

Värikästä Twitter-pöhinää K-pop-koneistosta

K-pop-diskurssi Ylen artikkeleissa

Jenni Kitinprami

Kandidaatintutkielma

Suomen kieli ja suomalais-ugrilainen kielentutkimus, suomen kieli

Kieli ja käännöstieteiden laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Maaliskuu 2024

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu

Turnitin OriginalityCheck –järjestelmällä

Suomen kieli ja suomalais-ugrilainen kielentutkimus, suomen kieli

Jenni Kitiinprami

Värikästä Twitter-pöhinää K-pop-koneistosta – K-pop-diskurssi Ylen artikkeleissa

Sivumäärä: 26

Eteläkorealainen populaarimusiikki, eli K-pop, on viimeisen reilun kymmenen vuoden aikana levinnyt Aasian musiikkimarkkinoilta aina vain näkyvämmäksi osaksi myös länsimaista mediaa. Ilmiö on levinnyt vahvasti myös Suomeen: K-popia on voinut kuulla niin mainoksissa kuin radiossakin, elokuvateatterit pyörittävät K-pop-konserttien taltiointeja ja esimerkiksi YleX-radiokanavalla pyörii kerran viikossa kokonaan K-popille omistettu lähetys. Ilmiön tullessa yhä suosittumaksi myös sen näkyvyys kirjoitetussa mediassa on luonnollisesti lisääntynyt. Koska tällä hetkellä näyttää vahvasti siltä, ettei K-popin suosio olisi ainakaan hetkeen laantumassa, on myös tärkeää tutkia, miten ja millaisia asioita media siitä kertoo. Monille faneille K-pop ja K-pop-fanius ovat esimerkiksi tärkeä osa omaa identiteettiä, mutta yleisesti voidaan olettaa, ettei K-popiin liittyvän artikkelin kirjoittaja ole itse osa fanikuntaa. On siis syytä tarkastella, millä tavoilla genrestä kirjoitetaan ja miten kirjoitukset voivat vaikuttaa esimerkiksi muiden genrestä tietämättömien lukijoiden mielipiteisiin.

Tarkastelen tutkielmassani Ylen sekä Ylen alla toimivan musiikkimedian YleX:n tekemää uutisointia K-pop-ilmiöstä diskurssianalyysin avulla. Erityisesti työssä paneudutaan siihen, millaiset kielelliset keinot ja ilmaukset toistuvat K-popia käsittelevissä artikkeleissa, ja analysoidaan, millaisia mielikuvia nämä keinot voivat lukijassa herättää. Pääasiassa esittelen aineistossa toistuvia metaforia, joista yleisimpiä ovat teollisuuteen ja veteen liittyvät sanastot, sekä tiettyjä kuvailuun liittyviä kielellisiä valintoja ja niiden merkityksiä.

Vaikka vesi- ja teollisuussanojen käyttö metaforina ei ole populaarikulttuurissa täysin vieras ilmiö, on K-pop-kerronnassa silmiinpistävää erityisesti teollisuussanaston suuri määrä. Runsas teollisuuteen viittaaminen antaa genrestä toisaalta hyvin epäinhimillisen kuvan, toisaalta taas korostaa sen taloudellista puolta. Vesimetaforat puolestaan antavat ilmiölle ohimenevyyden tuntua, ikään kuin tämän trendin aalto väistyisi kohta seuraavan aallon tieltä.

Yleisesti kuvailuissa aineistoni tekstit kiinnittävät puolestaan merkittävästi huomiota K-pop-artisteihin sekä K-popin faneihin. K-popiin liittyy paljon visuaalisia elementtejä, mutta yleisimmin kirjoituksissa on kuitenkin keskitytty juuri artistien ulkonäköön. Valinta on toisaalta ilmeinen, kun huomioidaan yleisesti Etelä-Korean ulkonäkökeskeisyys, mutta paikoin kirjoittajat ovat ottaneet huomioon esimerkiksi sellaisia ominaisuuksia, joihin yksilö ei voi itse helposti vaikuttaa. Faneista tapahtuva kerronta puolestaan aiheuttaa tietynlaista profilointia, kun faneista puhutaan yhtenäisenä ryhmänä ja tehdään yleistyksiä. Vaikka sanoihin liitettävät tulkinnat eivät ole universaaleja kokemuksia, ovat tässä yhteydessä silmiin pistäviä myös tietyt sanavalinnat, joihin voidaan liittää erilaisia arvottavia latauksia.

Avainsanat: diskurssi, diskurssianalyysi, diskurssitutkimus, metafora, K-pop, Etelä-Korea

Sisällysluettelo

1	Johdanto	4
2	Diskurssianalyysi	7
2.1	Diskurssianalyysin taustaa	7
2.2	Diskurssianalyttinen tutkimus	8
3	Aineisto	10
4	Analyysi	12
4.1	Metaforat	12
4.1.1	Korealainen <i>pop-tehdas</i>	13
4.1.2	K-pop <i>rantautuu</i> Suomeen	15
4.2	Kuvailu ja sen merkitys	16
4.2.1	<i>Kauniista</i> korealaisista poppareista	17
4.2.2	Mitä tämä <i>K-pop-jengi</i> oikein on	19
5	Yhteenveto	21
	Lähteet	23

1 Johdanto

Eteläkorealainen populaarimusiikki, eli K-pop, on viimeisen reilun kymmenen vuoden aikana levinnyt Aasian musiikkimarkkinoilta aina vain näkyvämmäksi osaksi myös länsimaista mediaa. Viime vuosina yhä useampi yhtye on tehnyt yhteistyötä tunnetuimpien länsimaisten artistien kanssa, ja muun muassa yksi tämän hetken suosituimmista K-pop-ryhmistä, BTS, oli yksi vuoden 2021 Grammy-ehdokkaista, ollen samalla ensimmäinen korealaisyhtye, jolle tällainen ehdokkuus myönnetään (BBC, 2020). Ilmiö on levinnyt vahvasti myös Suomeen: K-popia on voinut kuulla niin mainoksissa kuin radiossakin, elokuvateatterit pyörittävät K-pop-konserttien taltiointeja ja esimerkiksi YleX-radiokanavalla pyörii kerran viikossa kokonaan K-popille omistettu lähetys. Ilmiön tullessa yhä näkyvämmäksi ja suosituimmaksi myös sen näkyvyys kirjoitetussa mediassa on lisääntynyt.

Tarkastelen työssäni K-popin esittelyä suomenkielisessä kirjoitetussa mediassa diskurssianalyysin keinoin. Tutkin, millaiset kielelliset keinot ja ilmaukset toistuvat K-popia käsittelevissä artikkeleissa, ja analysoin myös millaisia mielikuvia nämä keinot voivat ilmiöstä herättää. Erityisesti kiinnitän huomiota teksteissä esiintyviin metaforiin sekä tiettyihin kirjoittajien tekemiin kielellisiin valintoihin. Diskurssianalyysi perustuu ajatukseen, ettei kieli ole vain tapa kuvata maailma, vaan sillä voidaan myös luoda merkityksiä ja rakentaa todellisuutta (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993: 18–20). Kun suomalainen toimittaja kirjoittaa artikkelin K-popista, hän saattaa tiedostamattaan vaikuttaa siihen, millainen mielikuva tai käsitys aiheesta syntyy. Kirjoittajan sanat saattavat myös oletuksia tai arvottavia latauksia, vaikka asia yritettäisiinkin ilmaista mahdollisimman neutraaleilla sanavalinnoilla (mt. 1993). Diskurssianalyysia ja sen taustoja esittelen tarkemmin luvussa 2.

Tutkimukseni aineistona käytän Yle.fi-utissivustolla sekä Ylen alla toimivan musiikkimedian YleX:n omilla nettisivuilla julkaistuja K-popista kertovia tai muuten aiheeseen liittyviä artikkeleita. Tekstit on kerätty sivustojen omia hakukoneita käyttäen, ja koska kummankaan sivuston artikkelit eivät ole maksumuurien takana, olen voinut vapaasti valita hakujeni tuloksista työni kannalta sopivimmat. Yhteensä aineistokseni valikoitui 23 vuosien 2010 ja 2022 välillä kirjoitettua artikkelia. Aineistoani esittelen erikseen lisää luvussa 3.

