tuntu on vähentynyt 2010-luvulle tultaessa, mikä osaltaan voi selittää lasten kanssa toimimiseen käytetyn ajan kasvun (Miettinen & Rotkirch 2012; 22, 34). Vuonna 2016 julkaistu lapsibarometri selvitti perheiden yhteistä aikaa myös kuusivuotiaiden lasten näkökulmasta. Kokonaisuutena voidaan sanoa, että lapset pitivät perheenjäsenten kanssa vietettyä aikaa tärkeänä. Barometrin mukaan 36 prosenttia lapsista piti perheen kanssa puuhastelua, kuten leikkimistä tai pelaaamista, hauskana asiana. Noin 25 prosentin mielestä hauskaa oli puolestaan jon-

nekin, kuten mummolaan tai elokuvaan, meneminen. Yksi- tai kaksilapsisissa perheissä elävät lapset mainitsivat yhdessä puuhailun hauskaksi asiaksi useammin kuin suurempien perheiden lapset. Pienituloisten perheiden lapset taas kertoivat jonnekin menemisestä hauskana asiana hyvätuloisten perheiden lapsia vähemmän. Noin 10 prosenttia lapsista ei osannut vastata, milloin perheen kanssa on kivaa. (Tuukkanen 2016, 28–29.) Tämä osuus on suhteellisen suuri, mutta lapsi-barometrin keräämien tietojen perusteella on vaikea sanoa, mistä se voi johtua. Nivala (2016, 60) kuitenkin esittää, että taustalla voi olla joissakin perhetutkimuksissa havaittu perheiden pahoinvointi.

Kuten aikuisten, myöskään lasten käsitykset perheestä ja perhesuhteista eivät ole yhteneväisiä. Tutkimuksissa on havaittu, että useimmissa tapauksissa lapset pitävät biologisia vanhempiaan läheisimpinä yksilöinä. Tämä ei kuitenkaan ole itseisarvo, sillä esimerkiksi perheenjäsenten välisistä suhteista tai perheen koostumuksesta riippuen lapset voivat pitää läheisimpinä myös tyypillisen ydinperheen ulkopuolisia jäseniä, kuten isovanhempia, lemmikkejä tai sisarus-ten lapsia. Läheisistä ihmisistä puhuttaessa lapset ylipäätään vaikuttavat viittaavan ydinperheenä tunnettuun perhemuotoon vain vähän. Perhe-sanankäytännön sijaan he puhuvatkin heille merkityksellisistä henkilöistä. (Pirskanen, Jokinen, Kallinen, Harju-Veijola & Rautakorpi 2015, 59–60.)

Leponiemen (2011, 41–43) pro gradu -tutkielmassa perheenjäsenten yhteisen fanius näyttöytyy yhteisyyttä lisäävänä tekijänä. Tutkielman mukaan fanius tuotti perheisiin uusia aktiviteetteja ja uutta käsitteistöä, joihin koko perhe osallistui yhdessä. Perhe toimi siis käytännössä faniyhteisönä. Näissä perheissä fanius oli kuitenkin koko perheelle yhteistä, eikä tutkielma ota kantaa perheenjäsenten välisiin suhteisiin sen tarkemmin. Leponiemestä poiketen tässä tutkielmassa tarkastelun kohteena ei ole niinkään yhteisöllisyys, vaan ylipäätään faniuden vaikutukset perhesuhteisiin.

4 TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tässä pro gradu -tutkielmassa selvitetään lasten ja aikuisten käsityksiä perheenjäsenten yhteisestä faniudesta. Tavoitteena on selvittää, miten fanius näyttäytyy aikuisten ja lasten näkökulmista ja mitä tutkittavat kertovat faniuden ja perheen yhteydestä. Tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

1. Millaisia käsityksiä perheenjäsenillä on perheenjäsenten yhteisestä faniudesta?
 - 1.a Millaisia erityispiirteitä lasten ja aikuisten faniudessa on?
 - 1.b Miten fanius on yhteydessä perheenjäsenten yhteiseen toimintaan ja ajanviettoon?

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimusotteessa on vaikutteita fenomenografiasta, sillä tutkimuksella pyritään selvittämään haastateltavien käsityksiä tutkittavasta ilmiöstä (ks. Sandberg 1996, 129–130). Ensimmäisessä alaluvussa esitellään fenomenografian tutkimussuuntausta ja sen suhdetta tähän pro gradu -tutkielmaan. Tämän jälkeen kuvataan tutkimukseen osallistujat, aineiston keruu sekä analyysi. Lopuksi tuodaan esille tutkielmassa tehtyjä ratkaisuja tutkimustyön etiikkaa käsittelevän kirjallisuuden valossa.

5.1 Tutkielman metodologiset lähtökohdat

Fenomenografia on laadullisen tutkimuksen suuntaus, joka on keskittynyt tutkiemaan ihmisten käsityksiä tietyistä ilmiöistä (Syrjälä, Ahonen, Syrjäläinen & Saari 1994, 114). Fenomenografian isänä pidetyn (esim. Huusko & Paloniemi 2006, 163) Ference Martonin (1988) mukaan lähestymistavan ytimessä on ihmisten laadullisesti eroavien käsitysten erittelyminen. Se pyrkii siis tuomaan esiin käsitysten eroavuuksia ja erilaisia tapoja ymmärtää maailmaa. (Marton 1988, 144.) Fenomenografian juuret ovat oppimisen tutkimisessa ja kasvatussosiologian lisäksi sillä on ollut yhteyksiä myös psykologiaan, joskaan fenomenografia ei profiloitu mihinkään spesifiin tieteenalaan (Marton 1988, 141–142). Nykyisin fenomenografia on paljon käytetty lähestymistapa laadullisessa kasvatustieteellisessä tutkimuksessa ja se on hiljattain keskittynyt oppimisen ja tietoisuuden perusteiden teoreettiseen tarkasteluun (Huusko & Paloniemi 2006, 162).

Kuten edellä jo mainittiin, käsitykset ovat fenomenografisen tutkimuksen keskeisin lähtökohta. Käsitys voidaan nähdä ajatteluprosessin tuloksena, jossa ihminen antaa selityksiä ja merkityksiä kokemilleen ilmiöille. Kielen katsotaan olevan keskeinen väline tässä prosessissa. (Huusko & Paloniemi 2006, 164.) Käsitteillä on läheisiä termejä, kuten mielipide, mutta nämä eivät välttämättä tar-

koita samaa asiaa. Esimerkiksi Syrjälä kumppaneineen (1994) tekevät eron käsityksen ja mielipiteen välille. Heidän mukaansa käsitys on mielipidettä laajempi ja vahvempi kuva tietystä asiasta ja se on rakennettu tietyin perustein. Mielipiteen voidaan puolestaan katsoa syntyvän pikemminkin arvoista ja uskomuksista, eikä sen taustalla ole niin vahvaa ajatteluprosessia. Mielipiteen tavoin myös käsitys voi kuitenkin muuttua uuden informaation valossa nopeastikin. (Syrjälä ym. 1994, 116–117.)

Käsitystä ei voi olla ilman ilmiötä ja nämä ovatkin aina yhteydessä toisiinsa. Syrjälä ym. (1994, 116) ovat tiivistäneet ilmiön käsitteen seuraavasti: "Ilmiö on ihmisen ulkoisesta tai sisäisestä maailmasta saama kokemus, josta hän aktiivisesti rakentaa käsityksen". Ilmiöllä ei siis tässä tapauksessa tarkoiteta jotakin suositua ja aikaan sidottua populaarikulttuuriin tai muotiin liittyvää asiaa, kuten siihen usein arkikielessä viitataan, vaan ilmiö merkitsee nimenomaan ihmisen kokemusta. Tässä tutkielmassa fenomenografisena ilmiönä on siis perheenjäsenen yhteinen fanius tutkittavien kokemuksena ja sitä lähestytään erittelemällä tutkittavien käsityksiä.

Fenomenografisen tutkimuksen tavoitteena on siis kuvailla näkemysten kirjoa tietystä ilmiöstä ja tuloksena saadaan joukko erilaisia tapoja ymmärtää sama asia. Käsitykset ovat aina keskenään erilaisia, sillä yksilön kokemus ilmiöstä on aina subjektiivinen. (Pramling 1996, 84–85.) Kokemusten ja käsitysten sisällöt puolestaan vaihtelevat, sillä jokaisella ihmisellä on erilainen elämäkokemus ja sen mukainen tietopohja eli viitetausta, jonka perusteella käsitykset rakentuvat (Syrjälä ym. 1994, 114). Käsitysten selvittämiseksi tutkijan tulee osata kysyä juuri niitä kysymyksiä, joilla saadaan avattua käsitystä rakentavia seikkoja. (Pramling 1996, 84–85.)

Tämä pro gradu -tutkielma eroaa puhtaasta fenomenografisesta tutkimuksesta tutkimuskysymyksen alakysymysten osalta. Fenomenografia voi tyytyä tuomaan julki ihmisten erilaisia tapoja käsittää heitä ympäröiviä ilmiöitä ja tämän käsitysten erottelun katsotaan olevan arvokasta jo itsessään (Marton 1988, 146). Tässä tutkielmassa ajatuksena on kuitenkin erilaisten käsitysten julki

tuomisen lisäksi vastata kysymykseen: miten yhteinen fanius on yhteydessä perheenjäsenten yhteiseen toimintaan ja ajanviettoon? Näin mennään siis käsityksiä pidemmälle ja tutkielman keskiössä on myös ihmisten kertomusten taustalla olevan ilmiön selittäminen, mikä sopii pikemminkin fenomenologiseen tieteenfilosofiaan tai tutkimusstrategiaan. Fenomenologisessa tutkimuksessa ihmisten käsitykset ja kokemukset tietyistä ilmiöistä toimivat porttina itse ilmiön selittämiseen ja kuvailuun, minkä voidaan katsoa olevan varsinaisena tavoitteena osassa fenomenologista tutkimusta. (Huusko & Paloniemi 2006, 164). Tästä syystä voidaan sanoa, että tämä pro gradu -tutkielma sijoittuu fenomenografisen ja fenomenologisen tutkimuksen välimaastoon.

5.2 Tutkimukseen osallistujat

Tutkimukseen valittiin perheitä sen perusteella, että perheenjäsenillä esiintyi yhteistä faniutta vähintään kahdella jäsenellä. Lisäksi faniutta tuli esiintyä vähintään yhdellä lapsella ja yhdellä aikuisella. Perheenjäsenet saivat itse määritellä, ovatko he faneja. Aluksi urheilufanius jätettiin tutkielman ulkopuolelle aineiston rajaamiseksi, mutta myöhemmin sen katsottiin lukeutuvan mediafaniuden piiriin. Näin ollen tutkielmaan päätettiin ottaa myös yksi urheilufaniutta edustava perhe.

Tutkimukseen osallistui jäseniä viidestä keskisuomalaisesta perheestä. Osallistujia oli yhteensä 14, joista 6 oli aikuisia ja 8 lapsia. Aikuisista osallistujista 2 oli miehiä ja 4 naisia, lapsista 3 tyttöjä ja 5 poikia. Tutkittavia etsittiin Google Forms -lomakkeen (liite 3) avulla ja lomaketta mainostettiin saatekirjeen (liite 2) kera kohderyhmään sopivissa keskisuomalaisissa Facebook-yhteisöissä. Tällaisiksi Facebook-yhteisöiksi katsottiin etenkin Äitylit Jyväskylä, Jyväskylän äidit!, Mäki-Matin perhepuisto sekä Puskaradio Jyväskylä. Nämä ovat Jyväskylän paikallisyhteisöjä, joiden jäseninä arveltiin olevan paljon äitejä ja isiä. Mainosta jaettiin lisäksi myös Varhaiskasvattajan materiaalipankki, Päiväkotien ideapankki, Eskariopen eväspussi, Lastentarhanopettajat sekä Playstation 4 Suomi -ryhmissä.

Mainostukseen kysyttiin lupa yhteisöjen ylläpitäjiltä. Lomakkeeseen saatiin kaikkiaan seitsemän vastausta. Yksi vastaajista ei halunnut itsensä ja perheensä osallistuvan haastatteluun ja kahteen halukkaaseen osallistujaan ei saatu yhteyttä useista yrityksistä huolimatta. Neljän perheen kanssa haastatteluajoista sovittiin sähköpostin välityksellä, kun taas yhden osallistuneen perheen perheenjäsen oli tutkijoille tuttu ennestään ja hänelle esitettiin haastattelupyyntö puhelimen viestipalvelun välityksellä. Kaksi perheistä suostui haastateltavaksi kokonaisuudessaan, kun taas muista perheistä vain osa jäsenistä osallistui haastatteluihin.

5.3 Aineiston keruu

Tässä tutkielmassa aineistonkeruumenetelmänä käytettiin haastattelua, joka on fenomenografisen tutkimuksen yleisimmin käytetty aineistonkeruumenetelmä (Syrjälä ym. 1994, 136). Perheenjäsenten puolistrukturoidut ryhmä- ja yksilöhaastattelut toteutettiin suurimmaksi osaksi perheiden kodeissa ja ne äänitettiin älypuhelimella. Perheen kodissa tapahtuvan haastattelun katsottiin olevan perheiden kannalta käytännöllisintä, sillä näin heidän ei tarvitsisi liikkua haastattelua varten mihinkään. Lisäksi haastattelun aiheen kannalta jossain määrin oleellisia faniuteen liittyviä tavaroita olisi juuri perheiden kodeissa, mikä helpottaisi erityisesti lasten haastattelemista. Tavaroista keskusteleminen toimisi mahdollisesti haastattelutilanteen aiheuttaman jännityksen purkamisessa ennen varsinaiseen haastatteluun siirtymistä. Yhden perheen toiveena oli kuitenkin haastattelun toteuttaminen kodin ulkopuolella, jolloin toimittiin perheen toiveen mukaisesti.

