KORONA SULKI KEIKKAPAIKKOJEN OVET – MILLAISTA ON FANITTAMINEN PANDEMIA-AIKANA?

Jyväskylän yliopisto
Kauppakorkeakoulu

Pro gradu -tutkielma

2023

Tekijät: Okko Böger & Otto Nyyssölä
Oppiaine: Viestinnän johtaminen
Ohjaaja: Laura Asunta

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

TIIVISTELMÄ

Tekijät
Okko Böger & Otto Nyyssölä

Työn nimi
Korona sulki keikkapaikkojen ovet – Millaista on fanittaminen pandemia-aikana

Oppiaine	*Työn laji*
Viestinnän johtaminen	Pro gradu -tutkielma
Aika (pvm.)	*Sivumäärä*
26.1.2023	70+2

COVID-19 pandemia aiheutti sen, että faneille ja laajemminkin ihmisille tärkeät kulttuuritapahtumat loistivat poissaolollaan. Tänä aikana faniuteen oleellisesti liittyvä yhteisöllisyys oli pelkästään online-sisältöjen varassa eikä livekeikoilla koettua yhteisöllisyyttä päästy kokemaan. Yhteisöllisyys voidaan määritellä johonkin konkreettiseen ryhmään kuulumisena, mutta toisaalta myös, tässä tutkimuksessakin isompaan rooliin nousseena, abstraktimpana yhteenkuuluvuuden tunteena. Yhteisöllisen toiminnan lisäksi faniuteen liittyy keskeisesti fanien parasosiaalinen suhde artistia kohtaan. Keikkojen puuttuessa artistien ja fanien välinen vuorovaikutus on ollut artistin tuottamien online-sisältöjen varassa. Fanien muodostamat parasosiaaliset suhteet lisäävät fanien sitoutumista artisteihin, ja parasosiaalista suhdetta syventävä tekijä on muun muassa artistien online-sisältöjen parissa vietetty aika.

Tutkimuksessa haluttiin vastata seuraaviin tutkimuskysymyksiin: 1. Miten fanien suhde fanittamaansa artistiin on muuttunut pandemia-aikana? sekä: 2. Millaisia merkityksiä toisilla faneilla ja faniyhteisöillä on faneille pandemia-aikana? Näitä kysymyksiä varten kerättiin aineisto, joka koostui 11 musiikkifaniksi itsensä mieltävän henkilön puolistrukturoiduista teemahaastatteluista. Saatu aineisto analysoitiin aineistolähtöisen teemoittelun keinoin.

Tutkimusten tulokset vahvistivat sitä, että autenttisuus, maanläheisyys ja intiimiys vahvistavat ja syventävät osaltaan fanien sitoutumista artisteihin (Herrera 2017; Edlom & Karlsson 2021; Cavicchi 1998). Artistien intiimit online-sisällöt ja vuorovaikutteisuus vetoaa myös tämän tutkimuksen faneihin ja se osaltaan syvensi fanien suhdetta artistiin aikana, jolloin livekeikoille ei päässyt. Yhteisöllisyyden kaipuu on ihmisille yleisesti luontaista ja se kuuluu keskeisesti faniuden käsitteeseen. Haastatellut fanit kokivat, että yhteenkuuluvuuden kokemus oli heille merkityksellinen suhteessa faniyhteisöön, vaikka iso osa heistä eivät olleet aktiivisessa vuorovaikutuksessa muiden fanien kuin läheisten kanssafanien, ystävien, serkkujen tai sisarusten kanssa. Tämän lisäksi fanit kuvasivat, että artistin kiinnostavista luonteenpiirteistä huolimatta musiikki on kaiken kaikkiaan fanituksen perusta, ja että livekeikat koetaan niiden tunnelman, yhteisöllisyyden ja jopa hyvinvointivaikutusten takia korvaamattomina suhteessa artistien online-sisältöihin.

Asiasanat
fanit, fanius, parasosiaalinen suhde, sitoutuminen, yhteisöt, faniyhteisöt, yhteenkuuluvuus

Säilytyspaikka Jyväskylän yliopiston kirjasto

SISÄLLYS

1 JOHDANTO ... 3

2 MITÄ FANIUS ON? ... 6
2.1 Fanius käsitteenä ja ilmiönä ... 6
2.2 Fanit ja parasosiaalinen suhde ... 8
2.3 Fanien sitoutuminen artistiin ja osaksi yhteisöä ... 9

3 YHTEISÖT JA FANIEN YHTEENKUULUVUUS ... 13
3.1 Yhteisöistä ... 13
3.2 Online-yhteisöistä ... 14
3.3 Faniyhteisöt ... 15
3.4 Fanit online-yhteisöjen jäseninä ... 15

4 AINEISTO JA MENETELMÄT ... 19
4.1 Tutkimuskysymykset ... 19
4.2 Tutkimusmenetelmä ... 19
4.2.1 Aineiston keruu ... 20
4.3 Tutkimusmenetelmä ... 21

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET ... 23
5.1 Fanien suhde artistiin on syventynyt pandemia-aikana ... 24
5.1.1 Fanit samaistuvat artistiin henkilökohtaisuuden ja yhteisten arvojen kautta ... 27
5.1.2 Artistin online-sisällön aktiivinen seuraaminen syventää fanien suhdetta artistiin ... 30
5.1.3 Intiimi online-sisältö ja vuorovaikutteisuus vetoaa faneihin ... 32
5.2 Vuorovaikuttaminen faniyhteisön kanssa on vähemmän merkityksellistä, mutta kokemus siihen kuulumisesta on tärkeää ... 36
5.2.1 Fanit kokevat yhteenkuuluvuutta ... 39
5.2.2 Passiivinen osallistuminen faniyhteisöön ... 41
5.2.3 Läheiset ihmiset kanssafaneina koetaan merkityksellisinä ... 43
5.2.4 Fanius koetaan leimaavana ... 44
5.3 "Fanittaminen tarkoittaa sitä, että mä saan tehdä jotain mikä musta tuntuu hyvältä." ... 45
5.3.1 Musiikki on fanittamisen perusta ... 48
5.3.2 Livekeikoilla on korvaamaton merkitys faneille ... 50
5.3.3 Fanit näyttävät fanitustaan ulospäin ... 52

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA ... 55
6.1 Miten fanien suhde fanittamaansa artistiin on muuttunut pandemia-aikana? ... 55
6.2 Millaisia merkityksiä muilla faneilla ja faniyhteisöillä on faneille pandemia-aikana? ... 57
6.3 Pohdinta – Millaista fanittaminen on pandemia-aikana? ... 58

6.4 Jatkotutkimusehdotukset 62
6.5 Tutkielman arviointi 63

LÄHTEET 65

LIITE 69
Liite 1 - Haastattelukutsu 69
Liite 2 – Haastattelukutsu 70

1 JOHDANTO

On osoitettu, että kulttuuritapahtumat voivat lisätä ihmisten hyvinvointia ja että taiteet voivat jopa ennaltaehkäistä mielen- sekä fyysiseen terveyteen liittyviä oireita. (Fancourt & Fin 2019; Hansen ym. 2015; Løkken ym. 2018.) Hansen ym. (2015) pystyivät osoittamaan, että aktiivisesti kulttuuritapahtumiin osallistuvilla nuorilla (13–19 vuotiailla) oli parempi tyytyväisyys elämään, parempi itsetunto sekä vähemmän ahdistuksen tai masennuksen oireita. Ne, jotka osallistuivat kulttuuritapahtumiin säännöllisesti kertoivat paremmista terveysvaikutuksista kuin ne, jotka osallistuivat tapahtumiin harvemmin. (Hansen ym. 2015.) Voisi ajatella, että faneiksi itsensä mieltävät käyvät esimerkiksi keikoilla vielä useammin kuin satunnainen kulttuuritapahtumien ystävä, jolloin kulttuuritapahtumien, esimerkiksi livekeikkojen merkitys ihmisille kasvaa entisestään. Jotta ihmiset pääsevät kulttuuritapahtumiin tai esimerkiksi keikoille, on oletettava, että muusikot pääsevät kiertueille sekä esimerkiksi teatterit, elokuvateatterit ja museot ovat avoinna. Korona-pandemian aikana näin ei kuitenkaan ollut.

Livekeikoilla voisi siis ajatella olevan hyvin suuri merkitys sekä faneille että artisteille. Rendell selvittää tutkimuksessaan (2021) korona-ajan vaikutuksia muusikoihin, jotka eivät voineet enää keikkailla live-tapahtumissa. Rendell tutki muun muassa musiikkiesitysten eri osa-alueita sekä live- ja online-keikkojen taloudellisia vaikutuksia. Hän totesi erityisesti livekeikkojen olevan artisteille korvaamaton tulonlähde. Tämän myötä erityisesti pandemia-aikana myös online-keikkoihin on kehitetty lisää tapoja, joilla artisti voi saada tuloja (Rendell 2021). Fanit voidaankin nähdä kuluttajina, artistien tärkeimpinä asiakkaina, jotka tuovat artisteille tuloja – onhan fani-termiä ensimmäistä kertaa käytetty kuvaamaan nimenomaan urheilujoukkueiden sitoutuneimpia katsojia tai kannattajia (Jenkins 2013; Cavicchi 1998). Yoshida ym. (2015) korostavat tutkimuksessaan urheilukontekstissa faniyhteisöjen luomisen ja niiden vahvistamisen merkitystä brändeille itselleen, sillä faniyhteisöt tuovat suoraan tuloja brändille, jonka lisäksi aktiiviset faniyhteisöt myös parantavat live-tapahtumien eli otteluiden tunnelmaa ja ilmapiiriä. Tätä voinee soveltaa myös kulttuurialalle. Keikoille päästäkseen fanit maksavat keikkalipuista ja fanit haluavat näyttää faniuttaan ulospäin ostamalla esimerkiksi fanituotteita keikkojen yhteydessä (Edlom & Karlsson 2021). Toisin sanottuna sitoutuneet fanit ja keikkatilanteet ovat hyvin arvokkaita artisteille tunnelman lisäksi taloudellisesti.

Toisaalta, kuten sanottua livekeikoilla ja kulttuuritapahtumilla ylipäätään on merkityksellinen asema ihmisten hyvinvointia edistävänä tekijänä. Tämän lisäksi livekeikat voidaan nähdä vuorovaikutustilanteina, jotka ovat faneille tärkeitä ennen muuta siksi, että he pääsevät muuttamaan fanitussuhteensa tosielämän vuorovaikutukseksi artistin kanssa (Rendell 2021). Fanius nähdäänkin usein erityisesti sosiaalisena toimintana (Jenkins 1988). Tutkimuksessaan Rendell muistuttaa, että muusikon kehonkieli, esiintyminen, soittaminen ja laulaminen sekä ei-sanalliset viestit ovat tärkeä osa live-esiintymistä (Rendell 2021). Tämä tekijä vaikuttaa yleisöön, faneihin, jotka

puolestaan osoittavat faniuttaan muun muassa tietyillä sanoilla, teoilla ja fyysisellä käyttäytymisellä. Fanien yhteyden kokemus artistiin syntyy ennen muuta livekeikoilla tapahtuvan vuorovaikutuksen kautta, mutta sen lisäksi myös online-sisältöjen välityksellä (Herrera 2017).

Kun pandemia-aikana artistien ja fanien välistä vuorovaikutusta ei ollut mahdollista toteuttaa muualla kuin online-kontekstissa, on ajankohtaista selvittää kokevatko fanit, että online-vuorovaikutus on pystynyt korvaamaan live-tapahtumien jättämää aukkoa suhteessa artistiin tai muihin faneihin sekä sitä, onko fanien suhde artisteihin jollain tapaa muuttunut. Livekeikkojen suuren merkityksen vuoksi (Fancourt & Fin 2019; Hansen ym. 2015; Løkken ym. 2018; Rendell 2021) voisi livekeikkojen mieltää olevan korvaamattomia kokemuksia faneille myös siitä näkökulmasta, että monet fanit tulevat yhteen toisten fanien kanssa ennen muuta livekeikoilla. Artistin ja fanien välisen vuorovaikutuksen lisäksi myös yhteisöllisyyden kokemuksien nähdään olevan faneille tärkeitä. Faniuteen liittyy usein voimakas halu näyttää olevansa osa faniyhteisöä (Edlom & Karlsson 2021). Toisinaan fanit hakevat jopa useammin yhteyttä toisiin faneihin kuin itse artistiin (Yates 2015). On siis mielenkiintoista kysyä, kokevatko fanit, että korona-pandemialla on ollut vaikutusta heidän suhtautumiseensa artistin ympärillä vaikuttavaan faniyhteisöön.

Tutkimuksessa taustatietona on hyödynnetty faniuteen, sitoutumiseen sekä yhteisöllisyyteen liittyvää kirjallisuutta. Faniutta on lähestytty sanan alkuperän kautta niin, että kirjallisuudesta on nostettu huomioita, missä faniutta esiintyy ja missä yhteyksissä sanaa käytetään. Cavicchi (1998) ja Jenkins (2013) loivat tämän tutkimuksen näkökulmasta taustan sanalle fanius, jonka lisäksi siihen on liitetty olennaisena tekijänä faniuden sosiaaliset aspektit: faniutta halutaan näyttää ulospäin esimerkiksi sosiaalisen ja kulttuurisen toiminnan kautta sekä pukeutumisella ja hiustyyliä kopioimalla (Edlom & Karlsson 2021; Jenkins 2013). Fanit muodostavat herkästi parasosiaalisia suhteita artisteihin (Kim & Kim 2020) ja mitä enemmän fanit kuluttavat artistin tuotoksia, musiikkia, keikkoja tai online-sisältöjä, sitä herkemmin suhde artistiin syvenee (Herrera 2017; Auter 1992).

Faniuteen liittyy olennaisesti faniyhteisöt ja fanien kokema yhteenkuuluvuus (Edlom & Karlsson 2021). Yhteisöjen ja yhteisöllisyyden tausta alkaa siitä, että ihmiset kaipaavat olla osa sosiaalisia ryhmiä (Kangaspunta 2011; Behrens & Ulrich 2020). Tässä tutkimuksessa yhteisöjen käsite liittyy sekä livekeikoilla koettuun yhteisöllisyyden kokemukseen, siihen että näkee muita ihmisiä samalla keikalla, mutta myös siihen, että ihmiset voivat kokea yhteenkuuluvuuden tunnetta ilman, että ovat konkreettisissa paikoissa tai kuuluvat konkreettisiin faniyhteisöihin (Osler 2020; Calcagno 2012). Jälleen sovellettuna pandemia-aikaan, yhteisöllisyyttä ei ole voinut kokea live-tapahtumissa, vaan kokemus on voinut syntyä enemmän tai vähemmän vain online-kontekstissa esimerkiksi artistin nettisivuilla tai sosiaalisen median kanavissa, missä ihmiset kokevat, että he jakavat samoja kiinnostuksen kohteita muiden kanssa (Osler 2020; Calcagno 2012).

Näitä taustoja vasten tässä pro-gradu -tutkielmassa tutkitaan fanien fanitukselle antamia merkityksiä sekä fanien keskinäistä sekä artistin ja fanin välistä vuorovaikutusta. Tarkoituksena on selvittää, millaisia merkityksiä fanit

antavat online-kontekstissa tapahtuvalle vuorovaikutukselle aikana, kun live-kohtaamisia muun muuassa artistien keikoilla ei ole voinut olla. Lisäksi on aiheellista pohtia, kokevatko fanit, että heidän suhde fanittamaansa artistiin on muuttunut, sillä korkeaan arvoon nostettuja livekeikkoja ei ole voinut järjestää; artistit ovat olleet pois silmistä jopa kaksi vuotta. Tämän lisäksi artistit voivat hyötyä tutkimuksen tuloksista, sillä keskittymällä esiin nouseviin teemoihin, artistit voivat saada tietoa siitä, mitkä seikat fanien puheessa korostuvat. Tätä tietoa hyödyntäessään artistit voivat pyrkiä osaltaan sitouttaa fanejaan omaan toimintaansa tai brändiinsä entistä enemmän. Tutkimuksen aineisto on kerätty puolistrukturoitua teemahaastattelua hyödyntäen ja aineistoa kertyi lopulta 11 haastattelun verran. Haastattelut on analysoitu aineistolähtöisen teemoittelun keinoin. Teemoitellun aineiston pohjalta, tutkimus vastaa seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Miten fanien suhde fanittamaansa artistiin on muuttunut pandemia-aikana?
2. Millaisia merkityksiä toisilla faneilla ja faniyhteisöillä on faneille pandemia-aikana?

Tämä pro gradu -tutkielma etenee niin, että ensimmäisessä osiossa taustoitetaan faniutta, faniuteen vahvasti kytkeytyvää parasosiaalisen suhteen käsitettä sekä sitä, millä tavoin fanit sitoutuvat artistiin sekä osaksi artistin fanikuntaa. Toiseksi perehdytään yhteisön käsitteeseen ja sen eri ilmenismuotoihin online-kontekstissa. Tässä osiossa taustoitetaan myös sitä, millä tavoin fanit kokevat olevansa online-yhteisöjen jäseniä. Tämän jälkeen esitellään tutkimusmenetelmä ja aineiston keruun prosessia. Tutkimustuloksia avataan aineiston pohjalta kehitettyjen kolmen pääteeman johdolla, joiden alla on pääteemoja tarkentavat alateemat. Tutkielma päättyy johtopäätöksiin, joiden yhteydessä esitellään tutkimuksen aikana esiin nousseita jatkotutkimusehdotuksia.

2 MITÄ FANIUS ON?

2.1 Fanius käsitteenä ja ilmiönä

Ymmärtääkseen käsitettä tai tiettyä ilmiötä paremmin on usein hyödyllistä sukeltaa käsitteen alkuperään ja ilmiön lähtöpisteeseen. Jenkinsin (2013, 12) mukaan sana fani (fan) pohjautuu latinankieliseen sanaan "fanaticus". Sanalla "fanaticus" on alun perin tarkoitettu latinan kielessä temppeliin kuulumista, temppelin palvelijaa tai siihen omistautunutta henkilöä (devotee). Sanan merkitykseen on alusta alkaen yhdistetty erilaisia stereotypioita ja jossain määrin negatiivisia konnotaatioita kuten syntistä ja kiihkoista toimintaa sekä liiallista, yletöntä ja erehtynyttä intomielisyyttä (Jenkins 2013, 12). Myös Cavicchi (1998) viittaa "fanatic" sanaan ja sen uskonnolliseen taustaan fanin alkuperänä. Faniutta sanan nykyisessä merkityksessä on käytetty ensimmäistä kertaa Yhdysvalloissa 1800-luvun loppupuolella yhdistettynä urheilujoukkueen katsojiin (Cavicchi 1998; Jenkins 2013). Tämän jälkeen 1930-luvulle mennessä fani-sanan käyttö levisi koskemaan katsojia muiden kaupallisten harrastusten ja viihteen, kuten urheilun, elokuvien ja teatterin yhteydessä (Cavicchi 1998). Myös Oxford English Dictionary (1989) määrittelee fanin alun perin ammattilaisurheilun sitoutuneeksi katsojaksi tai joukkueen kannattajaksi. Muita sanakirjan myöhempiä määritelmiä ovat jonkin harrastuksen tai ajanvietteen paneutunut seuraaja sekä jonkin henkilön tai asian innokas tai intohimoinen kannattaja.

Jenkinsin (2013, 12) mukaan sanaan fani liitetään edelleen stereotypioita, jotka pohjautuvat osaltaan sanan kielelliseen taustaan ja ne ovat eläneet yhtä lailla vahvoina aina termin synnystä saakka. Jenkins (2013, 10) esittelee erilaisia faniuteen liittyvä stereotypioita Star Trek -fanien kontekstissa. Stereotypioiden listauksessa faneja kuvaillaan muun muassa aivottomiksi kuluttajiksi, jotka ostavat mitä tahansa fanituksen kohteeseen liittyvää, sosiaalisiksi hylkiöiksi, jotka ovat pakkomielteisiä fanittamastaan asiasta sekä henkilöiksi, jotka sopimattomasti antavat liikaa huomiota vähäarvoiselle kulttuuriselle sisällölle (Jenkins 2013, 10). Vaikka fanin käsitettä voidaankin käyttää asenteellisesti tai negatiivisessa mielessä, käytetään sitä usein myös neutraalissa tarkoituksessa ilmaisemaan henkilön mieltymystä tai kiintymystä jotakin kohtaan. Termiä käytetään kielessä hyvin laajasti erilaisista joukoista ihmisiä, kuten fanaatikoista, katsojista, bändäreistä, kokonaisista yleisöistä, kuluttajista, keräilijöistä, alakulttuurin jäsenistä, harrastajista ja kannattajista (Cavicchi 1998, 39).

Jenkins (2013) tuo esiin, että toisaalta faniuden maskuliiniset ja feminiiniset representaatiot näkyvät hyvin eri tavoin mediassa. Usein esitetty stereotypia faneista ovat kirkuvat, hysteeriset ja pakkomielteiset nuoret naiset, jotka ovat usein jonkin kulttuurisen tuotteen tai toiminnan faneja. Puolestaan urheilufanit, jotka nähdään usein miespuolisina, esitetään hyvin eri sävyyn tärkeänä osana urheilutapahtumien tunnelmaa. Sanaa fani on kuitenkin ensimmäisen kerran käytetty sen nykyisessä muodossa nimenomaan ammattiurheilujoukkueen sitoutuneimmista seuraajista, mutta Jenkins (2013, 12) kertoo, että se yhdistettiin

hyvin pian naispuolisiin teatterikävijöihin, jotka miespuolisten kriitikoiden väitteiden mukaan olisivat olleet enemmän kiinnostuneita miespuolisista näyttelijöistä kuin itse teatterista. Tämä osaltaan kuvastaa jo sanaan alusta alkaen liitettyjä erilaisia latauksia. Jenkinsin (2013, 15) mukaan naispuoliset fanit ovat usein myös seksualisoitu mediakuvastossa, kun päinvastoin miespuolisten kohdalla sukupuoleen ei yleensä viitata tai seksualisointia ei juurikaan tapahdu. Tällaiset erilaiset stereotypiat ja representaatiot saattavat estää faneja julkisesti tunnustautumasta faneiksi ja jakamasta ajatuksiaan ja tuntemuksiaan aiheesta, mikä puolestaan estää faneja löytämästä toisia saman kiinnostuksen kohteen jakavia ihmisiä ja sitä kautta liittymistä osaksi faniyhteisöä (Jenkins 2013).

Faniudesta puhuttaessa nousee usein esiin englanninkielinen sana "devotee". Sana suomennetaan "kannattajaksi", joka ei kuitenkaan ole riittävän kattava ilmaus kuvastamaan sanan merkitystä faniudesta puhuttaessa. Cambridge Dictionary selittää termin vapaasti suomennettuna henkilöksi, joka ihailee suuresti tiettyä henkilöä tai on äärimmäisen kiinnostunut jostain aiheesta. Oxford English Dictionary puolestaan määrittelee sen henkilöksi, joka on omistautunut intohimoisesti johonkin asiaan. Sana "devotee" on johdannainen sanasta "devote", joka puolestaan tarkoittaa omistautumista johonkin. Sanan "devotee" kuvaavin suomenkielinen määritelmä tämän perusteella voisikin olla yksinkertaisesti johonkin asiaan tai jonkin ihmisen seuraamiseen intohimoisesti omistautunut henkilö.

Faniuteen liittyy varmastikin osaltaan fanaattisia ja intohimoisia piirteitä. Fanius ei kuitenkaan ole ainoastaan johonkin asiaan omistautumista tai sen fanaattista seuraamista vaan jotain enemmän. Jenkins (1988) määrittelee faniutta sosiaalisen ja kulttuurisen toiminnan kautta. Faniudessa on kyse tuntemusten ja ajatusten muuttamisesta sosiaaliseksi toiminnaksi eli interaktiivisesta kanssakäymisestä muiden fanien tai ihmisten kanssa. Jonkin asian tai henkilön seuraajasta tulee siis fani kulttuurisen toiminnan kautta jakamalla ajatuksiaan fanituksen kohteesta muiden fanien kanssa ja näin liittymällä osaksi faniyhteisöä (Jenkins 1988). Myös Yoshida ym. (2015) painottavat yhteisöön kuulumisen merkitystä faniutta määrittävänä tekijänä. Heidän mukaansa vuorovaikutus toisten fanien kanssa sekä vuorovaikutussuhteen syventäminen urheilutapahtumissa paikan päällä on urheilufaneille hyvin keskeinen osa faniutta.

Faniuden keskiössä on siis halu tuoda esiin omaa faniuttaan jakamalla omia kokemuksiaan ja keskustelemalla tuntemuksistaan aiheesta, mutta myös pukeutumisen ja hiustyylien kautta sekä dokumentoimalla niitä sosiaaliseen mediaan (Edlom & Karlsson 2021, 21). Edlom ja Karlsson (2021, 21) nostavat esiin, että faniudessa on olennaista kokemukset fanituksen kohteesta sekä fanituksen myötä koetut tunteet. Fanit kokevat samaistumista fanituksen kohteeseen koettujen tunteiden ja jaettujen arvojen kautta. Cavicchin (1998) tutkimuksessa Bruce Springsteenin fanit itse määrittelivät faniudessa lopulta olevan kyse erityisen yhteyden tai siteen muodostamisesta itse fanituksen kohteeseen tässä tapauksessa esimerkiksi musiikin kautta. Cavicchi (1998) korostaakin musiikin merkitystä faniuden synnyssä ja esittää faniudessa olevan kyse yhteydestä artistiin sekä artistin musiikkiin. Fanius ei kuitenkaan ole ainoastaan kiintymystä musiikkiin, vaan faneille musiikilla on valtava merkitys elämässään, minkä kautta he kokevat myös yhteyttä artistiin (Cavicchi 1998).

2.2 Fanit ja parasosiaalinen suhde

Faneille on siis tyypillistä syntyä yhteys tai side fanituksen kohdetta kohtaan. Kyseessä on tällöin parasosiaalinen suhde (Kim & Kim 2020). Parasosiaalinen suhde on yksisuuntainen virtuaalinen side tai etänä muodostuva suhde, jonka yksilöt muodostavat jossain mediassa esiintyvään ihmiseen tai julkisuuden henkilöön (Dibble, Jayson, Hartmann & Rosaen 2016; Kim & Kim 2020). Parasosiaalisen suhteen käsitteen luoneet Horton ja Wohl (1956) kuvaavat sitä myös yksisuuntaiseksi suhteeksi, joka ei pidä sisällään dialektista vastavuoroisuutta ja on pääosin esiintyjän kontrolloitavissa riippuen siitä, mitä hän haluaa mediassa tehdä ja kertoa itsestään. Parasosiaalisen suhteen kuvataan siis usein olevan yksisuuntainen ihmissuhde, jossa toinen seuraa toisen elämää etäältä ja tietää paljon seuratusta ja hänen elämästään, kun taas seurattu ei tiedä seuraajastaan välttämättä mitään (Yates 2015, 254).

Lacalle, Gómez-Morales ja Narvaiza (2021) tuovat esiin, että parasosiaalisessa suhteessa yksilöt kokevat yhteyttä mediassa esiintyvään henkilöön samaan tapaan kuin tosielämän ihmissuhteissa koetaan ystäviä tai kavereita kohtaan. Parasosiaalisen suhteen omaavat yksilöt siis samaistuvat ja kokevat empatian tunnetta toista henkilöä kohtaan tosielämän ihmissuhteen tapaan perustuen yhteneviin uskomuksiin, arvoihin, asenteisiin sekä samankaltaisuuteen ylipäätään (Lacalle, Gómez-Morales & Narvaiza 2021). Parasosiaalisessa suhteessa kuitenkin ystävyyden sijaan suhde kehittyy usein faniudeksi, vaikka fani itse saattaakin kokea, että julkisuuden henkilö olisi hänelle kuin läheinen ystävä (Lacalle, Gómez-Morales & Narvaiza 2021). Toisin kuin interpersonaalisissa suhteissa, parasosiaalisen suhteen mediassa esiintyvää ihmistä kohtaan omaavalla henkilöllä ei kuitenkaan ole suhteessa velvoitteita tai vastuita, vaan hän on sinänsä vapaa lopettamaan parasosiaaliseen suhteeseen johtavan käyttäytymisen koska tahansa (Horton ja Wohl 1956).

Parasosiaalisella vuorovaikutuksella tarkoitetaan parasosiaalisen suhteen kaltaista hetkellistä yksipuolisen yhteyden tunnetta, jota koetaan mediassa esiintyvää henkilöä kohtaan seuratessa tämän esiintymistä mediassa, kun taas parasosiaalinen suhde on pidempiaikainen yhteys, joka on tunnistettavissa myös muulloin kuin sisältöjä seuratessa (Dibble, Hartmann & Rosaen 2016). Keskeistä parasosiaalisen vuorovaikutuksen syntymisessä on se, että mediassa esiintyvä henkilö tunnistaa ja tiedostaa yleisön läsnäolon, hyödyntää esiintymisessään keskustelevaa otetta ja puhuttelee yleisöään eri tavoin (Horton & Wohl 1956; Dibble, Hartmann & Rosaen 2016). Kun henkilö seuraa mediassa esiintyvää henkilöä parasosiaalisen vuorovaikutuksen tavoin, seuraaja arvioi seuraamistilanteen jälkeen suhdettaan mediassa esiintyvään henkilöön. Mikäli seuraaminen jatkuu ja toistuu useammin, muuttuu toistuva parasosiaalinen vuorovaikutus jatkuvaksi parasosiaaliseksi suhteeksi (Rubin & McHugh 1987). Mitä enemmän seuraajat puolestaan kuluttavat sisältöjä, joissa seurattu henkilö esiintyy sitä todennäköisemmin parasosiaalinen suhde syvenee (Rubin & McHugh 1987; Herrera 2017). Parasosiaalisessa suhteessa fanit oppivat pidempiaikaisen seuraamisen myötä tuntemaan seuraamansa henkilön samaan tapaan kuin interpersonaalisissa ihmissuhteissa perustuen henkilön olemukseen, puheeseen, keskustelutyyliin sekä

käyttäytymiseen. (Horton & Wohl 1956). Tämä johtaa siihen, että seuratun henkilön toiminta on ennustettavampaa, mikä on omiaan luomaan luottamusta sekä vahvistamaan turvallisuuden tunnetta ja odotuksia seurattua henkilöä kohtaan (Rubin & McHugh 1987; Herrera 2017). Kun vaikkapa seuratun artistin toiminta on fanin tai seuraajan näkökulmasta ennustettavaa, se herättää luottamusta, koska seuraajan odotukset muun muassa artistin autenttisuutta, vuorovaikutusta ja käyttäytymistä kohtaan täyttyvät (Herrera 2017). Herreran (2017) mukaan fanin luottamuksen syntyminen artistia kohtaan perustuukin juuri ennustettavuuteen sekä yhteisiin jaettuihin arvoihin.

