

Niina Enqvist ja Taru Maukonen  
**BOU ON POIKA JA PUKEE**  
**HAMEEN JA SE ON OK**

Japanilainen rockmusiikki Suomessa  
Opinnäytetyö  
Kulttuurituotannon koulutusohjelma


Huhtikuu 2010




**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

Mikkeli University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>	<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b>		
<b>Tekijä(t)</b> Niina Enqvist ja Taru Maukonen	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b> <b>Kulttuurituotannon koulutusohjelma</b>		
<b>Nimeke</b>  Bou on poika ja pukee hameen ja se on ok – Japanilainen rockmusiikki Suomessa			
<b>Tiivistelmä</b>  <p>Opinnäytetyön tavoite oli selvittää j-rockin osaa suomalaisessa nuorisokulttuurissa. Opinnäytetyössä tutkittiin harrastajamääriä, taloudellisia mahdollisuuksia, ilmiön kestävyyttä sekä muuntautumista suomalaisiin olosuhteisiin sopivaksi. Tutkimus pyrki ymmärtämään ilmiön luonnetta, sen syitä ja seurauksia sekä samalla nuorisoa ja heidän motiivejaan. J-rockista ei ole juurikaan tehty aikaisempia tutkimuksia Suomessa. Tutkimuksella pyrittiin osoittamaan j-rockin mahdollisuudet Suomessa niin markkinoiden näkökulmasta mutta myös suomalaista nuorisokulttuuria rikastuttavana tekijänä.</p> <p>Tutkimuksessa selvitettiin harrastajakunnan lähtökohdat, kuten ikä, paikkakunta, sukupuoli ja kuinka vahva kiinnostus harrastuneisuuteen on. Harrastajakuntaa selvitettiin kahdella erillisellä kyselyllä, Webropol-alustalla toteutettu monivalintakysely sekä vapaamuotoinen sähköpostikysely, jolloin pystyttiin profiloimaan keskivertoharrastaja. Molemmissa kyselyissä ilmeni yhtäläisyyksiä, jotka on pyritty huomiomaan työssä.</p> <p>Kyselyssä saatujen tietojen mukaan pystyttiin hahmottamaan harrastajien kulutustottumuksia oheistuotteiden, konserttien ja levyjen suhteen. J-rockin markkinoita tutkittiin fanien kulutustottumuksien kautta, samalla tutkittiin myös j-rockin vahvaa tuotteistuneisuutta.</p> <p>Kyselyiden tulosten analysoinnin apuna käytettiin tutkijoiden omia kokemuksia j-rockharrastajina sekä kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä näkökulman tukena. Tutkijat koettivat kuitenkin olla antamatta harrastuneisuuden vaikuttaa työhön ja tuloksien objektiiviseen tarkasteluun välttämällä liiallisen subjektiivisuuden.</p>			
<b>Asiasanat (avainsanat)</b>  Nuorisokulttuuri, tuotteistaminen, fanius, musiikki, j-rock, Japani, populaarikulttuuri			
<b>Sivumäärä</b> 59	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; border-right: 1px solid black;"><b>Kieli</b> Suomi</td> <td style="width: 50%;"><b>URN</b></td> </tr> </table>	<b>Kieli</b> Suomi	<b>URN</b>
<b>Kieli</b> Suomi	<b>URN</b>		
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>  Kyselyt (2 kpl) ja sanasto liitteenä			
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b>  Patrik Ikäläinen	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b>		

## DESCRIPTION

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis	
Author(s) Niina Enqvist, Taru Maukonen		Degree programme and option Bachelor of Cultural Management	
Name of the bachelor's thesis  Bou is a boy and wears a skirt and it's ok – Japanese rockmusic in Finland			
<p><b>Abstract</b></p> <p>This bachelor's thesis is about Japanese rock music in Finland and among Finnish teenagers. The main purpose of this study was to investigate the interest of Finnish youth towards j-rock and other phenomena included. In this research were defined the average j-rockfan – sex, age, area and the eagerness towards the hobby. Qualitative research method was used as a basic method in this research. Two different kinds of surveys were used to define fandom. Those two surveys were Webropol Online Survey Software and email questionnaire, which gave more freedom in answering. By the results it was easy to profile an average fan. The results of both surveys were similar to each other.</p> <p>This research also explores the opportunities and future prospects of Japanese rock music in Finland's markets. The research reported fandom's consumer habits concerning records, concerts and other products.</p> <p>The research aimed to clarify j-rock's potential effects on young people's identity development. The phenomenon includes music, but also the strong focus on appearance - clothing, make-up, hairdos - and other aspects of Japanese popular culture. Finnish j-rock enthusiasts are very communal and form large groups, solitary j-rock fan is rarely seen.</p> <p>The researchers own experiences as j-rock enthusiasts were used to help with analysis of the results. Researchers, however, tried not to give their experiences affect this research too much and tried to keep the objective observation of the results by avoiding subjectivity.</p>			
Subject headings, (keywords) youth culture, fandom, productising, music, j-rock, Japan, popular culture			
Pages 59	Language Finnish	URN	
Remarks, notes on appendices  Questionnaires (2) and glossary included			
Tutor Patrik Ikäläinen		Bachelor's thesis assigned by	

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	TAVOITTEET JA MENETELMÄT .....	3
3	2000-LUVUN NUORISOKULTTUURIT SUOMESSA .....	4
3.1	Nuorisokulttuurin muuttuneet kasvot .....	4
3.2	Musiikkisuuntaukset ja pukeutuminen .....	5
4	MITÄ ON J-ROCK? .....	8
4.1	Historia .....	9
4.2	J-rockin alalajit ja pukeutuminen.....	11
4.3	J-rockin saapuminen länsimaihin .....	16
4.4	Näkyminen Suomessa.....	19
4.4.1	Konsertit.....	20
5	FANIKANTA.....	23
5.1	Pukeutuminen .....	24
5.2	Mediakäyttäytyminen ja yhteisöllisyys – Minua saa halata An Cafen keikalla ♥ .....	25
6	MARKKINAT .....	27
6.1	Myynti.....	27
6.1.1	Levyt ja fanituotteet .....	28
6.1.2	Pääsyliput.....	30
6.2	Tulevaisuuden näkymät ja mahdollisuudet.....	31
7	KYSELYJEN TULOKSET.....	32
7.1	Sähköpostikysely .....	32
7.1.1	Sähköpostikyselyn tulosten analysointi .....	32
7.2	Webropol-kysely.....	37
7.2.1	Webropol-kyselyn tulosten analysointi.....	37
8	LOPPUPÄÄTELMÄT .....	56
	LÄHTEET .....	59
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Viime vuosina *j-rockin* suosio kaikkialla maailmassa on kasvanut ja herättänyt sekä tutkijoiden että median mielenkiinnon, joten kyseessä ei ole ainoastaan Suomessa esiintyvä paikallinen ilmiö. Tutkimuksessa ei esitellä muun maailman tilannetta, vaikka Suomen tilannetta verrataan muuhun Eurooppaan. Japanilaisen rockmusiikin suosio on avannut ovia monille muille mm. popmusiikkia esittäville aasialaisille artisteille ja positiiviset kokemukset onnistuneista kiertueista houkuttelevat lisää yhtyeitä ja artisteja länsimaihin.

Opinnäytetyössämme käsittelemme japanilaisen rockmusiikin vaikutusta suomalaisnuorten identiteetin muokkautumiseen sekä kyseisen musiikinlajin ja oheistuotteiden markkinoita maassamme. Japanihulluuden vallattua Suomen viime vuosikymmenen lopulla *animen* myötä, avasi se portin myös musiikille ja muille japanilaisesta populaarikulttuurista ponnistaville ilmiöille. Suomi on japanilaisen rockin yksi suurimmista vientimaista heti Saksan ja Ranskan rinnalla (Tiusanen 2007). Sivutuotteena *j-rock* on saanut myös muun japanilaisen populaarikulttuurin suosion kasvamaan. Tämä on näkynyt muun muassa japanin kielikurssien suurena suosiona ja anime- ja *mangasarjojen* ilmestymisenä kauppojen hyllyille.

Länsimaissa *j-rockiksi* yleensä mielletään vain *visual kei*, *eroguro kei* ja *oshare kei*-tyylisuuntauokset, vaikka musiikkityylejä on useita muitakin. *J-rock* kirjoitetaan myös muodossa *J-rock* tai *jrock*, harrastajat ovat kehittäneet myös omaa, ei niin globaalia termistöään, kuten *japsirokki*.

Japanilaiseen rockmusiikkiin vahvasti liittyvä ilmiö on yhtyeiden tuotteistaminen, myyvä imago ja sen tuomat markkinamahdollisuudet. *J-rock*-yhtyeille ominaista on laaja oheistuotevalikoima sekä mm. japanilaisten vaatemerkkien kanssa tehtävä yhteistyö, joka avaa oman markkinarakonsa myös länsimaissa. Suomessa yhtyeiden oheistuotteita, kuten julisteita tai bändipaitoja on hyvin vähän tarjolla, ja tutkimuksessa pohditaan, onko Suomessa kysyntää kokonaan japanilaiseen rockmusiikkiin keskittyvälle yritykselle. Opinnäytetyössä mietitään *j-rockin* potentiaalisia markkinoita ja tarkastellaan lähemmin musiikin ympärille kasvanutta oheistuotebisnestä.

Identiteetillä tässä työssä tarkoitamme minäkuva, joka rakentuu materiaalisesta, sosiaalisesta ja henkisestä minästä, toisin sanoen kaikesta mitä ihminen voi ajatella omakseen. Materiaalisessa minässä ydin on omassa kehossa, mutta siihen kuuluvat myös kaikki mitä ihminen voi pitää omanaan kuten vaatteet, asunto, läheiset ihmiset ja perhe. Tärkeimpiä asioita ovat ne, joita ihminen on itse tehnyt, luonut tai koonnut. Tällaiset asiat koskettavat aina ihmistä vakavasti, jos ne menetetään. Sosiaalisena olentona ihminen viihtyy muiden seurassa ja haluaa heidän huomionsa ja tunnustuksensa, jos hän ei saa osakseen niitä kokee hän sen loukkauksena. Sosiaalinen minä kärsii häpeää aiheuttavista asioista, jolloin yhteisön tuki ja siihen kuuluminen ovat hänelle tärkeitä lisäksi sosiaalinen minä mukautuu tilanteisiin ja muihin läsnäolijoihin. Sosiaalisia minuuksia on **Raution** ja **Saastamoisen** mukaan (Rautio & Saastamoinen 2006, 17.) yhtä monta kuin merkittäviä muita ihmisiä, joiden kanssa on suhteissa. Henkinen minä liittyy ihmiseen ajattelevana olentona, siihen liittyvät selkeästi maailmankuva, uskonnot ja tulkinta omasta itsestä. Tähän osaan minuutta kuuluu myös kyky paneutua omiin ajatuksiin sekä kyky tehdä niistä tulkintoja. Lopulta puhdas minä, johon liittyy tarpeita ja tunteita, kokoaa tämän kaiken yhdeksi kokonaisuudeksi, josta muotoutuu ajassa jatkuva persoonallinen identiteetti.

Opinnäytetyön otsikko, **Bou** on poika ja pukee hameen ja se on ok, viittaa nuorten suosiman IRC-gallerian lukuisten j-rockaiheisiin yhteisöihin, jossa lähes jokaiselle vähänkään tunnetulle artistille ja yhtyeelle on omistettu kymmeniä, jopa satoja faniyhteisöjä. Bou on poika ja pukee hameen ja se on ok, on An Cafe-yhtyeen entiselle tyttömäisestä imagostaan tunnetulle basistille Boulle omistettu faniyhteisö. Nimi kuvastaa osuvasti ja hauskaasti japanilaiseen rockiin liittyvää sukupuolirajojen rikkomista sekä harrastajakunnan näkemystä ja hyväksyntää j-rockissa esiintyville erityispiirteille.

## 2 TAVOITTEET JA MENETELMÄT

### Tavoitteet

J-rock on kulttuurillisesti tärkeä ja nuorekas ilmiö, joka kiinnostaa asiantuntijoita ja tavallisia kuluttajia. J-rock on olennainen osa tämän päivän suomalaista nuorisokulttuuria ja se näkyy katukuvassa sekä markkinoiden kasvavana kysyntänä. Media on kiinnostunut j-rockista ja sen persoonallisista faneista. Muita japanilaisen populaarikulttuurin osa-alueita, kuten animea ja mangaa on käsitelty televisiossa ja lehdissä runsaasti mutta j-rock on vielä uusi ja ihmeellinen aihe.

Opinnäytetyön tavoite on selvittää j-rockin osaa suomalaisessa nuorisokulttuurissa. Opinnäytetyössä tutkitaan harrastajamääriä, taloudellisia mahdollisuuksia, ilmiön kestävyyttä sekä muuntautumista suomalaisiin olosuhteisiin sopivaksi. Tutkimus pyrkii ymmärtää ilmiön luonnetta, sen syitä ja seurauksia sekä samalla nuorisoa ja heidän motiivejaan. J-rockista ei ole juurikaan tehty aikaisempia tutkimuksia Suomessa. Tutkimuksella pyritään osoittamaan j-rockin mahdollisuudet Suomessa niin markkinoiden näkökulmasta mutta myös suomalaista nuorisokulttuuria rikastuttavana tekijänä.

### Menetelmät ja toimintatavat

Kyselyihin kysymyksiä tehtäessä pyrittiin ottamaan huomioon kyselykohderyhmän ikä ja kiinnostuksen kohteet, eli kysymykset luotiin tapauskohtaisesti juuri tähän tarkoitukseen sopiviksi. Kysymyksiä rajattiin aineistoa silmällä pitäen ja jotta siitä tulisi kiinnostava tutkimusongelman ratkaisemista varten. (Eskola & Suoranta 1998, 65). Kyselyjen tavoite oli selvittää fanikannan rakennetta, eli mm. ikää, sukupuolta ja kulutustottumuksia. Kysymykset rajattiin palvelemaan opinnäytetyön tavoitteita eli tutkia j-rockia ilmiönä suomalaisessa nuorisokulttuurissa. Kyselyssä käytettiin toimintatutkimuksellista otetta – objektiivisuutta – jolloin kohderyhmää (faneja) tarkasteltiin kauempaa sitä häiritsemättä, jotta tavanomainen käyttäytyminen tulisi esille luonnollisesti. (Eskola & Suoranta 1998, 128.) Koska osan vastaajista ennakoitiin olevan hyvin nuoria, kysymyksistä tehtiin helposti ymmärrettäviä ja niissä käytettiin monia termejä, jotka ovat yleisessä käytössä fanien keskuudessa (LIITE 1). Kyselyjen kysymyk-

siä laatiessa pyrittiin ottamaan huomioon, etteivät ne olisi liian henkilökohtaisia tai vaikea selkoisia.

Opinnäytetyössä olevat kyselyt on toteutettu sähköisesti, jotta niihin on ollut mahdollisimman helppoa ja nopeaa vastata. Sähköpostikyselyssä harrastajia pyydettiin kertomaan omasta kiinnostuksestaan j-rockia kohtaan vapaasti. Webropol-alustalla tehdyssä kyselyssä paneuduttiin tarkemmin kulutustottumuksiin ja painotettiin mm. eri musiikkityylien mielekkyyttä ja muita mielenkiinnon kohteita japanilaisen populaarikulttuurin parista. Opinnäytetyötä varten IRC-gallerian lukuisat yhteisöt kartoitettiin, kuten myös Internetin eri keskustelufoorumit ja blogit. Lisäksi tutkimusta varten on haastateltu j-rockia myyviä levykauppoja ja **JrockSuomi**-yhdistystä, joilla on pitkä kokemus levyistä, oheistuotteista ja bändien tuonnista Suomeen.

### **3 2000-LUVUN NUORISOKULTTUURIT SUOMESSA**

#### **3.1 Nuorisokulttuurin muuttuneet kasvot**

Suomessa 2000-luvulla vallitsevia nuorisokulttuureita useita ja harvoin niiden väliset erot ovat kovinkaan suuria verraten vaikkapa 1980-luvulla vaikuttaneisiin. Tietenkin nuorisokulttuurit ovat muuttuneet ja mukautuneet paljon noista ajoista. On myös huomioitava, että ennakkoluulot ovat vähentyneet ja näin luoneet suvaitsevamman ympäristön uusille suuntauksille. Lisäksi nuorista on tullut enemmän, ei välttämättä niinkään itsenäisiä vaan itsestään riippuvaisia, jolloin johonkin tiettyyn ryhmään kuuluminen ei ole enää tuntunut tarpeelliselta. Internetin osuus nuorisokulttuureiden muuttamiseen on ollut suuri, sillä se on mahdollistanut virikkeiden, tiedon ja taidon sekä yhteyksien toisiin nuoriin saapumisen virtuaalisesti suoraan kotiin. Tämän seurauksena nuoren ei ole välttämätöntä luoda sosiaalisia kontakteja mihinkään lähiympäristönsä ryhmiin tai ylipäätään ulkoisella habituksellaan ilmaista omaa näkemystään maailmasta. Kaikki tämä on sen sijaan mahdollista tehdä virtuaalisessa ympäristössä muun muassa *avatarien* eli virtuaalisten hahmojen avulla, joista vaikkapa keskustelufoorumin käyttäjä voi muokata näköisensä tai jotain aivan muuta vain herättääkseen haluamaansa huomiota.



Samanhenkisten ihmisten löytäminen ei siis enää välttämättä vaadi vahvoja ulkoisia tunnusmerkkejä ja skinheadistä hipiksi muuttuminen onnistuuakin silmän räpäyksessä. Monet nuoret, jotka kuitenkin panostavat ulkoasuunsa, saattavat silti vaihtaa tyyliään päivittäin.

Tutkija **Mikko Salasuo** toteaa, etteivät nuoret enää sitoudu alakulttuureihin, ideologioihin, instituutioihin ja puolueisiin niin kuin ennen. Vaikuttaa siltä, että vanhat alakulttuuriset raja-aidat ovat murtuneet ja ryhmät lomittuvat keskenään, jolloin nuoret eivät enää tunne kuuluvansa mihinkään tiettyyn ryhmään. (Espoo.fi 2006.) Salasuo sanoo myös nuorten maailmankuvan muuttuneen parin vuosikymmenen aikana siihen pisteeseen, että mitään tiettyä tai valmista ei enää oteta vastaan, vaan jokaisella nuorella on oma katsomuksensa, jonka hän on vapaasti saanut itse muodostaa (Villa 2007). Nuorten siis katsotaan rakentavan itse oman elämänsä ja tekevän valintansa välittämättä sitoutua mihinkään sen tarkemmin. Tällainen mihinkään sitoutumaton ihminen on Salasuon mukaan oma yksilöllistynyt yksilönsä. (Salasuo, 2006.;EETVARTTI III, 2006.)

EDU.fi -Internet sivustolla (Turja 2005.) kerrotaan, että nuorisokulttuuriryhmät tarjoavat identiteetiltään heikolle nuorelle eräänlaisen tukiryhmän. Nuoret pukeutuvat, puhuvat, valitsevat musiikin jne. ryhmässä vallitsevan mallin mukaan ja tämän myötä he saavat uusia kavereita. Aikuisten kerrotaan vierastavan nuorisokulttuurien omaleimaisia piirteitä ja näkyvyyttä. Ennakkoluulojen poistamiseksi olisikin tärkeää saada oikeaa tietoa perille asti, sillä se tunnetusti poistaa turhat ennakkoluulot ja lisää ymmärrystä. Tämä ei ainoastaan tarkoita, sitä että aikuisia pitäisi informoida nuorisokulttuureista, niiden tavoista ja ominaispiirteistä vaan ihan yhtä lailla nuoret tarvitsevat itse tietoa toisista ryhmittymistä ja niiden tunnusomaisista tavoista. Nuoret kuitenkin tuntevat nykyään suhteellisen hyvin eri ryhmittymien tapoja usein kaveripiiriin kuuluukin nuoria useista eri ryhmistä.

### **3.2 Musiikkisuuntaukset ja pukeutuminen**

Eri musiikkisuuntauksilla on ollut vahva vaikutus nuorisokulttuurissa ja eri ryhmittymien kehittämisessä. Oikeastaan lähestulkoon kaikki ryhmät ovat muodostuneet mu-

siikin ympärille esimerkiksi hevarit, emot ja punkkarit tuovat asenteilla ja ulkoisella habituksellaan esiin pitkälti esikuviansa heijastumia. Asenteita, mielipiteitä ja pukeutumista kopioidaan kovin mielellään suosikkiartisteilta. Tällaisista seikoista nuoret tunnistavat helposti samanhenkiset henkilöt, mikä madaltaa kynnystä tutustumisprosessissa kun on jotain yhteistä mistä aloittaa.

**Vesa Puuronen** kertoo kirjassaan *Johdatus nuorisotutkimukseen* (Puuronen 2000.) nuorisotutkimuksen alkaneen Suomessa 1950-luvulla, jolloin tutkimuksen alla oli poikasakit ja leikit. **Rafael Helangon** sosiologinen väitöskirja *Turun poikasakit* vuodelta 1953 sisälsi tutkimusta nuorten vertaisryhmistä ja niiden toiminnasta. Samat teemat ovat olleet myöhemmin tärkeimpiä elementtejä suomalaisessa nuorisotutkimuksessa. Kun tutkimukseen otetaan mukaan musiikki, tulee ensimmäisenä ja tärkeimpänä rock-musiikki. **Tommi Hoikkala** luettelee kirjassaan *Nuorisokulttuurista kulttuuriseen nuoruuteen* (Hoikkala 1989) rockin olevan epäsovinnasta ja kesyttämätöntä, jotain mikä erottaa nuoret keski-ikäisistä iskelmän kuuntelijoista, jotka ovat niin kovin kesyjä ja tasaantuneita. Tämä on varmasti pitänyt paikkansa kaksikymmentä vuotta sitten, mutta nykyisin iskelmämusiikin ja rockin raja on madaltunut suunnattomasti, välistä noiden kahden välinen raja on lähestulkoon olematon ja mm. Yö-yhtye soi sekä Iskelmäradiossa että Radio Rockilla, osatekijänä tässä on varmasti noiden 80-luvun nuorien kasvaminen ”tasaantuneiksi keski-ikäisiksi” sekä yleisen maailmankuvan muuttuminen sekä sananvapauden laajentuminen. Voidaan siis todeta, että tällaista stereotypistä jaottelua ei voida enää käyttää, sillä yhtä lailla nykynuoret kuuntelevat iskelmää ja keski-ikäiset rockia.

Musiikkisuuntauksia 2000-luvulla on lukemattomia määriä ja niitä syntyy jatkuvasti lisää yhden suuntauksen poikiessa altaan jotain samansuuntaista pienellä lisävivahteella jonnekin ihan toiseen suuntaan, esimerkiksi alternatiivinen avant-garde black metal, new wave of british heavy metal tai goapsytrance ovat hyviä esimerkkejä siitä miten musiikkisuuntauksen nimi saattaa sisältää monia elementtejä ja olla lähestulkoon ymmärryksen ulottumattomissa tai muuten vain antaa harhaanjohtavan kuvan musiikista. Lisäksi lukemattomien genrejen erottaminen toisistaan on suorastaan mahdoton tehtävä asiaan vihkiytymättömälle keskivertokuuntelijalle.

Suosituimpia musiikkisuuntauksia 2000-luvun nuorten keskuudessa on suhteellisen vaikea nimetä, mutta vahvaa kannatusta nauttivat ainakin seuraavat genret alalajeineen emo, punk, pop, rock, hevi/metalli, rap, reggae ja dance.