Vaikka K-popin voisi yksinkertaisesti luokitella musiikkigenreksi, jonka erityispiirteitä ovat korean kieli ja kappaleita esittävät monihenkiset tyttö- ja poikaryhmät, on kyseessä kuitenkin

multimediaalinen kokonaisuus. (Mäkilä, 2021: 21–26.) Musiikin lisäksi tärkeää on muun muassa visuaalisuus ja erityisesti genren ympärillä pyörivä fanikulttuuri, jollaista vastaavaa ei länsimaissa olla nähty edes 90-luvulla poikabändien kultakaudella. Vaikka länsimaissa, ja Suomessa, ilmiö tuntuu vielä tuoreelta, on K-popin leviäminen Etelä-Korean rajojen ulkopuolelle alkanut jo 2000-luvun alkupuolella. *Hallyun*, eli niin sanotun Korea-aallon myötä korealaisella populaarikulttuurilla on jo vuosia ollut tärkeä rooli aasialaisessa viihdeteollisuudessa.

Myös oman kiinnostukseni K-popia ja korealaista viihdemaailmaa kohtaan voisi sanoa heränneen jo 2000-luvun alussa, sillä ensikosketukseni korealaisiin pop-artisteihin muistan saaneeni jo vuosien 2009 ja 2010 aikana. Tämän jälkeen olen osallistunut moniin erilaisiin Suomessa järjestettyihin K-pop-tapahtumiin ja -konsertteihin sekä ollut mukana aihetta käsittelevässä yhdistystoiminnassa. Lopulta fanius vei minut myös opiskelijavaihtoon Etelä-Koreaan. Kerran olen antanut aihetta koskevan haastattelunkin, ja sen ohessa nämä kaikki edellä mainitsemani seikat vaikuttivat siihen, että halusin lähteä tutkimaan K-popin käsittelyä suomalaisessa mediassa. Harrastuneisuuden myötä ilmiöstä tehtävää uutisointia tulee muutenkin tarkasteltua erityisen tarkalla silmällä, ja erityisesti usein toistuviin ilmauksiin kiinnittää huomionsa väkisin. Tämän myötä tulee myös mietittyä, miten kirjoitukset mahtavat vaikuttaa aiheeseen perehtymättömän lukijan näkemyksiin K-popista. Tässä tutkimuksessa olen kuitenkin pyrkinyt tarkastelemaan aihetta mahdollisimman objektiivisesti sekä asettumaan juuri sellaisen lukijan asemaan, jolla ei välttämättä ole aiheesta minkäänlaista ennakkotietämystä.

Toinen merkittävä syy aiheeni valintaan oli se, ettei Suomessa K-popia tai siihen liittyvää diskurssia tai uutisointia ole oikeastaan vielä tutkittu. Vastaavanlaiset populaarikulttuurin alaryhmiin keskittyvät tutkimukset eivät ole kuitenkaan tavattomia, ja yhtenä inspiraationa aiheelleni olikin Jyväskylän yliopistosta valmistuneen Heini Rönkön pro gradu -tutkielma (2016), jossa hän käsittelee toisen aasialaislähtöisen harrastuksen, cosplayn, käsittelyä suomalaisessa mediassa. Emilia Tuomikoski on puolestaan tutkinut pro gradu -tutkielmassaan (2020), miten suomalaisten K-pop-fanien fanius rakentuu heidän Instagramissa tekemiensä kielellisten valintojen avulla. Lähin aihettani koskeva tutkimus löytyy kuitenkin Alankomaista, missä Eun Jee Kwon on omassa opinnäytetyössään (2017) tarkastellut myös diskurssianalyysin keinoin K-popista tehtyä uutisointia yhdysvaltalaisissa ja isobritannialaisissa valtamedioissa. Yhtenä tutkimukseni päälähteenä toimii Minja Mäkilän

(2021) kirjoittama suomenkielinen K-popia käsittelevä tietokirjateos, jossa ilmiötä esitellään yleisemmin.

Koska tällä hetkellä näyttää vahvasti siltä, ettei K-popin suosio olisi ainakaan hetkeen laantumassa, on myös tärkeää tutkia, miten ja millaisia asioita media siitä kertoo. Monesti voidaan nimittäin olettaa, etteivät aiheesta kirjoittavat ole itse osa K-popin fanikuntaa, ja kirjoituksilla saatetaan yleisestikin yrittää vedota samanlaisessa asemassa oleviin lukijoihin. Ilmiön faneille on kuitenkin tärkeää, miten siitä kirjoitetaan ja millaisen kuvan aiheesta tietämättömät lukijat siitä saavat tekstien pohjalta. K-pop ja K-pop-fanius ovat usein monille faneille tärkeä osa omaa identiteettiä, joten on hyvä tarkastella, miten niin sanotusti aiheen ulkopuolinen tarkkailija sitä kuvailee.

2 Diskurssianalyysi

2.1 Diskurssianalyysin taustaa

Diskurssianalyysi on yksi diskurssintutkimuksen menetelmällisistä lähestymistavoista. Diskurssintutkimus on monilla eri tutkimusaloilla hyödynnettävä tutkimussuuntaus, johon liittyy useita eri tutkimusmenetelmiä. Tästä syystä se voidaan myös mieltää niin sanotuksi teoreettis-menetelmälliseksi viitekehukseksi, jonka puitteissa voidaan tehdä tutkimusta yhteiskunnan ja kielenkäytön suhteesta. (Lehti, Haapanen & Kääntä, 2018.)

Tutkimussuuntauksen tavoin myöskään diskurssianalyysia ei voida pitää selkeärajaisena tutkimusmenetelmänä. Kyseessä on ennemminkin teoreettinen viitekehys, joka sallii monia eri tarkastelun painopisteitä ja menetelmien soveltamista. (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993: 17.) Kielitieteissä diskurssianalyttisen tutkimuksen huomio on kuitenkin usein kiinnittynyt kielen käytön tutkimiseen ja sen avulla on muun muassa tarkasteltu, millaisia kielellisiä keinoja käyttäen diskursseja rakennetaan (Lehti ym., 2018).

Diskurssianalyysin perusajatus on, ettei kielenkäyttö ole ainoastaan keino kuvata maailmaa. Sen sijaan kieli nähdään tekijänä, joka myös merkityksellistää, järjestää ja rakentaa sitä sosiaalista todellisuutta, jossa elämme. (Jokinen ym., 199: 18–20.) Kaikki kielen käyttäminen on erilaisten versioiden rakentamista todellisuudesta, mutta kielen käyttäjät eivät välttämättä rakenna näitä versioita tietoisesti – ne syntyvät, kun ilmiötä yritetään ymmärtää (Valtonen, 1998). Omiin sanavalintoihimme sisältyy myös aina oletuksia ja latauksia, jotka saattavat heijastua esimerkiksi omasta kulttuuristamme ja elinympäristöstämme, vaikka yrittäisimme ilmaista asiamme neutraalisti. Meidän on vain itse oman kulttuurimme edustajina vaikea havaita sanojemme konstruktivismisuutta. Diskurssianalyysille ominaista onkin juuri erilaisten ulkoista maailmaa luovien konstruktoiden sekä niiden vakiintumisten ja vaihtelun tarkastelu ja selittäminen. (Jokinen ym., 1993: 18–24.)

Konstruktivistisuuteen liittyy kiinteästi ajatus niin sanotuista sosiaalisesti jaetuista merkityssysteemeistä. Käsitteen idea on peräisin Ferdinand de Saussurelta ja hänen näkemyksestään, jonka mukaan sanojen merkitykset rakentuvat suhteessa toisiinsa ja kieli on todellisuutta rakentava merkityssysteemi. (Jokinen ym. 2016: 32, 281; Saussure, 2014: 215–225.) Hänen ajatuksestaan poiketen nykypäivän diskurssianalyttisessä tutkimuksessa kuitenkin ajatellaan, ettei kyseessä ole yksi yhtenäinen kokonaisuus, vaan puhutaan merkityssysteemien kirjosta. Kielenkäyttöön liittyy useita eri merkityssysteemeitä, jotka

uusiutuvat ja rakentuvat jatkuvasti, ja näihin merkityseroihin perustuvaa luokittelua käytämme päivittäin tiedostamattamme myös arkikielessämme: pystymme esimerkiksi erottelemaan eri ihmisryhmiä erilaisten ominaisuuksien mukaan (Jokinen ym. 2016: 28). Myös diskursseista puhuttaessa viitataan monesti suhteellisen kiinteisiin merkityssuhteiden systeemiin, jonka puitteissa tiettyä todellisuutta on mahdollista tehdä ymmärrettäväksi (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993: 24; Valtonen, 1998: 97). Merkityssystemit ovat lisäksi riippuvaisia toisistaan ja syntyvät nimenomaan muiden merkityssystemien kontrastista. Esimerkiksi mustaa ei voi ymmärtää mustaksi, ellei sille ole tarjolla vastapainoksi valkoista ja kaikkien harmaansävyjen kirjoa (Valtonen 1998: 97).

