

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutus, kirjasto- ja tietopalvelu

2023

Salla Haapio

FANINA YLEISESSÄ KIRJASTOSSA

– Mitä nuoret aikuiset K-pop-fanit saavat irti
yleisen kirjaston palveluista?

Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Liiketalouden koulutus, kirjasto- ja tietopalvelu

2023 | 41 sivua

Salla Haapio

Fanina yleisessä kirjastossa

- Mitä nuoret aikuiset K-pop-fanit saavat irti yleisen kirjaston palveluista?

Erilaiset fanikulttuuri-ilmiöt koskettavat isoa osaa ihmisistä myös aikuisiällä, ja niiden kautta voidaan tavoittaa paljon ihmisiä. Tässä opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään, millaisia käsityksiä ja mielipiteitä 18-29-vuotiailla korealaisen popmusiikin eli K-popin faneilla on kirjaston fanikulttuureihin liittyvistä palveluista. Opinnäytetyön tarkoitus on auttaa yleisissä kirjastoissa työskenteleviä ymmärtämään fanikulttuuri-ilmiöiden monimuotoisuutta ja toimintamekanismeja sekä ottamaan fanit huomioon paremmin heille suuntautuvien palvelujen suunnittelussa.

Opinnäytetyö on luonteeltaan kvalitatiivinen. Sen aineisto kerättiin verkkokyselyllä, joka kohdistettiin kahdelle K-pop-tanssiryhmälle. Vastaajia oli yhteensä kaksikymmentä. Fanikulttuuri- ja K-pop -ilmiöistä, työn ikäryhmärajauksesta sekä yleisten kirjastojen olemassa olevista fanikulttuureihin liittyvistä palveluista kerättiin lähteisiin perustuvaa taustatietoa.

Kyselyn vastaukset kertovat, etteivät fanit välttämättä ole tietoisia yleisen kirjaston palvelutarjonnan laajuudesta. Omaan fanittamisen kohteeseen liittyvän ohjelmiston osallistumis- ja järjestämishalukkuutta vastaajilta kyllä löytyi.

Asiasanat:

fanius, K-pop, kirjastopalvelut, populaarikulttuuri, yleinen kirjasto

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Degree programme in Business Administration, Library and Information Services

2023 | 41 pages

Salla Haapio

As a fan in a public library

- What young adult K-pop fans can get from public library services?

Keywords:

fandom, K-pop, library services, popular culture, public library

Sisältö

1 Johdanto	6
2 Fanit, K-pop ja niihin liittyvät kirjastopalvelut	8
2.1 Nuorten aikuisten ikäryhmärajaus	8
2.2 Fanius	9
2.2.1 Fani, fanikulttuuri ja fandom	9
2.2.2 Faniuden toteuttamistavat	11
2.2.3 Fanit internetissä	12
2.2.4 Faniuden yhteiskunnallisuus	13
2.3 K-pop	14
2.4 Yleisten kirjastojen fanikulttuuritarjonta	18
3 Tiedonkeruu ja tutkimusmenetelmät	20
3.1 Tiedonkeruu	20
3.2 Tutkimus- ja analyysimenetelmät	21
4 Kyselyn tulokset	23
4.1 Vastaajien taustatiedot	23
4.2 Faniuden toteuttamisen tavat	23
4.3 Kirjaston palvelut fanien näkökulmasta	25
5 Pohdinta	29
Lähteet	34

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake.

Kuviot

Kuvio 1. Miten toteutat K-pop-harrastustasi? -kysymyksen vastausjakauma. 25

1 Johdanto

Opinnäytetyöni tutkii yleisen kirjaston ja nuoren aikuisen (eli 18-29-vuotiaan) fanikulttuuriharrastajan välistä suhdetta nykypäivän Suomessa korealaisen pop-musiikin eli K-popin faneille tekemäni kyselyn kautta. Avaan työssäni sitä, miten fanit toteuttavat fanitusharrastustaan, käyttävätkö he kirjastoa, mitä he kokevat kirjaston heille faneina tarjoavan ja mitä he voisivat kirjastolta toivoa.

Kiinnostukseni aiheeseen on henkilökohtainen, sillä olen itse lapsuudesta lähtien fanittanut jotakin populaarikulttuurin kohdetta. Fanius taas on aina ajankohtainen ilmiö - vain sen muodot ja kohteet vaihtelevat, ja se koskettaa suurta osaa ihmisistä eri elämänvaiheissa. K-pop on minulle myös oman kiinnostuksen kautta tuttu popmusiikin suuntaus. Lisäksi sen fanit kuvastavat hyvin nykyaikaista ja kansainvälistä internetin ja sosiaalisen median kautta leviävää fanikulttuuri-ilmiötä. Valitsin nuoret aikuiset opinnäytetyöni kohderyhmäksi, sillä koin, että tämä ikäryhmä on jäänyt hieman ulkopuolelle monissa aiheyhteyksissä. Puhutaan lapsista, nuorista, aikuisista ja vanhuksista, vaikka nuorten aikuisten ikäryhmästä on helppo nostaa esiin sitä määritteleviä ominaisuuksia esimerkiksi elämäntapojen ja -vaiheiden suhteen. Nuoruuden ja aikuisuuden raja on kuitenkin muuttunut yhteiskunnan kehityksen myötä yhä häilyvämmäksi ja pidemmäksi elämänvaiheeksi, joten opinnäytetyössä on myös osuus, joka käsittelee tämän ikäryhmärajan ongelmallisuutta.

Käsittelen ensin faniuden sekä korealaisen pop-musiikin taustoja niistä tehtyjen tutkimusten kautta, jotta työssä käytetyt käsitteet ja ilmiön luonne selventyvät. Kirjaston osalta nostan esiin jo olemassa olevia palveluja, jotka ovat kohdentuneet jollain lailla fanikulttuuriharrastajille. Oma osuutensa on myös työni tutkimusmenetelmillä. Tämän jälkeen esittelen tamperelaisille ja turkulaisille nuorille aikuisille K-pop-harrastajatanssiryhmän jäsenille teettämäni kyselyn sekä sen lopputulokset. Viimeiseksi pohdin tulosten tuottamia vastauksia asettamiini tutkimuskysymyksiin.

Tähtään siihen, että opinnäytetyöstäni voisi olla apua yleisille kirjastoille fanikulttuuri-ilmiöiden ja fanien ymmärtämiseen sekä palvelusisällön luomiseen

tälle kohderyhmälle, jolloin kirjasto voisi tarjota lisää kohdistetumpia ajanvietemahdollisuuksia, mutta myös, jotta kirjaston piiriin voitaisiin saada ennen tavoittamattomiin jääneitä asiakkaita. Erilaisten asiakasryhmien ja ajankohtaisten ilmiöiden ymmärtämisestä kirjastotyössä on kiistatonta hyötyä, kun kirjasto yrittää kilpailla ajanvietevaihtoehtona kaikkien muiden tarjolla olevien asioiden rinnalla. Työni painotus onkin enemmän muissa palveluissa kuin perinteisessä lainattavassa aineistossa. Kirjastojen asema erilaisten tapahtumien ja muiden uudenlaisten palvelujen tarjoajana ja kuntalaisten osallistajana kasvaa jatkuvasti, jolloin muiden palvelujen kuin lainattavan aineiston painottaminen on myös tarpeellista.

2 Fanit, K-pop ja niihin liittyvät kirjastopalvelut

2.1 Nuorten aikuisten ikäryhmärajaus

Nuorisolaissa nuorilla tarkoitetaan alle 29-vuotiaita (Nuorisolaki 1285/2016). Nuoruus on kuitenkin muuttunut 1900-luvun mittaan niin koulutuksen laajentumisen, nuoruuden pidentymisen kuin nuorisokulttuurien fragmentoitumisenkin myötä (Suurpää & Vehkalahti 2014, 12). 2000-luvun myötä on havahduttu siihen, ettei ikä enää ole niin tarkka määrittelijä eri elämänvaiheiden vaihtelulle, ja nuoruus päättyykin huomattavasti yksilöllisemmin ja epämääräisemmin kuin ennen (Jokinen 2014, 251).

Kimmo Jokinen toteaa iän olevan ”jatkuvien ja normatiivisesti latautuneiden määritysten kohde”, mikä säätelee, milloin on hyväksyttyä olla missäkin elämänvaiheessa. Hänen mukaansa siirtymä nuoruudesta aikuisuuteen on saanut aivan erityistä huomiota, ja siihen liitetään usein muuttaminen lapsuudenkodista pois, opinnoista valmistuminen ja työmarkkinoille siirtyminen, parisuhteen vakiintuminen sekä lasten hankkiminen. (2014, 250) Käytännössä nuoruus ei kuitenkaan jokaisen elämässä asetu sellaiselle aikajanelle, jolle kulttuuriset odotukset sen asettavat (Suurpää & Vehkalahti 2014, 13). Nykyään on yhä enemmän henkilöitä, jotka eivät ole enää yleisen ikäjaottelun mukaan nuoria tai nuoria aikuisia, mutta jotka eivät ole saavuttaneet perinteisesti aikuisuuteen liitettyjä elämänvaiheita, kuten perheen perustamista tai työelämän vakiintumista (Jokinen 2014, 268).

Vaikka opinnäytetyöni kyselyn kohderyhmä asettuu perinteiseen nuorten ja nuorten aikuisten ikämääritelmään, samankaltainen elämäntilanne on nykyään paljon yleisempi myös muun ikäisillä kuin 18-29-vuotiailla. Tästä syystä katson, että tulokset voivat koskea laajempaa osaa fanikulttuuriharrastajista kuin vain tätä tarkkaan rajattua ikäryhmää, enkä koe olennaiseksi käsitellä opinnäytetyötäni ikäryhmänäkökulmasta.

2.2 Fanius

2.2.1 Fani, fanikulttuuri ja fandom

Fanikulttuurin ja fandomin määrittely ei ole yksiselitteistä, sillä ne ovat yhdessä laaja ilmiö, jota on vaikea rajata tarkasti. Irma Hirsjärvi toteaaakin väitöskirjassaan fanisuhteen olevan avoin ja yhä uudelleen määriteltävä termi, mikä ohjaa tutkijoita tarkastelemaan tätä ilmiötä kokijoiden näkökulman kautta (2009, 65).

Nykyaikana termi fani tarkoittaa lähinnä intensiivistä ja sosiaalista suhdetta mediatuotteisiin, kuten elokuviin, kirjoihin, peleihin tai medioissa esiintyviin henkilöihin, kuten artisteihin tai näyttelijöihin. Fanius on nimenomaan populaarikulttuuriin liitetty ilmiö. (Hirsjärvi & Kovala 2007, 247) Musiikintutkija Antti Haavisto (2018) toteaa faniuden vaativan jonkin asteista intohimoa ilmiötä tai henkilöä kohtaan; tunnereaktiota, joka määrittelee kohteen ja tuntijan suhteelle pohjan. Hänen mukaansa ilman ihailun kohteeksi nousevia kohteita (yksilöitä, ryhmiä, tuotteita tai ilmiöitä) ei voisi olla fanikulttuuria, sillä nämä tekijät ovat riippuvaisia toisistaan ja vuorovaikutuksesta. Fanisuhde nähdään usein korostetun emotionaalisenä, mutta myös tiedolla ja sen jatkuvalla keräämisellä on siinä tärkeä merkitys (Hirsjärvi & Kovala 2007, 249).