Puolistrukturoidun haastattelun voidaan katsoa edustavan fenomenografista lähestymistapaa, sillä kyseistä haastattelutapaa käytetään tyypillisesti ihmisten tulkintojen ja merkityksenantojen selvittämiseen. Tässä toteuttamistavassa haastattelukysymykset ovat avoimia eli haastateltava saa antaa niihin vastaukset vapaasti kertomalla (ks. liite 1). Lisäksi kysymysten sisältö ja esittämisjärjestys on teemahaastattelulle tyypillisesti jossain määrin päätetty etukäteen. Puolistrukturoitu haastattelu jättää kuitenkin tilaa muutoksille ja haastatteliija voi

poiketa alkuperäisistä kysymyksistä tai niiden järjestyksestä tarpeen mukaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.) Puolistrukturoitu haastattelu voidaan siis nähdä esimerkiksi Pattonin (2002, 342–346) esittelemien informaalin keskusteluhaastattelun sekä standardoidun avoimen haastattelun yhdistelmänä.

Kumpikin tutkija oli läsnä haastattelutilanteissa. Tutkijat sopivat ennen kuttakin haastattelua työnjaosta: toinen tutkija vastasi pääasiallisesti haastattelemisesta ja toinen kuunteli, huolehti äänityksestä ja esitti tarvittaessa lisäkysymyksiä. Tästä työnjaosta kerrottiin haastateltaville ennen haastattelujen alkamista, kuten myös anonymiteetistä ja tutkijoiden salassapitovelvollisuudesta osallistujien suhteen. Lisäksi jokaiselta osallistujalta varmistettiin vielä lupa haastattelun toteuttamiseen ennen haastattelun aloittamista. (ks. Kuula 2006, 102.)

Varsinaiset haastattelut aloitettiin haastattelemalla kaikkia tutkimukseen osallistuvia perheenjäseniä ryhmänä. Haastatteluissa pyrittiin kuulemaan jokaisen läsnä olevan perheenjäsenen näkemyksiä, ja toisinaan kysymyksiä kohdistettiin tietyille perheenjäsenelle. Ryhmähaastattelun jälkeen tehtiin yksilöhaastattelut niiden perheenjäsenten kanssa, jotka olivat halukkaita niihin osallistumaan. Näin pyrittiin antamaan osallistujalle mahdollisuus kertoa sellaisia näkemyksiä tai ajatuksia, joita tämä ei ryhmähaastattelussa ehkä osannut tai ehtinyt kertoa. Yksilöhaastattelun aikana muut kuin haastateltava perheenjäsen olivat toisessa huoneessa. Lisäksi osa valmiista haastattelukysymyksistä oli kohdennettu nimenomaan lapselle tai aikuiselle yksilönä, kun haluttiin tavoittaa faniuden merkitystä haastateltavalle henkilökohtaisella tasolla. Osallistujat saivat itse päättää yksilöhaastattelujen haastattelujärjestyksen.

Alle kouluikäisten lasten haastattelussa on oma erityislaatuisuutensa. Hirsjärvi ja Hurme (2000) esittävät kolme keskeistä seikkaa, jotka lasten haastattelussa tulisi huomioida. Ensimmäinen on huomioitava lapsen rajallinen sanavarasto ja vielä kehitysvaiheessa olevat kognitiiviset taidot. Näin ollen esitettävien kysymysten tulee olla lyhyitä ja lapselle selkeitä. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 129–130.) Tässä tutkimuksessa tämä pyrittiin huomioimaan erityisesti nuorimpien haastateltavien lasten kohdalla käyttämällä sellaista sanastoa, jonka lapsi varmasti ym-

märtää ja lisäksi kysymyksiä muotoiltiin tarvittaessa uudelleen haastattelutilanteessa, jos vastaaminen oli lapselle muuten haasteellista. Esimerkiksi pienempien lasten kanssa keskustellessa ei käytetty sanaa "fani", vaan puhuttiin esimerkiksi ennalta tiedetystä faniuden kohteesta tykkäämisestä. Lapsen haastattelurunko erosi aikuisen haastattelusta siten, että kysyttiin lasten fanileikeistä. Muuten lasten ja aikuisten haastattelurungossa käsiteltävät aiheet olivat sisällöltään yhteneviä. Haastattelukysymykset ovat tutkielman liitteenä (liite 1).

Toisekseen tulee huomioida haastattelun pituus: haastattelu tulisi pitää verrattain lyhyenä, jotta lapsen keskittymiskyky säilyisi koko haastattelun läpi mahdollisimman hyvin (Hirsjärvi & Hurme 2000, 129–130). Tämän tutkimuksen ryhmähaastattelut eivät olleet ajallisesti kovin pitkiä, pisimmillään noin 20 minuuttia. Yksilöhaastattelut olivat huomattavasti tästäkin lyhyempiä, niiden oltua keskimäärin noin 5–7 minuuttia. Nuorimmalla osallistujalla ilmeni kuitenkin hieman haasteita säilyttää keskittymiskykyä tilanteessa, jossa tuli lähinnä istua paikallaan ja vastaila kysymyksiin. Haasteet näkyivät haastateltavan haluna siirtyä muuhun toimintaan pariin kertaan haastattelun aikana. Kolmanneksi, on mahdollista, että lapsi vierastaa haastattelijaa (Hirsjärvi & Hurme 2000, 129–130). Tämä taas otettiin tutkimuksessa huomioon antamalla lapsille mahdollisuus totuttautua tutkijoihin ja haastattelutilanteeseen siten, että lapset saivat esitellä faniuden kohteeseen liittyviä leluja tai tavaroita ja keskustella niistä ennen varsinaisiin haastattelukysymyksiin siirtymistä.

5.4 Aineiston analyysi

Äänitetyt aineistot litteroitiin. Haastattelut kirjattiin sana sanalta tekstimuotoon ja niihin lisättiin myös esimerkiksi naurahdukset tai muut merkitysten kannalta äänitteistä kuuluneet olennaiset seikat. Litteraattien analyysitapana käytettiin aineistolähtöistä sisällönanalyysiä, jonka tuottama tieto on luonteeltaan kuvailevaa (ks. Grönfors 1982, 161) ja näin ollen sopivaa tämän tutkimuksen tutkimuskysy-

myksiin nähden. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi eteni kolmessa vaiheessa: aineisto pelkistettiin, ryhmiteltiin ja lopuksi abstrahoitettiin eli käsitteellistettiin. Pelkistäminen tapahtui siten, että haastattelujen litteraattien sisältöön perehdyttiin tarkasti ja niistä etsittiin pelkistettyjä ilmauksia. Muu kuin tutkimuskysymysten kannalta oleellinen informaatio karsittiin tämän jälkeen aineistosta pois. (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 108–109.)

Elon, Kääriäisen, Kansteen, Pölkin, Utraisen ja Kyngäksen (2014, 5) mukaan analyysi tulisi tehdä mahdollisimman läpinäkyväksi siten, että luokittelu-prosessi selitetään esimerkein lukijalle. Alla esitetään, kuinka luokittelu on toteutettu tässä tutkielmassa.

Esimerkki:

Suora aineistolainaus: Se on jotenki ihan hullua, niinkö pitää siitä niin paljon.

Pelkistetty ilmaus: Affektiivinen suhde faniuden kohteeseen.

Pelkistettyjen ilmausten löydyttyä niistä etsittiin samankaltaisuuksia ja tämän perusteella niistä muodostettiin yläluokkia.

Esimerkki:

Pelkistettyjä ilmauksia: Affektiivinen suhde faniuden kohteeseen, Perehtyneisyys

Yläluokka: Omistautuneisuus

Ryhmittelyä jatkettiin yhdistämällä yläluokkia pääluokiksi.

Esimerkki:

Yläluokka: Omistautuneisuus, Pitkään kestänyt fanius, Faniuden kohteen ajattelevuus

Pääluokka: Faniuden intensiivisyys

Tällä tavoin empiirinen aineisto lopulta siirrettiin käsitteelliselle tasolle, minkä avulla saatiin vastauksia tutkimuskysymyksiin. (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 109–112.) Aineistolähtöisen sisällönanalyysin haasteena on esimerkiksi mahdolliset päällekkäisyydet eri luokkien välillä. Vaikka luokkien tulisi erottua toisistaan mahdollisimman hyvin, kvalitatiivinen sisällönanalyysi sallii osittaiset päällekkäisyydet. (Zhang & Vildemuth 2009, 4.) Tässä tutkielmassa samankaltaisuuksia esiintyi erityisesti lasten ja aikuisten faniuden kategorioissa, mikä johtui siitä, että luokittelua tehtiin tiettyjen faniuden piirteiden mukaan. Päällekkäisyyksien ei kuitenkaan katsottu olevan haitallisia tutkielman luotettavuuden kannalta.

5.5 Eettiset ratkaisut

Tutkielma on siitä eettisesti monisyinen, että sitä on toteutettu sekä aikuisten että lasten parissa. Perinteisten tutkimukseen liittyvien eettisten näkemysten mukaan lapsi on haavoittuva ja tällöin tutkimusetiikan tehtäväksi määrittyisi ennen kaikkea lapsen suojeleminen. Tämä näkemys on kuitenkin saanut osakseen kritiikkiä ja lapsuuskäsityksen muuttuessa lapsi on ryhdytty enenevässä määrin näkemään eettisestä näkökulmasta samanvertaisena aikuisen kanssa. Tämä muutos näkyy esimerkiksi siinä, että lapsia pidetään oman elämänsä asiantuntijoina. Tällöin lapsia koskevan tiedon saamiseksi ei välttämättä ole syytä lähestyä vanhempia vaan kysytään suoraan lapsilta itseltään. (Strandell 2010, 93.) Tässä tutkielmassa on huomioitu moderni lapsuuskäsitys ja lapsia pidettiin tasavertaisina informanteina aikuisten kanssa. Tasavertaisuuteen pyrittiin myös haastattelujen toteutustavoissa. Strandellin (2010, 102–103) mukaan toteuttamalla lasten haastattelut ryhmähaastatteluna voidaan kaventaa lapsen ja aikuisen välistä auktoriteettieroa sekä valtasuhdetta. Haastatteluissa jokaiselle osallistujalle pyrittiin antamaan samanlaiset lähtökohdat vastaamiselle. Lasten suostumuksen mukaan

heitä haastateltiin ryhmähaastattelun lisäksi yksilöllisesti ilman muiden perheenjäsenten läsnäoloa. Tällä pyrittiin varmistamaan, että lasten käsitykset saadaan varmasti riittävästi kuuluviin tutkielmassa.

Juridisesta näkökulmasta katsottuna lapsi, eli alle 18-vuotias, ja aikuinen ovat tutkimukseen osallistumisessa lähes samalla viivalla. Suomen laissa ei ole pykälää, joka määrittäisi selkeästi, kuka päättää lapsen osallistumisesta tutkimukseen. Kuitenkin yleisen periaatteen mukaan lapsen huoltaja viime kädessä päättää lapsen osallistumisesta, mutta oikeudellisesti tämä käytäntö ei ole velvoittava. Poikkeuksena on ainoastaan lääketieteelliseen tutkimukseen osallistuminen, joka lain mukaan vaatii huoltajan suostumuksen. (Nieminen 2010, 32–34.) Edellä esitetyn yleisesti hyväksytyyn periaatteen ja toisaalta myös internet-pohjaisen tutkittavien etsimisen johdosta tässäkin tutkielmassa osallistumissuostumusta kysyttiin ensin vanhemmilta. Haastatteluluvat kysyttiin kuitenkin aina myös lapsilta itseltään tasavertaisen lapsikäsitteilyn mukaisesti.

Strandell (2010, 99) nostaa toisaalta esiin painostuksesta johtuvan vastahakoisen osallistumisen. Tämän tutkielman kannalta vanhemmat ovat varmasti informoineet lapsia haastattelusta ja keskustelleet siitä ennen kuin tapaaminen on sovittu. Ei kuitenkaan voi tietää, missä määrin lapsi on kokenut tässä vaiheessa painetta osallistua haastatteluun ja missä määrin päätös haastatteluun osallistumisesta on ollut lasten itsensä.

Tutkielmassa noudatettiin Tutkimuseettisen neuvottelukunnan määrittämää hyvää tieteellistä käytäntöä. Eettisinä arvoina tähän sisältyvät rehellisyys, huolellisuus ja tarkkuus. Lisäksi tutkielmassa on käytetty tiedeyhteisön hyväksymiä tutkimusmenetelmiä niihin perehtyen ja muiden tutkijoiden työtä on kunnioitettu asianmukaisella tavalla. (ks. Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012, 6.)

Kuten aineistonkeruuta käsittelevässä luvussa on jo mainittu, aineistonkeruun eri vaiheissa on huolehdittu tutkittavien riittävästä informoinnista. Tutkielman tekijät ovat saattaneet tutkittavien tietoon omat yhteystietonsa, tutkittavan ilmiön, osallistumisen vapaaehtoisuuden sekä aineiston käyttötarkoituksen,

jotka esimerkiksi Kuula (2006, 104–108, 115) määrittää olennaisiksi seikoiksi aineistonkeruun eettisyydessä. Käytännössä nämä asiat kerrottiin vanhemmille jo tutkittavien hakulomakkeen saatetekstissä, mutta niitä korostettiin myös haastatteluaikojen sopimista varten lähetetyissä sähköpostiviesteissä sekä haastattelutilanteissa. Tutkittavia ei kuitenkaan informoitu tarkemmin tutkimuskysymyksistä. Tähän valintaan ei ollut mitään tutkielman onnistumiseen liittyvää perustetta ja kysymyksistä olisi voitu kertoa avoimesti kysyttäessä. Siihen ei lopulta ilmennyt tarvetta, joten informointi koettiin toteutetulla tavalla riittäväksi.