Katukuvassa näkyvimpiä nuorisoryhmiä ovat varmasti hevarit, jotka stereotyyppisellä mustalla pukeutumisellaan ja pitkillä hiuksillaan näkyvät kauas. Tämä ei kuitenkaan ole mikään uusia ryhmittymä, sillä hevareita on ollut niin kauan kuin hevimusiikkia-kin. Ennen hevarit nähtiin saatananpalvojina, mutta tällainen yleistäminen on onneksi väistynyt. Toinen vahvasti näkyvä ryhmä on emot eli emotionaaliset nuoret. Tyypillinen emo kuuntelee kyseisen tyyllilajin musiikkia, joka yleensä tarkoittaa tunteellista ja pehmeää, jopa pop vivahteista punkkia tai rockia ja pukeutuu pillifarkkuihin, raitapaitoihin sekä tennareihin. (Wikipedia 2010a.) Yksi tunnetuimpia emobändejä on amerikkalainen Fall Out Boy. Värimaailmaltaan emo on synkkä, kuten hänen masentunut sydämensä ja itsetuhoisuuteen taipuvat piirteensä tai laulujen sanat, joissa ainut ratkaisu elämän kurjuuteen on rakkaus partateriin. Emon hiukset ovat mustat, kerroksittain leikatut, päältä tupeeratut ja otsatukka roikkuu silmillä, sukupuoleen katsomatta tyyli on sama ja kajaalia ei säästellä. Tämä ryhmittymä on ulkoisesti suhteellisen lähellä j-rockfaneja, jotka lähinnä erottaa emosta vain hieman räikeämmistä väreistä sekä vaateteissa että hiuksissa.

Muita pukeutumisensa puolesta kohtuullisen näkyviä ryhmittymiä ovat punkkarit, hippit, pissikset eli pissiliisat, joiden nimi pohjaa puskapissimiseen perjantai-iltaisen siiderin jälkeen, gootit sekä skeittarit. Stereotyyppisesti punkkarilla on irokeesi ja lävistyksiä sekä rikkinäiset vaatteet ja Dr. Martensin mähkämöisvatsat, hipillä on pitkä tukka tai rastat sekä pellavaiset tai luomupuuvillaiset batiikkivärjätyt vaatteet eikä meikkiä, pissiksella on vaalennetut hiukset paljon meikkiä ja muotivaatteet 2000-luvun alusta, gootilla on pitkät mustat hiukset, joissa mahdollisesti on jotain shokkiväriä efektejä ja korsetti sekä vahva meikki ja skeittarilla huppari, farkut, lippalakki ja skeittikengät sekä tietysti rullalauta.

**Jaana Lähteenmaa** kirjoittaa *Myöhäismoderni nuorisokulttuuri* -teoksessaan (Lähteenmaa 2000.), että ryhmään kuulumisen voi vaatia vahvan sitoutumisen jäseneltään ja olla jopa painostava. Suurimmassa osassa ryhmiä kyseessä on kuitenkin päinvastainen käytäntö ja rakenteeltaan tällaiset ryhmittymät ovat hyvin avoimia ja sitoutuminen

tulee puhtaasti jäsenestä itsestään. Lähteenmaan (2000) mukaan on mahdollista, että ainakin nuorisokulttuurin sisällä on meneillään polarisoituminen toisaalta yhä tiukempiin ja suljetumpiin yhteisöihin, toisaalta yhä kevyempiin ja vähemmän sitoviin yhteisö- ja ryhmämuodostelmiin. Ryhmän sitovuus voi olla hyvin konkreettista: se saattaa liittyä ajankäyttöön, habitusnormeihin (esim. skinheadit) ja/tai tiukkaan ja sanktioituun ryhmästä eroamiskieltoon (esim. saatananpalvojat).

Subjekttiivinen sitoutuneisuus johonkin ryhmään voi olla hyvinkin voimakasta, identiteetin keskeinen osa, vaikka ryhmä olisi pikemminkin normiton viiteryhmä kuin tiukkaan normitettujen käytäntöjen jäsenryhmä. Tällaisia ovat esimerkiksi monet fanikulttuurit ja moninaiset nettipohjaiset virtuaaliyhteisöt. (Lähteenmaa 2000, 35.)

Lähteenmaa (2000) kirjoittaa tutkimuksessaan tulleen tulokseen, että ryhmiin kuulumisen avulla saattavat nuoret myös rakentaa yksilöllistä minäkuvaansa, identiteettiä. Tästä Lähteenmaa (2000) antaa esimerkin hevarityöistä, jotka pitivät itseään outona ja kummallisena, kunnes löysivät muita kaltaisiaan ja joiden kanssa pystyivät muodostamaan oman pienen ryhmänsä, josta ammentaa voimaa elää. Tämä pätee myös j-rockfaneihin, jotka yksittäisinä tuntevat varmasti itsensä poikkeavaksi, mutta ryhmästä he saavat voimaa uskaltaa olla oma itsensä, jolloin he pystyvät löytämään identiteettinsä ja elämään sen mukaisesti.

Minä ja minus ovat yksilön psyykkinen kokonaiskuva itsestään. Tämän kuvan muotoutuminen ja vahvistuminen on nuorilla vahvasti sidoksissa ympäristöön ja muihin ihmisiin, erityisesti ryhmän sisällä, sillä minus on pitkälti vuorovaikutuksen tuotos ja se liittyy alkuperältään ulkoiseen sosiaaliseen maailmaan. Nuoren vaihtaessa ryhmästä toiseen myös hänen minäkuvansa muuttuu ympäristöön sopivaksi. (Rautio & Saastamoinen 2006, 17.)

#### **4 MITÄ ON J-ROCK?**

Länsimaissa j-rockiksi yleensä lasketaan virheellisesti ainoastaan visual kei ja oshare kei-tyylilajeja edustavat bändit. Todellisuudessa koko j-rock-genre on valtava, sillä japanilaiset laskevat kyseiseen kategoriaan lähes kaiken populaarimusiikin. Japanissa

musiikki on jaettu viiteen osastoon, joista ensimmäinen on *enka* eli perinteinen japanilainen iskelmä, toinen *j-pop/j-rock*, joka kattaa kaiken populaarimusiikin isojen levy-yhtiöiden (major) alla, kolmantena *indies*, joka tässä tapauksessa koskee riippumattomien levy-yhtiöiden tuotantoa poiketen länsimaisesta käsityksestä *indies*-musiikin suhteen, neljäntenä on ulkomainen populaarimusiikki ja viidentenä klassinen musiikki. (Yun 2005.)

#### 4.1 Historia

Ensimmäisen kerran rock-musiikki ilmestyi Japaniin 60-luvun puolivälissä, jolloin psykedelisen rockin aalto sai japanilaiset muusikot nostamaan päätään. Kuten länsimaissa myös Japanissa musiikki tuolloin otti vahvasti kantaa politiikkaan ja oli linkittynyt erilaisiin poliittisiin liikkeisiin, erityisesti opiskelijoiden keskuudessa. (Japanese Lifestyle 2006.)

J-rockia tutkittaessa on otettava huomioon japanilainen kulttuuri ja sen normit, jotka ovat olleet aina hyvin tiukat. Toisin kuin länsimaissa, jossa huumeiden käyttö musiikkipiireissä oli yleistä, ellei jopa olennaista, Japanissa tuollainen toiminta tuomittiin jyrkästi ja osa alkuaikojen j-rockista olikin hyvin huumeiden käytön vastaista. Esimerkiksi Tokyo band Psychedelic Speed Freaks joutui vaihtamaan nimensä High Riseksi, jotta auktoriteetit eivät olisi hengittämässä jatkuvasti niskaan. Samalla myös yhtyeen lyriikallinen ilme muuttui huumeiden vastaiseksi ja laulujen pääasiallisena tarkoituksena oli ”pelastaa” narkomaaneja kertoen kuinka huumeidenkäyttäjien tulisi olla valmistautuneita kuolemaan.

Toisen maailman sodan jälkeen Japanissa kaikki länsimainen kulttuuri oli kiellettyä ja myöhemmin muun muassa populaarimusiikin saapuessa amerikkalaisten miehittäjien mukana Japaniin oli olennaista, että se kävi lävitse tietyn japanilaistumisen. Populaarimusiikki otettiin kuitenkin vastaan verrattain innokkaasti, sillä olihan jo ennen sotaa jazz-musiikki saapunut Japaniin ja saavuttanut suosiota pienissä piireissä. Tähän aikaan populaarimusiikkiin kehitettiin myös termi *kayokyoku*, joka sisälsi lähinnä viihdemusiikkia, johon oli sulautunut vaikutteita rock 'n' rollista. Näkyvimpänä osana tätä olivat *aidorut* eli idolit, jotka olivat ja ovat edelleen pitkälti tuotteistettuja ja levy-yhtiöiden luomia poptähtiä. Oikeita rokkareita on pidetty Japanissa näiden vasta koh-

tana. Joissain tapauksissa näistä luoduista tähdistä on voinut syntyä oikeita muusikoita tai artisteja, joita sittemmin kuitenkin palvottu kuin idoleita. Kyseessä on samankaltainen ilmiö kuin Suomessa esimerkiksi Idols-formaatin luomilla tähdillä. (Cope, 2008; Yun, 2005.)

Ensimmäisenä j-rock bändinä pidetään yleisesti Happy End- nimistä yhtyettä, joka toimi muutaman vuoden 1970-luvun alussa. Kyseinen kokoonpano esitti folkahtavaa rockia ja tärkeimpänä piirteenä oli se, että bändi teki itse kaikki biisinsä eikä vain tyytynyt versioimaan muiden artistien tuotoksia. (Yun 2005.)



KUVA 1. BUCK-TICK (Sony Music 2010)

1980-luvun lopulla syntyi j-rockin tunnetuin ja suosituin suuntaus *visual kei*, joka nimensä mukaisesti on keskittynyt bändin ulkonäköön. Ensimmäisenä lajin edustajana pidetään BUCK-TICK-yhtyettä (KUVA 1), jonka jäsenet meikkasivat itsensä rajusti ja kampasivat hiuksensa kohti kattoa. Vaikuttajina genren syntymiselle ovat olleet vahvasti 80-luvun punk- ja rock-musiikki. Alalajeja j-rockissa on useita ja niitä syntyy koko ajan lisää. J-rock-termin lanseerasi ensimmäistä kertaa J-Wave-radiokanava, jonka jälkeen muun muassa levykaupat alkoivat käyttää termiä yleisesti. Yleisesti japanilainen musiikki erotetaan länsimaisesta lisäämällä *J* genren eteen, esimerkiksi *j-punk*, *j-fuusio*, *j-pop* jne. (Yun 2005.)

## 4.2 J-rockin alalajit ja pukeutuminen

J-rock on varsin laaja käsite ja siksi se voidaan helposti jakaa useisiin alalajeihin, jotka määritellään yhtyeen tai artistin visuaalisen ilmeen ja musiikillisen tyylin perusteella. Länsimaissa tunnetuimpana j-rockin alalajikkeena voidaan pitää visual kei-tyyliä. Moni Suomessa esiintynyt yhtye, kuten Suomessa ensimmäisenä japanilaisena rock-yhtyeenä konsertoinut Blood (KUVA 2), edustavat juuri tätä j-rockin kaikista näyttävintä ja teatraalista tyyლისuuntaa (JaME 2007a).



KUVA 2 . Visual kei-kokoonpano BLOOD (BLOOD Myspace)

Visual kei-tyyliin kuuluu nimensä mukaisesti vahva visuaalinen ilme ja esiintyjien ulkoiseen olemukseen on kiinnitetty suuresti huomiota. Visual kei-artistien esiintyminen on teatraalista, liioiteltua ja live-esiintymisissä käytetään usein enemmän tai vähemmän lavarekvisiittia. Visual keissä artistin ulkoinen olemus on avainasemassa. On yleistä että keikoilla käyvät fanit imitoivat ihailmansa artistin pukeutumis- ja meikkaustyyliä. Tämä on verrattavissa japanilaiseen *cosplay*-harrastukseen, eli pukuiluun, jossa harrastaja pyrkii matkimaan haluamaansa sarjakuva- tai animaatiohahmoa parhaansa mukaan.

Yhtyeillä on usein oma teema, joka välittyy niin kappaleiden sanoitusten kautta kuin ulkoisen olemuksen avulla. Suosittuja teemoja, joita useampi visual kei-yhtye on uransa aika käyttänyt, ovat mm. rokokoon ja barokin romantiikka sekä erilaiset tarustossa

esiintyvät hahmot, kuten vampyyrit. Eri yhtyeet suosivat eri tyyliuuntauksia niin musiikissaan kuin bändin visuaalisessa annissa. Näistä mainittakoon perinteiset japanilaiset asut, *kimonot* ja *yukatat*, animehahmojen jäljittely sekä suosittu *lolita-katumuoti*. Mielikuvitus on suuressa roolissa asuja, meikkiä ja hiuksia suunniteltaessa, eikä sukupuolien välistä kuilua pelätä ylittää. Usein tyyliuuntauksia edustavien bändien arvosteluaan kiinnostavan enemmän huomiota pukeutumiseen kuin musiikilliseen antiinsa.

Visual kei on japanilaista alkuperää, mutta sen juuret yltävät 70 ja 80 -luvun länsimaissa vallinneeseen rockiin ja tyyliuuntauksien laajalti levinnyt myös muihin Aasian maihin. Itse sana visual kei on terminä monimutkainen kääntää suoraan. Sana ”visual” tarkoittaa visuaalisuutta, mutta sanalle ”kei” löytyy monia vastineita, kuten ”ryhmä”, ”tyyppi” tai ”vaikutus” (Urban Dictionary 2007b).

*Jrock*-kirjan kirjoittaja **Josephine Yun** kuvaa visual kei tulemistä Japaniin huomiota herättäväksi. ”Se oli rock n’ rollia, punk rockia, glamia ja metallia pienellä lisämausteella. Se oli runollista, ilmaisevaa ja suorastaan riipaisevaa keskittymistä pieniin yksityiskohtiin”.



KUVA 3. Malice Mizer (Midi:Nette)

Visual kei-bändit ovat tunnettuja muuntautuvuudestaan. Eräänä hetkenä voi kyse olla punkimagosta ja seuraavana vuorossa onkin goottimaisuus. Myös bändien välillä on suuria eroavaisuuksia. Paljon huomiota kerännyt ilmiö on bändin ulkoisen imagon täydellinen muutos sen siirtyessä levy-yhtiön listoilla ylöspäin. Usein bändi luopuu



tässä vaiheessa vanhan indie-aikaisen (tuntemattomampi kokoonpano, mahdollisesti itsenäinen eli ei minkään levy-yhtiön alainen) tyyliä ja valitsee jonkun valtavirtaan sulautuvamman ulkoasun. Poikkeuksiakin tosin löytyy, kuten yksi Japanin legendaarisimmista visual kei-yhtyeistä, Malice Mizer (KUVA 3), joka aloitti uransa varsin vaatimattomassa varustuksessa, mutta majoriksi (eli tunnetumpi yhtye suurella levy-yhtiöllä) siirtyessään nosti visuaalisen puolensa ennennäkemättömiin puitteisiin. Visual kei-termin väärinymmärtämisestä ja laajuudesta kertoo myös monien sellaisten yhtyeiden luokittelu visual keiksi, jotka eivät täytä tyyllilajin perustetta, eli yhtyeen teatralisuutta esiintymisen ja ulkoisen ilmeen kautta. (Yun 2005.)



KUVA 4. Entinen An Cafen basisti Bou (Fanpop!)

Rajojaan kokeilevat Visual kei-artistit erehdytään luulemaan usein naisiksi erityisesti länsimaissa, vaikka suurimmaksi osaksi yhtyeet koostuvat miehistä. *Androgyynisyyden* takana on varmasti osaltaan perinteisen japanilaisen teatterin (*kabuki*) roolitukset, joissa miehet esittävät kaikki roolit. On hyvin tavanomaista että yksi tai useampi tyyliä edustavan yhtyeen miesjäsenistä pukeutuu tytöksi. *Crossdressing* on yleistä visual kei -yhtyeiden parissa, ja monet yleisön lemmikit, kuten An Cafen entinen basisti Bou (KUVA 4), Versailles-yhtyeen kitaristi **Hizaki**, entinen Malice Mizerin nokkamies, nykyinen Moi dix Mois'n kitaristi **Mana** ja Mix Speaker's Inc:n kitaristi **Aya** ovat tunnettuja naismaisesta lavaesiintymisestä ja ulkonäöstä. (Yun 2005.)



KUVA 5. Visual kei-artisti Luci'fer Luscious Violenoue. (Lucifer Luscious Violenoue Fan Site)

Naisten pukeutuminen mieheksi on selvästi harvinaisempaa, mutta myös kokonaan naisista koostuvat visual kei-yhtyeiden jäsenet noudattavat tiettyä neutraalia lähestymistapaa ulkoisessa olemuksessaan, josta on vaikea sanoa kumpaa sukupuolta jäsen edustaa. Tunnetuin miehenä esiintyvä naisartisti visual kei-historiassa on musiikkiuralta 2000-luvun alussa vetäytynyt **Luci'fer Luscious Violenoue** (KUVA 5) (Wikipedia 2009).

Ominaista tyyllilajille on, että suurin osa sen fanikannasta on tyttöjä. Kummallista kuitenkin on, ettei tyyliä edusta kuin kourallinen naisia. Japanin musiikkimarkkinoilla pop-tähtöksen ura houkuttelee nuoria naisia musiikin pariin huomattavasti enemmän kuin j-rock. Visual kei-parissa harvinaisia naisjäseniä ovat esimerkiksi Matenrou Operan entinen kosketinsoittaja **Karen** ja Aural Vampiren vokalisti **Exo-Chica**. Tunnettuja kokonaan naisista koostuvia j-rockyhtyeitä ovat Danger Gang ja ExistTrace.

Loppujenlopuksi visual kei on taidetta parhaimmillaan niin puvustuksen, maskin kuin kampauksenkin osalta musiikkia unohtamatta.

*Angura kei* ja *Shironuri kei* (tunnetaan myös *neo keinä*)-tyylisuuntausten ero on hiuksen hieno. Sana ”angura” pohjaa englannin kielen sanaan ”underground”. Tyyllilaji syntyi 1960-luvulla ja ensimmäisenä alueenaan itsenäinen teatteri. Nämä pienet teat-

terit halusivat kyseenalaistaa perinteiset tyylijaot ja liiallisen ulkomaisen vaikutuksen. Tarkoituksena niillä oli luoda japanilaiselle kulttuurille uusi identiteetti, joka olisi uniikisti japanilainen. Vaikutus ulottui muun muassa moniin manga-artisteihin, jotka halusivat löytää oman ainutlaatuisen määritelmän kulttuurilleen. (Urban Dictionary 2006.)



KUVA 6. Inugami circus dan (inugami circus dan)

Angura kei yhdistetään usein *eroguro* -tyyliin, mutta suurimpana erona näiden välillä on se, että angura keissä tyyli on muodollisempi ja synkempi. Tyyli keskittyy ongelmalliseen seksuaalisuuteen ja muihin synkkiin teemoihin (Urban Dictionary 2006). Ominaista tyyliille on muun muassa koulupuvut ja perinteiset asut, kuten kimonot ovat suosittuja. Suosittuja angura kei-bändejä ovat mm. inugami circus dan (KUVA 6) ja Cali≠Gari, joka luokitellaan myös tietyissä pienissä piireissä angura kein alalajiin *chikashitsu keihin*. (Impact-media 2007.)

Eroguron juuret ovat *Taisho* -kauden (1912 – 1926) Japanissa, jolloin ennennäkemättömän vapauden ja itsenäisyyden huumassa länsimainen avant-garde pääsi taiteelle vahvaksi vaikuttajaksi. Vaikutus levisi aina kirjallisuuteen, elokuvaan, maalaustaiteeseen, sarjakuvien ja teatteriin asti. Toisen maailman sodan jälkeen näytti siltä kuin koko tyyli olisi vaipunut unohduksiin moniksi vuosiksi. Eroguro nähdään usein hölynpölynä, jonka pääpiste on keskittynyt shokeeraavaan kauhuun ja outoihin seksuaalisiin kuvitelmiin tumman huumorin sävyttämänä. (Wikipedia 2010b). Viime aikoina jotkut taiteilijat ja bändit ovat alkaneet luokittelemaan itsensä angura keistä eroguroksi ja

päinvastoin. *Shironuri kein* suorakäännös on ”valkoinen maalaus”, joka kuvastaa bändin jäsenten visuaalista ilmettä, lähinnä kasvoja. Tyyllilajia edustavat esimerkiksi seuraavat valkoisiksi kasvonsa maalavat bändit: guruguru, dagashi kashi, dokutero ja shinjuku gewalt. (Champion 2008.)



KUVA 7. Oshare kei-kokoonpano An Cafe (An Cafe MySpace)

Oshare kein suora käännös on ”muotitietoinen” ja siksi tyyllilajin bändit on helppo tunnistaa napakasta pukeutumistyylistään, johon yleensä kuuluvat värikkäät ja muodikkaat vaatteet (Urban Dictionary 2006c). Musiikki täsmää tavallisesti ulkoasuun iloisilla punkahtavilla melodioilla ja sanoituksilla. Perinteistä oshare keitä edustaa Suomessakin useaan otteeseen konsertoinut ja jopa virallisella levylistalla piipahtanut An Cafe (KUVA 7).

Muita länsimaissa pienemmälle huomiolle jääneitä j-rockin musiikillisia alalajeja ovat mm. supersankarimainen *sentai kei*, joka ottaa paljon animevaikutteita pukeutumiseensa, sekä *nagoya kei*, jota voidaan pitää visual kein tummanpuhuvana ja raskaampana puoliskona, sekä *shibya kei*, joka on nimensä mukaisesti syntynyt Shibyan kaupunginosassa Tokiossa (Bruun 2007).

### 4.3 J-rockin saapuminen länsimaihin

J-rock-bändien suosio ja saapuminen länsimaihin on sekin alkanut 1980-luvulla. Esimerkiksi japanilainen punkbändi SHEENA & THE ROKKETS kiersi Ramonesin lämpöparina 80-luvun alussa ja Shonen Knive Nirvanan lämpöparina 90-luvun alussa. Jopa Nirvanan keulamies **Kurt Cobain** on itse tunnustautunut jälkimmäisen kokoonpanon faniksi. Suurin suosio keskittyy kuitenkin vuosituuhannenvaihteen tienoille, jolloin japanilainen manga ja anime löivät lopullisesti läpi länsimaissa. Tässä ohessa aukesi ovi myös muulle japanilaiselle populaarikulttuurille, josta musiikki nousi nopeasti suosioon animesarjojen tunnusbiisien myötä. Pian länsimaissa järjestetyissä animetapahtumissa alkoi näkymään japanilaisia yhtyeitä esiintymässä ja lumoamassa kuulijoita. Lisäksi Internet on mahdollistanut j-rockin suosion nopeaa kasvua, sillä uudet musiikkivideot ja julkaisut ovat samaan aikaan nähtävissä niin Japanissa kuin muuallakin maailmassa. (Yun 2005.)

Suomeen j-rock saapui animen ja mangan herättämän kiinnostuksen vanavedessä. 80-luvun lopussa ja 90-luvun alussa useita japanilaisia piirrossarjoja oli saatavana ympäri maan ostoskeskusten videohyllyjä ja ensimmäinen suomeksi käännetty manga julkaistiin vuonna 1985 (Kangasvuo 2005). Suuresta japanibuumista tai suurenluokan fanikannasta ei tuolloin vielä ollut merkkejä ilmassa, vaan japaniharrastus jäi pienen piirin omaksi ilmiöksi.

Viime vuosina ilmennyt suuri kiinnostus japanilaista populaarikulttuuria kohtaan sai kipinän 90-vuoden lopussa, jolloin MTV3-kanavan esittämä Pokémon-animesarja villitsi Suomen lapset ja vähän vanhemmankin väestön. MTV3-kanavan uutisten (2000) mukaan sarjan ja sen oheistuotteiden, kuten korttien ja figuurien keräilyn haittaavan jo lasten koulunkäyntiä. Sarjan tuoman innostuksen myötä Suomen sai ensikosketuksensa muutaman vuoden päästä kukoistukseensa nousseesta japanivillityksestä.