Sosiaalinen media tarjoaakin osaltaan otolliset suhteet parasosiaaliselle vuorovaikutukselle ja sitä kautta parasosiaalisen suhteen synnylle. Sosiaalisessa mediassa on useita eri kanavia ja tapoja olla yhteydessä julkisuuden henkilöön sekä kuluttaa hänen sinne luomaa sisältöään jatkuvasti (Kim & Kim 2020). Fanit voivat siis mennä sosiaaliseen mediaan koska tahansa ja katsoa siellä fanittamansa artistin tuottamaa sisältöä aina halutessaan. Sosiaalisen median kanavissa artistit voivat helposti jakaa elämästään erilaista sisältöä, jossa he tunnistavat yleisönsä, puhuttelevat heitä sekä hyödyntävät sosiaalisen median vuorovaikutuksellisuutta, ja näin luovat perustan parasosiaalisen vuorovaikutussuhteen synnylle (Horton & Wohl 1956; Dibble, Hartmann & Rosaen 2016). Sosiaalisen median kanavat ovat luonteeltaan sellaisia, jossa on helppo jakaa sisältöä niin arkipäiväisistä kuin intiimeistäkin asioista ja jaettu viesti on muiden nähtävissä samalla hetkellä, kun se on julkaistu. Kanavat myös kannustavat luomaan paljon sisältöä helppokäyttöisyydellään. Mitä enemmän artistit jakavat sisältöä sosiaaliseen mediaan, sitä jatkuvammin seuraajien on mahdollista seurata artistin elämää, mikä lopulta johtaa parasosiaalisen suhteen syntymiseen ja syventymiseen (Rubin & McHugh 1987; Herrera 2017). Pelkkä suuri sisällön määrä sosiaalisessa mediassa ei kuitenkaan riitä parasosiaalisen vuorovaikutussuhteen synnylle, vaan kuten sanottua, parasosiaalinen suhde syntyy samaistumisen ja empatian tunteen kautta perustuen yhteneviin uskomuksiin, arvoihin ja asenteisiin (Lacalle, Gómez-Morales & Narvaiza 2021). Näiden asioiden saavuttaminen fanin ja artistin välillä edellyttää artistilta hyvin intiimienkin asioiden jakamista, mikä onkin ominaista sosiaalisen median sisällöille. Artistien itsestäkertominen eli omien pinnallisten sekä intiimien ajatusten ja tuntemusten jako ulospäin on siis hyvin olennaista parasosiaalisen suhteen synnylle (Chung & Cho 2017).

2.3 Fanien sitoutuminen artistiin ja osaksi yhteisöä

Sitoutumisen voidaan määritellä olevan omistautumisen osoittamista suhteen tai siteen luomiseksi kiinnostuksen kohdetta kohtaan (Johnston 2014). Van Doorn ym. (2010) korostavatkin sitoutumisen olevan aktiivista käyttäytymistä, joka on enemmän kuin vain jonkin asian seuraamista tai siitä pitämistä ja se edellyttää erityistä yhteyttä kuluttajan ja sitoutumisen kohteen välillä. Sitoutuminen siis kumpuaa kuluttajan eli tässä tapauksessa fanin interaktiivisista kokemuksista sitoutumisen kohteen eli tässä tapauksessa artistin kanssa (van Doorn, Lemon,

Mittal, Nass, Pick, Pirner, & Verhoef 2010; Hollebeek 2011; Vale & Fernandes 2018).

Vale ja Fernandes (2018) esittelevät, että sitoutumista sosiaalisessa mediassa voidaan kuvata jakamalla se erilaisiin sitoutumisen tasoihin. Sitoutumisen syvyyttä kuvaavat kolme eri tasoa: kuluttamisen taso (consumption), osallistuminen (contribution) sekä sisällön luominen (creation). Kuluttaminen pitää sisällään alhaisimman sitoutumisen tason toimintaa, joka voi olla muun muassa tässä tapauksessa artistin sisällön lukemista ja siihen perehtymistä tai esimerkiksi artistiin liittyvän muiden tuottaman sisällön katsomista. Kuluttamiseen ei kuitenkaan liity minkäänlaista aktiivista sosiaalista osallistumista (Dolan, Conduit, Fahy & Goodman 2016). Osallistuminen on puolestaan sitoutumisen taso, jossa kuluttaja on vuorovaikutuksessa joko muiden ihmisten tai sitten sitoutumisen kohteen kanssa. Tämä voi siis pitää sisällään artistiin tuottamasta ja siihen liittyvästä sisällöstä tykkäämistä, sen kommentoimista tai sen jakamista. Sisällön luomista taas voidaan pitää sitoutumisen syvimpänä tasona. Tällä tarkoitetaan sitä, että eniten sitoutuneet kuluttajat tuottavat ja jakavat itse sosiaalisessa mediassa sitoutumisen kohteeseen liittyvää sisältöä kuten tekstiä, kuvia ja videoita sekä voivat käyttää esimerkiksi aiheeseen liittyviä hashtageja. (Vale & Fernandes 2018; Dolan, Conduit, Fahy & Goodman 2016.)

Fanit sitoutuvat ja kokevat samaistumista fanituksen kohteeseen yhteisten jaettujen arvojen kautta (Edlom & Karlsson 2021, 21). Edlom & Karlsson (2021, 21) tuovat tutkimuksessaan esiin, että autenttiset brändit koetaan usein uskottavina, luotettavina ja aitoina ja kyseisen tutkimuksen perusteella sama pätee myös artisti Robyniin. Fanien kertomusten mukaan hänet koetaan autenttiseksi, uniikiksi sekä maanläheiseksi, mikä on keskeinen tekijä fanien sitoutumisen taustalla (Edlom & Karlsson 2021, 21). Cavicchi (1998) selvittää tutkimuksessaan, että myös Bruce Springsteenin tapauksessa autenttisuus on avaintekijä fanien sitoutumiselle, vaikkakin kaikkien artistien kohdalla samaistuminen nimenomaan artistin autenttisuuden kautta ei välttämättä ole keskeistä. Artistin autenttinen julkisuuskuva voi siis edesauttaa fanien sitoutumista artistiin, mutta se ei ole suinkaan ainut tekijä fanien samaistumisen ja sitä kautta sitoutumisen taustalla, vaan avaintekijöinä voidaan nähdä eri asioita eri artistien kohdalla. Kuten Edlom ja Karlsson (2021, 21) totesivat, fanit kuitenkin haluavat kokea empatiaa ja yhtenäisyyden tunnetta artistia kohtaan sekä jakaa samat uskomukset, asenteet ja arvot idolinsa kanssa, mutta tällainen parasosiaalinen suhde voi syntyä artistia kohtaan eri tavoin.

Musiikkifanit kokevat yhteyttä artisteihin luonnollisesti laulujen ja sanoitusten sekä livekeikoilla tapahtuvan vuorovaikutuksen ja artistin online-sisällön kautta (Herrera 2017). Rendell (2021) korostaakin livekeikkojen merkitystä sitoutuneen suhteen muodostumisessa ja syventymisessä artistin ja fanin välillä, sillä keikka- ja konserttitapahtumissa fanit saavat mahdollisuuden muuttaa parasosiaalisen suhteen hetkeksi tosielämän kanssakäymiseksi. Kuten tutkimuksessa aiemmin esiteltiinkin, mitä enemmän fanit puolestaan kuluttavat artistin luomaa online-sisältöä, sitä todennäköisemmin parasosiaalinen suhde syvenee, mutta vastaavasti, mitä enemmän fani käyttää aikaa vuorovaikutuksessa online-yhtei-

sön muiden jäsenten kanssa, sitä todennäköisemmin hänestä tulee osa faniyhteisöä (Herrera 2017). Fanit siis sitoutuvat online-faniyhteisöön riippuen heidän siteestään fanituksen kohteeseen sekä suhteestaan muihin faneihin (Kozinets 1999).

Artistien luoma faneja sitouttava sisältö esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ei siis ainoastaan syvennä parasosiaalista suhdetta ja sitouta faneja syvemmin artistiin. Artistit voivat auttaa faneja löytämään toisiaan ja liittymään syvemmin osaksi faniyhteisöä luomalla sisältöä, joka saa fanit sitoutumaan entistä syvemmällä tasolla. Eli luomalla faneihin vetoavaa sisältöä artistit pystyvät tukemaan myös faniyhteisöjen rakentumista ja syventymistä. Kuten edellä todettiinkin, autenttisuus sekä artistin maanläheinen, aito ja luotettava olemus voidaan nähdä sitoutumista edesauttavina tekijöinä (Edlom & Karlsson 2021; Cavicchi 1998). Herrera (2017) puolestaan korostaa intiimiyden merkitystä yleisön sitouttamisessa. Toistuvat kohtaamiset ja suora vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä lisäävät intiimiyttä ja sen myötä syventävät fanien sitoutumista artistiin (Auter 1992). Kun artisti paljastaa todellisen ihmisen artistin hahmon takana ja asettaa itsensä yleisön tasolle osaksi yleisöä, voidaan puhua niin kutsutusta neljännen seinän rikkoutumisesta, jolloin artisti inhimillistää itseään ja antaa myös seuraajille enemmän tietoa itsestään (Herrera 2017). Tällaisen intiimiyden saavuttamiseksi artisti voi esimerkiksi jakaa sisältöä arjestaan, päästää katsojan artistin työn kulisseihin, kertoa epäonnistumisista, pyytää yleisöltä apua tai luoda mitä tahansa sisältöä, mikä herättää luottamusta, luo yhteenkuuluvuutta tai on autenttista (Herrera 2017). Rendell (2021) on tutkinut livestream-keikkoja ja sosiaalisen median alustoilla pidettäviä livelähetyksiä, joita voidaan pitää yhtenä esimerkkinä sisällöstä, joka kykenee lisäämään intiimiyttä. Erilaisilla sosiaalisen median alustoilla järjestetyt livelähetykset osoittavat artistien autenttisuutta, mutta livelähetysten erityinen ominaispiirre on Rendellin (2021) mukaan sen mahdollistama vuorovaikutus artistin ja yleisön välillä sekä yleisön kesken. Fanit voivat osoittaa artistille tuntemuksiaan ja artisti pystyy olemaan suoraan vuorovaikutuksessa lähetystä seuraavien fanien kanssa. Livelähetyksessä artistin esiintyessä fanit voivat myös kommunikoida keskenään ajatuksistaan käynnissä olevasta esiintymisestä häiritsemättä sitä ja näin liittyä osaksi yhteisöä (Rendell 2021). Lisää fanien yhteisöllisyydestä ja yhteenkuuluvuuden tunteesta on luvassa tutkimuksen seuraavassa osiossa.

Sitoutumisen käsitteessä ilmenee yhtäläisyyksiä faniuden määritelmän kanssa. Sitoutuminen erityisesti syvemmällä tasolla faniuden tavoin ei ole vain jonkin asian seuraamista, vaan edellyttää, kuten Jenkins (1988) asian esittää, sosiaalista ja kulttuurista toimintaa jakamalla ajatuksiaan faniuden kohteesta muiden ihmisten kanssa. Aiemmin esitettyjen määrittelyjen mukaan fanien voisi siis usein ajatella olevan sitoutuneita syvimmällä tasolla jakaen itse tuottamaansa sisältöä, vuorovaikuttaen muiden kanssa sekä seuraamalla tarkasti kaikkea fanittamaansa artistiin liittyvää sisältöä.

Faniuden käsite on siis suhteellisen monihyväinen ja se pitää sisällään monia hyvin erilaisia merkityksiä ja konnotaatioita. Faniuden määritelmiä voi olla yhtä lailla monenlaisia, kun on fanejakin. Tässä tutkimuksessa faniksi määritellään karkeasti henkilö, joka seuraa jotain henkilöä, artistia tai asiaa omistautuneesti, jakaa ajatuksiaan ja tuntemuksiaan seuraamisen kohteestaan muiden ihmisten tai toisten fanien kanssa sosiaalisessa mediassa tai kasvokkain ja osoittaa

näin tai muilla tavoin faniuttaan julkisesti. Tämän lisäksi fani on jossain määrin osana faniyhteisöä esimerkiksi seuraamalla fanituksen kohteen sosiaalisen median tilejä sekä ylläpitää mahdollisesti parasosiaalista suhdetta fanituksen kohteeseen.

Tässä tutkimuksessa fanius on määritelty näin, sillä laadullisen tutkimuksen ja teemahaastattelun näkökulmasta on olennaista, että fanin määritelmä sopii tutkimusasetelmaan. Tällä määritelmällä on mahdollista erotella, minkälaisia faneja haastatteluun on mahdollista ottaa, jotta on mahdollista selvittää, miten aktiivisiksi faneiksi itsensä mieltävät henkilöt ovat kokeneet elämän ja fanittamisen pandemia-aikana.

3 YHTEISÖT JA FANIEN YHTEENKUULUVUUS

Tässä kappaleessa esitellään ensiksi yhteisöjen ja sen jälkeen tarkemmin online-yhteisöjen piirteitä. Lopuksi tarkennetaan käsittelyä faniyhteisöihin sekä käsitellään faneja online-yhteisöjen jäseninä ja fanien mahdollisuutta kokea abstraktimmalla tasolla kuuluvansa faniyhteisöihin.

3.1 Yhteisöistä

Sosiologian historiassa yhteisön käsite juontuu Aristoteleen filosofiasta. Tässä filosofiassa on merkityksellistä, että ihmisellä on luontainen pyrkimys yhteisöllisyyteen, yhteistoimintaan ja yhteiseen hyvään (Kangaspunta 2011). Sosiologian klassikot määrittelevät ”perinteistä yhteisöllistä sosiaalista sidettä yhteenkuuluvuuden tunteeksi”, jota Aro kutsuu “sosiaaliseksi sentimentiksi”. Tällä Aro tarkoittaa sitä, että yhteisöllisyydessä on tärkeää juuri emotionaalinen kokemus yhteisöön kuulumisesta (Aro 2011). Tämän lisäksi sosiaalisen identiteetin teorian ytimessä on ajatus, etteivät ihmiset määrittele itseään vain omilla aikaansaannoksillaan vaan myös heidän kuulumisellaan sosiaalisiin ryhmiin (Behrens & Uhrich 2020).

Yhteisö sana on alun alkaen mielletty kuvaamaan jonkin maantieteellisen alueen ihmisten yhteisöjä. Yhteisöjä voi kuitenkin ajatella muodostuvan myös muualle kuin vain sinne, missä ihmiset jakavat elämää kasvotusten. Ajatusta voi käyttää kuvaamaan ihmisjoukkoa, jotka jakavat esimerkiksi yhteisen kiinnostuksenkohteen ja jotka uskovat olevansa osa olemassa olevaa, ihmisten muodostamaa ryhmittymää. On myös sanottu, että maantieteelliset rajat unohtava määritelmä yhteisölle antaa yhteisön jäsenille vapaamman mahdollisuuden luoda vielä läheisempiä ihmissuhteita kuin silloin, jos määritelmään rajaa sisäänsä vain kasvokkain kohtaavat yhteisöt. (Cavicchi 1998).

Yksilön näkökulmasta voi siis syntyä parasosiaalisia suhteita, jotka keskittyvät lähinnä esimerkiksi julkisuuden henkilöön, fiktionaaliseen henkilöön tai urheiluseuraan (Yates 2015). Yates (2015) nostaa kuitenkin esiin, että Bruce Springsteen fanien keskuudessa erityistä suhdetta artistiin ei välttämättä pyritä edes muodostamaan, vaan ennen muuta faniyhteisö ja siihen kuuluminen oli Springsteen faneille tärkeää. Kuten aiemmin todettu, tietyn artistin fanitus saattaa johtaa parasosiaaliseen suhteeseen, mutta usein suhde kehittyy lopulta merkityksellisempään sosiaaliseen suhteeseen toisten fanien kanssa (Yates 2015). Yhteisöön kuulumisen tärkeys korostuu siis myös heillä, jotka alun perin olivat mieltäneet itsensä nimenomaan kyseisen artistin faniksi.

3.2 Online-yhteisöistä

Etenkin korona-aikana, kun live-tapaamisia ei ollut, voi ajatella, että online-yhteisöt ovat voineet nousta entistä isommaksi osaksi ihmisten arkea. Online-yhteisöä ("virtual community") määritteli alun perin internet-pioneeri Howard Rheingold, joka määritteli ne "sosiaalisiksi kokoontumisiksi netissä, jotka muodostuvat, kun riittävän monta ihmistä osallistuu julkiseen keskusteluun muodostaakseen ihmissuhteita netissä". Alun perin ei oltu yksimielisiä siitä, voiko näitä ryhmittymiä kutsua yhteisöiksi, sillä niiden jäsenet saattavat esiintyä anonyymisti ja he tapaavat vain harvoin kasvotusten. Tästä huolimatta ajateltiin, että online-ympäristössä tapahtuva vuorovaikutus voi olla merkityksellistä ja että online-ympäristössä tapahtuva vuorovaikutus on muutenkin hyvin lähellä perinteisiä vuorovaikutustilanteita. (Kozinets 1999; Naik, Jain, Singh & Rai 2021.) Tämän lisäksi vuorovaikutus muiden ihmisten kanssa tapahtuu muun muassa julkaisemalla kuvia tai videoita sekä kommentoimalla toisten julkaisuja (Kim ja Kim 2017). Online-ryhmittymiä voi siis kutsua myös yhteisöiksi, sillä näitä ryhmiä yhdistää sosiaalinen kanssakäyminen, sosiaaliset suhteet ja yhteinen tila (Kozinets 1999; Naik, Jain, Singh & Rai 2021). Sekä fyysisiä että online-yhteisöjä yhdistävät samantyyliset tekijät: yhteenkuulumisen kokemus, tiedonvälitys sekä vapaa-ajan toiminta (Naik ym. 2021). Lisäksi netti on mahdollistanut yhteisöjen syntymisen alkuperäisen yhteisön määritelmän maantieteellisyyden (Cavicchi 1998) ulkopuolelta, sillä netissä yhteisöjen syntyminen ei vaadi maantieteellistä läheisyyttä (Osler 2020).

Viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana online-yhteisöt ovat muuttuneet täysin. Kun 2000-luvun alussa yhteisöt muodostuivat nettisurffailun ja sähköpostien ympärille (Kozinets 1999; Naik ym. 2021), 2020-luvulla yhteisöt rakentuvat paljolti sosiaalisen median kanavien tai internet-foorumeiden kautta (Naik ym. 2021). Nykyaikaisten online-yhteisöjen vahvuuksiin voi laskea, että ne minimoivat yhteisöjen jäsenten kokemuksen eristäytyneisyydestä ja mahdollistavat niiden jäsenille sosiaalisten suhteiden ylläpidon. Niihin kuuluvat ihmiset voivat kokea yhteenkuuluvuutta, jonka lisäksi yhteisöt auttavat löytämään tukea ja samanhenkisiä ihmisiä, joiden kanssa voi keskustella itseään kiinnostavista asioista. Tämän lisäksi online-yhteisöillä ei ole maantieteellisiä rajoja, jonka takia ne voivat muodostua missä tahansa ympäri maapalloa. Tästä johtuen yleiset yhteisön muodostumisen esteet, kuten kulttuuri, sukupuoli tai etnisyys eivät ole niin painavia kuin online-ryhmien muodostumisessa kuin kasvokkain tapahtuvissa kohtaamisissa. (Naik ym. 2021.) Saman huomion nostaa tutkimuksessaan Yates (2015), jossa oli selvää, että Bruce Springsteen fanit hyödyntävät online-vuorovaikutusta kehittääkseen sosiaalisia suhteita muiden fanien kanssa; kehittääkseen yhteisön.

3.3 Faniyhteisöt

Faniyhteisön voi yhtä lailla määrittää, sen mukaan, että yhteisöt syntyvät yhteisten kiinnostuksen kohteiden ympärille ja joihin liittyy yhteenkuuluvuuden tunnetta muihin faneihin (Edlom & Karlsson 2021). Faniyhteisöistä on paljon tutkimusta eri konteksteissa (Yoshida 2015; Hirsjärvi 2021), joissa faniyhteisöt muodostuvat esim. urheiluseurojen, TV-sarjojen tai sarjakuvien ympärille.

Faniyhteisöjä määrittävät yhteisölliset tekijät ja sosiaalisten suhteiden merkitys muiden fanien kanssa, joita esimerkiksi Bruce Springsteenin fanit etsivät (Yates 2015), esiintyvät muussakin tutkimuksessa. (Edlom & Karlsson 2021; Duffet 2013.) Faniuteen kytkeytyy siis merkittävästi faniyhteisöt ja niihin kuuluva yhteisöllisyys. Hyvin olennainen tekijä faniudessa on halu näyttää ja jakaa omaa kiinnostusta faniuden kohdetta kohtaan esimerkiksi ostamalla ja käyttämällä artistin tai seuran fanituotteita tai esimerkiksi matkia artistin hius- tai vaatetyyliä. Fanin käyttäytyminen määrittyy suhteessa muihin faneihin ja siihen millaisia tunteita tai kokemuksia he jakavat. (Edlom & Karlsson 2021, 23.) Tässäkin suhteessa yhteisö on hyvin merkittävä tekijä sille, miten faniutta todennetaan. Yksilön näkökulmasta on yleistä, että henkilö haluaa näyttäytyä fanina, rakentaa identiteettiä ryhmän jäsenenä, olla vuorovaikutussuhteessa muihin faneihin sekä jakaa tunteita, tietoa ja kokemuksia muiden fanien kanssa. Yksittäiselle fanille faniyhteisön keskeinen arvo on siis tuoda ihmisiä yhteen ja luoda ihmissuhteita. (Edlom & Karlsson 2021, 25.)

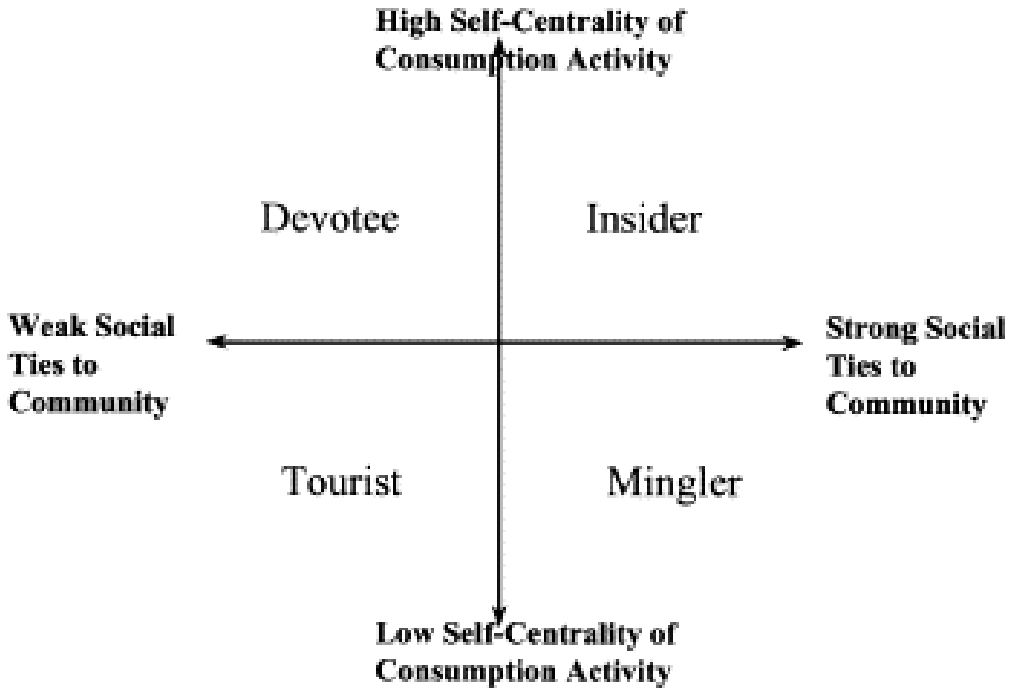
Tämän tutkimuksen kannalta kiinnostava seikka on, että fanit, jotka tulevat yhteen konserteissa, tuntevat voimakasta yhteyttä toisiin faneihin sen jälkeen, kun heillä on ollut yhteisiä kokemuksia konserteissa (Edlom & Karlsson 2021, 24). Tämän lisäksi yhteisöjen jäsenten motivaattoreiden lista on moninainen: yhteisöllisyys ja tunne siitä, että kuuluu johonkin, joka on kutsuvaa, hyväntuulista, positiivista ja "siistiä" ovat tekijöitä, jotka vetävät faneja yhteisöihin (Edlom & Karlsson 2021, 23). Kuten aiemmin todettiin, faniuteen liittyy hyvin vahvasti sen sosiaalinen aspekti. Sen sijaan, että faniuden näkisi vain fanittamisena yhtä kohdetta kohtaan, on olennaista ajatella, miten fanit löytävät läheisyyttä ja luovat sosiaalisia suhteita muiden fanien kanssa (Duffett 2013).

3.4 Fanit online-yhteisöjen jäseninä

Kozinets (1999) esittelee kaksi toisistaan erottamatonta tekijää, jotka vaikuttavat henkilön omistautumiseen ja kiinnittymiseen osaksi online-yhteisöä: Henkilön suhde kulutuksen kohteena olevaan kohteeseen sekä sosiaalisten suhteiden intensiivisyys muita yhteisön jäseniä kohtaan. Mitä tärkeämpi kulutuksen kohteena oleva asia on henkilölle, sitä todennäköisemmin hän on aktiivinen osa saman henkistä yhteisöä. Vastaavasti, mitä syvempi suhde henkilöllä on yhteisön muihin jäseniin, sitä varmemmin hän pysyy tiiviisti osana yhteisöä (Kozinets 1999). Fanit siis sitoutuvat online-faniyhteisöön riippuen heidän siteestään fani-

tuksen kohteeseen sekä suhteestaan muihin faneihin (Kozinets 1999). Näiden tekijöiden pohjalta Kozinets (1999) esittelee neljä erilaista tyyppiä, joihin online-yhteisöjen jäsenet voidaan jakaa. Kuten aiemmin todettua, yhteisöön kuuluminen on siis erottamaton osa faniutta tai jopa faniutta määrittävä tekijä. Tästä syystä on kiinnostavaa soveltaa Kozinetsin esittelemää neljää tyyppiä faniyhteisöihin.

Ensimmäinen Kozinetsin (1999) esittelemä online-yhteisön jäsentyyppi on *omistautuja* (Devotee). Omistautujilla on läheinen suhde itse kulutuksen kohteeseen tai aktiviteettiin, mutta vain vähäinen suhde muihin yhteisön jäseniin. Sisäpiiriläiset (insider) ovat puolestaan jäseniä, joilla on hyvin vahva side itse seuraamisen kohteeseen sekä yhteisön muihin jäseniin. Seurustelijat (mingler) puolestaan ylläpitävät suhteitaan yhteisön muihin jäseniin ja ovat tällä tavoin tiiviisti osana yhteisöä, mutta heidän siteensä itse kulutuksen kohteeseen on suhteellisen heikko. Jäljelle jäävät turistit (tourist), joilla ei ole erityisen vahvaa sidettä yhteisöön, ja he ylläpitävät sidettä kulutuksen kohteeseen keinotekoisesti tai väliaikaisesti. (Kozinets, 1999.)



KUVIO 3 Kozinets, 1999. Tyylit, joiden mukaan online-yhteisöjen jäseniä voidaan jakaa.

Myös Herrera (2017) viittaa tutkimuksessaan Kozinetsin neljään online-yhteisön jäsentyyppiin, mutta hän tosin viittaa faneihin vain omistautujien kohdalla. Kozinetsin mallin soveltaminen faniyhteisöihin on kuitenkin kiinnostavaa, sillä online-yhteisöihin kuuluminen voidaan nykyään nähdä erottamattomana osana faniutta. Fanius on siis osaltaan yhteisöön kuulumista ja faneja kuin myös minkä tahansa muun yhteisön jäseniäkin on erilaisia eritasoisilla kiintymyksen asteilla. Se onkin kiinnostavaa, sillä erilaisten fanien sitoutumisen taso ja sen näyttämisen halu saattavat olla osatekijöitä siihen, mitä erilaiset fanit kaipaavat ja odottavat

fanituksen kohteelta. Erilaiset fanit siis saattavat sitoutua esimerkiksi artistin toimintaan ja faniyhteisöön eri tavoin ja eri syistä. Toisaalta kaikki online-yhteisöihin kuuluvat henkilöt eivät välttämättä ole faneja esimerkiksi artistien sosiaalisen median faniyhteisöissä. Online-faniyhteisöjen "turistit" saattavat esimerkiksi olla faneja vain hetkellisesti tai heille ei välttämättä muodostu parasosiaalista suhdetta fanituksen kohteeseen lainkaan ja tarvetta tuoda kiintymystään esiin ei ole, jolloin fanius voidaan tällaisissa tapauksissa kyseenalaistaa. Faneja online-yhteisöjen jäseninä on siis hyvin erilaisia, jotka toimivat ja osallistuvat hyvin eri tavoin ja odotuksin. Jenkins (2013) esittääkin tutkimuksessaan, että fanit harvoin itse kokevat olevansa erityisen kovia faneja, vaan heidän näkökulmastaan löytyy aina joku toinen vielä kovempi fani.

