

Identiteetti, fanius ja nettiyhteisöt

Oasiksen musiikki osana fanien arkea

Otto Ståhlberg

Kandidaatintutkielma

Median, musiikin ja taiteen tutkimuksen tutkinto-ohjelma

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Musiikkitiede

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Toukokuu, 2026

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu

Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä

Kandidaatintutkielma

Tutkinto-ohjelman nimi, oppiaine: Median musiikin ja taiteen tutkimuksen tutkinto-ohjelma, musiikkitiede

Tekijä: Otto Ståhlberg

Tutkielman otsikko: Identiteetti, fanius ja nettiyhteisöt: Oasiksen musiikki osana fanien arkea

Sivumäärät: 30

Tämä kandidaatintutkielma käsittelee faniuden vaikutusta identiteettiin sekä sosiaalisen median vaikutusta fanikokemukseen. Tarkemmin tämä tutkielma käsittelee, miten Oasis-yhtyeen musiikki ja Oasis-fanius, sosiaalisen median keskustelupalstat ja Oasiksen reunion-kiertue vaikuttavat yhtyeen fanien identiteettiin ja fanikokemukseen. Tämän tutkielman tutkimusmenetelmänä toimii Oasis-faneille suunnattu verkkokysely ja kyseisestä verkkokyselystä kootun analyysiaineiston analysointi käyttämällä populaarimusiikin - ja fanitutkimuksen viitekehyksiä yhdistettynä laadullisen sisällönanalyysin menetelmään. Tutkielman johtopäätökset havainnollistavat, kuinka verkkokyselyyn vastanneista Oasis-yhtyeen faneista huomattava osa kokee faniuden toimivan keskeisessä roolissa omaa identiteettiä ja toimijuutta. Lisäksi tämä tutkielma tuo esille, kuinka sosiaalisen median keskustelupalstat ja Oasiksen reunion-kiertue toimivat osana faniuden harjoittamista vaikuttaen esimerkiksi sosiaalisiin suhteisiin ja henkilökohtaisen faniuden voimistumiseen.

Avainsanat: Oasis, populaarimusiikki, fanius, identiteetti

Sisällysluettelo

1. Johdanto	4
1.1. Keskeiset käsitteet	6
1.2. Tutkimuskysymykset	7
1.3. Tutkimusaineisto	8
1.4. Tutkijapositio	9
2. Tutkimuksen tausta	10
2.1. Aiheen aiempi tutkimus	10
2.2. Teoreettinen viitekehys	12
2.3. Tutkimusmenetelmä	13
3. Oasiksen musiikki osana fanien identiteettiä	16
3.1. Oasiksen musiikin vaikutus arkeen	16
3.2. Pukeutuminen	18
4. Sosiaalinen media ja fanius	20
4.1. Sosiaalisen median vaikutus fanikokemukseen	20
4.2. Oasis 'Live 25 -kiertue	22
5. Yhteenveto	25
5.1. Johtopäätökset	25
5.2. Rajoitteet ja jatkotutkimus	26
Lähteet	27
Liitteet:	30
Liite 1. Verkkokyselyn kysymykset	30

1. Johdanto



Kuva 1: Kuvakaappaus Daniel Broadleyn *Postcards From Toronto and Chicago* Instagram -postauksesta, 28.8.2025.

And so Sally can wait / She knows it's too late as we're walking on by / My soul slides away / "But don't look back in anger" I heard you say (Oasis 1995)

Vuosi on 2025, Oasis on kiertueella, ja edellä mainitut sanat kaikuvat loppuun myydyllä Soldier Field-stadionilla Chicagossa, Yhdysvalloissa. Yleisössä barrikadeja vasten nojaava fani laulaa itkien *Don't Look Back In Anger* (1995) -kappaletta sanasta sanaan yhtyeen ja koko stadionin kanssa. Viereiset kanssakatsojat tukevat kappaaleesta herkistynyttä fania halaamalla ja laulamalla hänen kanssaan. Stadionilla vallitseva tunnelma on käsinkosketeltava. Nostalgi-aa ja euforiaa leijuu ilmassa. Yhtyeen fanit kuvaavat konsertin tunnelmaa sanalla *biblical* (suom. raamatullinen) (Ståhlberg 2026). Stadionin sumuvalojen alla kohtaavat nuoremmat sekä 1990-lukua eläneet, hieman vanhemmat fanit. Kaikki jakavat saman intohimon ja toimivat osana suurempaa yhteisöä, iästä ja sukupuolesta riippumatta. Tämä ei ole pelkästään populaarimusiikkia, vaan jotain suurempaa.

Oasis on 1990-luvulla suuren suosioon noussut brittiläinen rock-yhtye, jonka keulahahmoina toimivat veljekset Noel Gallagher (s. 1967) ja Liam Gallagher (s. 1972). Vuonna 2024 yhtyeen virallinen Instagram-tili ilmoitti veljesten palaavan konserttilavoille noin 16 vuoden mittaisen tauon jälkeen uuden *Oasis Live '25 Tour* -kiertueen kera. Ilmoitus uudesta kiertueesta herätti paljon huomiota Oasiksen virallisilla somekanavoilla sekä fanien ylläpitämässä internet-yhteisöissä, kerryttäen yhteensä miljoonia tykkäyksiä ja kymmeniätuhansia kommentteja. Kyseinen ilmoitus reunion-kiertueesta eli paluusta konserttilavoille oli tärkeä tapahtuma faneille, sillä kiertue merkitsee Gallagherin veljesten välisen suhteen eheytymistä yli 15 vuoden mittaisen riitojen ja erimielisyyksien säestämän haaksirikon jälkeen. Yhtyeen reunion-kiertue kesti kokonaisuudessaan 36 keikkaa ja kahdeksan kuukautta (2025), tuottaen noin 400 miljoonan dollarin edestä tuloja (Pollstar 2025, n/a). Yhtyeenä Oasis tunnetaan britpop- eli 1990-luvun maailmanlaajuisen brittiläisen populaarimusiikin ilmiön (Bennet & Stratton 2010, 1) keulahahmoina. Yhtye on tullut tunnetuksi myös heidän populaarimusiikin historiaan kanonisoituneista kappaleistaan, joista tunnetuimpia ovat esimerkiksi *Wonderwall* (1995), *Champagne Supernova* (1995) ja *Live Forever* (1994).