Tunnistettavuuden estämisen katsotaan olevan tiedeyhteisöissä itsestäänselvyys, jonka tarkoituksena on minimoida tutkimuksen haittavaikutukset tutkittaville (Kuula 2006, 201). Haastatteluäänitteet poistettiin jo ennen tutkielman valmistumista, mutta litteroitua aineistoa säilytettiin tutkielman hyväksymiseen asti. Aineisto oli koko tutkielmaprosessin ajan vain tekijöiden hallussa, eikä sitä missään vaiheessa luovutettu muille. Tästä oli tärkeää pitää huolta, sillä haastatteluissa esiintyi jonkin verran nimiä ja satunnaisia muita tietoja, joista tutkittavat olisi joissain tapauksissa ollut mahdollista tunnistaa. Litterointivaiheessa tutkittavat anonymisoitiin eli heistä puhuttiin vain koodein, kuten ”isä”, ”äiti”, ”S1”, ”L” (nimen ensimmäisen kirjaimen mukaan). Myöhemmin nimien ensimmäisetkin kirjaimet poistettiin ja tuloksissa puhuttiin vain koodein A (aikuinen) ja L (lapsi). Yhdessä haastattelussa esiintynyt keskisuomalaisen urheilujoukkueen nimikin päätettiin anonymisoida tutkittavien tunnistamattomuuden suojelemiseksi.

6 PERHEENJÄSENTEN KÄSITYKSIÄ FANIUDESTA

Tutkielmassa selvitettiin, millaisia käsityksiä perheenjäsenillä on yhteisestä faniudesta. Alakysymyksenä 1a oli millaisia erityispiirteitä lasten ja aikuisten faniudessa on ja alakysymyksenä 1b miten fanius on yhteydessä perheenjäsenten yhteiseen toimintaan ja ajanviettoon. Tutkimuskysymykseen 1a vastataan alaluvussa 6.1 ja tutkimuskysymykseen 1b vastataan alaluvussa 6.2.

Tutkimukseen osallistui viisi perhettä. Perheiden yhteiset faniuden kohteet olivat Star Wars -elokuvasarja ja sen oheistuotanto, Pokemon GO -mobiilipeli, Englannin valioliigan jalkapallojoukkueet sekä animaatio sarjat My little pony ja Adventure time. Aineistoesimerkit esitetään tekstissä seuraavalla tavalla: Star Warsia fanittava perhe on Perhe 1, Pokemon GO -faniperhe on Perhe 2, jalkapallofaniperhe on Perhe 3, Star Warsia ja My little ponya fanittava perhe on Perhe 4 ja Adventure timea fanittava perhe on Perhe 5. Aikuisten puheenvuorot esitetään kunkin perheen aikuisten määrästä riippuen koodeilla A tai A1 ja A2. Lasten puheenvuorot esitetään niin ikään perheen lasten lukumäärän mukaan koodeilla L1 ja L2. Koodit vastaavat aina samaa aikuista tai lasta kussakin perheessä. Haastattelijat esitetään tekstissä koodein H1 ja H2.

6.1 Lasten ja aikuisten faniuden piirteet

Pro gradu -tutkielman tutkimuskysymyksenä 1a oli millaisia erityispiirteitä lasten ja aikuisten faniudessa on. Tässä luvussa esitellään aikuisten ja lasten faniuden piirteitä, niiden eroja ja yhtäläisyyksiä.

6.1.1 Aikuisten fanius

Faniuden intensiivisyys

Vanhempien kertomuksista tuli selkeästi ilmi, että heidän faniutensa on intensiivistä sekä siihen käytetyn ajan että ajattelun suhteen. Neljällä kuudesta vanhemmasta fanius on kestänyt pitkään, jopa kymmeniä vuosia. Heillä kaikilla fanius on saanut alkunsa jo joko lapsuudessa tai nuoruudessa, mistä kertovat esimerkit 1 ja 2:

Esimerkki 1 / Perhe 1:

A: Kai se ihan alunperin on lähtöisin minusta kyl aika pitkälti että se on minkä kanssa ite on lapsuuden viettänyt ja ensimmäinen Star Wars on tullu ulos samana vuonna ku oon syntynyt ite, että on ollu se lapsuus minkä mukana on kasvanu sitten (...) Itellä on ehkä se niinku osittain sitä lapsuuden nostalgiaa kuitenkin että se on ollu se iso juttu silloin ja tuota.. Sitten ehkä, on kasvanu sen kanssa...

Esimerkki 2 / Perhe 4:

A: ...ja sitten siihen tietysti liittyy kauheen kivoja lapsuusmuistoja ja kiva tällai jatkaa perinnettä sitte sen myötä.

Tässä otoksessa suurin osa vanhemmista oli saanut alkusysäyksen nykyiselle faniudelleen jo varhaisessa elämänvaiheessa. Esimerkit 1 ja 2 osoittavat lisäksi sen, että faniudella oli osalle vanhemmista myös nostalginen merkitys. Kahdella vanhemmista fanius ei ollut kuitenkaan näin pitkäaikaista vaan faniuden kohde oli löytynyt aikuisiällä, korkeintaan muutamia vuosia ennen haastatteluajankohtaa.

Tutkimukseen osallistuneiden vanhempien faniuden intensiivisyyttä määrittä myös omistautuneisuus. Tähän sisältyi kaikilla vanhemmilla perehtyneisyys faniuden kohteeseen. Kohteesta, kuten esimerkiksi tv-sarjasta tai jalkapallojoukkueesta, tiedettiin siis paljon. Tätä kuvaavat esimerkit 3 ja 4:

Esimerkki 3 / Perhe 1:

A: Minä muistan kun me katottiin, vaimo ei ollu nähny niitä elokuvia niin, silloin ku alettiin seurustelemaan ja oltiin oltu pitkään jo yhdessä ni, minusta oli tosi hämmäntävää ku katottiin ne elokuvat ja jännitti että mitenkähän tämä mahtaa päättyä, ite osas dialoginki jo ulkoo sieltä.

Esimerkki 4 / Perhe 5

A: No sitä ohjelmaa mie katon aika paljon. Sitä on tullu monta kautta, mut sit muistan osan jaksoista silleen ulkoo, et muistan mikä sen nimi on ja sit ku selaan sitä netistä, ni muistan et se oli sillä ja sillä kaudella ja muistan ihan ulkoo et näin.

Edellä olevat lainaukset ovat esimerkkejä faniudelle tyypillisestä perehtyneisyydestä, joka näissä tapauksissa on saavutettu katsomalla toistuvasti elokuvia tai sarjaa.

Omistautuneisuuteen liittyen yhden vanhemman vastauksissa tulkittiin olevan viitteitä affektiivisesta suhteesta faniuden kohteeseen:

Esimerkki 5 / Perhe 5

A: Mä oon vähän semmonen ihminen et jos mie kiinnyn johonkin juttuun hirveesti, ihan sama onko se joku ohjelma tai just mikä tahansa tommonen, tietyt vaatteet tai väri tai näin niin sit se menee vähän niinku jopa yli, mie oon koittanu sitä hillitä. (...) Se on jotenki ihan hullua, niinkö pitää siitä niin paljon.

Esimerkin 5 mukaista affektiivisuutta ei ilmennyt muiden vanhempien käsityksissä. Affektiivisuuteen palataan kuitenkin vielä lasten faniutta käsiteltäessä, sillä myös yhdellä lapsista tulkittiin olevan voimakkaan affektiivinen suhde faniuden kohteeseen.

Faniuden intensiivisyydestä kertoivat lisäksi vanhempien käsitykset faniuden kohteen ajattelemisesta. Kaikki vanhemmista totesivat faniuden kohteen ajattelemisen olevan heille päivittäistä, ja osa kertoi ajattelevansa kohdetta useamman kerran päivässä. Välillä faniuden kohdetta ajatellaan tarkoituksella, ja toisinaan taas ympäristö laukaisee kohteeseen liittyvät ajatukset, kuten esimerkit 6 ja 7 osoittavat:

Esimerkki 6 / Perhe 1:

A: Et tuota, kiinnittää huomiota kaikkeen Star Wars -juttuun ympärillään ja sitten tuota, kyllä mieltii ja varsinkin nyt tässä vaiheessa, kun on koko ajan uusia elokuvia tulossa, niin kyllä sitä seurailee mitä siellä tapahtuu ja pohtii ja mieltii ja tämmösiä, että kyllä päivittäistä se on ihan niinku selkeästi.

Esimerkki 7 / Perhe 2

H: No miten usein sulla on niinku ajatuksissa vaikka niitä Pokemon Go:hun liittyviä asioita?

A: Useemman kerran päivässä. (naurua)

H: Joo.

A: (Naurua) En osaa sanoa, vähän vaihtelee sit että mut että, on töissäkin päällä aina välillä, ja sitten tulee wappiryhmästä viestiä ja muuta että on, kyllä sen tässä huomaa päivän mittaan.

Kohteen ajattelemisen näkökulmaan ei pureuduttu haastatteluissa tätä tasoa tarkemmin. Olennaista kuitenkin oli se, että faniuteen liittyviä asioita myös ajateltiin intensiivisesti.

Keräily ja fanitavarat

Viidellä kuudesta vanhemmasta faniuteen liittyi jonkinlainen keräily. Neljä vanhemmista oli keräillyt fyysisistä tavaraa ja yksi virtuaalisia pokemoneja. Keräilyssä

kohteena olivat heitä itseään kiinnostavat tavarat, eikä kaikkien faniuden kohteeseen liittyvien tuotteiden keräilyä koettu välttämättömänä. Lisäksi esimerkin 8 mukaisesti osa tavaroista oli käyttöä varten, ja osaa puolestaan varjeltiin tarkemmin:

Esimerkki 8 / Perhe 1:

A: Joillakin saattaa olla vähän isompi merkitys, just jollain nimikirjotuksilla ja semmosilla, mutta tuota, on käyttötavaraa ja sitte on semmosta tavaraa, mitä pitää ehkä pikkusen tarkemmin.

Osalla vanhemmista fanitavaroiden keräily liittyi haluun ilmentää faniutta ulospäin. Tätä kuvaa esimerkki 9:

Esimerkki 9 / Perhe 3:

A: Mut on mulla toki kaikkia niitä avaimenperiä ja niitä kuppeja ja... Kyllä ne sit kuitenkin on semmonen pikku trophy. Vähä niinku todiste faniudesta, (naurahdus) tavallaan. Että muut tietää kanssa, että toi kuuluu tähän.

Osittain fanitavaraan liittyi siis edustamista: haluttiin julkisesti esittää kuuluvansa tietyn faniuden piiriin. Osa vanhemmista käytti esimerkiksi fanivaatteita, kuten paitoja tai piti muuta fanitavaraa kotonaan kaikkien nähtävillä. Lisäksi yksi vanhemmista oli ottanut faniuden kohteeseen liittyviä tatuointeja. Edustaminen liittyy samalla faniuden yhteisölliseen näkökulmaan, josta raportoidaan myöhemmin tässä luvussa.

Yksi vanhemmista kertoi lisäksi fanitavaraan liittyvästä suuremmasta haaveestaan:

Esimerkki 10 / Perhe 1:

A: Kyllä minulla itsellä on ihan tämmönen pitkäaikainen fantasia stormtrooper-asusta että se ois tosi hieno mutta ei vielä ainakaan.

Tämä oli ainoa haastatteluissa ilmennyt maininta fanitavarasta haaveilusta ja siihen liittyvästä tavoitteellisuudesta.

Yhteisöllisyys aikuisten välillä

Faniuden yhteisöllisyys esiintyi moninaisesti tutkielman aineistossa. Ensiksi, useiden vanhempien kaveripiireissä oli saman kohteen faneja, ja heidän kanssaan myös puhuttiin faniudesta. Toisaalta faniutta pidettiin myös tutustumisen lähtökohtana:

Esimerkki 11 / Perhe 3:

A1: (...) oli ihan kiva sitte kuitenkin siellä stadionilla tapas muita faneja. Niitten kans juteltiin (...)

A2: Joittenki kanssa se on melkeen ainut puheenaihe sitte. Tai semmonen niinku yhteinen asia. Meilläki [työyhteisössä] niin monen ikästä sit et on kuuskymppistä ja parikymppistä.

Yllä olevien esimerkkien mukainen tutustumisaspekti tuli esille lähinnä urheilufaniudessa, kun taas toisilla fanivanhemmilla yhteisöllisyys painottui omaan kaveripiiriin.

Toinen selvästi urheilufaniuteen liittyvä faniuden piirre oli kilpailuhenkisyys, mistä kertoo esimerkki 12:

Esimerkki 12 / Perhe 3:

A1: Mut toisaalta mä teen usein sitä, että jos Manu voittaa, nii mä laitan seuraavana päivänä sen paidan päälle niinku ihan vaan kuitiks työkaverille, että taas kävi näin tai jotain vastaavaa.

Tiettyä joukkuetta kannattavat fanivanhemmat siis naljailivat toisten joukkueiden kannattajille pukeutumalla oman joukkueen fanipaitaan ja väittelivät heidän

kanssaan. Toiminta ei kuitenkaan ollut vakavaa vaan pikemminkin leikkimielistä ja hauskaa.

Osalla vanhemmista myös internetin faniyhteisöihin kuuluminen oli osa fanitoimintaa. Alustoja tälle olivat erilaiset sosiaalisen median yhteisöt. Niissä keskusteltiin faniuden kohteeseen liittyvistä asioista tai esimerkiksi jaettiin havain- toja hyvistä pokemoneista Pokemon Go-pelissä. Faniyhteisöjen toimintaan osal- listuminen oli myös hyvin säännöllistä.

Toiset vanhemmat taas tyytyivät tarkastelemaan faniyhteisöjä ulkopuo- lelta:

Esimerkki 13 / Perhe 1

A: Ja tuota, ehkä siihen, vaikka ei itse siinä sellaisessa faniyhteisössä oo mu- kana sen enempää, niin arvostan ja kunnioitan sitä kyllä ja tavallaan ihmet- telenkin välillä sitä, että miten iso ja miten tavallaan vaikutusvaltanen, mo- nenlaiseen asiaan sillä vaikutetaan ja tehdään hyvää sen nimissä. Joku 501st Legion vaikka, joka tekee tosi paljon hyväntekeväisyyttä sitte. Niin niin, toistaiseksi seuraillut sitä sitten vähän sivummalta, mutta eihän sitä kos- kaan tiä.

H: Ootsää muuten millään keskustelufoorumeilla tai tällasilla niinkun ne- tissä käyny?

A: Oon käyny, mutta en mitenkään sillä tavalla säännöllisesti. Aina sillon tällön käy kattomassa, että mitä kuuluu.