Hirsjärvi ja Kovala listaavat piirteitä, jotka on yhdistetty faniuden toteuttamiseen, ja joiden yhdistelmän kautta fanin ja fandomin voi määritellä. Näiksi faniuteen kuuluviksi ominaisuuksiksi mainitaan toisto, uskollisuus, intensiivisyys; hyväksyminen, mutta myös kriittinen ja ironinen asenne omaan faniuteen; intermediaalisuus, internetin korostunut rooli, aktiivisuus ja tuottavuus, sosiaalisuus ja uudenlaiset yhteisöllisyyden ilmenemismuodot, fanitoimintojen merkitys identiteettien rakentamiselle ja niistä voimaantuminen sekä käytäntöjen moninaisuus esimerkiksi keräilyn, yhdistystoiminnan, fanifiktio ja muun luovan toiminnan muodossa. (2007, 248)

Fandom taas on tietyn kohteen ympärille syntynyt fanien yhteisö, esimerkiksi Harry Potter- tai K-pop-fandom (Hirsjärvi & Kovala 2007, 247). Fanien mukaan

on olemassa raja fandomin ja ei-fandomin välillä, mutta on kiistanalaista, miten tämä raja voidaan määritellä (Phillips 2013, 229). Fandomin jäsenet voivat olla eri puolilta maailmaa, ja faniyhteisöt ovatkin jo pitkään määritelleet jäsenensä ennemmin mieltymysten kohteen ja hengenheimolaisuuden kuin sijaintien mukaan. Online-faniyhteisöt voivat olla hyvinkin ekspansiivisia ja itsejärjestäytyviä ryhmiä, jotka ovat keskittyneet yhteisen tuottamisen, kiivaan keskustelun ja populaarikulttuurin tuotannon merkitysten, tulkintojen ja fantasioiden kiertokulun ympärille. (Jenkins 2006, 137)

Matt Hills on tarjonnut ajatusta, että fanikulttuurin ja fandomin sijaan voisi viitata fanimaailmaan, joka olisi suurempi kattokäsite. Sen alle mahtuisi enemmän erilaisia tapoja ja versioita identifioitua faniksi, eikä yksilön tarvitsisi mieltää kuuluvansa johonkin tiettyyn yhteisöön. Fanimaailman määritelmän kautta voisi tutkia laajempaa määrään henkilöitä, joita kiinnostavat samat aiheet. (2017, 856-857, 860) Toisaalta Tom Phillips esittää väitöskirjassaan yksinkertaisesti, että fanit ovat faneja, jos he mieltävät itsensä sellaisiksi (2013, 22).

Harrastajien ikä- ja sukupuolirakenteessa nopeasti 2000-luvulla tapahtunut muutos on tehnyt fandomista/faniyhteisöstä sisäisesti heterogeenisemmän (Valaskivi 2012, 53). Aina vain nuoremmat fanit, jotka eivät olisi aiemmin päässeet käsiksi fanikulttuureihin muuten kuin vanhempiensa kautta, voivat nyt päästä faneille tarkoitettuihin tiloihin vaivattomasti erityisesti verkkomaailmassa. Taloudellisista resursseista on tullut pienempi murhe, koska pääsy internetiin on ainoa ennakkovaatimus, eivätkä kansalliset rajat ja aikavyöhykkeet enää rajoita fanien kommunikointia ja kanssakäymistä. (Busse & Hellekson 2006, 13)

Fanikulttuuriin perehtynyt Nuorisotutkimusverkoston tutkija Janne Poikolainen toteaa, että ikäraajat ovatkin hälvenemässä musiikkikulttuurista. Aiemmin kun fanitus jätettiin suosiolla teini-ikään, tai vähintään osaksi nuoruutta. Nykyään voidaan fanittaa yli ikäkausirajojen ja vieläpä samoja artisteja. (Koivisto 2016)

Aikana, jona perinteiset identiteetin merkit, kuten työ, kansallisuus, ikä, uskonto, seksuaalisuus ja sukupuoli, sekä elinympäristöt ovat jatkuvasti muutoksessa, kuvitellut ja vapaaehtoiset yhteisöt, joihin liitytään faniuden merkeissä, ovat yhtä oleellisia kuin identiteetti, jonka fani rakentaa ja toteuttaa yksilöllisesti (Gray ym.

2017, 11). Fandomiin yhdistetään me-henki, samaistuminen ja tunne ryhmään kuulumisesta, jolloin faniyhteisö toimii myös yhteisöllisyyden luojana (Hirsjärvi & Kovala 2007, 249). Fanitusilmiö ylittää yksityisen ja yleisen eron, sillä fanin suhde kohteeseen on yhtä aikaa sekä henkilökohtainen että sosiaalinen. Kukin fani osallistuu fandomiin omista tarpeistaan ja haluistaan käsin, ja suhde fanituksen kohteeseen on aina yksilöllinen (Hirsjärvi & Kovala 2007, 249). Faniuden viehätystä ainakin osa perustuu siihen, että yksilö löytää jotakin itseään kiehtovaa ja pystyy sen avulla erottautumaan muista, mutta samaan aikaan myös kuulumaan johonkin yhteisöön ja olemaan muiden fanien kanssa samankaltainen (Valaskivi 2012, 45). Fanius voi siis toimia niin oman identiteetin rakentamisen apuvälineenä, erottautumiskeinona kuin oman arvontunnon kohottajana (Hirsjärvi & Kovala 2007, 249).

2.2.2 Faniuden toteuttamistavat

Fanikulttuurit sisältävät eri harrastustapojen, ryhmien ja motivaatioiden yhdistelmiä henkilökohtaisesta yhteisölliseen, eikä fanien toimia kannata eritellä terävästi rajattuihin lokeroihin (Gray, Harrington & Sandvoss 2017, 10). Sen lisäksi, että fanituksen toteuttamisen muotoja on paljon erilaisia, suurempien kehysten alle muotoutuu pienempiä alaryhmiä, kuten vaikkapa K-pop-fanikulttuurissa eri yhtyeiden fanit. Varsinkaan tällaiset alaryhmät eivät ole kovin pysyviä, vaan ne usein muodostuvat ja purkautuvat nopeallakin tahdilla jatkuvassa muutoksen liikkeessä (Valaskivi 2012, 35). Monille faneille verkkopalvelujen faniyhteisöt ovat tapa tavata ihmisiä, joilla on samanlaisia kiinnostuksen kohteita, ja joista voi tulla läheisiäkin ystäviä, mutta osa heistä toteuttaa faniuttaan olematta tekemisissä muiden samasta aiheesta kiinnostuneiden kanssa (Busse & Hellekson 2006, 13, 16).

Francesca Coppa mainitsee artikkelissaan (2014, 77) nykyaikaisten fanien erilaisia rooleja, kuten kirjoittaja, artisti, videoija, elokuvantekijä, tapahtumajärjestäjä, yhteisömoderaattori, koodaaja, arkistoija, pelisuunnittelija, bloggaaja, tietokannan ylläpitäjä, cosplayn harrastaja, gifien tekijä, fanitöiden kriitikko ja fandom-aktivisti. Internetin ja sosiaalisen median tarjoamista

luovuuden ja kommunikaation vaihtoehtoista huolimatta myös reaali maailman aktiviteetit ovat edelleen olemassa. Cosplay (fiktiiviseksi hahmoksi tai oikeaksi henkilöksi pukeutuminen) kukoistaa yhä, joitain faniklubeja ja niiden lehtiä on yhä olemassa, sekä con-tapahtumia (yleensä suuria fandomin tai useampien kokoontumisia) ja muita tapaamisia järjestetään. Musiikkifandomeissa painotetaan edelleen myös fyysistä konserttiin osallistumista. (Bennett 2014, 13) Valtavan suurissa fanikonferensseissa voi olla mukana ihmisiä ympäri maailmaa (MLL & Mediakasvatusseura 2011).

2.2.3 Fanit internetissä

Tänä päivänä faniryhmät löytyvät internetin keskusteluryhmistä, erilaisilta verkkosivuilta ja sosiaalisen median palveluista. Mobiililaitteiden yleistyminen toi fanituksen kohteet osaksi jokaista hetkeä sijainnista riippumatta. (Gray ym. 2017, 6) Fanit ottivat digitaaliset teknologiat aikaisin haltuunsa (Jenkins 2006, 138), ja faniyhteisöillä tuntuu olevan kyky omaksua uudet palvelut käyttöönsä sitä mukaa kun niitä tulee saataville (Busse & Hellekson 2006, 16). Internetin kehityskulku on mahdollistanut myös entistä laajamittaisemman fanituksen kohteisiin liittyvän median (kuten fanifiktio, fanivideot ja fanitaide) tuotannon (Nikunen 2008, 9).

Erytisesti popkulttuurifanit ottavat kasvavissa määrin osaa verkostoituneisiin fanittamisen tapoihin. Demografiset, kulttuuriset ja ajalliset välimatkat erilaisen mediamateriaalin ja fanituksen kohteiden sekä fanien välillä ovat sosiaalisen median ja osallistavan kulttuurin ansiosta pienentyneet merkittävästi (Yoon 2018, 178).

Internetin sallima nopeus ja kommunikoinnin tiheys tiivistävät sosiaalisia yhteyksiä myös faniyhteisöjen sisällä. Jos fani on vaikkapa maantieteellisesti kaukana tai ei voi poistua kotoaan, online-yhteisö tarjoaa mukana olemisen tunnetta ja hyväksyntää. (Jenkins 2006, 141)

2.2.4 Faniuden yhteiskunnallisuus

Fanittamiseen osallistuminen on toisaalta kaupallisuuden ytimessä, sillä erityisesti populaarikulttuuri-ilmiöiden faniuteen liittyvä oletus kuluttamisesta, esimerkiksi erilaisten fanituotteiden ostamisesta ja maksullisiin tapahtumiin osallistumisesta. Toisaalta monenlainen fanitoiminta toimii kaupallisuuden logiikkaa vastaan. Fanit jakavat alun perin maksavaa materiaalia usein ilmaiseksikin toisilleen ja luovat mediatuotteita, joiden kuluttaminen ei maksa mitään, mutta jotka hyödyntävät alkuperäisiä fanituksien kohteita (esimerkiksi fanfiction ja fanivideot). (MLL ja Mediakasvatusseura 2011) Viimeistään 2000-luvulle tultaessa tämän tapainen fanitoiminta on kasvanut entisestään johtaen siihen, että rajat tuotannon ja vastaanoton, fanituksen kohteen ja yleisön välillä ovat hämärtyneet yhä enemmän (Nikunen 2008, 9).

Fanikulttuuriharrastajat voidaankin nähdä uudenaikaisina virtuaalisen yhteisönrakennuksen edelläkävijöinä ja osallistuvan kulttuurin luojina. (Valaskivi 2012, 56) Faneista on myös tullut tavallinen osa niitä kertojia, jotka välittävät tietoa ja kokemuksia mediatapahtumista (Gray ym. 2017, 2). Sosiaalinen media on antanut faneille oman äänen, ja fanit voivat sen välityksellä itse vastata julkisesti keskusteluihin faniuteen liittyvistä aiheista (Gray ym. 2017, 4).