Toisiin japanilaisen populaarikulttuurin niin sanottuihin ”vientimaihin” Ranskaan ja Saksaan verrattuna pienen ja etäisen Suomen nuorison innostus j-rockia kohtaan kummuttaa. Japanilaisten rockyhtyeiden konsertteja Suomessa järjestävän Jrock-Suomi-yhdistyksen varapuheenjohtaja **Suvi Valsta** näkee j-rockin kuuluvan osana nuorten erikoisuudentavoitteluun. ”Suomalaisilla nuorilla on todennäköisesti vaihtoeht-

toisuusgeeni. Pitää tavoitella erikoisuutta. Mitä kauempaa sen parempi. Jopa näiden piirien sisällä yritetään olla erikoisempi kuin muut" (Tiusanen 2007).

Helsinkiläisestä Tavastia-klubista on muodostunut j-rock keikkojen kannalta tärkeä tapahtumapaikka, jonka lavalla on esiintynyt Japanin tunnetuimpia rockyhtyeitä. Täydelle salille ilta toisensa jälkeen esiintyvien yhtyeiden suosio kummastuttaa Tavastian toimitusjohtaja **Juhani Merimaata**. "J-rockin kannatus Suomessa on hämmentävää. Tarkoituksena on saada jotain omaa, jota vanhemmat eivät ymmärrä ja joka jaetaan pienen yhteisön kesken "(Tiusanen 2007).

Miellettiin j-rockin fanittaminen sitten tarkoituksella haetuksi erikoisuuden tavoitte-luksi tai ei, j-rock on saanut vankan jalansijan suomalaisessa nuorisokulttuurissa ja musiikkimarkkinoilla. Japanilaisen populaarikulttuurin, ja erityisesti j-rockin ehdoton myyntivaltti on sen eksoottisuus. Japanilaisen populaarikulttuurin arvot ja sisältö poikkeavat merkittävästi länsimaalaisesta populaarikulttuurista, joka tekee siitä viehät-tävän (Valaskivi 2009, 8). J-rock voidaan mieltää eräänlaiseksi luonnolliseksi jatku-moksi 2000-luvun japanilaisen populaarikulttuurin tulvalle, joka toi suurelle yleisölle näyttille animen ja mangan myötä japanilaisen erikoisen visuaalisen maailman.

J-rockin rantautumista Suomeen on hankala määritellä, sillä japanilaisen populaari-kulttuurin harrastajia Suomessa on ollut paljon pidempään, kuin j-rock on ollut tunnet-tu. J-rockin läpimurron voidaan kuitenkin katsoa tapahtuneet Suomessa vuonna 2005, jolloin se nousi valtavirran tietoisuuteen kun erään kansainvälisesti tunnetuimman japanilaisen rockbändin Dir en Grey'n Witherin To Death-levy nousi Suomen viralli-selle albumilistalle sijalle 31 (YLE 2005). Muutamia satunnaisia lehtiartikkeleita lu-kuun ottamatta japanilaista rockmusiikkia ei oltu käsitelty mediassa ennen Dir en Grey'n listasijoitusta.

2000-luvun alussa useampi j-rockyhtye, kuten Eve of Destiny ja Moi dix Mois kiersi-vät Saksassa ja Ranskassa menestyksekkäästi, herättäen kiinnostusta eri maiden me-dioissa ja keräten eurooppalaisia faneja keikoille. Saksassa ja Ranskassa onnistuneet kiertueet ja yhtyeiden saama positiivinen vastaanotto johtivat siihen, että myös Suomi sai ensimmäisen j-rockbändinsä, kun BLOOD konsertoi Turussa elokuussa 2005 (Ja-

ME 2007a). BLOODin keikasta lähtien japanilaisyhtyeiden konsertteja on järjestetty tasaiseen tahtiin joka vuosi.

#### 4.4 Näkyminen Suomessa

J-rock on jäänyt musiikkityylinä taka-alalle kotimaisissa lehdissä ja TV-ohjelmissa. Tyypillisimmät j-rockia käsittelevät lehtiartikkelit ovat pieniä bändiesittelyjä tai pelkkiä mainintoja käsitellessä muuta japanilaista populaarikulttuuria. Esimerkiksi cosplay-harrastusta ja japanilaista katumuotia on puitu lehdissä runsaasti ja niitä käsittelevien artikkelien yhteydessä saatetaan mainita joku japanilaisyhtye tai artisti tyyli-inspiraation lähteenä. Varsinaista kattavaa kuvausta j-rockyhtyeestä tai musiikkityylistä ei ole vielä sanomalehdissä esitelty.

Nuorisolehdet, kuten Suosikki, Koululainen, Miss Mix tai Demi ovat esitelleet lehdissään japanilaista populaarikulttuuria etenkin harrastajan näkökulmasta ja artikkeleiden mukaan on mahtunut myös pientä infoa japanilaisyhtyeistä. Nuortenlehdistä erityisesti Suosikki on ottanut j-rockaiheiset artikkelit omakseen ja lehti onkin esitellyt muutamia bändejä, etenkin An Cafe-yhtyettä useammassa numerossa. Muutamissa lehdissä kylkiäisenä on annettu jopa lehden sivuilla komeilleen j-rockyhtyeen juliste. Pääsääntöisesti nuortenlehtien artikkelit ovat kuitenkin käsitelleet tutumpia japanilaisen populaarikulttuurin aiheita eli animea, mangaa tai katumuotia, ei pelkästään musiikkia. Nuortenlehtien lukijakunnan haluttomuus tai mielenkiinnon laantuminen j-rockaiheisiin artikkeleihin ei näyttäisi olevan ongelma, eikä riitä yksin selittämään miksi aihetta on käsitelty odotettua vähemmän lehdissä. Julisteita ja artikkeleita on toivottu runsaasti ja toistuvasti niin lehtien WWW-sivujen keskustelupalstoilla kuin lukijakirjeissä.

Televisiossa japanilaisyhtyeiden musiikkivideoita ei nähdä, vaikka muutamat yhtyeet ovat onnistuneet pääsemään levymyynnillään Euroopan levymyynnistilistoille. Aihetta on kuitenkin sivuttu niin asiaohjelmissa, kuten Maria!-talkshowssa vuonna 2008, jossa j-rockfanien haastatteluja käytettiin eräänlaisena loppukevennyksenä ohjelman loppupuoliskolla (Enfant Terrible 2008). Suomen television chat-ohjelmien kummajainen oli vuosina 2007-2008 Subtv-kanavalla pyörinyt Otaku-chat, joka keskittyi japanilai-

seen populaarikulttuurin eri osa-alueiden esittelyyn vieraiden turvin. Vieraiden haastattelujen ja chattiin lähetettyjen viestien ruotimisen lisäksi ohjelmassa vierailtiin mm. harrastajatapahtumissa eli *coneissa*. Otakun päivän aiheissa ja siitä virinneissä keskusteluissa käsiteltiin usein j-rockia. Harrastajien keskuudessa Subtv sai kiitosta ottaessaan kokonaan japanilaiselle populaarikulttuurille omistetun sarjan ohjelmistonsa, mutta osa näki Otakun pelkkänä ”rahastusyhtiönsä” ja juontajakaksikon koulutytömainainen stailaus herätti kysymyksiä ennakkoluulojen lietsomisesta (Aniki 2007).

Suuresta fanikannasta ja japanilaisyhtyeiden kohtuullisen vilkkaasta keikkatahdista huolimatta kotimaiset musiikkilehdet eivät ole esitelleet japanilaisyhtyeitä artikkeleiden muodossa, vaan lehdet ovat keskittyneet enimmäkseen tekemään eri yhtyeiden levyarvosteluja. J-rockaiheisen materiaalin vähyyks kotimaisissa musiikkilehdissä on hämmästyttävää, eikä ilmiöön ole kiinnitetty sen suurempaa huomiota edes j-rockin vilkkaina keikkakausina muutama vuosi sitten. Musiikkilehdet ovat jääneet auttamattomasti jälkeen Suomen japanibuumista. Eurooppalaiset ja amerikkalaiset yhtyeet pitävät pintansa kotimaisten musiikkilehtien suosikkeina, eikä eksoottinen tai kenties teinityttöjen suosikiksi tituleerattu j-rock saa palstatilaa. Kotimaiset japanilaiselle populaarikulttuurille omistetut lehdet Japan Pop ja Anime-lehti tekevät keikka-arvosteluja, levyarvosteluja ja bändi sekä levy-yhtiöesittelyjä. Lehtien j-rockaiheiset artikkelit ovatkin miltei ainoa laatuaan, jota kotimaisissa aikakauslehdissä on tarjolla. Suomen musiikkilehtien onnetonta panostusta j-rockin käsittelemiseen voidaan hyvin verrata esimerkiksi Saksaan, jossa japanilaista rockia käsitellään monissa musiikkilehdissä kattavasti. Saksalaislehdistä mm. raskaampaan musiikkiin keskittyvässä Orkuksessa on saatavilla useiden eri japanilaisyhtyeiden haastatteluja saksankielen lisäksi myös englanniksi.

#### **4.4.1 Konsertit**

Ensimmäinen japanilainen suomessa konsertoinut yhtye oli visual kei-kokoonpano BLOOD, joka astui lavalle Turussa. BLOODin onnistuneen suomenkonsertin viitoittamana, heinäkuussa 2006 Plastic Tree (KUVA 8) sai kunnian olla ensimmäinen japanilainen majoryhtye Suomen maaperällä.





KUVA 8. Plastic Tree (Music Japan+)

Samana vuonna Suomeen uskaltautui esiintymään ensimmäisen ulkomaankeikkansa heittänyt Ayabie, joka veti loppunmyydyin keikan Helsingin Gloriolla. Seuraava vuosi kokonaisuudessaan ja etenkin kesä 2007 oli j-rockyhtyeille kiireistä aikaa. Japanilaisen rockmusiikin saaman innostuneen vastaanoton siivittämänä yhä useampi kokoonpano saapui Eurooppaan kokeilemaan onneaan. Loppunmyytyjen konserttien ja fanien innokkuuden ansiosta Suomi kuului nyt lähes poikkeuksetta osaksi japanilaisten rockyhtyeiden Euroopan kiertueita. Suomen suuret ja kansainvälisesti tunnetut festivaalit, kuten Ankkarock ja Tuska ottivat esiintyjikseen useita japanilaisia yhtyeitä, joka osoitti kotimaisten festivaalijärjestäjien vastaavan suureen kysyntään ja reagoivan j-rockin saamaan suosioon.



KUVA 9. Miyavi. (Miyavi MySpace)

Tarkkoja lukuja eri yhtyeiden lipunmyynnistä eri vuosilta ei ole saatavilla, mutta japanibuumin alkuaikoina 2000-luvun alussa miltei jokainen japanilaisyhtyeen konsertti myytiin loppuun. Parina viime vuotena havaittavissa on ollut selkeä laskukausi, eikä muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta yhtyeiden keikoille ole enää yhtä yletöntä tungosta kuin aikaisemmin. Sooloartisti **Miyavi** (KUVA 9) ja Suomessa toista kertaa konsertoineet Dir en Grey sekä maassamme ensimmäistä kertaa vierailut Girugämesh houkuttelivat paikalle täyden salillisen kuuntelijoita. Kokoonpanot saivat yhden esiintymispäivän lisää, kun kaikki halukkaat eivät lippua saaneet ostettua.

Uutena ilmiönä Suomen j-rockkonsertteja tarkasteltuna ovat eri tapahtumien yhteydessä järjestettävät keikat, joka on tuttu ilmiö Eurooppalaisilta ja Amerikkalaisilta japanilaisen populaarikulttuurin keskittyviltä tapahtumilta. Kotimaisen animetapahtuma Tsukiconin ohjelmistossa on nähty useampana peräkkäisenä vuotena yhden tai useamman japanilaisyhtyeen konsertti osana tapahtuman iltaohjelmistoa. Varsinaisen tapahtumarannekkeen lisäksi iltatapahtuman osana pidetyistä keikoista on pyydetty erillistä maksua. Syksyllä 2009 järjestetyssä Tsukiconissa esiintyivät kahtena iltana SCREW, vistolip, Aicle. ja Dio –distraught overlord- ja pääsystä yhtyeiden keikoista veloitettiin 30-35 euroa per ilta. Erillinen lippu tapahtuman yöbileisiin, jossa esiintyivät **Dj SiSen** ja Gothika, maksoi 13 euroa. Useamman yhtyeen keikan sisältänyt lippu on huomattavasti yksittäistä keikkalippua halvempi ja rannekkeen hinnalla 65 eurolla

pääsi osallistumaan kaikkiin Tsukiconin tapahtumiin yöbileitä lukuun ottamatta.  
(Tsukicon 2009.)

J-rockyhtyeiden konsertteja Suomessa järjestäviä tahoja ovat etenkin King Foo Entertainment ja JrockSuomi-yhdistys. King Foo Entertainment on keskittynyt tuomaan Suomeen Euroopan mittakaavalla tunnetumpia yhtyeitä ja sooloartisteja, kuten MUCC vuonna 2007, The Gazette 2007 ja Dir en Grey vuonna 2007 (King Foo Entertainment 2010). JrockSuomen keikkatarjontaan puolestaan kuuluvat maassa usein ensimmäistä kertaa vierailevat tai muutoin vielä Euroopassa tuntemattomat yhtyeet. JrockSuomi toi Suomeen maan ensimmäiset j-rockyhtyeet BLOODin vuonna 2005 ja Plastic Treen sekä Ayabien vuonna 2006 (JrockSuomi 2010).

## 5 FANIKANTA

Mitä on rockfanius? Rockfaniutta voidaan luonnehtia käyttäytymismuodoksi, jolle on ominaista – nimikkeen mukaisesti – fanaattisen innostunut ja ihaileva asennoituminen rockartistiin tai -bändiin. (Söderholm 1990, 14). Fanit eivät kuulu ainoastaan populaarikulttuuriin vaan samanlaista fanaattista käyttäytymistä ilmenee myös muilla kulttuurin alueilla, musiikin lisäksi erityisen vahvana urheilussa. Ominaista kuitenkin rockfanille on keräily, joka kohdistuu nimenomaan tähän tiettyyn ihailun kohteeseen, eli idoliin. Todelliselta fanilta löytyy kaikki mahdollinen idoliin liittyvä materiaali levyistä paitoihin, julisteisiin, videoihin, lehtileikkeisiin, kirjoihin, valokuviiin ja tietysti konserttilippuihin, sillä mahdollisuus nähdä palvomansa artisti täytyy ehdottomasti käyttää. Äärimmillään kyseessä on pakkomielle ja jopa artistin imitoiminen pukeutumisessa ja käyttäytymismalleissa. Rockfanius ei kuitenkaan ole ainoastaan teinityöille ominaista vaan koskee yhtä lailla ikään ja sukupuoleen katsomatta kaikkia rockin kuuntelijoita.

Missään tapauksessa kaikki rockfanit eivät ole pakkomielteeseen asti keräilijöitä vaan voivat ihaillla suosikkiartistiaan vain musiikkia kuuntelemalla. Tietyissä tapauksissa stereotyyppisiä rajauksia faneihin tulee musiikkigenren tai artistin imagon myötä. Esimerkiksi hevimusiikissa stereotyyppiset fanit ovat poikia tai miehiä pitkine lettei-

neen ja nahkatakkeineen ja vastaavasti teinipopfanit ovat nuoria tyttöjä pastellinsävyissä hameissaan. (Söderholm 1990.)

J-rockia kuuntelevat nuoret ovat muodostaneet kokonaan oman jopa alakulttuuriksi kutsuttavan ryhmänsä, joka on tunnistettavissa ja erotettavissa käytöksensä ja ulkoisen olemuksensa ansiosta muista ryhmittymistä. Japanilaista populaarikulttuuria fanittavat nuoret, japaninörtit eli *otakut* tai *jernut*, kuten faneja usein nuorten keskuudessa kutsutaan, ovat herättäneet paljon niin vihaa kuin ihastustakin muissa nuorissa, eikä ennakkoluuloilta ole voitu välttyä. J-rockia kuuntelevat nuoret mielletään usein Helsingin Kampin ostoskeskuksessa viihtyvinä äänekkäinä, röyhkeinä ja erikoisiin vaatteisiin pukeutuvina ryhminä. Yleistettynä perusfani on 13 - 21-vuotias tyttö ja he asuvat isoissa kaupungeissa, eli Helsingissä, Tampereella, Turussa ja Vaasassa (Tiisala 2007). J-rockin harrastamisessa on havaittavissa kaksi selkeää ääripäätä. Osa faneista on omistautunut harrastukselleen täysin niin taloudellisesti kuin ulkoisella olemuksellaan. Faniuden ja fanituksen äärimmilleen vieminen on monen j-rockfanin elämäntyö ja se epäilemättä saa aikaan harmaita hiuksia nuorten harrastajien vanhemmille. Harrastajien toinen ääripää ovat ne, jotka eivät pidä harrastuksestaan kovaa ääntä, käyvät harvoin jos ollenkaan keikoilla, eivätkä myöskään koe tarvetta kuulua ryhmään.

## 5.1 Pukeutuminen

Tyypillinen j-rockhenkinen pukeutuminen on näyttävää ja siinä on runsaasti yksityiskohtia. Mallia pukeutumiseen otetaan usein joko suosituista japanilaisista katutyyleistä tai suoraan suosikkiyhtyeen jäseniltä.

Rähjäiseksi tai äijämäiseksi mielletty rock tai punkhenkinen pukeutumien on muotoutunut japanilaisten käsittelyssä muodikkaaksi ja edustuskelpoiseksi tyyliuuntauksiksi. Tyylin esikuvia ovat paitsi länsimaiset etenkin 80-luvulla ja 90-luvun alkupuolella vaikuttaneet punk- ja rockyhtyeet, mutta myös japanilainen rockmusiikki ja sen ulkoiseen olemukseen panostavat musiikkityylit. Japanilaisen rockmusiikin tyyllilajeja visual keitā ja oshare keitā edustavien yhtyeiden inspiroiva näyttävä pukeutuminen on noussut suosituksi fanien keskuudessa. Vaikka visual ja oshare kei ovat musiikkityylejä, on kyseistä musiikkia soittavien yhtyeiden merkitys muodille ja sen kehitykselle syytä ottaa huomioon. Oshare-yhtyeiden huomattavimpana eroavaisuutena visual-

tyyliä ylläpitäviin yhtyeisiin voidaan pitää asujen värikkyyttä ja pirteää ilmettä. Pukeutuminen on iloista, huomiota herättävää ja ennen kaikkea tyylikästä. Japanilaiselle rock ja punktyyleille ominainen piirre on androgyynisyys, jolloin asu ei välttämättä ole selkeästi tyttömäinen tai miesmäinen. Kampaus ja meikki ovat myös tärkeässä osassa tyyliä luodessa ja hiukset on usein leikattu kerroksittain ja värjätty useammalla sävyllä.

Muodinmukaisen ja tyylikkään rokkityylin luojaksi kutsutaan usein Baroque-bändin vokalistin **Ryon** asukokonaisuutta yhtyeen musiikkivideossa Anakuro Film (Urban Dictionary 2006c). An cafe, kra ja Lolita23q ovat eräitä muodikkaita ja tyylikkäitä asuja esiintymisissään käyttäviä yhtyeitä. Suosittuja rock ja punkhenkistä pukeutumista tarjoavia japanilaisia vaatemerkkejä, joita monet yhtyeet käyttävät keikkapukeutumisessaan ovat mm. Sex Pot ReVeNGe, Sexy Dynamite London ja h.Naoto.

## 5.2 Mediakäyttäytyminen ja yhteisöllisyys – Minua saa halata An Cafen keikalla



Nuorisokulttuureille tyypillisesti myös j-rockfanit muodostavat oman ryhmänsä, joille on muodostunut omat kielikuvat ja käyttäytymismallit, joista ulkopuolisten on suhteellisen hankala ottaa selkoa.

Ryhmän tuoma turva on tärkeä osa faniutta. Joka tulee ilmi mm. tämän luvun lisäotsikosta ”Minua saa halata An Cafen keikalla ♥”, (IRC-galleria, 2008). joka on IRC-galleriasta poimittu yhteisön nimi ja vain yksi esimerkki siellä olevista vastaavanlaisista yhteisöistä. Yhteisöjä on perustettu niin artistien syömille läksykirjoille kuin heidän vaatekappaleilleenkin sekä erinäisille ruumiinosille.

J-rockin harrastajamäärää on hyvin vaikea laskea. Tutkimusten mukaan suomalaisia japanilaisen populaarikulttuurin harrastajia on kymmeniä tuhansia (Valaskivi 2009, 17). Tästä määrästä j-rockin kuuntelijoiden poimiminen riippuu pitkälti siitä, ketkä lasketaan j-rockfaneiksi ja harrastajiksi. Muutama vuosi sitten tehdyn karkean arvion mukaan Suomessa on noin 2000 aktiivista j-rockin kuuntelijaa (Tiusanen 2007).

Lasketaanko harrastajaksi tai aktiiviseksi kuuntelijaksi muutamaa yhtyettä kuunteleva tai satunnaisista kappaleista pitävä henkilö, joka ei välttämättä käy yhtyeiden keikoilla vai onko todellinen harrastaja sellainen, joka ostaa levyjä, käy keikoilla ja kuuntelee pääosin pelkästään j-rockia? Oman hankaluutensa harrastajamäärän tulkintaa tuovat ne, jotka kuuntelevat j-rockyhtyeitä, mutta eivät välttämättä juuri sen takia, että kyseessä on erityisesti japanilainen yhtye. Onko tällöin oikein määritellä henkilö j-rockfaniksi tai harrastajaksi, jos henkilölle itselleen ei yhtyeen kotimaalla tai genrellä ole erityistä merkitystä?

J-rock voidaan mieltää sosiaalisesti harrastukseksi, jossa harrastajat kokoontuvat tapaamisiin, käyvät yhdessä keikoilla ja viettävät aikaa yhdessä. Kasvotusten käytävää sosiaalista kanssakäymistä selvästi yleisempää on Internetin keskustelupalstoilla käytävä keskustelu, jossa kynnys tuoda ajatuksensa julki anonyymisti on huomattavasti alhaisempi. Internet mahdollistaa ystävien etsimisen koulun tai oman kotikaupungin ulkopuolelta ja keskustelupalstojen, blogien ja muiden yhteisöjen kautta tavanneet harrastajat voivat olla parhaita ystäviä, vaikkeivät koskaan tapaisikaan kasvotusten.

J-rockfaneille yhteisölliset mediat tarjoavat päivittäisen kontaktiverkoston toisiin harrastajiin maailman ympäri. Keskustelufoorumit, blogit, chatit, fanisivustot ja muut yhteisöt mm. Facebookissa, antavat kanavan jakaa kokemuksia, mielipiteitä ja uutisia suosikkiartisteista. Tämä toimii myös vertaistukiverkostonä, jossa anonyymina pystyy kertomaan asioita, joita ei välttämättä kasvokkain pystytäk kertomaan ennakkoluuloista johtuen. Otetaan esimerkiksi nuori poika, joka on suunnattoman ihastunut japanilaiseen musiikkiin, mutta koska hänen kaveripiirissään ei ole ketään, joka kuuntelisi sitä hänen lisäksi tai olisi millään lailla edes kiinnostunut aiheesta, muuten kuin pilkaten, hän ei uskalla kertoa kavereilleen kiinnostuksestaan. Tähän itsevarmuuden puutteeseen ja häilyvään identiteettiin tarjoaa yhteisölliset mediat ratkaisun, joissa poika voi paljastaa arimmat tunteensa ja olla se mitä aina on halunnut olla.

Tutkimuksessa selvitimme, että artistien uutisointia seurataan aktiivisesti. Suurin osa harrastajista vierailee suosikkiartistinsa sivuilla päivittäin tai vähintään pari kertaa viikossa. Hyvin minimaallinen osa ei seuraa uutisointia laisinkaan tai hyvin harvoin. (TAULUKKO 21)

Medioista Internet on selvästi suosituin, sillä radiosta ei tule j-rockia, TV:ssä ei näyettä j-rockmusiikkivideoita ja haastattelujakaan ei juuri ole tarjolla. Internet sen sijaan tarjoaa tämän kaiken vaivattomasti ja vieläpä vertaisverkkojen mahdollistamat nopeat, mutta laittomat levyjen lataukset houkuttelevat netin ihmeelliseen maailmaan. J-rockin näkyvyys eri medioissa ei vedä mitään vertoja sille informaatiotulvalle, joka siitä liikkuu Internetissä.