Yhteistä de Saussuren ja nykyisen diskurssianalyysin näkemyksissä on myös ajatus, jonka mukaan se, miten puhumme asioista, vaikuttaa siihen, miten näemme ja koemme ne. Oman tutkimukseni kannalta tämä on siis tärkeää, kun otetaan huomioon, että aineistonani käytettävien artikkeleiden kirjoittajat ovat kuitenkin itse valinneet niissä käyttämänsä sanavalinnat kuvatakseen käsittelemäänsä ilmiötä. Huomioitava kuitenkin on, ettei diskurssianalyysisessä tutkimuksessa ole kyse kirjoittajan asenteiden tai mielipiteiden tarkastelusta. (Valtonen 1998: 97.) Oletus on, että merkitys syntyy juuri tiedostamatta kieltä käyttäessä, kun ilmiötä yritetään tehdä ymmärrettäväksi.

2.2 Diskurssianalyttinen tutkimus

Diskurssianalyysi on laadullinen tutkimusmenetelmä, jota voidaan tehdä useammankin eri metodisen painotuksen näkökulmasta. Arja Jokinen ja Kirsi Juhila (2016) jakavat nämä painotukset neljään eri ulottuvuuspariin: tilanteisuuteen ja kulttuuriseen jatkumoon, merkityksiin ja merkityksen tuottamisen tapoihin, retorisuuteen ja responsiivisuuteen sekä kriittisyyteen ja analyttisyyteen. (Jokinen ym. 2016: 268.) Parit he hahmottavat janoina, jolloin mahdollisten diskurssianalyttisten tutkimusten painopiste voi sijoittua esimerkiksi janan jompaankumpaan päähän, mutta yhtä hyvin sen keskelle tai jopa vaihdella päästä päähän tutkimuksen eri vaiheissa. Huomioitavaa on myös, etteivät nämä parit sulje toisiaan pois tutkimuksessa.

Omassa tutkimuksessani merkittävin pari on merkityksen ja merkityksen tuottamisen tapoihin keskittyvän analyysin näkökulma. Jokisen ja Juhilan mukaan tässä näkökulmassa on pelkistetysti kyse siitä, millaisia merkityksiä ihmiset kielenkäytössään tuottavat, ja millaisia

kielellisiä keinoja käyttämällä ihmiset tuottavat merkityksiä (Jokinen ym. 2016: 280). Tämä sopii omaan tutkimukseeni parhaiten, koska tarkoitukseni on nimenomaan tarkastella artikkeleiden kirjoittajien selontekoa K-pop-ilmioon liittyen, eli kuinka kirjoittajat kuvaavat ilmiötä ja antavat sille merkityksiä. Samanaikaisesti näkökulman haasteena on objektiivisuus, sillä esimerkiksi tiettyihin sanoihin liittyvät sivumerkitykset tai arvottavat lataukset eivät aina ole universaaleja kokemuksia. Nekin voivat liittyä yksilön omiin kokemuksiin, joten tilanteessa, jossa analyysi rakentuu sanavalintojen varaan, on tutkijan valittava näkökulmansa huolellisesti. Analyysiluvuistani viimeisessä käsittelen erityisesti K-popin faneista tehtyä kerrontaa, jolloin arvottavien ja latautuneiden sanavalintojen analysointi tulee erityisen aiheelliseksi.

3 Aineisto

Aineistonani käytän Yle.fi sekä Ylen alla toimivan musiikkimedia YleX:n omilla nettisivuilla vuosien 2010–2022 välillä julkaistuja artikkeleita. Yhteensä käsittelyyn valikoitui 23 artikkelia, joista 7 on YleX:n alla julkaistuja ja 16 Ylen omia julkaisuja. Erottelu on tärkeää, sillä vaikka YleX toimii Ylen alaisuudessa, on YleX erikoistunut nimenomaan populaarikulttuurin sekä uuden musiikin käsittelyyn. Näin ollen YleX:n voisi olettaa vetoavan erityisesti nuorempiin lukijoihin, ja tämä voi puolestaan vaikuttaa tekstien kieleen. Olenkin myöhemmin analyysini esimerkeissä pyrkinyt ilmaisemaan, kumman median tekstistä on kulloinkin kyse.

Sisällöllisesti artikkeleissa on jonkin verran vaihtelua: kymmenen julkaisua voisi luokitella puhtaasti K-popia esitteleväksi artikkeliksi, joissa esimerkiksi esitellään erilaisia artisteja ja joiden pääpaino on puhtaasti selittää ilmiötä. Toiset kymmenen artikkelia puolestaan käsittelivät jotain K-pop-maailmaan liittyvää, usein Etelä-Koreassa tapahtunutta uutista, ja loput kolme oli kirjoitettu Suomessa järjestettävistä aiheeseen liittyvistä tapahtumista tai konserteista. Ymmärrettävästi joitain aiheellisia samankaltaisuuksiakin teksteistä löytyy, ja etenkin ilmiön yleistä esittelyä tapahtuu muissakin kuin ensimmäisenä mainitsemisani kymmenessä tekstissä.

Yle ja YleX valikoituivat tarkasteluideni kohteeksi erityisesti siksi, etteivät sivustojen kirjoitukset ole maksumuurien takana. Aiheenrajaukseni vuoksi koin myös helpommaksi valita tarkasteluun vain yhden mediayhtiön, vaikka K-popiin liittyvää uutisointia löytyy muidenkin mediatalojen julkaisuista. Valintaani vaikutti myös Yleen entuudestaan yhdistettävät mielikuvat ja suhtautuminen – valtion omistamana mediayhtiönä Ylen julkaisemaan uutisointiin liittyy esimerkiksi tietynlaisia laatuun, objektiivisuuteen ja saavutettavuuteen liittyviä odotuksia. Yksi hyvä tulevaisuuden tutkimuskohde voisi kuitenkin olla nykyisen aineistoni ja esimerkiksi iltapäivälehtien keskinäinen vertailu; onko jutuissa sävy- tai tyylieroja, tai mitkä K-popiin liittyvät tapaukset ylipäänsä ylittävät kunkin mediatalon uutiskynnyksen.

Olen myös pyrkinyt tietoisesti jättämään analyysistani pois artikkeleissa esiintyneet haastattelut. Yleistä artikkeleissani on, että haastattelut on pyydetty nimenomaan K-popin faneilta, eli ihmisiltä, joilla on jo jokin ennakkotietämys aiheesta ja joiden mielipiteisiin voidaan olettaa, tietysti tapauskohtaisesti, liittyvän myös jonkinlaisia tunnelatauksia. Koska

haluan tarkastella nimenomaan kirjoittajan omaa, oletettavasti neutraalia ja fanikulttuurin ulkopuolisen tahon näkökulmasta kirjoitettua tekstiä, päätin tässä kohtaa jättää haastattelut huomiotta. Joitain epäsuoria lainauksia olen kuitenkin nostanut esiin, jos asiayhteydestä voi olettaa, että kirjoittaja on muokannut haastatteluaineistoaan reilusti omin sanoin.

Haastatteluista voisi kuitenkin myöhemmin tutkia, millaisia valintoja kirjoittaja on niiden pohjalta tehnyt – miksi kirjoittaja on esimerkiksi valinnut juuri tietyn lainauksen osaksi artikkeliaan ja kokenut sen oleelliseksi mainita, tai miksi tietyt asiat on jätetty haastattelusta suoriksi lainauksiksi ja toisista tehty epäsuoria. Tutkielman laajuuden vuoksi nämä aiheet saavat jäädä odottelemaan seuraavaa tutkimuskertaa.

4 Analyysi

Tutkimukseni analyysivaiheen aloitin jakamalla aineistojeni käsittelemät K-popiin liittyvät aiheet ja sisällöt karkeasti kolmeen kategoriaan. Kategoriani olivat seuraavanlaiset: *tuotanto*, *tuote* ja *fanit*. Kategoriolla *tuotanto* tarkoitetaan yleisesti Etelä-Korean musiikki- ja viihdeteollisuutta sekä siihen liittyvää kerrontaa. Toisen kategorian nimitys *tuote* valikoitui edustamaan kaikkea sitä, mitä K-pop käytännössä tarkoittaa ja mitä niin sanottu kuluttaja siitä näkee ja kokee. Lyhyesti käsite kattaa tässä tutkimuksessa siis kaiken, mitä K-popia tuottavat mediayhtiöt julkaisevat aina musiikista artisteihin ja tanssivideoihin. Kolmas kategoria, *fanit*, puolestaan tarkoittaa yksiselitteisesti K-pop-faneja. Nämä kolme kategoriaa edustavat niitä osa-alueita ja aiheita, joihin aineistoni artikkeleiden sisällön voisi kokea painottuneen, kun niissä avattiin K-pop-ilmiötä. Jaottelu helpotti myös kiinnittämään huomiota siihen, millaiset sanavalinnat ja kuvailuun käytetyt tavat tekstissä toistuvat, jos toistuvat.