Populaarimusiikin fanikulttuuriin erikoistunut nuorisotutkija Janne Poikolainen sanoo, että tietty poliittisuus ja yhteiskunnallinen aktiivisuus ovat olleet osa fanikulttuuria läpi historian (Körkkö 2020). Faniuden poliittisuus ei ole ilmeistä eikä aina etusijalle asettuvaa. Se voi jäädä yksilötasolle ja olla hyvinkin hetkellistä. (Nikunen 2008, 8)

Janne Poikolaisen mukaan poliittisuus on usein liittynyt idolin ajamaan tai sanoituksissa kuuluvaan yhteiskunnalliseen sanomaan. Hyvä esimerkki tästä on K-pop-yhtye BTS:n ja sen fanien toiminta vuonna 2020. BTS lahjoitti ensin miljoona dollaria Black Lives Matter -liikkeelle, jonka jälkeen yhtyeen maailmanlaajuinen fanikollektiivi One in an Army käynnisti oman lahjoituskeräyksensä ja keräsi vuorokaudessa yli miljoona dollaria samalle taholle. (Typpö 2020)

2.3 K-pop

K-pop on lyhenne eteläkorealaisesta popmusiikista, jonka suosio on viime vuosikymmenen aikana kasvanut räjähdysmäisesti ympäri maailman. Ilmiön juuret ulottuvat 1990-luvun Etelä-Koreaan. Tällöin maan hallituksessa tehtiin päätös kehittää maan taloutta demokratian ja liberaalimpien vapaamarkkinoiden suuntaan ja lisätä kansallista kilpailukykyä globalisoituvassa maailmassa (Fuhr 2016, 133). Etelä-Koreasta ei juuri löydy taloudessa hyödynnettäviä luonnonvaroja, joten kansainvälisten markkinoiden vientituotteiksi alettiin valjastaa kulttuurin ja teknologian prosesseja (Fuhr 2016, 135; Lie 2015, 84). 1990-luvun puolivälissä populaarikulttuuriin keskittyneet yhtiöt alkoivat muotoilla koulutus- ja valmennusjärjestelmää, jonka keskiössä olisivat sen tuottamat idolitähdet (Fuhr 2016, 55). Eteläkorealaisen populaarikulttuurin vientiaallolle annettiin nimike ”Hallyu”, ”The Korean Wave”, eli vapaasti suomennettuna korealainen aalto. Maan hallitus tukee tätä ilmiötä edelleen ja hyödyntää sitä valtion brändäystarkoituksissa. Musiikki on vain yksi Hallyun formaateista – sen rinnalle kuuluvat myös TV-sarjat ja elokuvat. (Fuhr 2016, 7) 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä tämä kulttuurialto vei korealaiset draamasarjat läpi Aasian, ja 2010-luvulla K-pop otti aseman tärkeimpänä vientituotteena ilmiön edetessä yhä laajemmalle alueelle (Lie 2015, 3).

Etelä-Koreassa on miltei mahdotonta päästä valtavirran suosioon ilman sopimusta jonkin olemassa olevan viihdeyhtiön kanssa (Fuhr 2016, 80). Viihdemaailman tähdet, joista käytetään useimmiten sanaa idoli, ovat arvokkainta valuuttaa korealaisessa popkulttuurissa. Levy-yhtiöiden sijaan tähtiä hallinnoivat ja tuottavat eräänlaiset monialaiset, omanlaisensa yhtiöimagon omaavat kulttuuriyhtiöt, jotka linkittyvät toisiinsa ja tarjoavat monenlaista sisältöä. Johtavat yhtiöt, kuten SM Entertainment, HYBE, JYP Entertainment ja YG Entertainment, hallinnoivat suurta määrää kuuluisia artisteja ja tuottavat jatkuvasti hittikappaleita. (Fuhr 2016, 67) Käytännössä K-popin tuotantojärjestelmä toimii niin, että viihdeyhtiö tarjoaa taloudellista tukea ja ammatillisen valmennusympäristön tehdäkseen nuorista kyvyistä tähtiä, ja vastapainoksi se saa voittoja idoliensa erilaisista aktiviteeteista kuten musiikin

myynnistä, esiintymisistä ja mainoksista. Yhtiö hallinnoi pitkälti kaikkia tuotannon alueita ja prosesseja suunnittelusta ja tuottamisesta managerointiin ja materiaalin jakeluun. (Fuhr 2016, 70) K-pop on ollut riippuvainen kansainvälistymisestä, jonka kautta se on voinut luoda uusia verkostoja, suhteita ja yhteistyötä kaikkialla maailmassa (Fuhr 2016, 9). Yhtiöt palkkaavat artisteja ja ammattilaisia ympäri maailman tuottamaan kaikenlaista lyriikoiden kirjoittamisesta ja musiikin säveltämisestä koreografian tekemiseen ja puvustukseen (Lie 2015, 127).

Jotta tähteyteen pyrkivät nuoret erottuisivat ja menestyisivät muiden kilpailijoiden joukosta, heidän pitää olla kyvykkäitä mahdollisimman monella tavalla: laulajia, tanssijoita, näyttelijöitä, malleja ja tv-persoonia, mutta myös asiakaspalvelun nöyriä ammattilaisia fanejaan varten (Fuhr 2016, 71; Lie 2015, 124). Pyrkimyksenä on vedota heterogeeniseen ryhmään ihmisiä, joten K-pop-ryhmien jäsenistä ei myöskään muokata toistensa klooneja, on sitten kyse ulkonäöstä, laulutaidoista, henkilön fyysikasta tai kielitaidoista (Lie 2015, 122). Idoleista kootaan hyvin omanlaisiaan artistiryhmiä, vaikka ne saattavatkin tuoda mieleen länsimaiset tyttö- ja poikabändit (Fuhr 2016, 3).

1990-luvun lopulla korealaisessa populaarimusiikissa siirryttiin pois päin purkkapopista ja kohti eri genrejen (mm. dance popin, discon, hiphopin, rockin, teknon, soulin ja reggaen) fuusiota, jonka mukana tuli sivistyneempi koreografointi ja visualisointi (Lie 2015, 100; Fuhr 2016, 82). Nykyään K-pop lainaa paljon popkulttuurin vaikutteita ympäri maailmaa – erityisesti USA:sta, Euroopasta ja Japanista. Nämä vaikutteet yhdistellään uudella ja mielikuvituksellisella tavalla, joka tekee K-popista erityisen kokonaisuuden mukaansa tempaavaa musiikkia, visuaalisia elementtejä, eri kielisiä lyriikoita, tanssia ja muotia. (Fuhr 2016, 10) Tyyllisuuntauksia vaihdellaan todella nopeaan tahtiin (Lie 2015, 103), ja kappaleissa tavoitellaan niin tuttuutta ja saavutettavuutta kuin myös ennenkuulumattomia yhdistelmiäkin (Fuhr 2016, 81). Termiä ”K-pop” ei noin vain voikaan yksinkertaistaa musiikin tyyllilajiksi, sillä se sisältää kokonaisen kansainvälisten mielikuvien kartaston (Fuhr 2016, 61).

Estetiikan painotus tuotannossa on K-popia voimakkaasti leimaava piirre, ja tanssirutiinit ja lavakoreografiat ovat erottamaton osa K-popin kokonaisuutta (Fuhr 2016, 9; 82). Musiikkivideoissa yhdistetään uusinta tekniikkaa ja trendejä elokuvataiteen maailmasta, ja pukeutuminen heijastelee usein kaikkein tuoreimpia muotisuuntauksia (Lie 2015, 98).

K-pop-artistien ja -ryhmien nimissä hyötykäytetään paljon nimikirjaimia, lyhenteitä, numeroita, symboleita, sanaleikkejä ja erilaisia kaksoismerkityksiä. Myös englannin käyttäminen on olennainen osa kappaleiden nimiä ja lyriikoita. Näiden tekniikoiden tarkoitus on luoda helpommin ymmärrettäviä merkityksiä niille, jotka eivät osaa koreaa, viestiä korealaiselle yleisölle kansainvälisyyttä sekä tuoda yhteenkuuluvuutta korealaisten artistien ja kansainvälisten fanien välille. (Fuhr 2016; 62-63, 66)

Globaalilla tasolla K-pop edustaa faneihin perustuvia, uusien digitaalisten mediatahojen ohjaamia kansainvälisiä nuoriso- ja fanikulttuurien virtoja, jotka ylittävät kulttuuriset ja kielelliset rajat (Yoon 2018, 176-177). K-popin maailmaan päädytään lähes poikkeuksetta internetin kautta (Fuhr 2016, 5), ja sen markkinointi on painotettu vahvasti varsinkin videopalvelu YouTubeen (Lie 2015, 128). K-popin vahva läsnäolo sosiaalisessa mediassa on ollut erityisen merkittävä osatekijä siinä, että faneille on tarjoutunut vapaa pääsy K-pop-sisältöön. Yoon käyttää esimerkkinä tutkimusta, jonka tulosten perusteella fanit tavallisimmin tulivat tietoisiksi K-popista ystäviensä ja/tai sosiaalisen median kautta. Musiikkivideot, joita linkitettiin ympäri somea, saivat ihmiset kiinnostumaan. Somen teknologinen arkkitehtuuri salli nuorten navigoida eri genrejen musiikin, videoiden ja esitysten läpi. (2018, 181)

Vaikka K-pop sisältää ilmiselviä kielellisiä, maantieteellisiä ja kulttuurellisia rajoittavia ominaisuuksia, kun se leviää länsimaihin, nimenomaan näiden rajojen ylittäminen fanikäännösten, sosiaalisen median tarjoaman informaation ja K-popin monimediallisten ominaisuuksien kautta voi muodostaa erityisen voimakkaita tunneyhteyksiä fanin ja fanituksen kohteen välillä ja lisätä fanikulttuuriin osallistumisen ja investoitumisen kokemuksia (Yoon 2018, 181). K-popille on tyypillistä osallistaa faneja laajasti digitaalisen median kautta (Fuhr

2016, 10). Vaikka englanninkielisiä tekstityksiä ei aina olisikaan videomateriaaleissa tarjolla, fanit imeytyvät mukaan tunnelmaan, rytmeihin ja tunteisiin, jotka K-pop-tuotannoista välittyvät ilman lyriikoiden väliintuloa. Kielimuuri saattaa antaa kansainvälisille faneille mahdollisuuden tulkita K-pop-tekstejä eri tavoin ja näin lisätä materiaalin monimerkityksellisyyttä. (Yoon 2018, 182) K-pop on myös herättänyt monissa myös laajempaa kiinnostusta Etelä-Koreaan, kuten kielen tai kulttuurin opiskeluun (Fuhr 2016, 5).