Vaikka esimerkin 13 vanhempi ei itse osallistu yhteisöjen toimintaan, hän silti seuraa keskustelua ja arvostaa yhteisöjen toimintaa. Toisaalta hän myös pitää mielen avoimena mahdollista aktiivisempaa osallistumista varten.

Yksi vanhemmista puhui suoraan myös kuuluvuuden tunteesta esimerkin 14 mukaisesti:

Esimerkki 14 / Perhe 3:

A: No mulle se antaa kuitenkin semmosen niinku et kuuluu johonki. No se täsmää niin tohon ihan paikalliseen joukkueeseen kun sitte taas tohon ManU:un, että tota, on... Kuuluu johonki porukkaan kel on samanlaiset ajatukset ja tykätään samoista jutuista. Se on... En mä osaa oikein sanoa miten sen nyt kuvaan mutta tosiaa et se vähän luo semmosta tiettyä itsetuntoo et hei mä oon osa jotain isompaa juttua.

Esimerkin vanhemmalle faniudella oli siis selkeä sosiaalinen merkitys. Hänen käsityksessään faniuden vaikutus ulottui identiteettiin saakka, ja kuuluvuuden tunne paransi hänen itsetuntoaan.

6.1.2 Lasten fanius

Faniuden intensiivisyys

Lasten fanius ei näyttäytynyt yhtä intensiivisenä kuin vanhempien, mutta tästä huolimatta heidän käsityksistään poimittiin joitakin intensiivisyyden elementtejä. Ensiksi, myös lapset ajattelivat faniuden kohdettaan lähes päivittäin. Monessa tapauksessa faniuden kohteen ajattelu oli kytkeytynyt tavaraan tai muuhun käytännön asiaan, mikä ilmenee seuraavista esimerkeistä:

Esimerkki 15 / Perhe 1:

H: Okei. No sitte sama kysymys, minkä [isällekin] esitin, että kuinka usein sä ajattelet Star Warsia?

L: Kyl mä silleen joka päivä, ku sitä tavaraa on kumminkin niin paljo mun huoneessa, nii tulee vaan mieleen aina.

Esimerkki 16/ Perhe 3

H: Aatteletsä usein tota jalkapalloo tai sit sitä suosikkijoukkuetta?

L: Joo!

H: Joka päivä vai?

L: No.. Joka päivä ku on melkein joka päivä reenit ni kyl mä sitte jalkapalloo ajattelen niinku.. Suunnilleen joka päivä. Ku me pelataan koulussaki joka päivä jalkapalloo ni, kyllä sitä ajattelee aika paljon.

Kuten otoksen vanhemmilla, myös lapsilla faniuden kohteen ajattelu alkoi siis usein ulkoisesta ärsykkeestä, edellä olevissa esimerkeissä jalkapallotreeneistä tai fanitavarasta.

Yhdellä lapsista tulkittiin olevan voimakas affektiivinen suhde faniuden kohteeseen. Hän kertoi, ettei pysty aina katsomaan suosikkijoukkueensa pelejä, sillä hän eläytyy niihin niin vahvasti. Lapsen kertoman mukaan suosikkijoukkueen häviäminen tuntuu erityisen pahalta. Muiden tähän tutkimukseen osallistuneiden lasten faniudessa ei ilmennyt tämänkaltaisia voimakkaita tunteita faniuden kohteeseen liittyen.

Keräily ja fanitavarat

Vanhempien tapaan myös otoksen lapsilla esiintyi keräilyä tai vähintään joidenkin fanitavaroiden omistamista. Osa tavaroista oli näissäkin tapauksissa käyttöä varten, kun taas osa tavaroista koettiin ulkomuodon tai harvinaisuutensa puolesta ennen kaikkea koristeeksi. Yhdellä lapsista oli pokemon-pehmoleluja, ja hän kertoi esimerkki 17:n mukaisesti näihin tavaroihin liittyvän edustamista:

Esimerkki 17 / Perhe 2:

L: No on se nyt ihan kivaa semmosta keräilytavaraa, et niinku tulee näytetty kavereilleki, et jotkut on vaa ollu sillai "Mist sä oot noit löytänyt" ja mä oon et "Äiti tilas netistä ja ne tuli joskus kolmen viikon sisään".

Tässä tapauksessa harvinaisella fanitavaralla saatiin siis positiivista huomiota kavereilta. Esimerkki 17 osoittaa myös, kuinka aikuinen saattaa tukea lapsen faniutta ostamalla keräilytavaraa.

Lasten fanitavaroissa on kuitenkin oma erityislaatuisuutensa aikuisten tavaraan nähden: lelut. Niillä oli oma roolinsa otoksen lasten faniudessa ja faniuteen liittyvässä leikissä.

Leikki

Fanitavaroilla, eli monessa tapauksessa faniuden kohteeseen liittyvillä leluilla, leikkiminen oli yleisin fanileikin muoto tässä tutkimuksessa. Yksi tutkimukseen osallistuneista lapsista ei enää leikkinyt fanitavaroillaan, mutta muiden lasten toimintaan fanileikki kuului aktiivisena osana. Faniuden kohde ja tavarat olivat kuitenkin vain inspiraationa lasten leikeille, mikä ilmenee seuraavista aineistokatkelmista:

Esimerkki 18 / Perhe 5

H: Kun sä leikit niillä niin onks ne [lelufiguurit] sun leikeissäkin niitä sarjan hahmoja vai..?

L: (...) Eri hahmoja.

Esimerkki 19 / Perhe 1:

H: Okei no mikä susta on kivaa noissa Star Wars -leluissa ja tavaroissa?

L: No ku niillä voi leikkii niitä outoja ja hulluja leikkejä. Joo.

H2: Millasia ne oudot ja hullut leikit on?

L: Jotai, et otetaan valomiekat käteen ja sitte toinen laittaa kypärän päähän ja silleen "waaah"! Joo.

H2: Onks ne vähä semmosii mielikuvitusleikkejä?

L: O.

H2: Ootteks te joskus niinku niitä hahmoja siitä Star Warsista vai?

L: Ei.

H2: Et se on vaan niinku niillä tavaroilla?

L: Joo.

Fanileikkiin otettiin siis vain elementtejä alkuperäisistä tuotteista, ja leikit saattoivat jalostua hyvinkin kauas faniuden kohteesta. Edellisessä esimerkissä 19 lapsi kertoi, ettei leikillä ollut kytköstä Star Warsin hahmoihin, vaikka käyteyt lelut edustivatkin alkuperäistarinaan kuuluvaa materiaalia.

Tavaroilla leikkimisen lisäksi osalla lapsista faniuteen liittyi muutakin leikkiä tai leikkiin rinnastettavaa toimintaa. Näitä olivat roolileikki ilman fanituotteita, pantomiimileikki, jossa arvuuteltiin pokemoneja, sekä piirtäminen.

Faniuden kohteen vetoavuus

Lapset kertoivat haastatteluissa, mikä heitä kiinnostaa faniutensa kohteissa. Valtaosa jotakin sarjaa tai elokuvia fanittavista lapsista piti heitä miellyttäviä hahmoja erityisen vetoavina. Hahmojen lisäksi osa lapsista piti tärkeänä sarjan tai elokuvien juonta ja etenkin niiden toiminnallista puolta, mitä esimerkki 20 kuvaa hyvin:

Esimerkki 20 / Perhe 1

L: *Ehkä se niinku, se hyvä juoni ja niinku on jännää ja ihmisiä kuolee (naurua).*

Hahmojen ja toiminnallisuuden tärkeä rooli lasten faniudessa oli tämän tutkielman kirjoittajien keskeinen löydös myös kandidaatintyössä (Räisänen & Tuovinen 2016).

Jalkapallojoukkuetta fanittava lapsi kertoi häneen vetoavan sen, että faniuden kohteesta voi ottaa mallia:

Esimerkki 21 / Perhe 3:

L: (...) kyllä se on kiva kattoo ku ne osaa pelata siinä ja yrittää ottaa ite mallia ja sitte reenailla kovempaa et pääsis sinne pelaamaan.

H: Miltä susta tuntuu ku sä katot niitä pelejä?

L: Hyvältä. Varsinki ku mä fanitan sitä yhtä pelaajaa, joka pelaa samalla paikalla ku minä, ni sit ku se tekee maalin ni silloin se on hyvä.

Esimerkissä 21 faniuden kohde toimi siis roolimallina. Muut lapset eivät maininneet haastatteluissa mallin ottamista, mutta tämä saattaakin olla erityisesti lasten urheilufaniuden piirre.

Yhteisöllisyys lasten kesken

Vanhempien haastatteluaineistossa oli runsaasti puhetta aikuisten fanien välisestä yhteisöllisyydestä, mutta lasten haastatteluissa tämä ei tullut niin laajasti esille. Neljä lapsista kuitenkin mainitsi juttelevansa faniuden kohteesta kavereiden kanssa. Fanijuttelun tarkempi sisältö ei näkynyt haastatteluissa yhden lapsen kertomaa lukuun ottamatta. Tämän Star Warsia fanittavan lapsen mukaan he vaihtavat kavereiden kanssa mielipiteitä elokuvista.

Lisäksi Pokemon Go:ta pelaavilla lapsilla oli kavereiden kesken oma Whatsapp-ryhmä pelistä keskustelemista varten. Ryhmän toiminta keskittyi pääasiassa pokemon-havaintojen vaihtamiseen sekä yhdessä pelaamisesta sopimiseen.

6.1.3 Yhteenveto

Aikuisten faniuteen liittyi tässä otoksessa intensiivisyyttä, keräilyä sekä yhteisöllisyyttä fanikavereiden sekä suurempien faniyhteisöjen välillä. Erityisesti urheilufaniuteen liittyi lisäksi leikkimielistä kilpailuhenkisyttä sekä tutustumista toisiin faneihin.

Lasten faniudessa oli useita samoja elementtejä kuin aikuisten faniudessa, vaikkakaan ei tässä aineistossa niin laajassa mittakaavassa. Näitä olivat tietyt intensiivisyyden piirteet, erityisesti faniuden kohteen päivittäinen ajattelu, keräily sekä jossain määrin yhteisöllisyys. Aikuisista poiketen nuorimpien lasten faniuskäsityksissä korostui leikin tärkeys, mikä antoi myös käytännön merkityksen fanitavaroille ja -leluille.

Vaikka tässä luvussa aikuisten ja lasten faniuksia on käsitelty toisistaan erillisinä, näkyi fanius ennen kaikkea yhteisenä toimintana haastateltujen perheiden arjessa. Yleisin faniuteen liittyvä toiminta oli ohjelmien, elokuvien tai jalkapallopelien katsominen. Tämän lisäksi kohteista juteltiin, niihin liittyviä pelejä pelattiin ja fanituotteita keräiltiin yhdessä. Ainoastaan yhdessä perheessä mainittiin fanileikki perheen yhteisenä toimintana. Pokemon Go:ta fanittavassa perheessä leikittiin toisinaan pantomiimileikkiä, jonka aiheena oli pelistä tutut hahmot.

6.2 Fanius ja perhesuhteet

Tämän luvun ohjaavana kysymyksenä on, miten fanius on yhteydessä perheenjäsenten yhteiseen toimintaan ja ajanviettoon. Pääasiassa kysymykseen saatiin muodostettua vastauksia vanhempien ja lasten välisten suhteiden osalta. Kuitenkin myös vanhempien ja heidän puolisoitensa sekä lasten ja heidän sisarustensa välisistä suhteista saatiin sen verran tietoa, että tiettyjen johtopäätösten tekeminen otoksen osalta oli mahdollista. Luvun aluksi kerrotaan perheiden faniuden alkuperästä, ja sen jälkeen esitellään perheenjäsenten käsityksiä faniuden ja perheen suhteesta.

6.2.1 Faniuden alkuperä

Suurimmassa osassa perheistä fanius oli lähtöisin perheen aikuiselta. Osassa perheistä huomattiin perheenjäsenten siirtäneen faniutta seuraaville sukupolville, joissain faniuden kohteesta oltiin kuultu kaverilta tai sukulaiselta, ja osassa taas kohde huomattiin ensimmäisenä median kautta. Jotkut perheenjäsenet eivät osanneet kertoa, mistä fanius oli lähtöisin.

Joissain perheissä perheenjäsen oli kuullut faniuden kohteesta kaveriltaan tai sukulaiseltaan, minkä seurauksena muutkin perheenjäsenet lopulta innostuivat faniuden kohteesta. Urheilufanius oli erään vanhemman kohdalla alkanut veikkauspelivoitosta. Mediafanius oli useammin lähtöisin tv:stä tai muusta uutisoinnista. Näissäkin tapauksissa fanius oli perheen sisällä lähtöisin useimmiten perheen vanhemman kiinnostuksesta: eräässä perheessä vanhempi etsi lapselleen uutta tv-ohjelmaa ja innostui samalla ohjelmasta itse.

6.2.2 Sukupolvia yhdistävä tekijä

Kaikissa haastatelluissa perheissä fanius koettiin sukupolvia yhdistäväksi tekijäksi. Vanhempien ja lasten vastauksista eroteltiin kolme näkökulmaa, jotka esitellään seuraavaksi. Ensimmäiseksi, kolmessa perheessä fanius oli siirtynyt vanhemmalta lapselle tai lapsille. Vähintään jossain määrin tämä siirto on ollut tarkoituksenmukainen, vaikkakin vanhemmat korostivat, ettei faniutta ole missään vaiheessa ”tuputettu” lapsille. Haastatteluissa vanhemmat kertoivat joko itse tutustuttaneensa lapset faniuden kohteen pariin tai lasten kiinnostuksen heränneen näiden seurattessa vanhemman faniutta.

Esimerkki 22 / Perhe 1

A: Kai se ihan alunperin on lähtöisin minusta kyl aika pitkälti että se on minkä kanssa ite on lapsuuden viettäny...

Esimerkki 23 / Perhe 3

A1: Sä oot ollu niin pieni, ku sä päätit että se on [jalkapallojoukkueen nimi]. Se on varmaan ollu sen kolme, neljä vuotta.

A2: Nii, sä olit ihan pieni. Ehkä vähä äitin mukana, mutta...