Tutkielmani tavoitteena on saada kyselyn avulla tietoa siitä, millaisella tavalla Oasiksen musiikki ilmenee osana fanien omaa identiteettiä, sekä tuoda esille uudenlaista tietoa siitä, miten populaarimusiikkiin vahvasti sidonnainen fanius ilmenee verkossa, fanien itse luomissa nettiyhteisöissä ja keskustelupalstoilla. Aloitan kandidaatintutkielmani esittelemällä ja määrittelemällä sille keskeiset identiteetin, faniuden ja populaarimusiikin käsitteet. Tämän jälkeen esittelen tutkielman tutkimuskysymyksen ja tutkittavan aineiston. Sitten teen katsauksen aikaisempaan faniuteen ja populaarimusiikkiin liittyvään tutkimuskirjallisuuteen. Tämän jälkeen käsittelen tutkimukseen liittyvää teoreettista viitekehystä ja tutkimusmenetelmiä, joiden avulla analysoin tutkimusaineistoa. Taustoituksen jälkeen analysoin ja käsittelen tutkielmani tutkimusaineistoa analyysiluvuissa ”3 Oasiksen musiikki osana identiteettiä” ja ”4 Fanius ja sosiaalinen media”. Tutkielmani tutkimusaineistona toimii Oasis-fanien vastaukset verkkokyselyyn, jonka olen suorittanut yhtyeen fanien ylläpitämällä r/oasis -Reddit keskustelupalstalla. Verkkokysely sai yhteensä 110 vastausta.

1.1. Keskeiset käsitteet

Tutkielmani keskeisiä käsitteitä ovat: populaarimusiikki, identiteetti, fani ja fanius.

Populaarimusiikki on käsite, jolle ei löydy täysin tyhjentävää määritystä, sillä sen voi määrittää erilaisin tavoin riippuen asiayhteydestä, jossa populaarimusiikkia käsitellään. Kuitenkin yleisesti populaarimusiikki ymmärretään terminä, joka kuvastaa laajasti tyylillisesti suosittua musiikkia, pitäen sisällään massatuotannon ja kaupallisuuden asenteet ja ideat, teknologisen kehityksen sekä musiikin yhteisöllisen ulottuvuuden (Aho & Kärjä, 2007: 11-14). Tässä tutkielmassa käsittelen populaarimusiikkia musiikkina, joka on laaja-alaisesti suosittua, kaupallisesti menestynyttä ja yhteisöllisesti keskeistä, pitäen näin sisällään kulttuurillista painoarvoa. Tämä tarkoittaa sitä, että yhtyeen ja musiikin tunnettavuuden ja kaupallisen menestymisen lisäksi populaarimusiikki on musiikkia, joka luo ympärilleen faneista koostuvia yhteisöjä (faniyhteisöt), joiden keskeinen toiminnallisuus on suoraan kytkeytynyt artistiin/yhtyeeseen ja näiden musiikkiin.

Identiteetti on myös käsitteenä erittäin laaja ja moniulotteinen, jolloin sille on vaikea antaa täysin tyhjentävää määritelmää. Kuitenkin on mahdollista tarkastella identiteettiä rakentavia osa-alueita, joita ovat esimerkiksi kulttuurillisen, sosiaalisen ja symbolisen pääoman kerryttäminen, jotka vaikuttavat yksilön olemukseen, muokaten käsitystä omasta identiteetistä (Seregina & Schouten 2017: 107). Musiikilla on myös merkittävä osa identiteetin rakentumisessa, toimien samanaikaisesti minäkuvan ja kollektiivisen identiteetin perustana (Hesmondhalgh 2013: 2). Täten musiikkiin, ja varsinkin populaarimusiikkiin, liitettävä fanius ja identiteetti ovat käsitteitä, jotka kulkevat käsi kädessä, sillä fanius vaikuttaa edellä mainitun identiteettiä rakentavan sosiaalisen ja kulttuurillisen pääoman kerryttämiseen ja kertymiseen. Tällöin fani toimiminen ilmenee identiteetissä esimerkiksi yhteisöön kuulumisena sekä faniuteen liittyvänä toiminnallisuutena (Nikunen 2005: 50-51). Termiä fani käytetään kuvaamaan henkilöä, jolla on syvempi ja affektiivisesti aktiivinen side (Jenkins 2018: 16) johonkin tiettyyn asiaan, paikkaan, tapahtumaan, ryhmään tai toimintaan. Tässä yhteydessä termi affektiivinen side tarkoittaa fanin tunnepitoista kiintymyksen kohdistumista faniuden kohteeseen.

Fanius (engl. fandom) tarkoittaa aktiivista ja laajempaa yhteisöllistä toimintaa, jossa fanit jakavat yhteisen kulttuurin ja omaavat faniyhteisön sisällä muodostuneen yhteisen identiteetin muiden fanien kanssa (Jenkins 2018: 16). Fanius on ymmärrettävissä myös laaja-alaisena alakulttuurina, jossa alakulttuuriin osallistujat (eli fanit) ovat vuorovaikutuksessa erilaisten fanituksen kohteena olevien media tekstien kanssa sekä jakavat kyseiselle alakulttuurille muodostuneita perinteitä ja toimintatapoja (Jenkins 2018: 16). Esimerkiksi Oasiksen fanien kohdalla fanius voi ilmetä pukeutumalla tietynlaisiin vaatteisiin (lierihatut ja parka -takit), suosimalla tiettyjä vaatemerkkejä (Adidas) sekä ilmaisemalla yhtyeen musiikin ja keulakuvien innoittamaa itsevarmuutta (Ståhlberg 2026). Fanius on siis muiden fanien kanssa tehtyä yhteistä toimintaa ja yhteisön itse luomien toimintatapojen ja sääntöjen noudattamista. Fanius käsitetään myös toimintana, jolla viitataan intensiiviseen ihannointiin, jota esiintyy populaarikulttuurissa (Nikunen 2005: 18).

1.2. Tutkimuskysymykset

Analysoin kandidaatintutkielmassani populaarimusiikin fanitus-ilmiötä, tutkimalla *Oasis* yhtyeen faneja verkkokyselyn avulla. Tarkemmin tutkin millaisella tavalla yhtyeen musiikki toimii osana Oasiksen fanien identiteettiä, sekä miten sosiaalinen media ja yhtyeen reunionkiertue vaikuttavat yhtyeen faneihin ja heidän fanikokemukseensa. Rajaan tutkimukseni ajallisesti tutkimalla vuonna 2026 annettuja kyselyn vastauksia.

Tutkielmani pääkysymys on:

Miten Oasis yhtyeen fanittaminen muovaa fanien identiteettiä?

Tutkielmani alakysymyksiä ovat ”Millaisilla tavoilla yhtyeen reunion -kiertue vaikuttaa fanikokemukseen?” ja ”Miten pääasiallisesti sosiaalisen median keskustelupalstoilla tapahtuva fanitus vaikuttaa fanikokemukseen?”.

Tutkin kyseistä aihetta, koska Oasis-yhtyeen musiikin vaikutusta yhtyeen fanien identiteettiin, sekä yhtyeen faniyhteisöissä esiintyvää identiteetin ilmenemistä ei ole vielä tutkittu. Fanitukseen liittyvä identiteetti on lähes jokaista musiikin kuuntelijaa joko tietoisesti tai tiedottomasti koskeva asia, jolloin sen tutkiminen on tärkeää ja ajankohtaista. Tarkastelen aihetta myös siksi, että haluan tuoda musiikkitieteen kentälle lisää suomen kielellä kirjoitettua tutkimusta, joka keskittyy nykyaikaiseen populaarimusiikkiin.