K-pop-fanikulttuuriin osallistumiseen kuuluvat sosiaalisen median palvelujen myös useat eri tyyppiset verkkosivustot. On englanniksi toimivia vapaaehtoisten ylläpitämiä uutis- ja artikkelisivustoja, sivustoja, joilta voi ostaa ja ladata musiikkia, ja kansainvälisiä faniblogeja, keskustelufoorumeita sekä korealaisten artistien omia virallisia faniklubisivustoja, joita kutsutaan Fan Cafeiksi ja joihin maksetaan jäsenyysmaksua. (Fuhr 2016, 23)

Koska K-pop on huomattavan visuaalinen ilmiö, musiikkivideot ovat genren keskeisimpiä sisällönvälittämisen keinoja (Fuhr 2016, 108). Merkittävä visuaalinen elementti ovat myös tanssikoreografiat, joihin pyritään liittämään liikkeitä, jotka ovat fanienkin opittavissa. Fanit ovatkin toden teolla tarttuneet koreografioiden opetteluun, mikä näkyy fanien sosiaaliseen mediaan lataamissa videoissa. (Fuhr 2016, 109) Myös kappaleiden tanssikoreografioiden coveroinnin voi nähdä merkittävänä tapana kiertää kielimuuri (Fuhr 2016, 112). Yksi erityisesti K-popissa nähty fanituksen muoto on ”dance flash mob”. Se on nopeasti koottu ja kokoutuva ryhmä ihmisiä, jotka tanssivat yhdessä musiikin mukana, eivätkä he entuudestaan muodosta mitään pysyvää ryhmittymää. Ainoa yhdistävä tekijä voi olla kiinnostus samaan musiikkiin ja tanssikoreografioihin. Näistä kuvataan videoita muille jaettavaksi sosiaalisessa mediassa ja pyritään kiinnittämään huomiota myös itse K-pop-artisteissa ja heidän yhtiöissään. (Fuhr 2016, 5)

Tänä päivänä Hallyu on valtava osa Etelä-Korean taloutta. Korealainen aalto on leimannut valtion popkulttuurin eri muotojen ja tuotteiden vientimaaksi (Fuhr 2016, 7). K-pop myös edustaa näkemystä siitä, mitä kansainvälistynyt, moderni popkulttuuri tarkoittaa Etelä-Koreassa (Fuhr 2016,3). Vuonna 2012 PSY ja

hänen kappaleensa Gangnam Style saavuttivat valtavan suosion koko maailmassa. Kappaleen musiikkivideo oli ensimmäinen, joka rikkoi videopalvelu YouTubessa miljardin katsomiskerran rajan. (Fuhr 2016, 233) PSY ei edusta sitä kuvaa, jonka K-popista yleisesti ottaen saa – hän ei ole täydellisen näköinen nuori, joka olisi käynyt läpi viihdeyhtiön koulutusohjelman, ja Gangnam Stylen lyriikat lähinnä nauravat rikkaille korealaisille – mutta hänen hittinsä kiinnitti kansainvälisen yleisön huomion juuri sellaisilla elementeillä, joista K-pop tunnustetaan: englanninkieliset lausahdukset ja helppo, tunnustettava tanssikoreografia (Fuhr 2016, 237-238). Vuonna 2020 seitsenhenkisen poppyhtye BTS ylsi merkittävä yhdysvaltalaisen Billboard-singlelistan ensimmäiselle sijalle ensimmäisenä eteläkorealaisena artistina koskaan – joskin tähän mennessä yhtyeen albumeista kolme oli jo ollut USA:n albumilistan ykkösenä (Typpö 2020). Tämän jälkeen K-pop-yhtyeiden kansainvälinen menestys on vain kasvanut. Suomen virallisille äänitemyynti- ja musiikkipalvelulistoille viimeisen viiden vuoden aikana yltäneitä K-Pop -artisteja ovat ainakin aespa, ATEEZ, BLACKPINK, BTS, Dreamcatcher, ENHYPEN, EXO, (G)-IDLE, ITZY, LOONA, NCT, NCT 127, NCT DREAM, Red Velvet, SEVENTEEN, Stray Kids ja TWICE (IFPI Finland ry 2023).

2.4 Yleisten kirjastojen fanikulttuuritarjonta

Mitä yleinen kirjasto sitten tarjoaa fanikulttuuriharrastajille? Selkein vastaus ovat perinteiset aineistot, kuten kirjat, elokuvat ja musiikki. Kirjastosta voi löytää omaan fanituksen kohteeseen liittyvää lainattavaa materiaalia joko fyysisessä tai sähköisessä muodossa. Kirjastossa voidaan järjestää myös fanikulttuuriin tiiviisti sitoutuvia tapahtumia, joista hyvä esimerkki ovat paljon suosiota saavuttaneet Harry Potter- ja Soturikissa-teemaiset tapahtumat (Lappeenranta 2023; Loimaa 2023; Hausjärvi 2023; Mäkinen-Önsoy 2023; Pori 2023; Helsingin Uutiset 2022) tai vaikkapa teemallisesti harvinaisempi Tolkien-tapahtuma (Helmet 2022). Tapahtumia saatetaan järjestää myös yhteistyössä fanien tai muiden kirjaston ulkopuolisten toimijoiden kanssa, kuten esimerkiksi animen, mangan, K-popin ja pelien harrastaja- ja fanitapahtuma Kibecon Espoossa

(Kibecon 2023). Kirjastot voivat myös tarjota tilojaan ulkopuolisten toimijoiden käyttöön ilman muuta osallisuutta tapahtuman vetämiseen. Aivan kirjaston jokapäiväisistä tehtävistä fanittamisharrastuksen tueksi suuntautuvaksi palveluksi voidaan ajatella myös tiedonhankintaan tarjottu apu, mahdollisuus päästä internetiin sekä varsinaisiin tapahtumiin liittymättömänä kohtaustapaikkana toimiminen.

Kirjastot.fi-palvelu tarjoaa erityisesti kirjastoammattilaisille suunnatun tapahtuma- ja ideapankin erilaisten ohjelmien järjestämiseen. Valikoimassa on paljon erilaisia fanikulttuuriin suoraan liittyviä tai siihen sovellettavissa olevia materiaalipaketteja. (Kirjastot.fi 2023)

Lukulux-käsikirja tarjoaa tietoa lukutaidosta sekä ohjeita niille, jotka pyrkivät edistämään nuorten aikuisten lukutaitoa. Sivustolla esitellään kuitenkin myös mielenkiintolähtöisten kirjastopalvelujen kehittämistä. Sen periaatteena on perehtyä asiakaskohderyhmään ja tehdä sen kanssa yhteistyötä palvelujen kehittämiseksi. Painotus ei ole vain lukutaidon kehittämisessä, vaan pohjimmiltaan siinä, miten kohderyhmä saadaan kirjaston palvelujen pariin. (Herala ym. 2021a) Esimerkiksi eri fanikulttuuriryhmillä on selkeä mielenkiinnon kohteensa, jonka kautta kirjastoon voisi saada muuten vaikeasti tavoitettavia asiakasryhmiä. Lukulux-sivustolla ohjeistetaan myös ideapajoihin, joiden kautta palvelua kehittävää tahoja edustavat ohjaajat sekä kohderyhmän edustajat voivat tutustua ja ideoida palveluita kohderyhmän mielenkiintojen ja tarpeiden kautta (Herala ym. 2021b).

3 Tiedonkeruu ja tutkimusmenetelmät

3.1 Tiedonkeruu

Tein kyselyn (Liite 1) Webropol Survey & Reporting -sovelluksen kautta.

Tiesin voivani saavuttaa tähän tiettyyn kohderyhmään sopivia henkilöitä oman harrastukseni, eli K-pop-tanssiryhmän, kautta. Olen ollut mukana tanssiryhmässä sekä Tampereella että Turussa, joten koin tämän olevan hyvä mahdollisuus saada vastauksia molempien kaupunkien kohdalta.

Päätin viikon olevan sopivan mittainen vastausaika, sillä en tavoitellut suurta määrää vastauksia, ja totesin voivani tavoittaa vastaajaryhmän nopeasti sähköisten viestintäpalveluiden kautta.

Jaoin kyselylinkin KCLUB Turku- ja KCLUB Tampere -Facebook-ryhmien kautta sekä KCLUB Turun WhatsApp-keskusteluryhmän kautta marraskuussa 2019. Kyseessä on nuorten ja nuorten aikuisten tanssiryhmämuoto, jossa osallistujat kokoontuvat viikottain opettamaan toinen toisilleen korealaisten popmusiikkikappaleiden tanssikoreografioita yhteisvaroin vuokratussa tanssisalissa. Koska ryhmien viestintä hoidettiin pääasiassa näiden sosiaalisten medioiden kautta, oli saavutettavuuden kannalta tarkoituksenmukaista jakaa kysely samaa reittiä käyttäen. Pyysin myös itselleni tuttua KCLUB Tampere -ryhmään kuulunutta henkilöä pyytämään erikseen kyseisen paikkakunnan harrastajia vastaamaan kyselyyni.

Saate, jonka kirjoitin samaan viestiin, jossa jaoin kyselylinkin, oli lyhyempi ja hieman rennompia versio saatteesta, joka on kyselyn alussa (kts. Liite 1). Saatteessa esittelin itseni ja tutkimustehtäväni. Kerroin kyselyyn vastaamisen tapahtuvan anonymisti ja sen, ettei vastauksia käytettäisi muussa yhteydessä kuin opinnäytetyössäni. Tarkensin myös kyselyn olevan nimenomaan 18-29-vuotiaille ryhmän jäsenille.

Kyselyssä oli sekä monivalinta- että avoimia kysymyksiä. Taustatietojen jälkeen esitin kysymyksen kyseessä olevan fanikulttuuriharrastuksen toteuttamisen

tavoista. Tämän kysymyksen tarkoituksena on valottaa nykyaikaisen fanikulttuuriharrastuksen sisältöä niille, jotka eivät ole siihen tutustuneet. Koostin vastausvaihtoehdot oman harrastuskokemukseni pohjalta, mutta tarjosin myös vaihtoehdon vastaajille kertoa, jos heillä olisi jokin harrastamisen tapa valmiiden vaihtoehtojen ulkopuolelta.

Kyselyn laajin osio koski vastaajien suhdetta yleiseen kirjastoon sekä kirjastopalvelujen fanikulttuurisidonnaisiin palveluihin. Selvitin vastaajien yleistä kirjastonkäyttöä sekä sitä, ovatko he tietoisia mistään kirjastonsa tarjoamista fanikulttuuriin liittyvistä palveluista, ja kiinnostaisiko heitä osallistua tällaiseen ohjelmistoon tai olla mukana järjestämässä sellaista. Tarjosin avoimen vastausvaihtoehdon perustelulle, jos vastaaja ei ollut kiinnostunut olemaan mukana edellä mainitun kaltaisessa toiminnassa. Kaikki vastaajat saivat myös tarjota vapaasti ideoita sellaiselle K-pop-ohjelmalle, josta he itse olisivat kiinnostuneita. Viimeisenä kysymyksenä tiedustelin, millaisia kanavia pitkin kirjaston kannattaisi tiedottaa ohjelmasta, jotta se saavuttaisi kohderyhmänsä parhaiten.