Vanhemmat kokivat sukupolvien välisen faniuden siirtymän mukavaksi, mikä näkyy esimerkeistä 24 ja 25:

Esimerkki 24 / Perhe 1:

A: Siis on se tärkeä juttu, ihan silläkin, että tuota se on itselle tärkeä asia ja onhan se sitten mukava, että on omiin lapsiin saanu sen jotakin kautta sen saman kiinnostuksen heräämään.

Esimerkki 25 / Perhe 5

A: On se kivaa. Vaikka en minä ole, että lapset tykkää kaikista samoista mistä ite tykkää, nii niitä yhteisiä mielenkiinnon kohteita on niin paljon, niisit on semmonen hyvin onnistunut olo vanhempana, kun on saanu ujutettua, ei voi sanoa aivopestyä, mut siis ujutettua et nää on silleen "hei toi on aika kiva juttu".

Vastauksista ilmenee, että oma faniuden kohde koettiin tärkeäksi, ja tästä syystä se haluttiin esitellä myös lapsille. Yhdessä perheessä saman kohteen faniutta esiintyi jo kolmannessa polvessa. Tästä kertoo esimerkki 26:

Esimerkki 26 / Perhe 1:

A: (...) mut ne on semmosia seikkailuelokuvia että ne kuitenkin yhdistää sukupolvia niin paljon että muistan että oma isä on ollut hirveen kiinnostunut niistä ja on käynyt katsomassa kaikki ja sitä kautta sitten näyttäneet ne minulle ja minä oon näyttäneet niitä eteenpäin.

Tietyt viihdekulttuurin tuotteet, esimerkin tapauksessa Star Wars, ovat kymmeniä vuosia vanhoja, mutta tuomalla jatkuvasti uusia tuotteita ja materiaaleja markkinoille niille saadaan helposti faneja myös nuoremmista sukupolvista. Esimerkki 26:n vanhempi korostaa lisäksi Star Wars -elokuvien konseptia (seikkailuelokuva) sukupolvia yhdistävänä tekijänä.

Toinen vastauksista muodostetuista näkökulmista on, että yhteinen fanius koettiin linkkinä lasten maailmaan. Tämä käsitys toistui vanhempien vastauksissa usein. Monet vanhemmista kokivat olevansa ulkona lasten kulttuurista, ja

yhteisen faniuden kohteen katsottiin tuovan tavallaan ikkunan lasten maailmaan. Esimerkit 27 ja 28 kuvaavat tätä näkökulmaa:

Esimerkki 27 / Perhe 2:

A: No, on se niinku mukavaa mitä kaikki muukin kun nää vielä rupee oleen ikäsiä ettei äitin kanssa välttämättä enää ihan kaikkea tehdä että niin sillei mukavaa yhteistä touhua justiinsa. Ja sit että pysyy perillä kun mitä äiti just ite sanoo vaikka pelaa että ku ei se muista kaikkien nimiä ni ei voi osallistuu siihen leikkiin sitte, että enemmän on yhteisiä asioita sitte poikien kanssa ja pysyy perillä niitten maailmasta ja ehkä kertovatkin sitä myötä mulle enemmän asioita taas ni. Että kyllä mä siltäki kannalta sen ihan hyödyllisenä koen.

Esimerkki 28 / Perhe 5

A: Tottakai se on tärkeetä et lapsilla on silleen juttuja joista ne tykkää ja et ite voi tukea ku tietää niistä jutuista mistä niinkö lapset puhuu. Et ku noilla on kaikkia semmosia pelejä niinku toi juttu mikä on noilla ekaluokkalaisilla tosi kova et mie en ymmärrä siitä mitään ja sit se vähän jotenki ärsyttää et ei osaa olla siinä hommassa mukana lapsen kans. Ja sit ku ite tietää semmosia, et ku lapset kysyy jotain ja osaan vastata ni tulee semmonen hyvä fiilis.

Osa vanhemmista ajatteli siis, että yhteinen faniuden kohde estää heitä joutumasta ulkopuoliseksi. Tämä ei kuitenkaan ollut kenellekään syy tietyn kohteen fanitukselle.

Yhden lapsen vastaus viittasi siihen, että fanius voisi olla myös lapsille linkkinä aikuisten maailmaan. Tämä lapsi sanoi yhteisen faniuden kohteen tuovan lisää puheenaiheita lasten ja vanhempien väliselle keskustelulle. Tämä oli lasten kohdalla ainoa perusteltu maininta sukupolvien välisestä linkistä, joten se jää nyt vain kiinnostavaksi yksittäistapaukseksi.

Kolmas näkökulma on, että yhteinen fanius on mieluisaa ja hauskaa. Tämä näkökulma toistui sekä vanhempien että lasten vastauksissa. Lapsilta ei saatu

suoria perusteluita yhteisen faniuden mielisuudelle, mutta kaikkien lasten mielestä yhteinen fanius ja siihen liittyvä vanhempien kanssa puuhaileminen oli hauskaa. Kaikki vanhemmat olivat myös samaa mieltä. Heidän mukaansa kaikesta yhteisestä tekemisestä yhteinen fanius erottuu nimenomaan siksi, että se varmasti kiinnostaa kaikkia osanottajia.

Edellä on puhuttu eri sukupolvia yhdistävästä faniudesta, mutta samalla tavoin osassa perheistä fanius yhdisti myös samaa sukupolvea. Toisin sanoen, osa vanhemmista jakoi saman faniuden kohteen puolisonsa kanssa, ja neljässä viidestä perheestä lapset fanittivat samaa kohdetta kuin heidän sisaruksensa. Faniutta harjoitettiin siis myös erikseen perheen sukupolvissa. Tämän lisäksi on huomattava, ettei kaikki samaan kohteeseen liittyvä fanius ollut yhteistä tekemistä vaan siihen liittyi myös henkilökohtainen taso. Henkilökohtaisen faniuden tasoon sisältyi sellaista tekemistä, mitä ei tehty koko perheen kanssa, kuten fanifoorumeiden selaamista, yksin pelaamista tai faniuden kohteen miettimistä. Faniuden eri tasojen ajankäyttöllinen rakenne ei tullut selkeästi esille, mutta vastaajien käsityksissä korostui sukupolvien välisen faniuden merkittävyys.

6.2.3 Perheen yhteinen aika ja fanius

Lapsilta ei tullut suoraan yhteiseen aikaan liittyviä mainintoja, mutta kaikki vanhemmat pitivät perheen yhteistä aikaa tärkeänä, ja suurin osa heistä ajatteli yhteisen faniuden vaikuttavan positiivisesti perheen yhteiseen aikaan. Osa vanhemmista esimerkiksi pohti, ettei perhe viettäisi niin paljon aikaa yhdessä, jos perheenjäsenillä olisi erilaiset kiinnostuksen kohteet. Tästä syystä yhteinen fanius koettiin erityisen tärkeäksi. Yhden perheen vanhempi oli kuitenkin eri mieltä ja totesi, ettei yhteisellä faniudella ole vaikutusta perheen yhteiseen aikaan:

Esimerkki 29 / Perhe 1:

A: Ei se oikeestaan vaikuta, vaikuta sillä tavalla. Et se on niinku, siis todennäköisesti, siis ajankäytöllisesti katellaan niitä elokuvia yhdessä ja ne, jotka liittyy tähän asiaan, niitä harvemmin tehdään enemmän yksin vaan tehdään yhdessä. Pelataan peliä, niin pelataan yleensä L1:n kanssa. L2 saattaa käydä siinä kattelemassa. Jos me ei tehtäs sitä, niin todennäköisesti tehtäs jotain muuta sitte yhdessä. Et ei siinä sillä tavalla oo mitään, että se mitenkään erityisemmin vaikuttais. Ehkä ainut, mikä vois olla, että jos tulis joku ihan mieletön Star Wars -peli, mikä ois vähän korkeemmalla ikärajalukuksella, niin sitte saattais olla, että istusin öitä yksin tossa sohvalla pelaamassa, mutta ei oikeestaan muuten millään lailla.

Tässä tapauksessa yhteinen fanius näyttäisi olevan lopulta vain yksi aktiviteetti muiden joukossa, vaikkakin sillä on erityinen paikka niin vanhemman kuin lasten elämässä.

Perheenjäsenet kertoivat fanitoimintaan kuluvan aikaa hyvin vaihtelevasti. Tässä tutkimuksessa sillä perheellä, jonka jäsenillä esiintyi urheilufaniutta, fanitoiminta oli säännöllisempää kuin media- tai popkulttuurifaniutta harjoittavilla perheillä. Tätä eroa ilmentävät seuraavat esimerkit:

Esimerkki 30 / Perhe 3:

H: No osaatteko arvioida, kuinka paljon aikaa te tähän fanitoimintaan käytätte, vaikka viikossa?

A2: No jo jalkapalloon pelkästään, jos treenit lasketaan ja kaikki, ni se on...joka päivä.

A1: Puhutaan kymmenistä tunneista jo sitte viikossa.

Esimerkki 31 / Perhe 4:

H: Kuinka paljon te käytätte aikaa tohon Star Warsiin eri muodoissaan?

A: Hirveen vaihtelevasti. Tosi vaikee sanoo sillälailla mitään aikamäärettä että joskus voi varmaan olla kuukausi ilman mitään sen kummempaa ku

satunnaista värityskuvaa tai legoleikkiä ja joskus se on sitte huomattavasti enemmän pinnalla.

Fanitoimintaan kerrottiin toisinaan kuluvan paljonkin perheenjäsenten vapaa-aikaa ja joissain tapauksissa jopa työaikaa. Runsasta ajankäyttöä fanitoiminnan parissa ei kuitenkaan koettu ikäväksi tai ongelmalliseksi:

Esimerkki 32 / Perhe 3:

A2: Kaikki aika siihen vaan menee, mutta ei se nyt sinänsä haittaa mua.

7 POHDINTA

Tutkielman tuloksissa erotettiin useita tutkimuskirjallisuudessa määritettyjä, faniudelle tyypillisiä piirteitä. Osa piirteistä, kuten omistautuneisuus ja perehtyneisyys, kuuluivat jokaisen perheen faniuksiin. Omistautuneisuus onkin yksi keskeisimmistä faniutta määrittävistä kriteereistä, ja sen merkityksestä kertoo jo fani-sanana alkuperä (ks. Hirsjärvi & Kovala 2007, 246–247). Osa faniuden piirteistä ei voitu todeta olevan kaikilla perheillä tai perheenjäsenillä, mutta kuitenkin osalla. Affektiivisuutta, eli voimakasta emotionaalista kiintymystä faniuden kohteeseen, todettiin olevan pienellä osalla haastatelluista. Tähän johtopäätökseen tultiin arvioimalla haastateltujen omaa kuvailua faniuden voimakkuudesta. Yhdessä tapauksessa affektiivisuudesta kertoi haastatellun käyttämä sanasto. Kuvaukset, kuten ”mennä yli” ja ”hullua pitää jostakin paljon” edustavat hulluuteen ja addiktioon liittyvää sanastoa, ja se on yksi fanien käyttämä keino suhteen voimakkuuden kuvailuun. Tämä on samalla esimerkki fanien itseironiasta eli itsensä asettamisesta leikkimielisesti ”hullun” rooliin. (Ks. Nikunen 2005, 127–128.)

Syytä siihen, miksi affektiivisuus ei näkynyt aineistossa enempää, on vaikea määrittää. Voi olla, etteivät tutkielmassa käytetyt haastattelukysymykset tukeet faniuden emotionaalista puolesta kertomista – eikä se toki ollutkaan tutkielman olennaisena intressinä – ja toisaalta on aivan mahdollista, ettei osallistuneiden perheenjäsenten fanius ollut voimakkaan affektiivista. Tämä rohkaisee pohtimaan, ettei faniuteen välttämättä liity voimakkaita tunnekokemuksia vaan fanius on pikemminkin liukuva asteikko, jolla tunnepitoisuudet vaihtelevat muiden piirteiden kanssa. Kaiken kaikkiaan korostuneet faniuden piirteet vaihtelivat perheittäin. Piirre-eroja oli myös vanhempien ja lasten välillä: esimerkiksi lasten käsityksissä ei esiintynyt itseironiaa ja vanhemmilla taas esiintyi vahvemmin faniuteen liittyvää sanastoa. Löydetyt erot perheenjäsenten faniudessa kertovat faniuden subjektiivisesta luonteesta.

Tulosten perusteella faniudella vaikuttaisi olevan rooli identiteetin rakennuselementtinä. Tutkielmassa ilmennyt kuuluvuuden tai yhteisyyden tunne on

yksi faniuden piirteistä (Groene & Hettinger 2015, 2), ja se liitetään usein etenkin urheilufaniuteen (Turtiainen 2008, 61–62; Reysen & Branscombe 2010, 177). Fyyminen yhteisöllisyys korostui selvästi tutkielmaan osallistuneen jalkapallofaniperheen käsityksissä. Perheenjäsenet viettivät paljon aikaa yhdessä katsoen jalkapalloa tv:stä sekä osallistumalla yhdessä lasten harjoituksiin ja peleihin. Vanhemmat puhuivat kuuluvuuden tunteen merkityksellisyydestä: siitä, että oli osa jotain suurempaa yhteisöä. Yhteisyyden lisäämiseen pyrittiin tutustumalla muihin faneihin. Lisäksi, kun tarkastellaan erityisesti urheilufaniperheen äidin käsityksiä, on helppoa vetää yhteys Reysenin ja Branscomben (2010, 181) tutkimustulokseen, jossa urheilufanit olivat muita faneja sitoutuneempia toimintaan ja yhteisöön.