Jaottelun alkuperäinen tarkoitus oli myös toimia selkeänä jäsentelynä lopullisessa tutkimuksessa. Suunnitelmani oli käsitellä kaikki kolme yllä mainitsemaani osa-aluetta erikseen ja painottaa analyysini siihen, millaiset asiat kussakin korostuivat. Tämä suunnitelma joutui tutkimuksen edetessä kuitenkin väistymään, sillä jotkin havainnot toistuivat useammassa kuin yhdessä kategoriassa, ja tästä olisi seurannut turhaa toistoa lopullisessa tutkielmatekstissä. Jaottelu ei olisi myöskään palvellut tutkimuksen lopullista tavoitetta tarkastella ja analysoida K-pop-ilmiötä koskevaa uutisointia kokonaisuutena. Jaottelun sijaan tutkimukseni analyysiosuus tapahtuu siis esittelemällä yksitellen niitä kielellisiä ilmiöitä ja tyylikeinoja, jotka aineistostani nousivat vahvimmin esiin. Ensimmäiset kaksi alalukua käsittelevät teksteissä usein toistuvia metaforia ja kaksi viimeistä puolestaan liittyvät teksteissä tapahtuvaan kuvailuun sekä siitä syntyviin merkityksiin. Alaluvuissa voi kuitenkin vielä nähdä rippeitä myös alkuperäisestä jaottelusta.

4.1 Metaforat

Isoimpana ja silmiinpistävimpanä tyylikeinona artikkeleissani ovat K-popista käytettävät metaforat. Käsitteellä *metafora* tarkoitetaan kielikuvia, joissa ilmiötä kuvataan sanoilla tai ilmauksilla, jotka eivät luonnostaan liity aiheeseen. Metaforien käyttö vaikuttaa myös sanoman merkitykseen ja voi synnyttää lukijalle mielleyhtymiä ja mielikuvia. (Mäkikalli & Steinby, 2013: s. 213–215.) Aineistossani erityisen huomiota herättäviä ja yleisiä ovat

tilanteet, joissa K-popia kuvataan teollisuuteen liitettävällä tai rinnastettavalla sanastolla. On kuitenkin syytä mainita, että itse sana *teollisuus* ei ole viihdemaailmasta puhuttaessa uusi tuttavuus. Esimerkiksi Kielitoimiston sanakirjassa sanan kuvaukseen on listattu myös sen kuvaannollisempaa käyttötapana sana *viihdeteollisuus*, jonka määritellään tarkoittavan suurimittaisesti tuotettua viihdemaailmaa (Kotus, 2022). Tässä tutkimuksessa huomio on siis kiinnitetty nimenomaan koneellistettua, tehdasmaista ja jalostamista tarkoittavaan teollisuuteen liitettävään sanastoon, mistä selkeyden vuoksi käytän jatkossa nimitystä *perinteinen teollisuus*. Näitä käsittelen lisää seuraavassa alaluvussa. Toinen yleinen metafora on veteen liittyvä sanasto, joka on toisen alaluvun aihe.

4.1.1 Korealainen *pop-tehdas*

Merkittävimpiä eroja K-popin ja länsimaisen viihdeteollisuuden väliltä löytyy musiikintuotannosta ja erityisesti sen tuotantotavoista. (Mäkilä, 2021: s. 34–36.) Siinä missä länsimaissa on totuttu itsenäisiin artisteihin ja yhtyeisiin, jotka mahdollisesti kirjoittavat itse oman musiikkinsa, saattavat aloittaa uransa omakustanteisilla julkaisuilla ja menestyksen yllättäessä tekevät lopulta levytyssopimuksen suuremman ja joskus jopa monikansallisen levytysyhtiön kanssa, pyörittää Etelä-Korean viihdemaailmaa joukko kotimaisia mediayhtiöitä. Yleisin käytäntö on, että nuoret lahjakkuudet osallistuvat mediayhtiöiden järjestämiin koe-esiintymisiin, joissa muun muassa laulu- ja tanssinäytteen perusteella yhtiö päättää, pääseekö nuori osaksi sen kaiken kattavaa idolikoulutusohjelmaa. Valituksi tuleminen ei kuitenkaan ole vielä takuu artistin urasta, sillä kaikista koulutusohjelmaa käyvistä nuorista yhtiö lopulta kokoaa niin sanotusti sopivimman kattauksen aina uusia artistiryhmiä varten. (Mäkilä, 2021: s. 50–54.) Joskus idolikokelas joutuu odottamaan mahdollisuuttaan useita vuosia, toisille se ei ikinä koitakaan. Nykypäivänä uusia ryhmiä debytoi vuodessa useita kymmeniä, ja iso osa näistä myös hajoaa saman vuoden aikana.

Yllä kuvailemaani todellisuuteen Etelä-Korean viihdemaailmasta on tarttunut myös moni aineistonani toimiva artikkeli. Suorasanaisen kuvailun lisäksi tekstien sekaan on ujututtanut paljon perinteiseen teollisuuteen yhdistettävää sanastoa. Ylivoimaisesti toistuvinkin tällainen sana on *koneisto*, ja usein sitä on käytetty metaforana koko eteläkorealaisen viihdeteollisuuden mallille. Asian korostamiseksi se toimii monessa artikkelissa myös yhdyssanan osana. Esimerkiksi:

1a) Koreassa *koneisto* on hyvin läpinäkyvä. (Von Bell, 2016)

1b) Etelä-Korean pop-*koneisto* tuottaa *liukuhihnalta* täydellisyyttä hipovia idoleita. (Haavisto, 2018)

1c) Korealainen supertähti Sunmi esiintyi Helsingissä ja toi mukanaan K-popin *millintarkan koneiston*: ---. (Mankkinen, 2022b)

1d) Etelä-Korean musiikkibisneksestä on muodostunut valtava *tuotantokoneisto*. (Haavisto, 2018)

1e) Eteläkorealainen pop-*koulutuskoneisto* tuottaa kylläkin täydellisiä idoleita, ---. (Mankkinen, 2021)

Erityisen huomiota herättävä on kuitenkin Markku Haaviston vuonna 2018 julkaistu artikkeli, jossa sana *koneisto* ei pelkästään toistu useaan otteeseen, vaan se saa rinnalleen monia muitakin K-popin teollisuusmaisuuksia korostavaa sanastoa. Esimerkiksi yllä olevissa esimerkeissäkin näkyvä *liukuhihna* mainitaan kahteen otteeseen, ja kaksi artikkelin väliotsikkoa korostavat K-popia *bisneksenä*:

1f) Koreassa pop on *raadollista bisnestä*. (Haavisto, 2018)

1g) Etelä-Korea teki popista *vientibisneksen*. (Haavisto, 2018)

Jälkimmäisen väliotsikon jälkeen tuleva kappale alkaa myös seuraavalla virkkeellä: *Alusta asti korealainen pop-teollisuus on suunnannut katseensa ulkomaille* (Haavisto, 2018). Tässä tapauksessa artikkelissa esiintyvien metaforien runsas käyttö lähes kumoo aiemmin, koko analyysiluvun alussa mainitsemani huomion *teollisuus*-sanasta ja sen merkityksestä viihdemaailmassa yleisesti. Sama tapahtuu sanalle *bisnes*. Vaikka sana *bisnes* ei itsessään olisi merkitykseltään erityisen latautunut (vrt. analyysiluvun alussa mainitsemani *teollisuus*), herättää sen käyttö tässä yhteydessä kuitenkin huomiota ja nimenomaan korostaa esittelyssä olevan K-popin tuotantotapojen verrannollisuutta perinteiseen teollisuuteen. Sanavalinnoista voi herätä lukijassa myös ikäviä konnotaatioita, kun otetaan huomioon, mitä tämä korostettu tehdasmaisuus tarkoittaa K-popia esittävien artistien kannalta:

1h) K-popin *liukuhihnallinen tuotanto* rullaa tehokkaasti ja *tuottaa* ikonimaisia idoleita, ---. (Haavisto, 2018)

1j) Korealaisesta pop-kulttuurista haluttiin maan seuraava suuri *vientituote*, ---. (Haavisto, 2018)

K-pop-artisteihin liittyvää kuvailua käsittelemisen lisäksi myöhemmissä alaluvuissa.