3.2 Tutkimus- ja analyysimenetelmät

Käytin opinnäytetyössäni suurelta osin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Se sopii parhaiten tilanteisiin, joissa ilmiöstä halutaan hyvää kuvausta ja syvällistä näkemystä eikä ilmiöstä ole spesifiä teoriaa ja tutkimusta, eikä menetelmällä ole tarkoitus tehdä laajaa yleistystä, vaan tutkia perusteellisesti tutkimuksen kohdetapauksiin päteviä tuloksia (Kananen 2014, 17). Tekemäni kyselyn vastaajien taustatietoja koskevien tulosten tarkasteluun käytin myös kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää.

Laadullisessa tutkimuksessa analyysi on haastavaa, sillä vaihtoehtoja on paljon, eikä tiukkoja sääntöjä ole samalla tavalla kuin määrällisessä tutkimuksessa. Tarkastelin analyysivaiheessa kyselyaineistoa ymmärtämiseen pyrkivällä tavalla tehdäkseen siitä mahdollisimman hyviä päätelmiä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 219)

Kokonaisuudessaan hyödynsin opinnäytetyössäni siis triangulaatiota, ns. mixed-tutkimus-strategiaa. Triangulaatio on monimenetelmäinen tutkimusasetelma, jossa käytetään eri analyysimenetelmiä, lähestymistapoja sekä tiedonkeruumenetelmiä (Kananen 2014, 17). Asetelma oli tässä työssä eduksi, koska ilmiö olisi monitahoisuudessaan ollut muuten vaikea avata haluamallani tavallani.

4 Kyselyn tulokset

4.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyn vastaajille määrittelemäni ikäjakauma oli 18-29 vuotta, jota yleisesti käytetään nuorten aikuisten ikäjaotteluna. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma oli 18-27 vuotta, ja vastaajien ikäkeskiarvoksi tuli 22,05 vuotta.

Alun perin vastaajia oli 21, mutta yksi vastaaja ilmoitti olevansa 17-vuotias. Tein päätöksen jättää hänen vastauksensa pois lopullisista opinnäytetyössäni käyttämästäni kyselyyn tulleista vastauksista aiemmin määrittelemäni ikäjakauman vuoksi.

Selvä enemmistö vastaajista ilmoitti sukupuolekseen naisen. Loput vastaajista jakautuivat tasan miehiin ja muunsukupuolisiin.

Vastaajista kymmenen asui Tampereella ja kymmenen Turussa.

Koska opinnäytetyöni kyselyn kohderyhmä on pieni, ei ole tarkoituksenmukaista tehdä tuloksista yleistyksiä iän, sukupuolijakauman tai asuinpaikan perusteella. Kokonaiskuvan vuoksi mainittakoon kuitenkin, että iän suhteen tulokset ovat varsin tasaisesti jakautuneita, on sitten kyseessä alle 20-vuotias tai lähes 30-vuotias fani. Myös sukupuolijakauma toistuu tuloksissa tasaisena, eikä paikkakunta-kohtaisestikaan ollut mitään mainittavia eroja.

4.2 Faniuden toteuttamisen tavat

Suosituimpia harrasteita olivat musiikin kuuntelu ja videoiden katselu – kaikki vastaajat ilmoittivat näiden kuuluvan omiin tapoihinsa toteuttaa faniuttaan. Kolmanneksi eniten (17 vastaajaa) kertoi seuraavansa sosiaalisen median kautta erilaisia K-popiin liittyviä tahoja. Näitä ovat esimerkiksi yhtyeiden, yksittäisten artistien ja populaarikulttuuria tuottavien eteläkorealaisten yhtiöiden sekä fanien ylläpitämät Instagram-, Facebook- ja Twitter-sivut.

Yli kaksi kolmasosaa vastaajista kertoi opettelevansa K-pop-tansseja yksin, ryhmässä tai kummallakin tavalla. Nämä olivat odotettavissa suosituiksi vaihtoehtoiksi, sillä kysely oli kohdistettu nimenomaan K-pop-tanssiryhmän osallistujille. Yhtä suosittua oli myös K-pop-keikoille osallistuminen.

12 vastaajaa lukee muita K-popiin liittyviä verkkosivustoja, kuten KoMEa ja Soompia. Nämä ovat usein vapaaehtoisten fanien ylläpitämiä kansainvälisiä sivustoja, joiden sisältö koostuu muun muassa tulevien ja uusien korealaisen popkulttuurin julkaisujen sekä idolien tekemisten uutisoinnista. Saman verran vastaajista kertoi ostavansa K-pop-artistien levyjä ja/tai livetallenteita. Tämä sisältää ajatuksen niin fyysisistä levyistä kuin sähköisistäkin ostoista.

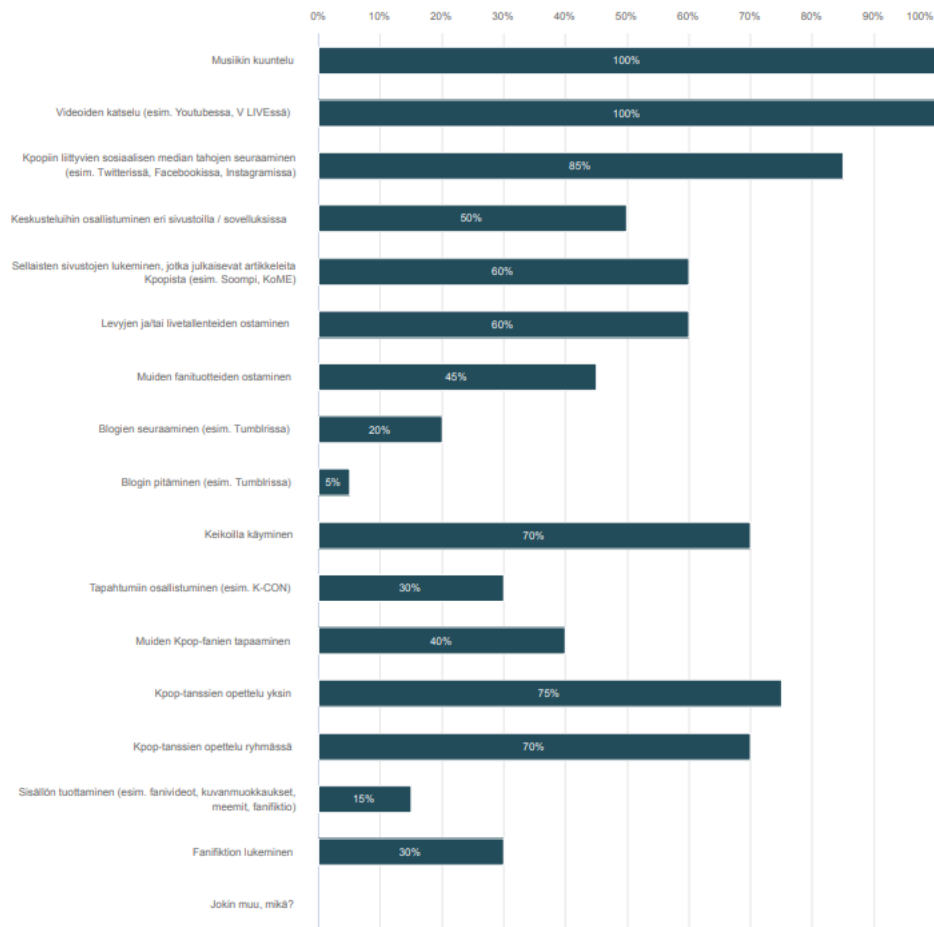
Puolet vastaajista osallistuu K-popia koskeviin keskusteluihin eri sivustoilla tai sovelluksissa. Lähes yhtä moni ostaa muita K-pop-fanituotteita – tähän voi mieltää esimerkiksi fanipaidat, kuvakortit, julisteet, pehmolelut ja avaimenperät, joita on saatavilla niin artistien virallisina kuin fanien tekeminäkin versioina. Kahdeksan vastaajaa kertoi tapaavansa muita K-pop-faneja.

Jossain määrin harvinaisempiin fanituksen muotoihin kyselyn perusteella kuuluivat muihin tapahtumiin (esimerkiksi K-CON) osallistuminen ja fanifiktion lukeminen (kuusi vastaajaa), blogien seuraaminen esimerkiksi Tumblr-sovelluksessa (neljä vastaajaa), sisällön tuottaminen esimerkiksi fanivideoiden tai -fiktion, kuvanmuokkausten tai meemien muodossa (kolme vastaajaa) sekä blogin ylläpitäminen esimerkiksi Tumblr-sovelluksessa (yksi vastaaja).

4. Millä tavoin toteutat Kpop-harrastustasi?

Voit valita kaikki sopivat vaihtoehdot.

Vastaajien määrä: 20 , valittujen vastausten lukumäärä: 171



Kuvio 1. Miten toteutat K-pop-harrastustasi? -kysymyksen vastausjakauma.

Jätin myös mahdollisuuden kuvailla muita fanittamisen tapoja avoimen vastausvaihtoehdon kautta, mutta yksikään vastaajista ei lisännyt tähän mitään.

4.3 Kirjaston palvelut fanien näkökulmasta

Tässä osiossa selvitin vastaajien kirjaston käytön aktiivisuutta sekä kiinnostusta kirjastopalveluihin heidän fanikulttuuriharrastuksensa näkökulmasta. Pysin tutkimaan sitä, miten tavallinen kirjaston käyttäjä hahmottaa olemassa olevia palveluja tai niiden mahdollisuuksia liittyen omaan fanitukseensa, ja millaisia toiveita ja ideoita heillä voisi palvelujen suhteen olla. Kysyin myös, miten

vastaajien mielestä kirjaston kannattaisi tiedottaa mahdollisista tapahtumista tai muusta ohjelmistosta, jotta tieto saavuttaisi kohdeyleisön parhaiten. Tämän osion vastauksista voi olla hyötyä kirjastoammattilaisille faniyhteisöjen ymmärtämisessä kohderyhmänä sekä faneille suunnattujen palvelujen kehittämisessä.

Kyselyn vastaajista 11 kertoi käyttävänsä kaupunkinsa kirjastopalveluja, kun taas yhdeksän vastasi kieltävästi.

Käytin tietoisesti kysymyksessä 6 sanaa ”mahdollisuus”, jotta se voisi sisällyttää minkä tahansa faniuteen liittyvän palvelun aina kirjoista ja levyistä tapahtumiin sekä erilaisten tilojen hyödyntämiseen. Halusin myös välttää valmiiden ajatusten syöttämistä kyselyyn osallistuville. Varsin suuri osa vastaajista, 14 vastaajaa, ei osannut sanoa, mitä fanikulttuuriharrastamiseen liittyviä mahdollisuuksia yleinen kirjasto tarjoaa, eikä ollut myöskään hyödyntänyt niitä. Neljä vastaajaa oli tietoisia eri mahdollisuuksista, mutta he eivät olleet koskaan hyödyntäneet niitä. Vain kaksi vastaajaa kahdestakymmenestä oli hyödyntänyt kirjastoa jollain tavalla fanikulttuuriharrastuksessaan.

14 vastaajaa olisi valmiita osallistumaan kirjastossa johonkin sellaiseen ohjelmistoon, joka liittyisi heidän K-pop-harrastukseensa. Kahdeksan heistä voisi olla myös mukana järjestämässä tällaista ohjelmaa. Sen sijaan kuusi vastaajista ei ollut kiinnostunut osallistumaan mainitun kaltaiseen ohjelmaan eikä myöskään haluaisi järjestää sellaista.