1.3. Tutkimusaineisto

Tutkielmani analyysiaineisto muodostuu Oasis -yhtyeen faneille suunnatun verkkokyselyn vastauksista. Kysely on tehty Google Forms -alustalla ja sitten jaettu reddit.com -nimisellä sosiaalisen median *r/oasis* - subreddit -keskustelupalstalle. Faneille suunnattu verkkokysely oli avoinna yhteensä juuri alle kaksi kuukautta päivästä 13.3.2026 päivään 12.5.2026 asti. Reddit on vuonna 2005 perustettu yhdysvaltalainen sosiaalisen median alusta, jossa kaikki käyttäjät ovat lähtökohtaisesti anonyymejä. Redditissä käyttäjät voivat perustaa erilaisia keskustelupalstoja eli subredditejä, jotka keskittyvät tiettyihin aihealueisiin ja mielenkiinnon kohteisiin. Subredditissä käyttäjät päättävät itse keskenään subreddit:n säännöistä ja moderaattoreista. Subreddit *r/oasis* on yksi Reddit:n keskustelupalstoista, jonka sisällä käyty diskurssi keskittyy pääasiallisesti ainoastaan Oasikseen ja yhtyeen musiikkiin. Kirjoitushetkellä kyseinen keskustelupalsta pitää sisällään yli 190 000 jäsentä.

Kyselyni koostuu seitsemästä kysymyksestä, jotka käsittelevät sitä, miten Oasis-fanius vaikuttaa fanien identiteettiin esimerkiksi pukeutumisen, rutiinien ja sosiaalisten suhteiden kautta (Liite 1). Kyselyn kysymykset käsittelevät myös yhtyeen reunion-kiertueen vaikutusta fanikokemukseen ja sitä miten sosiaalinen media on vaikuttanut pitkäaikaisten fanien fanikokemukseen vuosien varrella (Liite 1). Huomionarvoista on se, että kysely on suoritettu englannin kielellä kansainvälisellä keskustelupalstalla, joka pitää sisällään yli 190 000 jäsentä, jolloin kyselyn vastaukset eivät keskity tiettyyn maantieteelliseen alueeseen tai ihmisryhmään. Faneille suunnattu kysely sai yhteensä 110 vastausta. Kaikki kyselyn vastaajat ovat anonyymejä.

Vastausten anonymiteetti antaa faneille mahdollisuuden puhua omasta kokemuksestaan avoimesti, iästä ja sukupuolesta riippumatta. Internetin välityksellä suoritettu kysely mahdollistaa myös kansainvälisten fanien osallistumisen kyselyyn, jolloin kyselyn vastaukset heijastavat laajemmin Oasiksen suurta kansainvälistä fanikuntaa. Myös, koska vastaajat ovat täysin anonyymejä, ei ole taattua, että kaikki vastaajat olisivat Oasis-faneja, minkä takia kyselystä saatu informaatio voi olla virheellistä, vaikka kyseessä oleva tutkittava ilmiö on mielipiteisiin pohjautuvaa. Myös internetin tarjoama vapaapääsy fanien nettiyhteisöihin, kuten esimerkiksi r/oasis-keskustelupalstalle, luo omat haasteensa. Esimerkiksi kaikkien kyselyn vastausten todenmukaisuuden tarkistuttaminen on mahdotonta, mutta vastausten suuri lukumäärä antaa tarpeeksi paljon analysoitavaa dataa, jolloin mahdollisesti kärjistyneet mielipiteet ja suuresti yhteisestä diskurssista poikkeavat vastaukset erottuvat muiden vastausten joukosta. Aineiston laajuus tuo myös omia rajoitteita. Tämä johtuu siitä, että kandidaatintutkielma saa olla tietyn mittainen, jolloin jokaisen vastauksen ja huomion analysoiminen ei ole mahdollista. Ratkaisin tämän ongelman analysoimalla ja tarkastelemalla tutkimusaineistosta vastauksia ja huomioita, jotka auttavat vastaamaan tutkielman kappaleessa ”1.2 Tutkimuskysymys” esitettyihin tutkimuskysymyksiin.

1.4. Tutkijapositio

Tutkielman läpinäkyvyyden kannalta on tärkeää määritellä tutkijapositio, eli minun asemoituminen tutkimusaiheeseen tutkijana. Tämä on tärkeää, jotta tutkielma on mahdollisimman läpinäkyvä. Tutkijana olen Oasis-fani ja populaarimusiikin suuri ystävä. En siis ole ulkopuolinen tarkkailija, vaan tutkimuskohteen diskurssin kanssa vuorovaikuttava toimija. Esimerkiksi tutkielmani aihe valikoitui nähtyäni liikuttuneen Oasis-fanin, Daniel Broadleyn Instagram postauksessa (Kuva 1). Pyrin analysoimaan tutkimusaineistoa mahdollisimman objektiivisesta näkökulmasta nostamalla esille yleisiä huomioita.

2. Tutkimuksen tausta

Populaarimusiikkiin liittyvää fanitusta ja fandomia on tutkittu aikaisemmin useista näkökulmista. Aikaisempi tutkimus kohdistuu muun muassa fanituksen kulttuurillisen toiminnan havainnollistamiseen (Aho & Kärjä 2007: 228-237), fanien järjestämään toimintaan (Aho & Kärjä 2007: 232) sekä kuuntelijoiden kansallisuuteen, sukupuoleen ja muihin identiteetin osatekijöihin (Aho & Kärjä 200: 278-285). Viimeisimpien vuosien aikana K-poppiin eli korealaiseen populaarimusiikkiin liittyvä maailmanlaajuinen fanitus-ilmio on noussut erityisen suosituksi fanitutkimuksen aihealueeksi. Turun yliopistossa on myös viime vuosina julkaistu useampi faniuteen ja fandomiin liittyvä kandidaatintutkielma. Nämä tutkielmat tarkastelevat esimerkiksi identiteetin rakentumista sosiaalisen median faniyhteisöissä ja faniuden performatiivisuutta sosiaalisessa mediassa. Tutkimusaiheeni kohdalla aikaisempaa tutkimusta on tehty myös liittyen reunion-ilmion analysointiin tarkastelemalla aspekteja, jotka tekevät reunionkiertueista merkityksellisiä ja onnistuneita (Emmet 2025: n/a).