## **6 MARKKINAT**

Vakiintunut fanikanta ja runsas kysyntä ovat mahdollistaneet pienten levykauppojen pystyttävän oman osastonsa j-rocklevyille. Suomalaisista levykaupoista ja tavarataloketjuista levyjä myyvät Anttila, Levykauppa Äx, Epe's Music Store ja Cdon.com. J-rockiin erikoistuneita levykauppoja Suomessa on toistaiseksi yksi, Mirri Music. Sen valikoimiin kuuluu yli 40 eri japanilaista artistia/yhtyettä, sekä pieni valikoima oheistuotteita (Mirri Music 2009).

Yhtyeen tuotteistaminen ja sen visuaalisen imagon hyödyntäminen on eräs japanilaiseen rockmusiikkiin vahvasti kuuluvat ilmiö. Siinä missä suomalaisille yhtyeille luodaan myyntiin bändipaitoja, toimistotarvikkeita ja julisteita, Japanissa yhtyeen tai artistin ulkoinen olemus myydään kuluttajille. Perinteisten oheistuotteiden rinnalla tarjolla on artistista tehtyjä figureja, kuvakirjoja ja jopa kokonaisia vaatekokoelmia, jotka auttavat faneja jäljittelemään ihailemaansa artistia myös musiikin ulkopuolella.

### **6.1 Myynti**

Läheskään kaikkien Suomessa esiintyneiden yhtyeiden levyistä ei ole saatavilla Eurooppajulkaisua, joka mahdollistaisi levyn hankkimisen kohtuulliseen hintaan joko kotimaisesta tai muusta eurooppalaisesta levykaupasta tai nettikaupasta. Vaikeasti saatavilla olevien artistien ja yhtyeiden levyjä tilataan levykauppoihin Japanista, joka tuo levynhintaan usein roiman korotuksen. Suosituimmat levyt ovat usein loppuunmyytyjä, eikä levyjen uudelleen saatavuudesta ole aina tarkkaa tietoa, joten kysyntään ei aina voida vastata.

Artistien ja yhtyeiden levyjä otetaan myyntiin pienellä varauksella. Esimerkiksi Epe's Music Store ottaa bändiehdotuksia vastaan ja valikoi mieluummin myyntiin yhtyeitä, joilla on kysyntää. Japanilaisen populaarikulttuurin trendikkyuden aallonharja on jo ohi, mutta levyille löytyy yhä vankka ostajakunta.

Ainoana j-rockia pääsääntöisesti myyvänä suomalaisena yrityksenä Mirri Music on huomannut selkeitä eroavaisuuksia levynmyynnissä kausittain. Yhtyeen lähtiessä Eurooppaan kiertueelle tai saapuessa Suomeen saakka esiintymään, näkyy levynmyynnissä selkeä nousujohde. Tällöin on myös osattava ennakoida levyjen tilaamista ja pitää tarvittava määrä levyjä varastossa, sillä ne ovat usein lopussa myös muilta jälleenmyyjiltä ympäri Eurooppaa. (Mirri Music 2009.)

Levyjen hinnat riippuvat täysin siitä, kuinka vaikeasti saatava levy on tai onko kyseessä japanijulkaisu. Useimmat Euroopassa menestyksekkäästi keikkailleet yhtyeet julkaisevat levynsä Euroopassa. Julkaisu sisältää usein mm. englanninkieliset käännökset levyn kappaleisiin. Eurooppajulkaisujen hinnat ovat 20 euron molemmilla puolilla, joka on muodostunut eräänlaiseksi standardihinnaksi kaikkien eurooppalaisissa levykaupoissa tai nettikaupoissa myytävien j-rocklevyjen kohdalla. Japanijulkaisusta eli levystä jota ei ole julkaistu Euroopassa, tai muista levyistä, joita on vaikeasti saatavilla, pyydetään usein yli 30 euroa. Todellisista levyharvinaisuuksista on aiheellista varautua maksamaan yli 100 euroa.

Oheistuotteet kuuluvat miltei jokaisen yhtyeen valikoimaan ja ne voivat olla kaikkea mahdollista toimistotarvikkeista julisteisiin ja artistin suunnittelemista instrumenteista vaatemallistoon. Suomessa oheistuotteiden saanti on hyvin vaikeaa, ja yhtyeiden keikoista onkin muodostunut vaivattomin tapa saada suosikkibändinsä fanituotteita.

### **6.1.1 Levyt ja fanituotteet**

Levynmyynnillisesti asiaa tarkasteltuna ne yhtyeet, joilta valikoimaa on runsaasti ja levyt ovat helposti saatavilla, myyvät myös kilpailijoitaan eniten. Mirri Musicin myydyimmät yhtyeet ovat Dir en Grey, Girugämesh, The GazettE ja An Café (Mirri Music 2009). Valtakunnallisesti Suomen myydyimpänä japanilaisena yhtyeenä voidaan pitää oshare-kei yhtye An Cafeta, joka on päässyt Suomen viralliselle levynmyyntilistalle



niin levyjensä, kuin DVD-tallenteensa ansiosta. An Cafen levyjen suurin listasijoitus ajoittuu viikolle 13, vuonna 2009, jolloin yhtyeen Harajuku Dance Rock oli viikon neljänneksi myydyin levy. DVD-tallenne Nyappy Go Around The World puolestaan oli viikolla 13/2009 myydyimpien musiikki DVD:en kärjessä. (YLE 2009).

Ensimmäisen Suomen virallisella listalla käyneen j-rocklevyn kunnia menee Dir en Greylle. Dir en Grey'n *Withering to Death*-albumi debytoi sijalla 31. viikolla 14/2005. Japanilaisyhtyeen ensimmäinen esiintyminen kotimaisella levynmyyntilistalla tapahtui siis samana vuonna, jolloin Suomessa vallinneen japanibuumin voidaan katsoa alkaneen toden teolla.

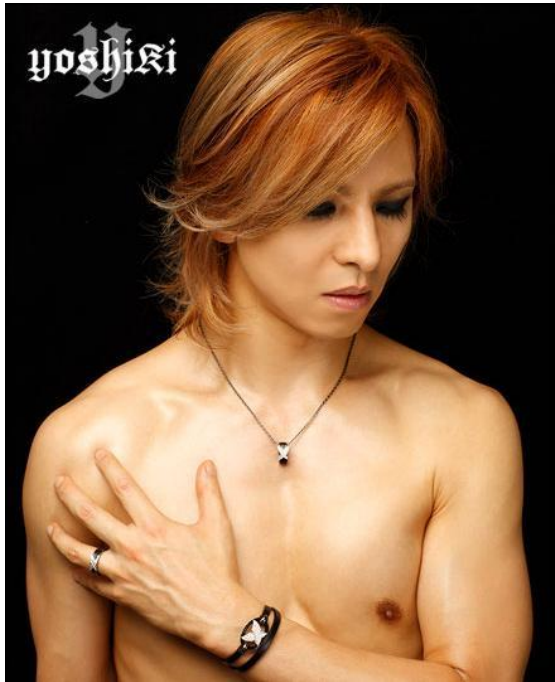
Uusea japanilaisyhtye on tehnyt menestyksestä yhteistyötä eri vaatemerkkien kanssa, jolloin yhtyeiden näpsäkät videoissa ja esiintymislavoilla nähnyt asukokonaisuudet ovat olleet saatavilla myös faneille.

Eräs menestyksekkään bisneksen omalla vaatemallistollaan luonut artisti on Mana, joka perusti Moi-meme-Moitie-vaatemerkkinsä, nimenomaan faneja ajatellen. Manan viitoittamaa tietä ovat seuranneet mm. An Cafe, joka oman vaatemerkkinsä sijaan ryhtyi yhteistyöhön japanilaisen rock/punkvaatetuksestaan tunnetun Sex Pot ReVeNGe-brändin kanssa (Virtual Japan 2008).

Suomessa oheistuotteiden saanti on vähäistä. Fanituotteet hankitaan joko ulkomaisista nettikaupoista tai ostetaan yhtyeen keikalta, jossa myynnissä on usein levyjen lisäksi pieni valikoima julisteita, rintanappeja ja bändipaitoja. Jos Internetistä tilaaminen ei houkuttele, varmin tapa saada fanituotteita on ostaa niitä yhtyeiden keikoilta. Myyntipöydän tarjonta tosin myydään usein nopeasti loppuun ja valikoima on pientä.

Miltei jokaisella levy-yhtiön listalla olevalla japanilaisella yhtyeellä on oma fan clubinsa. Vielä 2000-luvun alussa yksikään japanilaisyhtyeen tai artistin fan club ei hyväksynyt Japanin ulkopuolella asuvien faniensa hakemuksia, mutta nykyään on miltei poikkeus, jos yhtyeellä ei ole tarjolla kansainvälistä fan clubia. Fan clubin jäsenyys takaa paitsi ensikäden tietoa yhtyeen tulevista kiertueista, mutta myös mahdollistaa fanituotteiden ja erikoisjulkaisujen saannin. Esimerkiksi Moi dix Mois-yhtye tarjosi Mon Amour-fan clubinsa jäsenien ostaa erikoisliput yhtyeen Euroopankiertueelle.

Erikoislippu takasi sisäänpääsyn keikkapaikkaan ilman jonotusta. Ilmaisia fan clubit eivät kuitenkaan ole. Yleensä pientä vuosimaksua vastaan fanit saavat käyttöönsä clubin tarjoamat jäsenedut, kuten hieman edullisemmat keikkaliput. Sooloartisti Miyavin kansainvälisen fan clubin vuosimaksu on n.61 euroa ja vuosimaksuun lukeutuu muun muassa jäsenkortti, faniklubilehti sekä mahdollisuus rajoitettujen fanituotteiden ja konserttilippujen ostamiseen (JaME 2009).



KUVA 10. Yoshiki mainostaa korumallistoaan. (Rakuten, Inc)

Faneille suunnattujen oheistuotteiden hinta liikkuu muutaman euron pikkutavarasta satojen eurojen keräilyharvinaisuuksiin. Julisteet, mukit ja pinssisetit maksavat korkeintaan muutaman kymmenen euroa. Toisena ääripäänä fanituotteissa ovat mm. artistin suunnittelemat korut ja vaatteet, joita markkinoidaan pitkälti artistin tai yhtyeen imagolla. Erinomaisena esimerkkinä eräänlaisesta designer fanituotteesta on X-Japanin rumpalin **Yoshikin** oma korumallisto (KUVA 10). Osan korumalliston kaulakorujen ja sormuksien myyntihinta on noin 2000 - 3000 euroa, jotka ovatkin eräitä kalleimpia tarjolla olevia fanituotteiksi luokiteltavia oheistuotteita (Yoshiki Jewelry 2010).

### 6.1.2 Pääsyliput

J-rockyhtyeiden keikkalippujen hinta on noussut tasaiseen tahtiin joka vuosi. Anime-tapahtumissa esiintyvien yhtyeiden keikalle lipun saa yleensä alle 20 eurolla, mutta bändin omalle keikalle lipuista voidaan pyytää 25 - 55 euroa riippuen keikkapaikasta ja mahdollisesti myös siitä, kuinka suosittu tai tunnettu yhtye on harrastajien keskuudessa.

BLOODin esiintyessä Suomessa toista kertaa vuonna 2006 Gloriolla lopun hinta oli 20 euroa. Myöhemmin samana vuonna esiintyneen Ayabien keikkalippu Gloriolla maksoi 25 euroa ja melko tuntemattoman kokoonpanon eX-Girlin 10 euroa. D'espairsRayn esiintyessä Tavastiolla loppuvuodesta 2006 lippujen hinta oli kohonnut jo 30 euroon. (JaME 2006). Vuonna 2007 lippujen hinnat nousivat odotetusti, kun järjestäjät huomasivat japanilaisyhtyeiden houkuttelevan keikkapaikat täyteen. Ensimmäisellä Suomen keikallaan MUCC rikkoi silloisen j-rockyhtyeiden ennätyksen ja myi 800 lippua kolmessa tunnissa (JaME 2007b). Lippujen hinta oli 30 - 33 euroa.

Vuodesta 2007 lippujen hinnat ovat nousseet pääsääntöisesti 5 - 10 eurolla. Gloriolla järjestettävien keikkojen hinta on pysynyt reilusti alle 30 eurossa, esimerkiksi Ayabien ensimmäinen Suomen konsertti vuonna 2006 maksoi 25 euroa. Etenkin kovasti halutut ja nopeasti myyvät keikkaliput saattavat maksaa jo yli 40 euroa esimerkiksi Tavastialla. Toista kertaa Suomessa vierailutta Ayabie-yhtyettä pääsi katsomaan Tavastialle vuonna 2007 33 euron hintaan, ja vuotta myöhemmin 2008 liput maksoivatkin ovelta ostettuna jo 36 euroa. (Meteli.net 2010a) Sooloartisti Miyavin (Meteli.net 2010b) liput ensimmäiselle Suomen keikalle vuonna 2008 maksoivat ennakkoon ostettuna 36 euroa ja vuonna 2009 useamman loppuunmyydyin keikan vetäneen artistin lipun hinta ovelta ostettuna oli noussut 43 euroon (Meteli.net 2010c).

## **6.2 Tulevaisuuden näkymät ja mahdollisuudet**

Piileekö J-rockissa potentiaalinen bisnes? J-rock on pitkälle tuotteistettu, mikä tarjoaa valtavat mahdollisuudet markkinakoneistolle. Tosin on todettava, että nimenomaan markkinakoneisto on sitä auttanut kasvamaan ja tulemaan näkyväksi ympäri maailman. Suomessa markkinarako on vielä suhteellisen avoin, sillä juurikaan tarjontaa ei maassamme ole. Koko j-rockfanius pyörii materialismin ympärillä, sillä on hyvin tärkeää näyttää siltä, että kyseenomaista musiikkia kuuntelee ja vielä tarkemmin mitä

tyyli erityisesti. Tämä antaa vielä suuremman vallan talousrattaille hallita viattomia ja pahaa-aavistamattomia faneja, jotka vaihtaessaan tai laajentaessaan kuunteluaan oshare keistä eroguro keihin joutuvat muuttamaan myös tyyliään ulkoisesti. Tällainen muutos vaatii suhteellisen paksun lompakon. J-rock ei missään tapauksessa ole halpa harrastus jos sen ottaa todellisesti omakseen, joten markkinataloudelliset mahdollisuudet ovat huikeat. Kuinka paljon tosifani olisikaan valmis maksamaan ihailemansa artistin luomuksesta ja vielä parempi, jos kyseessä on artistin käyttämä tuote, esimerkiksi kitara tai vaatekappale.

J-rockin tulevaisuus näyttäisi olevan yhtä valoisa, kuin minkä tahansa muun alakulttuurin. Se on ajassa mukana ja kerännyt uskollisen kuulijakunnan, osa faneista katoaa uusien tyylien mukaan, mutta ne, joita j-rockkärpänen on pahasti puraissut jäävät seuraamaan j-rockin kehitystä ja pitämään tämän lippua korkealla.

## **7 KYSELYJEN TULOKSET**

### **7.1 Sähköpostikysely**

Fanikantaa ja sen rakennetta selvitettiin sähköpostikyselyn ja Internetissä tehdyn Webropol-alustan avulla. Sähköpostikysely lähetettiin nuorien ja vähän varttuneemmankin kohdeyleisön nähtäväksi usealle Internetin foorumeille, kuten Demi ja Koululainen -lehtien keskustelupalstoille, Nelosen ja Subin keskustelupalstoille ja useille j-rockfoorumeille. Vastaajia pyydettiin palauttamaan omat vastauksensa sähköpostitse. Tavoitteena oli antaa henkilön kertoa omasta harrastuneisuudestaan vapaamuotoisesti, mutta kyselyssämme oli esimerkkinä useita eri harrastuneisuutta kartoittavia kysymyksiä, joita vastaaja pystyi hyödyntämään asiaa pohtiessaan. Kyselyssä tiedustelimme mm. kuinka vastaaja oli tutustunut j-rockiin ja kuinka paljon sen harrastaminen on laajentanut tai supistanut hänen sosiaalista elämäänsä. Vastaajia saatiin kasaan 25 henkilöä. Vastaajista 24 oli naisia, miehiä 1.

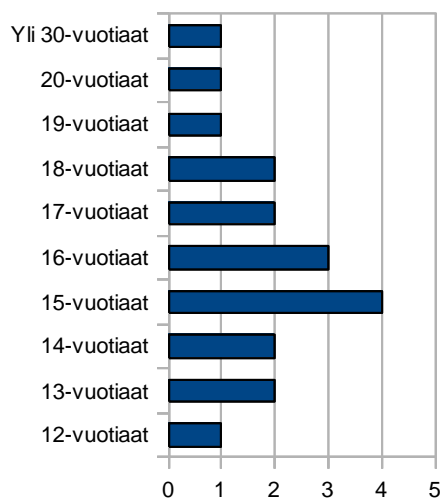
#### **7.1.1 Sähköpostikyselyn tulosten analysointi**

Kyselyn ikäjakauma antaa osviittaa siitä, minkä ikäinen on tyypillinen kyselymme kohdehenkilö. Myös siihen, mihin päin Suomea harrastajat ovat keskittyneet, toivottiin vastausta. Toiveistamme huolimatta useampi vastaaja jätti kertomatta oman ikänsä ja paikkakuntansa. Vastauksia tutkittaessa voidaan kuitenkin selkeästi huomata, kuinka suurin osa kyselyyn vastanneista on syntynyt 90-luvun alussa ja käy näin ollen vielä peruskoulua.

Nuorin vastanneista oli 12-vuotias. Vanhin vastanneista oli puolestaan 34-vuotias perheellinen nainen, jonka oma 11-vuotias tytärkin on kiinnostunut japanilaisesta rock-musiikista. Suurin ikäluokka ovat ehdottomasti 15-vuotiaat, joita vastanneista oli neljä henkilöä. Vaikka j-rockia pidetään enimmäkseen peruskouluikäisten tyttöjen harrastuksena, joukkoon mahtuu myös täysi-ikäisyyden saavuttaneita vastaajia, joista osa on aloittanut harrastuksensa useita vuosia sitten. (TAULUKKO 1)

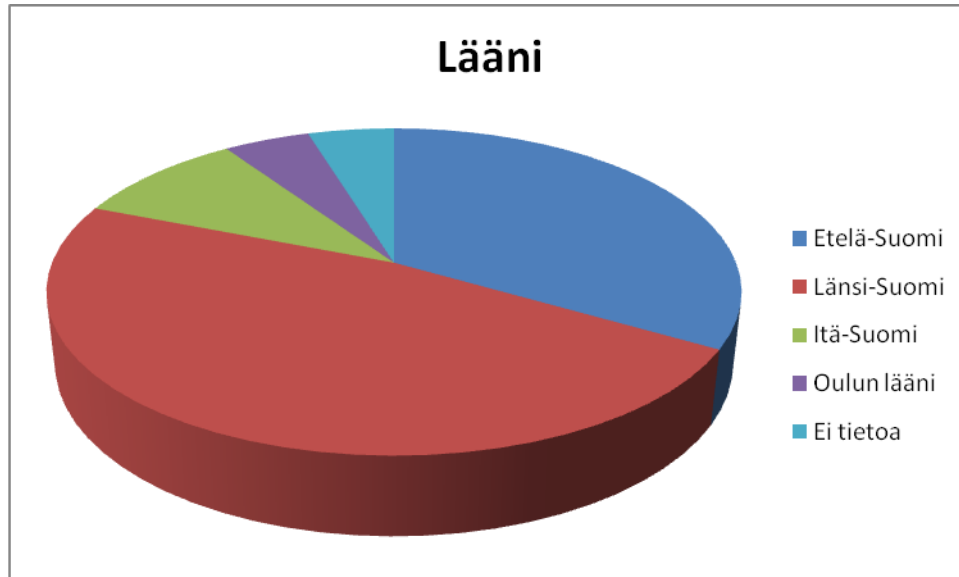
Kyselyyn vastanneiden joukkoon mahtui vain yksi miespuolinen vastaaja, joka on omiaan osoittamaan j-rockissa havaittavan fanien naisvaltaisuuden myös Suomessa. Japanissa miehet ovat harvinaisen näky keikoilla, ja omaa suosikkiyhtyettä fanitetaan mieluummin omassa kodissa neljän seinän sisällä, kuin julkisesti. Suomessa ja muualla Euroopassa on kuitenkin ollut havaittavissa, että keikoille eksyy yhä lisää miehiä joko naispuolisen seuralaisensa kanssa tai yksin.

TAULUKKO 1 Ikäjakauma



Suomen j-rockharrastajista pääkaupunkiseudulla asuvilla on luonnollisesti helpointa käydä Suomeen tulevien japanilaisten artistien ja yhtyeiden keikoilla. Välimatka ei kuitenkaan ole ylitsepääsemätön este jos tahtoa ja varaa matkustamiseen löytyy. Länsi-Suomen läänissä asuvia oli vastaajista enemmistö. Toisena suurena lääninä kiri rinnalle Etelä-Suomi. (TAULUKKO 2)

TAULUKKO 2 Lääni



Sähköpostikyselyssä vastaajaa pyydettiin myös muistelemaan mitä kautta tutustui ensimmäisen kerran j-rockiin. Vastausten perusteella voidaan huomata monen tutustuneen j-rockyhtyeisiin ja artisteihin joko ystävän suosituksesta tai sattumalta. Monessa vastauksessa tulee esille kuinka kaveri joko kuuntelutti jonkin kappaleen tai ystävä piti jostakin japanilaisesta bändistä ja vastaaja kiinnostui tuota kautta j-rockista. Myös YouTube mainitaan monen vastaajan kertomuksessa. Moni on selannut YouTubea ja sattumalta törmännyt jonkin j-rockyhtyeen videoon. Osa muuta japanilaista populaarikulttuuria, kuten animea ja mangaa harrastava kertoo kuulleensa j-rockia ensimmäisen kerran katsomansa animen alkutunnusmusiikkina.

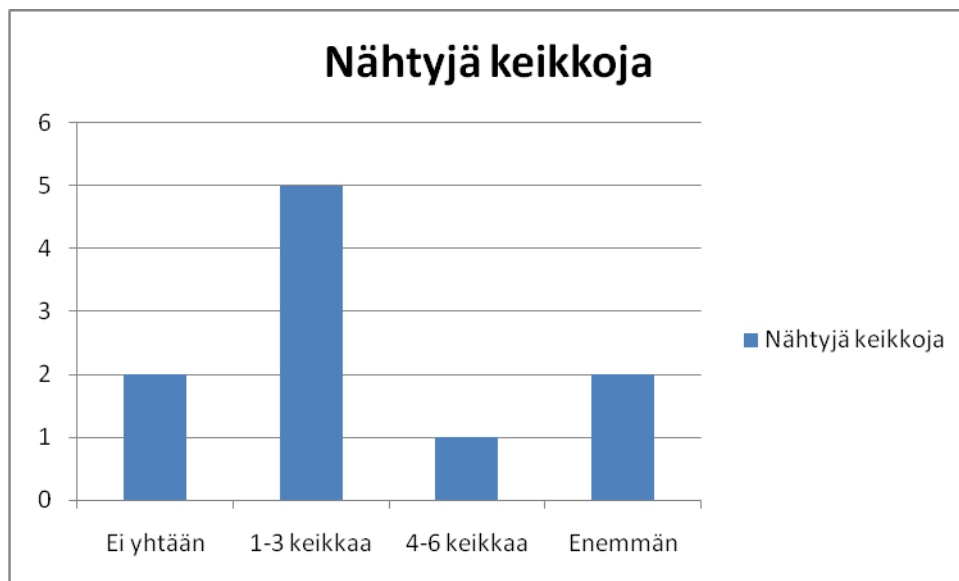
Kuten kaikki muutkin harrastukset, j-rock saattaa joko karkottaa vanhat ystävät tai tuoda elämään uusia tuttavuuksia. Internetin ansiosta samanhenkisten ihmisten löytäminen eri foorumeiden kautta on nykyaikana helppoa ja kynnyksellä tutustumiseen on paljon matalampi kuin mennä kadulla juttelemaan tuntemattomalle.