Viisi kuudesta vastaajasta, jotka eivät kokeneet halua osallistua tai järjestää kirjastoympäristössä K-popiin liittyvää ohjelmistoa, ei ollut tietoisia kirjaston fanikulttuuriin liittyvistä mahdollisuuksista eivätkä he näin ollen olleet myöskään hyödyntäneet niitä. Neljä näistä kuudesta kuitenkin käyttää kaupunkinsa kirjastopalveluja muihin tarkoituksiin.

Kahdella osallistujista, jotka eivät halunneet osallistua tai järjestää mainitun kaltaista ohjelmistoa, syy tähän vastaukseen on yksinkertaisen henkilökohtainen. Toinen ei koe, että hänellä olisi aikaa tai kiinnostustakaan lisätä K-pop-harrastuksensa määrää, ja toinen ilmaisee, että hänelle riittää, mitä

hänellä jo on. Sen sijaan muilla vastaajilla syy liittyi piirteisiin, jotka he kokevat K-pop-fanikulttuuriin kuuluviksi.

Yksi vastaaja, ainoa, joka oli tietoinen kirjaston fanikulttuuriharrastamiseen liittyvistä mahdollisuuksista, muttei ollut hyödyntänyt niitä, kuvasi K-pop-fanikulttuurin olevan ”liian usein kilpailuhenkinen ja hyvin vinoutunut”. Hän ei koe tarvetta tutustua muihin faneihin.

Kaksi vastaajista mainitsee syyksi muun muassa muiden fanittajien iän. Ensimmäinen, yksi kyselyn vanhimmista vastaajista, ilmaisee, että hän on ”lähes poikkeuksetta” kohdannut kaikkialla muualla paitsi konserteissa ulkomailla tavannut vain alle 23-vuotiaita faneja. ”Olen aika vanha”, hän toteaa, ”minulla elämäntilanne ja intressit eri”. Toinen, yksi kyselyn nuorimmista vastaajista, kokee, että luultavasti kirjaston mahdollisen K-pop-ohjelmiston ”kohdeyleisönä olisi itseäni reilusti nuorempaa porukkaa, jolloin mukaan meneminen olisi hieman epämukavaa”.

Eräs vastaajista ei pidä fanifiktion kirjoittamisesta fanien harrastuksena, vaan kokee sen olevan epäkunnioittavaa ja ”todella inhottavaa” K-pop-artisteja kohtaan. Hän kokee itselleen ongelmallisena sen, että samoissa tapahtumissa, joihin hän osallistuisi, saattaisi olla fanifiktion harrastajia.

Yksi vastaajista myös pohtii, ettei osaa kuvitella sellaista ohjelmaa, joka häntä kiinnostaisi.

Kuusi vastaajaa antoi avoimen kysymyksen kautta esimerkkejä (K-popiin liittyvästä) fanikulttuuriohjelmasta, jollaiseen heitä voisi kiinnostaa osallistua. Tanssiminen opetustunnin tai jopa kurssin muodossa sai kaksi ehdotusta. Korean kielen opiskelu kiinnostaisi myöskin kahta. Syvemmät katsaukset / luennot K-popista, sen vaikutuksesta kulttuuriin sekä Etelä-Korean sisäiset fanikulttuuriaiheet saivat myöskin mainintansa. Eri K-pop-artistien esittelytilaisuus olisi erään vastaajan mielestä mahdollisesti hyödyllinen niille faneille, jotka ”haluaisivat tutustua yhdessä muiden mahdollisten fanien kanssa johonkin heille uuteen (tai miksei vanhaankin) ryhmään”. Yksi vastaajista mainitsee myös ”erilaiset tapaamiset”. Tällä vastaaja voisi mahdollisesti

tarkoittaa esimerkiksi fanien vapaamuotoisempia tapaamisia, jossa voisi tutustua uusiin ihmisiin ja jakaa faniuttaan muiden kanssa. Myös K-pop Flea Market (eli K-pop-aiheisten tavaroiden kirpputori) sai yhden maininnan.

Yhtä vastaajaa lukuun ottamatta oltiin yhtä mieltä siitä, että K-popiin liittyvästä tapahtumasta tai muusta ohjelmasta kannattaisi tiedottaa K-popiin liittyvissä sosiaalisen median ryhmissä (esimerkiksi Facebookissa toimiva Kpop Finland).

Reilu puolet vastaajista kannatti tiedottamista kirjaston omien verkkosivujen ja sosiaalisen median kautta. Heistä viisi kertoi myös käyttävänsä kaupungin kirjastopalveluja, joten he todennäköisemmin seuraavat muutenkin kirjaston verkkotiedotusta.

Samoin puolet vastaajista piti hyvänä sitä, että paikallisia K-pop-faneja voisi pyytää tiedottamaan tapahtumasta/ohjelmasta. Näin vastanneet olivat lähes poikkeuksetta aktiivisia sosiaalisissa, kasvokkain tapahtuvissa faniharrasteissa, kuten konserteissa käyminen, muihin K-pop-tapahtumiin osallistuminen sekä muiden fanien tapaaminen muutenkin.

Avoimeen kysymykseen tuli kaksi vaihtoehtoa. Toisessa ehdotettiin tiedottamista paikallisten (K-pop-)tanssiryhmien kautta, ja toisessa ”yleisesti Internetissä promoamista” sekä mahdollista flyeria.

5 Pohdinta

Työni tavoitteena oli selvittää, millaisia käsityksiä ja mielipiteitä 18-29-vuotiailla K-pop-faneilla on yleisen kirjaston fanikulttuureihin liittyvistä palveluista. Tarkoitukseni oli myös tarjota kirjastoissa työskenteleville apua fanikulttuuri-ilmiöiden monitahoisuuden ja toimintatapojen hahmottamiseen sekä fanien kohderyhmän huomioon ottamiseen. Mielestäni saavutin nämä tavoitteet kohtuullisen hyvin.

Opinnäytetyöni tekeminen asettui keskelle koronapandemian aikaa, mikä luonnollisesti vaikutti kokonaisuusprosessiin. Tein kyselyaineiston ennen pandemian alkua loppuvuodesta 2019, mutta ajanjakso ymmärrettävästi vaikutti jokaisen elämään, myös harrastustoimintaan. Kyselyni kohteina olleista tanssiryhmistä vain toinen on säilynyt aktiivisena. Pandemia vaikutti myös yleisten kirjastojen toimintaan, eikä esimerkiksi tapahtumatoimintojen aktiivisuus ole vielä palautunut pandemiaa edeltäviin lukemiin. Nousua kaikissa keskeisissä kirjaston käytön mittareissa on kuitenkin nähtävissä. (Aluehallintovirasto 2023) Omaan työskentelyyni pandemia vaikutti myös suuresti.

Kyselyvastausten perusteella vaikuttaa mielestäni todennäköiseltä, että on paljon faneja, jotka eivät tiedosta, mitä kaikkia palvelumahdollisuuksia kirjasto voi heidän fanikulttuuriharrastukseensa liittyen tarjota. Voisi olla hyvä pohtia, millä tavoin tietoisuutta palvelujen valikoimasta voisi laajentaa. Auttaisiko erilainen tiedottaminen kirjaston palvelutarjonnasta, tai kenties yhteistyö sellaisten tahojen kanssa, jotka voisivat tavoittaa laajemman kohderyhmän?

Kyselyni kahdestakymmenestä vastaajasta 14 olisi valmis osallistumaan K-popiin liittyvään kirjaston järjestämään tai kirjastossa järjestettyyn ohjelmaan, mikä on mielestäni huomioitava määrä ja kertoo faneille kohdistetun ohjelman kannattavuudesta. Kahdeksan vastaajaa ilmaisi myös kiinnostusta olla mukana järjestämässä ohjelmaa, joka mielestäni osoittaa, että faneista voisi hyvinkin löytyä esimerkiksi yhteistyökumppaneita järjestämään erilaista ohjelmistoa tai

tapahtumia kirjaston työntekijöiden kanssa, tai he voisivat olla potentiaalisia tilavuokraajia tai ilmaisten tilojen hyödyntäjiä.

Kaikilla ei ole varaa osallistua faniuden rahaa vaativiin puoliin, esimerkiksi K-popin kohdalla levyjen ja fanituotteiden keräilyyn tai konserteissa käymiseen. Yleisten kirjastojen maksuttomat palvelut ja matala kynnys ovat erinomainen vastapaino kulutuskulttuurille. Niiden kautta voisi tarjota faneille mahdollisuuden osallistua johonkin omaan kiinnostuksenkohteeseensa liittyvään ilman taloudellista huolta.

Kielteisesti suhtautuminen kirjaston fanikulttuuriin kytkeytyviin mahdollisuuksiin tuntui joko ajan tai kiinnostuksen puutteelta tai yksittäisiltä henkilökohtaisilta syiltä, jollaisia onnistunut ohjelmajärjestäminen voisi muuttaakin. On väärin olettaa, että kaikki olisivat valmiita osallistumaan johonkin täysin uuteen, jota mahdollisesti järjestetään ensimmäistä kertaa. Negatiivinen suhtautuminen voisi kuitenkin muuttua, jos esimerkiksi kuulisi positiivisia kommentteja muilta osallistujilta. Osallistumisen kautta taas voisi syntyä kiinnostusta ja itseluottamusta jonkinlaisen ohjelman tai tapahtuman järjestämiseen.

Jos kysymyksessä esiin tuotu aihepiiri on uusi eivätkä kirjastojen tarjoamat palvelumahdollisuudet ole tuttuja, voi olla vaikea keksiä esimerkkejä sellaisesta, mikä voisi olla kirjastolle mahdollista. Tästä syystä en odottanut paljoakaan vastauksia, kun esitin kyselyssä kysymyksen siitä, mitä mahdollinen K-popiin liittyvä ohjelmisto kirjastolla voisi olla. Koska teetin kyselyn tanssiryhmän jäsenille, ei ole ihme, että jonkinlainen tanssiin liittyvä toiminta oli yksi tähän kysymykseen esitetyistä vastauksista. Tanssiohjelmisto on varmasti jotain, joka jakaa mielipiteitä kirjaston työntekijöiden ja asiakkaiden piirissä, sillä siitä aiheutuu väkisin jonkinlaista ääntä tai jopa meluhaittaa. Sen sijaan kirjastot ovat tunnettuja opiskelun tukemisesta sekä kielellisistä materiaaleista, joten jonkinlaisen kielikurssin ehdotus ei myöskään ollut itselleni yllättävä vaihtoehto. Se sopii myös paremmin sellaisten rauhallisempien, luentomaisten ohjelmien joukkoon, joita kirjastoissa jo paljon järjestetäänkin. Samaa kategoriaan lukeutuvat syvemmät katsaukset / luennot K-popista, sen vaikutuksesta kulttuuriin sekä Etelä-Korean sisäiset fanikulttuuriaiheet, jotka myös mainittiin

kyselyvastauksissa. Aktiivisuudeltaan ja äänitasoltaan tanssituntien ja luentojen väliin asettuisivat eri K-pop-ryhmien esittely, ”erilaiset tapaamiset” sekä K-pop-kirpputori.