4.1.2 K-pop rantautuu Suomeen

Toinen aineistossani yleisesti esiintyvä metaforatyyppe on veteen liittyvä sanasto.

Tutkimuksen aikana havahduin siihen, kuinka yleisiä esimerkiksi sanat *aalto* ja *virta* ovat, kun puhutaan yleisesti populaarikulttuurin ilmiöistä. Kuvaus on kuitenkin osuva, sillä populaarikulttuurin ilmiöiden voisi tulkita tapahtuvan ja muuttuvan esimerkiksi aaltojen ja vuoroveden lailla. Yhtenä päivänä yksi ilmiö tai artisti on enemmän pinnalla, eli niin sanotusti yleisön huulilla ja suosituimpi, kuin toiset. Nykypäivänä trendit tulevat ja menevät joskus hurjaakin vauhtia, ja niiden voisi myös katsoa leviävän ikään kuin aaltomaisesti – aallon harjalla trendi on suosituimmillaan, kunnes se taas laantuu ja tilalle tulee toinen trendi. Tällaisella selityksellä tarkasteltuna K-popin liittäminen vesisanastoon antaa vaikutelman, että ehkä K-popissakin on kyse vain ohimenevästä trendistä. Vaihtoehtoisesti tämä voi kuvata sitä, miten yllättäen K-pop on levinnyt Etelä-Koreasta osaksi muiden maiden viihdemaailmaa. Vesi on kuitenkin elementtinä hyvin arvaamaton, mutta varsinkin liikkuva.

K-popista ja korealaisesta viihdeteollisuudesta puhuttaessa Ylen artikkelit eivät ole sanavalinnoissaan poikkeuksellisia, sillä sana *aalto* on myös kansainvälisesti vakiintunut osa korealaisesta pop-kulttuurista käytävää diskurssia. Myös korealaiset itse nimittävät oman maansa viihdeteollisuuden leviämistä ulkomaille *Korea-aaltona* käännettävällä nimityksellä *hallyu*, jossa yhdistyvät sekä *korealaista (han)* että *aaltoa (ryu)* tarkoittavat sanat. Termiä on alettu käyttää jo kuluvan vuosituhatvuoden vaihteessa, kun ensimmäiset K-pop-yhtyeet sekä korealaiset TV-sarjat alkoivat niittää mainetta maansa rajojen ulkopuolella. Sana *aalto* on siis artikkeleissa selkeästi eniten käytetty vesimetafora.

2a) Korealaisen kulttuurin *aalto* ---. (Von Bell, 2016)

2b) 90-luvulla alkanut *Korea-aalto* ---. (Von Bell, 2016)

2c) Korealaisen popkulttuurin *aalto*, eli Hallyu, on vallannut maailmaa kahdessa *aallossa*. (Haavisto, 2018)

Toinen yleisin artikkeleissa käytetty vesimetafora on sana *virta*, johon erityisimmin törmää yhdyssanassa *valtavirta*. Tässä asiayhteydessä *valtavirralla* tarkoitetaan nimenomaan suomalaista populaarikulttuurin ja sen trendien kenttää, johon K-pop on hiljalleen tullut osaksi. Erityisen mielenkiintoista sanavalinnassa on siitä syntyvä ”me ja muut” -tyyppinen asettelu. K-popista ja etenkin siihen liittyvästä fanikulttuurista (esimerkki 2e) annetaan kuva vieraana, ehkä myös hieman outona asiana, joka ikään kuin sulautuu osaksi suomalaiselle tutumpaa populaarikulttuuria.

2d) Korealainen poppi yleistyy ja on matkalla kohti *valtavirtaa*. (Rautio, 2016c)

2e) --- näyttävä ja *valtavirrasta* poikkeava pukeutuminen. (Rautio, 2016c)

2f) K-pop kasvaa – kysymys kuuluu, milloin siitä tulee *valtavirtaa*. (Rautio, 2016c)

Vettä käytetään artikkeleissa myös ilmaisemaan muihin asioihin sulautumista. Esimerkiksi Vedenpään (2012) artikkelin otsikossa K-popille haetaan lisää menestystä Psyn (korealainen artisti) *vanavedessä*. Mankkisen (2021) artikkelissa puolestaan kuvataan aiemmin mainittua idolien kouluttautumista seuraavanlaisesti:

2g) Koulutuksessa artistista muokataan hahmo, joka *ui kuin kala vedessä*. (Mankkinen, 2021)

Metaforan lisäksi Mankkisen esimerkissä on kyse myös vertauksesta, kun idolikoulutuksen käynyttä artistia kuvataan *kuin kalana*. Vesisanastolla voidaan siis samanaikaisesti sekä tehdä eroa eri kulttuurien välille että kuvata sulautumista.

Vesimetaforaa vahvistavia, mutta toisaalta myös epäselviä tapauksia ovat esimerkiksi sanat *iskeytyä* sekä *pinta*.

2h) --- on vain ajan kysymys, koska K-pop-ilmio *iskeytyy* Suomeen yhä laajemmin. (Korhonen, 2013)

2i) Viimeisen kymmenen vuoden aikana k-pop on puskenut *pinnalle* yhä vahvemmin myös Aasian ulkopuolella. (Haavisto, 2018)

2j) Virheettömän *pinnan alla kuohuu*. (Mankkinen, 2021)

Sekä *pinta* että *iskeytyä* eivät ole suoranaisesti veteen liitettäviä sanoja, mutta tässä asiayhteydessä ne voisi jo luokitella sellaisiksi.

4.2 Kuvailu ja sen merkitys

K-pop on multimediaalinen kokonaisuus, jossa musiikin lisäksi tärkeää on myös sen visuaalinen puoli. Uusien julkaisujen ilmestyessä huomio ei ole pelkästään musiikissa, vaan esimerkiksi kappaleiden ohessa julkaistavat musiikkivideot ovat tärkeä osa kokonaisuutta. Musiikkivideoissa huomio kiinnittyy myös niiden värimaailmaan, joka on monesti paljon saturoidumpi kuin länsimaisissa musiikkivideoissa, vaikka videon konsepti ja tunnelma olisivatkin synkemmästä päästä. Muita K-pop-genrelle olennaisia visuaalisia ominaisuuksia ovat tietysti artistien esittämät koreografiat sekä fyysiset albumit, joiden sanoituslehtiset ovat

yleensä paksuhkoja kuvakirjoja ja joiden mukana tulee myös muun muassa kuvakortteja idoleista.

Selkein osa K-popin visuaalisuutta ovat kuitenkin musiikkia esittävät artistit. Artistikokelaan ulkonäkö on loppujen lopuksi jopa merkittävimpiä syitä siihen, tuleeko hänestä idoli ylipäätään. Koska Etelä-Koreassa ulkonäkö on muutenkin merkittävä vaikuttaja yksilön menestymismahdollisuuksille, ei ole ollenkaan poikkeuksellista, että K-pop-idolit käyvät esimerkiksi kauneusleikkauksissa ulkonäkönsä kohentamiseksi. Valtaosa artisteista värjää hiuksensa aina uutta comebackia varten, ja huomiota herättävä hiusväri saattaa jopa vaikuttaa artistin suosioon.

Ei siis liene ihme, että aineistoni teksteissä seuraavaksi silmiinpistävintä on niissä esiintyvien visuaalisuuteen liittyvien kuvausten määrä. Artikkelieni mukaan K-pop on muun muassa *kaunista, virheetöntä, täydellistä, näyttävää* ja erityisesti *värikästä*. Paljon kiinnitetään huomiota artistien ulkonäköön sekä olemukseen ja korostetaan genren visuaalisuutta. Tässä kohtaa jouduin luopumaan aiemmin suunnittelemani kolmijaon (tuotanto, tuote ja fanit) käyttämisestä analyysini käsittelyjärjestyksenä, sillä vaikka visuaalisuuteen kiinnitetty huomio onkin erityisesti *tuotteeseen* liittyvä ilmiö ja käsittelen sitä heti seuraavassa alaluvussa, saavat tästä osansa myös fanit; jo esimerkiksi Jussi Mankkisen vuonna 2010 kirjoittamassa artikkelissa nostetaan esiin, kuinka K-pop luo pukeutumis- ja ulkonäkötrendejä (Mankkinen, 2010). Faneista tapahtuvaan kerrontaan paneudun lisää kuitenkin myöhemmin.