Online-faniyhteisöistä puhuttaessa viitataan usein tiettyihin suljetumpiin ryhmiin, joihin jäsenet tavalla tai toisella "liittyvät" (Behrens & Ulrich 2020; Pulvera 2021). On kuitenkin huomionarvoista, että yhteisöistä puhuttaessa jäsenten ei ole aina tarvinnut konkreettisesti liittyä johonkin yhteen ryhmään tai yhteisöön. Yhteenkuuluvuuden kokemus voi syntyä myös abstraktimmalla tasolla, jossa ei ole kyse konkreettisesta ryhmään liittymisestä (Osler 2020). Kim ja Kim (2017) määrittävät online-yhteisön koostuvan ihmisistä, jotka jakavat esimerkiksi yhteisen kiinnostuksen kohteen. Fani voi kokea kuuluvansa faniyhteisöön, kun hän kokee löytävänsä hänen omista ja faniyhteisön ominaispiirteistä yhtäläisyyksiä. Lisäksi ne, jotka ovat yhteisön jäseninä nimenomaan yhteisön perimmäisen tarkoituksen eli artistin fanittamisen takia, tiedon saamisen takia, keskittävät huomionsa viestinnän laatuun ja sisältöjen ajankohtaisuuteen ja oikeellisuuteen. Toisaalta toinen ryhmä ihmisiä, jotka kokevat ennen muuta yhteyttä muihin faneihin, korostavat suhdettaan julkisuuden henkilöön tai muihin yhteisön jäseniin. (Kim & Kim 2017.)

Tämän lisäksi yhteisöllisyydessä olennaista on emotionaalinen kokemus kuulumisesta yhteisöön eikä pelkkä ihmisten kanssa kontaktissa oleminen (Kangaspunta 2011). Yhteenkuuluvuuden kokemus voi syntyä online-kontekstissa myös ilman mitään vuorovaikutusta toisten kanssa niin, että henkilö viettää aikaa nettisivuilla tai sosiaalisen median alustoilla, joissa hän tuntee jakavansa yhteisiä kiinnostuksen kohteita muiden ihmisten kanssa. (Osler 2020; Calcagno 2012.) Saman huomion teki Yates (2015) tutkiessaan Bruce Springsteen faneja. Tutkimus (Yates 2015) osoitti, että se, että ihmiset vain viettävät aikaa artistiin liittyvillä nettisivuilla ja ajatus siitä, että muutkin fanit tekevät samaa, saa heidät tuntemaan yhteenkuuluvuutta artistin faniyhteisöön. Voisi siis ajatella, että sen lisäksi, että sisällöt nettisivuilla tai sosiaalisessa mediassa ovat kiinnostavia, myös muiden ihmisten tai fanien kirjoittamat kommentit ja kuvien alla näkyvät tykkäysmäärät lisäävät fanien kokemusta siitä, että monet muut ihmiset viettävät samoilla, heille yhteisesti tärkeillä, sivuilla aikaa.

Tämän lisäksi on huomionarvoista nähdä aiheen toinen puoli, että online-yhteisöt nähdään osaltaan ontompana ja niihin liittyy ajatus, että vaikka ihminen kohtaisi onlinessa paljon ihmisiä, hän kokisi itsensä kuitenkin lopulta yksinäisemmäksi kuin jos yhteisöllisyyttä elettäisiin kasvokkaisessa elämässä; uhkakuvana on, että netti murentaisi yhteisöjä. (Turkle 2017; Dotson 2017.) Tästä huolimatta tutkijat ovat yhtä mieltä siitä, että onlinessa voi esiintyä aitoa yhteenkuu-

luvuuden tunnetta (Osler 2020). Oli kyseessä siis konkreettisempi ryhmä tai abstraktimpi yhteenkuuluvuuden tunne online- tai offline-kontekstissa, taustatekijänä on aina yhteinen kiinnostuksen kohde, olkoon kyse sitten urheilusta, TV-tuotannoista tai musiikista, isommista ryhmistä, bändeistä tai yksittäisistä julkisuuden henkilöistä.

Yhteisöllisyys, yhteisöön kuuluminen ja yhteenkuuluvuuden tunne voidaan siis nähdä faniuden keskeisinä elementteinä. Kuten Jenkins (1988) totesi, fanit liittyvät yhteisöihin sosiaalisen toiminnan kautta jakamalla omia ajatuksiaan ja tuntemuksiaan muille ihmisille liittyen fanituksensa kohteeseen. Myös Edlom ja Karlsson (2021) pitävät faniuden näyttämistä ulospäin ja sen jakamista muiden kanssa faniuden keskeisenä piirteenä. Yates (2015) sekä Duffett (2013) puolestaan korostavat sosiaalisten suhteiden merkitystä muiden fanien kanssa faniutta ja faniyhteisöjä määrittävänä tekijänä. Sosiaalista kanssakäymistä, sosiaalisia suhteita ja vuorovaikutusta muiden kanssa pidetäänkin online-yhteisöjen ja yhteisöjen tunnusmerkkeinä ylipäätään (Kozinets 1999; Naik, Jain, Singh & Rai 2021). Toisaalta yhteenkuuluvuuden tunne ja yhteisöllisyyden kokemus eivät välttämättä edellytä vuorovaikutusta muiden kanssa (Kangaspunta 2011; Osler 2020; Calcagno 2012). Fanit voivat kokea kuuluvansa yhteisöön, kun he kokevat jakavansa yhteisen kiinnostuksen kohteen muiden kanssa esimerkiksi viettämällä aikaa samoissa online-ympäristöissä muiden fanien kanssa (Kim & Kim 2017; Osler 2020; Calcagno 2012; Yates 2015). Kuten Kozinets (1999) esitteli, online-yhteisöjen jäseniä on erilaisia, joista esimerkiksi omistautujat (devotee) ylläpitävät ennen kaikkea suhdetta seurattua aihetta kohtaan, kun taas sisäpiiriläiset (insider) pitävät tämän lisäksi tiiviisti yhteyttä yhteisön muihin jäseniin. Vale ja Fernandes (2018) esittelivät eri sitoutumisen tasoja, joita määrittävät vuorovaikutuksellisuus, osallistuminen sekä sitoutumisen kohteeseen liittyvien asioiden omatoiminen jakaminen ulospäin. Faneja on siis hyvin erilaisia, jotka voivat kokea yhteisöön kuulumisen eri lailla ja myös toimivat yhteisössä eri tavoin. Kuitenkin faniuden keskeisenä piirteenä voidaan pitää faniyhteisöstä kumpuavaa yhteenkuuluvuuden tunnetta, joka perustuu yhteiseen kiinnostuksen kohteeseen, ja jota vuorovaikutus muiden yhteisön jäsenten kanssa voi syventää. (Kim & Kim 2017; Osler 2020; Calcagno 2012; Yates 2015; Kozinets 1999.)

4 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tässä kappaleessa esitellään tutkimuksen tarkoitus, tutkimuskysymykset, tutkimusmenetelmä sekä aineistonkeruumenetelmä. Tämän jälkeen esitellään aineisto sekä sen analyysimenetelmä.

4.1 Tutkimuskysymykset

Tässä pro gradu -tutkimuksessa tarkoituksena on selvittää, miten musiikkifanien suhtautuminen fanitettuun artistiin on mahdollisesti muuttunut COVID-19 pandemian aikana. Lisäksi tutkimuksessa selvitetään, millainen merkitys fanin kokemalla vuorovaikutuksella on kahdessa eri kontekstissa. Tutkimuksessa selvitetään toisaalta, mitä merkityksiä fanit antavat fanien keskinäiselle vuorovaikutukselle, jonka lisäksi selvitetään, mitä merkityksiä fanit antavat artistin ja fanin väliselle vuorovaikutukselle. Tätä sovellettiin aikaan, jolloin live-tapaamisia fanien ja artistien välillä ei voinut pandemiasta johtuen olla esimerkiksi keikkojen yhteydessä, vaan kaikki kohtaamiset sijoittuvat online-kontekstiin.

Tämän kontekstin pohjalta luodaan kaksi tutkimuskysymystä, joiden avulla lähestytään tutkimusongelmaa.

1. Miten fanien suhde fanittamaansa artistiin on muuttunut pandemia-aikana?
2. Millaisia merkityksiä toisilla faneilla ja faniyhteisöillä on faneille pandemia-aikana?

4.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä tässä tutkimuksessa käytetään laadullista tutkimusta, sillä siinä aineistoa tarkastellaan moninaisena kokonaisuutena (Alasuutari 2019) ja siinä on usein tyypillistä keskittyä muun muassa ihmisten ajatuksiin, käsityksiin, ja eri asioille antamiin merkityksiin (Juuti & Puusa 2020). Tämän tutkimuksen osalta hyödynnetään laadullista tutkimusmenetelmää, sillä tutkittavana on fanien kokemukset siitä, onko COVID-19 pandemia ja sen vaikutukset kulttuuritapahtumien järjestämiseen vaikuttanut fanien suhteeseen fanitettuun artistiin. Laadullinen tutkimus soveltuu tähän tutkielmaan hyvin, sillä tarkoituksena oli kuulla haastateltavilta heidän kokemuksistaan ja heidän ilmiölle antamista merkityksistään, ennemmin kuin muodostaa kvantitatiivinen aineisto laajan otannan kautta.

4.2.1 Aineiston keruu

Tämän tutkimuksen aineisto kerättiin teemahaastatteluiden avulla. Teemahaastattelut valittiin menetelmäksi, jotta haastattelurunkoon sisäänrakennetut teemat pystytään käsittelemään kaikkien haastateltavien kanssa ja jotta teemat pysyvät punaisena lankana läpi haastattelun. Lisäksi teemahaastattelun johdosta oli mahdollista rakentaa haastattelun runko niin, että voidaan varmistua siitä, että tutkijat saavat tutkimuksen kannalta olennaista tietoa ja tutkimuskysymysten näkökulmiin pystyttiin syventymään kunkin haastateltavan kanssa. Haastattelutilanteessa tutkittavalle annettiin kuitenkin vapaus kertoa aiheesta omin sanoin ja tästä johdettuna teemahaastattelun vahvuutena tämän tutkimuksen osalta toimii se, että tarkentavia kysymyksiä voitiin kysyä ja kiinnostaviin haastateltavan esiin nostamiin seikkoihin voitiin syventyä. Näin oli mahdollista kuulla haastateltavilta ajatuksia heidän fanitukselle antamista merkityksistä ja heidän kokemuksistansa suhteessa artistiin ja muihin faneihin. Teemahaastattelu mahdollisti keskustelunomaisen kanssakäymisen tutkittavien kanssa ja kukin haastattelu oli lopulta omanlainen ja osaan teemoista paneuduttiin toisessa haastattelussa enemmän kuin toisessa. (Puusa & Juuti 2020.)

Aineistonkeruu ja haastateltavien valintaprosessi eteni seuraavasti. Koska aineistonkeruun ei haluttu olevan sattumanvaraista ja jottei se perustuisi vain tutkijoiden subjektiivisiin mielenkiinnon kohteisiin (Puusa & Juuti 2020), prosessi aloitettiin miettimällä teoriaan nojaten, millaisista faneista olisi mahdollista saada hedelmällistä aineistoa. Teemahaastatteluun kuuluu olennaisesti se, että haastateltavat ovat käyneet läpi jonkun prosessin tai haastateltavilla on taustalla kokemus kyseisestä asiasta (Puusa & Juuti 2020). Tämän tutkimuksen kannalta oli olennaista, että haastateltavat mieltävät itsensä jonkun tai joidenkin artistien faneiksi ja että haastateltavat seuraavat kyseisen artistin toimintaa enemmän tai vähemmän aktiivisesti esimerkiksi sosiaalisissa medioissa tai muissa tietolähteissä. Tämän lisäksi haastateltavat rajattiin sen mukaan, että tutkimukseen osallistuakseen haastateltavan oli oltava täysi-ikäinen. Näiden alkukriteerien pohjalta muotoiltiin haastattelukutsu (liite 1), joka julkaistiin pro gradun tekijöiden Instagram-profiileissa.

Haastattelukutsuun vastauksia tuli yhteensä 12, joista haastateltiin 11 henkilöä. Yksi haastateltava jäi haastattelematta aikataulusyistä. Haastattelut toteutettiin etäyhteyksien avulla Zoom-sovelluksessa lokakuussa 2022. Haastateltaville toimitettiin tietosuojailmoitus ennen haastatteluun osallistumista ja kaikilta osallistujilta kysyttiin haastattelun aluksi vielä suullinen suostumus tutkimukseen osallistumisesta sekä haastattelun tallentamisesta tulevaa litterointia varten. Haastatteluja edelsi se, että haastattelurunkoa testattiin tutkielman tekijöiden kesken ristiin, jonka jälkeen järjestettiin yksi pilottihaastattelu. Pilottihaastattelun pohjalta haastattelukysymyksiä tarkasteltiin uudelleen saatuihin vastauksiin nojaten ja joitain haastattelukysymyksiä muokattiin tai tarkennettiin loppuja haastatteluja varten (Puusa & Juuti 2020).

Haastattelurunkoa (liite 2) rakennettaessa sovellettiin kahta tutkimuskysymystä, jonka myötä haastattelurunko jaettiin kirjallisuuden pohjalta kolmeen eri teemaan: 1) Suhde artistiin, 2) Suhde faniuteen ja muihin faneihin sekä 3) Koke-

mus vuorovaikutuksesta pandemia-aikana. Haastattelu alkoi sillä, että haastateltavalle esiteltiin tutkimusongelma ja haastattelun rakenne, jonka jälkeen haastattelussa edettiin haastatteluruungon mukaisesti. Jokaista kysymystä ei välttämättä kysytty jokaiselta haastateltavalta, sillä kysymyksissä oli osittain päällekkäisyyksiä ja haastattelussa ei haluttua pitäytyä liikaa sille asetetuissa raameissa, vaan keskittyä niihin asiayhteyksiin, joita haastateltavat nostivat puheessaan esiin.

4.3 Tutkimusmenetelmä

Teemahaastatteluista kertyi äänitettyä tutkimusaineistoa siis 11 haastattelun verran, joista kaikkien vastaajien haastatteluja käytettiin lopullisen tutkimuksen aineistoa analysoidessa. Haastattelut olivat kestoltaan keskimäärin noin 70 minuuttia lyhimmän haastattelun ollessa 53 minuuttia ja pisimmän ollessa tunnin ja 27 minuuttia. Yhteensä äänitettyä aineistoa siis kertyi lähes 13 tunnin verran. Aineisto litteroitiin koneellisen litteroinnin avustuksella sanatarkasti, jolloin litteroitua aineistoa kertyi yhteensä 220 sivua.

Litteroinnin yhteydessä aineisto anonymisoitiin täysin ja haastattelut nimettiin uudelleen sattumanvaraisesti koodeilla H1, H2, H3 ja niin edelleen aina H11 saakka. Lopullisista vastauksista poistettiin artistien nimet, joista haastateltavat haastatteluissaan puhuivat, jotta vastaajia ei voitaisi tunnistaa fanittamiensa artistien perusteella. Aineistossa esiintyvien artistien nimet on muutettu muotoon "artisti" tai "bändi", minkä lisäksi artisteja on voitu esitellä kansainvälisen tai kansallisen toimintaympäristön mukaan esimerkiksi muodossa "kansainvälisesti tunnettu artisti" tai "kotimainen bändi" erilaisten haastatteluissa ilmenevien ominaisuuksien kuvailemista varten. Myös persoonalliset puhetavat ja ilmaukset, jotka eivät olennaisesti vaikuta tutkittavaan sisältöön, on anonymisoitu neutraalimpaan muotoon vastaajien tunnistamisen välttämiseksi.

Litteroinnin ja anonymisoinnin myötä kerättyyn aineistoon perehdyttiin perusteellisesti lukemalla litteroituja haastatteluita läpi ja merkitsemällä kaikista haastateltavien kertomuksista ja vastauksista tutkijoiden taustatiedon ja teoriapohjan perusteella kiinnostavimmat kohdat. Haastatteluvastauksia ja niistä korostettuja kohtia lukemalla aineistosta saatiin kattava käsitys, jonka myötä voitiin aloittaa aineiston analysoinnin prosessi.

Laadullisen aineiston analyysin tarkoituksena on muodostaa aineistosta kokonaisuus, joka mahdollistaa aineiston perustellun tulkinnan ja johtopäätöksiin pääsemisen (Puusa & Juuti 2020) Aineiston analyysitavaksi valikoitui lopulta teemoittelu. Aineiston analysoimisessa kuitenkin lähdettiin liikkeelle aluksi rakentamalla teemakortisto haastattelurungon pohjalta, jossa erilaiset vastaukset koodattiin haastattelurungossa esitettyjen teemojen pohjalta rakentuneiden kysymysten mukaan. Tässä tapauksessa teemakortistossa pyrittiin pilkkomaan aineisto selkeämpään muotoon tulkintoja varten poimimalla aineistoista kuhunkin teemaan soveltuvat tekstikohdat (Eskola & Suoranta 1998). Teemahaastattelurungon voisi ajatella toimivan hyvin teemakortiston luonnin pohjana aineistosta, sillä runkoa rakennettaessa on hyödynnetty jo olemassa olevaa teoreettista viite-

kehystä ja siellä esiin nousseita teemoja (Eskola & Suoranta 1998). Tämä menetelmä kuitenkin osoittautui analysoinnin aikana lähinnä aineiston sisäistämistä helpottavaksi toimintamalliksi eikä se niinkään ilmentänyt itse aineistoa optimaalisella tavalla aineiston tulkintaa varten.

Tämän myötä analyysissä siirryttiin aineistolähtöisempään tapaan, jolloin teoreettiset etukäteisolettamukset ja valmiina oleva tieto pyritään sivuuttamaan aineistoa tulkittaessa (Eskola & Suoranta 1998). Teemoittelemalla tekstimassaa aineistolähtöisesti pyrimme löytämään nimenomaan aineistosta esiin nousevia teemoja, toisin kuin pilkkomalla aineistoa valmiiksi asetettuihin teemoihin. Aineistolähtöisemmällä käsittelyllä pystyttiin aineistosta selkeämmin nostamaan esiin sitä ilmentäviä teemoja, vaikka aineiston analyysiin ja tulkintaan väistämättä vaikuttavatkin aiemmin muodostettu teoreettinen viitekehys, tutkimuskysymykset, sen pohjalta haastattelua varten muodostetut teemat ja muukin aiemmin käsitelty tieto tutkimukseen liittyen (Eskola & Suoranta 1998). Teemoittelun avulla aineistosta muodostettiin kolme pääteemaa ja niiden alle yhteensä 10 alateemaa, jotka kaikki valaisevat osaltaan tutkimuksessa esitettyjä tutkimuskysymyksiä. Teemojen muodostumisen myötä tutkimuksen fokusta ja tutkimuskysymyksiä tarkennettiin hieman vastaamaan paremmin aineistosta nousseisiin teemoihin. Näiden muodostettujen teemojen pohjalta aineistoista poimittiin teemoja kuvaavia tekstikohtia värikoodausta apuna käyttäen. Aineistosta nostettujen poimintojen myötä oli mahdollista ilmentää eri teemojen esiintymistä aineistossa sekä vertailla erilaisia vastauksia toisiinsa ja toisaalta teemojen ilmentymistä tutkimuksessa esitettyihin teoreettisiin taustoihin.

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä kappaleessa käydään läpi tutkimuksen tulokset. Fanien antamista haastatteluista kerätyn aineiston pohjalta muodostui kolme pääteemaa kuvaamaan aineistosta löytyneitä havaintoja. Pääteemojen alle muodostui lisäksi yhteensä 10 alateemaa, jotka tarkentavat havaintoja ja jakavat niitä pienempiin, helpommin käsiteltävissä oleviin kokonaisuuksiin. Haastatteluaineistosta nostetut pääteemat toimivat ikään kuin kattona niiden alle muodostetuille alateemoille. Alateemat käsitellään aina kunkin pääteeman alla, jonka lisäksi havaintoja havainnollistetaan aineistosta nostetuilla sitaateilla. Kukin teema kuvaa aineistoissa esiin noussutta pandemia-ajan fanittamiseen liittyvää tai faniutta laajemmin kuvaavaa ilmiötä.

Haastatteluun osallistumista varten oli laadittu kriteerit (liite 1), joiden tulisi täyttyä haastateltavien kohdalla, jotta heillä olisi riittävästi faneille tyypillisiä ominaisuuksia ja näin mahdollisuuksia kertoa haastattelussa käsitellyistä teemoista riittävän kattavasti ja omakohtaisesti. Lopulta kaikki 11 haastatteluihin osallistunutta fania, voidaan luokitella Kozinetsin (1999) mallin mukaisesti joko omistautuja- tai sisäpiiriläinen-kategoriaan, jotka edustavat yhteisön kahta sitoutuneinta jäsenjoukkoa. Haastateltavat olivat innoissaan haastattelusta ja he kertoivat paljon ja pitkiä aikoja fanittamisestaan, jonka myötä lähes kaikki haastattelut venyivät yli ennakkoon odotetun ajan. Tämä jo itsessään kuvaa haastateltavien faniutta, että he olivat halukkaita jakamaan ajatuksiaan faniudesta ja kertomaan siitä avoimesti ulospäin. Haastateltavat kuvailivat omaa suhdettaan fanituksen kohteeseen hyvin läheiseksi ja haastateltavat seurasivat artistia aktiivisesti muun muassa sosiaalisen median kanavissa. Kaikki haastateltavat olivat käyneet artistin keikoilla vähintään kerran, ja heillä oli korkea kiinnostuksen aste pysyä perillä, milloin artisti julkaisee uutta musiikkia, milloin artisti on kiertueella sekä ylipäätään artistin toiminnasta. Fanit kuvailivat vuorovaikutustaan ja sosiaalisia yhteyksiään faniyhteisöihin melko vähäisinä, mutta kokivat kuitenkin osittain vahvaakin yhteenkuuluvuutta muiden fanien kanssa, erityisesti läheisten fanien kanssa.

Ensimmäinen pääteema on: *Fanien suhde artistiin on syventynyt pandemia-aikana*. Se kuvaa artistin ja fanin välistä suhdetta ja sen syventymistä pandemian aikana. Toinen teema Vuorovaikuttaminen faniyhteisön kanssa on vähemmän merkityksellistä, mutta kokemus siihen kuulumisesta on tärkeää, puolestaan kertoo fanien suhteesta muihin faneihin, laajempaan faniyhteisöön sekä fanien kokemasta yhteenkuuluvuuden tunteesta. Kolmas teema on puolestaan nimetty aineistosta löytyneen erään fanin antaman lausahduksen mukaan: *"Fanittaminen tarkoittaa sitä, että mä saan tehdä jotain mikä musta tuntuu hyvältä."* Kolmas pääteema kuvaa muun muassa sitä miten fanittaminen näyttäytyy pandemia-aikana ja ylipäätään sekä tuo esiin itse musiikin ja keikkojen merkitystä osana faniutta. Seuraavaksi näihin teemoihin uppoudutaan tarkemmin aiemman tutkimuksen luoman teoriapohjan, fanien antamien lausuntojen sekä alateemajaottelun avulla. Tulokset-osion jälkeen aineistosta löydetyt havainnot vedetään yhteen Johtopäätökset-osiossa vastaten tutkimuskysymyksiin.

5.1 Fanien suhde artistiin on syventynyt pandemia-aikana

Tutkimuksen ensimmäinen pääteema on: *Fanien suhde artistiin on syventynyt pandemia-aikana*. Tässä kappaleessa käsitellään aineiston osia, jotka koskevat fanien suhdetta seuraamiinsa artisteihin. Lähes kaikki haastatellut fanit kertoivat suhteensa syventyneen pandemian aikana. Ne fanit, jotka eivät kertoneet suhteen syventyneet, olivat epävarmoja suhteen muutoksesta, mutta kokivat, että suhde artistiin ei ainakaan ole heikentynyt. Fanit kertoivat fanittamiensa artistien tehneen erityisesti pandemian aikana intiimimpää sisältöä tarkoittaen arkisten asioiden käsittelyä, verhon raottamista artistielämän kulisseihin, sosiaalisen median livelähetysten tekoa artistin kotoa, pandemia-aikaan liittyvien asioiden jakamista sekä muuta aitoa, autenttista ja henkilökohtaista sisältöä. Fanit kokivat tällaisten sisältöjen osaltaan johtaneen kokemansa suhteen syventymiseen. Toisaalta fanit kertoivat myös viettäneensä pandemia-ajan olosuhteista johtuen enemmän aikaa sosiaalisessa mediassa ja artistin sisältöjen parissa. Artistit tuntuivat julkaisseen etenkin pandemia-ajan alussa enemmän sisältöä kuin aiemmin. Sisältöjen parissa vietetty aika on fanien kokemusten mukaan voinut johtaa suhteen syventymiseen. Fanit myös kokivat artistien sisältöjen pandemian keskellä olleen eräänlainen henkireikä, joka on tuonut piristystä ja vienyt ajatuksia pois vallitsevasta tilanteesta.

Tämä ensimmäinen pääteema on jaettu kolmeen alateemaan, jotka ovat: Fanit samaistuvat artistiin henkilökohtaisuuden ja yhteisten arvojen kautta, Artistin online-sisällön aktiivinen seuraaminen syventää fanien suhdetta artistiin sekä Intiimi online-sisältö ja vuorovaikutteisuus vetoaa faneihin. Ensimmäisessä alateemassa käsitellään fanien samaistumista fanittamaansa artistiin sekä taustoitetaan heidän kokemaansa suhdetta artistiin. Alateemassa käydään läpi erilaisia fanien haastatteluista nousseita tekijöitä samaistumisen taustalla sekä sitä minkälaisissa asioissa fanit artisteihin samaistuvat. Toisessa ja kolmannessa alateemassa syvennytään fanien kokeman suhteen syventymiseen artisteja kohtaan. Fanit pohtivat suhteensa syventymistä sekä kertoivat minkälaiset asiat artistien online-sisällöissä ja olemuksessa sosiaalisessa mediassa vetoavat eniten. Alla olevaan taulukkoon on kerätty artistisuhteen syventymistä kuvaavia sitaatteja fanien kertomuksista. Sitaatit on jaettu alateemojen mukaan ja yhdessä ne antavat jo varsin kattavan kuvan tutkimuksen ensimmäisestä löydöksestä.

Pääteema	Alateemat	Sitaatit
Fanien suhde artistiin on syventynyt pandemia-aikana	Fanit samaistuvat artistiin henkilökohtaisuuden ja yhteisten arvojen kautta	H3: [Seuraamani artistit] jakaa tosi paljon yhteiskunnallista, just Yhdysvaltojen ja Britannian politiikkaan ja ihmisoikeuksiin ja tämmöiseen liittyviä asioita, niin niitä tulee seurattua ja sitten se varmasti lisää sitä sitoutumista siihen artistiin ja lisää sitä ihailua että he käyttää sitä omaa ääntä siihen ja varmasti alitajuntaisesti se on vaikuttanut omiinkin mielipiteisiin joistain asioista, joita he on käsitellyt." H9: "...yksityisten [bändin jäsenten] sometilien seuraaminen mun mielestä kivaa, koska se todistaa vaan että näilläkin on ihan

		kuitenkin joka päivä sitä tavallista elämää… nää todistaa oikeasti [että] ne on ihan perus ihmisiä, perustyyppejä niinku mekin, niin se on mun mielestä lohdullista." H10: "Semmoinen kaverillinen [suhde], vaikka nyt ei tunnekaan heitä henkilökohtaisesti, mutta sitten tuntuu, että tavallaan tuntisi, kun seuraa somessa ja käy keikoilla ja siellä juttelee." H1: "Ne sanat [niissä biiseissä on] tämmöisiä tiettyjä itselle samaistuttavia, arkisia ilmiöitä." H5: "On helppo nähdä siltä kantilta sitä samaistumista, kun on samantyylisiä arvoja artistilla tai bändillä mitä sitten itselläni." H2: "Kivointa oli seurata, että miten ne on viettäny pandemia-aikaa. Tuli semmoinen fiilis, että tässä on kaikki samassa veneessä kuitenkin. Että ehkä sillai, mitä enemmän ne toi itseään lähemmäksi, niin sitten siitä tuli ehkä kivoin fiilis…" H6: "Varsinkin jos toi [laulaja] vaikka mielenterveydestään puhuu niin kyllä siellä monet sitten samaistuu ja on rohkaistunut puhumaan sitten omista asioista tai hakeutunut jopa hoitoon semmoisen asian takia, että tietynlaisia pieniä tämmöisiä mielen kanssa [itselläkin] ollut niin sitten siihen samaistuu, että onhan tuollakin tuollaista." H3: "Nyt aikuisena ottaa inspiraatiota niistä artisteista, joita seuraa, jotka näyttää cooleilta omasta mielestäni ja sitten alitajuntaisesti hakee samanlaisia vaatteita."
	Artistin online-sisällön aktiivinen seuraaminen syventää fanien suhdetta artistiin	H1: "...mä pääsen näkemään hänen elämäänsä ainakin sitä kautta [mitä hän] jakaa ja jotenkin pääsen lähemmäksi, näen hänestä ehkä jotain muutakin kuin vain sen, mitä hän on keikoilla tai haastattelussa tai jossain muussa sellaisessa." H3: "En ainakaan koe että olisi heikentynyt, että niinku voihan se olla että se on niinku vahvistanut…ehkä somessa on viettänyt enemmän aikaa, kuluttaa enemmän musiikkia tai artistien sisältöjä ja sitä kautta se suhde on vahvistunut." H8: "Jos jotain, niin ehkä jopa [suhde artistiin on] syventynyt. Tuntuu, että on ehkä vähän seurannut enemmän just noissa someissa sitä artistin meininkiä ja mitä siellä tapahtuu, ehkä jopa seurannut sitä vähän tarkemmin pandemian aikana kun mitä ennen sitä." H10: "Kyllä se [somessa seuraaminen] on päivittäistä melkein. En mä nyt mikään stalkkeri ole, mutta kaikki stoorit selaa ja tämmöistä." H4: "Mulla se fanitus ehkä nousi, tai otti toisen vaihteen siinä pandemian aikana kun se ehkä tuli jotenkin lähemmäksi tavallaan… fanituksen ylittymiseen liittyi tiktok ja sitten se, että mä löysin yhen kaverin kuka fanitti kanssa, niin niitten kombo, niin sitten se nousi ihan kyllä uusiin sfääreihin."