Identiteetin luontiin liittyy myös faniuden ilmaiseminen ulospäin (Groene & Hettinger 2015, 3). Tuloksissa tämä itseilmaisus näkyi esimerkiksi puheena fanipaitojen käyttämisestä sekä fanitatuointien ottamisesta. Fanivaatteita oli sekä vanhemmilla että lapsilla, mutta lapset eivät kuitenkaan puhuneet vaatteiden merkityksestä vanhempien tavoin. Itseilmaisulla voidaan tulosten perusteella ajatella olevan kaksi funktiota: Ensiksi faniasusteet vahvistavat faniuden kohteeseen identifioitumista ja toiseksi ne tuovat fanin osaksi yhteisöä. Toisaalta asusteet viestivät faniudesta myös muille kuin faneille. Lisäksi Lamerichs (2011) sekä Rahman, Wing-Sung ja Hei-man Cheung (2012, 320) korostavat fanin ja fanitet-tavan hahmon suhdetta pukeutumisen motivoivana tekijänä cosplayn näkökulmasta. Cosplay on mediafaniuden ilmiö, jossa henkilö pukeutuu ihailemakseen hahmoksi (Lamerichs 2011). Olennainen tekijä pukeutumisessa on kiintymys hahmoa ja sen persoonaa kohtaan (Rahman, Wing-Sung ja Hei-man Cheung 2012, 320). Perheiden jäsenet eivät kuitenkaan maininneet suhteensa johonkin hahmoon vaikuttavan heidän pukeutumiseensa, vaikka esimerkiksi Adventure Time -sarjaa fanittavalla äidillä oli tatuointeja sarjan hahmoista.

Tutkielman teoriaosuudessa pohdittiin lyhyesti urheilufaniuden paikkaa osana populaarikulttuurin faniutta, viitaten Fornäsin (1998, 177) ja Heinosen (2003, 63–64) määrittelyihin. Ainakin tässä tutkielmassa urheilun ja siihen liittyvä faniuden voidaan katsoa kuuluvan populaarikulttuurin, ja myös mediafaniuden,

piiriin. Populaarikulttuurille tyypillinen voimakas tuotteistaminen toistui haastattelun urheilufaniperheen vanhempien ja lasten käsityksissä esimerkiksi puheena joukkueumukien ja -huivien keräilystä sekä pelimatkoista, joihin sisältyi faneille kohdistettuja, maksullisia lisäaktiviteetteja. Mediafaniuden piiriin kuulumisen voidaan puolestaan perustella etenkin joukkueen ja pelaajien seuraamisella sosiaalisessa mediassa sekä usein toistuvilla perheen yhteisillä illoilla, jolloin pelejä katsotaan tv:stä. Näiden argumenttien perusteella on syytä pohtia, kannattaako urheilufaniutta irrottaa populaarikulttuurista ja mediafaniudesta, ja voiko näin edes tehdä. Faniuden peruselementit vaikuttaisivat olevan samat kohteesta riippumatta, vaikka urheilufaneilla korostuivatkin tietyt piirteet, kuten ryhmäidentiteetti (ks. Reysen & Branscombe 2010).

Tutkimuskysymys 1a käsitteli aikuisten ja lasten faniuden piirteitä ja niiden erityispiirteitä. Kuten tuloksista nähtiin, tässä tutkielmassa lasten fanius ei vaikuttanut niin intensiiviseltä kuin aikuisten fanius. Niinpä voidaan pohtia, olisiko faniuden pitkäkestoisuudella vaikutusta myös voimakkuuteen. Kenties pitkäkestoisuus mahdollistaa pysyvemmän ja vahvemman tunnesiteen muodostumisen, ja toisaalta tunnesiteen vahvistuminen voi edesauttaa faniuden kestoa. On siis mahdollista, että kyseessä on itseään ruokkiva ilmiö. Toisaalta Harrington ja Bielby (2010b, 445) esittävät, että fanius toimisi eräänlaisena emotionaalisen ankkurina elämänkulun perspektiivistä eli tunneside halutaan aktiivisesti muodostaa.

Leikki oli kenties tämän tutkielman suurin ero lasten ja vanhempien faniudessa ja se oli lasten faniuden erityispiirre. Tyypillisesti lasten fanileikissä poimitaan halutut osat faniuden kohteesta, kuten hahmojen nimet tai ulkonäkö, ja leikki voi muilta osin olla itse keksittyä (Saarikoski 2008, 81). Tämänkin tutkielman haastateltavista ainakin kaksi lasta kertoi tällaisista leikeistä. Voidaan kuitenkin ajatella, että leikkiin verrattavaa toimintaa esiintyy myös aikuisten faniudessa etenkin cosplayn ja roolipelaamisen muodossa. Etenkin roolipelaamisessa omaksutaan pelin ajaksi toinen identiteetti ja samalla tavoin toimitaan myös fanikokoontumisten eli conien cosplay-näytöksissä. Tarkoituksena näissä ei ole toi-

sintaa alkuperäisen median tapahtumia vaan pikemminkin luoda uutta fanifiktiota (esim. Lamerichs 2011). Tässä tutkielmassa kukaan aikuisista ei kuitenkaan puhunut varsinaisesti cosplaysta tai roolipelaamisesta, vaikkakin kaksi vanhemmista osoitti kiinnostusta hahmoiksi pukeutumista tai pukujen hankkimista kohtaan. Kaksi vanhemmista oli tehnyt itse Star Warsiin liittyviä pukuja, mutta he puhuivat näistä naamiaisasuna.

Vaikka fanileikki oli tuloksissa vahvasti esillä, se korostui tutkielman tekijöiden kandidaatintyön (Räisänen & Tuovinen 2016) tuloksissa tätä tutkielmaa enemmän. Selityksenä voi olla se, että tähän pro gradu -tutkielmaan osallistui suurimmaksi osaksi vanhempia lapsia, joista osalla leikki-ikä oli jo mennyt ohi tai jotka eivät halua kutsua toimintaa leikiksi (ks. Saarikoski 2008, 77). Lisäksi tästä tutkielmasta poiketen kandidaatintyön aineistonkeruu toteutettiin päiväkotiympäristössä lasten keskuudessa, jolloin lapset ovat voineet inspiroitua ja rohkaistua toisten lasten leikkikertomuksista haastattelutilanteessa. On ylipäättään haasteellista saada lapsia kertomaan leikistä, sillä se voi olla heille niin arkista ja itsestään selvää. Toisaalta leikkiä saatetaan myös hävetä ja sitä yritetään salata aikuisilta (Karimäki 2004, 268). Tässäkin tutkielmassa lasten haastatteluista voitiin päätellä lähinnä vain, että he leikkivät fanileikiksi tulkittavia leikkejä, ja että se on heistä kivaa.

Yksi lasten parissa tutkimusta tekevän tutkijan haasteista onkin kysymysten oikea muotoilu tai tyystin toisen lähestymistavan valinta, jotta lasten käsityksiä ja heidän asioille antamiaan merkityksiä saadaan selville. Tämän tutkielman aineistoa kerätessä pyrittiin haastattelukysymysten muotoilulla ja yksittäisen haastattelun pituudella helpottamaan haastattelutilannetta lapsen kannalta. Lisäksi pyrittiin vähentämään lapsen mahdollisesti kokemaan vierastamisen tunnetta (Ks. Hirsjärvi & Hurme 2000) tarjoamalla lapselle tilaisuus esimerkiksi faniteen liittyvien lelujen esittelemiseen ennen varsinaista haastattelua. Kysymysten useasta uudelleen muotoilusta huolimatta jotkut kysymykset tai niiden aiheet tuntuivat olevan joillekin lapsille liian haastavia, eikä tutkimuksen kannalta riittäviä vastauksia välttämättä saatu. Tämä haaste on havaittu lapsuudentutkimuksessa aiemminkin (esim. Kalliala 1999, Karimäki 2003, 346). Edellä esitettyjen

haasteiden perusteella voidaan todeta, että lasten haastatteleminen vaatii harjoittelemista ja kokemusta, jotta saadaan tutkimuskysymysten kannalta olennaisia vastauksia.

Tutkielmaan osallistuneiden perheenjäsenten maininnat omistamistaan fanituotteista vaikuttavat toisintavan tutkielman teoriaosuudessa esiteltyjä tutkimustuloksia fanien kuluttamisesta. Esimerkiksi Stevensin (2010) ja Baymin (2007) mukaan fanit harjoittavat niin sanottua valikoitua kuluttamista, eli keskittävät taloudelliset resurssinsa omiin mielenkiinnon kohteisiinsa ja valitsevat kulutuskohteensa tarkkaan. Tämän tutkielman aineiston pohjalta voidaan todeta samaa. Kaikissa perheissä oli käytetty rahaa fanituotteisiin, mutta nämä hankinnat oli tehty harkitusti. Sekä aikuiset että lapset valitsivat laajasta tuotetarjonnasta vain itseä kiinnostavat tuotteet ja näillä oli selvästi joko keräily- tai käyttötarkoitus. Tässä tutkimuksessa lapsilla korostui tavaran käyttötarkoitus, kun taas vanhemmat olivat suuntautuneet keräilyyn. Tämä oli sinänsä mielenkiintoista, sillä usein aikuisten ajatellaan olevan kulutusvalinnoissaan lapsia käytännöllisempiä ja järkevämpiä.

Bakerin (2017) mukaan aikuisten omistamat fanitavarat voivat toimia ikään kuin muistojen säilytyspaikkoina ja toisaalta ne olennaisesti konstruoivat fanin käsitystä kodista. Kodilla tarkoitetaan tässä tapauksessa fyysisen talon sijaan mentaalista kotia, joka esimerkiksi jalkapallofaneilla muodostuu suhteesta fanitettavaan joukkueeseen ja siihen liittyviin fyysisiin objekteihin. (Baker 2017, 11–12.) Tämän näkemyksen voidaan katsoa tukevan myös tämän tutkielman tuloksia, viitaten etenkin vanhempien kertomuksiin keräilytavaran huolellisesta säilyttämisestä sekä jalkapallofanivanhempien voimakkaaseen kiintymykseen sekä suosikkijoukkuetta että myös omaa kotijoukkuetta kohtaan. Yhtenä selityksenä vanhempien ja lasten tavaroiden käyttötarkoituksen erolle voi myös olla, että lasten fanitavarat olivat pääasiassa leluja ja ne oli hankittu leikkiä, selvää toimintaa, varten. Poikkeuksiakin aineistossa oli, kuten Pokemon Go -peliä fanittavan perheen lasten ensisijaisesti keräilyä varten hankkimat pokemon-pehmolelut. Tällöin motivaationa oli pokemon-tuotteiden näyttäminen kavereille ja siten eräänlaisen ihailun saaminen osakseen.

Tuloksissa ei tällä kertaa esiintynyt sukupuolittuneisuutta lasten ja aikuisten osalta siinä, ketkä perheestä fanittivat. Tässä on selvä ero kandidaatintyön (Räisänen & Tuovinen 2016) tuloksiin, jossa esimerkiksi Star Wars oli vain poikien kiinnostuksen kohde. Pro gradu -tutkielman tuloksissa asia oli aivan toisin: kaikki Star Warsia fanittavat lapset olivat tyttöjä eikä sukupuolittuneisuutta ollut myöskään aikuisten faniuden kohteissa. Näin pienimuotoisten otosten perusteella on kuitenkin mahdotonta vetää minkäänlaista yhteyttä tutkielmien tulosten välille ja toisaalta tähän ei ole syytäkään. Sen sijaan esimerkiksi Star Wars -universumin viimeaikaista kehitystä tarkasteltaessa voidaan huomata tuotemaailmaan tulleen enemmän vahvoja naishahmoja ja tällä voi toki olla vaikutusta myös tyttöjen innostumiseen.

Kaikissa haastatelluissa perheissä perheenjäsenten yhteinen fanius oli lähtöisin vanhemmasta ja joillain jopa isovanhemmasta. Myös Harringtonin ja Bielbyn (2010a) tutkimuksessa saatiin tuloksia, jotka kielivät vanhempien merkityksestä faniuden syntymisessä. Tutkielman teoriaosassa käsiteltiin sukupolvijärjestyä, ja sen merkitystä yhteiselle faniudelle onkin syytä pohtia. Sukupolvijärjestys näkyi erityisesti juuri faniuden siirtymässä aikuiselta lapselle, mutta tämä ei välttämättä ollut tietoista toimintaa aikuisten osalta. Toisaalta sukupolvijärjestys on konstruktio, joka ei näyttäydy silloin, kun se toteutuu normaaliksi koetulla tavalla. Tällä tarkoitetaan sitä, että lapset toimivat heille asetettujen odotusten mukaisesti suhteessa aikuisiin. (Alanen 2009, 169). Faniuden siirtämisessä voidaan tulkita olevan kyse myös mikrotasolla Mannheimin (1952) kuvaamasta sukupolviprosessista. Yhtenä prosessin ominaisuutena on nimenomaan karttuneen kulttuuriperinnön siirtäminen seuraaville sukupolville (Mannheim 1952, 292).

Sukupolvijärjestys vaikuttaa väistämättä lapsen fanitoiminnan mahdollistamisessa, sillä vanhemmilla on siihen ensisijainen valta: he pystyvät yleensä määrittämään, mihin ja miten paljon lapsi voi käyttää rahaa (Ruckenstein 2013) ja vaikkapa millaisia harrastuksia tällä on. Lapsi voi toki esimerkiksi viikkorahoja säästämällä omatoimisesti hankkia fanitavaroita, mutta vanhemmalla yleensä on viime kädessä päätösvalta lapsen mahdollisesti saamasta rahamäärästä ja siitä, mihin rahat käytetään.

Joidenkin perheiden aikuisten fanius oli intensiivistä ja sitä oli kestänyt useita vuosia tai jopa vuosikymmeniä. Pitkäkestoisuus ja intensiivisyys on saatanut luoda aikuiselle halun siirtää fanius lapselle. Osa aikuisista kertoi kokevansa miellyttävänä sen, että voi opettaa lapselle faniuden kohteeseen liittyviä asioita ja kertomaan faniuden kohteesta kysyttäessä. Erityisen tärkeänä tätä pidettiin siksi, että lasten maailmassa koettiin olevan paljon asioita, joista aikuisilla ei ollut tietoa tai joista he eivät olleet itse kiinnostuneita. Eräs vanhempi kuvasi tätä lapsen tukemisena. Sanavalinnan syytä ei vanhemmalta kysytty, mutta taustalla saattaa olla ajatus, jossa tukemalla ja vahvistamalla lapsen faniutta tämän toivotaan saavan faniudesta yhtä merkityksellisiä kokemuksia kuin mitä vanhempi itse on saanut. Harrington ja Bielby (2010a) lähestyivät asiaa jälkikasvun näkökulmasta. Heidän tulostensa mukaan teini-ikäiset hakivat tukea vanhemmiltaan yhteisen faniuden kautta ja fanius koettiin nykyisyydessä yhteytenä perheen historiaan (Harrington & Bielby 2010a).