4.2.1 *Kauniista* korealaisista poppareista

Tarkastelemieni artikkeleiden pohjalta niin sanotusti näyttävin osa K-popia on sitä esittävät artistit, ja tähän liittyvät esimerkit voidaan myös jaotella useampaan eri kategoriaan. Joissain artikkeleissa on kiinnitetty huomiota artistien ulkonäköön yleisesti, eli erittelemättä tarkemmin niitä tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa ulkonäköön. *Kauneuden ja hyvännäköisyyden* lisäksi artikkeleista voi tehdä esimerkiksi seuraavanlaisia poimintoja:

3a) --- koulutyttöhenkiset yhtyeet, joiden jäsenet näyttävät juuri sellaisilta, että äidille olisi turvallista tuoda heidän kaltaisensa näyttille. (Von Bell, 2016)

3b) Musiikkistudiot haravoivat itselleen lahjakkaita nuoria, --- ja ennen kaikkia näyttävät hyvältä. (Haavisto, 2018)

3c) --- porukan näyttävin esiintyy yhtyeen kasvoina. (Haavisto, 2018)

3d) --- androgyynejä aasialaisia valtavirtapoppareita. (Vanha-Majamaa, 2020)

3e) Neljä kuvankaunista nuorta naista tanssii ---. (Mankkinen, 2021)

Toiset kirjoittajat ovat puolestaan tarttuneet tarkemmin niihin fyysisiin ominaisuuksiin, joiden koetaan merkitsevän hyvännäköisyyttä. Samaan aikaan kyseessä on sellaisia ominaisuuksia, joiden voi ajatella olevan yksilöstä riippumattomia synnynnäisiä tekijöitä, ja joihin yksilön on vaikeampaa vaikuttaa. Tällaisia ovat muun muassa seuraavat esimerkit:

3f) Girl's Generationin *pitkäkoipiset mimmit*---. (Saastamoinen, 2012)

3g) --- *hoikat parikymppiset artistit* vetävät huikeita tanssimuuveja ja joilla on joka kuvassa erilaiset vaatteet. (Rautio, 2016c)

3h) Paljastavaan kullankimalteiseen asuun pukeutuneella *hoikalla* artistilla on *säännölliset kasvopiirteet ja virheetön iho*, ---. (Mankkinen, 2022b)

Viimeksi mainituissa Raution ja Mankkisen artikkeleista poimituissa esimerkeissä fyysisten ominaisuuksien rinnalle on nostettu myös pukeutuminen, joka on kolmas selkeästi artikkeleista löytyvä tapa käsitellä artisteihin liittyvää visuaalisuutta. Tähän liittyvät myös viimeiset esimerkit:

3i) --- robottimaisen tarkkoja tanssiliikkeitä toistavat bändin jäsenet näyttävät *persoonallisine tyyleineen* jonkinlaiselta superhipstereiden joukolta. (Von Bell, 2016)

3j) K-poppiin kuuluu olennaisesti monimutkaiset ja taitavat tanssikoreografiat sekä *näyttävä ja valtavirrasta poikkeava pukeutuminen*. (Rautio, 2016)

3k) *Neonvärejä ja mustavalkokuosia*. (Rautio, 2016c)

Visuaalisuuden kuvailu ja kunkin kirjoittajan tekemät päätökset siitä, mihin ominaisuuksiin hän lopulta tekstissään kiinnittää huomiota, osaltaan heijastaa tätä ympäröivän yhteiskunnan näkemyksiä asiasta. Voidaan olettaa, että kirjoittaja valitsee tekstiinsä sellaiset ilmiöt ja ominaisuudet, jotka kiinnittävät erityisesti hänen huomionsa. Huomion herättävä asia voi olla esimerkiksi jollain tapaa poikkeuksellinen siihen, mitä hän on tottunut ympäristössään näkemään. Samalla tapaa myös käytetyt sanavalinnat peilautuvat jollain tapaa siihen, mitä kirjoittajan oma ympäristö käyttää kuvailussaan. Ulkonäköön liittyvän kuvailun voidaan esimerkiksi pohjautuvan tässä kohtaa länsimaisiin, tai suomalaisiin, kauneusihanteisiin. Vaatetukseen liittyvät heitot puolestaan liittyvät siihen muotiin, joka kullakin kirjoitushetkellä

on ollut trendikkäimmillään. Kaikki pohjautuu niihin mielikuviin, joita sekä kirjoittajalla että myös tekstin lukijalla on.

Huomionarvoista on joka tapauksessa se, että osa yllä mainituista kirjoittajista on ylipäättään päättänyt ottaa artikkeleissaan huomioon kaikista mahdollisista K-popin visuaalisista elementeistä juuri artistien ulkonäön. Kirjoittajan perimmäisiä motiiveja on mahdotonta arvioida, mutta kaikkien aiemmin mainittujen valintoihin vaikuttavien tekijöiden varjolla havainto on mielenkiintoinen. Kertooko korealaisten idolien ulkonäön korostuminen länsimaisten kauneusihanteiden erilaisuudesta tai samankaltaisuudesta, vai ovatko kirjoittajan kohtaamat idolit olleet niin kauniita, että ne ovat jättäneet tähän lähtemättömän vaikutuksen. Toisaalta valinta kuitenkin kertoo siitä, miten ulkonäkökeskeinen ilmiö K-pop ja toisaalta koko Etelä-Korea yhteiskuntana on, mutta kirjoittaja on silti tehnyt päätöksen nostaa tämän esille.

4.2.2 Mitä tämä *K-pop-jengi* oikein on

Viimeinen osio analyysiluvussani on omistettu K-popin faneille, joihin myös monen artikkelin kerronta keskittyy. Kolme aineistoni tekstiä on kirjoitettu kokonaan K-pop-fanien järjestämistä ja faneille järjestetyistä tapahtumista, ja muissakin artikkeleissa on mainintoja muun muassa fanien reaktioista eri K-pop-maailmaan liittyviin uutisiin. K-pop-faneihin liittyvä kerronta voisi olla myös kokonaan oma tutkimusaiheensa, mutta koska fanit ovat K-popille erittäin oleellinen osa ja suorastaan voimavara, pyrin tässä alaluvussa esittelemään yleisimmät K-pop-faneihin liittyvät kerronnan piirteet.

Yleisesti K-pop-fanit esitellään teksteissä yhdenmukaisena ja yhtenäisenä ryhmänä tai yhteisönä. Artikkeleiden mukaan he ovat nuoria, ja myös aiemmin mainittu *värikkyy*s toistuu jälleen. Se, että K-pop-fanien toiminta on ollut myös usein uutiskynnyksen ylittävä asia, antaa mielikuvan, että K-pop-fanit olisivat yhteisönä aktiivisia toimijoita.

Moni spesifisti K-pop-faneihin liittyvä teksti on YleX:n julkaisemia, ja ehkä tästä syystä myös niiden kirjoituksen tyyli on usein vapaamuotoisempaa kuin yleisesti Ylen K-popista kertovissa jutuissa. Kirjoittajien sanavalinnat ovat niin sanotusti nuorekkaampia, seassa on slangisanoja ja usein kirjoittajat pyrkivät tekemään asemastaan lukijalle samastuttavan. Esimerkiksi kaikki kolme Samppa Raution vuonna 2016 kirjoittamaa artikkelia voisi luokitella olevan kirjoitettu viimeksi mainittuun tyyliin, ja tyylin lisäksi myös niiden asenne paljastuu jo juttujen otsikoista; *K-pop-bändin vierailu Suomessa aiheutti hypeä ja trendasi*

Twitterissä (Rautio 2016a), *YleX soitti K-poppia radiossa ja näin räjäytti Twitterin* (Rautio 2016b) ja *K-pop yhdistää ihmisiä* (Rautio, 2016c). Jutuissa itsessään puhutaan muun muassa *BTS-diggareista*, *Twitter-vyörystä* ja *-pöhinästä*, *K-pop jengistä* ja *fanikrääsästä* - ja useaan otteeseen otetaan esiin intohimoisten fanien nuori ikä.

Myös Anton Vanha-Majamaan artikkeli (2020) käsittelee pääasiassa K-pop-faneja ja fanien toimintaa, ja jälleen tekstin asenne käy hyvin selväksi sen otsikosta: *K-pop-fanit kertoivat sabotoineensa Donald Trumpin vaalitulaisuuden – Tätä on odotettu, koska netissä sekoilevilla nuorilla on valtaa*. Teksti nivottaa K-pop-fanit yhdeksi ja yhtenäiseksi, erityisesti sosiaalisessa mediassa aktiivisesti toimivaksi ryhmäksi, eikä siinä esimerkiksi oteta huomioon, mistä maista näihin niin sanottuihin sometempauksiin osallistuneet fanit pääasiassa ovat kotoisin. Tämänkin tekstin mukaan *faniarmeijat* ovat jälleen nuoria ihmisiä.