2.1. Aiheen aiempi tutkimus

Tutkielmani kannalta keskeisimmät aiemmat tutkimukset, artikkelit ja menetelmäoppaat ovat Marko Ahon ja Antti-Ville Kärjän toimittama artikkelikokoelma *Populaarimusiikin tutkimus* (2007), Tia DeNoran teos *Music in Everyday Life* (2000), Paul Boothin toimittama artikkelikokoelma *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (2018), Andy Bennettin ja Jon Strattonin toimittama artikkelikokoelma *Britpop and the English Music Tradition* (2010) sekä Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven kirjoittama menetelmäopas *Laadullinen tutkimus ja sisälönanalyysi* (2018). Esittelen tässä alaluvussa yksityiskohtaisemmin edeltä mainitut lähteet ja perustelen, miksi ne ovat keskeisiä tutkielmalleni.

Käytän tutkielmassani Ahon ja Kärjän *Populaarimusiikin tutkimus* (2007) -artikkelikokoelmaa, koska kyseinen teos tarjoaa populaarimusiikin tutkimukselle keskeisiä määritelmiä, teorioita ja tutkimusesimerkkejä, joiden avulla käsittelen tutkielmani analyysiaineistoa. Tutkielmalleni keskeisimmät, Ahon ja Kärjän toimittamat, artikkelit ovat Pekka Suutarin ”Musiikki arjen vuorovaikutuksessa” (s. 93-120), Janne Mäkelän ”Erityissuhteita: populaarimusiikin

fanit ja fanius” (s. 214-241) sekä Taru Leppäsen ”Populaarimusiikin yleisöjen identiteettejä kartoittamassa” (s. 268-290). Viittaan tutkielmani analyysiluvuissa kyseisiin artikkeleihin.

Tia DeNoran teos *Music in Everyday Life* (2000) on kokoelma etnografisia tutkimuksia, jotka käsittelevät musiikin vaikutusta yksilön toimijuuteen ja musiikin tapaan vaikuttaa sosiaalisiin rakenteisiin. Kirjassaan DeNora analysoi ja käyttää esimerkkinä arkielämän tapahtumia, joissa musiikki toimii keskeisessä roolissa. Näitä kirjassa käsiteltäviä tapahtumia ovat aerobic-tunnit, karaokeillat, musiikkiterapia ja vähittäiskaupan alalla käytetty taustamusiikki. Teoksen etnografiset tutkimukset käyttävät musiikkitieteelle keskeisiä metodeja kuten laadullinen sisällönanalyysi ja haastattelut selvittäessään musiikin vaikutusta yksilön toimijuuteen. Käytän tutkielmassani DeNoran teosta yhtenä keskeisimpänä lähteenä, koska kirjassa esitetyt teoriat ja esimerkit musiikin ja äänen vaikutuksesta toimijuuteen ja sosiaaliseen järjestykseen (DeNora 2000: 151) ovat heijastettavissa ja sovellettavissa tutkielmani tutkimusaineistoon ja -kohteeseen, eli *Oasis* -yhtyeen faneihin. Käytän tutkielmassani DeNoran teosta keskeisenä lähteenä myös sen takia, että tutkielmani aihe käsittelee musiikin vaikutusta identiteettiin, jota DeNoran teos käsittelee myös.

Paul Boothin toimittama teos *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (2018) on artikkelikokoelma, joka keskittyy faniuden tutkimiseen ja ilmentymiseen mediassa. Kokoelma sisältää artikkeleita useilta sosiologian, kielitieteiden, viestinnän, kulttuurin ja mediatutkimuksen tutkijoilta. Boothin teos toimii faniuden tutkimisen artikkelikokoelmana, johon on kerätty nykyaikaiselle fanitutkimukselle oleellisia ja keskeisiä käsitteitä, teorioita, metodologioita ja tapausesimerkkejä (Booth 2018: 1). Teos käsittelee myös faniuden toimijuutta erilaisissa sosiaalisissa konteksteissa ja yhteisöissä. Boothin toimittama artikkelikokoelma on kokonaisuudessa keskeinen lähde tutkielmalleni, koska tutkielmani keskittyy tutkimaan faneja ja faniutta sosiaalisen median kentällä. Viittaan ja tukeudun kyseisen teoksen artikkeleihin tutkielmani analyysiluvuissa. Tarkemmin sanottuna hyödynnän teoksen sisältöä analysoidessani *Oasis*-yhtyeen fanien antamia kyselyn vastauksia.

Andy Bennettin ja Jon Strattonin toimittama teos *Britpop and the English Music Tradition* (2010) on artikkelikokoelma, joka käsittelee ja analysoi britpop-ilmiötä. Termillä *britpop* tar-

koitetaan 1990-luvun puolivälin ilmiötä, jonka aikana monet brittiläiset yhtyeet nousivat kansainväliseen suosioon, uudistaen 1960-luvun brittiläisen populaarimusiikin henkeä (Bennett & Stratton 2010: 1). Bennetin ja Strattonin teos käsittelee myös britpopin eli isobritannialaisen populaarimusiikin historiaa, suurimpien britpop -kappaleiden soivaa ainesta, kulttuurillista merkitystä ja britpopin vaikutusta britpop-aikakauden jälkeiseen musiikkiin. Bennetin ja Strattonin toimittama teos käsittelee britpopia sen musiikillisessa että kulttuurillisessa kontekstissa, selittäen, miten kyseisen musiikkityylin vaikutukset ovat nähtävissä esimerkiksi faneissa. Kyseinen artikkelikokoelma käyttää Oasis -yhtyettä yhtenä keskeisenä esimerkkinä.

Hyödynnän tutkielmassani *Britpop and the English Music Tradition* (2010) teoksen ”Britpop” (s. 89-159) nimistä osiota, joka keskittyy britpop-musiikin juuriin, englantilaisuuteen, soundiin ja britpopin kytköstä 1990-luvun *Lad-kulttuuriin* (suom. äijäkulttuuri). Lad-kulttuuri (engl. *Laddism*) on termi, jota käytetään yleisemmin kuvaamaan ryhmämentaliteettia, joka ilmenee esimerkiksi urheilussa, alkoholinkäytössä ja seksistisessä ”vitsailussa” korostaen mies-sukupuoleen liitettyjä maskuliinisia trooppeja (Phillips 2018: 42). Bennetin ja Strattonin toimittama teos on keskeinen tutkielmalleni, koska se käsittelee Oasiksen musiikkia ja kulttuurillista merkitystä englantilaisen musiikin ja britpopin kontekstissa. Englantilaisuus on keskeistä britpop -musiikille, jolloin britpopille tyypilliset Iso-Britanniasta lähtöisin olevat sosiaaliset struktuurit, ideologiat, käytännöt ja soivan aineksen tematiikka ovat läsnä britpop-liikettä edustavien yhtyeiden (kuten myös Oasiksen) musiikissa (Bennett & Stratton 2010: 145).