		H5: "Perimmäisiä tunteita on niinku ilo ja onnellisuus siitä, että pystyy olemaan perillä oman suosikkiartistin ja bändin tekemisistä." H11: "Tuntuu, että monet artistit on somessa myöskin ollut aktiivisempia ja henkilökohtaisempia, niin ehkä nykyään tulee vähän helpommin reagoitua kaikkein artistien sisältöön ja ne ehkä reagoi takaisin…kyllä mä sanoisin että suhde on siis ehkä joo syventynyt." H6: "Itsekin huomasi, että oma somen käyttö lisääntyi kun oli kotona paljon ja ehkä sitä kautta sit alkoi seuraamaan ja katsomaan vähän tarkemmin, että mitä ne [artistit] tuolla hommailee ja niiden päivityksetkin lisääntyi, niin ehkä sitä kautta [suhde syventyi]." H10: "No kyllä mä koen, että [suhde on] pikkuisen jopa syventynyt että kun ehkä jollain tapaa artisti ja fanit on kokenut sitä samalla tavalla, kun yhtäkkiä loppuukin keikat ja näin on ehkä pystynyt jollain tapaa samaistumaan niihin tunteisiin." H7: "Kun pandemia tuli, niin se miten he käsitteli tätä asiaa somessa, niin totta kai se vahvisti sitä, että tää on niinku fiksu jengi…voisi ajatella että [pandemia-aikana] tulee tyhjiö tai että siitä voi vähän tipahtaa sitten kyydistä [artistin seuraamisesta], mutta itselle se oli ehkä päinvastoin."
	Intiimi online-sisältö ja vuorovaikutteisuus vetoaa faneihin	H3: "Se [artistin sisältö] on ollut semmoista ajanvietettä – distraction siis niinä hetkinä kun on kuluttanut näitä sisältöjä, ei ole tarvinnut huolehtia, ajatukset on mennyt pois siitä vallitsevasta maailmantilanteesta ja se on ollut semmoinen piristys ja semmoinen positiivinen asia siinä epävarmuuden keskellä." H1: "...rosoisetkin tai sellaiset että ne ei ole niinku niin siloteltuja [sisältöjä], ne on aina tai oli silloin [pandemia-aikana] parhaimpia… [koska] se on semmoinen kurkistus sen artistin semmoiseen tavanomaisuuteen." H10: "[Tällä artistilla] on Facebookissa yks ryhmä, missä hän itsekin on mukana, että välillä tykkäilee siellä niistä, kun on keikoilta jaettu jotain kuvia tai jos on jollain porukalla nähty jossain, niin hän sinne kommentoi ja tykkääilee niistä. Jos artistit tulisi itse mukaan noihin Facebook-ryhmiin tai tämmöisiin ja kommentois ja olisi vuorovaikutuksessa siellä, niin ehkä se jollain tavalla boostaisi sitä ryhmän pysymistä kasassa." H11: "Bändeissä ja artisteissa tykkään kyllä siitä, että moni varsinkin artisti julkaisee enemmän semmoista henkilökohtaista sisältöä." H5: "...spontaanin liven tekeminen on ehkä jossain määrin lisääntynyt, minkä koen itse kyllä positiivisena että niitä on. Niitä on tosi mielenkiintoista seurata."

		H8: "[Artistien livelähetykset on] hyvää ajanvietettä ja tosi hauskaa ja miellyttävää. Ehkä myös jopa tuo semmoista pientä Lisää siihen yhteisöllisyyden tunteeseen, kun venaillaan vaikka jotain biisin alkua yhdessä." H7: "Se oli mun mielestä tosi kiva tuoda tuollaisia asioita esille sieltä taustalta, on se sitten bändiin liittyvää, sanoituksiin liittyvää tai sitten tekniikkaan liittyvää mitä tahansa, että vähän pääsee näkemään sinne kulissien taakse." H2: "Se on jotenkin kivointa aina nähdä, mitä ne itse tykkää tehdä.., tavallaan se on kuitenkin kivointa loppujen lopuksi, mikä tulee sillai sydämestä." H10: "Ehkä mulle isoin juttu on just niin se vuorovaikutus artistin kanssa, että kun mä annan jotain niin mä sitten myös saan vastakaikua tai semmoista sieltä artistin puoleltakin takaisin sitten kiitosta."

TAULUKKO 1 Fanien suhde artistiin on syventynyt pandemia-aikana.

Seuraavissa kappaleissa käsitellään artistisuhteen syventymisen taustalla olevia alateemoja. Jokaiseen alateemaan syvennytään suhteen syventymisen näkökulmasta ja löydöksiä peilataan aiemmista tutkimuksista löydettyyn tietoon. Ensimmäinen artistin ja fanin välistä suhdetta sekä sen syventymistä kuvaava alateema on *Fanit samaistuvat artistiin henkilökohtaisuuden ja yhteisten arvojen kautta*.

5.1.1 Fanit samaistuvat artistiin henkilökohtaisuuden ja yhteisten arvojen kautta

Tämä teema taustoittaa fanien suhdetta artistiin sekä kuvaa millä tavoin artisteihin samaistutaan. Kaikissa haastatteluissa fanit avasivat hyvin avoimesti suhdettaan fanittamaansa artistiin. Fanit kuvasivat haastatteluissa samaistumista seuraamaansa artistiin eri tavoin, joista oli löydettävissä neljä samaistumista kuvaavaa aihealuetta: Samaistuminen artistiin henkilökohtaisten online-sisältöjen kautta, samojen arvojen jakaminen artistin kanssa, samaistuminen artistiin musiikissa käsiteltyjen teemojen kautta sekä tunne ystävyydestä tai kaverillisesta suhteesta artistin kanssa. Fanien on todettukin samaistuvan artisteihin juuri musiikin, livekeikkojen ja online-sisällön kautta (Rendell 2021). Tämän alateeman alla käsitellään näistä musiikkiin sekä online-sisältöihin liittyvää samaistumista ja livekeikoilla tapahtuvaa samaistumista käsitellään puolestaan myöhemmin erikseen osana omaa alateemaansa.

Samaistuminen nähdään hyvin keskeisenä lähtökohtana parasosiaalisen vuorovaikutussuhteen synnylle. Samaistuminen perustuu yhteneviin uskomuksiin, arvoihin ja asenteisiin fanin ja artistin välillä (Lacalle, Gómez-Morales & Narvaiza 2021). Tämä edellyttää luonnollisesti artistilta oman elämän intiimien sekä pinnallisten puolten avaamista, jotta faneilla olisi artistiin tarttumapintaa samaistuttavana henkilönä (Chung & Cho 2017; Herrera 2017). Herrera (2017) tuokin esiin, että todellisen ihmisen paljastaminen artistin hahmon taustalla on

olennainen osa intiimiyden ja sitä kautta samaistumisen saavuttamisessa. Tämän kaltainen samaistuminen autenttisuuden, maanläheisyyden, aitouden ja luotettavuuden kautta voi olla keskeinen tekijä syventämässä fanin suhdetta artistiin (Edlom & Karlsson 2021; Cavicchi 1998).

Useat fanit kertoivat haastatteluissa samaistuvansa artistiin, koska he näyttäytyvät sosiaalisessa mediassa tavallisina ihmisinä. Fanit pitivät siitä, kun he huomasivat artistien kokevan tai käyvän läpi elämässään vastaavanlaisia asioita kuin fanit itse. Fanit kertoivat artistien myös jakavan sosiaalisessa mediassa paljon asioita arjestaan ja erilaisista ajatuksistaan. Fanit kuvasivat samaistumista online-sisältöjen kautta muun muassa seuraavasti:

> H9: "...se some-sisältö saattaa näyttää, et ne on ihan samanlaisia tyyppejä kuin me kolme, että niillä on ihan samanlaiset elämät ja mielenkiinnot sekä samanlaiset heikkoudet ja epätäydellisyydet mitä muillakin."

> H10: "Välillä on kiva huomata, että nekin on ihan tavallisia ihmisiä, että autosta loppuu bensa tai ihan tämmöisiä normielämää asioita tapahtuu niillekin."

> H3: "…jos ne jakaa vaikka jotain vastoinkäymisiä elämässä tai innostusta jostain hienoista asioista, sitten kun ne raottaa tavallaan sitä verhoa, että miltä jotkut asiat on vaikka heistä oikeasti tuntunut…niin ehkä niissä voi samaistua heihin ihmisenä eikä vaan sellaisena idoloitavana henkilönä."

> H2: "Kivointa oli seurata, että miten ne on viettäny pandemia-aikaa. Tuli semmoinen fiilis, että tässä on kaikki samassa veneessä kuitenkin. Että ehkä sillai, mitä enemmän ne toi itseä lähemmäksi niin sitten siitä tuli ehkä kivoin fiilis…"

Kommenteista huokuu fanien viehättyminen toisaalta arkielämän samaistuttaviin asioihin törmäämisestä artistin sisällöissä, mutta toisaalta myös henkilökohtaisempien asioiden jakamisesta, kuten mielenterveysongelmista tai muista elämän haasteista. Pandemia-aika nousee esiin kommenteissa, kun elämä niin artisteilla, faneilla kuin kenellä tahansa oli hyvin samanlaista rajoitusten ollessa voimassa. Jos artistit kertoivat omasta arjestaan pandemia-aikana, se koettiin selvästi samaistuttavuutta lisäävänä tekijänä.

Kuten sanottua, yhteiset jaetut arvot fanien ja artistien välillä ovat keskeinen tekijä samaistumisen syntymisessä (Edlom & Karlsson 2021; Herrera 2017; Lacalle, Gómez-Morales & Narvaiza 2021). Fanit kokivat jakavansa samat arvot artistien kanssa läpi haastatteluiden. Fanit ovat löytäneet yhteneviä arvoja artistien omien online-sisältöjen kautta, kappaleiden sanoituksista, livekeikoilla sekä muista online-sisällöistä, joissa artistit ovat esiintyneet. Osa faneista kokee, että jaetut arvot voivat olla yksi syy fanituksen taustalla ja osa saattoi kokea artistin vaikuttaneen fanin arvoihin tai mielipiteisiin. Jaettujen arvojen ja faniuden muodostumista kuvattiin "muna-kana-ongelmaksi", kun ei osattu sanoa onko arvot vaikuttaneet faniuden syntyyn vai onko fanius kenties vaikuttanut omiin arvoihin. Lähes kaikki kuitenkin kokivat jakavansa samat arvot fanittamansa artistin kanssa. Toisaalta fanit mainitsivat, että mikäli artistin arvoista välittyisi ristiriitaa suhteessa omiin arvoihin, se voisi vaikuttaa fanittamiseen ja artistin seuraamiseen negatiivisesti.

> H4: "[Artisti] tuo ilmi sitä sen tasa-arvoa, että sillekin tasa-arvo on tärkeätä ja se oli aktiivisesti kommentoimassa niitä Black Lives Matter -juttuja silloin kun niitä oli ja oli niissä mielenosoituksissakin mukana, niin kyllä mä niitä ihan allekirjoitan samoja asioita."

> H9: "Siinä [yhdessä bändin biisissä] puhutaan hyvin paljon toisen ihmisen tuomitsemisesta, … että sellainen päältä päin katsottuna jonkun ihmisen johonkin luokkaan laittaminen on tyhmää, epäkohteliasta ja vääränlaista ja se on mun mielestä ihan semmoinen hieno arvo, minkä takana mä uskallan itsekin seistä."

> H7: "Koen että meillä on samoja arvoja artistin kanssa. Aina kun he julkaisee somessa jotain, niin se on jotenkin sellaista mitä itsekin tavallaan voisin sanoa tai miten itse koen asioita."

> H5: "Jos sieltä tulisi hirveä arvoristiriita, niin kyllä mä uskon että se vaikuttaisi sitten negatiivisesti sen bändin fanitukseen ja seuraamiseen, että todennäköisesti ei se siihen musiikkiin vaikuta tietenkään, mutta vähän ehkä sellainen yleisfiilis todennäköisesti laskisi."

Sosiaalisen median preesensin lisäksi fanit samaistuvat artisteihin musiikin kautta. Fanit toivat esiin, että fanittamiensa artistien kappaleissa käsitellään teemoja joihin voi samaistua. Edellä nousi esiin esimerkki H10, jossa haastateltava kertoo musiikista löytävän yhteneviä arvoja, vaikka ei sinänsä suoranaisesta samaistumisesta kerrokaan. Osa faneista puolestaan kertoi, että ei koe musiikin kautta varsinaisesti samaistumista, mutta sanoituksissa kuitenkin käsitellään itseä kiinnostavia aiheita tai asioita, joita itse arvostaa. Fanit näkivät musiikin yleisesti tärkeimpänä syynä artistin seuraamiselle, jossa artistihenkilön seuraaminen on vain lisätekijä. Samaistumisen osalta fanien puheessa nousi useammin esiin samaistuminen henkilöön sosiaalisen median tai muiden sisältöjen kuin musiikin kautta. Kuitenkin samaistuminen tai yhtenevien arvojen löytäminen musiikin kautta voi olla aivan yhtä olennaista fanitussuhteen synnylle, sillä fanit kertovat usein musiikin olevan ensimmäinen asia, johon artistissa törmää ja lopulta ihastuu.

> H1: "Ne sanat [niissä biiseissä on] tämmöisiä tiettyjä itselle samaistuttavia, arkisia ilmiöitä."

> H10: "Musiikki. Se kolahtaa aika syvästikin välillä ja tietenkin se niitten luonne on semmoinen, että siihen on helppo hypätä kelkkaan mukaan."

Osa faneista kertoi fanittamiensa artistien tuntuvan ikään kuin kavereilta tai sellaisilta henkilöiltä, joiden kanssa olisi kiva viettää aikaa. Tällaiset kommentit ilmensivät fanien parasosiaalisia suhteita artistiin hyvin konkreettisesti. Aiemmassa tutkimuksessa on usein korostettu parasosiaalisen suhteen ja interpersonaalisten suhteiden samankaltaisuutta, että yhteyttä fanituksen kohteeseen tunnetaan hyvin samaan tapaan kuin tosielämän ystäviin (Horton & Wohl 1956; Lacalle, Gómez-Morales & Narvaiza 2021). Lacallen ym. (2021) mukaan fanit saattavat siis hyvinkin kokea, että artistit ovat kuin läheisiä ystäviä.

> H10: "Semmoinen kaverillinen [suhde], vaikka nyt ei tunnekaan heitä henkilökohtaisesti, mutta sitten tuntuu, että tavallaan tuntisi, kun seuraa somessa ja käy keikoilla ja siellä juttelee."

> H5: "Näitä kaikkia yhdistää semmoinen tietynlainen rentous ja semmoinen aika maanläheinen olemus…helposti lähestyttäviä rentoja tyyppejä nää ihan kaikki henkilöt mitä näissä bändeissä...semmoisia tyyppejä kenen kanssa voisi kuvitella, että tulisi hengailtua."

Kun fanit seuraavat artistin elämää esimerkiksi sosiaalisen median välityksellä, oppivat he tuntemaan fanittamansa artistin samaan tapaan kuin kaverinsa perustuen henkilön olemukseen, puheeseen, keskustelutyyliin sekä käyttäytymiseen. (Horton & Wohl 1956). Kun fanit kokevat tuntevansa artistin kuin läheisen kaverin, artistin käyttäytymisen ennustettavuus kasvaa, mikä on myös interpersonaalisissa suhteissa perustana. Kun ennustettavuus kasvaa ja fanin odotukset artistin toimintaa kohtaan täyttyvät kasvaa artistin luotettavuus fanin silmissä, mikä osaltaan taas syventää fanien suhdetta artistia kohtaan (Rubin & McHugh 1987; Herrera 2017). Seuraavissa kohdissa fanit kertovat tarkemmin suhteensa syventymisestä artistia kohtaan nimenomaan pandemia-aikana.

5.1.2 Artistin online-sisällön aktiivinen seuraaminen syventää fanien suhdetta artistiin

Kaikki fanit kertoivat haastatteluissaan suhteen artistia kohtaan syventyneen tai vähintäänkin pysyneen samana pandemia-aikana. Fanien kommenteissa nousee laajalti esiin pandemia-ajan olosuhteet, jotka on omalta osaltaan tuonut faneja lähemmäksi artistia. Pandemia-aikana sisällön seuraamiselle on siis ollut enemmän aikaa ja toisaalta, kun artistit ovat kertoneet omista pandemia-ajan kokemuksistaan ja tehneet arkista ja intiimiä sisältöä fanien on ollut helpompi samaistua jaettujen kokemusten myötä. Tästä voidaan nostaa esiin kaksi pääsyytä suhteen syventymiselle: artistin sisältöjen parissa on käytetty aikaa pandemia-ajasta johtuen sekä intiimimpi online-sisältö ja vuorovaikutteisuus on vedonnut faneihin. Artistit kertovat suhteen syventymisen kokemuksesta muun muassa seuraavasti:

> H10: "No kyllä mä koen, että [suhde on] pikkuisen jopa syventynyt että kun ehkä jollain tapaa artisti ja fanit on kokenut sitä samalla tavalla, kun yhtäkkiä loppuukin keikat ja näin on ehkä pystynyt jollain tapaa samaistumaan niihin tunteisiin."

> H4: "Mulla se fanitus ehkä nousi, tai otti toisen vaihteen siinä pandemian aikana kun se ehkä tuli jotenkin lähemmäksi tavallaan…"

> H1: "...tuntuu että oli semmoista astetta enemmän arkisempaa matskua siellä [somessa] … niin siinä mielessä ehkä toi lähemmäksi."

> H7: "Kun pandemia tuli, niin se miten he käsitteli tätä asiaa somessa, niin totta kai se vahvisti sitä, että tää on niinku fiksu jengi…voisi ajatella että [pandemia-aikana] tulee tyhjiö tai että siitä voi vähän tipahtaa sitten kyydistä [artistin seuraamisesta], mutta itselle se oli ehkä päinvastoin."

> H8: "Että jos jotain, niin ehkä jopa [suhde artistiin on] syventynyt. Tuntuu, että on ehkä vähän seurannut enemmän just noissa someissa sitä artistin meininkiä…"

Ensinnäkin fanit kertoivat viettäneensä pandemia-aikana enemmän aikaa sosiaalisessa mediassa, koska mahdollisuudet muunlaiselle ajan vietolle olivat rajoittuneet. He kokivat käyttäneensä aiempaa enemmän aikaa sosiaalisen median sisältöjen parissa, joita fanittamansa artisti on itse tuottanut, tai joissa artisti on ollut mukana, ja tämä on fanien kokemuksen mukaan johtanut suhteen syventymiseen. Myös aiemmista tutkimuksista käy ilmi, että mitä enemmän fanituksen kohteen parissa viettää aikaa, sitä todennäköisemmin suhde siihen syvenee (Rubin & McHugh 1987; Herrera 2017).

> H8: "Se [suhteen syventyminen] ei mun mielestä liity siihen, että tämä bändi on alkanut tekemään pandemian aikana jotenkin mahtavaa some-sisältöä vaan enemmänkin niin että pandemian olosuhteet on olleet sellaiset, että ne on ohjannut mua syventymään tai tutustumaan siihen artistiin tarkemmin."

> H3: "En ainakaan koe että olisi heikentynyt, että niinku voihan se olla että se on niinku vahvistanut…ehkä somessa on viettänyt enemmän aikaa, kuluttaa enemmän musiikkia tai artistien sisältöjä ja sitä kautta se suhde on vahvistunut."

Osa faneista myös kertoi seuraamiensa artistien julkaisseen enemmän sisältöä sosiaaliseen mediaan, mikä on ollut yksi syy siihen, että artistin online-sisältöjä on seurattu enemmän. Faneilla on siis pandemia-aikana ollut enemmän aikaa seurata tätä suurempaa sisältöjen määrää. Rubin ja McHugh (1987) sekä Herrera (2017) nostivat myös esiin, että kun artistit jakavat enemmän sisältöä sosiaaliseen mediaan, seuraajien on mahdollista seurata artistin elämää jatkuvammin, mikä johtaa parasosiaalisen suhteen syventymiseen.

> H11: "Tuntuu, että monet artistit on somessa myöskin ollut aktiivisempia ja henkilökohtaisempia, niin ehkä nykyään tulee vähän helpommin reagoitua kaikkein artistien sisältöön ja ne ehkä reagoi takaisin…kyllä mä sanoisin että suhde on siis ehkä joo syventynyt."

> H10: "Kun sinne someen päivitellään enemmän ja sitten kun ei pääse sitä päivittelemään keikoille niin kyllähän sitä tiiviimmin sitten oli yhteydessä artisteihin ja kommentoi ja näin."

> H4: "Se [artisti] on ehkä tullut enemmän sinne nettiin, kun aikaisemmin niin sitten se on ehkä lisännyt sitä mun innostusta siitä, mutta mun suhtautuminen artistiin? No ehkä se on innokkaampaa."

Fanit kertovat myös itse aktiivisesti hakeutuneensa artistien sisältöjen ääreen. Se, että artistien sisältöjen parissa on vietetty enemmän aikaa ei siis johdu ainoastaan siitä, että niitä olisi tullut sosiaalisessa mediassa enemmän vastaan artistien suuremman sisällön määrän ja suuremman sosiaalisessa mediassa vietetyn ajan takia. Fanit kertoivat seuraavansa artistia aktiivisesti ja hakeutuvan siihen liittyvän sisällön pariin sen takia, että he haluavat itse pysyä perillä artistin elämästä ja saada jatkuvasti heistä lisää tietoa. Fanit haluavat tällä tavoin itse syventää suhdettaan artistiin kuluttamalla mahdollisimman paljon artistiin liittyvää sisältöä.

> H3: "Katselen kaikki IG stoorit. Niissä aika usein just on joku 50 stooria siellä peräkkäin, niin sitten ne vaan tulee kliksuteltua silleen nopeasti läpi mutta myös katsottua."

> H5: "Mä haluan olla perillä mitä se bändi ja tai artisti tekee… eihän sille mitään semmoista varsinaista konkreettista tarvetta ole, mutta se on vaan että kun se kiinnostaa niin sitä mielellään sitten seuraa."

> H1: "... mä pääsen näkemään hänen elämäänsä ainakin sitä kautta [mitä hän] jakaa ja jotenkin pääsen lähemmäksi, näen hänestä ehkä jotain muutakin kuin vain sen, mitä hän on keikoilla tai haastattelussa tai jossain muussa semmoisessa."

Osa faneista kertoi vuorovaikutuksen muiden fanien kanssa johtaneen suhteen syventymiseen artistia kohtaan. Vuorovaikutus muiden kanssa on kuitenkin tapahtunut sisältöjen kuluttamisen yhteydessä tai on johtunut nimenomaan artistin sisältöihin paneutumisesta, koska aikaa artistiin liittyvien sisältöjen parissa viettämiselle on ollut enemmän. Sosiaalisen toiminnan merkitystä muiden fanien kanssa artistisuhteen syventymisen taustalla ei tule kuitenkaan vähätellä. Tässä aineistossa tämä nousi kuitenkin esiin vain kahdella haasteltavista ja usein se liittyi online-sisältöjen parissa vietetyn ajan lisääntymiseen. Kun kiinnostavaa ja samaistuttavaa online-sisältöä on ollut enemmän, fanit ovat helpommin jakaneet niitä toisilleen ja toisaalta, kun sisältöjen parissa on viettänyt enemmän aikaa, on fanien ollut helpompi kommentoida artistin julkaisuja ja tällä tavoin liittyä siellä keskusteluun. Muun muassa Kozinets (1999) sekä Herrera (2017) nostivat esiin että, artistin sisältöjen parissa vietetty aika syventää suhdetta artistiin, mutta sillä on myös yhteys suhteen syventymiseen faniyhteisöä ja muita faneja kohtaan.

> H4: "Fanituksen ylittymiseen liittyi tiktok ja sitten se, että mä löysin yhen kaverin kuka fanitti kanssa, niin niitten kombo, niin sitten se nousi ihan kyllä uusiin sfääreihin."

> H8: "Jos käy jotain keskusteluja [muiden fanien kanssa] onlinessa niin kyllähän se sitten väkisinkin vaikuttaa suhteeseen siihen artistiin todennäköisesti tai ainakin minun tapauksessa positiivisella tavalla."

Mitä enemmän fanit siis viettävät aikaa online-sisältöjen parissa sitä todennäköisemmin he myös liittyvät syvemmin osaksi faniyhteisöä muun muassa kommentoimalla ja jakamalla omia ajatuksiaan aiheesta (Kozinets 1999; Herrera 2017; Jenkins 1988). Artistisuhteen syventyminen voidaan siis nähdä syynä syvempään suhteeseen muihin faneihin, mutta toisaalta myös aktiivisempi vuorovaikutus muiden fanien kanssa voidaan nähdä syventäneen suhdetta artistiin joillain faneilla.

Kuten aiemmin tässäkin tutkimuksessa todettiin, pelkkä sisällön suurempi määrä ja sen aktiivisempi seuraaminen ei kuitenkaan välttämättä riitä syventämään suhdetta artistiin. Toinen merkittävä tekijä suhteen syventymiselle on ollut artistin intiimimpi, henkilökohtaisempi, arkipäiväisempi sisältö sekä vuorovaikutteisuus. Tätä toista tekijää fanien suhteen syventymisen taustalla käsitellään tarkemmin seuraavassa osiossa.

5.1.3 Intiimi online-sisältö ja vuorovaikutteisuus vetoaa faneihin

Herrera (2017) korostaa tutkimuksessaan intiimiyden merkitystä parasosiaalisen suhteen syntymisen ja sitoutumisen taustalla. Auter (1992) nostaa myös intiimiy-

den esiin syventyneen sitoutumisen taustalla. Hänen mukaansa toistuvat kohtaamiset sekä vuorovaikutus artistin ja fanin ovat keskeisiä tekijöitä intiimiyden saavuttamisessa. Herrera (2017) puolestaan nostaa esiin erilaisia konkreettisia esimerkkejä, mitä artisti voi tehdä lisätäkseen intiimiyttä: jakaa sisältöä arjestaan, paljastaa kulisseja yleisölle, kertoa epäonnistumisista tai pyytää yleisöltä apua. Intiimiyttä luo ylipäätään kaikki toiminta, mikä inhimillistää artistia ja paljastaa todellista henkilöä artistin hahmon taustalla, herättää luottamusta, luo yhteenkuuluvuutta ja on autenttista (Herrera 2017). Intiimiyden lisäksi vuorovaikutteisuus näkyy siis myös Herreran (2017) tutkimuksessa. Autenttisuus sekä artistin maanläheinen, aito ja luotettava olemus nähdään sitoutumista edesauttavina tekijöinä myös monissa muissa tutkimuksissa (Edlom & Karlsson 2021; Cavicchi 1998).

Aineistossa nousi toistuvasti esiin se, että fanit nauttivat aidon tuntuisesta, kotikutoisesta ja henkilökohtaisesta artistien tuottamasta sisällöstä. Faneihin teki vaikutuksen laajalti myös artistin näkyvä vuorovaikutteisuus fanien kanssa sekä myös suora vuorovaikutus yksittäisten fanien kanssa esimerkiksi yksityisviesteillä. Fanit toivat haastatteluissa esiin intiimiyttä eri tavoin. Aineistosta oli löydettävissä selkeitä yhtymäkohtia Herreran (2017) esiin tuomiin esimerkkeihin intiimiyden taustalla. Fanit pitivät sisällöistä, joissa he pääsivät kurkistamaan artistin elämän kulisseihin sekä näkemään artistin tavallista elämää. Aineistossa nousseita esimerkkejä tämän kaltaisista sisällöistä ovat muun muassa kotikutoiset livelähetykset, joissa artistit ovat matalalla kynnyksellä esittäneet kappaleitaan esimerkiksi akustisella kitaralla, pitäneet Instagramissa kyselytuokioita, joissa fanit ovat voineet kysellä artistilta asioita, videot arkielämästä, kuten juhlimisesta tai harrastuksista sekä pandemia-ajan tuntemusten jakaminen. Tällaiset sisällöt ovat omiaan paljastamaan faneille todellista henkilöä artistin hahmon takana.

> H7: "Se oli mun mielestä tosi kiva tuoda tuollaisia asioita esille sieltä taustalta, on se sitten bändiin liittyvää, sanoituksiin liittyvää tai sitten tekniikkaan liittyvää mitä tahansa, että vähän pääsee näkemään sinne kulissien taakse."

> H6: "Se, että pääsee näkemään sinne kulissien taakse…, niin pääsee näkemään sitä, mitä se keikkojen jälkeen on ja sitten kaikki dokumentit ja tommoiset kiinnostaa myös, että näkee sen artistin elämän siellä."

> H1: "...ainakin itselle välittyy sellainen, että sitten kun se vaikka lähtee ryyppäämään, niin semmoinen että aa ihanaa, nautitaan elämästä…"

> H10: "Kaikki on enemmän päivittänyt perusarjestataan, niin semmoinen perusarkisisältö on ollut kivaa seurattavaa."

Fanit pitivät myös enemmän tyyliltään kotikutoisista ja "rosoisemmista" sisällöistä, jotka näyttivät artistin elämää lähempää, kuin harkitummista ja hiotuista sisällöistä kuten esimerkiksi promootiotarkoituksessa jaetusta sisällöstä.

> H3: Ne [sisällöt] mitä itse katsoi oli semmoisia vähän kotikutoisia ja sen takia ne oli ehkä kiinnostavia, koska siinä tuntuu että se artisti tulee lähelle. Ne vaikuttaa ehkä aidommalta, kun että näkisit jonkun tosi sliipatun esityksen."

> H1: "... rosoisetkin tai sellaiset että ne ei ole niinku niin siloteltuja [sisältöjä], ne on aina tai oli silloin [pandemia-aikana] parhaimpia… [koska] se on semmoinen kurkistus sen artistin semmoiseen tavanomaisuuteen."

> H6: "Lähinnä itse mietin, että ne tämmöiset suorat (instagram-)livet toimii ihan hyvin, koska niissä oli semmoinen autenttinen tunnelma. Ne oli enempi monet tuommoisia akkarikeikkoja, niin niissä ei sitten niin haitannut se huono laatukaan. Niissä oli enempi semmoinen autenttinen fiilis ja näki että näähän tekee kuitenkin musaa ja et pitää jotain keksiä miten voitaisiin tehdä keikkoja."

> H11: "Tommoisilla isommilla bändeillä sisältö on enemmän semmoista hallittua, niin sitä ehkä haluaa nähdä vähemmän. Myöskin välillä tuntuu että sitä samaa promosisältöä on tosi paljon. Itselle riittäisi tietää että ne on jossain keikalla tai että niiltä on tullut levy ja sitten voisi laittaa mutelle."

Tällaiset kotikutoiset ja arkiset sisällöt olivat faneista kiinnostavia ja he kokivat, että tällaisten sisältöjen kautta he pääsevät lähemmäksi artistia, mikä puolestaan on voinut johtaa suhteen syventymiseen.