Faniuden siirtymässä sukupolvelta toiselle voidaan pohtia myös nostalgian merkitystä: nostalgia voi olla osasy sille, miksi vanhempi haluaa tutustuttaa lapsen faniuden kohteen pariin. Lapselle voidaan haluta tarjota yhtä positiivisia kokemuksia, kuin mitä fanius on itselle esimerkiksi lapsena antanut, tai toisaalta vanhempi voi haluta elää lapsen kautta uudelleen kohteen löytämisen ja siitä innostumisen hetket. Lisäksi Geraghty (2014) esittää, että tiettyjen fanituotteiden tuleminen uusille sukupolville erilaisessa muodossa voi auttaa aiempia sukupolvia tuotteisiin liittyvien muistojen uudelleen rakentamisessa. Tästä esimerkkinä ovat Lego-tuotteet: ennen fyysiseen rakenteluun keskittynyt tuote esiintyy nykyään muun muassa videopelien muodossa. (Geraghty 2014, 9.)

Kaikissa haastatelluissa perheissä yhteinen kiinnostuksen kohde ja sitä kautta yhdessä vietetty aika koettiin tärkeänä. Leponiemi (2011) teki samankaltaisia havaintoja pro gradu -työnsä yhteydessä: fanius lisäsi perheen yhteisöllisyyttä ja tuotti uusia yhteisiä aktiviteetteja. Perhebarometrissa (2011) raportoitiin perheenjäsenten vapaa-ajan lisääntyneen, mikä osaltaan tekee yhteisen harrastamisen ja näin myös fanitoiminnan mahdolliseksi. Tässä tutkimuksessa tosin fanitoimintaa kerrottiin harjoitettavan osittain myös työpaikalla ja koulussa.

Vuoden 2011 perhebarometrissa lapset kokivat perheen yhteisen ajan hauskana asiana. Myös tässä tutkimuksessa perheiden lapset näkivät yhteisen faniuden olevan kiva asia. Tarkempia perusteluja sille, miksi fanius oli kivaa, emme lapsilta saaneet. Eräs haastateltavista lapsista kertoi muiden perheenjäsenten olevan ”hyviä tyyppejä” ja siksi nauttivansa yhteisestä toiminnasta, mutta muuten haastateltavat lapset olivat tässä asiassa niukkasanaisia. Useat aikuiset kertoivat haastatteluissa yhteisen faniuden olevan tärkeä yhteys lasten maailmaan. Fanius nähtiin keinona viettää aikaa lasten kanssa, kun muuta yhteistä kiinnostuksen kohdetta ei välttämättä ollut.

Digitaalinen teknologia on nykyajan faniuden merkittävä areena ja tietoa vaihdetaan internetin monilla alustoilla (Groene & Hettinger 2015, 2). Digitaalisen teknologian rooli näkyi myös tässä tutkielmassa, joskaan suurimmassa osassa perheistä se ei ollut fanitoiminnan keskeinen elementti. Jotkut vanhemmista seurasivat fanifoorumeita tai kohteeseen liittyviä sosiaalisen median sivuja tai käyttäjätilejä. Merkittävin rooli internetillä oli Pokemon GO:ta fanittavassa perheessä. Ensiksi, puhelimen internet-yhteys on välttämätön pelin pelaamista varten. Lisäksi perheenjäsenet olivat aktiivisesti mukana Whatsapp-viestipalvelussa olevissa peliryhmissä. Näissä ryhmissä vaihdettiin tietoa pokemon-havainnoista sekä sovittiin yhteisistä peliretkistä. Pokemon GO:n voidaan katsoa tuottaneen aivan uudenlaista fanitoimintaa, sillä sen idea yhdistää virtuaalisen ja todellisen maailman. Peli perustuu yhtä aikaa digitaaliseen teknologiaan, ulkona liikkumiseen ja yhdessäoloon. Näin ollen se on perheille otollinen aktiviteetti, jossa perheenjäsenten eri kiinnostukset voivat yhdistyä. Pokemon GO:n esiintyessä tässä tutkielmassa sukupolvia yhdistävänä pelinä voisi olla mielenkiintoista tutkia lisättyyn todellisuuteen perustuvia pelejä perhetutkimuksen näkökulmasta. Lisäksi aihe vaikuttaa pysyvän ajankohtaisena, sillä uusia samaan mekaniikkaan pohjautuvia pelejä on kehitteillä (Niantic, inc. 2017).

Tulokset herättivät muitakin ajatuksia jatkotutkimusta varten. Jotta fanien affektiivinen suhde kohteeseen tulisi paremmin esille, pitäisi tutkijan viettää aikaa perheen kanssa mahdollisesti muutenkin kuin haastattellessa. Tutkimusstrategiaa voisi viedä etnografisempaan suuntaan ja tällöin aineisto voisi koostua

haastattelun lisäksi myös havainnointiosuudesta. Etenkin lasten kohdalla havainnointi voisi olla arvokas lisä, sillä faniuden emotionaalisen puolen kokemuksia voi olla vaikea pukea sanoiksi. Haastattelukysymyksiä valitessa tulisi myös kiinnittää huomiota siihen, että faniuden eri piirteitä käsitellään kokonaisvaltaisesti. Tässä tutkielmassa ainakin faniuden emotionaalisuus sekä fanipukeutuminen jäivät toissijaiseksi tutkielman keskittyessä pääasiassa esimerkiksi fanitettavan tv-sarjan katsomiseen tai pelien pelaamiseen. Perhe- ja fanitutkimuksen yhdistelmästä vaikuttaa olevan toistaiseksi niin vähän aiempaa tutkimusta, että olennaisinta lienee laajentaa tietämystä yhteisen faniuden vaikutuksista perheissä. Lisäksi voitaisiin keskittyä syvemmin vain tietyn tyyppiseen faniuteen ja sen merkityksiin.

LÄHTEET

- Alanen, L. 2009. Generational Order. Teoksessa Qvortrup, J., Corsaro, W. & Honig, M-S. toim.) 2009. The Palgrave handbook of children's studies. Palgrave Macmillan, 159–174.
- Alanen, L. 2014 Lapsuus yhteiskunnallinen ilmiönä – sosiologia ja sukupolvijärjestys. Teoksessa Sankari, A. & Jylkämä, J.(toim.). Lapsuudesta vanhuuteen - iän sosiologiaa. Vantaa: Hansaprint oy, 161–182.
- Autonen-Vaaraniemi, L. 2008. Kodin tila, valta ja miesten käytännöt. Teoksessa Sevón, E. & Notko, M. (toim.) Perhesuhteet puntarissa. Helsinki: Gaudeamus, 188–205.
- Baker, T. 2017. "It was precious to me from the beginning": Material objects, long-distance fandom and home. *Soccer & Society*.
<https://doi.org/10.1080/14660970.2017.1376187>. Luettu 24.11.2017.
- Baym, N. 2007. The new shape of online community: The example of Swedish independent music fandom. *First Monday*. 12 (8-6).
<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1978/1853>. Luettu 4.12.2016.
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. & Kyngäs, H. 2014. Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *SAGE Open* January-March 2014, 1-10.
- Fornäs, J. 1998. *Kulttuuriteoria: Myöhäismodernin ulottuvuuksia*. Tampere: Vastapaino.
- Forsberg, H. 2014. Konstruktionistinen näkökulma perheeseen. Teoksessa Jallinoja, R., Hurme, H. & Jokinen, K. (toim.) *Perhetutkimuksen suuntauksia*. Tallinna: Gaudeamus, 123–138.
- Geraghty, L. 2014. *Nostalgia, fandom and collecting popular culture*. Oxon, UK: Routledge.
- Groene, S. L. & Hettinger, V. E. 2015. Are You "Fan" Enough? The Role of Identity in Media Fandoms. *Psychology of popular media culture*. 4/2015.
<http://www.surfacenoise.info/neu/globalmedia/readings/FanEnough-Potter.pdf>. Luettu 30.3.2017.

- Grossberg, L. 1995. *Mielihyvän kytkennät*. Tampere: Vastapaino.
- Grönfors, M. 1982. *Kvalitatiivisen kenttätöön menetelmät*. Juva: WSOY.
- Harrington, C. L. & Bielby, D. 2010a. Autobiographical reasoning in long-term Fandom. *Transformative Works and Cultures*, no. 5.
<http://dx.doi.org/10.3983/twc.2010.0209>. Luettu 20.11.2017.
- Harrington, C. L. & Bielby, D. 2010b. A life course perspective on fandom. *International Journal of Cultural Studies*. 13, 429–450.
https://www.researchgate.net/publication/254097958_A_life_course_perspective_on_fandom. Luettu 20.11.2017.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, I. 2008. Fandom ja maailmankuva - Suomalaisten science fiction -faniien suhteita uskonnollisuuteen. Teoksessa Nikunen, K. (toim.) *Fanikirja – Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä*. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy, 142–160.
- Hirsjärvi, I. 2009. Faniuden siirtymiä: suomalaisen science fiction -fandomin verkostot. *Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 99*. Jyväskylän yliopisto.
- Hirsjärvi, I. & Kovala, U. 2007. Fanius kulttuurintutkimuksen kohteena. Teoksessa Vainikkala, E. & Mikkola, H. (toim.). *Nyky aika kulttuurintutkimuksessa*. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy, 245–269.
- Heinonen, H. 2003. Kaukokannattajat ruudun äärellä. Englantilaisen jalkapallojoukkue Evertonin suomalaiset fanit. Teoksessa Kovala, U. & Saresma, T. (toim.) *Kulttikirja. Tutkimuksia nykyajan kultti-ilmiöistä*. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino oy, 55–81
- Huusko, M. & Paloniemi, S. 2006. Fenomenografia laadullisena tutkimussuuntauksena kasvatustieteissä. *Kasvatus-lehti*. 2/2006, 162–173.
<http://elektra.helsinki.fi/se/k/0022-927-x/37/2/fenomeno.pdf>. Luettu 21.4.2017.
- Hynynen, P-T. 2008. ”Tämä tunne on melkein pelottava.” – Ismo Alangon tähtikuva ja fanius kirjeiden kertomana. Teoksessa Nikunen, K. (toim.) *Fanikirja – Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä*. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy, 95–117.
- Häggman, K. 1992. 1800-luvun perhe: murros ihanteissa ja käsitteissä. Teokses-

sa Alanen L., Kähkönen, P. (toim.) 1992. *Arki, perhe ja politiikka: näkökulmia perheeseen ja perhetutkimukseen*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Jallinoja, R. 2014. Teoria universaalista perheestä. Teoksessa Jallinoja, R., Hurme, H. & Jokinen, K. (toim.) *Perhetutkimuksen suuntauksia*. Tallinna: Gaudeamus, 18–34.

Jallinoja, R., Hurme, H. & Jokinen, K. 2014. Johdanto. Teoksessa Jallinoja, R., Hurme, H. & Jokinen, K. (toim.) *Perhetutkimuksen suuntauksia*. Tallinna: Gaudeamus, 7–17.

Kalliala, M. 1999. *Enkeliprinsessa ja itsari liukumäessä: Leikkikulttuuri ja yhteiskunnan muutos*. Helsinki: Gaudeamus.

Karimäki, R. 2003. Lasten leikkejä tutkimassa. Teoksessa Laaksonen, P., Knuuttila, S. & Piela, U. (toim.) *Tutkijat kentällä*. Pieksämäki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 341–355.

Karimäki, R. 2004. *Leikki on lapsen maailmaa*. Teoksessa Piironen, L. (toim.) *Leikin pikkujättiläinen*. Porvoo: WSOY, 256–269.

Kellner, D. 1998. *Mediakulttuuri*. Suomennustyön ohjannut Riitta Oittinen alkuperäisteoksesta *Media Culture. Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. Tampere: Vastapaino.

Kelly, W. 2004. *Fanning the Flames: Fans and consumer culture in contemporary Japan*. State university of New York.

Knuuttila, S. 1994. *Tyhmän kansan teoria - Näkökulmia menneestä tulevaan*. Vaasa: Ykkös-offset oy.

Koskimaa, R. 2007. Digitaalisen kulttuurin ulottuvuudet. Teoksessa Vainikkala, E. & Mikkola, H. (toim.). *Nyky aika kulttuurintutkimuksessa*. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy, 66–81.

Kuronen, M. 2014. Perheen ideologinen tuottaminen. Teoksessa Jallinoja, R., Hurme, H. & Jokinen, K. (toim.) *Perhetutkimuksen suuntauksia*. Tallinna: Gaudeamus, 81–98.

Kuula, A. 2006. *Tutkimusetiikka - Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Tampere: Vastapaino.

Lamerichs, N. 2011. *Stranger than Fiction: Fan Identity in Cosplay*. *Transformative Works and Cultures*, no. 7.
<http://dx.doi.org/10.3983/twc.2011.0246>. Luettu 9.11.2017.