2.2. Teoreettinen viitekehys

Käytän tutkimuksessani kahta musiikkitieteelle keskeistä teoreettista viitekehystä. Nämä ovat fani- ja populaarimusiikin tutkimus, joiden viitekehyksiin tutkimukseni pääsääntöisesti sijoittuu. Populaarimusiikin tutkimuksen teorialaueet keskittyvät musiikin soivan aineksen erittelyyn, musiikin tuottamien affektien analysointiin, musiikkiteollisuuden ja musiikkiteknologian tarkasteluun sekä populaarimusiikin sosiaalisen ja yhteisöllisen ulottuvuuden tutkimiseen. Toisin sanoen populaarimusiikin tutkimuksen teoria pitää sisällään hyvin laajan kirjon eri näkökulmia ja tutkimuskohteita (Aho & Kärjä 2007: 8). Tämän tutkielman kohdalla analysoin tutki-

musaineistoa käyttämällä populaarimusiikin tutkimuksen yhteisöllistä osa-aluetta, joka tarkastelee musiikin muodostamaa sosiaalista ulottuvuutta sekä musiikin tapaa jäsenellä ja luoda sosiaalista järjestystä (DeNora 2000: 151).

Fanitutkimus (engl. *fan studies*) voidaan luokitella osaksi populaarimusiikin tutkimuksen teorioiden kaanonia, mutta se keskittyy fanien, fanituksen ja fandom-ilmion tutkimiseen, analysointiin ja jäsentelyyn. Fanitutkimuksen viitekehys pitää sisällään esimerkiksi sukupuolen, esiintymisen ja kulttuurin tutkimuksen aiheita (Booth 2018: 1–3). Tämä teoreettinen viitekehys on tutkielmalleni keskeinen, sillä tutkimuskohteeni on Oasis-yhtyeen fanit, jolloin tutkimusaineisto pitää sisällään fanitutkimukselle keskeisiä havaintoja ja huomiota.

Nämä teoreettiset viitekehykset antavat yhdessä valmiuden analysoida ja jäsenellä Oasis -fanien vastauksia, tuoden esille havaintoja, jotka vastaavat tämän tutkielman tutkimuskysymyksiin.

2.3. Tutkimusmenetelmä

Tutkielmani tutkimusaineistona toimii aikaisemmin mainittu verkkokysely. Kyselyn vastaukset ovat, kahta ensimmäistä monivalintakysymystä lukematta, vapaamuotoisia vaihdellen vähäsanaisista kyllä/ei -vastauksista, pidempiin yksityiskohtaisiin kertomuksiin. Tästä johtuen analysoin kyselyn vastauksia hyödyntämällä laadullisen sisällönanalyysin menetelmää.

Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven kirjoittama teos *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (2018) on menetelmäopas, jonka tarkoitus on toimia ”metodologisena oppaana laadullisen tutkimuksen tekijälle ja lukijalle sekä sisällönanalyysin osalta myös metodisena ohjekirjana.” (Tuomi & Sarajärvi 2008: n/a). Tuomen ja Sarajärven teos syventyy yksityiskohtaisesti laadullisen tutkimuksen metodologiaan, metodologian käyttötarkoituksiin ja historiaan antaen esimerkkejä erilaisista tavoista toteuttaa laadullista tutkimusta. Teoksessa painotetaan myös laadulliselle tutkimukselle keskeistä sisällönanalyysin metodologiaa, joka toimii laadullisen tutkimuksen perusanalyysimenetelmänä (Tuomi & Sarajärvi 2008: n/a). Tuomen ja Sarajärven menetelmäopas on keskeinen lähde tutkielmalleni, koska pääasiallinen tutkimusmetodini on

laadullinen sisällönanalyysi, jolloin kyseinen teos tarjoaa huomioita, ohjeita ja tutkielmani aineiston analysoinnille keskeisiä työkaluja. Hyödynnän tutkielmassani Tuomen ja Sarajärven teoksesta pääasiallisesti lukuja ”Aineiston hankinta ja määrä laadullisessa tutkimuksessa” ja ”Laadullisen aineiston analyysi: sisällönanalyysi”. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että laadullisen sisällönanalyysin avulla tuon esille aineistossa esiintyviä teemoja jonka jälkeen analysoin havaintoja populaarimusiikin -ja fanitutkimuksen näkökulmasta.

Sisällönanalyysi on usein joko deduktiivista eli teorialähtöistä, induktiivista eli aineistolähtöistä, tai abduktiivista eli teoriasidonnaista (Tuomi & Sarajärvi 2008: n/a). Kyselyn kohdalla analysoin omaa kyselyaineistoani induktiivisesta näkökulmasta, sillä aineisto koostuu yksilöiden näkemyksistä ja kokemuksista, joita tulkitsem populaarimusiikin- ja fanitutkimuksen käsitteiden ja viitekehysten avulla ja rajoissa. Käytän kyselyn analysoinnissa sisällönanalyysia myös siksi, että laadullinen sisällönanalyysi on metodi, joka soveltuu dokumenttien systemaattiseen ja objektiiviseen tarkasteluun (Tuomi & Sarajärvi 2008, n/a). Tällöin laadullinen sisällönanalyysi perustuu tutkijan, tässä tapauksessa minun, suorittamalle koodaukselle, joka on aineiston sisältämien elementtien tunnistamista ja nimeämistä (Vuori 2021, n/a).

Kysely on tiedonkeruumenetelmä, jossa ”tietyn kriteerein valitulta ihmisjoukolta kysytään vastauksia samoihin kysymyksiin” (Jyväskylän yliopisto 2026: n/a). Analyysiaineistoni kohdalla olen suorittanut strukturoidun verkkokyselyn eli internetin välityksellä suoritettua kyselyä, joka on suunnattu Oasis-yhtyeen faneille. Strukturoitu verkkokysely tarkoittaa internetissä suoritettua kyselyä, jossa kaikilta vastaajilta on kysytty samat kysymykset (Liite 1) vastauslomakkeen muodossa. Verkkokyselyn vahvuus on internetin tarjoama tavoitettavuus, jolloin laajan otannan saaminen on mahdollista. Laaja otanta eli usean Oasis-fanin vastaukset muodostavat analyysiaineiston, jonka voidaan olettaa keskimäärin kuvastavan Oasiksen musiikin vaikutusta yhtyeen fanien identiteettiin. Verkkokyselyn haasteena on se, että kyseinen kyselymalli suosii ihmisjoukkoja, jotka käyttävät internetiä enemmän (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto 2021: n/a) kuin muut samaan kohdejoukkoon kuuluvat potentiaaliset vastaajat.

Olen käynyt kyselyn vastaukset läpi kvantitatiivisesti (määrällisesti) ja kvalitatiivisesti (laadullisesti). Tämä tarkoittaa sitä, että nostan tutkielman analyysiluvuissa usein esiintyviä yhteisiä huomioita ja mainintoja, analysoiden niitä käyttäen aikaisemmin mainittua fani-, populaarimusiikin tutkimuksen ja laadullisen sisällönanalyysin menetelmiä. Vastausten lukumäärä verkkokyselyn jokaiseen kysymykseen on 110, jolloin huomattava määrä on esimerkiksi 20 samankaltaista aiheellista mainintaa per kysymys. Tuon analyysikappaleissa esille myös tutkielman tutkimuskysymysten kannalta hedelmällisiä huomioita, joiden frekvenssi, eli esiintymistiheys, on analyysiaineistossa vähäisempää. Kyselyn kysymykset on suunniteltu niin, että ne opastavat vastaajaa refleктоimaan omaa Oasis-faniuden käsitystä, toiminnallisuutta ja vaikutusta omaan arkeen ja siten identiteettiin.