Kolmas vastaavanlainen esimerkki fanien yhdenmukaistamisesta yhdeksi toimijaksi on Panttilan (2013) artikkeli *Fanit vastarinnassa: Levy-yhtiö yritti rajoittaa K-popin katselua ulkomailla*. Juttu on julkaistu tällä kertaa Yle.fi-sivustolla, eli sen kieli ei ole yhtä latautunutta kuin aiemmissa esimerkeissä. Artikkelissa käytetään muun muassa ilmaisua *ilmaista voimakkaasti mielipiteensä*, kun siinä kerrotaan, että monet korealaisen musiikin fanit ilmaisivat tyytymättömyyttään levy-yhtiö Universalin toimintaan. Samassa artikkelissa Universal kuitenkin *päätyi fanien kohteeksi*, mikä antaa kuvan, että tämä multimirjoitus olisi jotenkin ollut tilanteen ja K-pop-fanien uhri. Vaikka artikkelin sävy onkin edellisiä neutraalimpi, on siinä silti nähtävillä jonkinlaista arvottamista faneja kohtaan.

Kuten aiemmassa artistien ulkonäön kuvailua koskevassa alaluvussa, ei tässäkään voida varmaksi tietää kirjoittajien asenteita tai motiiveja, mutta tehtyjen valintojen vaikutusta ja heijastusta ympäristöön voidaan yrittää analysoida. Tarkastelemieni artikkeleiden perusteella K-pop-fanit ovat enemmän tai vähemmän järjestäytyneet joukko nuoria, jotka toiminnallaan saattavat vaikuttaa myös ei-fanien tai ns. tavallisten ihmisten elinympäristöön ja toimintaan. Eniten K-pop-fanit vaikuttavat sosiaalisen median alustoilla, kuten Twitterissä (nykyinen X-sovellus) ja Tik Tokissa. Valinnat pohjautuvat epäilemättä siihen, millaisiin ilmiöihin tai faneihin kirjoittajat ovat tähän mennessä törmänneet. Ei voida myöskään olla täysin varmoja, ovatko kirjoittajat halunneet tietoisesti käyttää teksteissään merkityksellisesti latautuneita sanavalintoja, mutta monet niistä ovat sellaisia, mitä nimenomaan nuorten kiinnostuksenkohteista monesti käytettäisiin (esim. *fanikrääsä*). Arvollisesti latautuneiden ilmaisujen käyttö luo väistämättä vähättelevän kuvan.

5 Yhteenveto

Olen tarkastellut tutkielmassani Ylen sekä YleX:n tekemää uutisointia K-pop-ilmioistä diskurssianalyysin avulla. Olen käsitellyt erityisesti ilmiöitä, jotka toistuvat useissa teksteissä sekä ovat kokonaisuudessaan silmiinpistävimpiä. Tällaisia ilmiöitä ovat olleet K-popiin liitettävät metaforat sekä tietyt kuvailuun liittyvät kielelliset valinnat. Metaforista yleisimmät ovat teollisuuteen sekä veteen liittyvät sanastot, mikä on toisaalta hyvin yleistä populaarikulttuurin ilmiöistä kerrottaessa. K-pop-kerronnassa poikkeuksellista on kuitenkin käytetyn teollisuussanaston suuri määrä. Tällaiset valinnat antavat genrestä toisaalta hyvin epäinhimillisen kuvan, toisaalta taas korostavat sen taloudellista puolta. Vesimetaphorat puolestaan antavat ilmiölle ohimenevyyden tuntua, ikään kuin tämän trendin aalto väistyisi kohta seuraavan aallon tullessa.

Kielellisissä valinnoissa olen taas keskittynyt enemmän kirjoittajien artistien ulkonäköihin liittyneisiin valintoihin sekä siihen, miten jotkin artikkelit kuvaavat K-popin faneja. Ihmisiin keskittyneen visuaalisuuden korostaminen on valinta, joka Etelä-Korean ulkonäkökeskeistä kulttuuria ajatellen on toisaalta ilmeinen, mutta samaan aikaan siinä kiinnitetään huomiota sellaisiin yksilön ominaisuuksiin, joihin tämä ei aina pysty vaikuttamaan. Faneista tapahtuva kerronta puolestaan aiheuttaa tietynlaista profilointia, kun faneista puhutaan yhtenäisenä ryhmänä. Artikkeleiden perusteella tavallinen K-pop-fani on iältään nuori, poliittisesti aktiivinen vaikuttaja, joka käyttää aktiivisesti sosiaalista mediaa. Sanavalinnoissa silmiinpistävää olivat myös tietyt arvottavasti latautuneet sanat, joiden käyttö tässä yhteydessä luo hieman vähättelevästä kuvaa.

Vaikka aineisto on suhteellisen suppea ja tarkastelussa on ollut vain yhden mediatalon julkaisemia tekstejä, antavat ne kuitenkin jonkinlaisen kuvan siitä, mitä K-popista mahdollisesti ajatellaan yleisesti; vaikka yksittäisten kirjoittajien motiiveja kirjoittaessa tehtyjen valintojen taustalla on mahdotonta – sekä epätarkoituksenmukaista – arvailla, kertovat ne silti jotain siitä maailmasta, jossa kirjoittaja elää. Yhden suomalaisen kirjoittajan näkemyksiä K-popista ei voida suoraa rinnastaa tarkoittamaan kaikkien suomalaisten näkemyksiä, mutta ei voida kiistää, etteikö niillä olisi jotain vaikutuksia toisiinsa. Joku artikkeli lukeva voi pohjata kaiken tietämyksensä ja näkemyksensä siihen, samoin kuin kirjoittajakin vertaa kirjoituksessaan aiempia kokemuksiaan siihen mistä hän on kulloinkin kirjoittamassa. Kaikki nämä yhteydet voivat syntyä myös täysin tiedostamatta.

K-popista kertovat aineistot voivat mielestäni antaa vielä paljon mahdollisia tutkimusaiheita. Aineistoani käsittelevässä luvussa mainitsin esimerkiksi mahdollisuuden analysoida aiheeseen liittyviä haastatteluja. Toisaalta myös omaa tutkimustani voisi jatkaa esimerkiksi paneutumalla tarkemmin kuhunkin analyysiluvussa mainitsemaani osa-alueisiin, eli eteläkorealaiseen musiikkiteollisuuteen, tuotteeseen sekä faneihin. Erityisesti ilmiön faneihin ja heistä kertomiseen keskittyvälle tutkimukselle olisi varmasti aineistoa ja aihe olisi varmasti myös mielenkiintoista luettavaa. Kustakin osa-alueesta voisi tarkastella vielä tarkemmin myös sitä, miksi kirjoittajat ovat päättäneet mainita juuri artikkeleihinsa valitsemansa asiat tai kokeneet, miksi jotkin esiin otetut huomiot on koettu tarpeellisiksi. Nyt aineistoni kattoi myös vain yhden mediayhtiön kirjoituksia, eli samanlaista tutkimusta voisi tehdä jonkin toisenkin mediatalon kirjoituksista, ja kuten aineistoluvussanikin mainitsin, eri lähteiden kirjoituksia voisi myös vertailla keskenään. Toisaalta omasta aineistostani, tai ainakin joistain sen teksteistä, voisi tarkastella myös kirjoittajien omia asenteita, ja mitkä tekijät herättävät mielikuvan sellaisista. Aihe antaisi mahdollisuuksia myös kyselytutkimuksille, joissa tutkittaisiin, millaisia mielikuvia tekstit todella herättävät aiheeseen perehtymättömissä lukijoissa.