Sähköpostikyselyssä vastaajat kertoivat saaneensa harrastuksen myötä jopa 30 uutta ystävää, mutta vastauksiin on suhtauduttava varauksella, sillä ei voida tietää, kuinka

vastaaja määrittelee ystävyuden. Nettituttuja oli useammalla vastaajalla, jotkut olivat saaneet harrastuksen kautta uusia ystäviä, joita tapaavat toisinaan myös netin ulkopuolella. Keikkojen lisäksi erilaiset tapahtumat, kuten conit ja animeyhdistysten tapaamiset olivat saattaneet samanhenkisiä ihmisiä yhteen.

Harrastajille teetetystä sähköpostikyselyssä vastaajia pyydettiin listaamaan keikat, joilla he olivat käyneet. Samalla selvitettiin montako keikkaa keskimääräisesti oli nähty. (TAULUKKO 3)

TAULUKKO 3 Nähtyt keikat



Sähköpostikyselyssä tiedusteltiin myös mitä tyyliä ja minkä tyylistä musiikkia soittavia yhtyeitä vastaajat kuuntelevat. Joukosta löytyi tasaisesti niin major kuin indie levy-yhtiöiden listoilla olevia bändejä. Selkeää kannatusta saivat yhtyeet, jotka ovat keikkailleet Suomessa ja saaneet julkisuutta mm. nuortenlehdissä kuten Suosikissa tai Koululaisessa.

Omaa suosikkiyhtyettä kysyttäessä The Gazette osoittautui kyselyn äänikuninkaaksi, sillä jopa 12 vastanneista listasi sen yhdeksi suosikkibändeistään. Toiselle sijalle ylsi useampaan kertaan Suomessa vierailut Dir en Grey. Eniten ääniä keräsivät Visual keiytyyliä edustaneet yhtyeet. Omaa suosikkimusiikkia listattaessa ongelmaksi muodostuvat se, mitä vastaaja tarkoittaa omalla suosikkimusiikillaan. Listaako vastaaja yhtyeitä, joita kuuntelee säännöllisesti vai lasketaanko mukaan myös yhtyeet, joiden muutamasta kappaleesta vastaaja pitää. Lasketaanko mukaan listaukseen myös yhtyeet, joita saatetaan kuunnella silloin tällöin?

Hajääniä saivat myös seuraavat yhtyeet: Kibouya honpo, caroline, NoGoD, Scre´w, Wizard, Maximum the Hormone, -OZ-, 9GOATS BLACK OUT, b i s, LM.C, ELLEGARDEN, SCREW, SADS, SID, Atsushi Sakurai, Billy, gossip, Kiyoharu, the studs, UnsraW, LUNA SEA, lynch., Kra, hide, RENTRER EN SOI, Kuroyume, BUCK-TICK, Vistlip, Naitomea, Zwei, Jinkaku Radio, Fatima ja lolita23q. Erikoista suosikkiyhtyeiden listauksessa ovat Euroopassa ja jopa kotimaassaan Japanissa suhteellisen tuntemattomat yhtyeet, jotka eivät ole käyneet esiintymässä kotimaansa ulkopuolella, eikä yhtyeiden levyjä ole saatavilla suomalaisissa tai eurooppalaisissa levykaupoissa.

Vanhemmilta j-rockharrastus sai ristiriitaisia tunteita. Nuoret vastaajat kertoivat, ettei vanhempi edes välitä lapsensa harrastuksesta. Joidenkin vastaajien vanhemmat eivät edes tienneet lapsensa kiinnostuneisuudesta japanilaiseen rockmusiikkiin. Osa vastaajista vanhemmat tukivat rahallisesti levyjen ostoa ja keikoilla käyntiä. Osa kertoi vanhempiansa tulevan jopa mukaan keikoille. Osa vastaajista kertoi vanhempiansa suhtautuvan harrastukseen positiivisesti, mutta haluavan valvoa jälkikasvunsa ostamia levyjä, kuuntelemaansa musiikkia ja tämän pukeutumista. Myös levyjen ja oheistuotteiden kallis hinta tulee joskus vanhemmille yllätyksenä. Pahimmillaan vanhempien kuvaillaan ”kammoksuvat koko harrastusta”.

J-rock voi osoittautua kalliiksi harrastukseksi kuten mikä tahansa muukin musiikkiharrastus. Sähköpostikyselyyn osallistuneita pyydettiin arvioimaan omaa rahankulutustaan ja moni vastaus osoittautui yllättäväksi, ainakin jos huomioidaan vastanneiden ikä. Osassa vastauksia jäi epäselväksi laskettiin summaan levyjen ja keikkojen lisäksi myös mahdollinen muu j-rockiin olennaisesti kuuluvat oheistuotteet, kuten vaatetukseen kulutettu raha.

Monelle vastanneista oli vaikea arvioida omaa rahankäyttöään, joka on ymmärrettävää jos kyseessä on vielä vanhempiansa luona asuva henkilö. Pienin arvio, jonka useampi vastaaja pystyi antamaan oli 100 - 200 euroa vuodessa. Tähän summaan laskettiin keikkaliput, levyt, oheistuotteet ja matkat keikkapaikoille. Seuraava ryhmä olivat ne jotka kuluttivat harrastukseensa 100 - 200 euroa kuukaudessa. Myös keikkakohtaisia arvioita annettiin. Rahaa oltiin valmiita tuhlaamaan n. 60 - 200 euroa per keikka. Eräs



vastaajista arvioi käyttävänsä jokaista keikkaa kohden n. 60 euroa eli yhteensä noin 400 - 500 euroa vuodessa.

Levyjä ostetaan yhtä lailla niin netistä kuin levykaupoistakin. Paljon kannatusta sai myös levyjen osto keikoilta, joka selittyy sillä että monen Suomessa keikkailemassa käyvän yhtyeiden levyjä ei ole saatavilla mistään kotimaisesta nettikaupasta tai levykaupasta. Kotimaiset j-rockia valikoimissaan pitävät levykaupat, Epe's Music Store, Mirri Music ja Levykauppa Äx saivat myös kannatusta, mutta monen mielestä näiden kauppojen hinnat ovat turhan yläkantissa. Yleisesti ottaen kotimaisten kauppojen hintatasoa pidettiin liian kovana.

Käytettyjen levyjen ostamista pidettiin hyvänä vaihtoehtona. Vastaajat kertoivat ostavansa levyjä nettihuutokaupoista kuten Ebaysta ja Huuto.netistä. Jotkut ostivat myös levyjä käytettynä tutuiltaan. Ulkomaiset nettikaupat saivat joiltakin kannatusta hieman edullisempien hintojensa takia. Ulkomailta tilaaminen voi olla kuitenkin poissuljettu vaihtoehto alaikäisiltä harrastajilta, joilla ei ole Visa-korttia tai jotakin muuta ulkomailta tilaamista varten tarvittavaa maksuvälinettä. Jotkut arvelivat kuitenkin siirtyvänsä tilaamaan levynsä kokonaan kotimaan ulkopuolelta, kunhan saavat oman luottokorttinsa.

Internetistä laittomasti musiikin lataaminen myönnettiin, mutta jotkut korostivat vastuussaan, etteivät haluaisi turvautua tähän vaihtoehtoon. Pienempien levy-yhtiöiden ja Euroopassa tuntemattomien yhtyeiden levyjen hankkiminen voi olla todella vaikeaa ja moni harrastaja saattaa turvautua laittomaan lataamiseen netistä sen helppouden ja nopeuden takia.

## **7.2 Webropol-kysely**

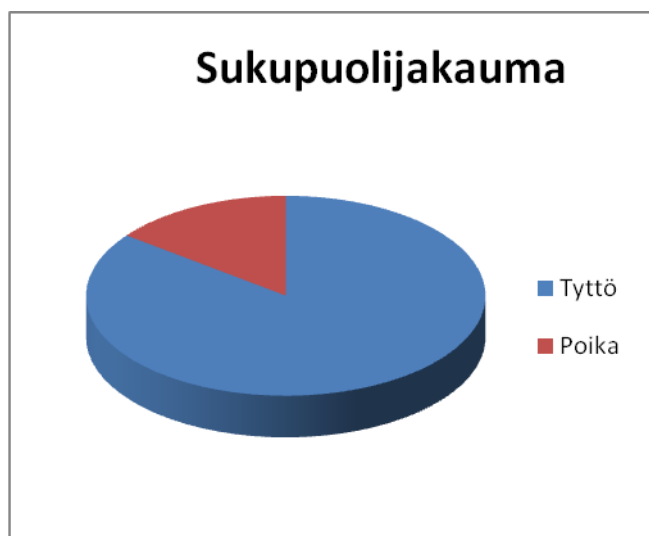
### **7.2.1 Webropol-kyselyn tulosten analysointi**

Sähköpostikyselyn lisäksi oli tarpeellista selvittää harrastajakunnan tottumuksia mm. rahankulutuksen suhteen ja saada vielä tarkemmin selville kuinka j-rockin harrastami-

nen vaikuttaa identiteettiin. Kyselyn alustaksi valittiin Webropol, joka mahdollisti vastaamisen anonyyminä ja vaivattomasti pelkällä hiiren napsautuksella.

Internetissä julkaistulla Webropol-kyselyllä pyrittiin saamaan tarkempaa tietoa etenkin j-rockin markkinamahdollisuuksista ja harrastajien rahankulutuksesta. Kysely suoritettiin keväällä 2009 ja sitä mainostettiin monilla eri Internetin japanilaiseen populaarikulttuuriin erikoistuneilla foorumeilla sekä Irc-galleriassa, jossa on lukemattomia japanilaisille artisteille ja yhtyeille omistettuja faniyhteisöjä.

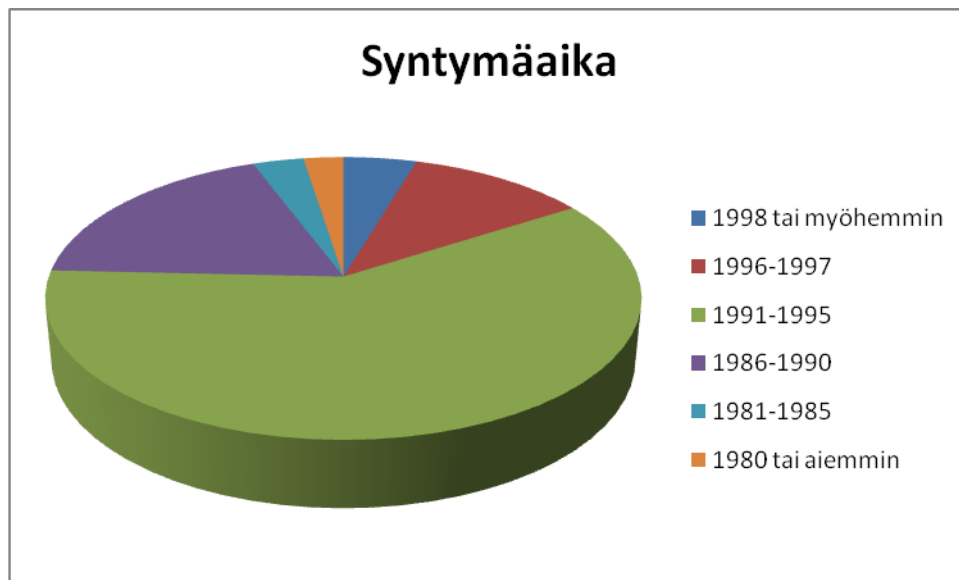
TAULUKKO 4 Sukupuolijakauma



Vastaajia kyselylle saatiin kiitettävät 238 henkilöä. Suuri vastaajamäärä helpotti ns. ”hupivastaajien” erottelun oikeista, asiallisista vastauksista. Vastaajista 203 (85,3 %) oli naisia, 35 (14,7 %) miehiä. (TAULUKKO 4)

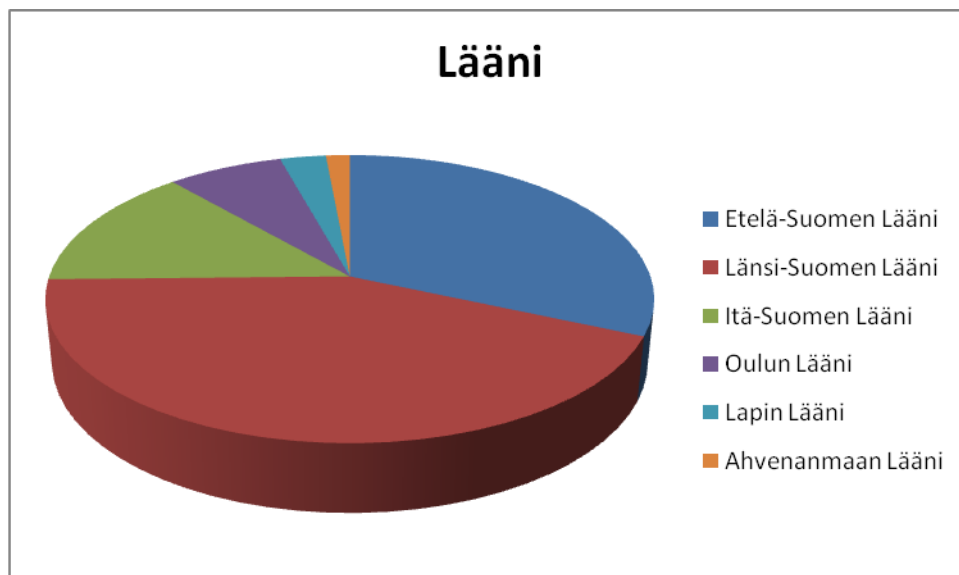
Kyselyn ensimmäisessä osiossa pyrittiin kartoittamaan harrastajien profiilia, eli ikää, sukupuolta ja asuinalueita. Ensimmäisessä osassa paneuduttiin lähemmin siihen, missä vastaaja on ensimmäisen kerran tutustunut japanilaiseen rockmusiikkiin ja harrastaako vastaaja muita japanilaiseen populaarikulttuuriin tai muuhun japanilaiseen kulttuuriin liittyviä asioita. Kyselyn toisessa osiossa tarkasteltiin vastaajan kulutustottumuksia ja harrastuksen sosiaalisuutta. Kolmannessa osiossa selvitettiin keikkakäyttäytymistä ja kerättiin tarkempaa tietoa harrastajien mielenkiinnonkohteita.

TAULUKKO 5 Syntymäaika



Webropol-kyselyn tulokset osoittivat jo sähköpostikyselyssä selville saatuja tietoja asuinpaikasta ja iästä yhteneväiseksi. Vastaajien selkeästi suurimmat ikäryhmät olivat vuosina 1992 (15,1 %) ja 1994 (14,7 %) syntyneet. Tämä tarkoittaa, että 15 - 19-vuotiaat nuoret ovat j-rockin suurin kuluttaja ryhmä. Kyselyn nuorimmat olivat vuonna 1998 tai myöhemmin syntyneet, joita vastaajista oli 14,1 %. Vanhimmat vastaajista olivat vuonna 1980 tai aikaisemmin syntyneet. (TAULUKKO 5)

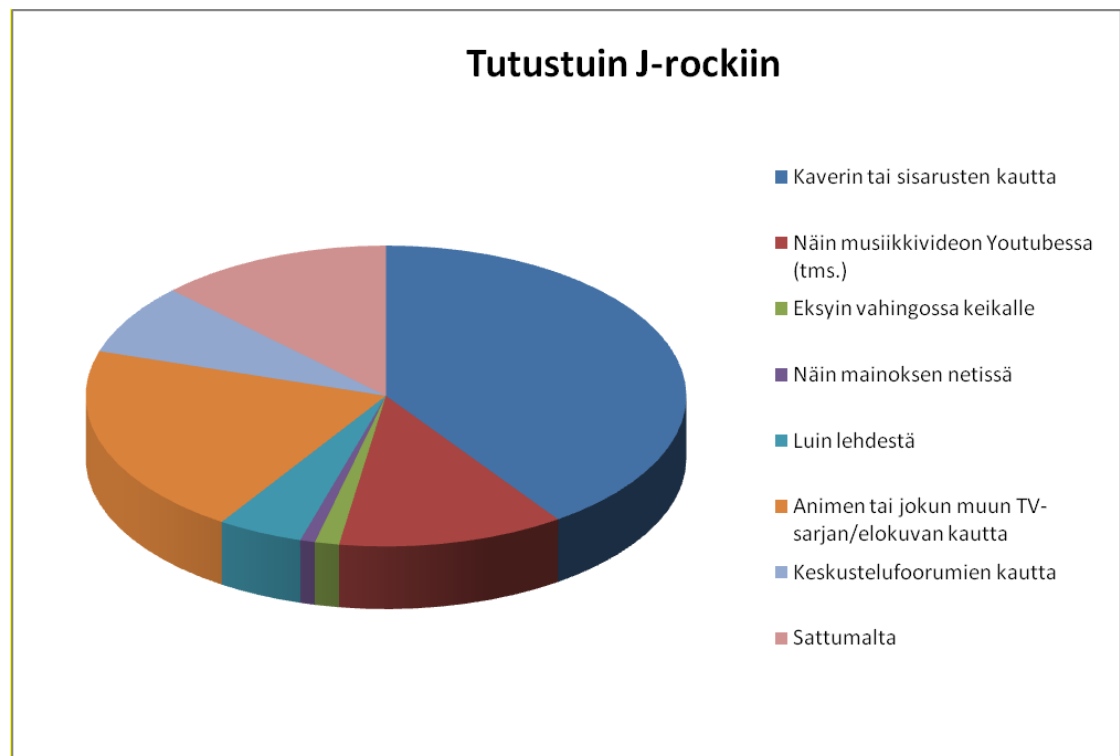
TAULUKKO 6 Lääni



Suurimmat harrastajamäärät keskittyivät Uudellemaalle, Keski-Suomeen ja Pirkanmaalle, joka omalta osaltaan tuki jo sähköpostikyselyssä herännyttä oletusta siitä, että pääkaupunkiseutu on harrastajien suosiossa. Pienet maakunnat harrastajamääriltään

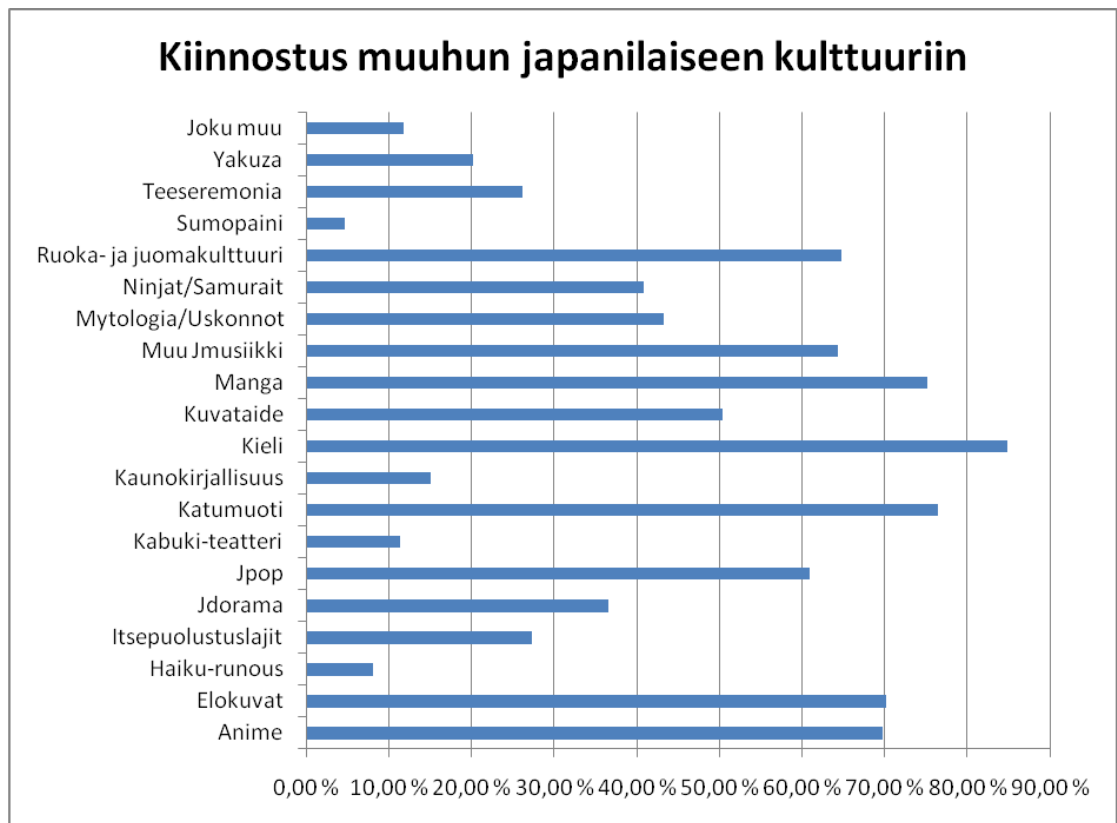
osoittautuivat ymmärrettävästi kaikista kaukaisimmiksi pääkaupungista katsoen, jossa suurin osa esimerkiksi j-rockyhtyeiden keikoista pidetään. Suosituinta j-rock on nimenaan Länsi-Suomen läänissä, jossa harrastajaporukka on vahvasti keskittynyt keikoistakin tunnetun Tampereen ympäristöön ja toisena tulee Etelä-Suomen lääni toisen suosituksen keikkakaupungin Helsingin siivittämänä. Tietysti vastaajamääristä voidaan myös päätellä, että kyseenomaisilla alueilla fanit ovat aktiivisempia, kuin muualla Suomessa. (TAULUKKO 6)

TAULUKKO 7 Tutustuminen j-rockiin



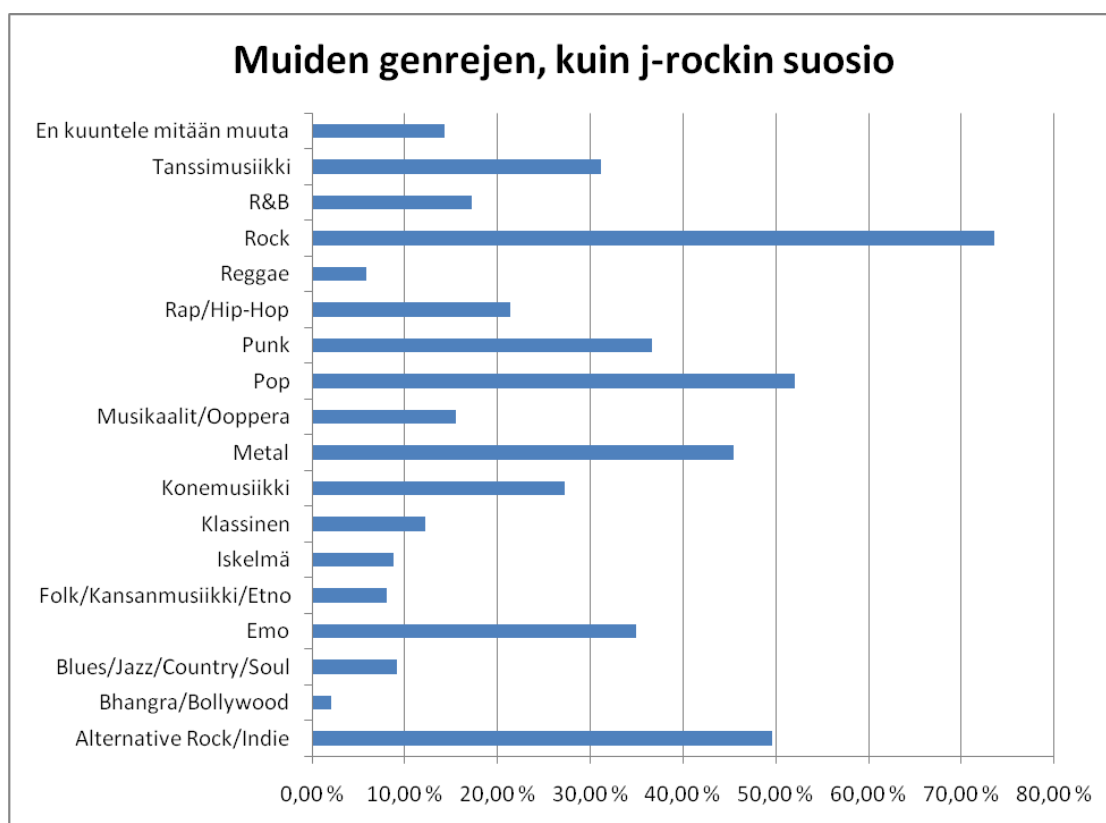
Vastaajilta kysyttiin kuinka on alun perin tutustunut j-rockiin ja 40,3 % vastaajista ilmoitti kiinnostuksen heränneen useimmiten kaverin tai sisaruksen vaikutuksesta. Vastaus tukee alakulttuuriin kuuluvaa tiettyä sosiaalista yhteneväisyyttä, joka ilmenee mm. pukeutumisessa tai mielenkiinnonkohteissa. Toiseksi suurin ryhmä vastaajista, 20,6 % , oli tutustunut j-rockiin japanilaisen animaation tai elokuvien kautta, joiden tunnusmusiikit ovat usein japanilaisyhtyeiden tai artistien esittämiä. (TAULUKKO 7)