Faneihin vetoaa myös muunlainen henkilökohtaisuus, autenttisuus ja aitouden kokemus artistin online-sisällöissä. Fanit arvostavat juuri sellaista sisältöä, mitä artistit tuottavat ja mitä artistit tykkäävät tehdä. Myös artistien itsensä tai bändin jäsenten jakama henkilökohtainen sisältö on kiinnostavaa. Eräs faneista kertoi kuunnelleensa fanittamansa artistin äänittämiä iltasatuja nukkumaan mennessä. Tämä on oivallinen esimerkki hyvin intiimistä sisällöstä, jossa artisti tulee lähelle artistia.

> H5: "Mä näen että se on laadukasta, koska se on autenttista ja se on heidän omasta innostuksesta, intohimostaan kumpuavaa, niin se on laadukasta sisältöä"

> H4: "On semmoinen palvelu ja siellä on jotain meditaatiota, että voit nukahtaa, semmoisia iltasatuja. Niin sitten [artisti] teki yhden äänitteen sinne, niin mä kokeilin sitä, koska mä halusin kuulla minkälainen se sen äänite on ja sitten siitä piti vähän maksaa."

> H2: "Se on jotenkin kivointa aina nähdä, mitä ne itse tykkää tehdä.., tavallaan se on kuitenkin kivointa loppujen lopuksi, mikä tulee sillai sydämestä."

> H6: "Instagramissa pääasiassa, että [seuraan] myös sitä bändin omaa sivua, mutta ennemmin sitä [laulajan] henkilökohtaista tiliä, jossa se jakaa paljon enempi henkilökohtaisia juttuja."

Kaikkea fanien intiimiksi kokemaa sisältöä yhdistää fanien halu ja kiinnostus päästä niiden välityksellä lähemmäs artistia ja saada enemmän tietoa artistin elämästä. Intiimit sisällöt ja niiden pariin hakeutuminen osoittavat fanien pyrkimystä itse syventää suhdetta artistia kohtaan. Intiimit sisällöt ovat pandemia-aikana olleet osittain jopa enemmän samaistuttavia, sillä pandemia-aika näyttäytyi monille ihmisille hyvin samanlaisena. Fanit ovat kokeneet onnistuneet intiimit sisällöt myös pandemia-aikaa helpottaviksi tekijöiksi ja henkirei'iksi, jotka ovat vieneet ajatuksia pois vallitsevasta tilanteesta. Toisaalta fanit kertovat tällaista intiimiä sisältöä olleen aiempaa enemmän, mikä voidaan selvästi nähdä syventynyttä suhdetta aiheuttaneena tekijänä.

Intiimien sisältöjen lisäksi intiimiyttä luo myös artistin ja fanien välinen vuorovaikutus (Auter 1992). Haastattelujen perusteella vuorovaikutteisuus artistin tuottamissa sisällöissä ja vuorovaikutus muiden fanien kanssa, kun artisti on ottanut yhteyttä faneihin tai kysynyt faneilta yleisesti joistain asioista, on tehnyt vaikutuksen faneihin. Fanien itse kokema suora vuorovaikutus artistin kanssa on faneille tärkeää ja merkittävä osatekijä suhteen syventymisessä. Fanit kuitenkin kokevat vuorovaikutuksen artistien kanssa hyvin eri tavoin. Erityisesti laajalti kansainvälisesti tunnettujen artistien fanit eivät odota fanittamaltaan artistilta vuorovaikutusta samalla lailla tai pidä sitä niin tärkeänä kuin vähemmän tunnettujen kotimaisten artistien fanit. Vuorovaikutteisuus on silti kaikkien fanien mielestä hyvin merkityksellistä ja se on osaltaan tuonut artistia lähemmäs fanejaan.

> H3: "Hänellä oli tapana laittaa postauksia IG:seen, että 'hei että kommentoikaa tähän postaukseen niin mä nappaan täältä randomisti 10 ihmistä, joille mä laitan DM:n ja soitan huomenna että vaan että jutellaan että mitä sulle kuuluu'. Sitten hän otti näistä keskustelusta lyhyitä videopätkiä tai kuvia ja jakoi niitä omaan someensa…Tuollaisen myötä saat ne kymmenen ihmistä sitoutumaan suhun ihan vitusti, koska sä oot jutellut niiden kanssa. Mutta sitten myös me kaikki ihmiset jotka ollaan somessa nähty, että ok VOU tää tyyppi oikeesti soittaa näille, niin mekin sitoudutaan siihen artistiin lisää, vaikka hän ei ikinä soittaisi meille."

> H10: "Ehkä mulle isoin juttu on just niin se vuorovaikutus artistin kanssa, että kun mä annan jotain niin mä sitten myös saan vastakaikua tai semmoista sieltä artistin puoleltakin takaisin sitten kiitosta."

> H9: "Mä sain käytettyä yhtäkkiä puolitoista tuntia tosi hyvällä fiiliksellä, kun mä selasin niitä [Ask Me Anything] kysymyksiä lävitse ja mulle tuli äärettömän kiitollinen olo että joku [bändin laulaja] jaksaa ottaa pari-kolme tuntia vastatakseen kysymyksiin mitä, huom. ei mitkään koulutetut journalistit kysy, vaan ihan tämmöiset perus jantterit niinku meikäläinen."

Useiden fanien haastatteluissa nousi esiin sosiaalisessa mediassa pidetyt livelähetykset positiivisina kokemuksina sisällöistä pandemia-aikana ja myös sen jälkeen. Livelähetykset, joiden tarkoituksena on ollut korvata livekeikkoja tai jotka ovat muulla tavoin olleet liian huolitellun tuntuisia, eivät olleet usein fanien mieleen. Puolestaan livelähetykset, joissa on ollut aito, autenttinen ja kotikutoinen tunnelma ovat fanien mielestä toimineet parhaiten. Tällaisissa livelähetyksissä on fanien kokemusten mukaan ollut läsnä vuorovaikutuksellinen aspekti niin muiden fanien kuin itse artistinkin kanssa sekä toisaalta myös intiimiys, kun artistit ovat tehneet livelähetyksiä esimerkiksi kotoaan ja kertoneet lähetyksissä muun muassa arjestaan. Rendell (2021) on tutkimuksessaan todennut livelähetysten toimivan sitoutumista syventävinä sisältöinä, sillä niissä yhdistyy artistin autenttisuus sekä vuorovaikutus fanien kesken ja artistin ja fanin välillä.

> H5: "[Artisti] järkkäs semmoisia live-hengailuja käytännössä että ei niissä oikein ollut mitään pointtia varsinaisesti, että niillä oli akustiset kitarat ja ne istuskeli jossain terassilla juomassa kaljaa ja polttamassa kukkaa ja sitten siinä oli livelähetys päällä ja siellä oli tuhansia ihmisiä jauhamassa paskaa "joo mäkin ryyppään täällä" ja sitten ne vaan kyseli, että mistä päin te olette ja sitten jotain, että heitelkää meille jotain biisejä, niin me vedetää akustisesti tässä jotain biisejä, niin siinä tuli aika semmoinen, että tässä sitä nyt vaan hengaillaan näiden tyyppien kanssa."

> H10: "[Seuraamani artisti] on pitänyt paljon Instagram-livessä tämmöisiä keikkoja, olohuoneessa ottanut kitaran ja soittanut siellä muutaman biisin, niin ne on ollut semmoisia vähän tilannetta helpottavia tekijöitä ja tosi iloinen piristys siihen hetkeen."

> H8: "[Artistien livelähetykset on] hyvää ajanvietettä ja tosi hauskaa ja miellyttävää. Ehkä myös jopa tuo semmoista pientä lisää siihen yhteisöllisyyden tunteeseen, kun venaillaan vaikka jotain biisin alkua yhdessä."

Sosiaalisessa mediassa pidetyt livelähetykset voidaan siis nähdä olevan suhteellisen keskeisessä roolissa haastateltujen fanien suhteen syventymisessä fanittamaansa artistia kohtaan. Niin livelähetyksillä kuin muillakin online-sisällöillä on ollut osalle faneista suuri merkitys pandemia-ajan tilanteen käsittelyn näkökulmasta, sillä ne ovat antaneet faneille sisältöä elämään tilanteen keskellä, kun muiden asioiden tekeminen ja harrastaminen on ollut rajoitettua. Livelähetykset ovat siis vähintäänkin hyvä keino artisteille tuoda itseään lähemmäksi faneja sekä toisaalta saattaa faneja lähemmäksi toisiaan ja mahdollistaa fanien välistä vuorovaikutusta luonnollisessa tilanteessa. Livelähetyksillä on siis saattanut olla myös osansa ylläpitämässä fanien yhteisöllisyyttä. Fanit kertovat yhteenkuuluvuudestaan ja yhteisöllisyydestä lisää seuraavassa osiossa.

5.2 Vuorovaikuttaminen faniyhteisön kanssa on vähemmän merkityksellistä, mutta kokemus siihen kuulumisesta on tärkeää

Tässä kappaleessa syvennytään fanien keskinäiseen vuorovaikutukseen sekä siihen, millaisena fanius ilmenee. *Vuorovaikuttaminen faniyhteisön kanssa on vähemmän merkityksellistä, mutta kokemus siihen kuulumisesta on tärkeää* -pääteeman kannalta olennainen huomio nojaa Oslerin (2020) huomioon, että yhteenkuuluvuuden kokemus voi syntyä abstraktimmin niin, että aktiivinen vuorovaikuttaminen muiden fanien kanssa ei ole välttämätöntä. Fanien ei ole tarvinnut liittyä mihinkään suljettuun tai pieneen faniyhteisöön, jotta haastatellut fanit kokivat kuuluvansa artistin faniyhteisöön.

Pääteeman alle sijoittuvissa neljässä alateemassa vaikuttaa ensinnäkin se, että fanit kokevat olevansa osa faniyhteisöä. Tässä kappaleessa käsitellään aluksi fanien kokemuksia yhteenkuuluvuudesta. Tämän jälkeen paneudutaan siihen, millaista fanien osallistuminen faniyhteisöön on ja millaiseksi osaksi faniyhteisöä fanit itsensä mieltävät. Lopuksi nostetaan esiin seikka, joka voi osaltaan vaikuttaa siihen, miksi haastatellut fanit eivät vaikuta aktiivisempana osana faniyhteisöjä; fanius koetaan leimaavana sanana eikä fanit halunneet, että heitä mielletään fanaattisiksi tyypeiksi. Faniuden leimaavuuteen paneutui jo aikaa sitten Cavicchi (1998) sekä Jenkins (2013), joiden huomiot vaikuttavat olevan edelleen hyvin ajankohtaisia. Seuraavaksi taulukko, jossa on esitelty pää- ja alateemat sekä havainnollistettu teemoja sitaatein, jonka jälkeen paneudutaan alateemoihin tarkemmin.

Pääteema	Alateemat	Sitaatit
Vuorovaikuttaminen faniyhteisön kanssa on vähemmän merkityksellistä, mutta kokemus siihen kuulumisesta on tärkeää	Fanit kokevat yhteenkuuluvuutta	H9: "…en koe olevani hirvittävän aktiivinen some ihminen muuten, mutta mä kuitenkin pyörin siinä ympäristössä mukana, koska haluan olla ikään kuin osana jotain ja tukea sitä artistia." H9: "Niin silloin mun mielestä on puhdistavaa tuntea myös, että tuollaisissa tapahtumissa sitten oikeasti se 30-40 tuhatta ihmistä, ketä siellä katto bändiä, niin sen pienen hetken ajan kaikki oli siellä, et vittu kyllä tässä on oikeasti yhteisöstä kyse… Kyllä siinä tuntuu menevän semmoisen yhteisöllisyyden ja ison asian äärelle…" H4: "Samanhenkisyys ehkä tai et tietää, että on paljon ihmisiä jotka tykkää samasta asiasta ja samasta henkilöstä ja sen musiikista ja.., jaetaan se sama kiinnostuksen kohde, niin kyllähän se yhdistää." H11: "Tärkeintä on ehkä just ne kokemukset siitä ja se fiilis siitä että ne muut tuntee miten samalla lailla kuin itse ja porukalla digataan sitä musaa…siinä on paljon semmoista yhteenkuuluvuudentunnetta." H2: "Kyllä mä silti koen olevani osa [faniyhteisöä], vaikkei siitä mitään semmoista käsinkosketeltavaa suhdetta tullut kehenkään." H2: "Tietää, että on osa jotain semmoista yhteistä tai semmoista henkistä yhteisöä, että niistä saa tietyllä tavalla voimaa ja yhteenkuuluvuudentunnetta, että oikeastaan en mä muuta hae, mutta se tulee vähän silleen ei vuorovaikutuksellisena." H8: "Jotenkin mä oon aina ajatellut että fanit on faneja, nää on samanlaisia ihmisiä kun itsekin." H6: "No keikalla ehkä aika hyvän yhteyden saa kun menee [...] pittiin pyörimään niin siinä saa yleensä semmoisen mukavan yhteisöllisyyden, että siinä kyllä tuntee elävänsä. Niin siinä tietää että kaikki on tän yhden bändin takia täällä ja että siinä voi heittää tittelit narikkaan ja mennä vaan." H7: "Jos mä kuulen, että joku muukin fanittaa tätä bändiä tai edes pitää musiikista niin mä innostun siitä ja mielellään aina aloitan aiheesta keskusteluja. Että se on itselle semmoinen tosi kiva juttu löytää jotain yhteistä ihmisten kanssa, ehdottomasti aina positiivinen asia." H3: "Jos löytää jonkun ihmisen, joka tykkää jostain samasta artistista niin sitten se on totta kai kiva fiilis kun sitten voi jakaa niitä kokemuksia siitä."

	Passiivinen osallistuminen faniyhteisöön	H3: "Kyllä mä koen että kuulun faniyhteisöön, vaikka se tarkoittaa vaan sitä, että seuraa sitä artistia. Kyllä mä koen, että jotenkin se kasvoton massa, jotka on jossain somekanavissa vaan klikannut seuraavansa artistia, niin kyllä mä koen että he ja minä on osa sitä faniyhteisöä, vaikka ei olisi vuorovaikutuksessa muiden fanien kanssa." H2: "Tietää, että on osa jotain semmoista yhteistä tai semmoista henkistä yhteisöä, että niistä saa tietyllä tavalla voimaa ja yhteenkuuluvuudentunnetta, että oikeastaan en mä muuta hae, mutta se tulee vähän silleen ei vuorovaikutuksellisena." H8: "Se on hauskaa kun siinä joku kommenttikenttä vilisee ja jengi venailee sitä että mitä täältä nyt tulee ja siinä livenä pystyy lukemaan niitä kommentteja niin se on jotenkin tosi hauskaa ja mukavaa." H3: "Menin katsomaan [artistin] elokuvaa, niin sekin oli tavallaan niiden muiden fanien äärelle hakeutumista, vaikka mä en mennyt sinne jutellakseni heidän kanssa, mutta oltiinhan me kaikki tultu sinne leffasaliin sen takia, että meidät oli tuonut yhteen se yhteinen kiinnostuksen kohde." H5: "Ei siinä muiden fanien suuntaan hirveästi sitä semmoista vuorovaikutusta ollut ainakaan itselle.., että saattoi kommentoida jotain, mutta en mä mitenkään kauhean intensiivisesti niihin keskusteluihin [osallistunut]."
	Läheiset ihmiset faneina ja heidän merkitys faneille	H1: "...mutta kavereille ja suullisesti kyllä tykkään puhua [artistista] ja … mulla on esim. mun sisko ja mun serkut kanssa … [kyseisen artistin] faneja ja se on myös silleen meidän juttu, [että] tulee jaettua tyyliin ihan sellaisia, että … hei katsoitteko [kyseisen artistin] stoorit, että saatetaan ihan pienemmästäkin jutella." H10: "Lähimpien [fanien] kanssa on pidetty tosi tiiviistikin yhteyttä ja kyselty kuulumiset ja voinnit ja kaikki tämmöiset läpi, mutta ei nyt niitten hyvän päivän keikka tuttujen kanssa ole niin pidetty yhteyttä." H4: "...sitten kun on vaihdettu ajatuksia siitä [artistista], niin sitten on voitu vaihtaa ajatuksia vähän muustakin ja sitten ehkä se aiemmin vähän kaukaisempi kaverisuhde lähentyi sen yhteisen kiinnostuksen kohteen myötä." H11: "No itsellä on paljon läheisiä kavereita, jotka fanittaa tiettyjä samoja artisteja, että se on ollut ehkä semmoinen merkittävä faniyhteisö, jotka voi fiilistellä niitä juttuja ja keiden kanssa voi keskustella siitä."

		H5: ”Onhan se mukavampi mennä keikalle kaverin tai vaikka veljen kanssa kun sitten että menee sinne yksin, että tietyllä tapaa siinä tulee se semmoinen yhteisöllisyys elementti mukaan…, mutta kyllähän siihen saa pienen lisän kun on joku samanmielinen porukka minkä kanssa sitten kuunnella tai käydä kattoo keikkaa.” H7: “Sen takia ei tule puhuttua niin tuntemattomien fanien tai muiden sellaisten kanssa, kun on niitä omia kavereita, joiden kanssa sitten tavallaan purkaa sitä omaa ajatusmaailmaa siihen liittyen.” H10: “Läheisimpien [fanien] kanssa on ehkä jollain tavalla tiivistynyt se suhde [pandemia-aikana].” H5: “...jossain kohti pandemiaa alettiin pitää pikkuveljeni ja yhen ystävämme kanssa tämmöisiä kaljaa ja blackista -iltoja että mentiin jonkun kämpille kuuntelemaan kauheeta kirkonpolttomusiikkia ja juomaan bisseä.”
	Fanius koetaan leimaavana	H6: “Sitä ehkä nuorempana ajatteli enemmän sitä, että nyt mä kuuntelen tällaista musaa ja oon tämmöisen bändin fani, niin miltä mä näytän muiden silmissä.” H1: “Mä muistan, että en mä silloin kehannut kellekään sillee sanoa, että mä oikeasti kyllä tykkäsin [siitä artistista].” H5: “Fanius voi ilmentyä niin monella tapaa, että voihan se olla hyvin semmoista tietyllä tapaa lapsellistakin.”

TAULUKKO 2 Vuorovaikuttaminen faniyhteisön kanssa on vähemmän merkityksellistä, mutta kokemus siihen kuulumisesta on tärkeää.

5.2.1 Fanit kokevat yhteenkuuluvuutta

Fanit kokevat yhteenkuuluvuutta -alateemaan sisällytettiin fanien kokemuksia siitä, miten he kuvailevat omaa suhdettaan faniyhteisöön ja sitä, mitä merkityksiä he antavat faniyhteisöille. Teemaan lukeutuu näiden lisäksi kommentteja muun muassa siitä, missä yhteenkuuluvuutta koetaan ja siitä, mistä tekijöistä yhteenkuuluvuuden tunne muotoutuu. On mielenkiintoista huomata, että haastateltujen fanien yhteenkuuluvuuden kokemus on mitä suurimmissa määrin linjassa Oslerin (2020) ajatuksen kanssa siitä, että kokemus yhteisöstä on abstraktimpi ja yhteenkuuluvuuden tunne saattaa kattaa jopa maailmanlaajuisen faniyhteisön. Yhteisen fanituksen kohteen tunnistaminen riittää faneille yhteisöön kuulumisen kokemukseen. Faniuden ja yhteenkuuluvuuden näkökulmasta on myös olennaista, että fanit haluavat näyttäytyä faneina (Edlom & Karlsson 2021, 25), jolloin yhteenkuuluvuuden kokemus voi syntyä suhteessa muihin faneihin, jotka yhtä lailla näyttävät faniuttaan tavalla tai toisella. Faniutta voi nähdä käytettävän henkilön identiteetin rakentamisen osana, sillä ihminen määrittää identiteettiään

myös ryhmän jäsenenä (Edlom & Karlsson 2021, 25) ja laajemmin kuulumisellaan sosiaalisiin ryhmiin (Behrens & Uhrich 2020).

Haastatellut kertoivat, että he kokevat kuuluvansa faniyhteisöön, vaikka suurin osa heistä ei kuulunut mihinkään suljettuun faniryhmään. Fanit korostivat kuitenkin yhteisön itsensä merkitystä ja että yhteisön vaikutus heidän fanitukseen on tärkeä. Tutkijoista muun muassa Duffet (2013) viittaa faniuteen liittyvään intiimiyteen, läheisyyteen ja siihen, kuinka fanit muodostavat ihmissuhteita muiden fanien kanssa, joita voisi Duffetin (2013) mukaan kuvailla jopa perheenä. Myös eräs haastateltu kuvaili faniyhteisöä perheenä, ja voi ajatella, että "perhe" sanan käyttö kuvattaessa faniyhteisöä pitää sisällään jo itsessään paljon merkityksiä:

> H9: "Tää on käytännössä yksi semmoinen perhe joka tätä bändiä kuuntelee, joka sen pitää hengissä ja joka sen käytännössä, ei nyt omista, mutta silleen että fanit osana sitä yhteisöä on hyvin vahva elementti tälle bändille mun mielestä."

Sosiaalisiin ryhmiin kuulumisen tärkeys ja sen vaikutus hyvinvointiin näkyi aineistossa. Eräs fani korostaa faniyhteisön merkitystä osana hänen yhteenkuuluvuuden kokemuksen syntymistä hyvin ikävien koulukokemusten jälkeen:

> H10: "Kyllä se tuo yhteenkuuluvuuden tunnetta, näin sanoisin. Kyllähän se on aika tärkeetä, kun on koulukiusaamistaustaa ja tämmöistä ulkopuolelle jättämistä, niin sitten ton faniuden kautta pääsee siihen porukkaan mukaan ja kokee että on hyväksytty. Onhan se aika iso ja merkityksellinen asia."

Haastattelujen perusteella oli siis selvää, että haastatellut fanit korostivat yhteenkuuluvuuden kokemusta puhuttaessa faniyhteisöistä ja faniyhteisöihin liittyvästä vuorovaikutuksesta. Faneille yhteenkuuluvuuden kokemus rakentui haastatelluilla siitä, että he kokevat, että heillä on kaikilla yhteinen kiinnostuksen kohde (Kim & Kim 2017; Osler 2020; Calcagno 2012), jonka myötä myös tuntemattoman kanssafanin kanssa keskustelun aloittaminen tuntuu helpommalta. Yhteinen kiinnostuksen kohde on mahdollista havaita esimerkiksi bändipaitojen tai artisteihin liittyvien tatuointien kautta, jonka lisäksi muita faneja tapaa tietenkin artistin keikoilla. Fanit kokevat, että heillä on toisten fanien kanssa heti jotain yhteistä, joka luo läheisyyden tunnetta, vaikka fanit eivät sen syvällisemmin toisiaan vielä tuntisikaan. Livekeikat ovat toinen hyvin merkittävä osa yhteenkuuluvuuden kokemusta faneilla, sillä keikoille on kokoontunut lukuisia ihmisiä yhteisen kiinnostuksen kohteen ympärille. Livekeikoilla yhteenkuuluvuuden tunne konkretisoituu, kun fanittaman artistin keikalle on hakeutunut muitakin faneja, kaikki ovat olleet valmiita maksamaan pääsystä näkemään artisti ja artistin musiikkia kuunnellaan ja lauletaan mukana yhdessä. Tähän tiivistyy Edlomin ja Karlssonin (2021) näkemys, että jaettu keikkakokemus luo fanien keskinäisen voimakkaan yhteyden tunteen:

> H5: "Kyllähän se on mukavaa, että on tyyppejä siinä ympärillä, jotka fiilistelee samaa juttua…, livenä se kokemus on vielä selkeästi tietysti voimakkaampi."

Yhteenkuuluvuuden merkitys onlinessa näkyy ennen muuta yhteenkuuluvuuden tunteena niissä hetkissä, kun fani lukee muiden fanien kirjoittamia kommentteja esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa. Tässä yhteydessä koettu yhteenkuuluvuuden tunne ei vaadi sitä, että fanien olisi tarvinnut liittyä mihinkään konkreettiseen tai suljettuun ryhmään, mikä näkyi tietyissä yhteisön määritelmissä (Behrens & Ulrich 2020). Sen sijaan yhteenkuuluvuuden tunnetta kuvailtiin nimenomaan niin, että kun onlinessa muut fanit tekevät itsensä näkyväksi, fani huomaa itse kuuluvansa tähän joukkoon samanmielisiä ihmisiä (Osler 2020).

> H3: "Jos sä vaan näet uutisia tai postauksia, mitä se bändi tekee, mutta sä et nää yhtään miten muut ihmiset on reagoinut niihin, jos ei olisi vaikka kommenttikenttiä, niin kyllä siitä puuttuisi jotain…. Ei sitä ehkä edes tajua, mutta kyllä siitä puuttuisi tosi paljon. Jos sä et itse osallistu tai puhu niille ihmisille niin sitten sä näet, mihin muut on kiinnittänyt huomiota tai jos joku on heittänyt hauskan läpän johonkin asiaan liittyen, niin kyllä siitä saa itsellekin jotain."

> H8: "Siitä saa semmoisen virtuaalisen yhteisön, että sitä kokee kuuluvansa tämmöiseen virtuaaliseen joukkoon."

Fanien kokemasta vahvasta yhteenkuuluvuuden tunteesta huolimatta aktiivisessa vuorovaikutuksessa muiden fanien kanssa oleminen oli monelle haastatellulle toissijaista. Isompaan arvoon nousi siis nimenomaan fanien kokemus siitä, että he kuuluvat artistin ympärillä vaikuttavaan faniyhteisöön, jota voisi kuvailla oman fanituksen taustavaikuttajana. Seuraavassa kappaleessa avataan löytöjä fanien osallistumisesta faniyhteisöön ja heidän mieltymyksiään suhteessa muihin faneihin ja siihen, miten fanit vuorovaikuttavat toistensa kanssa.

5.2.2 Passiivinen osallistuminen faniyhteisöön

Fanit kuvailivat osaansa faniyhteisössä ennen muuta yhteenkuuluvuuden tunteena niin, ettei fanien ollut tarvinnut liittyä mihinkään konkreettiseen tai suljettuun ryhmään (Osler 2020). Fanien puheessa ilmeni, että artistiin liittyvillä nettisivuilla ajan viettäminen ja erityisesti sosiaalisen median kommenttien lukeminen tuo faneille yhteenkuuluvuuden tunnetta. Tärkeintä faneille oli kokemus siitä, että he ovat osa isompaa fanijoukkoa ja että he näkevät, että kyseisestä artistista tykkää muitakin ihmisiä (Yates 2015; Osler 2020; Kangaspunta 2011).

> H2: "Tietää, että on osa jotain semmoista yhteistä tai semmoista henkistä yhteisöä, että niistä saa tietyllä tavalla voimaa ja yhteenkuuluvuudentunnetta, että oikeastaan en mä muuta hae, mutta se tulee vähän silleen ei vuorovaikutuksellisena, niinku se tulee itsestään."

Voisi ajatella, että fanit haluaisivat osallistua keskusteluun, koska he mieltävät faniyhteisöt itselleen hyvin tärkeäksi, mutta siitä huolimatta haastatelluille oli hyvin yleistä, etteivät he itse osallistuneet keskusteluun tai kommentoineet muutenkaan julkaisuja tai kuvia. Haastatellut fanit kuvasivat siis omaa vuorovaikuttamistaan varsin passiivisena, mutta siitä huolimatta he kokivat olevansa osa faniyhteisöä. Voisi sanoa, että fanit osallistuvat faniyhteisöön näkymättömästi:

> H3: "Kyllä mä koen että kuulun faniyhteisöön, vaikka se tarkoittaa vaan sitä, että seuraa sitä artistia. Kyllä mä koen, että jotenkin se kasvoton massa, jotka on jossain somekanavissa vaan klikannut seuraavansa artistia, niin kyllä mä koen että he ja minä on osa sitä faniyhteisöä, vaikka ei olisi vuorovaikutuksessa muiden fanien kanssa."

> H7: "No ei kyllä ole somessa olemassa vuorovaikutusta. En lähde siellä keskustelemaan tai edes tykkäilemään kommenteista, sitä ei ole kyllä tullut tehtyä."

Yhteenkuuluvuuteen tai faniyhteisön osaksi tulemiseen liittyy kirjallisuudessa hyvin eriäviä näkökulmia. Toisaalta Jenkins (1988) tuo ilmi, että jakamalla omia ajatuksiaan fanituksen kohteesta julkisesti, fani voi liittyä osaksi faniyhteisöä. Kozinets (1999) sekä Naik ym. (2021) taas näkevät, että sosiaalinen kanssakäyminen luo taustan sille, että tiettyjä online-ryhmittymiä voi kutsua yhteisöiksi. Jenkins (1988), Kozinets (1999) sekä Naik ym. (2021) kallistuvat siis sille kantille, että yhteisöllisyys vaatisi aktiivisempaa vuorovaikuttamista. Tästä huolimatta on mahdotonta sanoa, etteikö ihminen voisi kokea kuuluvansa yhteisöön, vaikka vuorovaikutusta olisi vähän tai ettei sitä olisi jopa ollenkaan. Oslerin (2020) ja Calcagnon (2012) näkemys yhteenkuuluvuudesta ei nojaa pelkästään fanien väliseen vuorovaikutukseen tai faniuden näyttämiseen ulospäin. He korostavat yhteenkuuluvuuden kokemusta niin, että sen syntymiseen riittää, että henkilö viettää esimerkiksi aikaa tiettyyn asiaan liittyvillä nettisivuilla, jonka myötä henkilö kokee jakavansa yhteisiä kiinnostuksen kohteita muiden kanssa. Tämän voisi ajatella korostuvan sosiaalisen median kommenttikentissä, joissa muut ihmiset tulevat näkyviksi:

> H3: "Jos sä et itse osallistu tai puhu niille ihmisille niin sitten sä näet, mihin muut on kiinnittänyt huomiota tai jos joku on heittänyt hauskan läpän johonkin asiaan liittyen, niin kyllä siitä saa itsellekin jotain."

Kaikki haastatellut fanit eivät kuvailleet fanien välistä vuorovaikutusta täysin olemattomana. Haastatelluissa oli toisaalta myös faneja, jotka kertoivat osallistuvansa keskusteluun, mutta näissäkin tapauksissa vuorovaikutusta voisi luonnehtia enemmän passiiviseksi kuin aktiiviseksi.

> H5: "...ei siinä muiden fanien suuntaan hirveästi sitä semmoista vuorovaikutusta ollut ainakaan itsellä.., että saattoi kommentoida jotain, mutta en mä mitenkään kauhean intensiivisesti niihin keskusteluihin [osallistunut]."