- Lee, B-K & Lee, W-N. 2004. The Effect of Information Overload on Consumer Choice Quality in an On-Line Environment. *Psychology & Marketing*. 21 (3), 159-245.
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/mar.20000/epdf>. Luettu 4.12.2016.
- Leponiemi, T. 2011. Hevisaurus-fanius perheen yhteisyyden rakentajana. Pro gradu -tutkielma. Kasvatustieteiden laitos. Jyväskylän yliopisto.
- Loisa, R-L. 2007. Massakulttuurin ja vastakulttuurin logiikka. Teoksessa Vainikkala, E. & Mikkola, H. (toim.). *Nyky aika kulttuurintutkimuksessa*. Vaa-jakoski: Gummerus Kirjapaino Oy, 82-115.
- Mannheim, K. 1952. The Problem Of Generations. Teoksessa Kecskemeti, P. (toim.) *Karl Mannheim: Essays*.
<http://www.history.ucsb.edu/faculty/marcuse/classes/201/articles/27MannheimGenerations.pdf>. Luettu 25.10.2017.
- Marin, M. 2014 Tarkastelukulmia ikään ja ikääntymiseen. Teoksessa Sankari, A. & Jylkämä, J.(toim.). 2014. *Lapsuudesta vanhuuteen – iän sosiologiaa*. Vantaa: Hansaprint oy, 17-46..
- Marton, F. 1988. Phenomenography: A research approach to investigating different understandings of reality. Teoksessa Sherman, R. & Webb, B. (toim.) *Qualitative research in education*, 141-161. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/reader.action?docID=201137>. Luettu 5.12.2017.
- Miettinen, A. & Rotkirch, A. 2012. Yhteistä aikaa etsimässä. *Lapsiperheiden ajankäyttö 2000-luvulla*. *Perhebarometri 2011*. 135 s. Väestöliitto, Väestöntutkimuslaitos *Katsauksia E 42*.
<http://vaestoliitto-fi-bin.directo.fi/@Bin/3aed193a4b271607a951f5ffded758fc/1484728656/application/pdf/4660236/Yhteist%C3%A4%20aikaa%20etsim%C3%A4ss%C3%A4.pdf>. Luettu 10.2.2017.
- Niantic, inc. 2017. *Harry Potter: Wizards Unite*.
<https://www.harrypotterwizardsunite.com/>. Luettu 30.11.2017.
- Nieminen, L. 2010. Lasten ja nuorten tutkimus: oikeudellinen tarkastelu. Teoksessa Lagström, H., Pösö, T., Rutanen, N. & Vehkalahti, K. (toim.) *Lasten ja nuorten tutkimuksen etiikka*. Helsinki: Nuorisotutkimusseura ry, 43-65.
- Nikander, C., Salin, M. & Hakovirta, M. 2016. Kelpaavatko samaa sukupuolta olevat parit vanhemmiksi? Tutkimus suomalaisten suhtautumisesta nais- ja miesparien vanhemmuuteen. *Yhteiskuntapolitiikka*. 81, 516-527.

https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/131348/YP1605_Nikanderym.pdf?sequence=2. Luettu 4.12.2016.

- Nikunen, K. 2005. Faniuden aika. Väitöskirja. Tampereen yliopisto.
<http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/67519/951-44-6387-0.pdf?sequence=1>. Luettu 28.3.2017.
- Nivala, E. 2016. Lasten osallisuus, perheet ja vertaissuhteet. Teoksessa Tuukkanen, T. (toim.) 2016. Lapsibarometri 2016 – Luottamus 6-vuotiaiden lasten kokemana. Lapsiasiavaltuutettu.
http://lapsiasia.fi/wp-content/uploads/2016/11/LA_lapsibarometri_2016.pdf. Luettu 27.1.2017.
- Närvänen, A-L & Näsman, E. 2007. Age order and children's agency. Teoksessa Wintersberger, H., Alanen L., Olk, T & Qvortrup, J. (toim.) Childhood, Generational order and the welfare state: Exploring children's social and economic welfare. University Press of Southern Denmark, 225–250.
- Nätkin, R. 2003. Moninaiset perhemuodot ja lapsen hyvä. Teoksessa Forsberg, H. & Nätkin, R. (toim.) 2003. Perhe murroksessa. Kriittisen perhetutkimuksen jäljillä. Helsinki: Gaudeamus, 16–38.
- Patton, M. 2002. Qualitative research & evaluation methods. USA: Sage Publications, Inc.
- Pennanen, S. 2009. Lasten medialeikit päiväkodissa. Teoksessa Alanen, L. & Karila K. Lapsuus, lapsuuden instituutiot ja lasten toiminta. Tallinna: Vastapaino, 182–206.
- Pirskanen, H., Jokinen, K., Kallinen, K., Harju-Veijola, M. & Rautakorpi, S. 2015. Researching children's multiple family relations: Social network maps and life-lines as methods. *Qualitative Sociology Review*. 11 (1), 50–69.
<http://search.proquest.com/docview/1665484534>. Luettu 10.2.2017.
- Poikolainen, J. 2015. Musiikkifaniuden muutos ja muuttumattomuus. *Kasvatus ja aika*. 9 (4), 72–86.
http://www.kasvatus-ja-aika.fi/site/?lan=1&page_id=738. Luettu 14.12.2016.
- Pramling, I. 1996. Phenomenography and Practice. Teoksessa Dall'Alba, G & Hallsegren, B. (toim.) 1996. Reflections on Phenomenography. Toward a Methodology?. Göteborg: Acta universitatis gothoburgensis, 83–101.
- Qvortrup, J. 2002. Sociology of Childhood: Conceptual Liberation of Children. Teoksessa Mouritsen, F & Qvortrup, J. (toim.) Childhood and Children's Culture. University Press of Southern Denmark, 43–78.

- Rahman, O., Wing-Sun, L. & Hei-man Cheung, B. (2012) "Cosplay": Imaginative Self and Performing Identity. *Fashion Theory*, 16:3, 317–341.
<http://www.tandfonline.com.ezproxy.jyu.fi/doi/abs/10.2752/175174112X13340749707204>. Luettu 9.11.2017.
- Reysen, S. & Branscombe, N. R. 2010 Fanship and Fandom: Comparison between sport and non-sport fans. *Journal of sport behavior*. 33, 176–193.
<https://search.proquest.com/docview/215872141/fulltextPDF/CBCD97D4D9384390PQ/1?accountid=11774>. Luettu 5.12.2017.
- Rohas, E. 2016. *Sylviasta, Sylvialle, Sylviana – Retoriikka ja merkityksenmuodostus osoitteessa www.sylviaplathforum.com*. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto.
- Ruckenstein, M. 2013. *Lapsuus ja talous*. Tallinna: Gaudeamus.
- Rönning, M. 1990. *Siistiä! ns. roskakulttuurista*. Helsinki: LIKE Kustannus Oy.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. *Sosiaalinen konstruktionismi. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto (verkkojulkaisu)*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovaranto (ylläpitäjä ja tuottaja).
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_6.html. Luettu 4.12.2016.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. *Populaarikulttuuri tutkimuskohteena. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto (verkkojulkaisu)*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovaranto (ylläpitäjä ja tuottaja).
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_6_1_2.html. Luettu 4.12.2016.
- Saarikoski, H. 2008. *Miten Spice Girliä leikitään?* Teoksessa Nikunen, K. (toim.) *Fanikirja*. Vaajakoski: Gummerus, 72–89.
- Sandberg, J. 1996. *Are phenomenographic results reliable?* Teoksessa Dall'Alba, G & Hallsegren, B. (toim.) 1996. *Reflections on Phenomenography. Toward a Methodology?*. Göteborg: Acta universitatis gothoburgensis, 129–140.
- Sevón, E. & Notko, M. 2008. *Perhesuhteiden omalakisuus*. Teoksessa Sevón, E. & Notko, M. (toim.) *Perhesuhteet puntarissa*. Helsinki: Gaudeamus, 13–26.
- Stanfill, M. 2013. "They're Losers, but I Know Better": Intra-Fandom Stereotyping and the Normalization of the Fan Subject.
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15295036.2012.755053>.
 Luettu 4.12.2016.

- Stevens, C. 2010. Postmodern Consumption and Fandom of Japanese Popular Culture.
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10371397.2010.497578>.
Luettu 4.12.2016.
- Strandell, H. 2010. Etnografinen kenttättyö: Lasten kohtaamisen eettisiä ulottuvuuksia. Teoksessa Lagström, H., Pösö, T., Rutanen, N. & Vehkalahti, K. (toim.) Lasten ja nuorten tutkimuksen etiikka. Helsinki: Nuorisotutkimusseura ry, 92–112.
- Syrjälä, L., Ahonen, A., Syrjäläinen, E. & Saari, S. 1994. Laadullisen tutkimuksen työtapoja. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Tolkki-Niikkonen, M. 1992. Perhe: Rakenteista prosesseihin. Teoksessa Alanen L., Kähkönen, P. (toim.) 1992. Arki, perhe ja politiikka: näkökulmia perheeseen ja perhetutkimukseen. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Turtiainen, R. 2008. Aktiivisen urheilun kantapäillä. Fanaattisia mediaurheilun kuluttajia kategorisoimassa. Teoksessa Nikunen, K. (toim.) Fanikirja – Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä. Vaajakoski: Gummerus, 43–71.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa.
http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf. Luettu 11.5.2017.
- Tuukkanen, T. (toim.) 2016. Lapsibarometri 2016 – Luottamus 6-vuotiaiden lasten kokemana. Lapsiasiavaltuutettu.
http://lapsiasia.fi/wp-content/uploads/2016/11/LA_lapsibarometri_2016.pdf. Luettu 27.1.2017.
- Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2005). Qualitative analysis of content, Applications of social research methods to questions in information and library science.

LIITTEET

Liite 1. Haastattelurunko

Ryhmähaastattelurunko:

1. Kerro perheestäsi (keitä perheeseen kuuluu, mitä perheenjäsenet tekevät, onko lemmikkejä ym.)
2. Millaisia asioita tykkäätte tehdä vapaa-ajalla? Mitä kukakin tykkää tehdä, tehdäänkö yhdessä vai erikseen?
3. Mitä perheessänne fanitetaan? Ketkä fanittavat?
4. Mistä fanius on lähtöisin? (Joku tietty perheenjäsen?)
5. Miten fanius näkyy perheenne arjessa? Mitä toimintaa faniuteen liittyy? Harrastetaanko esim. keräilytoimintaa?
6. Kuinka paljon aikaa fanitoimintaan käytetään?
7. Ketkä osallistuvat fanitoimintaan? Kuuluuko tähän myös perheen ulkopuolisia?
8. Mitä fanius sinulle / teille antaa?
9. Osoitetaan ei-fanille: Osallistutko fanitoimintaan fanien kanssa? Mihin?

Yksilöhaastattelurunko lapselle:

1. Haluatko esitellä kohteeseen liittyviä leluja tai muita tavaroita?
2. Mikä leluissa / tavaroissa on kivaa? Mikä faniuden kohteessa on kivaa?
3. Mitä tykkäät tehdä leluilla / tavaroilla? Onko muita aiheeseen liittyviä leikkejä (kotona, päiväkodissa, koulussa)?
4. Onko faniuden kohde usein mielessäsi?
5. Kerroitte ryhmähaastattelussa, että teette (faniuteen liittyvä toiminta) yhdessä perheen kanssa. Onko se kivaa? Miksi / miksi ei, mikä on kivaa?
6. Mitä teette (esim. äiti, sisarus) kanssa?
7. Miltä tuntuu (faniuteen liittyvä toiminta) yhdessä perheenjäsenten kanssa?
8. Miltä tuntuu, kun (ei-fanittava perheenjäsen) ei osallistu fanitoimintaan?

Yksilöhaastattelurunko aikuiselle:

1. Kerro vapaasti faniudesta / faniudestanne.
 - a. Mitä fanius antaa sinulle / perheellesi?
 - b. Miten fanius ilmenee?
 - c. Miten usein ajattelet faniuden kohteeseen liittyviä asioita?
2. Mikä faniuden kohteessa herätti kiinnostuksesi?
3. Mikä merkitys on faniuden kohteeseen liittyvillä tavaroilla?
4. Kerroitte ryhmähaastattelussa, että teette (faniuteen liittyvä toiminta) yhdessä perheen kanssa. Mitä se merkitsee sinulle?
5. Miten yhteinen fanitoiminta vaikuttaa perhesuhteisiin yleisesti? (Esim. ajankäyttö)

Liite 2. Saatekirje

Tervehdys!

Olemme kaksi Jyväskylän yliopiston varhaiskasvatustieteen maisteriopiskelijaa ja teemme gradua perheenjäsenten yhteisestä faniudesta. Etsimme haastateltaviksi lapsiperheitä, joissa vähintään yksi aikuinen ja yksi lapsi fanittaa samaa kohdetta. Etsimme ensisijaisesti perheitä, joissa on noin 4-8 -vuotiaita fanilapsia.

Jos kiinnostuitte, toivomme, että voisitte täyttää oheisen linkin takana olevan lomakkeen, jolla kartoitetaan perheiden sopivuutta tutkielmaamme varten. Lomakkeen täyttäminen vie vain pari minuuttia.

Jo etukäteen kiittäen,

Anniina Räisänen ja Riku Tuovinen

Liite 3.

Tutkittavien hakulomake

Tällä lomakkeella etsimme tutkittavia lapsiperheitä pro gradu -tutkielmaan, jossa tutkimme perheenjäsenten yhteistä faniutta. Faniuden kohde voi olla esimerkiksi jokin elokuva, sarja, artisti / bändi, kirja, peli tai urheilujoukkue. Etsimme ensisijaisesti perheitä, joissa on noin 4-8 -vuotiaita fanilapsia. Jos perheessä esiintyy yhteinen faniuden kohde (vähintään yksi aikuinen ja yksi lapsi fanittaa samaa kohdetta) ja olette halukkaita osallistumaan tutkimukseen, pyydämme teitä täyttämään alla olevan lomakkeen. Mahdollisia yhteystietojanne käsitellään luottamuksellisesti, eivätkä ne leviä kolmansille osapuolille.

Tutkielman toteuttajien yhteystiedot:

Anniina Räisänen, anniina.1.raisanen@student.jyu.fi

Riku Tuovinen, rijutuov@student.jyu.fi

Keitä perheeseen kuuluu? Minkä ikäisiä perheen lapset ovat?

Asuinpaikkakunta

Millaista faniutta perheessänne esiintyy? Ketkä ovat faneja?

Millä tavoin fanius näkyy perheessänne?

Haluaisitteko osallistua ryhmä- / yksilöhaastatteluun?

- a) Kyllä
- b) Ei
- c) Osa perheestä osallistuu.

Ketkä perheenjäsenistä haluaisivat osallistua haastatteluun?

Nimi ja sähköposti tai puhelinnumero, johon voimme ottaa yhteyttä, mikäli haluatte osallistua tutkimukseen.