Työni painotus oli alkujaankin muissa palveluissa kuin kirjaston perinteisessä lainattavassa aineistossa. Tämä oli mielestäni oikea suuntaus, sillä myöskään kyselyyn vastaajilta ei tullut laina-aineistoon liittyviä mainintoja. Lisäksi kyselyyn vastanneiden fanien ylläpitämä tanssiryhmä on jo eräänlaista aktiivista tapahtumatoimintaa, ja sen toteuttamistapa on vapaaehtoisuuteen pohjautuva ja varsin osallistava, koska he opettavat tansseja toisilleen. Tällä tavalla määrittäviin ohjelmavaihtoehtoihin kyselyn ideointi- ja kiinnostuspuoleen liittyvät vastauksetkin osoittavat.

Tiedustellessani sopivia tiedotuskanavia kirjaston mahdollisista K-pop-ohjelmistoista asettamani vaihtoehdot saivat vastaajilta hyvän kannatuksen. Avoimia vastauksia tuli vain kahdelta henkilöltä. Tulkitsen tämän niin, että olin saanut vastaajien mielestä toimivimmat tiedottamisen ratkaisut asetettua valmiiksi vaihtoehdoiksi. Kahdessa avoimessa vastauksessa ehdotettiin tiedottamista paikallisten (K-pop-)tanssiryhmien kautta sekä ”yleisesti Internetissä promoamista” sekä mahdollista flyeria. Tanssiryhmien kautta tiedottamisen voisi laskea samaan kategoriaan kuin sen, että paikallisia faneja pyydetäisiin tiedottamaan tapahtumasta – yleensä tanssiryhmissä mukana olevat mieltävät itsensä on kuitenkin jonkin asteiseksi K-popin faneiksi. Koetin pohtia, mitä ”yleisesti internetissä promoamisella” tässä yhteydessä tarkoitetaan. Kenties tapahtumasta tehdyn sosiaalisen median mainoksen jakamista eteenpäin eri ihmisten toimesta omille käyttäjätileilleen sekä eri some-alustojen välillä? Flyer voisi olla vaikeampi kohdistaa niille, joita asia oikeasti kiinnostaisi, ja siinä otettaisiin riskinä paperimateriaalin turha käyttö hyötyyn verrattuna. Toki laajempi tiedon jakaminen voisi tavoittaa niitä henkilöitä, jotka eivät muuten ohjelman pariin päätyisi.

Omien havaintojeni ja kokemukseni mukaan fanikulttuuriohjelmistojen kohdistaminen alaikäisille on huomattavan yleistä. Mielestäni olisi tarpeen kiinnittää huomiota siihen, että järjestettäisiin enemmän fanikulttuuriohjelmistoa,

joka olisi suunnattu nimenomaan nuorille aikuisille tai kaikille täysi-ikäisille. Kenties fanikulttuuriohjelmistoa voisi onnistua järjestämään myös niin, ettei osallistumista korostettaisi tietyille ikäryhmälle, kun kyseessä olisi useampien ikäpolvien suosima ilmiö. Esimerkiksi Harry Potter -tapahtumat tuntuvat voimakkaasti lapsille ja nuorille kohdistetuilta, vaikka täysi-ikäisiä faneja on paljon.

Jos aloite tai toive tietynlaisesta ohjelmasta tulee ensin asiakkailta, se on kirjastoille helpompaa ja kannattavampaa, kuin lähteä järjestämään jotakin, jonka kiinnostavuudesta ei ole takeita. Tästä syystä olisi tärkeää levittää tehokkaasti tietoa kirjastosta mahdollisena tapahtumapaikkana erilaisille kulttuuririennoille. Onnistuneiden fanikulttuuriohjelmistojen syntyminen ja olemassaolo on kuitenkin kiinni molempien osapuolien aktiivisuudesta – kirjaston osalta avoimuudesta ja tiedottamisesta, fanien osalta halusta ideoida ja järjestää. Kummaltakin osapuolelta kaivataan myös halukkuutta ja kykyä yhteistyöhön.

Jatkotarkastelun mahdollisuuksia näen useissakin aihealueissa. Fanittamisen mediasidonnaisuuden ansiosta fanit usein oppivat tuntemaan median mekanismit erittäin hyvin. Omasta kiinnostuksen kohteesta halutaan paikkansa pitävää informaatiota, mikä puolestaan voi lisätä mediakriittisyyttä. Ihmiset myös oppivat helpommin asioita, kun niiden aihepiiri on itseä kiinnostava ja herättää halua tietää lisää. (MLL & Mediakasvatusseura 2011) Faniudessa voi siis nähdä yhteyksiä erilaisiin mediakasvatuksen osa-alueisiin, ja kirjastoilla puolestaan on oma luonnollinen vastuunsa nykyaikaisessa mediakasvatuksessa. Tämä kirjastoja ja faneja yhdistävä mediakasvatuslinkki voisi tarjota uusia tutkimusmahdollisuuksia. Myös yksittäisen fanikulttuuritapahtuman järjestämisen ja toteuttamisen tarkastelusta voisi olla suoraan käytäntöön sovellettavaa hyötyä. Sen pohjana voisi käyttää muunmuassa tietoja, joita tässä opinnäytetyössäni esitän. Lisäksi työstäni voisi saada taustoitusta esimerkiksi siihen, jos tarkasteltaisiin lähempää jonkin hyvin toisenlaisen fandomin, kuin K-pop, faneja ja heidän asiakkuuttaan yleisessä kirjastossa. Tästä voisi saada

laajempaa käsitystä faneista asiakasryhmänä ja myös tulosten vertailun mahdollisuuden.

Tekemäni kyselyn otanta on pieni, eikä siitä voi tehdä vahvoja yleistyksiä, mutta uskon, että siitä voi olla apua kirjastoalan ja miksei muidenkin kulttuurisidonnaisten alojen henkilöille fanien toiminnan ja yleisesti fanikulttuurien ymmärtämisessä sekä faneille suunnattujen palvelujen huomioimisessa. Fanikulttuurit ovat erottamaton osa kulttuuri-ilmiöiden värikästä valikoimaa, ja mitä muuta kirjasto pohjimmiltaan on, kuin nimenomaan kaikille avoin kulttuuripalvelu. Faneja ja fanikulttuureja ei tulisi sivuuttaa kirjasto- ja muiden kulttuuripalveluiden suunnittelussa, ja niihin tulisi suhtautua arvostavammin ottaen huomioon fanituksen vaikutukset yksilöissä, yhteisöissä ja yhteiskunnassa. Fanien huomioiminen voi parhaimmillaan tarjota mahdollisuuksia tavoittaa asiakasryhmiä, jotka eivät muuten hyödynnä kirjastopalveluja, tai jotka ovat enemmänkin syrjäytyneitä yhteiskunnasta.

Lähteet

Aluehallintovirasto. 2023. Kirjastot tukevat lasten ja nuorten lukutaitoa – vuoden 2022 tilastoissa lainausennätyksiä. Viitattu 26.11.2023. <https://avi.fi/tiedote/-/tiedote/69971933>

Bennett, L. 2014. Tracing Textual Poachers: Reflections on the development of fan studies and digital fandom. *The Journal of Fandom Studies*. Vol. 2, No 1, 5-20. Viitattu 5.9.2019. https://doi.org/10.1386/jfs.2.1.5_1

Busse, K. & Hellekson, K. 2006. Introduction: Work in Progress. Teoksessa Busse, K. & Hellekson, K. (toim.) *Fan fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*. New Essays. North Carolina: McFarland & Company Inc. Publishers, 5-32.

Coppa, F. 2014. Fuck Yeah, Fandom is Beautiful. *Journal of Fandom Studies*. Vol. 2, No 1, 73-82. Viitattu 20.4.2023. DOI:10.1386/jfs.2.1.73_1

Fuhr, M. 2016. *Globalization and Popular Music in South Korea*. Routledge Studies in Popular Music. New York: Taylor & Francis Group.

Gray, J.; Sandvoss C. & Lee Harrington C. 2017. Introduction. Teoksessa J. Gray, C. Sandvoss & C. Lee Harrington (toim.) *Fandom. Identities and Communities in a Mediated World*. Second Edition. New York: New York University Press, 1-26.

Haavisto, A. 2018. Tähtikultteja ja fanipuhetta: fanikulttuuri sosiaalisen median ajassa. *Musiikin suunta*, 40:2. Viitattu 5.9.2019. <http://musiikinsuunta.fi/2018/02/tahtikultteja-ja-fanipuhetta/>

Herala, M.; Kulmala, R. & Rajala, T. 2021a. Mielenkiintolähtöiset kirjastopalvelut. *Lukemattomat mahdollisuudet -hanke*. Viitattu 26.11.2023. <https://www.lukulux.fi/mielenkiintolahtoiset-kirjastopalvelut/>

Herala, M.; Kivijärvi, V.; Nieminen, S. & Salmela, S. 2021b. Mielenkiintolähtöinen työskentely. Mitä ideapajat ovat? *Lukemattomat mahdollisuudet -hanke*. Viitattu 26.11.2023. <https://www.lukulux.fi/lukuohjaus/mielenkiintolahtoinen-tyoskentely/>

Hausjärvi 2023. Soturikissat-tapahtuma la 22.4.2023 klo 10-14. Viitattu 21.11.2023. <https://www.hausjarvi.fi/ajankohtaista/tiedotteet/soturikissat-tapahtuma-la-22-4-2023-klo-10-14/>

Helmet 2022. Keskustakirjasto Oodissa järjestetään ensimmäistä kertaa Tolkien-päivä. Viitattu 21.11.2023. [https://www.helmet.fi/fi-FI/Tapahtumat_ja_vinkit/Uutispalat/Keskustakirjasto_Oodissa_jarjestetaan_en\(233396\)](https://www.helmet.fi/fi-FI/Tapahtumat_ja_vinkit/Uutispalat/Keskustakirjasto_Oodissa_jarjestetaan_en(233396))

Helsingin Uutiset 2022. Velhojengi kokoontuu kirjastoissa: Ohjelmassa taikasauvojen tekoa, taikalieminäytös, tietovisa... – Nämä kirjastot ovat mukana Harry Potter -tapahtumassa. Viitattu 21.11.2023. <https://www.helsinginuutiset.fi/paikalliset/4814217>

Hills, M. 2017. From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom. Palabra Clave, Vol. 20, No 4, 856-883. Viitattu 5.9.2019. DOI: 10.5294/pacla.2017.20.4.2

Hirsjärvi, I. 2009. Faniuden siirtymiä. Suomalaisen science fiction -fandomin verkostot. Väitöskirja. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 98. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Hirsjärvi, I. & Kovala, U. 2007. Fanius kulttuurintutkimuksen kohteena. Teoksessa E. Vainikkala & H. Mikkola (toim.) Nykyaika kulttuurintutkimuksessa. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 86. Jyväskylä: Nykykulttuurin tutkimuskeskus, 245-269.

Hirsjärvi, S.; Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Jenkins, H. 2006. Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture. New York: New York University Press.