> H1: "Omassa somessa en ehkä ihan hirveän aktiivisesti [jaa sisältöjä artistiin liittyen]. Se on hyvin randomia (satunnaista)."

Kaikki kaikessa, online-faniyhteisöä ei koettu korvaavana livenä koetulle yhteisöllisyydelle. Onlinessa tapahtuvan vuorovaikutuksen näkökulmasta faneille oli tärkeintä, että he näkevät, että on paljon muitakin ihmisiä, jotka tykkäävät samasta asiasta kuin fani itse. Haastateltavien puheessa ei ilmennyt indikaatioita sille, että he sulkisivat itsensä yhteisön ulkopuolelle vain sen takia, etteivät kuulu johonkin suljettuun ryhmään. Haastatellut fanit eivät maininneet, että heidän käyttäytymisensä osana faniyhteisöä olisi pandemian aikana muuttunut. Fanit kertoivat, että heidän vuorovaikutuksensa faniyhteisöissä oli jo ennestään passiivista, se oli passiivista pandemian aikana ja on sitä edelleen.

5.2.3 Läheiset ihmiset kanssafaneina koetaan merkityksellisinä

Konkreettisen faniyhteisön sijaan, haastatellut korostivat heille läheisten ihmisten merkitystä kanssafaneina. Haastatellut erittelivät läheiset ihmiset karkeasti kahteen ryhmään: läheiset ihmiset, jotka olivat läheisiä fanitettavasta artistista huolimatta ja toisaalta sellaiset ihmissuhteet, jotka olivat muodostuneet läheisiksi nimenomaan yhteisen fanituksen kohteen myötä. Läheisiä ihmisiä olivat faneille muun muassa ystävät, mutta myös sisarukset sekä serkut. Nämä ihmiset koettiin merkityksellisenä, sillä heidän kanssaan pystyi keskustelemaan artistista, artistiin liittyvistä tuntemuksista ja käydä yhdessä livekeikoilla.

> H5: "Onhan se mukavampi mennä keikalle kaverin tai vaikka veljen kanssa kun sitten että menee sinne yksin, että tietyllä tapaa siinä tulee se semmoinen yhteisöllisyys elementti mukaan…, mutta kyllähän siihen saa pienen lisän kun on joku samanmielinen porukka minkä kanssa sitten kuunnella tai käydä kattoo keikkaa."

> H11: "No itsellä on paljon läheisiä kavereita, jotka fanittaa tiettyjä samoja artisteja, että se on ollut ehkä semmoinen merkittävä faniyhteisö, jotka voi fiilistellä niitä juttuja ja keiden kanssa voi keskustella siitä."

Toisaalta faniyhteisön merkitystä korostaa entisestään se, jos faniyhteisöstä on voinut löytää uusia, tärkeitä ihmissuhteita:

> H10: "Niiden läheisimpien fanien kanssa, jotka on jollain määrin jo ystäviäkin, niin kyllähän se vuorovaikutus on ollut tärkeätä, että on voinut purkaa sitä tunnemyräkkää semmoisen kanssa joka on sitten ymmärtänyt sen täysin ja pystynyt samaistumaan siihen."

> H10: "Siellä on muutamia semmosia läheisempiä faneja… keikoillakin tutustuu paljon artistien faneihin ja ihan hyviäkin ystäviä tullut sieltä."

Voisi siis ajatella, että fanit antoivat fanien keskinäiselle vuorovaikutukselle pandemia-aikana suurta merkitystä silloin, kun vuorovaikutus tapahtui läheisten kanssafanien kanssa. Lacalle ym. (2021) nostavat tutkimuksessaan esiin, että parasosiaaliset suhteet omaavat samantyyppisiä ominaisuuksia kuin tosielämän ihmissuhteet. Yksilöt siis samaistuvat ja kokevat empatiaa toisiaan kohtaan, he ovat luonteeltaan sellaisia, että yksilöillä on yhteneviä uskomuksia ja ylipäätään samankaltaisuuksia (Lacalle ym. 2021). Näiden tekijöiden takia on helppo yhtyä tutkimuksen tuloksiin, että läheinen ihminen kanssafanina koetaan tärkeänä ja että tällaisten ihmisten kanssa faniutta on luontevaa jakaa ja todentaa. Selvänä lisätekijänä tässä vaikuttaa muun muassa samaistumisen lisäksi, että yhteisten kiinnostuksen kohteiden myötä, ihmiset kokevat yhteenkuuluvuutta toisiinsa (Edlom & Karlsson 2021). Vuorovaikutus tuntemattomien fanien kanssa oli vähäistä ja sen koettiin olevan ei niin merkityksellistä kuin edellisessä kappaleessa todettiin.

Faniuteen on liitetty siis varsin negatiivisia mielleyhtymiä (Cavicchi 1998; Jenkins 2013). Tutkimuksen aineiston perusteella voi kuitenkin nostaa esiin, että haastatelluille faneille fanius ja fanittaminen on hyvin monisyisten tekijöiden merkityksellinen summa. Faniuteen liittyviin tekijöihin liitetään vahvoja yhteenkuuluvuuden kokemuksia ja esimerkiksi kappaleiden lyriikat auttoivat faneja

käsittelemään tunteita. Se, että fanit korostivat läheisten ihmisten merkitystä kanssafaneina, on toisaalta faniuden leimaavuuden ja toisaalta faniuden merkityksellisyyden näkökulmasta kiinnostavaa, koska yllä mainitut tekijät voi mieltää varsin henkilökohtaisiksi. Läheisten ihmisten merkitys korostuu, sillä faniuteen liittyvät tekijät voivat olla hyvin henkilökohtaisia ja herkkiä. Fanius saattaa jopa määrittää omaa identiteettiä, mutta leimaavuuden takia faniutta ei välttämättä uskalleta näyttää ulospäin avoimen julkisesti. Myös tämän voisi nähdä osaltaan yhtenä tekijänä, miksi haastateltujen fanien osallistuminen faniyhteisöön on lähinnä passiivista. Seuraavassa kappaleessa käsitellään faniuden leimaavuutta tarkemmin.

5.2.4 Fanius koetaan leimaavana

Haastatelluista faneista muutama nosti puheessaan esiin fani-sanan tai fanittamiseen liittyvän leimaavan mielikuvan. Faniuden leimaavuutta käsittelivät tutkimuksissaan jo 1990-luvulla Cavicchi (1998) sekä Jenkins (2013), joiden esiintuomat faniuteen liitetyt sanat (fanaattinen, lapsellinen, emotionaalisesti ja älyllisesti vajavaisia, aivottomia kuluttajia), voi vertauskuvallisesti kuulla tutkimukseen osallistuneiden vastauksissa edelleen:

> H6: "Mietin, että fani-sana vähän on semmoinen tietyllä tavalla leimaava. Semmoinen, että itket keikoilla ja fanitat silleen ihan super super, mutta fani voi olla niin monella kerroksella. Aluksi vähän vierastin sitä [fani] sanaa… mieluummin sanoo että mä tykkään tästä bändistä."

> H1: "Fanittamisella on ehkä vähän sellainen jännä ikävä klangi tietyllä tavalla, en tiedä mistä se on jäänyt, että jos joku fanittaa niin se yleensä, tai mulla on semmoinen käsitys ainakin, että se on semmoista pikkutyttöjen kiljuntaa tai jotenkin että tytöt fanittaa."

> H5: "Fanius voi ilmentyä niin monella tapaa, että voihan se olla hyvin semmoista tietyllä tapaa lapsellistakin."

On kiinnostavaa huomio ajatella, että jos faniuteen tai fanittamiseen ei liitettäisi leimaavaa konnotaatiota, olisiko tämän tutkimukseen osallistuneiden fanien silloin helpompi olla passiivisen osallistumisen sijaan aktiivisempia faniyhteisöjen jäseniä. Voi olla mahdollista, että kun fanius koetaan leimaavana, kokemus estää aktiivisemman ja näkyvämmän fanittamisen, sillä fani ei halua välttämättä itse tulla mielletyksi "fanaatikoksi" (Cavicchi 1998) tai "pakkomielteiseksi faniksi" (Jenkins 2013). Se mitä yleisesti pidetään suotavana ja vastaavasti epäsuotavana, vaikuttavat siihen, mitä ja miten kulttuurisia ilmiöitä on hyväksyttävää seurata sekä siihen, millä tavoin niihin ilmiöihin voidaan samaistua (Jenkins 2013). Jenkinsin (2013) mukaan, jos jotain kulttuurista ilmiötä ei pidetä yleisesti suotavana, se asettaa sen kulttuurisesti marginaaliseen asemaan. Tämä voi johtaa "fanien eristäytymiseen" toisistaan, eli tällöin fanit saattavat kokea epämukavana asiana tuoda faniuttaan esiin ja keskustella siitä muiden kanssa liittyen näin osaksi faniyhteisöä (Jenkins 2013).

Faniuuteen liitetty leimaavuus ei kuitenkaan estä tämän tutkimuksen tapauksessa faneja näyttämästä faniutta ulospäin. Tämä ilmenee tutkimuksen seuraavan osion kolmannessa alateemassa. Fanit siis halusivat avoimesti jakaa faniuttaan haastattelussa, mutta fanien kertomusten mukaan myös elämässään muulloinkin. Kuitenkin muutama fani nosti leimaavuuden esiin haastattelussa ilman, että siihen liittyviä asioita olisi kysytty tai muutoin käsitelty. Kuten sanottua, tutkimukseen osallistuneet fanit eivät ole olleet kovin aktiivisena osana faniyhteisöä vaan ovat osallistuneet yhteisöön lähinnä lukemalla muiden fanien ajatuksia. Faneista vain kolme olivat suljetun faniryhmän jäseniä ja silti kaikki mielsivät itsensä yhteisön jäseneksi lähinnä yhteenkuuluvuuden kokemuksen kautta (Osler 2020). On siis kiinnostava ajatus, että mikäli pelkoa leimaamisesta ei olisi, faniyhteisöihin liittyminen (Behrens ja Ulrich 2020; Pulvera 2021) saattaisi olla matalamman kynnyksen takana. Seuraavaksi siirrytään käsittelemään syvemmin, mitä fanius on ja mitä kaikkea se pitää sisällään haastateltujen fanien näkökulmasta.

5.3 "Fanittaminen tarkoittaa sitä, että mä saan tehdä jotain mikä musta tuntuu hyvältä."

Kolmas pääteema on nimetty suoraan erään fanin lausahduksen mukaan. Se kuvaa kolmatta pääteemaa kattavasti, eli sitä mitä fanius fanien näkökulmasta on ja mitkä asiat fanittamisessa on fanien mielestä lopulta tärkeimpiä. Toisaalta tässä pääteemassa pohditaan fanien kertomusten pohjalta myös sitä, miten fanius näyttäytyy ulospäin haastateltavien tapauksessa. Pääteema kuvastaa yksinkertaisuudessaan sitä, kuinka moninaisia vaikutuksia fanittamisella haastatelluille faneille on. Tämä pääteema on jaettu kolmeen alateemaan: *Musiikki on fanittamisen perusta*, *Livekeikoilla on korvaamaton merkitys faneille* sekä *Fanit näyttävät fanitustaan ulospäin*.

Haastatellut fanit fanittavat artisteja ensinnäkin siltä pohjalta, että artistin tekemä musiikki on sellaista, joka faneihin kolahtaa. Fanittaminen tarkoittaa fanille sitä, että hän saa kuunnella musiikkia, joka vastaa moninaisiin tunnetiloihin, musiikki antaa tukea niin hyvissä kuin huonoissa hetkissä, jonka lisäksi musiikki mahdollistaa livekeikat ja siellä koetun yhteisöllisyyden. Fanittaminen on tämän tutkimuksen faneille yhteenkuuluvuuden kokemusta, läheisten ihmisten kanssa jaettua aikaa, hauskanpitoa sekä korvaavia kokemuksia tapauksista, jossa fani on tullut kiusatuksi tai jätetyksi toisen ryhmän ulkopuolelle; nyt hän on osa yhteisöä ja se tuntuu hyvältä. Fanit näyttävät fanitustaan julkisesti esimerkiksi kommentoimalla artistin julkaisuja sosiaalisessa mediassa, jakamalla artistisuosituksia ystäville tai käyttämällä bändipaitoja. Faniuden näyttämiseen voidaan laskea myös se, että fani ostaa keikkalippuja ja menee artistin keikalle, fani osoittaa tukensa artistille sekä taloudellisesti että saapumalla keikalle. Kuten aiemmin todettu, tämän tutkimuksen faneilla kokemus yhteisöllisyydestä herää ensinnäkin abstraktimmin yhteenkuuluvuuden kokemuksesta esimerkiksi artistin sosiaalisen median kommenttikenttiä lukemalla. Tämän lisäksi toinen olennainen asia yhteisöl-

lisyyden kokemuksen kannalta on livekeikat, joissa fani pääsee toteuttamaan fanitustaan sekä näkemään muun samanmielisen porukan kuuntelemassa yhteisesti tykätyn artistin musiikkia. Nämä seikat huomioon otettuna voidaan sanoa, että livekeikat tarjoavat muiden fanien kanssa koettuja korvaamattomia elämyksiä, jonka lisäksi ne ylläpitävät suhdetta artistiin. Seuraavassa taulukossa on esitelty kolmannen pääteeman alle sijoittuvat alateemat ja niitä on havainnollistettu sitaatein.

Pääteema	Alateemat	Sitaatit
"Fanittaminen tarkoittaa sitä, että mä saan tehdä jotain mikä musta tuntuu hyvältä."	Musiikki on fanittamisen perusta	H9: "Olisihan [se] hieno mahdollisuus joskus tavata nää tyypit ja niinku sanoa ääneen, että mitenkä oikeasti merkittävää musiikkia te olette tehnyt meikäläisen elämälle ja olemiselle…" H3: "Pohjimmiltaan toi kaikki johtuu siitä että haluaa saada lisää hyvää musiikkia joka herättää tunteita ja josta voi nauttia ja joka vaikuttaa." H9: "Bändillä on iso osuus mun elämässä. Tosi moni näistä lyriikoista ja biiseistä on mulle semmoisessa asemassa, et poikkeuksetta kuuntelen [niitä biisejä] mitä erilaisimpiin erilaisiin tunnetiloihin ja tällaisiin." H1: "Se musiikki vaan on sellaista mitä on kivaa fanittaa ja se on kivaa plussaa että hän myös on kivan oloinen tyyppi, mikä lisää sitten sitä fanitusta." H5: "Tietysti musiikista se lähtee, että se toimii." H5: "...se enemmän fokusoituu siihen musaan ja siihen artistiin, että se on se mikä tarjoaa mulle niitä elämyksiä ja tuntemuksia." H8: "Se kaiken kattava teema on se että siitä musasta saa hyvää mieltä." H6: "...kyllä se musiikki edellä ja se fiilis. Totta kai se sitten vaikuttaa, että minkälainen se on se henkilö siinä tai minkälaisia bändin jäsenet, mutta ekana se musiikki." H7: "Kyllä se on se musiikki ehdottomasti, joku siinä kolahtaa vaikka sekin on paljon muuttunut vuosien saatossa, se genrekin jopa vähän, niin silti siinä vaan on joku, joka vetää siinä musiikissa." H2: "No kyllä se fanittaminen toisaalta antaa elämään semmoisen sisällön. Ei välttämättä tarkoitusta samalla tavalla kuin vaikka perhe, mutta kyllä se kyllä siihen samaan suuntaan kuitenkin menee. Se on semmoinen vakaa juttu mikä on aina olemassa. Musaa voi aina kuunnella ja vaikka nyt sitten kaikki teknologia maailmasta häviäisi niin sitten ne muistot säilyy. Se antaa semmoisen

		paikan, mihin voi aina aina palata ja siitä tulee semmoinen tukipilari."
	Livekeikoilla on korvaamaton merkitys faneille	H10: "No kyllä se mulla on tosi iso merkitys, kun on perussairauksia itsellä ja paljon kaikkia asioita mielen päällä niin pystyy sen tunnin keikan ajaksi unohtamaan kaiken muun ja pystyy eläytymään, olemaan tavallaan normaali ihminen siellä. Että kun on sairauksia, mitkä rajoittaa muuten elämää niin sit unohtaa kaiken muun ja heittäytyy ihan täysillä siihen mukaan ja sen tunnin aikana ei muista muusta elämästä yhtään mitään." H9: "Kyllä siinä tuntuu menevän semmoisen yhteisöllisyyden ja ison asian äärelle… ja [tämän yhtyeen] keikat on ihan poikkeuksetta ollut parhaasta päästä keikkoja missä mä oon ikinä ollut." H3: "Biisejä, joista sä tykkäät tosi paljon ja sä oot kuunnellut ne puhki, niin sitten haluaa päästä sinne paikan päälle kuulee ne livenä ja sitten laulaa niitä mukana niitten muiden yhtä innostuneiden ihmisten kanssa." H1: [Keikat on se asia,] mistä mä saan kiksejä ja sitten niinku oikeasti musiikki tuo sen, ja nimenomaan jos on niinku todella hyvällä livekeikalla, niin ai jumpe mitkä kiksit siitä saa. … se on sellainen niinku mitä haluaa tehdä, mihin haluaa mennä, mistä haluaa maksaa tai siis silleen että ne niinku tuntuu silleen täällä [sydämessä] niinku pitkäänkin, niin että on [keikoilla] aivan järkyttävän iso merkitys." H4: "[Livekeikat ovat olleet] unelmien täyttymyksiä." H6: "Tykkään käydä tosi paljon keikoilla, että se on semmoinen irtautuminen arjesta ja pääsee fiilistelee sitä musaa." H7: "Kokemukset kun kuuntelee uutta musiikkia tai on keikalla niin siinä on semmoinen tunteiden sekamelska, jotka on siis lähtökohtaisesti aina positiivisia, niin se on varmaan ehkä se tärkein, mitä siitä saa irti." H7: "Keikat on itselle tosi tärkeitä, että siinä pääsee näkemään sitä yhtyettäkin ja jotenkin eri tavalla fiilistelemään sitä musiikkia ja siellä on aina todella hyvä meno, kun muut on siellä siitä samasta syystä, että pääsee kuulemaan sitä musiikkia livenä."

	Fanit näyttävät fanitustaan ulospäin	H3: "Ihmiset ketkä mä tunnen, niin niille haluaa [jakaa musiikkia] vaikka ei ajattelisi että se musiikki sinällään iskee niihin, mutta haluaa ehkä kertoa muille että tää iski tosi paljon muhun." H11: "Itselle on tärkeää ja se on kiva fiilis, että jos itse fiilistelee tosi paljon jotain biisiä vaikka tai jotain artisteja ja sitten soittaa sitä jollekin ja se toinen tykkää siitä kanssa tosi paljon." H5: "Jos sä jossain kuulet et se soi, ilman että sen itse oon laittanut soimaan, niin tekee mieli mennä kattelemaan DJ:tä tai että onneksi olkoon sitten, teillä on hieno musiikkimaku -henkisesti." H2: "Kovasti mä sitten haluan aina näyttää sen, että mä tiedän ja nautin siitä kuulemastani, jos mä oikeasti oon fanittamani bändin keikalla haluan sen aina näyttää sekä artisteille että muille faneille." H6: "Myöskin jaan kavereille että kuuntelepas tämä [biisi]…, kyllä se aina mieltä lämmittää jos voi toiselle jonkun biisin tai artistin vinkata, että tää olikin hyvä ja se tykkää myös itse." H7: "Somessa ainoastaan instagramin puolelle itse laittelen jotain keikkavideoita tai -kuvia ja kasvotusten varmasti joutuu kaverit kuulla siitä, jos on just käynyt keikalla tai just menossa, niin varmasti on tullut puheeksi, että miten kiva sinne on mennä tai että miten hyvä keikka oli." H7: "Jos mä kuulen, että joku muukin fanittaa tätä bändiä tai edes pitää musiikista niin mä innostun siitä ja mielellään aina aloitan aiheesta keskusteluja. Että se on itselle semmoinen tosi kiva juttu löytää jotain yhteistä ihmisten kanssa, ehdottomasti aina positiivinen asia." H1: "Se tuntuu jotenkin silleen hyvältä kommentoida tai jotenkin että se on vähän enemmän kuin pelkästään vaan kuvasta tykkääminen, niin haluaa jotenkin osoittaa tukensa hänelle [artistille]."

TAULUKKO 3 "Fanittaminen tarkoittaa sitä, että mä saan tehdä jotain mikä musta tuntuu hyvältä."

5.3.1 Musiikki on fanittamisen perusta

Tässä tutkimuksessa on esitetty monia erilaisia taustatekijöitä, jotka edesauttavat, synnyttävät ja syventävät faniutta artisteja kohtaan. Artistien samaistuttava olemus, intiimit online-sisällöt sekä vuorovaikutteisuus ovat selkeästi tekijöitä faniuden synnyn ja syventymisen taustalla. Mikäli mediassa esiintyvä henkilö kiehtoo tai herättää samaistumista tai muuta ihailua, fanitussuhde syntyy ja sy-

ventyy todennäköisemmin. Kuten aiemmissa luvuissa on todettu, henkilöllä musiikin taustalla on siis merkitystä syvemmän suhteen syntymisessä. Tutkimuksessa on pohdittu myös läheisten ihmisten, yhteenkuuluvuuden tunteen ja faniyhteisön merkitystä osana faniutta. Suhde muihin faneihin on tärkeää ja sillä on faneille merkitystä. Se on selkeä osa faniutta ja vuorovaikutus muiden fanien kanssa onkin tekijä artistisuhteen syventymisen taustalla. Fanit kuitenkin olivat hyvin yksimielisiä siitä, että fanittamiensa artistien kohdalla tärkein syy fanittamisen taustalla on nimenomaan artistin musiikki. Fanit kertovat, että ensimmäinen asia, mihin artistissa viehättyy, on musiikki, ja jos se resonoi erityisellä tavalla, alkaa kuulijoita kiinnostamaan henkilö taiteellisen luomuksen takana.

> H5: "Pidän niistä [artisteista] joka tapauksessa ihan vaan pelkästään musan takia ja kaikki muu tulee siihen päälle."

> H10: "Musiikki. Se kolahtaa aika syvästikin välillä ja tietenkin se niitten [henkiköiden] luonne on semmoinen, että siihen on helppo hypätä kelkkaan mukaan."

> H1: "Se musiikki vaan on sellaista, mitä on kivaa fanittaa ja se on kivaa plussaa, että hän myös on kivan oloinen tyyppi, mikä lisää sitten sitä fanitusta."

> H6: "...kyllä se musiikki edellä ja se fiilis. Totta kai se sitten vaikuttaa, että minkälainen se on se henkilö siinä tai minkälaisia bändin jäsenet, mutta ekana se musiikki."

Fanit siis kokevat, että artistin musiikki on heille tärkein fanituksessa ja muut asiat, kuten henkilöt musiikin taustalla ovat suhdetta täydentäviä tai syventäviä tekijöitä. Kuten samaistumista käsittelevässä alateemassa todettiinkin, fanit samaistuvat artisteihin myös musiikin ja heidän kappaleissaan käsittelemien aiheiden kautta. Fanit kertovat, että keskeisintä fanituksen taustalla on musiikin vetoaminen erilaisiin tunteisiin ja tunnetiloihin. Fanit kuuntelevat musiikkia erilaisiin tarkoituksiin ja heillä artistien erilaisille kappaleille oma paikka elämässä tietynlaisiin hetkiin sekä auttamassa erilaisten hetkien ja asioiden käsittelyä elämässä. Musiikki itsessään myös herättää tunteita ja luo elämyksiä, mikä on hyvin merkityksellistä faneille.

> H9: "Se puhuttelee mun mielestä sitä [tunnetilojen] skaalaa tosi laajasti tää bändin tuotanto… Jos mulla on viikon ja kuukauden ja vuoden huonoin päivä, niin mä tiedän sen biisin, mikä tähän sopii."

> H7: "Se voi oikeastaan olla ihan mikä tunnetila tahansa, että sillä musiikilla on piristävä vaikutus. Se voi olla, että sillä on kantava vaikutus. Tai sitten että jos on oikein semmoinen paha päivä, niin sitten se voi myös vahvistaa vähän sitäkin että oikein velloo siellä."

> H5: "...se enemmän fokusoituu siihen musaan ja siihen artistiin, että se on se mikä tarjoaa mulle niitä elämyksiä ja tuntemuksia."

Fanien kertomusten perusteella voisi siis ajatella, että ilman kiinnostavaa, samaistuttavaa ja tunteisiin tai tietynlaisiin olotiloihin vetoavaa musiikkia ei välttämättä synny faniutta tai syvempää suhdetta artisteja kohtaan alkujaankaan.

> H8: "No siinä varmaan jotenkin tullaan takaisin noihin [seuraamisen] alkusyihin, että se on se musa hyvää, merkityksellistä ja kiinnostavaa."

> H3: "Se ei ehkä ollut tietoinen päätös, että on päättänyt että fanitan, vaan just että se on ehkä ollut väistämätöntä kun on löytänyt sellaista musiikkia joka herättää tunteita, niin sitten sitä ei ole voinut olla tekemättä sitä fanitusta."

Tutkimuksessaan Bruce Springsteenin faneista, Cavicchi (1998) korostaa musiikilla olevan suuri merkitys faniuden syttymisen taustalla nimenomaan siksi, koska fanit ovat kokeneet artistin musiikin koskettavan ja vetoavan heidän tunteisiinsa. Fanit siis kokevat artistin musiikilla olevan syvä merkitys elämässään, minkä kautta he kokevat yhteyttä artistiin (Cavicchi 1998). Artistin inhimillisyyden ja autenttisuuden osoittamista ja muiden fanien merkitystä faniuden taustalla ei voida kuitenkaan vähätellä. Fanit voivat myös olla itse tiedostamatta esimerkiksi samaistuttavuuden merkitystä sosiaalisen median kautta suhteessa musiikkiin ja musiikin merkitys voi näin korostua haastatteluissa. Toisaalta musiikin merkitys voi olla todellisuudessa vähintäänkin yhtä suuri, kuin mitä fanit kertovat sen olevan. Tämän asian toteaminen vaatisi lisää tutkimusta, ja toisaalta musiikin, artistin muun sisällön sekä faniyhteisön merkitys voi vaihdella paljonkin puhuttaessa erilaisista artisteista tai bändeistä. Nämä asiat voivat vaihdella myös hyvin fanikohtaisesti ja jokainen fani voi kokea eri asioiden merkityksiä hyvin eri tavalla.

5.3.2 Livekeikoilla on korvaamaton merkitys faneille

Haastateltavat kertoivat lähes yksimielisesti, että livekeikoilla on heille suuri merkitys ja että keikat koettiin merkityksellisiksi ennen muuta henkilökohtaisista syistä. Keikoilla koettiin yhteisöllisyyttä muun muassa sen myötä, että keikoilla on mahdollista olla samassa tilassa muiden, samanmielisten ihmisten kanssa, johon myös Edlom ja Karlsson (2021) viittaavat keikoilla koetun yhteyden merkityksen näkökulmasta. Artistin näkeminen ja yhteyden kokemus toi live-tapahtumille lisäarvon, jota fanit eivät kokeneet saavansa online-tapahtumien tai -vuorovaikutuksen kautta. Lisäksi, kuten aiemmin sanottu, läheisten ihmisten kanssa koetut keikat olivat faneille merkityksellisiä. Kaikki kaikessa, haastatellut fanit korostivat livekeikkojen merkitystä itselleen. Fani-artisti -suhteen syventymisen näkökulmasta voisi ajatella, että haastatellut fanit kokevat, että livekeikoilla on heille korvaamaton merkitys.

> H10: "No kyllä se mulla on tosi iso merkitys, kun on perussairauksia itsellä ja paljon kaikkia asioita mielen päällä niin pystyy sen tunnin keikan ajaksi unohtamaan kaiken muun ja pystyy eläytymään, olemaan tavallaan normaali ihminen siellä. Että kun on sairauksia, mitkä rajoittaa muuten elämää niin sit unohtaa kaiken muun ja heittäytyy ihan täysillä siihen mukaan ja sen tunnin aikana ei muista muusta elämästä yhtään mitään.., niin olihan se aika kova pala kun ne yhtäkkiä vietiinkin."

> H1: "[Keikat on se asia,] mistä mä saan kiksejä ja sitten oikeasti musiikki tuo sen, ja nimenomaan jos on todella hyvällä livekeikalla, niin ai jumpe mitkä kiksit siitä saa. … se on sellainen mitä haluaa tehdä, mihin haluaa mennä, mistä haluaa maksaa tai siis että ne tuntuu silleen täällä [sydämessä] niinku pitkäänkin. Niin että on [keikoilla] aivan järkyttävän iso merkitys."

> H3: "Ainakin se, että pääsee laulaa sydämensä kyllyydestä sairaan lujaa niitä biisejä mukana ja oleen samassa tilassa sen artistin kanssa, mutta myös että fiilistelee ja näkee niitä muita ihmisiä jotka on yhtä innoissaan."

Pandemia-aikana fanit kertoivat viettäneensä aiempaa enemmän aikaa sosiaalisessa mediassa ja siellä artistien sisältöjen parissa. Haastatteluissa kävi ilmi, että artistien online-sisällöt pystyivät ylläpitämään fanien suhdetta artisteihin ja osaltaan ne mahdollistivat jopa artistisuhteen syventymisen. Tähän liittyen on osuvaa huomioida Herreran (2017) tutkimus, jossa hän viittaa suoraviivaisesti, että parasosiaalinen suhde artistiin syvenee sitä todennäköisemmin, mitä enemmän fani kuluttaa artistin online-sisältöä. Fanit kertoivat myös, että esimerkiksi artistien pandemia-aikana järjestämät livestream-keikat tai muut livelähetykset koettiin useimmiten varsin positiivisina. Pandemia-aikana artistien sisällöt koettiin jopa syventävän fanin suhdetta artistiin, mutta tästä huolimatta fanit ilmaisivat tunteensa siitä, että livekeikkoja itsessään, keikoilla koettua yhteisöllisyyttä tai artistin kohtaamista ei voitu korvata online-sisällöillä kuten livestream-keikoilla, haastatteluilla tai muilla online-tapahtumilla. Positiivisesta suhtautumisesta huolimatta, online-sisällöt ja -vuorovaikutusmahdollisuudet eivät siis pystyneet korvaamaan livekeikkoja.