TAULUKKO 8 Kiinnostus muuhun japanilaiseen kulttuuriin

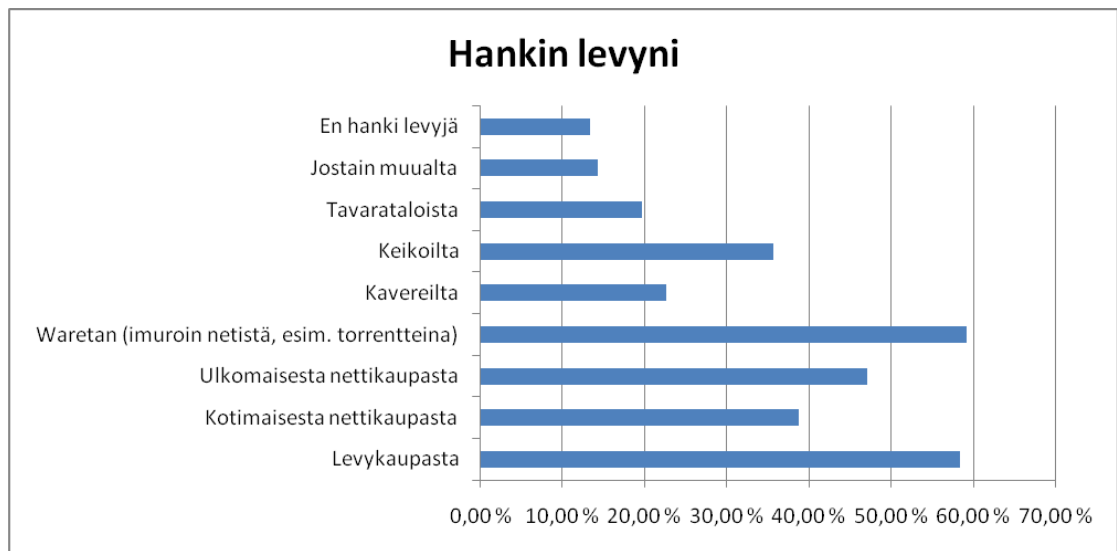


Usein yhden japanilaisen populaarikulttuurin osion harrastaminen herättää mielenkiinnon myös muihin aihealueisiin, kuten vastaukset j-rockiin tutustumisesta animen kautta antaa osviittaa. Japanin kieli sai selkeän äänienemmistön 84,9% ilmoittaessa olevansa kiinnostunut kielen opiskelusta. Tämä on tietysti helposti ymmärrettävissä sillä, että japanilaisilla artisteilla on yleensä oma bloginsa, johon he kirjoittavat kuulumisiinsa. Ymmärtääkseen näitä kirjoituksia on osattava japaninkieltä, sillä vain hyvin harvat j-rockartistit kirjoittavat englanniksi. Lisäksi tietysti toinen syy kielenopiskeluun j-rockin näkökulmasta on laulujen lyriikoiden ymmärtäminen ja helpottaminen mukana laulamiseen. Japanilainen popmusiikki sai myös kannatusta, vaikkei popartistien levyjä ole helposti saatavilla Suomessa eikä yksikään artisti ole käynyt Euroopassa esiintymässä. (TAULUKKO 8)

TAULUKKO 9 Muiden genrejen suosio

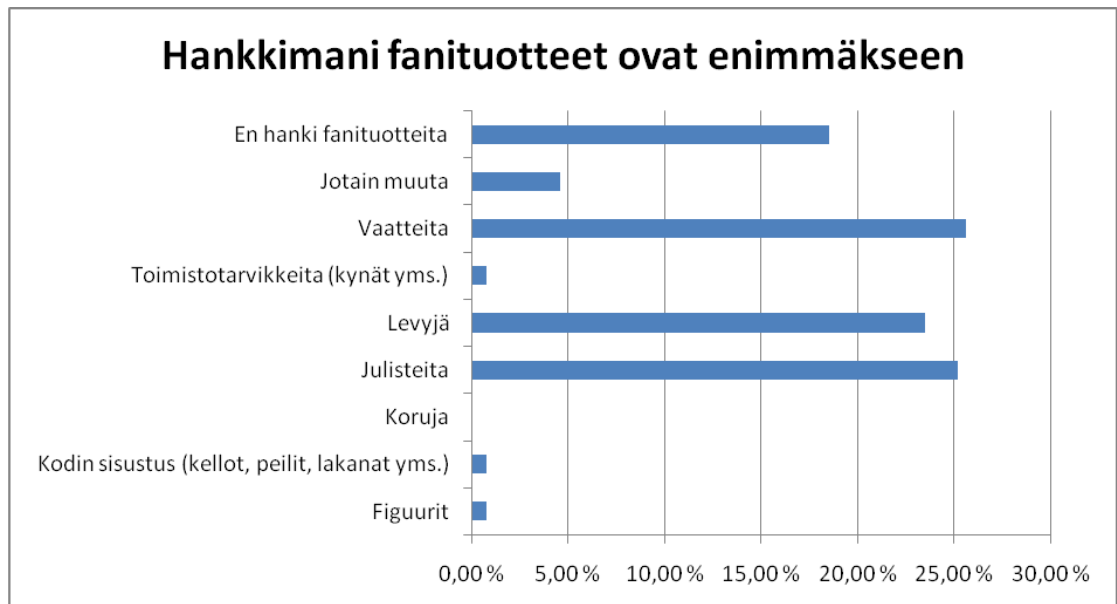


Vastaajilta tiedusteltiin minkä tyylistä musiikkia he kuuntelevat j-rockin lisäksi. Enemmistö 73,5 % vastaajista listasi rockmusiikin olevan j-rockin ohella eniten kuunnelluin tyyliuuntaus. 49,6 % vastaajista listasi kuuntelevansa alternative ja indie rockia ja 45,4 % metallimusiikkia. Tuloksista on havaittavissa että moni harrastaja kuuntelee j-rockiin verrattavissa olevaa ja osittain samankaltaista musiikkia myös japanilaisen rockin lisäksi. Rockin lisäksi eniten ääniä saanut musiikkityyli oli pop, jota kuuntelee 52,1 % vastaajista. Popmusiikin suosion saamat äänet herättävät myös kysymyksiä onko vastaaja laskenut japanilaisen popmusiikin osaksi kyselyssä mainittua käsitettä popmusiikista yleisesti. Aikaisempien kyselyn tulosten perusteella oli huomattavissa, että j-pop herättää selkeästi kiinnostusta ja sillä on oma vakiintunut harrastajakuntansa. Vastaajilta kysyttäessä mistä muista japanilaisesta populaarikulttuuriin liittyvistä asioista he ovat kiinnostuneet, sai japanilainen popmusiikki vankan kannatuksen 60,9 % vastaajista kertoessa pitävänsä j-popista. (TAULUKKO 9)



Kyselyn markkinaosuudessa perehdyttiin harrastajien ostotottumuksiin. Suurena yllätyksenä ei tullut että 59,2 % vastaajista tunnusti lataavansa levynsä laittomasti Internetistä. Levykaupoista cd-levyys osti 58,4 % ja ulkomaiden laajempi valikoima houkutteli 47,1 % vastaajista. Ulkomaisten levykauppojen suosio harrastajien keskuudessa selittyy laajemmalla valikoimalla, alhaisemmalla hinnalla ja muilla eduilla, kuten ennakkotilaamisen mahdollisuutena. (TAULUKKO 10)

TAULUKKO 11 Fanituotteiden hankinta



Fanituotteiden suosio oli vankka 63,9 % vastaajista ilmoittaessa ostavansa yhtyeiden fanituotteita ja 20,6 % kertoessa haluavansa ostaa, mutta ei jostakin syystä pysty. Os-

tettävistä tuotteista suosituimmiksi nousivat julisteet, vaatteet ja levyt. (TAULUKKO 11)

Japanissa erityisen suosittu oman idolin ulkoisen olemuksen matkiminen ei saanut suomalaisilta harrastajilta suurta kannatusta. Vain 9,7 % kertoi pukeutuvansa kuten ihailemansa artisti. Kuitenkin 20,2 % ilmoitti haluavansa pukeutua idolinsa viitoittamalla tiellä, mutta ei siihen pystynyt.

TAULUKKO 12 J-rockhenkinen pukeutuminen

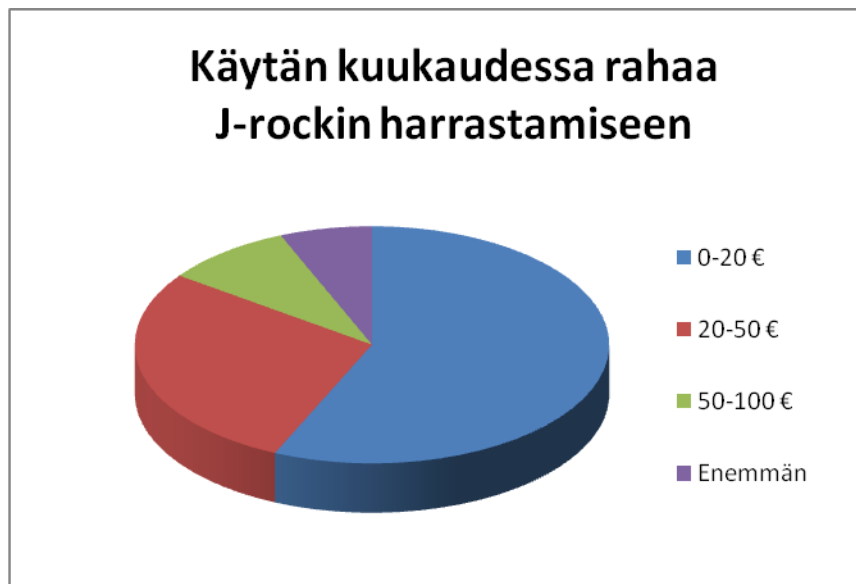


Kultainen keskittie harrastajien ulkoiseen olemukseen panostamisessa oli j-rockhenkinen pukeutuminen, joka ei noudata tismalleen jonkun artistin tai bändin markkinoimaa tyyliä, mutta sisältää elementtejä bändien imagoista. (TAULUKKO 12)

Yksittäisistä yhtyeistä tyyli-ikoniksi nousi An Cafe, joka edustaa j-rockin muodikasta ja iloista oshare-kei tyyliä. Suurin osa vastaajista (31,9 %), jotka ilmoittivat pukeutuvansa j-rockhenkisesti, pukeutuvat siihen joka päivä. Vastaajista 39,9 % ilmoitti ettei pukeudu tyylin mukaisesti. Ns. ”erikoisemmin pukeutuvilta” tiedusteltiin minkä katumuodin tai muun tyyliä he pukeutuvat. Kaikki kyselyssä listatut tyylit saivat hajaääniä, mutta suosituimmiksi nousivat *gyaru* (4,6 %), *lolita* (8,8 %), *oshare kei* (7,6 %) ja *visual kei* (19,3 %).

TAULUKKO 13 Kuukausikulutus





Kulutustottumuksia tarkasteltiin mm. rahankäytön suhteen. Vastaajia pyydettiin arvioimaan kuinka paljon he käyttävät rahaa kuukaudessa j-rockin harrastamiseen. Sähköpostikyselyssä selville tulleet määrät rahankäytön suhteen, olivat yhteneväisiä Webropol-kyselyllä saatujen tulosten kanssa. Enemmistö (56,7 %) vastasi rahaa kuluvan maksimissaan 20 e kuukaudessa. Toiseksi suurin ryhmä oli 20 - 50 euroa kuukaudessa harrastukseen kuluttavat, joita oli 28,2 % vastaajista. 6,3 % kertoi käyttävänsä yli 100 euroa kuukaudessa harrastukseensa. Vastausten tulkinnassa on otettava huomioon, että j-rockin harrastaminen ja harrastukseen sisältyvät asiat, saattavat vaihdella vastaajasta riippuen. J-rockin harrastamiseen voidaan laskea kaikki mahdollinen vaatteista ja levyistä keikkalippuihin, mutta jotkut vastaajista voivat sisällyttää laskuihinsa pelkästään levyt tai keikkaliput. (TAULUKKO 13)

TAULUKKO 14 Keskustelufoorumien käyttö



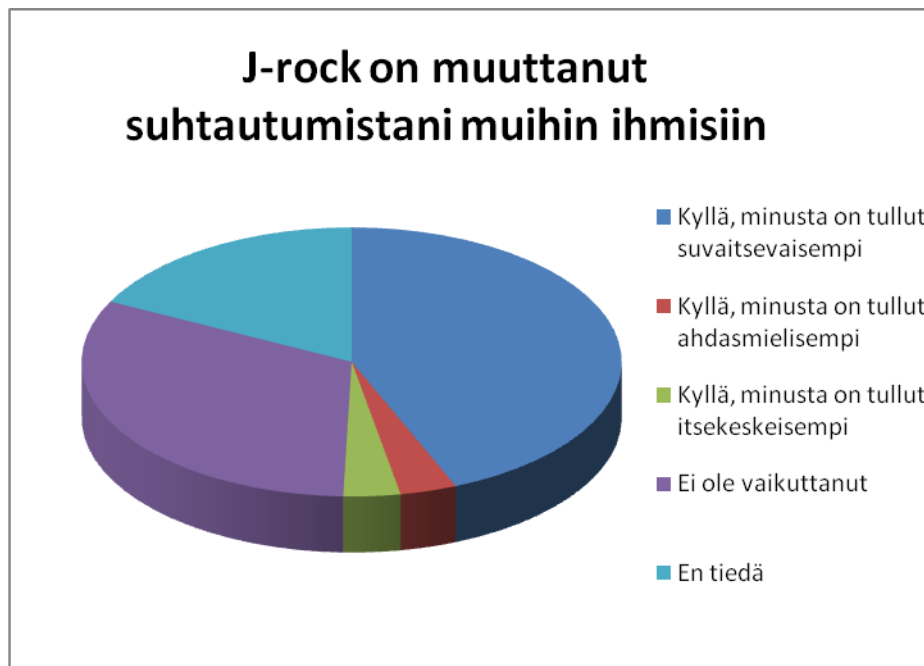
Harrastajien sosiaalinen piiri oli kasvanut jonkin verran j-rockin myötä joko Internetin keskustelufoorumeilla tapahtuvana keskusteluna muiden kanssa ja osa vastaajista oli saanut harrastuksen myötä myös ystäviä. 45,4 % vastaajista kertoi käyttävänsä j-rockaiheisia keskustelufoorumeita päivittäin. Kotimaisia, suomenkielisiä j-rockille kokonaan omistettuja keskustelupalstoja ei vielä ole kovinkaan montaa, mutta lukuisat eri yhtyeille omistetut fanisivustot ylläpitävät myös keskustelualueita. (TAULUKKO 14)

TAULUKKO 15 Ystävien saaminen



Ystävyysuhteiden muodostamista yhteinen harrastus oli auttanut 34,9 % vastaajista, jotka kokivat saaneensa useita uusia ystäviä harrastuksen myötä, sekä 38,7 % kertoi saaneensa harrastuksen kautta muutamia ystäviä. Anime -tapahtumista, keikoista, keskustelufoorumeista ja miiteistä on muodostunut osalle harrastajista väline tutustua uusiin, samoista asioista kiinnostuneisiin ihmisiin. (TAULUKKO 15)

TAULUKKO 16 Suhtautuminen muihin ihmisiin



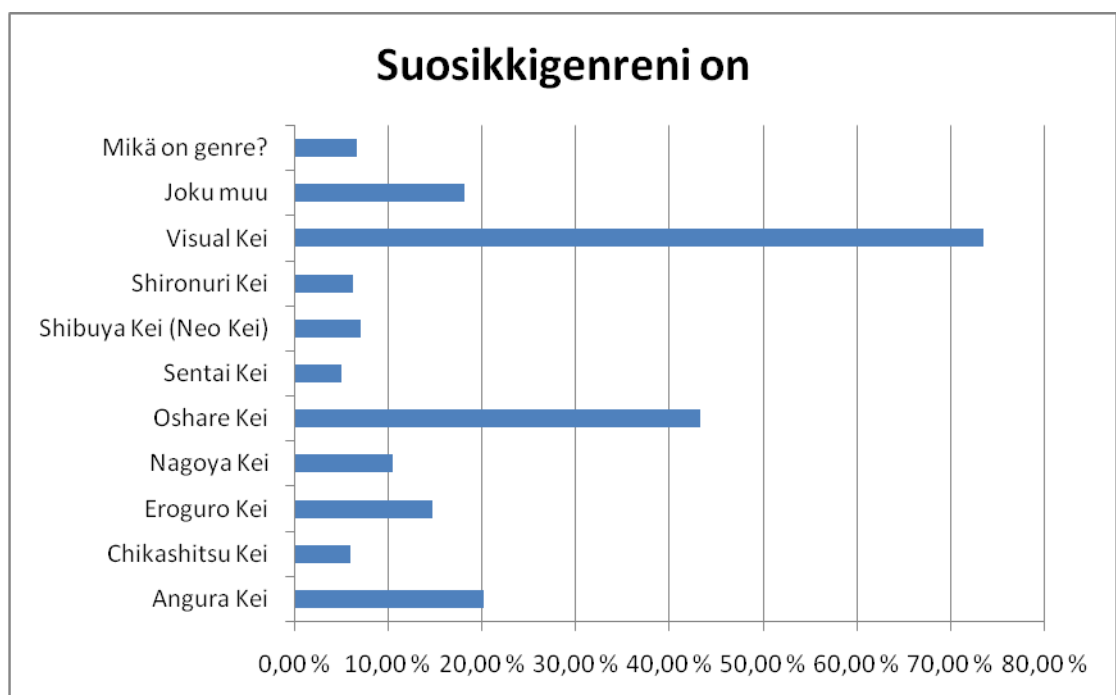
J-rockiin olennaisesti liittyvät kulttuurilliset eroavaisuudet, kuten crossdressing olivat vaikuttaneet osaan vastaajista myönteisesti. 43,7 % vastaajista huomasi tulleen alakulttuurin harrastajana suvaitsevammaksi muita ihmisiä kohtaan. (TAULUKKO 16)

TAULUKKO 17 J-rockmiitit



J-rockmiiteissä, eli samanhenkisten ihmisten tapaamisissa ilmoitti käyvänsä 23,5 % vastaajista. Miitteihin osallistuminen mainittiin jo sähköpostikyselyn tuloksissa tärkeäksi keinoksi löytää uusia samoista asioista kiinnostuneita ystäviä. Miittien tuomista mahdollisista sosiaalisesta verkostoitumisesta huolimatta enemmistö (67,7 %) kertoi, ettei käy tapaamisissa syystä tai toisesta. Keskustelufoorumeita käyttäneiden määrä oli huomattavasti suurempi kuin miiteissä kävijöiden, joten kynnyksentavata kenties jo nettissä entuudestaan tuttu henkilö kasvotusten saattaa olla iso kynnyks osalle harrastajista. (TAULUKKO 17)

TAULUKKO 18 Suosikkigenre



Vastaajien äänenemmistön kysymykseen suosikkigenrestä sai odotetusti visual kei, jonka listasi suosikikseen 73,5 % harrastajista. Muut kannatusta saaneet genret olivat oshare kei (43,3 %) ja angura kei (20,2 %). Visual kein saama suosio selittynee kyseistä genreä edustavien yhtyeiden useat kiertueet Suomessa ja muualla Euroopassa. Yksittäisistä yhtyeistä suosituimmaksi ylti visual kei-yhtye The Gazette 67,2 % äänistä. Muita miltei tasoihin The Gazetten kanssa yltäneitä kokoonpanoja olivat Miyavi (56,7 %), Dir en Grey (54,3 %), An Cafe (55,9 %) ja Girugämesh (53,4 %). Bändilistaukseen ei yltänyt suuria yllätyksiä, sillä jokainen suosituimmiksi nousseista kokoonpanoista on esiintynyt Suomessa useampaan kertaan ja loppuunmyydyille saleille. (TAULUKKO 18)

TAULUKKO 19 Major vai indie?



Suuria eroavaisuuksia suuremman levy-yhtiön ja pienen itsenäisen levy-yhtiön bändien kuuntelussa ei ollut. 44,1 % kertoi kuuntelevansa enimmäkseen suurien levy-yhtiöiden listoilla olevia yhtyeitä ja 38,2 % puolestaan pienten yhtiöiden bändejä. 17,6 % vastaajista ei ymmärtänyt kysymystä, joten on oletettavissa ettei yhtyeiden ”suosiolla” tai sitä markkinoivalla levy-yhtiöllä ole juurikaan vastaajille merkitystä bändin fanittamisessa. (TAULUKKO 19)

TAULUKKO 20 Bänditoiminnan seuraaminen



TAULUKKO 21 Uutisoinnin seuraaminen



Bändien toimintaa ja yhteisiin liittyvää uutisointia seurataan aktiivisesti. Yhä useamman japanilaisyhtyeen kotisivut ovat nykyään saatavilla myös englanniksi, joka auttaa myös japaninkielitaidottomia harrastajia etsimään suosikkibändinsä viimeisimmät kuulumiset. J-rockiin liittyvään uutisointiin, keikkareportaaseihin ja bändiesittelyihin erikoistunut JaME (Japanese Music Europa)-sivusto on saatavilla myös suomenkielellä ja esimerkiksi yhtyeiden keikka-aikataulut ovat nopeasti ja vaivattomasti tarkistettavissa JaME:n www-sivuilta. (TAULUKOT 20 ja 21)

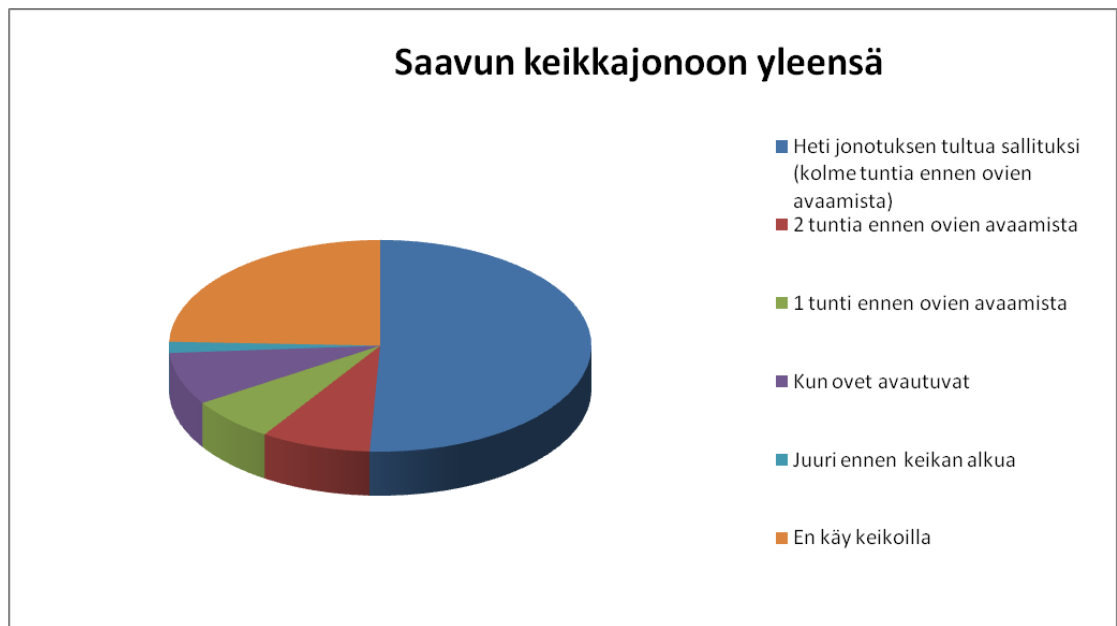
Keikoilla käymistä tutkittiin niin rahankäytön kuin käyttäytymisen osalta. Tutkimuksen perusteella suomalaisfanit ovat innokkaita keikalla kävijöitä. 58 % ilmoitti käyvänsä suosikkibändiensä keikoilla ja 10,1 % ilmoitti menevänsä katsomaan kaikki mahdolliset japanilaiset yhtyeet, vaikkeivät ne suosikkiyhtyeisiin lukeutuisikaan. 22,7 % ei käy keikoilla, mutta haluaisi.