Jokinen, K. 2014. Nykynuoret ja siirtymät aikuisuuteen. Teoksessa K. Vehkalahti & L. Suurpää (toim.) Nuoruuden sukupolvet. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 152. Tampere: Nuorisotutkimusseura, 250-271.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 176. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kibecon 2023. Kibecon. Viitattu 15.11.2023. <https://kibecon.com/>

Kirjastot.fi 2023. Tapahtuma- ja ideapankki. Viitattu 21.11.2023.

<https://www.kirjastot.fi/tapahtumapankki>

Koivisto, I. 2016. Fanitutkija: "Ikäraajat hälvenevät musiikkikulttuurista" – Bieber-fanitus ei ole vain teinien juttu. Yle. Viitattu 9.7.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-9191914>

Körkkö, H. 2020. Kuuluisat fanit. Helsingin Sanomat 18.9.2020.

<https://www.hs.fi/nyt/art-2000006639886.html>

Lappeenranta 2023. Soturikissapaja Lauritsalan kirjastossa ti 3.10. Viitattu

21.11.2023. [https://tapahtumat.lappeenranta.fi/fi-](https://tapahtumat.lappeenranta.fi/fi-FI/page/6513ec20feb1665c0474144f)

[FI/page/6513ec20feb1665c0474144f](https://tapahtumat.lappeenranta.fi/fi-FI/page/6513ec20feb1665c0474144f)

Lie, J. 2015. K-Pop. Popular Music, Cultural Amnesia, And Economic Innovation in South Korea. Oakland, California: University of California Press.

Loimaa 2023. Soturikissa-tapahtuma pääkirjastossa 17.10.2023. Viitattu

21.11.2023. [https://www.loimaa.fi/palveluajon-utiset/kirjasto/soturikissa-](https://www.loimaa.fi/palveluajon-utiset/kirjasto/soturikissa-tapahtuma-paakirjastossa-17-10-2023/)

[tapahtuma-paakirjastossa-17-10-2023/](https://www.loimaa.fi/palveluajon-utiset/kirjasto/soturikissa-tapahtuma-paakirjastossa-17-10-2023/)

MLL & Mediakasvatusseura. 2011. Fanikulttuurien merkitys

varhaiskasvatuksessa kiinnosti mediakasvatusseminaarissa. Mannerheimin

lastensuojeluliiton ja Mediakasvatusseuran mediakasvatusseminaari. Viitattu

27.5.2022. [https://www.kirjastokaista.fi/fanikulttuurien-merkitys-](https://www.kirjastokaista.fi/fanikulttuurien-merkitys-varhaiskasvatuksessa-kiinnosti-mediakasvatusseminaarissa/)

[varhaiskasvatuksessa-kiinnosti-mediakasvatusseminaarissa/](https://www.kirjastokaista.fi/fanikulttuurien-merkitys-varhaiskasvatuksessa-kiinnosti-mediakasvatusseminaarissa/)

Musiikkituottajat – IFPI Finland ry 2023. Suomen virallinen lista. Viitattu

24.5.2023. <https://www.ifpi.fi/lista/>

Mäkinen-Önsoy, K. 2023. Harry Potterin maaginen ilta kutsuu kirjastoon

Kaarinassa, Maskussa ja Raisiossa. Turun Seutusanomat 1.2.2023.

[https://turunseutusanomat.fi/2023/02/harry-potterin-maaginen-ilta-kutsuu-](https://turunseutusanomat.fi/2023/02/harry-potterin-maaginen-ilta-kutsuu-kirjastoon/)

[kirjastoon/](https://turunseutusanomat.fi/2023/02/harry-potterin-maaginen-ilta-kutsuu-kirjastoon/)

Nikunen, K. 2008. Uusia katseita faniudesta faniuksiin. Teoksessa K. Nikunen

(toim.) Fanikirja. Tutkimuksia Nykykulttuurin fani-ilmiöistä. Nykykulttuurin

tutkimuskeskuksen julkaisuja -sarja 96. Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto, 7-16.

Nuorisolaki 21.12.2016/1285. Annettu Helsingissä 21.12.2016. Saatavilla

<https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2016/20161285>

Phillips, T. 2013. Fandom and beyond: Online Community, Culture, and Kevin Smith Fandom. Väitöskirja. School of Film, Television and Media Studies. Norwich: University of East Anglia. Viitattu 5.9.2019.

<https://ueaeprints.uea.ac.uk/49704/1/2013PhillipsTPhD.pdf>

Pori 2023. Velhomaista menoa Tylypori-tapahtumassa Porin pääkirjastossa. Viitattu 21.11.2023. <https://kirjasto.pori.fi/uutinen/velhomaista-menoa-tylypori-tapahtumassa-porin-paakirjastossa/23/01/2023/>

Suurpää, L. & Vehkalahti, K. 2014. Johdanto. Nuoruus, sukupolvet ja oman elämän kirjoittaminen. Teoksessa K. Vehkalahti & L. Suurpää (toim.) Nuoruuden sukupolvet. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 152. Tampere: Nuorisotutkimusseura, 5-30.

Typpö, J. 2020. K-popin fanit osoittivat taas voimansa: Ensin suosikkiyhtye lahjoitti miljoona dollaria rasismiin vastaiseen työhön, sitten myös fanit keräsivät saman summan vuorokaudessa. Viitattu 1.9.2020. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006534309.html>

Typpö, J. 2020. K-popin jättiläinen BTS nousi ensimmäisenä korealaisyhtyeenä Yhdysvaltain singlelistan kärkeen, presidenttikin onnitteli. Viitattu 1.9.2020. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006620390.html>

Valaskivi, K. 2012. Autenttisuutta osmoosilla – japanilainen populaarikulttuuri osana elämää. Teoksessa M. Salasuo, J. Poikolainen & P. Komonen (toim.) Katukulttuuri. Nuorisoesiintymiä 2000-luvun Suomessa. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 124. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 33-63.

Yoon, K. 2019. Transnational Fandom in the making: K-Pop fans in Vancouver. The International Communication Gazette. Vol. 81, No 2, 176-192. DOI: 10.1177/1748048518802964

Kyselylomake

K-Pop-fanitus ja yleinen kirjasto

Moikka!

Teen opinnäytetyötäni fanitusharrastuksesta sekä kaupunkialueen yleisen kirjaston tarjoamista mahdollisuuksista fanikulttuuriharrastajille. Kerään tähän kyselyyn vastauksia nuorilta aikuisilta (18-29-vuotiailta) korealaisen pop-musiikin (eli K-Popin) faneilta, jotka asuvat Turussa tai Tampereella. Tarkoitukseni on tutkia, millaisia palveluja fanit tällä hetkellä saavat ja millaisia palveluja he toivoisivat yleiseltä kirjastolta. Parhaimmassa tapauksessa tulokset voisivat parantaa molempien osapuolien tietoisuutta toistensa toiminnasta myös muiden fanikulttuurin ilmiöiden kuin K-Popin kohdalla.

Kyselyyn vastataan anonyymisti eikä vastauksia käytetä muuhun tarkoitukseen kuin yllämainittuun opinnäytetyöhön.

Kysely on avoinna 13.- 20.11.2019.

Jokainen vastaus on tärkeä opinnäytetyön tulosten kannalta, joten suuri kiitos jo etukäteen avustasi!

Ystävällisin terveisin

Salla Haapio

Turun Ammattikorkeakoulu / kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelma
salla.haapio@edu.turkuamk.fi

1. Minkä ikäinen olet? *

Kirjoita vastauksesi numeroina:

2. Mitä sukupuolta olet? *

- Nainen
 Mies
 Muu

3. Missä asut? *

- Turku
 Tampere

4. Millä tavoin toteutat K-Pop-harrastustasi? *

Voit valita kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Musiikin kuuntelu
 Videoiden katselu (esim. Youtubessa, V LIVEssä)
 K-Popiin liittyvien sosiaalisen median tahojen seuraaminen (esim. Twitterissä, Facebookissa, Instagramissa)
 Keskusteluihin osallistuminen eri sivustoilla / sovelluksissa
 Sellaisten sivustojen lukeminen, jotka julkaisevat artikkeleita K-Popista (esim. Soompi, KoME)
 Levyjen ja/tai livetallenteiden ostaminen
 Muiden fanituotteiden ostaminen
 Blogien seuraaminen (esim. Tumblyrissa)
 Blogin pitäminen (esim. Tumblyrissa)
 Keikoilla käyminen
 Tapahtumiin osallistuminen (esim. K-CON)
 Muiden K-Pop-fanien tapaaminen
 K-Pop-tanssien opettelu yksin
 K-Pop-tanssien opettelu ryhmässä
 Sisällön tuottaminen (esim. fanivideot, kuvanmuokkaukset, meemit, fanifiktio)
 Fanifiktioin lukeminen
 Jokin muu, mikä?

5. Käytätkö kaupunkisi kirjastopalveluja? *

Kirjaston käytöksi lasketaan tässä yhteydessä kaikenlainen siihen liittyvä toiminta, kuten aineiston selaaminen ja lainaaminen niin kirjaston tiloissa kuin internetissäkin, kirjaston tapahtumiin osallistuminen tai kirjaston tilojen käyttö esimerkiksi opiskeluun, hengailuun tai kavereiden tapaamiseen.

- Kyllä
 En

6. Oletko tietoinen jostakin kirjaston tarjoamista fanikulttuuriharrastamiseen liittyvistä mahdollisuuksista? Oletko hyödyntänyt niitä? *

Esimerkiksi tapahtumat kuten erilaiset conit ja Harry Potter -päivän tapahtumat, harrastusryhmät kuten sarjakuvapajat tai johonkin fandomiin liittyvän aineiston lainaaminen.

- Olen tietoinen tällaisista, mutten ole hyödyntänyt mitään näistä.
- Olen tietoinen ja olen myös hyödyntänyt jotakin tällaista.
- En ole tietoinen enkä ole hyödyntänyt mitään näistä.

7. Jos kirjastossa järjestettäisiin jotain K-Popin fanittamiseen liittyvää, voisitko mahdollisesti osallistua sellaiseen? Entä näkisitkö mahdolliseksi olla järjestämässä yhdessä muiden fanien ja/tai kirjaston henkilökunnan kanssa tällaista ohjelmistoa? *

- Voisin osallistua, mutten haluaisi järjestää.
- Voisin osallistua ja olla mukana järjestämässäkin.
- En haluaisi osallistua enkä järjestää tällaista.

8. Jos vastasit edelliseen kysymykseen, ettet haluaisi osallistua etkä järjestää, perustele tähän vastauksesi.

Jos valitsit edelliseen kysymykseen ensimmäisen tai toisen vastausvaihtoehdon, voit hypätä tämän kohdan ylitse.

9. Tuleeko mieleesi jotain kpopiin liittyvää ohjelmaa, johon mielelläsi osallistuisit, jos sellaista kirjastolla järjestettäisiin? Voit antaa mielikuvituksesi lentää!

10. Mitä kautta K-Popiin liittyvästä tapahtumasta tai muusta ohjelmasta kirjaston kannattaisi tiedottaa? *

Voit valita kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Kirjaston omien verkkosivujen ja sosiaalisen median kautta
- K-Popiin liittyvissä suomalaisissa sosiaalisen median ryhmissä (kuten Facebookin Kpop Finland)
- Pyytämällä paikallisia K-Pop-faneja levittämään tietoa tapahtumasta
- Muulla tavalla, miten?