> H7: "Vau, niillä on todella suuri merkitys ja että se on todella todella kantava voima ja se fiilis mitä siitä saa että kun on livekeikalla. Niin ehdottomasti tunsi sen tyhjiön [pandemia-aikana]."

> H10: "No eihän livestriimikeikat ole mitenkään verrannollisia niihin oikeisiin livekeikkoihin. Ne on vähän semmoista laastaria siihen hetkeen, mutta on se ollut semmoinen positiivinen asia kuitenkin silloin kun ei niitä fyysisiä keikkoja pystynyt järkkäämään, niin oli edes jotain."

Rendell (2020) nostaa tutkimuksessaan esiin seikan, että fanien sitoutumisen kannalta livekeikoilla on suuri merkitys, sillä livekeikoilla fanien on mahdollista muuttaa parasosiaalinen suhde hetkeksi tosielämän kanssakäymiseksi. Voisi ajatella, että samalla tavalla kuin sosiaalisen median kautta samaistuttavien sisältöjen kautta, myös keikalla artistin näkeminen voi lähentää fanin suhdetta artistiin. Eräs fani korostikin livekeikkojen merkitystä nimenomaan siinä mielessä, että pääsee näkemään artistin omin silmin. Tämän lisäksi livekeikalla saadun yhteisöllisen kokemuksen merkitys (Edlom & Karlsson 2021) ja parasosiaalisen suhteen todeksi eläminen (Rendell 2020) voi osaltaan vaikuttaa siihen, että suhde artistiin voi syventyä keikkojen myötä.

> H3: "Joka kerta kun joku semmoinen artisti jota mä fanitan ihan sikana on tullut sinne lavalle niin musta tuntuu että tää ei ole todellinen tilanne, kun mä oon [seurannut] tota tyyppiä ja [nähnyt] ruudulla ja kaikkea sitten se on tossa ja se ei voi olla tossa."

> H8: "Se on vahvistanut sitä suhdetta siihen artistiin kun sen on nähnyt livenä ja live kokemukset on semmoisia intensiivisiä, niin sitten vahvistuu se fiilis."

Yhtä lailla, kun musiikin kuunteleminen antaa faneille elämyksiä ja vetoaa tunteisiin, on keikoilla faneille suuri merkitys elämässään. Keikoilla käymisen voi musiikin tavoin ajatella olevan erottamaton osa faniutta. Kuten Rendell (2021) mainitsi, keikat antavat faneille mahdollisuuden olla suoraan vuorovaikutuksessa artistien kanssa. Osa faneista kertoi keikkatilanteiden lisäksi jutelleensa artistien kanssa keikkojen jälkeen. Tällaiset kokemukset artistien kanssa keikkojen

yhteydessä vaikuttivat olleen faneille hyvin merkityksellisiä. Vaikka Rendellin (2021) mukaan tällainen keikkojen aikana tai niiden yhteydessä tapahtuva kasvokkainen vuorovaikutus on omiaan osaltaan syventämään suhdetta artistiin, silti fanit kokivat suhteen syventyneen artistiin ilman kasvokkaista vuorovaikutusta sosiaalisen median sisältöjen välityksellä. Toisaalta jotkut kansainvälisesti tunnetumpien artistien fanit puolestaan vain haaveilivat fanittamiensa artistien tapaamisesta. Tällaisilla faneilla myös suhde fanittamansa artistin keikkoihin näyttäytyi hieman eri lailla kuin pienempien kotimaisten artistien faneilla. Suurten kansainvälisten artistien fanit olivat käyneet keikoilla maksimissaan vain muutaman kerran ja näin pandemia-aikana suljetut keikkapaikat ja perutut keikat eivät tuntuneet niin merkittäviltä kuin kotimaisten artistien faneilla. Keikkakokemuksilla fanittamiensa artistien keikoilta voisi kuitenkin sanoa olleen kaikille yhtäläisen suuri merkitys. Kaikki fanit nostivat keikkojen ja itse musiikin merkityksen kaiken muun yläpuolelle fanituksessaan. Seuraavassa osiossa fanit kertovat, millä tavoin heidän fanituksensa näkyy ulospäin tai millä tavoin he sitä tarkoituksellisesti näyttävät.

5.3.3 Fanit näyttävät fanitustaan ulospäin

Vaikka tutkimuksen toisessa osiossa käsiteltiin faniuteen miellettyä leimaavuutta ja sitä, että tutkimukseen osallistuneet fanit mieltävät itsensä lähinnä passiivisiksi osallistujiksi faniyhteisöissä, faniuteen liittyy olennaisesti myös faniuden näyttäminen ulospäin (Edlom & Karlsson 2021; Jenkins 2013). Tässä alateemassa käsitellään faniuden sosiaalista puolta siitä näkökulmasta, että faniutta halutaan näyttää ulospäin esimerkiksi pukeutumisella, suosittelemalla artistia kaverille tai jakamalla artistin musiikkia, videoita tai kuvia fanin omassa sosiaalisen median profiilissa. Faniuden näyttämiseen ulospäin on sisällytetty myös se, että fani laittaa artistille suoraan viestiä tai kommentoi sosiaalisen median julkaisuja; fani osoittaa artistille tai muuten julkisesti sosiaalisessa mediassa, että tykkää kyseisestä artistista ja haluaa ilmaista mieltymyksensä. Fanit kertoivat laajalti haluavansa tukea artistia eri tavoin. Artistin tukeminen niin taloudellisesta näkökulmasta tuotteiden ostamisen myötä ja sosiaalisesti keskustelujen yhteydessä tai jakamalla ajatuksia aiheesta on mielletty indikaatioksi sille, että fani haluaa osoittaa ulospäin, että on artistin fani.

Fanius ei Jenkinsin mukaan (2013) ole siis ainoastaan jonkin asian seuraamista, vaan siihen liittyy olennaisesti sosiaalinen ja kulttuurinen toiminta, mikä voi tarkoittaa muun muassa omien ajatusten ja tuntemusten jakamista muille ihmisille. Fanien vastauksissa nousee esiin omien mieltymysten, ajatusten ja tuntemusten jakaminen sosiaalisessa mediassa tai niistä kertominen ystäville tai muille ihmisille kasvokkain. Fanit muun muassa ilmaisivat, että he kertovat mieliartisteistaan omille ystäville oikeastaan aina tilaisuuden tullen tai nostavat sen missä tahansa keskustelussa esiin, jos mahdollista.

> H3: "Yleensä se on sitä, että itse vaan blastaa kaikille tutuille, että kuinka cool [tämä artisti] on ja sitten ne on täysin kyllästyneitä kuuntelee sitä."

> H11: "Tosi paljon tulee kyllä just somessa aina jaettua, jos mä tykkään jostain tosi tosi paljon, niin kyllä mä jaan just Spotify-linkkejä tai musiikkivideon linkkejä ja välillä kommentoi niihin storyihin mitä artistit jakaa."

> H6: "Myöskin jaan kavereille että kuuntelepas tämä [biisi]…, kyllä se aina mieltä lämmittää jos voi toiselle jonkun biisin tai artistin vinkata, että tää olikin hyvä ja se tykkää myös itse."

> H8: "Heti jos keskustelu menee jotenkin musiikkiin ja vaikka rokkiin ja ehkä erityisesti heviin, niin sitten jos se keskustelu siitä vähänkin pidempään kestää, niin kyllä varmasti tuon jossain vaiheessa jonkun aasinsillan kautta [tämän bändin] pöydälle."

Edlom ja Karlsson (2021) nostivat esiin, että jos ihmiset kokevat jonkin asian hyväntuulisena, kustuvana, positiivisena tai "siistinä", se ajaa heitä osaksi yhteisöä. Fanit kertoivat mieluusti fanittamastaan artistista ulospäin muun muassa siksi, että he kokevat artistin seuraamisen ja hänen sanomansa jollain tavalla kiinnostavana tai "siistinä". Jakamista voidaankin pitää askeleena kohti liittymistä osaksi yhteisöä. Fanit myös pitivät erityisesti siitä, jos esimerkiksi heidän jakamansa kappale resonoi vastaanottajassa tai löysivät muulla tavoin yhteistä samaistumispintaa muiden ihmisten kanssa, joille he fanitustaan jakoivat.

Kuten sanottua fanit ovat halukkaita tukemaan artisteja. Fanit haluavat usein tukea artistia kaikin mahdollisin keinoin. Yleisimmät tavat tukea olivat fanituotteiden ja levyjen ostaminen, keikoilla käyminen ja artistin tekemisen jakaminen sosiaalisessa mediassa.

> H6: "Aina mielellään tukisi artisteja jollakin muullakin tavalla kun kävisi keikoilla tai ostaisi levyjä."

> H10: "[Fanittaminen on] semmoista, että tuetaan jotain artistia ja kuljetaan sen mukana hyvinä ja huonoina hetkinä."

> H1: "[Näen itseni] tavallaan jo uskollisena fanina … tarkoitan sitä, että esimerkiksi mua ärsyttää jos joku kritisoi häntä ikään kuin aiheetta, niin mun tekisi mieli mennä häntä puolustamaan"

> H9: "...mä en ajattele silleen hyötyväni hirveästi että mä seuraan sitä [bändiä], mutta mä koen sen sillain velvollisuudeksi ja [näytän] uskollisuuden sitä kautta, että mä haluan ikään kuin tukea bändiä sillä, että mä oon siellä taustajoukoissa."

Olennainen tekijä faniudessa on halu näyttää ja jakaa omaa faniutta esimerkiksi ostamalla ja käyttämällä artistin tai seuran fanituotteita (Edlom & Karlsson 2021). Fanituotteita ostamalla halutaan siis osaltaan näyttää ja osoittaa fanitustaan ja toisaalta myös tukea artistia rahallisesti. Fanit haluavat osoittaa tukensa ja näyttää faniutensa suoraan artistille joko tapaamalla heidät keikkojen yhteydessä tai laittamalla heille viestiä. Useat fanit olivat yrittäneet kertoa artisteille fanituksestaan tai auttamalla heitä jollain tavoin.

> H5: "Tietysti helpompi näitten suomalaisten kanssa, mutta saatan laittaa instassa viestiä jostain keikasta tai jos siellä on jotain epäselvyyksiä, niin oon silleen aika matalalla kynnyksellä tietyllä tapaa kontaktissa näihin esiintyjiin."

> H11: "On aika monesti tullut kysyttyä jotain, vaikka niitten soittimista tai gearista ylipäätään että mitä ne käyttää jossain videolla ja sitten ne tosi usein vastaa."

> H10: "Tykkäilen postauksista ja kommentoin ja stooreihin reagoi ja laittaa monesti jotain viestiä ja tietenkin sitten keikoilla aina nähdään keikan jälkeen ja Siellä rupatellaan asioista. Että kyllä mä aika paljon pidän yhteyttä näihin artisteihin."

Toisaalta fanien odotuksissa myös vuorovaikutuksen suhteen oli eroja riippuen siitä fanittavatko he kansainvälisesti tunnettuja artisteja vai kotimaisia artisteja. Kansainvälisten artistien fanit eivät odottaneet artisteilta samanlaista vastavuoroisuutta tai viesteihin vastaamista kuin kotimaisten artistien fanit. He saattoivat jopa kokea, että suoran vuorovaikutuksen yrittäminen tunnettujen artistien kanssa ei ole tarpeellista, koska artisti tuntuu liian kaukaiselta.

> H8: "Pienemmille artisteille mä oon saattanut kirjoittaa joskus jotain, joilla on joku muutama 1000 seuraajaa instagramissa vaikka, niin sitten mä oon voinut kirjoittaa niille jotkut terveiset tai jotain vastaavaa, mutta sitten [joku toinen bändi] on niin iso organisaatio, että se tuntuu niin kaukaiselta, että mä en näe että mä pystyisin ikinä olemaan niihin suoraan yhteydessä niin sitten mä en ole edes yrittänyt."

Fanien halusta ja tarpeesta näyttää fanitustaan ulospäin kertoo osaltaan myös se, että kaikki haastatellut fanit osallistuivat innoissaan tutkimukseen, antoivat haastattelut hyvin mielellään ja halusivat lopulta puhua aiheesta melko pitkään.

Seuraavassa osiossa vedetään yhteen tutkimuksen tuloksia ja aineistosta tehtyjä löydöksiä suhteessa tutkimuskysymyksiin ja pohditaan jatkotutkimusmahdollisuuksia sekä tutkimuksen rajoitteita.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tässä kappaleessa vedetään yhteen tutkimuksen johtopäätökset vastaamalla tutkimuskysymyksiin Tutkimuksen tulokset -osiossa tehtyjen löydösten pohjalta. Kappaleessa myös pohditaan, millaista fanittaminen lopulta pandemia-aikana on ollut sekä käydään fanien ajatuksia läpi, mitä fanit ajattelevat artistien onlinesisällöistä, voisiko jotain tehdä toisin ja mitkä asiat artistien sisällöissä ovat olleet faneille eniten mieleen. Lopuksi esitellään vielä tutkimuksen rajoitteet sekä pohditaan jatkotutkimusehdotuksia.

Seuraavaksi vastataan ensin ensimmäiseen tutkimuskysymykseen, jonka myötä pohditaan artistin ja fanin välisen suhteen muutosta pandemia-aikana. Tämän jälkeen vastataan toisessa tutkimuskysymyksessä siihen, millaisia merkityksiä faneille on kanssafaneilla ja faniyhteisöllisyydellä muun muassa vuorovaikutuksen ja yhteenkuuluvuuden näkökulmasta. Tutkimuskysymykset ovat:

1. Miten fanien suhde fanittamaansa artistiin on muuttunut pandemia-aikana?
2. Millaisia merkityksiä muilla faneilla ja faniyhteisöillä on faneille pandemia-aikana?

6.1 Miten fanien suhde fanittamaansa artistiin on muuttunut pandemia-aikana?

Tätä tutkimusta lähdettiin tekemään lähtökohdasta, jossa keikkapaikat olivat olleet pitkään suljettuna lähes yhtäjaksoisesti. Tutkimuksella oli mielenkiintoista lähteä selvittämään, miten pandemia-ajan olosuhteet ovat muuttaneet fanien suhdetta tai suhtautumista artistiin, vai onko se muuttunut lainkaan. Taustalla vaikuttavana oletuksena oli ajatus siitä, että kun keikkapaikat ovat olleet suljettuina, fanit eivät ole päässeet olemaan yhteydessä artistiin heille luontaisissa yhteyksissä artistien livekeikoilla, jolloin syvemmän fanitussuhteen ylläpitäminen on saattanut olla haastavampaa.

Fanien haastattelujen myötä kuitenkin paljastui, että lähes jokainen fani kertoi suhteensa artistia kohtaan syventyneen pandemia-aikana. Ne fanit, jotka eivät suoraan sanoneet suhteen syventyneen, kertoivat, että suhde ei ole ainakaan heikentynyt, vaan vuorovaikutus ja yhteys artistiin on pysynyt yllä onlinekanavien välityksellä koko pandemia-ajan. Fanit myös kokivat yhteyden artistiin olevan niin vahva, että he uskoivat sen pysyvän yllä myös yli hiljaisempien aikojen, koska artistin musiikilla on niin iso merkitys fanien elämässä. Musiikki ja sen kautta yhteyden tai samaistumisen löytäminen artistiin oli fanien kokemusten mukaan kiintyneen suhteen taustalla tärkeimpänä tekijänä. Fanien kertomuksista oli kuitenkin löydettävissä kaksi pääasiallista syytä fanien kokeman suhteen syventymiselle pandemia-aikana.

Ensinnäkin fanit ovat käyttäneet fanittamiinsa artisteihin liittyvän sisällön parissa enemmän aikaa kuin aiemmin. Osaltaan tämän on johtunut pandemia-ajan olosuhteista, koska ihmiset joutuivat viettämään aikaa enemmän kotioloissa, koska koronarajoitukset estivät erilaisten julkisten tapahtumien ja tilaisuuksien järjestämisen ja osittain jopa julkisilla paikoilla liikkumisen. Kotona vietetty aika on siis johtanut siihen, että fanit ovat katsoneet ja kuluttaneet enemmän joko artistin itse tuottamia tai muiden julkaisemia artistiin liittyviä sisältöjä lähinnä sosiaalisessa mediassa. Toisaalta fanit kertovat joidenkin artistien aktivoituneen sosiaalisessa mediassa pandemian alettua. Artistit siis mahdollisesti tuottivat enemmän sisältöä ja pyrkivät sisällöillään huomioimaan fanejaan, koska livekeikoilla tapahtuvaan vuorovaikutukseen fanien kanssa ei ollut mahdollisuutta. Sisällön parissa käytetyn ajan lisääntymistä voi siis osaltaan selittää myös seuraavaksi läpikäytävä toinen syy syventyneen suhteen taustalla eli artistin tuottamien sisältöjen intiimimpi tyyli ja vuorovaikutteisuus.

Toiseksi fanit kokivat päässeen lähemmäs artistia artistien sosiaalisen median preesensin myötä. Fanien kokemusten mukaan artistit tekivät pandemia-aikana enemmän sisältöä heidän arjestaan, jakoivat henkilökohtaisia asioita elämästään ja ajatuksia pandemia-ajasta sekä esiintyivät sosiaalisessa mediassa livestream-keikkojen välityksellä ja tekivät erilaisia livelähetyksiä muun muassa kotoaan. Fanit pitivät hyvin samaistuttavana sisältöjä, joissa artistit jakoivat asioita arjestaan pandemian keskellä. Pandemia-aika vaikutti moniin hyvin samalla tavalla, kun ihmiset joutuivat maailmanlaajuisesti eristäytymään koteihinsa. Arkisten ja toisaalta arkojenkin henkilökohtaisten sisältöjen jakaminen korosti faneille sitä, että artistit ovat yhtä lailla tavallisia ihmisiä, jotka käyvät elämässään läpi samanlaisia asioita kuin muutkin. Tämä lisäsi artistien samaistuttavuutta, autenttisuutta sekä aitoutta ja toi artisteja lähemmäs faneja, mikä oli yhtenä taustatekijänä syventyneessä parasosiaalisessa suhteessa.

Myös monenlainen vuorovaikutteisuus artistien sisällöissä oli omiaan syventämään fanien suhdetta artistin kanssa. Faneihin vetosi artistien tekemät tempaukset, joissa he olivat suoraan yhteydessä faneihin, vuorovaikutukseen kannustava sisältö sekä fanien viesteihin ja kommentteihin vastaaminen. Fanien haastatteluissa nousi erityisesti esiin artistien tekemät erilaiset livelähetykset sosiaalisessa mediassa. Kotikutoiset ja intiimit livelähetykset olivat fanien mieleen, koska niiden aikana pääsi vuorovaikuttamaan artistin kanssa, pääsi seuraamaan artistin elämää siinä hetkessä sekä myös näkemään muiden fanien olevan katsomassa lähetystä ja mahdollisesti vuorovaikuttamaan heidän kanssaan. Osalle haastateltavista tällaisten sisältöjen ja toisaalta suuremman sisältömäärän sekä sosiaalisessa mediassa käytetyn ajan myötä myös vuorovaikutuksella muiden fanien kanssa on ollut osansa koetun suhteen syventymisessä artistia kohtaan.

Artistien ja fanien suhde on siis monella haastatelluista nyt läheisempi kuin ennen pandemiaa, jossa edellä esitellyt tekijät voidaan nähdä keskeisimmässä roolissa. Toisaalta sisältöjen faneille mieluinen tyyli ja sisältöjen parissa käytetty aika voi nähdä erottamattomina tekijöinä ja myös vaikuttavan toisiinsa. Edellytyksenä sille, että sisältöjä on seurattu enemmän, voidaan ajatella olevan sisältöjen faneihin vetoava tyyli. Ja puolestaan, jotta faneihin vetoavan sisältöjen voidaan nähdä sitouttavan faneja syvemmin artistin toimintaan, täytyy sisältöjen kuluttamiselle olla riittävästi aikaa käytettävissä. Nämä molemmat voidaan

nähdä täyttyneen monissa tapauksissa korona-aikana. Osa faneista kertoo artistien sisältöjen muuttuneen pandemian myötä helposti lähestyttävämmäksi ja osa kertoo olevansa lähempänä artistia ja tietävänsä hänen elämästään enemmän, koska on käyttänyt artistin sisältöjen parissa enemmän aikaa ja osa kertoo syyksi osittain molemmat. Pandemia-aika on siis saattanut muuttaa artistien suhtautumista sosiaalisen median sisältöjä ja niissä fanien huomioimista pysyvästikin. Monet faneista kuitenkin kertovat, että pandemian alkuaikoina livelähetyksiä tekivät monet artistit melko paljon, mutta toisaalta livelähetysten määrän vähentyneen jo pandemian aikana. Osa faneista myös kertoo seuraamiensa artistien, erityisesti bändien julkaisseen sosiaalisessa mediassa pääasiassa melko huoliteltua, esimerkiksi promootiotarkoitukseen tehtyjä sisältöjä, jotka eivät olleet lisänneet kiinnostusta ja lähentymistä artistia kohtaan. He kertovat seuranneensa tällöin bändin sosiaalisen median tilien sijasta ensisijaisesti bändin jäsenten henkilökohtaisia tilejä, joissa he julkaisivat enemmän arkisempaa, henkilökohtaista ja muutenkin helposti lähestyttävää sisältöä. Tämän tutkimuksen perusteella faneihin siis vetoaa ennen kaikkea erilaiset intiimit, henkilökohtaiset, arkiset ja autenttiset sisällöt sekä vuorovaikutteisuus. Kun artisti julkaisee tällaista sisältöä riittävän paljon, jota fanit voivat seurata aktiivisesti, fani voi todennäköisesti kokea pääsevänsä lähemmäksi artistia ja sitä kautta suhde artistiin syventyy.

6.2 Millaisia merkityksiä muilla faneilla ja faniyhteisöillä on faneille pandemia-aikana?

Faniuteen liittyy siis olennaisella tavalla se, että faniutta näytetään ulospäin. Faniuden näyttäminen katukuvassa esimerkiksi bändipaitojen muodossa tai online-kontekstissa kommentoimalla julkaisuja osoittaa muille artistista kiinnostuneille, ettei ole ainoa, joka tykkää kyseisestä artistista. Tämä on johtanut siihen, että faniuden ympärille on muodostunut ryhmittymiä, joiden jäsenillä on kaikilla sama kiinnostuksen kohde. Tässä tutkimuksessa muiden fanien ja faniyhteisöjen merkitystä faneille tutkittiin siitä näkökulmasta, että pandemia-aikana yleensä varsin luontainen tapa tavata tai nähdä muita faneja ei ollut käytännössä mahdollinen: korona oli sulkenut keikkapaikkojen ovet eikä live-kohtaamisia keikoilla ollut.

Yhteisö-käsite voidaan ymmärtää monin eri tavoin ja siihen kytkeytyvä yhteisöllisyys, ja yhteenkuuluvuuden kokemus pitävät sisällään eri merkityssisältöjä. Toisaalta (fani)yhteisöt nähdään konkreettisina ryhminä, joihin liitytään esimerkiksi maksamalla jäsenmaksu tai osallistumalla säännöllisiin tapaamisiin. Toisaalta jonkun artistin ympärille on voinut muotoutua maailmanlaajuinen faniyhteisö, jonka jäsenet eivät millään tapaa ole osa yhtä ja samaa ryhmää, vaan heitä yhdistää sama kiinnostuksen kohde.

Toisen tutkimuskysymyksen osalta paljastui, että haastateltujen fanien kokemus vuorovaikutuksesta faniyhteisön kanssa koettiin vähemmän merkityksellisenä, kun taas kokemus faniyhteisöön kuulumisesta oli merkittävä osa faniutta. Fanit kertoivat, etteivät he osallistu esimerkiksi artistin sosiaalisen median kanavilla käytäviin keskusteluihin eivätkä muutenkaan kommentoi artistiin liittyviä

uutisia aktiivisesti. Ei voida sanoa, että fanien vuorovaikutus oli täysin olematonta, mutta sitä voi kuvailla varsin passiivisena. Tästä näkökulmasta yhteenkuuluvuuden kokemuksen syntyminen ei vaatinut vuorovaikutteisuutta muiden fanien kanssa vaan siihen riitti, että fanit näkivät muiden ihmisten kirjoittamat kommentit onlinessa ja se, että fanit näkivät muut ihmiset livekeikoilla. Voidaan todeta, että laajemman tai abstraktimman faniyhteisön merkitys faneille aktiivisen vuorovaikutuksen näkökulmasta on vähäinen, mutta yhteenkuuluvuuden kokemuksen osalta faniyhteisöt toivat merkittävän lisän fanien kokemukseen fanittamisesta. Fanit pohtivat myös faniuteen liittyvää leimaavuutta, mutta se ei tässä yhteydessä estänyt heitä merkittävällä tavalla näyttämästä faniuttaan muille.

Yllä mainitun sijaan fanien läheiset ihmiset koettiin olevan tärkeässä roolissa kanssafaneina, joiden kanssa vuorovaikutuksellisuudella oli iso merkitys. Haastatteluissa fanit korostivat, että läheisten kanssafanien kanssa pystyi jakamaan sekä pienempiä että myös isompia tai henkilökohtaisempia artistiin liittyviä tarinoita tai ajatuksia. Fanit kertoivat, että pandemia-ajan ulkopuolella yhdessä jaetut keikkakokemukset ovat tärkeä osa fanitusta, mutta pandemia-aikana korostuivat yhdessä vietetyt illat, jolloin kuunneltiin artistin musiikkia tai jaettiin muuten ajatuksia esimerkiksi artistin sosiaalisen median sisällöistä tai uusista kappaleista. Ennen pandemiaa järjestetyt keikat olivat mahdollistaneet osalle faneista tutustumisen täysin uusiin ihmisiin, joista on sittemmin muotoutunut läheisiäkin ihmissuhteita. Tämän lisäksi artistien musiikin tai sisältöjen parissa vietetty aika ja yhteisesti jaettu kiinnostuksen kohde on osaltaan voinut myös lähentää fanien kaverisuhteita entisestään, sillä artistin toimesta tulleet impulssit ovat aiheuttaneet aktiivisemman yhteydenpidon näihin kavereihin.

6.3 Pohdinta – Millaista fanittaminen on pandemia-aikana?

Tässä tutkimuksessa on selvitetty fanien suhdetta fanittamiinsa artisteihin sekä muihin faneihin, sekä sitä millainen merkitys tällä näillä suhteille, vuorovaikutuksella ja yhteenkuuluvuudentunteella on ollut faneille pandemia-aikana. Toisin sanoen tässä tutkimuksessa on selvitetty, millaista fanittaminen pandemia-aikana on.

Pandemia-aika on eittämättä tuonut fanitukseen omat seikkaperäiset piirteensä. Fanien normaaliin elämään kuuluvat artistien livekeikat ovat faneille hyvin merkityksellinen osa elämää. Keikat tarjoavat faneille sisältöä elämään, arjesta irtautumista, elämyksiä ja korvaamattomia hetkiä, jolloin voi unohtaa kaikki muut elämän huolet ja murheet. Korona-ajan keikkojen perumisen myötä faneilta oli siis viety elämästä tärkeä osa pois ja fanittamista täytyi toteuttaa muilla tavoin. Fanit kokevat faniuden kuitenkin tärkeäksi osaksi elämää, joidenkin fanien mukaan, kuin merkitykselliseksi harrastukseksi. Kuten eräs fani sitä kuvasi: "Fanittaminen tarkoittaa sitä, että mä saan tehdä jotain, mikä musta tuntuu hyvältä." Tämä osuus ei fanien kertomusten mukaan sinänsä muuttunut pandemia-aikanakaan, vaikka osa faneista koki keikkojen puuttuminen ras-

kaammin kuin toiset. Tässä oli myös fanien kesken eroja. Tunnetuimpien kansainvälisten artistien fanit eivät kokeneet keikkojen puuttumisen juuri muuttaneen asioita, sillä he pääsevät fanittamiensa artistien keikoille muutenkin suhteellisen harvoin. Puolestaan kotimaisten artistien fanit kokivat keikkojen puuttumisen raskaammin, sillä heille fanittamiensa artistien keikoilla käyminen on enemmän osa arkea – tai arjesta irtautumista. Kuten todettua keikkojen puuttumisesta huolimatta useat fanit kokivat suhteensa artisteihin lähentyneen.

Voisi myös ajatella keikoilla koetun yhteisöllisyyden puuttuessa fanien hakeutuvan pandemia-aikana tiiviimmin osaksi faniyhteisöä. Fanit kertoivat, että pandemia-aika ei ole juurikaan vaikuttanut heidän kokemukseensa yhteisöön kuulumisesta. Kuten todettua laajemmilla faniyhteisöillä, kuten artistien sosiaalisen median seuraajakunnalla ei ole ollut erityisen suurta merkitystä faneille ennen pandemia-aikaa kuin sen aikanakaan. Toisaalta yhteenkuuluvuuden tunne muiden fanien kanssa on hyvin merkityksellistä. Se, että fanit tiedostavat, että muutkin fanittavat samaa asiaa ja kokevat sitä kautta olonsa hyväksytyksi osana jotain ihmisjoukkoa, on merkityksellistä. Tätä tunnetta ei ole ollut mahdollista kokea keikoilla pandemian aikana, mutta fanien mukaan tämä tunne on tullut esiin esimerkiksi artistien pitämien sosiaalisen median livelähetysten yhteydessä pandemian aikana.

Fanittamisen sisältö pandemia-aikana riippuu siis hyvin paljon artistin toiminnasta. Jos artisti ei muuta toimintaansa, fanittaminen on samanlaista kuin ilman pandemiaa, mutta ilman keikkoja, eli ilman tärkeää osaa fanien elämää. Puolestaan tuottamalla faneihin vetoavaa sisältöä artistit voivat tuoda fanien elämään sisältöä, jota he eivät muualta saa. Toisaalta tekemällä sitouttavaa ja faneihin vetoavaa sisältöä artistit voivat myös edesauttaa faniyhteisöjen syntymistä ja syventymistä (Herrera 2017).