TAULUKKO 22 Nähdyt keikat



26,5 % vastaajista ei ole nähnyt yhtään j-rockyhtyeen keikkaa, mikä selittynee pitkillä välimatkoilla keikkapaikoille, jotka ovat keskittyneet Helsinkiin, Tampereelle ja Turkuun. Kaksi, kolme tai neljä keikkaa nähneitä vastaajia oli enemmistö. Vastaajista 8,4 % oli nähnyt 12 tai useamman keikan ja 3,8 % vastaajista osoittautui todelliseksi keikkakonkareiksi ilmoittamalla nähneensä kaikki mahdolliset suomessa esiintyneet kokoonpanot. (TAULUKKO 22)

TAULUKKO 23 Keikkajonoon saapuminen



TAULUKKO 24 Jos jonotusaikaa ei olisi rajoitettu

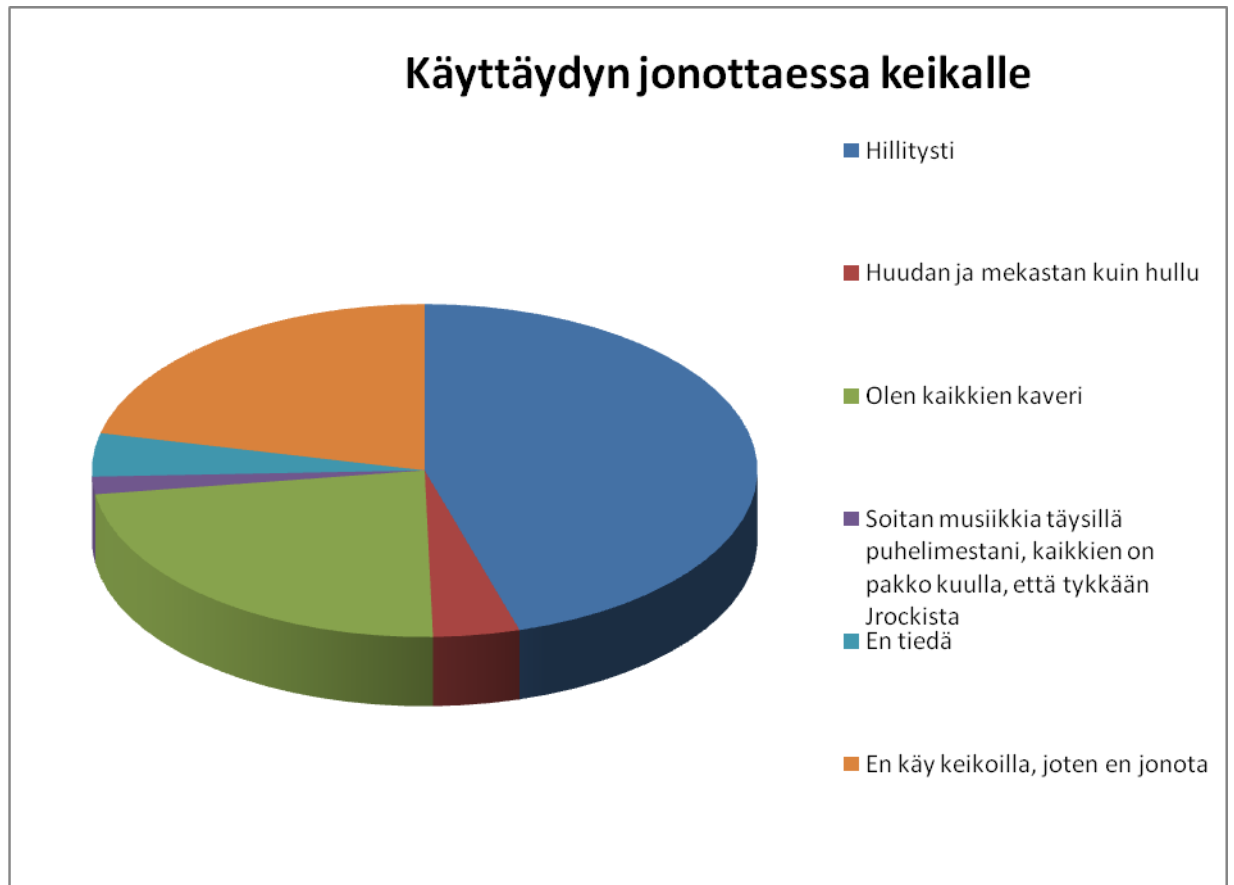


Monet suomalaiset klubit ovat rajoittaneet jonotusta keikkapaikan edessä, sillä pitkät jonot ja juoksentelevat teinit ovat vaarantaneet liikennettä ja tukkineet kulkuväyliä. Esimerkiksi Tavastian edessä on järjestäjien mukaan ollut vaaratilanteita juoksevan nuorison ja autojen kanssa. Nykyään jonotus on sallittua n. 4 tuntia ennen ovien avautumista. 50,8 % vastaajista kertoi saapuvansa jonottamaan heti sen tultua sallitaksi, 34 % olisi valmis jonottamaan jo aamusta asti hyvin paikkojen toivossa. 27,7 % ei olisi halukas muuttamaan jonotuskäyttäytymistään, vaikka jonoon saisi tulla aikaisemmin. Esimerkiksi JrockSuomi-yhdistys on kokeillut Japanissa käytössä olevaa vuoronume-



ron kanssa jonotusta, joka osoittautui suhteellisen toimivaksi, mutta siitä luovuttiin syystä tai toisesta muutaman kokeilun jälkeen. (TAULUKOT 23 ja 24)

TAULUKKO 25 Jonotuskäyttäytyminen

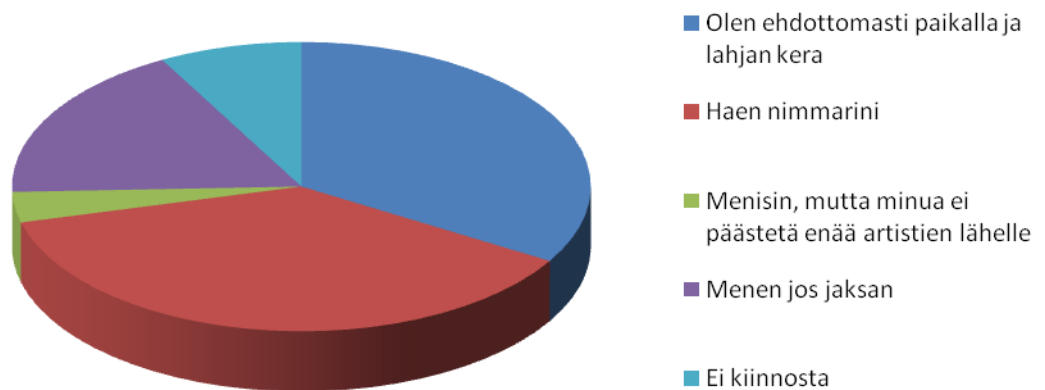


TAULUKKO 26 Keikkakäytös



Fanien käyttäytymiseen keikoilla on puututtu useampaan otteeseen. Yhtyeiden ja artistien keskuudessa Suomea pidetään mieluisena ja turvallisena maana keikkailuun, jossa on asiantuntevat järjestäjät ja hyvät keikkapaikat. Yli-innokkaiden fanien häirintään kanssaihmiä ja esiintyjä kohtaan on jouduttu kiinnittämään tarkempaa huomiota. Fanien sopimaton käytös nousi huolenaiheeksi esimerkiksi naisartisti **Moon Kanan** esiintyessä Tsukicon-tapahtumassa vuonna 2007. Kesken artistin esiintymisen muutama innokas fani pääsi ohi turvamiesten ja tarrasi kiinni esiintyjään. Toinen tapaus on muutaman fanin käytös DIO-Distraught overlord-yhtyeen keikalla vuonna 2008, jolloin fanit pyrkivät ja onnistuivat kourimaan yhtyeen laulajaa haaroista. Näiden tapaus-ten seurauksena turvajärjestelyjä on tiukennettu ja järjestäjät muistuttavat sopivasta ja kunnioittavasta käytöksestä esiintyjä ja muuta yleisöä kohtaan. (TAULUKOT 25 ja 26)

## Jos bändillä on nimikirjoituksenjakotilaisuus



Japanilaisyhtyeiden nimikirjoitustenjakotilaisuudet ovat Suomessa vielä suhteellisen harvinaista, eikä läheskään jokainen täällä keikkaileva yhtye tilaisuutta järjestä. Jo järjestetyt nimikirjoituskeikat ovat nousseet hyvin suosituiksi keinoiksi päästä tapaamaan yhtyettä rajoitetun keikkasalin ulkopuolella. Joskus yhtyeen jäsen täyttää vuosia kiertueen aikana tai fanit haluavat muuten vain ilahduttaa suosikkiartistiaan pienin lahjoin ja yhtyeiden nimikirjoitustenjakotilaisuudet ovat oiva keino saada lahja perille sen vastaanottajalle. 33,6 % vastaajista antaa mielellään lahjoja ihailemalleen artistille, mutta enemmistö 37,4 % vastaajista käy hakemassa nimikirjoituksen ilman sen suurempaa takaa-ajatusta. (TAULUKKO 27)



Kyselyssä haluttiin myös selvittää kuinka innokkaita suomalaisfanit oikeastaan ovat ja onko fanittamisessa havaittavissa samoja ilmiöitä kuin länsimaisten, usein kansainvälisesti tunnettujen artistien ja yhtyeiden ihannoinnissa. Tunnettujen esiintyjien ihannoinnissa esiintyy usein jopa fanaattiseksi luokiteltuja piirteitä, jolloin ihailijat tekevät kaikkensa saadakseen nähdä edes pienen vilauksen idolistaan. Pieni ryhmä faneja (5,5 %) suhtautuu japanilaisartistien saapumiseen maahan hartaudella ja on jo lentokentällä vastassa idoliaan. Toinen pieni ryhmä (4,6 %) tietää mihin hotelliin esiintyjät majoittuvat ja päivystävät ovilla. Suurin osa vastaajista (52,5 %) saattaa norakoilla kaupungilla ja toivoo näkevänsä idolinsa sattumalta ja toinen enemmistö (37,4 %) vastaajista ei ole kiinnostunut artisteista muutoin kuin musiikillisessa mielessä. (TAULUKKO 28)

## 8 LOPPUPÄÄTELMÄT

Faniuden profiloinnissa olemme päätyneet tulokseen, että on kahdenlaista j-rockfaniutta. Ensimmäisessä faniudenmuodossa ilmenee äärimmäisyyksiin meneviä piirteitä, kuten artistien käyttämistä ja koskettamista. Enemmistö j-rockfaneista kuitenkin onneksi kuuluu toiseen ryhmään, joka on lähestulkoon kuin mikä tahansa muukin nuorison suosiman musiikkilajin faniryhmä. He eivät siis fanaattisesti pyri osoittamaan kiintymystään ihailemilleen artisteille vaan tyytyvät ihaillemaan heitä kauem-

paa. Esimerkiksi heidän käyttäytymisensä keikoilla on yleensä asiallista ja toiset huomioon ottavaa.

Tutkimuksessa kävi yllättäen ilmi, että 1980-luvulla syntyneitä j-rockfaneja ei kovinkaan montaa kyselyymme innostunut vastaamaan. 80-luvulla syntyneiden oletettiin olevan yksi j-rockin suurimmista faniryhmistä, koska heidän lapsuudessaan anime ja manga tulivat myyntiin Suomessa. Muutoin vastaukset kysymyksiin oli odotuksenmukaisia, esimerkiksi j-rockiin oli tutustuttu lähinnä joko sisaruksen tai kaverin suosittelemalla. Myös muu japaniharrastuneisuus oli odotettavissa, vaikka kiinnostus ruoka- ja juomakulttuuria sekä perinteistä japanilaista kulttuuria kohtaan olikin pienoinen yllätys. Etenkin animen ja mangan suosio näkyy vahvana kiinnostuksen kohteena. Kielen opiskelu on tärkeää laulujen lyriikoiden sekä artistien kotisivujen ja muiden japaninkielisten konseptien ymmärtämisen vuoksi. Suomen markkinoiden kautta tarkasteltuna fanit ovat valmiita käyttämään suhteellisen suuriakin summia tuotteisiin, mutta kuitenkin mm. levyn hinnat koettiin liian korkeiksi kotimaisissa levykaupoissa. Kokonaan j-rockiin erikoistuneelle kaupalle voisi olla mukavasti kysyntää niin kauan kuin hintatasoa ei nosteta pilviin tai ainakaan kauheasti Japanin tasoa korkeammalle. Tietysti oheistuotteiden valikoiman täytyy tässä tapauksessa olla myös suhteellisen laaja, monipuolinen ja vaihteleva ottaen huomioon sekä tunnetumpia että tuntemattomampia bändejä.

Hämmästytyksiä ja epäuskoa tutkimustuloksissa herätti kysymys mitä bändejä nuoret kuuntelevat ja joka ikinen bändivaihtoehto sai kannatusta osakseen. Huolimatta siitä oliko kyseessä edesmennyt todella vähän tunnettu kokoonpano vai jokin suhteellisen marginaalinen yhtye, joku aina tuntui sen tietävän. Tästä ilmenee todella hyvin fanien antaumus j-rockia kohtaan tai ilmiölle ominainen ”kaikki mikä tulee Japanista on hyvää” -asenne. Tutkimuksessa selvisi myös, että japanilaisen bändin saapuessa esiintymään Suomeen on keikoille kysyntää, vaikkei kyseen omaisesta yhtyeestä sattuisi monikaan tietämään etukäteen. Sähköpostikyselyssä kävi ilmi, että osalle nuorista on tyyppillistä tutustua bändiin juuri ennen keikkaa vaikkapa Youtuben avustuksella. Usein keikalle menon syy saattaa löytyä myös bändin imagosta eli jos artistilla on kiva asu, on se näkemisen arvoinen.

Opinnäytetyömme tuloksia voitaisiin hyödyntää yleisesti sekä suomen- että englanninkieliseen j-rocktutkimukseen, sillä aiheesta ei ole tutkimuksia tai kirjallisuutta juuri lainkaan. Tutkimuksemme antaa varsin kattavan kuvauksen faneista, heidän käyttäytymisestään sekä kulutustottumuksistaan. Tuloksia voitaisiin siis hyödyntää vaikkapa keikkatarjontaa tarkasteltaessa tai alustavissa järjestelyissä tuleville keikoille. Levynmyyntiä ajatellen on kuunneltujen bändien listaus käytännöllinen levykaupoille. Vastaavasti pukeutumistyyliin keskittyneet kysymykset antavat mahdollisuuden vaate-markkinoiden erikoitumiselle, sillä j-rockfaneille ulkoinen olemus on todella tärkeä.

Kokonaisuutena tutkimuksen tavoitteet (ks. s. 3) täyttyivät odotuksien mukaisesti ja kaikki tarpeelliset tiedonjyvät saatiin poimittua ja käsiteltyä. Perusfani saatiin profiloituksi ja ryhmälle ominaisia tapoja kartoitettua. Vaikka j-rockiin liittyy oudohkoja piirteitä, kuten crossdressing, ei sitä siitä huolimatta mielletä täysin kummalliseksi. Kyseessä on alakulttuuri siinä missä muutkin. Sähköpostikyselyn perusteella nuoret itse uskovat j-rockin jäävän pysyväksi ilmiöksi Suomen musiikkimaailmaan ja nuorisokulttuuriin. Näin ilmiön tutkijoina voimme olla samaa mieltä ja uskoa j-rockin mahdollisuuksiin kaikkien havaintojemme perusteella, sillä vaikka ilmiö on pienentynyt jo siitä kun aloitimme tutkimuksemme kaksi vuotta sitten, se silti pitää pintansa hevi-  
miesten luvatussa maassa.

## LÄHTEET

Bruun, Noora 2007. Rokkia pakkopaidoissa ja korseteissa. Joensuun Ylioppilaslehti, nro 6/2007.

Cope, Julian 2008. Japrocksampler : how the post-war Japanese blew their minds on rock'n'roll. London: Bloomsbury.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Hoikkala, Tommi 1989. Nuorisokulttuurista kulttuuriseen nuoruuteen. Helsinki: Gaudeamus.

Lähteenmaa, Jaana 2000. Myöhäismoderni nuorisokulttuuri : tulkintoja ryhmistä ja ryhmiin kuulumisten ulottuvuuksista. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.

Mirri Music 2008. Sähköpostikeskustelu 8.1. - 29.1.2009.

Puuronen, Vesa 1997. Johdatus nuorisotutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Rautio, Pertti, Saastamoinen, Mikko (toim.) 2006. Minuus ja identiteetti - sosiaalipsykologinen ja sosiologinen näkökulma. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy - Juvenes Print.

Söderholm, Stig 1990. Liskokuninkaan Mytologia rituaali ja rocksankarin kuolema: Jim Morrison -kultin etnografinen tulkinta. Tampere: Mäntän Kirjapaino Oy.

Tiusanen, Piritta 2007. Made in Japan. City-lehti, nro 10/2007.

Valaskivi, Katja 2009. Pokemonin perilliset : japanilainen populaarikulttuuri Suomessa. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy

Yun, Josephine 2005. J-rock. Helsinki: Like.

### **Elektroniset lähteet:**

Aniki 2007. Otaku-chat subtv:llä. Keskustelupalsta.WWW-dokumentti.  
<http://forums.aniki.fi/viewtopic.php?f=9&t=5965> Ei päivitystietoa. Luettu 8.1.2010.

Champion Thierry 2008. Angura Kei. WWW-dokumentti. <http://blog.jame-france.com/2008/01/angura-kei-partie-2.html>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.3.2010.

Enfant Terrible 2008. Japanilainen nuorisokulttuuri mediassa. Keskustelupalsta WWW-dokumentti.  
<http://www.enfantterrible.fi/index.php?topic=66.msg44169#msg44169> Ei päivitystietoa. Luettu 4.12.2009.

Espoo.fi 2006. Nuorisokulttuuri hajosi atomeiksi. WWW-dokumentti.  
<http://www.espoo.fi/default.asp?path=1;28;29;37412;37577;60940> Ei päivitystietoa. Luettu 15.12.2009.

Espoon toimintaympäristökatsaus EETVARTTI III neljännes 2006. WWW-dokumentti.  
<http://www.espoo.fi/binary.asp?path=1;28;11894;37617;38410;60563;60666;60667;60668&field=FileAttachment>. Ei päivitystietoa. Luettu 15.12.2009.

Impact-media. 2007. What Visual Kei truly is... :Chikashitsu kei. WWW-dokumentti.  
<http://impact-media.me.uk/forums/index.php?topic=7370.65;wap2>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.3.2010.

IRC-galleria 2008. Minua saa halata An Cafen keikalla ♥. WWW-dokumentti.  
<http://irc-galleria.net/community/2979992>. Ei päivitystietoa. Luettu 30.3.2010.



JaME 2009. Miyavin kansainvälinen faniklubi avautuu. WWW-dokumentti.  
<http://www.jmusic.europa.com/fi/news-56083-miyavin-kansainvalinen-faniklubi-avautuu.html> Ei päivitystietoa. Luettu 28.9.2009.

JaME 2007a. BLOOD ja haastattelu Suomessa. WWW-dokumentti.  
<http://www.jmusic.europa.com/fi/articles-2926-blood-ja-haastattelu-suomessa.html> Ei päivitystietoa. Luettu 5.6.2009.

JaME 2007b. MUCC-yhtyeen lipunmyynti. WWW-dokumentti. <http://www.jame-world.com/fi/database-artists-news-40-mucc.html> Päivitetty 27.1.2007. Luettu 12.11.2009.

JaME 2006. Konsertit Suomessa vuonna 2006. WWW-dokumentti.  
<http://www.jmusic.europa.com/fi/concerts-country-fi.html> Ei päivitystietoa. Luettu 30.3.2010.

Japanese Lifestyle 2009. J-rock culture. WWW-dokumentti.  
[http://www.japaneselifestyle.com.au/culture/j\\_rock.html](http://www.japaneselifestyle.com.au/culture/j_rock.html) Päivitetty 28.4.2009. Luettu 5.5.2009.

JrockSuomi. 2010. Tapahtumat. WWW-dokumentti.  
<http://www.jrocksuomi.fi/tapahtumat.html>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.3.2010.

Kangasvuo, Jenny. 2005. Kunniallinen ja urhea ratkaisu. WWW-dokumentti.  
<http://cc.oulu.fi/~jek/itsemurha.html>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.3.2010.

King Foo Entertainment. 2010. Uutiset. WWW-dokumentti.  
<http://www.kingfooentertainment.com/?page=news&lang=fin>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.3.2010.

Meteli.net. 2010a. Haku. WWW-dokumentti.

<http://meteli.net/haku?q=ayabie&x=0&y=0>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.3.2010.

Meteli.net. 2010b. Haku. WWW-dokumentti.

<http://meteli.net/haku?q=miyavi&x=0&y=0>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.3.2010.

Meteli.net. 2010c. Tavastia-klubi, Helsinki – Keikat. WWW-dokumentti.

<http://meteli.net/tavastia-klubi/keikat?h=1&p=14>. Ei päivitystietoa. Luettu 23.3.2010.

MTV3 uutiset 2000. Pokemon-ilmiö haittaa jo koulutyötä. WWW-dokumentti.

<http://www.mtv3.fi/uutiset/arkisto.shtml/arkistot/kotimaa/2000/04/17776> Ei päivitystietoa. Luettu 10.12.2009.

Tsukicon 2009. Lipunmyynti. WWW-dokumentti. <http://www.tsukicon.fi/index2.html>

Ei päivitystietoa. Luettu 11.2.2010.

Turja, Anneli 2005. Nuoruus ja nuorisokulttuurit. WWW-dokumentti.

<http://www.edu.fi/page.asp?path=498,529,24588,24589,39827,39829,39878,39887>. Ei päivitystietoa. Luettu 15.12.2009.

Urban Dictionary 2007. Visual kei. WWW-dokumentti.