Lähteet

Aineslähteet

- Haavisto, Markku 2018: K-pop on nyt suosituimpaa kuin koskaan – mutta miten korealainen popmusiikki valloitti kansainväliset markkinat? – YleX [Online]. [viitattu 2.12.2020.] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/11/01/k-pop-on-nyt-suositumpaa-kuin-koskaan-mutta-miten-korealainen-popmusiikki>
- Harjumaa, Marika 2019a: Seksiskandaali ravisuttaa K-popia – salakuvauksesta on tullut arkipäivää Etelä-Koreassa – Yle.fi [Online]. [viitattu 20.2.2021] Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-10702110>
- Harjumaa, Marika 2019b: K-pop-hysteriaa Wembleyllä – BTS on ensimmäinen korealaisbändi, joka on esiintynyt legendaarisella stadionilla. – Yle.fi [Online]. [viitattu 3.12.2020] Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-10812114>
- Korhonen, Iida 2013: Ilmiö vasta aluillaan: Ensi vuonna K-pop-bändejä nähdään jo Suomessa? – YleX [Online]. [viitattu 20.2.2021.] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2013/02/16/ilmio-vasta-aluillaan-ensi-vuonna-k-pop-bandeja-nahdaan-jo-suomessa>.
- Korpela, Emilia 2021: Katsoitko Squid Gamen ja haluat kunnolla mukaan K-buumiin? Viisi vinkkiä, joiden avulla sukellat korealaiseen kulttuuriin. – Yle.fi [Online]. [viitattu 9.2.2023] Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-12170372>
- Mankkinen, Jussi 2010: K-pop rantautuu Suomeen. – Yle.fi [Online]. [viitattu 3.12.2020.] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-6158316>.
- Mankkinen, Jussi 2014: K-popin ykkösniimiin kuuluv Girls' Generation alkoi potkut tähtilaulajalleen. – Yle.fi [Online]. [viitattu 20.2.2021.] Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-7504713>
- Mankkinen, Jussi 2019: Fanit surevat korealaista poptähti Sullia – mielenterveysongelmat ovat maassa edelleen tabu. – Yle.fi [Online]. [viitattu 20.2.2021.] Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-11021788>
- Mankkinen, Jussi 2021: K-pop faneilla on jo valtaa heiluttaa pörssikursseja ja toimitusjohtajien jakkaroita – tulevaisuudessa tähdet voivat olla virtuaalisia: ”Avtar-idolihan ei tarvitse yöunia”. – Yle.fi [Online]. [viitattu 9.2.2023] Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-12013484>

- Mankkinen, Jussi 2022a: Japanilainen ja korealainen pop poikivat Suomessa tanssitapahtumia ja hardcore-clubeja, joista ei väriä ja vauhtia puutu. – Yle.fi [Online]. [viitattu 9.2.2023]. Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-12557765>
- Mankkinen, Jussi 2022b: Korealainen supertähti Sunmi esiintyi Helsingissä ja toi mukanaan K-popin millintarkan koneiston: medialle kuvauskielto, lavaspiikit prompterista. – Yle.fi [Online]. [viitattu 9.2.2023] Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-12598474>
- Matilainen, Emmi 2017: Kiinnostaako K-pop, mutta et tiedä mistä aloittaa? Ota haltuun BTS, Exo, Blackpink, Red Velvet ja muut. – YleX [Online]. [viitattu 20.2.2021] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/05/13/kiinnostaako-k-pop-mutta-et-tieda-mista-aloittaa-ota-haltuun-bts-exo-blackpink>
- Paldanius, Jarno 2014: Suomelle hopeaa K-popin suurkisoissa. – YleX [Online]. [viitattu 20.2.2021.] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/10/30/suomelle-hopeaa-k-popin-suurkisoissa>
- Panttila, Jussi-Pekka 2013: Fanit vastarinnassa: Levy-yhtiö yritti rajoittaa K-popin katselua ulkomailla. – YleX [Online]. [viitattu 20.2.2021.] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2013/03/25/fanit-vastarinnassa-levy-yhtio-yritti-rajoittaa-k-popin-katselua-ulkomailla>
- Puukka, Päivi 2019: K-popin supertähdet vetäytyvät tauolle – BTS ilmoitti jättävänsä keikkalavat toistaiseksi. – Yle.fi [Online]. [viitattu 3.12.2020.] Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-10919303>
- Rautio, Samppa 2016a: Korealainen K-pop-bändi Bangtan Boys lomailee Suomessa ja trendaa Twitterissä – mistä hypessä on kyse? – YleX [Online]. [viitattu 2.12.2020.] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/05/24/korealainen-k-pop-bandi-bangtan-boys-lomailee-suomessa-ja-trendaa-twitterissa>.
- Rautio, Samppa 2016b: YleX toteutti fanien toiveen ja soitti K-poppia radiossa – se räjäytti Twitterin. – YleX [Online]. [viitattu 2.12.2020.] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/05/25/ylex-toteutti-fanien-toiveen-ja-soitti-k-poppia-radiossa-se-rajaytti-twitterin>
- Rautio, Samppa 2016c: ”K-pop yhdistää ihmisiä” – korealainen poppi yleistyy ja on matkalla kohti valtavirtaa. – YleX [Online]. [viitattu 3.12.2020.] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/06/21/k-pop-yhdistaa-ihmisia-korealainen-poppi-yleistyy-ja-on-matkalla-kohti>.
- Saastamoinen, Anni 2012: Kyllästyttääkö Gangnam style? Tässä muita K-pop-bändejä. – YleX [Online]. [viitattu 20.2.2021.] Saatavissa:

<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2012/09/29/kyllastyttaako-gangnam-style-tassa-muita-k-pop-bandeja>.

- Tawast, Sofia 2014: Kawaii-metallia, k-poppia ja sensuuria – tällaisia ovat Aasian musatrendit. – YleX [Online]. [viitattu 20.2.2021.] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/09/09/kawaii-metallia-k-poppia-ja-sensuuria-tallaisia-ovat-aasian-musatrendit>.
- Vanha-Majamaa, Anton 2020: K-pop-fanit kertoivat sabotoineensa Donald Trumpin vaalitulaisuuden – Tätä on odotettu, koska netissä sekoilevilla nuorilla on valtaa. – YleX Kommentti [Online]. [viitattu 2.12.2020.] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2020/06/26/kommentti-k-pop-fanit-kertoivat-sabotoineensa-donald-trumpin-vaalitulaisuuden>
- Vedenpää, Ville 2012: K-popille haetaan lisää menestystä Psyn vanavedessä. – Yle.fi [Online]. [viitattu 20.2.2021.] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-6335448>.
- Von Bell, Marie 2016: Korealainen pop-tehdas – Yle.fi [Online]. [viitattu 2.12.2020] Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/12/21/korealainen-pop-tehdas>.

Muut lähteet

- BBC, 2020: BTS: Band gets first ever Grammy nomination for K-pop. [Viitattu 22.2.2021.] Saatavissa: <https://www.bbc.com/news/world-asia-55068627>
- Jokinen, Arja – Juhila, Kirsi – Suoninen, Eero 1993: Diskurssianalyysin aakkoset. Vastapaino, Tampere.
- Jokinen, Arja – Juhila, Kirsi – Suoninen, Eero 2016: Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö. Vastapaino, Tampere.
- Kotus = Kotimaisten kielten keskus, 2022: Kielitoimiston sanakirja [Online]. [viitattu 28.7.2023.] Saatavissa: <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi>
- Kwon, Eun Jee 2017: Korean Wave: Discourse Analysis on Korean Popular Culture in US and UK Digital Newspapers. MA Thesis Arts and Culture. Specialization in Creative Industries, Radboud University, Netherlands.
- Lehti, Lotta – Haapanen, Lauri – Kääntä, Liisa 2018: Diskurssintutkimus – monitieteinen ja monimenetelmäinen ala. AFinLA-e. Soveltavan kielen tutkimuksia 2018 / n:o 11.
- Mäkikalli, Aino – Steinby, Liisa (toim.) 2013: Johdatus kirjallisuusanalyysiin. Hansaprint Oy, Vantaa.
- Mäkilä, Minja 2021: K-pop – Unelma huomisesta. Like Kustannus, Helsinki.

- Pietikäinen, Sari – Mäntynen, Anne 2009: Kurssi kohti diskurssia. Vastapaino, Tampere.
- Saussure, Ferdinand de 2014: Yleisen kielitieteen kurssi. Suomentaja Tommi Nuopponen, esipuhe Carita Kilpi. Vastapaino, Tampere (alkuperäisteos julkaistu 1916).
- Tuomikoski, Emilia 2020: Faniuden rakentuminen Instagramissa. Tarkastelussa K-pop-fanien kielelliset valinnat. Pro gradu -tutkielma. Viestinnän monialainen maisteriohjelma, Markkinoinnin ja viestinnän yksikkö, Vaasan yliopisto.
- Valtonen, Sanna 1998: Hyvä, paha media – Diskurssianalyysi kriittisen mediatutkimuksen menetelmänä. Teoksessa Media-analyysi – Tekstistä tulkintaan. Toim. Kantola, Anu – Moring, Inka – Väliaverronen, Esa. Tammer-Paino Oy, Tampere.