Fanittaminen pandemia-aikana on pitänyt sisällään paljon kotona oleilua ja erilaisten sisältöjen katsomista puhelimen, tietokoneen, tablettien ja television näytöiltä. Monet artistien tuottamat sisällöt ovat tuoneet ovat tuoneet faneille helpotusta ja piristystä pandemia-arkeen, irtautumista sen hetken muista elämän huolista ja yksinkertaisesti hyvä mieltä ja viihdettä. Toisin sanoen siis osittain niitä asioita, mitä fanit kokevat kiekoilta saavansa. Fanit kertovat, että livelähetykset, livestream-keikat ja muut online-sisällöt ovat toimineet jonkinlaisena korvikkeena keikoille, mutta kuitenkaan ne eivät ole antaneet faneille elämään yhtä lailla sisältöä ja siten eivät ole pystyneet korvaamaan keikkojen jättämää aukkoa. Monet fanit ovatkin pandemia-aikana olleet suoraan yhteydessä artistiin viestien välityksellä, kun tätä mahdollisuutta keikoilla ei ole ollut. Osa faneista kertoo olleensa yhteydessä muiden fanien kanssa muun muassa kommenttipalstoilla, koska sosiaalisessa mediassa on käyttänyt enemmän aikaa. Kuten sanottua suurin osa faneista kuitenkin nosti esiin samaa artistia fanittavien läheisten ihmisten merkitystä pandemia-aikana. Heidän kanssaan on ollut helppo jakaa pandemiaan liittyvää ahdistusta, keskustella artistin toiminnasta pandemia-aikana ja jakaa vertaistukea kaikenlaisiin asioihin liittyen. Eräs fani kertoo faniuden yhdistäneen häntä erään kaverinsa kanssa pandemia-aikana entistä enemmän. Toisaalta fanius oli tuonut heitä lähemmäksi toisiaan ja toisaalta heidän keskinäinen suhteensa oli lähentänyt myös suhdetta artistiin.

Voidaan ehkä sanoa, että lopulta fanittamisessa pandemia-aikana on läsnä samat ilmiöt kuin normaalinakin aikana, faniuteen kuuluva vuorovaikutus artistin ja muiden fanien kanssa sekä yhteenkuuluvuus vain näyttäytyvät osittain eri lailla keikkojen puuttuessa. Fanit ja artistit siis usein löytävät poikkeusolosuhteissa uusia tapoja fanittaa ja toisaalta olla yhteydessä. Onkin kiinnostavaa pohtia, että kokivatko artistit ennen pandemia-aikaa, että keikoilla käytävä intiimi vuorovaikutus riittää syvemmän yhteyden ylläpitämiseen fanien kanssa. Toisaalta, kun keikat vietiin pois, pakottiko se artisteja etsimään muita väyliä intiimiin vuorovaikutukseen fanien kanssa? Intiimimmän ja vuorovaikutteisemman sisällön voisi siis ajatella tulleen jäädäkseen livekeikkojen rinnalle faneja sitouttavana keinona artistien toimintaan. Toisaalta monet artistit ovat tuottaneet faneihin vetoavaa sisältöä myös aina ennen pandemia-aikaa. Onko pandemia-aika siis lähinnä korostanut artistin intiimin ja vuorovaikutuksellisen toiminnan tärkeyttä fanien sitoutumisessa ja toisaalta fanien näkökulmasta korostanut niiden merkitystä fanittamisessa?

Alla olevaan taulukkoon on koottu fanien ajatuksia artistien online-sisällöistä pandemia-aikana. Faneilta kysyttiin haastatteluissa, mitä mieltä he ovat olleet artistien online-sisällöistä, mitkä asiat ovat olleet mieluisimpia ja onko heillä ollut jotain mitä he olisivat kaivanneet tai toivoisivat artisteilta lisää. Faneilta kysyttiin myös, että tuleeko heille mieleen jotain, mitä artistit voisivat tehdä, jotta fanit liittyisivät vahvemmin osaksi yhteisöä. Näihin kysymyksiin on luvassa fanien vastauksia seuraavassa taulukossa.

Toiveita ja mieluisia kokemuksia artistien online-sisällöistä	H2: "Kivointa oli seurata, että miten ne on viettäny pandemia-aikaa. Tuli semmoinen fiilis, että tässä on kaikki samassa veneessä kuitenkin. Että ehkä sillai, mitä enemmän ne toi itseä lähemmäksi niin sitten siitä tuli ehkä kivoin fiilis… [niissä] on nähnyt, miten he kulutti sitä aikaa silloin, nii sitten sai semmoista samaistumispintaa." H4: "Mä katsoin sellaisia vähän pidempiä haastatteluja mitä [artisti] oli tehnyt niin niistä kyllä tykkäsin kun oli aikaa istua alas ja kuunnella ja se kertoo just levyistä, miten ne on syntynyt ja biiseistä." H5: " [Parhaita on] autenttiset meiningit…, että pistetään toi lähetys tuosta käyntiin ja sitten unohdetaan että se on käynnissä -henkistä touhua." H6: "No varsinkin noi videot missä artisti laulaa ja soittaa ja se on tehty myös sen nykyisen tekniikan ja somen ehdoilla. Mun mielestä ne ei toimi ainakaan tuommoisen somealustan kautta tehtynä, että olisi koko bändi ja ne vetää siinä livenä… Tämmöiset missä ne soittelee ja laulelee vähän rennommin on ihan hyvää sisältöä, mitä on tullut katseltua." H8: "Kaikki ihan mikä vaan mikä on liveä, niin se on aina kaikkein siisteintä, että oli se sitten tämmöinen liveseuranta siitä kun joku uusi musiikkivideo julkaistaan, mutta sitten vielä makeampi on tietenkin joku tämmöinen livekeikka [onlinessa]." H11: "Eniten just [puhuttelee] semmoiset tosi hyvät studiolivet tai oikeat livetaltioinnit, jotka on tehty hyvin, niin niitä olisi enemmänkin voinut olla."

	H2: "Se on kivointa aina nähdä, mitä ne itse tykkää tehdä.., tavallaan se on kuitenkin kivointa loppujen lopuksi, mikä tulee sillai sydämestä." H10: "No tietenkin kun mulle nuo keikat on niin tärkeitä niin vaikka [artistikin] on pitänyt paljon insta-livessä tämmöisiä keikkoja. Olohuoneessa ottanut kitaran ja soittanut siellä muutaman biisin ja näin niin ne on ollut semmoisia vähän tilannetta helpottavia tekijöitä. Ja muutenkin kaikki ne on enemmän päivittänyt sitten perusarjestataan, niin semmoinen perusarkisisältö on ollut kans kivaa seurattavaa." H10: "[Kyseinen artisti] teki instassa Läheiset kaverit -listan, että sinne pystyi ilmoittautumaan vaan. Hän sitten julkaisi yhden musiikkivideon ja piti tälle läheiset kaverit -porukalle ennakkonäytökseen ja sillä tavalla tuki sitä porukkaa." H7: "Voisi olla ihan hyväkin ajatus heille tuoda enemmän tutuksi sitä heidän kokoonpanoakin sellaisten hyvinkin arkisten postausten kautta."
Fanien kokemuksia ja toiveita vuorovaikutteisuudesta	H9: "Järjestää joku tommoinen kysymystapahtuma, että mihin jollakin pre order linkillä saisi osallistua joku määrätty ihmismäärä, tyyliin valitsisi vaikka 100-150 ihmistä johonkin zoom keskusteluun." H10: "Jos viestiin tai kommenttiin reagoi edes jollain tavalla, niin se tuo ainakin mulle sen kuvan, että artisti on nähnyt sen ja se on lukenut sen ja se on ollut sille jollain tavalla merkityksellinen. H4: "[Insta livelähetys] olisi tuonut vielä lähemmäs sen [artistin]... se olisi ollut aivan tässä ja aivan vuorovaikutuksessa tavallaan siinä sen yleisön kanssa, olisi ollut hauska nähdä, miten se kommunikaatio menee ja minkälainen se on siinä tilanteessa, inhimillistää sitä." H9: "Mä sain käytettyä yhtäkkiä puolitoista tuntia tosi hyvällä fiiliksellä, kun mä selasin niitä [Ask Me Anything] kysymyksiä lävitse ja mulle tuli äärettömän kiitollinen olo että [bändin laulaja] jaksaa ottaa pari-kolme tuntia vastatakseen kysymyksiin mitä, huom. ei mitkään koulutetut journalistit kysy, vaan ihan tämmöiset perus jantterit niinku meikäläinen." H3: "Hänellä oli tapana laittaa postauksia IG:seen, että 'hei että kommentoikaa tähän postaukseen niin mä nappaan täältä randomisti 10 ihmistä, joille mä laitan DM:n ja soitan huomenna, että vaan jutellaan että "mitä sulle kuuluu", niin sitten hän otti keskustelusta lyhyitä videopätkiä tai kuvia ja jakoi niitä omaan someensa että näitten tyyppien kanssa me juteltiin. Tuollaisen myötä saat ne kymmenen ihmistä sitoutumaan suhun ihan vitusti, koska sä oot jutellut niiden kanssa. Mutta sitten myös me kaikki ihmiset jotka ollaan somessa nähty, että ok VOU tää tyyppi oikeesti soittaa näille niin mekin sitoudutaan siihen artistiin lisää vaikka hän ei ikinä soittaisi meille."

TAULUKKO 4 Hyvänä pidetyt online-sisällöt.

Moni fani ei toisaalta osannut tai halunnut toivoa artistilta enempää, kuin mitä nämä olivat tehneet. Fanit usein toivoivat näkevänsä artistilta juuri sitä, mitä artistit haluavat itse tehdä tai yleisölle näyttää. Siitä huolimatta moni fani pitäisi mielenkiintoisena nähdä henkilökohtaisempaa ja intiimimpää sisältöä, mutta ei

sitä erikseen halua, koska he kokevat, että se ei välttämättä olisi artistin tyylille sopivaa tai he yksinkertaisesti haluavat vain nähdä juuri sitä, mitä artisti itse asioista paljastaa. Sinänsä henkilökohtaisemmalle ja intiimille sisällölle on siis fanien keskuudessa kysyntää, mutta se ei kuitenkaan ole ehdotonta. Tällaiset sisällöt koetaan mielenkiintoisina ja myös fanit näkevät itse niillä olevan vaikutusta omaan suhteeseensa artistia kohtaan. Fanit näkevät tällaiset sisällöt merkityksellisinä ja niiden tuovan elämään lisää sisältöä. Haastatellut fanit ovat kuitenkin armollisia fanittamiansa artisteja kohtaa ja haluavat olla heidän tukenaan, eikä olla vaatimassa heiltä mitään ylimääräistä. Lopulta fanit näkivät musiikin kaiken fanittamisen keskiössä ja kokivat, että tunteita herättävä ja samaistuttava musiikki pitää suhteen yllä kaikesta huolimatta.

> H2: "No kyllä se fanittaminen toisaalta antaa elämään semmoisen sisällön. Ei välttämättä tarkoitusta samalla tavalla kuin vaikka perhe, mutta kyllä se siihen samaan suuntaan kuitenkin menee. Se on semmoinen vakaa juttu mikä on aina olemassa. Musaa voi aina kuunnella ja vaikka nyt sitten kaikki teknologia maailmasta häviäisi, niin sitten ne muistot säilyy. Se antaa paikan, mihin voi aina aina palata ja siitä tulee semmoinen tukipilari."

6.4 Jatkotutkimusehdotukset

Tämä tutkimus rajattiin käsittelemään lähinnä omistautuja (devotees) -tyypin faneja ja heidän suhdettaan artisteihin, joilla oli siis suuri kiinnostus kulutuksen kohdetta kohtaan, mutta heikommat sosiaaliset siteet tässä tapauksessa faniyhteisöön. Tutkimus osoitti, että haastateltujen fanien osallistuminen faniyhteisöön oli lähinnä passiivista ja että fanit lukivat sosiaalisessa mediassa kommentteja tarkastikin, mutta vain harva kommentoi itse julkaisuja aktiivisesti. Kun ottaa huomioon, että artistien julkaisujen tai livestream-tapahtumien yhteydessä kommenttikentät saattavat olla pullollaan kommentteja, herää kysymys, ketä ovat ne fanit, jotka aktiivisesti ja näkyvästi kommentoivat julkaisuja. Olisi mielenkiintoista kerätä laajempi otanta faneja, jotta fanien tarkempi profilointi olisi mahdollista ja keskittyä silloin sisäpiiriläisiin (insider), joilla olisi voimakkaammat sosiaaliset yhteydet faniyhteisöön ja ehkä siten myös suurempi tarve tai into kommentoida julkaisuja.

Tässä tutkimuksessa aineistoksi kerättiin haastatteluja vain artistien faneilta. Teemahaastattelujen myötä oli mahdollista selvittää fanien kokemuksia heidän suhteestaan fanittamaansa artistiin (Juuti & Puusa 2020) ja sitä, kokivatko he, että heidän suhteensa artistiin oli mahdollisesti pandemian aikana jollain tavalla muuttunut. Lisäksi selvitettiin fanien keskinäistä vuorovaikutusta ja fanien faniyhteisöille antamia merkityksiä. Jatkossa olisi kiinnostavaa tutkia samoja teemoja kuin tässä tutkimuksessa, mutta myös artistien näkökulmasta.

Jenkins (2013) ja Cavicchi (1998) listaavat toisaalta neutraaleja sanoja ja toisaalta negatiivissävytteisiä sanoja, joita on käytetty faneista suoraan tai kuvaamaan fanien olemusta. Vaikka fanien kommentteja faniuden leimaavuuteen liittyen tuli verrattain vähän, on kiinnostava huomio, että aihe nousi esiin useam-

massa haastattelussa, vaikka aihetta ei tutkijoiden toimesta nostettu esiin missään muodossa. On mahdollista, että faniuden leimaavuus, siihen osittain liitetyt tekijät, jotka eivät ole kulttuurisesti niin suotavia, vaikuttavat fanien intoon osoittaa faniuttaan ja siten liittyä faniyhteisöihin (Jenkins 2013). Faniuden leimaavuus ei tämän tutkimuksen tulosten perusteella kuitenkaan vaikuta siihen, ettei fanit haluaisi näyttää fanitustaan ulospäin, mutta leimaavuuteen liittyen olisi kiinnostavaa haastatella faneja lisää ja selvittää kokevatko he, että leimaava mielleyhtymä vaikuttaa heidän fanitukseen jollain muulla tapaa. Jos tätä leimaavuuden mielleyhtymää ei olisi ollenkaan, fanien voisi silloin olla helpompi olla aktiivisia faniyhteisöissä ja näyttää faniuttaan vielä rohkeammin.

6.5 Tutkielman arviointi

Laadullisen tutkimuksen eettisyyden kannalta on tarpeellista tiedostaa, että ”laadullisen tutkimuksen lähtökohta on tutkijan avoin subjektiviteetti ja että tutkija on tutkimuksensa keskeinen työkalu”, joka joutuu pohtimaan omia ratkaisuja ja kannanottoja. (Puusa & Juuti 2020; Eskola & Suoranta 1998.) Täten on myönnettävä, että tutkimuksen asetteluun vaikuttaa aina tutkijan subjektiivinen käsitys ja ennakko-oletukset tutkittavasta aiheesta, sillä täysin arvovapaa laadullinen tutkimus ei ole mahdollinen. Tässä tutkimuksessa on tunnistettu se, että aineiston teemoittelussa esiin nostetut teemat pohjautuvat lopulta tutkijoiden tulkintoihin haastatelluilta saadusta tiedosta (Puusa & Juuti 2020). Luotettavuutta lisätäkseen, aineiston käsittelyyn liittyviä tulkintoja on tuotu esiin mahdollisimman läpinäkyvästi tutkimuksen tuloksissa, jossa teemoittelua on havainnollistettu suorin sitaatein, jolla on pyritty osoittamaan, että teemojen tulkinnat eivät perustu satunnaisiin poimintoihin aineistosta (Eskola & Suoranta 1998).

Tämän tutkimuksen osalta eettisiä toimintamalleja on noudatettu muun muassa siitä näkökulmasta, että haastateltaville on toimitettu tietosuojailmoitus ennen haastatteluun osallistumista ja kaikilta haastateltavilta kysyttiin suullinen suostumus ennen haastattelun aloittamista. Lisäksi haastateltaville taustoitettiin syitä tutkimuksen tekemiselle sekä sitä, mihin tutkimuksella pyrittiin. Aineiston keruun jälkeen aineisto anonymisoitiin niin, ettei yksittäisiä vastaajia voida enää tunnistaa, jonka lisäksi aineisto hävitetään kesäkuuhun 2023 mennessä. Vaikka haastateltavia oli kiitettävä määrä (11kpl), haastateltavat löytyivät kaikki tutkijoiden lähipiiristä. Haastattelukutsu oli tutkimukseen osallistumisen kannalta kuitenkin rajaavin tekijä, sillä tätä tutkimusta varten osallistujilla piti olla tiettyä kokemusta tutkittavasta aiheesta (Puusa & Juuti 2020). Haastattelut järjestettiin etäyhteyksin Zoom-palvelun avulla ja ennen jokaista haastattelua verkkoyhteys ja äänen kuuluvuus ja videon toimivuus testattiin. Joistakin yhteyden katkoksista huolimatta, haastattelujen sisältö saatiin kerättyä tarkasti, sillä myös teemahaastattelulle ominaiseen tapaan tarkentavia kysymyksiä oli mahdollista kysyä (Puusa & Juuti 2020).

Laadullista tutkimusta arvioitaessa käytetään usein neljää kriteeriä: uskottavuus, siirrettävyys, varmuus sekä vahvistuvuus (Eskola & Suoranta 1998). Uskottavuutta on lisätty tutkimusmenetelmän avoimella esittelyllä sekä sillä, että

teemoitellut sitaatit ovat lukijan saatavilla. Haastattelurunko on muodostettu teorialähtöisesti, jolla tutkijoiden omia taustaolettamuksia pyrittiin hälventämään kysymyksistä pois tai vähintäänkin vahvistamaan niitä jo aiemmin tutkitulla tiedolla. Tämän lisäksi haastattelurunko on lisätty liitteeksi (liite 2). Siirrettävyyden näkökulmasta tutkimuksessa on tunnistettu, että aineisto on verrattain suppea eikä tutkimuksen tuloksia voi yleistää käsittelemään laajemmin fanien käyttäytymistä tai kokemuksia pandemia-aikana. Tutkimuksen tuloksissa on pyritty korostamaan, että saadut tulokset ovat tähän tutkimukseen haastateltujen vastauksia, ei yleisiä linjauksia. Tutkimuksen varmuutta ja vahvistuvuutta on tuettu alusta alkaen niin, kuten sanottu, että haastattelurunko muodostettiin soveltamalla aiempaa tutkimusta, jolloin tutkimuksen suunta ei ollut vain tutkijoiden ennakko-oletusten varassa. Tämän lisäksi tutkimuksen tuloksia on verrattu aiempaan tutkimukseen, jolloin saatuja tuloksia voidaan pitää luotettavina.

LÄHTEET

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0 (5. p.). Tampere: Vastapaino.

Aro, J. 2011. "Yhteisöllisyys ja sosiaalinen side." Teoksessa *Yksilöllinen yhteisöllisyys: Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen*, toimittajat Kangaspunta, S., Hintikka, K. A., Heikkilä, H., Ahva, L., Siljamäki, J. & Valtonen, S. [Tampere]: Tampere University Press.

Auter, P. 1992. TV That Talks Back - An Experimental Validation Of A Parasocial Interaction Scale. Journal of broadcasting & electronic media, 36(2), 173-181. https://doi.org/10.1080/08838159209364165

Baxter, LA, & Braithwaite. 2015, Engaging Theories in Interpersonal Communication : Multiple Perspectives, SAGE Publications, Thousand Oaks. Available from: ProQuest Ebook Central.

Behrens, A. & Uhrich, S. 2020. Uniting a sport teams' global fan community: Prototypical behavior of satellite fans enhances local fans' attitudes and perceptions of groupness. *European sport management quarterly, 20*(5), pp. 598-617. doi:10.1080/16184742.2019.1643384

Calcagno, A., 2012, October. Gerda Walther: On the possibility of a passive sense of community and the inner time consciousness of community. In Symposium (Vol. 16, No. 2, pp. 89-105).

Cambridge University Press. *Cambridge Dictionary.*

Cavicchi, D.. 1998. Tramps Like Us : Music and Meaning Among Springsteen Fans. Oxford University Press.

Chung, S., & Cho, H. 2017. Fostering Parasocial Relationships with Celebrities on Social Media: Implications for Celebrity Endorsement. Psychology & marketing, 34(4), 481-495. https://doi.org/10.1002/mar.21001

Clift, S. 2020. Fancourt, D. and Finn, S. 2019. What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review. *Nordic journal of arts, culture and health, 2*(1), pp. 77-83. doi:10.18261/issn.2535-7913-2020-01-08

Dibble, Jayson L.,Hartmann, T., & Rosaen, S.F. 2016. Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures. *Human Communication Research.* 42(1), 21-44. DOI: https://academic.oup.com/hcr/article/42/1/21/4067693

Diener, E. 2012. New Findings and Future Directions for Subjective Well-Being Research. The American psychologist, 67(8), pp. 590-597. doi:10.1037/a0029541

Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. 2016. Social media engagement behaviour: A uses and gratifications perspective. Journal of strategic marketing, 24(3-4), 261-277. https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095222

Dotson, T. 2017. Technically together: Reconstructing community in a networked world. Cambridge, MA: MIT Press.

Duffett, M. 2013. Introduction: Directions in Music Fan Research: Undiscovered Territories and Hard Problems. *Popular music and society, 36*(3), pp. 299-304. doi:10.1080/03007766.2013.798538

Edlom, J. & Karlsson, J. 2021. Hang with Me—Exploring Fandom, Brandom, and the Experiences and Motivations for Value Co-Creation in a Music Fan Community. *International Journal of Music Business Research, 10*(1), pp. 17-31. doi:10.2478/ijmbr-2021-0003

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen (8. p.). Tampere: Vastapaino.

Hansen, E., Sund, E., Skjei Knudtsen, M., Krokstad, S. & Holmen, T. L. 2015. Cultural activity participation and associations with self-perceived health, life-satisfaction and mental health: The Young HUNT Study, Norway. *BMC public health, 15*(1), p. 544. doi:10.1186/s12889-015-1873-4

Herrera, D. 2017. Parasocial engagement for musicians and artists: A systemic review of theoretical foundations with applications. MEIEA Journal, 17(1), 13-30. doi:http://dx.doi.org/10.25101/17.1

Hirsjärvi, I., Kovala, U. & Ruotsalainen, M. 2021. Fantasian vastaanoton tutkimus. Fantasia : lajit, ilmiö ja yhteiskunta.

Hollebeek, L. D. 2011. Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. Journal of marketing management, 27(7-8), 785-807. https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.500132

Horton, D., & Richard Wohl, R. 1956. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. Psychiatry (Washington, D.C.), 19(3), 215-229. https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049

Jenkins, H. 1988. 'Star Trek' Rerun, Reread, Rewritten: Fan writing as Textual Poaching. Critical Studies in Mass Communication. 5(2), 85-107. http://search.ebscohost.com.ezproxy.jyu.fi/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=9336467&site=ehost-live

Jenkins, H. 2013. Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture. https://doi.org/10.4324/9780203114339 Johnston, K. A. 2014. Public Relations

and Engagement: Theoretical Imperatives of a Multidimensional Concept. Journal of public relations research, 26(5), pp. 381-383. doi:10.1080/1062726X.2014.95986

Juuti, Pauli, ja Anu Puusa. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät.

Kangaspunta, S., Hintikka, K. A., Heikkilä, H., Ahva, L., Siljamäki, J. & Valtonen, S. 2011. *Yksilöllinen yhteisöllisyys: Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen*. [Tampere]: Tampere University Press.

Kim, M., Kim, J. 2020. How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context. Computers in Human Behavior. 2020;111. DOI: https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106419.

Kim, M., Kim, H. 2017. The effect of online fan community attributes on the loyalty and cooperation of fan community members: The moderating role of connect hours. Computers in human behavior, 68, 232-243. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.031

Kozinets, R. V. 1999. E-tribalized marketing?: The strategic implications of virtual communities of consumption. *European management journal, 17*(3), pp. 252-264. doi:10.1016/S0263-2373(99)00004-3

Lacalle, C., Gómez-Morales, B., & Narvaiza, S. 2021. Friends or just fans? parasocial relationships in online television fiction communities. Communication & Society, 34(3), 61-76,61A-77A. doi:http://dx.doi.org/10.15581/003.34.3.61-76

Naik, B. *et al.* 2021. 'Loneliness and Virtual Group Identities ~ A Correlational Study', *Global Media Journal: Indian Edition*, 13(1), pp. 1–29.

Osler, L. 2020. Feeling togetherness online: A phenomenological sketch of online communal experiences. Phenomenology and the cognitive sciences, 19(3), pp. 569-588. doi:10.1007/s11097-019-09627-4

Oxford University Press. Oxford English Dictionary.

Pulvera, D. 2021. Filipino BIGBANG fandom: a textual analysis of online fandom community activities, Media Asia, 48:4, 271-294, DOI: 10.1080/01296612.2021.1959704

Rendell, J. 2021. Staying in, rocking out: Online live music portal shows during the coronavirus pandemic. Convergence (London, England), 27(4), pp. 1092-1111. doi:10.1177/1354856520976451

Rubin, R. B., & McHugh, M. P. 1987. Development of parasocial interaction relationships. Journal of broadcasting & electronic media, 31(3), 279-292. https://doi.org/10.1080/08838158709386664
Turkle, S. 2017. Alone together: Why we expect more from technology and less from each other. London: Hachette UK.

Vale, L., & Fernandes, T. 2018. Social media and sports: Driving fan engagement with football clubs on Facebook. Journal of strategic marketing, 26(1), 37-55. https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1359655

Van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., & Verhoef, P. C. 2010. Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations and Research Directions. Journal of service research: JSR, 13(3), 253-266. https://doi.org/10.1177/1094670510375599

Wu, X. 2021. Fan leaders' control on Xiao Zhan's Chinese fan community. Transformative works and cultures, 36, . https://doi.org/10.3983/twc.2021.2053

Yates, B. L. 2015. It's Social, Not Parasocial: Understanding the Impact of the Internet on Building Community Among Bruce Springsteen Fans. *Atlantic journal of communication, 23*(5), pp. 254-268. doi: 10.1080/15456870.2015.1090438

Yoshida, M., Gordon, B., Heere, B., & James, J. D. 2015. Fan community identification: An empirical examination of its outcomes in Japanese professional sport. Sport Marketing Quarterly, 24(2), 105-119. Retrieved from: https://www.proquest.com/scholarly-journals/fan-community-identification-empirical/docview/1686396114/se-2?accountid=11774

LIITE

Liite 1 - Haastattelukutsu

Koetko olevasi tai joskus olleesi jonkun bändin/artistin fani?

Teemme tutkimusta artistien ja fanien välisestä vuorovaikutuksesta ja haluttais haastatella musafaneja heidän tuntemuksistaan mm. artistien online-sisällöistä.

Meidän tutkimukseen kelpaat faniksi, jos suhun osuu esim. jotkin (Huom! Kaikkien ei tarvi) seuraavista:

- Seuraat artistia/bändiä somessa ja oot mahdollisesti joskus kommentoinut heidän postauksiin tai ollut muuten aktiivinen heidän somekanavissaan
- Oot käynyt useamman kerran heidän keikoilla
- Koet samaistuvasi artistiin esim. somen tai heidän musiikin ja sanoitusten kautta
- Seuraat artistin elämää aktiivisesti ja etsit hänestä lisää tietoa
- Omistat artistin/bändin fanituotteita tai he ovat vaikuttaneet pukeutumiseesi / tyyliisi / kulutusvalintoihisi
- Kuulut johonkin suljettiin ryhmään aiheen ympärillä tai osallistut keskusteluihin muilla fanifoorumeilla tms.
- Tietenkin, jos kuuntelet pirusti heidän musaa
- Koet olevasi fani

Laita viestiä, jos koet sopivasi kuvaukseen! Haastattelu tutkimukseen voidaan tehdä kasvotusten tai etänä. :)

Liite 2 – Haastattelukutsu

Teemat	Esimerkkejä kysymyksistä
Suhde artistiin	Kuvaa vapaasti sun suhdetta tähän artistiin. Mikä sinua kiehtoo/viehättää juuri tässä bändissä/artistissa? - Koetko samaistuvasi tähän artistiin musiikin? Mikä merkitys artistin livekeikoilla on sinulle? Kerro millä tavoin seuraat artistia online-ympäristöissä. - Seuraatko somessa kuinka tarkkaan? - Miksi artistin seuraaminen on sulle tärkeetä? Oletko vuorovaikutuksessa suoraan artistin kanssa? - Kommentoitko julkaisuihin somessa? Laitatko artistille itselleen viestiä? - Jaatko sisältöä, mielipiteitä tai tuntemuksia liittyen artistiin somessa tai kasvotusten? Onko artisti tai bändi vaikuttanut pukeutumiseesi, hiustyyliin tai muuten ulkonäköön? - Entä kulutusvalintoihin tai ajatusmaailmaan?
Suhde faniuteen ja muihin faneihin	Koetko olevasi fani? Miksi/Miksi et? - Mitä fanius on sinun mielestäsi? - Mitä fanius merkitsee sinulle? Miksi se on sinulle tärkeää? Kuvaa vapaasti suhdettasi muihin faneihin. Koetko kuuluvasi faniyhteisöön? Millä tavoin? Missä? Millaista on vuorovaikutuksesi muiden fanien kanssa? Missä se tapahtuu? Entä mikä merkitys sulle on olla vuorovaikutuksessa muiden fanien kanssa keikoilla tai online-ympäristöissä?
Kokemus vuorovaikutuksesta pandemia-aikana	Koetko, että suhteesi artistiin on muuttunut aikana, kun keikkoja ei ole ollut? Miten? Miksi? Millä tavoin olet seurannut fanittamasi artistin elämää tai toimintaa pandemia-aikana? - Mitä sisältöjä olet kuluttanut? Miten olet kokenut nämä sisällöt? Miksi? Onko vuorovaikutuksen keskittyminen vain online-ympäristöihin vaikuttanut sun suhteeseen tai suhtautumiseen artistia kohtaan? Minkälaisia / mitä online-sisältöjä olisit kaivannut artistilta keikkojen puuttuessa? Mitä ajattelet, miten artistit voisivat tukea fani-yhteisöjen syntymistä ja niiden ylläpitoa online-ympäristöissä? Tai fanien välistä vuorovaikutusta? - Entä miten artistit voisivat paremmin ylläpitää suhdetta faneihin online-ympäristöissä?