<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=visual%20kei> Päivitetty 2.6.2007.

Luettu 1.2.2010.

Urban Dictionary 2006a. Angura kei. WWW-dokumentti.

<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Angura-Kei&defid=1667801> Päivitetty 21.3.2006. Luettu 24.3.2006.

Urban Dictionary 2006b. Eroguro kei. WWW-dokumentti.

<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=eroguro> Päivitetty 21.3.2006. Luettu 24.3.2006.

Urban Dictionary 2006c. Oshare kei. WWW-dokumentti.

<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=oshare%20kei&defid=2137088>

Päivitetty 9.12.2006. Luettu 26.3.2010.

Villa Janne, 2007. Ole mitä olet – tee ihan mitä haluat! WWW-dokumentti.

<http://uskotoivorakkaus.fi/rakkaus/elamaa-stadissa/ole-mita-olet-tee-ihan-mita-haluat>.

Ei päivitystietoa. Luettu 15.12.2009.

Virtual Japan 2008. Sex Pot Revenge. WWW-dokumentti.

[http://www.virtualjapan.com/wiki/Sex\\_Pot\\_Revenge](http://www.virtualjapan.com/wiki/Sex_Pot_Revenge) Ei päivitystietoa. Luettu

20.11.2009.

Wikipedia 2010a. Emo (musiikki). WWW-dokumentti.

[http://fi.wikipedia.org/wiki/Emo\\_%28musiikki%29](http://fi.wikipedia.org/wiki/Emo_%28musiikki%29). Päivitetty 27.3.2010. Luettu

19.1.2010.

Wikipedia 2010b. Ero guro. WWW-dokumentti.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Ero\\_guro](http://en.wikipedia.org/wiki/Ero_guro) Päivitetty 4.3.2010. Luettu 26.3.2010.

Wikipedia 2009. Luci'fer Luscious Violenoue. WWW-dokumentti.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Luci%27fer\\_Luscious\\_Violenoue](http://en.wikipedia.org/wiki/Luci%27fer_Luscious_Violenoue) Päivitetty 17.9.2009.

Luettu 27.3.2010.

Yleisradio Oy. 2005. Dir en Grey-yhtyeen listasijoitukset. Suomen virallinen lista.

WWW-dokumentti. <http://pop.yle.fi/lista/artisti?id=2947> Ei päivitystietoa. Luettu

20.11.2009.

Yleisradio Oy. 2008/2009. An Cafe-yhtyeen listasijoitukset. Suomen virallinen lista.

WWW-dokumentti. <http://pop.yle.fi/lista/artisti?id=1850> Ei päivitystietoa. Luettu

20.11.2009.

Yoshiki Jewelry 2010. Online Store. WWW-dokumentti. [http://www.yoshiki-jewelry.net/item\\_search/](http://www.yoshiki-jewelry.net/item_search/) Ei päivitystietoa. Luettu 27.3.2010.

## **KUVAT**

An Café MySpace. Valokuvagalleria. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa.

<http://viewmorepics.myspace.com/index.cfm?fuseaction=viewImage&friendID=1000253421&albumID=948954&imageID=11759136>

BLOOD MySpace. Valokuvagalleria. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa.

<http://viewmorepics.myspace.com/index.cfm?fuseaction=viewImage&friendID=27378651&albumID=252373&imageID=29596580>

Fanpop! An Cafe Images. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa.

<http://www.fanpop.com/spots/an-cafe/images/5042599/title/bou>

Inugami circus dan. Official Homepage. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa.

<http://www.inugami.jp/top.html>

Lucifer Luscious Violenoue Fan Site. Gallery. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa.

[http://luciferluscious.com/gallery/scans/lucifer\\_hq6.jpg](http://luciferluscious.com/gallery/scans/lucifer_hq6.jpg)

Midi:Nette. Malice Mizer. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa. <http://www.malice-mizer.co.jp/top.html>

Miyavi MySpace. Valokuvagalleria. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa.

<http://viewmorepics.myspace.com/index.cfm?fuseaction=viewImage&friendID=1000278930&albumID=842791&imageID=8623227>

Music Japan+. Artist Database Plastic Tree. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa.

[http://www.musicjapanplus.jp/artistdb/?action=gallery&artist\\_id=148&album\\_id=574&photo\\_id=3454&start=1](http://www.musicjapanplus.jp/artistdb/?action=gallery&artist_id=148&album_id=574&photo_id=3454&start=1)

Rakuten, Inc. Yoshiki Jewelry New York Sale. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa.  
<http://plaza.rakuten.co.jp/kakka0812/diary/20081024/>

Sony Music 2010. Artist profile Buck Tick. JPEG-kuva. Ei päivitystietoa.  
<http://www.sonymusic.co.jp/Music/Arch/ARI/bt/>

## LIITE 1

## Sanasto

Aidoru – japanilainen kirjoitusasu sanalle idoli

Androgyynisyys – sukupuoliottomuus

Anime – japanilainen animaatio

Avatar – virtuaalihahmo, esim. keskustelufoorumeille tehtävä omakuva

Blogi – verkkosivu tai –sivusto, jossa voi julkaista mm. tekstiä, kuvia, videoita jne. esimerkiksi päiväkirjatyypisesti

Bou – oshare keitä edustavan An Café –bändin entinen basisti

Con – japanilaiseen populaarikulttuuriin keskittyvä tapahtuma, johon usein kuuluu luentoja aiheesta, esiintyjä, workshoppeja sekä cosplayta

Cosplay – nuorten suosimaa pukeutumista mm. suosikki artistiksi tai animehahmoksi

Crossdressing – ristiin pukeutuminen eli naiset pukeutuvat miehiksi ja miehet naisiksi

Eroguro Kei – japanilaisen rockmusiikin synkkä alalaji, jossa artistien pukeutuminen on brutaalia ja sanoitukset kertovat mm. kieroutuneista fantasiaista

Facebook – kansainvälinen yhteisöllinen media, virtuaaliyhteisö

Gyaru – japanilainen pukeutumistyyli, jossa kasvot meikataan vahvasti, pohjameikki on tumma, silmät runsaasti rajatut ja vaatteet usein paljastavat

Indie – japanilaisten pienten levy-yhtiöiden toimesta tuotettu yhtye tai täysin itsenäisen tuntemattomampi yhtye

IRC-galleria – suomalainen virtuaaliyhteisö

J-rock – japanilainen rockmusiikki, japanilainen populaarimusiikki

J-Wave – japanilainen radiokanava, joka kehitti termin j-rock

Kabuki – perinteinen japanilainen teatteri, jossa miehet esittävät kaikki roolit

Kayokyoku – ennen toista maailmansotaa kehitetty termi japanilaiselle viihdemusiikille, jossa on vaikutteita rock 'n' rollista

Kei – japaninkielinen sana, joka tarkoittaa tyyliä tai suuntausta

Kimono – perinteinen japanilainen (juhla)asu

Lolita – suosittu pukeutumistyyli japanilaisessa katumuodissa, pukeutumiseen vaikutteita on haettu mm. rokokoosta ja viktoriaaniselta aikakaudelta

Major – japanilaisen ison levy-yhtiön toimesta tuotettu tunnettu yhtye

Manga – japanilainen sarjakuva

Miitti – fanien järjestämä tapaaminen, fanien kokoontuminen

Oshare Kei – japanilaisen rockmusiikin pirteä alalaji, jossa artistit suosivat pukeutumisessaan kirkkaita värejä ja laulujen sanoitukset ovat positiivisia

Otaku – japanilainen termi nörtille/peräkammarin pojalle, sana on alkuperäisesti nähty negatiivisena, mutta länsimaissa sanan väri on muuttunut positiiviseksi

Visual Kei – japanilaisen rockmusiikin suurin alalaji, jossa artistit panostavat suuresti näyttävään ulkonäköön

YouTube – ilmainen videopalvelu Internetissä

Yukata – perinteinen japanilainen kotiasu

## LIITE 2

### Webropol-kysely

#### Jrock harrastuneisuus Suomessa

Tervetuloa Suomen Jrock-sceneä kartoittavaan kyselyyn. Valitsethan vaihtoehdoista parhaiten sinua kuvaavan vastauksen. Vastaathan rehellisesti.

Saamiamme vastauksia käytämme luottamuksellisesti opinnäytetyömme tutkimuksen pohjana. Opinnäytetyössämme käsittelemme Jrockin suosiota ja markkinoita Suomessa sekä sen vaikutusta nuorten identiteetin rakentumiseen. Opinnäytetyön toteuttaja tahoina toimimme me kaksi Mikkelin ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon koulutusohjelman opiskelijaa.

Rattoisaa vastailua toivottelevat,

Taru ja Niina.

#### 1) Syntymävuosi

1998 tai myöhemmin

1997

1996

1995

1994

1993

1992

1991

1990

1989

1988

1987

1986

1985



1984

1983

1982

1981

1980 tai aikaisemmin

## 2) Sukupuoli

Tyttö

Poika

## 3) Maakunta

Ahvenanmaa

Etelä-Karjala

Etelä-Pohjanmaa

Etelä-Savo

Itä-Uusimaa

Kainuu

Kanta-Häme

Keski-Pohjanmaa

Keski-Suomi

Kymenlaakso

Lappi

Pirkanmaa

Pohjanmaa

Pohjois-Karjalaan

Pohjois-Pohjanmaa

Pohjois-Savo

Päijät-Häme

Satakunta

Uusimaa

Varsinais-Suomi

Ulkomailla

4) Tutustuin Jrockiin (valitse lähin vaihtoehto)

Kaverin tai sisarusten kautta [

Näin musiikkivideon Youtubessa (tms.)

Eksyin vahingossa keikalle

Näin mainoksen netissä

Luin lehdestä

Animen tai jonkun muun TV-sarjan/elokuvan kautta

Keskustelufoorumien kautta

Sattumalta

5) Olen kiinnostunut myös seuraavista japanilaisessa kulttuurissa esiintyvistä asioista

Anime

Elokuvat

Haiku-runous

Itsepuolustuslajit

JDorama

JPop

Kabuki-teatteri

Katumuoti

Kaunokirjallisuus

Kieli

Kuvataide

Manga

Muu Jmusiikki

Mytologia/Uskonnot

Ninjat/Samurait

Ruoka- ja juomakulttuuri

Sumopaini

Teeseremonia

Yakuza

Joku muu, mikä?

6) Hankin levyni

Levykaupasta

Kotimaisesta nettikaupasta

Ulkomaisesta nettikaupasta

Waretan (imuiroin netistä, esim. torrentteina)

Kavereilta

Keikoilta

Tavarataloista

Jostain muualta

En hanki levyjä

7) Hankin myös bändien fanituotteita

Kyllä

Kyllä, mutta en haluaisi

En

En, mutta haluaisin

8) Hankkimani fanituotteet ovat enimmäkseen

Figuurit

Kodin sisustus (kellot, peilit, lakanat yms.)

Koruja

Julisteita

Levyjä

Toimistotarvikkeita (kynät yms.)

Vaatteita

Jotain muuta, mitä?

En hanki fanituotteita

9) Pukeudun kuten ihailemani artisti

Kyllä

Kyllä, mutta en haluaisi

En

En, mutta haluaisin

En, mutta pukeudun Jrock-henkisesti

10) Inspiraatiota pukeutumiseeni ammannan pääasiassa joltain seuraavista esiintyjistä

En hae inspiraatiota itseni ulkopuolelta

12012

Acid Black Cherry

Alice Nine.

An Café

Aural Vampire

Ayabie

Blood

The Candy Spooky Theater

Dir En Grey

Exist†trace

Gackt

The GazettE

Girugämesh

Kagerou

Kagrra,

LM.C.

Lolita 23q

Malice Mizer  
Mana  
Mix Speaker's Inc.  
Miyavi  
MUCC  
Nana Kitade  
-OZ-  
Versailles  
X Japan  
Zoro  
Yhdistelen kaikkia  
Jotain ihan muuta

#### 11) Pukeudun Jrock-henkisesti

Joka päivä  
Vain viikolla (ma-pe)  
Viikonloppuisin  
En pukeudu Jrock-henkisesti

#### 12) Mieluisin pukeutumistyylini on

Decora Kei  
Deribari Kei  
Eroguro Kei  
Gyaru  
Lolita  
Oshare Kei  
Sentai Kei  
Visual Kei  
Joku muu, mikä?  
En pukeudu tyylien mukaan.

13) Käytän kuukaudessa rahaa Jrockin harrastamiseen

0-20 €

20-50 €

50-100 €

Enemmän

14) Kirjoitan/luen fanfictionia ihailemistani artisteista

Kyllä, luen sekä kirjoitan

Kyllä, luen

Kyllä, kirjoitan

En

En ymmärtänyt kysymystä

15) Käytän Jrock-aiheisia keskustelufoorumeita

Päivittäin

2-3 kertaa viikossa

Kerran viikossa

Harvemmin

En käytä laisinkaan

16) Olen saanut uusia ystäviä Jrockin myötä

Kyllä, useita

Kyllä, pari

En

En, olen menettänyt entisetkin

17) Jrock on muuttanut suhtautumistani muihin ihmisiin

Kyllä, minusta on tullut suvaitsevaisempi

Kyllä, minusta on tullut ahdasmielisempi

Kyllä, minusta on tullut itsekeskeisempi

Ei ole vaikuttanut

En tiedä

18) Käyn Jrock-miiteissä

Kyllä!!

Kyllä, ja järjestän myös

En

Mikä on miitti?

19) Seuraan aktiivisesti bändien toimintaa

Kyllä

Ei

20) Seuraan bändi- ja tapahtumauutisointia

Päivittäin

Pari kertaa viikossa

Kerran viikossa

Pari kertaa kuussa

Harvemmin

En seuraa uutisointia

## 21) Suosikki genreni on

Angura Kei

Chikashitsu Kei

Eroguro Kei

Nagoya Kei

Oshare Kei

Sentai Kei

Shibuya Kei (Neo Kei)

Shironuri Kei

Visual Kei

Joku muu, mikä?

Mikä on genre?

## 22) Kuuntelen enimmäkseen

Major-bändejä

Indie-bändejä

En ymmärtänyt kysymystä

## 23) Kuuntelen seuraavia bändejä/artisteja

(Jbändien nimiä kirjoitettaessa romanjeilla, saattavat kirjoitusasut vaihdella alkuperäisestä.)

12012

176BIZ

9GOATS BLACK OUT

abingdon boys school

Acid Black Cherry

Alice Nine.

Aliene Ma'riage



An Café  
ANTI FEMINISM  
ANUBIS  
ASIAN GUN-FU GENERATION  
as.milk  
attic  
Aural Vampire  
Ayabie  
Baroque  
Bergerac  
Black:List  
Blood  
BUCK-TICK  
cali≠gari  
Calmando Qual  
The Candy Spooky Theater  
CELLT  
Chariots  
CoЯe The Child  
D  
Danger Gang  
Deadman  
DEATHGAZE  
DELUHI  
D'espairsRay  
Dio - Distraugh Overlord  
Dir en Grey  
Dué le Quartz  
Duel Jewel  
Exist†trace  
Gackt  
gadget.  
the GazetteE  
Girugämesh

GLAY  
Hagakure  
heidi.  
hide  
HIZAKI grace project  
hurts  
HYDE  
inugami circus dan  
Juka  
Kagerou  
Kagrra,  
kannivalism  
Kanon Wakeshima  
Kaya  
Kra  
Kuroyume  
Közi  
La'cryma Christi  
La'Mule  
L'Arc~En~Ciel  
LAREINE  
LM.C  
Lolita23q  
LOST NAME  
LUNA SEA  
lynch.  
Malice Mizer  
Matenrou Opera  
MAXIMUM THE HORMONE  
Megamasso  
Megaromania  
Merii  
Metis Gretel  
Mix Speaker's Inc.

Miyavi  
Moi Dix Mois  
MUCC  
Nana Kitade  
nega  
Nightmare  
Oblivion Dust  
ON/OFF  
ORANGE RANGE  
-OZ-  
PANIC☆ch  
PENICILLIN  
Phantasmagoria  
THE PIASS  
Pierrot  
Plastic Tree  
PORNOGRAFFITTI  
Psycho le Cému  
the Pumpkin Head  
R-15  
RENTRER EN SOI  
Ruiza  
Sadie  
SADS  
SCREW  
Sel'm  
Serial Number  
Sex Machineguns  
SIAM SHADE  
SINCE 1889  
SINCREA  
S.K.I.N.  
Soroban  
SuG

SUGIZO  
SUICIDE ALI  
TETSU69  
The Underneath  
UnsrAW  
UVERworld  
√eight  
Versailles  
Vidoll  
Viored  
X Japan  
xTRiPx  
The Yellow Monkey  
Zi:kill  
Zilch  
Zoro  
Zwei

#### 24) Käyn Jrock-bändien keikoilla

Ehdottomasti! Kaikki pitää nähdä!

Kyllä

Kyllä, mutta minut pakotetaan mukaan.

Minua ei enää päästetä keikoille.

En

En, mutta haluaisin.

En käy keikoilla, mutta tulen hengaillemaan jonoon.

#### 25) Keikkoja olen nähnyt

0

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

enemmän, mutten kaikilla

kaikki mahdolliset

26) Kierrän bändien perässä myös Suomen ulkopuolella

Kyllä, käyn säännöllisesti

Kyllä, olen käynyt kerran

En

27) Saavun keikkajonoon yleensä

Heti jonotuksen tultua sallituksi (kolme tuntia ennen ovien avaamista)

2 tuntia ennen ovien avaamista

1 tunti ennen ovien avaamista

Kun ovet avautuvat

Juuri ennen keikan alkua

En käy keikoilla

28) Jos keikkojen jonotusaikaa ei olisi rajoitettu

Olisin jonossa jo viikkoa ennen keikkaa!!

Saapuisin jonoon keikkapäivän aamuna

En muuttaisi jonotuskäyttäytymistäni

En käy edelleenkään keikoilla

29) Käyttäydyn jonottaessa keikalle

Hillitysti

Huudan ja mekastan kuin hullu

Olen kaikkien kaveri

Soitan musiikkia täysillä puhelimestani, kaikkien on pakko kuulla, että tykkään

Jrockista

En tiedä

En käy keikoilla, joten en jonota

30) Käyttäydyn keikoilla

En käy keikoilla

Käyttäydyn asiallisesti, en siis häiriköi

Häiritsen tahallani muita kanssaihmiä sekä lavalla että yleisössä

Tungen vaikka väkisin lavan eteen ja kourin artistia

Vetäydyn fiilistelemään kauimmaiseen nurkkaan

31) Jos bändillä on nimikirjoituksenjakotilaisuus

Olen ehdottomasti paikalla ja lahjan kera

Haen nimmarini

Menisin, mutta minua ei päästetä enää artistien lähelle

Menen jos jaksan

Ei kiinnosta

32) Rakastan Jrock-artistien stalkkausta

Olen jo lentokentällä vastassa

Vietän päivän kaupungilla ja toivon näkeväni artistin

Tiedän mihin hotelliin artistit majoitetaan ja odottelen ulko-ovella yötä päivää

Minua ei kiinnosta nähdä artisteja ilman meikkiä/olen kiinnostunut vain musiikista

33) Minulle on tärkeää mikä ihailemani artistin veriryhmä on

Ehdottomasti! Eihän muuten voi tietää käymmekö me yhteen!

En tiedä veriryhmääni

Mikä ihmeen veriryhmä?

34) Olen nähnyt seuraavat Jrock-bändien elokuvat

Malice Mizer: Bara no Konrei

An Cafe: Kyu ~ BondS ~ The Movie

Gackt & Hyde: Moonchild

Hyde: Kagen no Tsuki

Alice Nine.: Number Six

Miyavi: Oresama

Hide & Tusk: Seth & Holth

Joku muu, mikä?

En ole nähnyt yhtäkään

35) Jrockin ohella kuuntelen myös artisteja seuraavista kategorioista

(Alagenret lukeutuvat päägenren alle esim. screamo kuuluu emon alle.)

Alternative Rock/Indie

Bhangra/Bollywood

Blues/Jazz/Country/Soul

Emo

Folk/Kansanmusiikki/Etno

Iskelmä

Klassinen

Konemusiikki

Metal

Musikaalit/Ooppera

Pop

Punk

Rap/Hip-Hop

Reggae

Rock

R&B

Tanssimusiikki

En kuuntele mitään muuta

36) Kuvassa on



Miku

Bou

Kanon

Teruki

37) Kuvassa on





Miyavi

Gackt

Aoi

Klaha

38) Kuvassa on



Miku

Bou

Kanon

Teruki

39) Kuvassa on



Klaha

Mana

Gackt

ShuU

40) Kuvassa on



Toshiki

Yoshiki

Kyo

Aya

41) Kuvassa on



Ruki  
Mana  
Reita  
Gackt

42) Olen vastannut rehellisesti kaikkiin kysymyksiin

Kyllä  
En

43) Bonus: Mikä on Nyappy?

Neitimäisten Yhdistyneiden Artistien Paljon Puhuttu Yhdistys

Gacktin Hollywood-leffa

Manan uusi urkusinfonia

An Cafén väännös sanasta "Happy"

Yoshiki Jewelryn kevätmalliston uusi timanttisormus

Vastaukset:

Kuvissa

1. Bou (<http://www.ancafe-web.com>)

2. Miyavi (<http://www.myspace.com/miyavi>)

3. Miku (<http://www.ancafe-web.com>)

4. Mana (<http://midi-nette.com/mdm>)

5. Kyo ([www.direngrey.co.jp](http://www.direngrey.co.jp))

6. Gackt

(<http://i57.photobucket.com/albums/g232/Priestshinigami/Gackt/Gackt1721.jpg>)

Bonus-kysymyksen Nyappyhan on tietenkin An Cafén väännös sanasta "Happy".

44) Mielestäni tämä kysely oli

Huono.

Ihan OK

Tylsä!!!

Oikein mukava

Rock, rock!

Hyviä kysymyksiä, mutta ehkä pari liikaa

Tällaisia lisää

Välillä sangen hämmentävä, mutta selviydyin! Siis jees.

## LIITE 3

## Sähköpostikysely

Hei,

teemme opinnäytetyötä japanilaisesta rockista ja toivoisimme apuja tutkimukseemme. Jos harrastat Jrockia olisi sangen mukavaa mikäli voisit kertoa meille kokemuksistasi ja harrastuneisuudestasi vapaamuotoisesti. Käytämme vastauksia opinnäytetyössämme, mutta nimiä emme julkaise.

Siis toivoisimme, että kerrot ikäsi, sukupuolesi ja mistä päin Suomea olet.

Tässä muutamia apukysymyksiä, joita voit hyödyntää kirjoituksessasi:

- Miten tutustuit Jrockiin?
- Mitä bändejä/genrejä kuuntelet?
- Paljonko käytät aikaa Jrockin harrastamiseen? Käytkö keikoilla?
- Kuluuko paljon rahaa?
- Mitä kautta hankit levysi/fanituotteet?
- Mistä hankit tietoa bändeistä ja keikoista?
- Käytätkö foorumeita portaalina Jrockin maailmaan? Jaatko kokemuksia toisten kanssa?
- Onko sinulla kavereita, jotka harrastavat Jrockia?
- Oletko kiinnostunut muusta Japanin kulttuuriin liittyvistä ilmiöistä?
- Oletko saanut uusia ystäviä harrastuksen kautta?
- Näkyykö Jrock ulkoisessa olemuksessasi? (pukeutuminen, meikki, hiukset..)
- Jos olet alaikäinen, miten vanhempasi suhtautuvat harrastukseesi?
- Luuletko olevasi kiinnostunut Jrockista myös tulevaisuudessa, vaikkapa viiden vuoden kuluttua?
- Miten luulet Jrock-genren kehittyvän Suomessa? Jääkö pysyväksi ilmiöksi?

Pyydämme sinua lähettämään vastauksesi osoitteeseen [jrock.kysely@gmail.com](mailto:jrock.kysely@gmail.com)

Kiitos jo etukäteen! Arigatou!!! \(^0^)/

Taru ja Niina