Ennen ensimmäiseen analyysilukuun siirtymistä on myös tärkeää huomioida se, että tulen suomentamaan verkkokyselyn kysymykset tutkielman molemmissa analyysiluvuissa. Suomentamalla kysymykset tutkielman luettavuuden parantamiseksi. Liitän analyysilukuihin myös suomentamattomia lainauksia analyysiaineistosta, jotta kyselyyn vastanneiden fanien ääni tulee esille mahdollisimman läpinäkyvästi ilman suomennoksesta johtuvaa tiedon häviämistä.

3. Oasiksen musiikki osana fanien identiteettiä

Kuten edellä kerrottiin, kysely koostuu seitsemästä eri kysymyksestä. Kyselyn kaksi ensimmäistä kysymystä ovat niin sanonut ”sisäänheitto”-kysymykset, joissa vastaaja kertoo ruutua klikkaamalla, kuinka iso Oasis-fani hän on ja kuinka kauan on fanittanut yhtyettä. Tämän jälkeen kyselyssä tulee viisi kysymystä, joihin vastaaja voi kirjoittaa vapaamuotoisen vastauksen.

3.1. Oasiksen musiikin vaikutus arkeen

Kyselyn ensimmäinen avoin kysymys (Liite 1) on ”Vaikuttaako Oasis-yhtyeen fanina oleminen sinun identiteettiin? Jos se vaikuttaa, niin miten?”. Tämän kysymyksen vastaukset sisältävät melkoisen laajaa vaihtelua. Osa vastaajista kertoo, kuinka Oasiksen musiikki ei merkitse heille mitään kummempaa, tai kuinka yhtyeen musiikki toimii vain työmatkojen ääniraitana. Kuitenkin huomattavan merkittävä osa vastaajista kertoo, kuinka yhtyeen musiikki vaikuttaa pukeutumiseen, rutiineihin, oman henkilökohtaisen musiikkimaun kehittymiseen sekä myös muiden mielenkiinnon kohteiden, kuten esimerkiksi muiden 90-luvun yhtyeiden löytämiseen ja jalkapalloseurojen fanitukseen. Kyseiset huomiot ilmaisevat sen, että Oasiksen musiikilla on vaikutusta fanien identifioitumisen eli yksilöllisen identiteetin rakentumisprosessiin (Suutari 2007: 113).

Mielenkiintoisena ja identiteetin rakentumisen osalta yhtenä keskeisenä osana on esimerkiksi Oasiksen musiikin tuoma vaikutus elämäntapomukseen. Osa vastaajista kertoo yhtyeen musiikin toimivan eräänlaisena ideologisenä tapana katsoa maailmaa ja perustella omaa arkielämää toimijuutta. Kyseistä ilmiötä havainnollistavat vastaukset kertovat, kuinka yhtyeen musiikki ja yhtyeen keulahahmojen itsevarma imago toimivat eräänlaisena lupana olla oma itsensä. Yllättävän useassa vastauksessa fanit kertovat, kuinka he omaavat ja ikäänkuin ”imitoivat” Noel Gallagherin tavaramerkiksi muodostunutta itsevarmaa ja rohkeasti välinpitämättömyyden asennetta (Ståhlberg 2026). Nämä huomiot ovat selitettävissä faniuteen liittyvällä performatiivisuudella, jolloin Oasis-yhtyeen innoittaman itsevarmuuden ilmentäminen toimii omaa identiteettiä rakentavana toimintana (Zubernis & Larsen 2018: 148). Vastausten perusteella

Oasiksen musiikki toimii myös faneille subjektipositiona, johon fanit ikään kuin asettuvat oman toimijuuden kautta (Leppänen 2008: 287).

Useampi vastaaja kertoi voimaantuvansa yhtyeen tuotannosta kuunnellessaan sitä esimerkiksi kuntoilun ja kotiaskareiden aikana. Oasiksen musiikki näkyy kyselyn perusteella fanien joka-päiväisessä toimijuudessa järjestäen ja rakentaen sen sosiaalista ulottuvuutta (DeNora 2000: 109). Musiikin vaikutus ilmenee myös fanien itse kuvailemassa esteettisessä toimijuudessa (DeNora 2000: 53). Tämä tarkoittaa sitä, että osa faneista kuvaa Oasiksen musiikilla olevan vaikutusta aikaisemmin mainittuun itsevarmuuden tunteeseen, jolloin Oasiksen musiikki toimii tapana ylläpitää ja korostaa ihanteellista ja haluttua tunnetilaa (DeNora 2000: 53). Kyseiset havainnot musiikin vaikutuksesta asenteisiin ja itseilmaisuun ilmenevät seuraavissa esimerkkivastauksissa:

Oasis changed my life in a lot of ways. Their music and attitudes gave me confidence when I didn't have it. Showed me I could be successful by being myself. (Ståhlberg 2026)

It informs the rest of my musical taste, attitudes and part of my approach to life, which is to be myself and not give a fuck what other people think of that. (Ståhlberg 2026)

[...] I have also found that when I turn on a record or listen to a past concert from them, It gives me a certain type of self-confidence/energy that comes from feeding off of the inspirational lyrics or just from the fact that they're the coolest dudes around. (Ståhlberg 2026)

Huomattavassa osassa vastauksia fanit kertovat Oasis-faniuden vaikuttavan sosiaalisiin suhteisiin. Vaikutukset ilmenevät esimerkiksi siinä, kuinka oma fanius on johtanut kohtaamaan muita samankaltaisia henkilöitä, rakentaen ja muovaten omaa sosiaalista piiriä. Varsinkin yhteisöllisyys ja kuulumisen tunteet ovat aiheita, jotka esiintyvät useissa fanien kirjoittamissa vastauksissa. Vastauksissa fanit kertovat myös, kuinka Oasiksen musiikki on vienyt lähemmäksi ihmisiä, jotka jakavat samankaltaisia mielenkiinnon kohteita. Nämä huomiot ovat keskeisiä identiteetin muovautumisessa, sillä faniuden kautta osallistuminen sosiaaliseen ryhmään vaikuttaa henkilökohtaisen identiteetin sekä myös faniuteen liittyvän ryhmäidentiteetin

ylläpitämiseen (Zubernis & Larsen 2018: 146). Oasis-faniuden vaikutus sosiaalisiin suhteisiin ja yhteisöllisyyteen tulee ilmi seuraavissa esimerkkivastauksissa:

I have gotten a lot of my friends into Oasis. Even my fiancé got into Oasis because of me. I have also become close friends with people after discovering our mutual love for Oasis. (Ståhlberg 2026)

I connect with other fans, which has built my social circle and given me a sense of belonging. (Ståhlberg 2026)

Was in a fan forum for many years, developed good acquaintances, influence on Fashion (mainly jackets/Parkas and shoes) and cultural behaviour, significant impact on musical socialization in teenage years. (Ståhlberg 2026)

3.2. Pukeutuminen

Vastaajien keskuudessa isoin temaattinen yhteneväisyys löytyy vaatetuksesta. Tämä ei ole sinänsä normaalista poikkeavaa, koska vaatteet ja vaatetus ovat yksi universaali faniuden osa-alue (Lamerichs 2018, 176). Vastaajista noin 28 % eli yhteensä 30 vastaajaa kertoi, kuinka Oasis-yhtyeen keulahahmojen tyyli on vaikuttanut suoraan heidän pukeutumiseensa. Tämä ilmenee esimerkiksi siinä, miten kyselyn vastaajat kertovat käyttävänsä Adidaksen vaatteita, parkatakkeja ja lierihattuja, joista yhtyeen solisti Liam Gallagher on erityisen tunnettu. Myös Oasiksen fanituotteisiin pukeutuminen on yleinen huomio, josta fanit kertovat vastauksissa. Pukeutuminen on toimintaa, joka on vahvasti sidoksissa aikaisemmin tutkielman taustaluvuissa mainitsemaani sosiaalisen- ja kulttuurisen pääoman kerryttämiseen (Seregina & Schouten 2017: 107). Tällöin pukeutumisen voidaan ajatella olevan yksi osa-alueista, joka on keskeisessä osassa identiteettiä.

Oman faniuden viestittäminen ja näyttäminen muille on myös keskeisessä osassa fanina olemista (Lamerichs 2018, 175). Tällöin fanien vastaukset Adidas-vaatemerkin, parkatakkien, lierihattujen ja Oasis-fanituotteiden käyttämisestä toimivat viestinä muille oman faniuden osoittamisesta. Voidaan myös katsoa, että tarkasti kuratoitu pukeutuminen eli samanlaisiin vaatteisiin pukeutuminen kuin Noel ja Liam Gallagher tuo fanin lähemmäksi Oasista. Tällöin esimerkiksi Liam Gallagherin käyttämät vaatteet eivät ole fanien silmissä ainoastaan vaatteita, vaan symboleita, jotka ovat liitettävissä Oasiksen musiikin sanomaan (Lamerichs 2018: 177).

Tässä tapauksessa vaatetus toimii osoittajana Oasis-faniudesta. Nämä huomiot vaatetuksesta tulevat esille seuraavissa esimerkkivastauksissa:

Definitely. It has influenced my dress (adidas track suits, trainers etc. In the 90's I wore clothing that mimicked theirs. And more recently, I started wearing the same type of gear once they announced the reunion shows. I'm still wearing it! (Ståhlberg 2026)

[...] Before Oasis I never thought dressing well was important, but I was so obsessed that I went out and got the same kinds of clothes they wore. I became obsessed with things like Parkas, bought a Duffle Coat, and learned to appreciate Adidas shoes for the first time. [...] (Ståhlberg 2026)

Vaatteiden lisäksi huomattava osa vastaajista kertoo Oasiksen vaikuttavan omaan hiustyyliinsä. Tarkemmin vastaajat kertovat käyttävänsä samanlaista mod-hiustyyliä, joita Noel ja Liam ovat tunnetusti käyttäneet 1990-luvulla. Mod-hiustyyli koostuu useimmiten otsatukasta, eripituisista hiuserroksista ja hieman sotkuisesta tyylistä. Kyseisen hiustyylin juuret kulkeutuvat 1960-luvun Iso-Britannian nuorisokulttuuriin ja -liikkeeseen, jossa esimerkiksi modernin musiikin ja vaatetuksen merkitys korostui (Swanky Malone 2026: n/a). Tämä on keskeinen huomio, sillä pukeutuminen on tärkeä osa artistien ja yhtyeiden omaan identiteettiä ja brändiä. Mod-hiustyyli kuvastaa britpop-liikkeen yhteyttä 1960-luvun populaarikulttuuriin ja musiikkiin. Esimerkiksi Oasiksen kohdalla heitä on usein verrattu aikaisempaan 1960-luvun brittiläiseen musiikkiin, kuten esimerkiksi The Beatles -yhtyeeseen, toimien musiikillisena jatkumona aikaisemmalle brittiläiselle musiikille (Scott 2010: 109–112). Kyseisen hiustyylin voidaan siis ajatella olevan omaan identiteettiin ja faniuteen kytköksissä olevaa performatiivisuutta, joka kuvastaa Oasis-faniuden lisäksi myös Oasiksen edustamaa brittiläisyyttä. Hiustyyliin liittyvät havainnot tulevat esille seuraavissa vastausesimerkeissä:

I've been wearing Liam's hairstyle since the early 2000s and still won't trim my monobrow. (Ståhlberg 2026)

They got me into singing and I decided to switch to a mod cut once I was a fan. (Ståhlberg 2026)

4. Sosiaalinen media ja fanius

4.1. Sosiaalisen median vaikutus fanikokemukseen

Kyselyn toinen avoin kysymys (Liite 1) kuului: ”Vaikuttaako internet-foorumien (kuten Redditin, Instagramin tai Facebookin) käyttö sinun fanikokemukseen? Jos vaikuttaa, miten?”.

Vastauksista tähän kysymykseen käy ilmi, että usealla vastaajalla sosiaalinen media on amplifoinut eli lisännyt heidän faniuttaan ja fanittamistaan. Tämä johtuu vastauksien mukaan siitä, että sosiaalinen media mahdollistaa tiedonsaannin sekä paikan, johon kokoontua muiden yhtyeen fanien kanssa keskustelemaan Oasisesta.

Muita mainittuja syitä faniuden vahvistumiseen ovat keskustelupalstojen luoma yhteisöllisyyden tunne ja sosiaalisen vuorovaikutus muiden fanien kanssa. Tällöin voidaan katsoa, että Oasisin musiikki toimii lähtökohtana aktiiviselle faniudelle, jolloin yhtyeen fanit luovat ihmisuhteita eri mediatekstien välityksellä (McCormick 2018: 369). Sosiaalisen median mahdollistama Oasis-median saavutettavuus antaa faneille mahdollisuuden oppia lisää yhtyeestä, mikä lisää faniuden tunnetta. Sosiaalisen median foorumien voidaan katsoa toimivan eräänlaisena korvikkeena fyysisille ”katumiiteille”, joissa omistautuneet fanit välittävät toisilleen sekä myös muille, tietoa yhtyeestä (Mäkelä 2008: 234). Samalla internetin keskustelupalstat mahdollistavat kansainvälisten fanien eli muidenkin kuin brittiläisten fanien pääsyn osaksi laajempaa Oasis-diskurssia ja fanitoimintaa. Useampi vastaaja kertoo myös, kuinka sosiaalisen median foorumit, kuten esimerkiksi Redditin r/oasis-foorumi mahdollistavat ajan hermolla pysymisen Oasis-uutisista. Nämä havainnot ilmenevät seuraavissa esimerkkivastauksissa:

Online forums have greatly enhanced my experience as an Oasis fan. I enjoy engaging with fellow fans on platforms like Instagram and Reddit, where we share insights and discuss albums. These interactions make me feel connected to a larger community and allow me to express my views and experiences related to the band's music. (Ståhlberg 2026)

I have learned a lot, engaged in great conversations, and learned about how much this band means to others, all of which has strengthened my love for them. Generally, I only follow Oasis through profiles focused on news and information, however, during the 2025 tour I used Reddit, Instagram and YouTube as tools. (Ståhlberg 2026)

Kyselyni seitsemäs kysymys (Liite 1) kuului: ”Jos olit Oasis-fani ennen sosiaalista mediaa, onko sosiaalinen media vaikuttanut sinun kokemukseesi? Jos on vaikuttanut, miten?”. Tämä kysymys on tärkeä, sillä Oasis on yhtye joka tuli tunnetuksi 1990-luvulla, jolloin Oasiksen faniyhteisö koostui suurelta osin faneista, jotka ovat eläneet ja fanittaneet yhtyettä ennen sosiaalista mediaa. Esimerkiksi kyselyn vastaajista hieman yli 37 % (eli 41 vastaajaa) kertoo fanittaneensa Oasista yli kaksikymmentäviisi vuotta. Huomattava osa pitkäaikaisista Oasis-faneista kertoo vastauksissaan, kuinka sosiaalinen media on mahdollistanut pääsyn varhaisempiin Oasis-äänitteisiin ja -tallenteisiin. Pitkäaikaiset fanit kertovat myös, kuinka sosiaalinen media on tehnyt fanituksesta vähemmän yksinäistä lisäämällä vuorovaikutusta muiden Oasis-fanien kanssa. Kyseiset huomiot sosiaalisen median vaikutuksesta omaan fanikokemukseen ovat vastaajien perusteella faniuden tunnetta lisääviä. Nämä huomiot toimivat osoituksena siitä, että fanien välinen vuorovaikutus on keskeinen osa fanikokemuksen rakentumista (Helleson 2018: 68), vaikka kyseessä olisi pidempiaikainen fani. Vastapainona osassa vastauksia käy myös ilmi, kuinka useampi pidempiaikainen fani ei koe sosiaalisen median vaikuttaneen omaan fanikokemukseensa. Nämä huomiot sosiaalisen median vaikutuksesta ’veteraanifanien’ fanikokemukseen tulevat seuraavanlaisesti esille esimerkkivastauksissa:

It’s kind of the same but different. Pre-social media a lot of the information and analysis came about by reading the NME and listening to the radio (particularly the Evening Session). I guess it’s more interactive and a two way street these days with Social Media and Podcasts (shout out to The Oasis Podcast) with being able to chat to other fans directly. (Ståhlberg 2026)

Before the internet/social media, it was a very lonely experience. Being in Vermont, in America, I never met anyone else that didn't just know Wonderwall. I have managed over the years to turn a few family members into casual fans, but outside of that I still don't know anyone. Except via the 'net, and it's not confined to my area - it's people all over the world! (Ståhlberg 2026)

Kuitenkaan kaikki fanit eivät koe sosiaalisen median vaikuttavan faniuteen positiivisesti. Tämä tulee ilmi vastauksissa, joissa kerrotaan, kuinka fanaattiset Oasis-yhtyeen fanit ovat liian fanaattisia keskittyen jokaiseen pieneen yksityiskohtaan, jotka ovat muiden vähemmän

fanaattisten fanien mielestä irrelevantteja ja turhia. Myös sosiaalisen median tuoma volyyymi luo yltäkylläisyyden tunnetta vesittäen uusien Oasis-uutisten ja diskurssin merkitystä. Tämä johtuu siitä, että sosiaalisen median tukema verkostoituminen lisää fanien mahdollisuutta vuorovaikutukseen, jolloin fanit pystyvät jakamaan omia näkemyksiä, kokemuksia ja tekstejä muiden fanien kanssa laajamittaisella skaalalla (McCormick 2018: 370). Tällöin yksittäisten päivitysten ja uusien julkistusten painoarvo vähenee. On myös tärkeää huomata, kuinka sosiaalisessa mediassa uudet ja vakituiskemmat fanit vuorovaikuttavat keskenään. Tällöin postausten volyyymi eli määrä ja keskustelunaiheet ovat täysin riippuvaisia postauksia tekevistä faneista, jolloin vähemmän aikaa Oasista fanittanut fani voi tuoda esille huomioita, joita vanhemmat fanit eivät välttämättä huomioisi. Vastakkainasettelu ja fanien väliset hierarkkiset erot (Chin 2018: 243–245) sekä näkemyserot voivat täten vaikuttaa negatiivisesti fanikokemukseen. Tämä kritiikki keskustelupalstan tiedon yltäkylläisyydestä ja liiallisesta fanaattisuudesta kiteytyy eräässä vastauksessa näin:

Some of it does affect my experience in a negative way, when encountering fans who take their obsessions too far or who focus on aspects I find irrelevant, or when you end up somewhat overexposed to the band through constant updates, but that's probably to be expected in most fandoms. (Ståhlberg 2026)

4.2. Oasis 'Live 25 -kiertue

Oasiksen vuonna 2025 toteutunut reunion-kiertue on ollut monelle yhtyeen fanille tärkeä tapahtuma. Kyselyni viides ja kuudes kysymys (Liite 1) käsittelevät reunion-kiertueen julkistuksen ja itse kiertueen vaikutusta vastaajien fanikokemukseen. Vastauksissa useampi vastaaja kertoi reunion-kiertueen julkistuksen aiheuttaneen heissä ylpeyden tunnetta omaa faniuttaan ja yhtyettä kohtaan. Osa vastaajista kertoo muuttuneensa entistä suuremmiksi faneiksi ja löytäneensä yhtyeen niin sanotusti uudestaan, kun taas toiset kertovat nostalgisesta fiiliksestä nähtyään yhtyeen viimeksi yhdessä yli 15 vuotta sitten pääjäsenien Noel ja Liam Gallagherin riitautumisen vuoksi. Reunion-kiertueen julkistus antoi faneille ikään kuin uuden luvan fanittaa yhtyettä entistä enemmän, sillä Oasis ei ole ollut aktiivinen vuoden 2009 jälkeen. Julkistuksen myötä Oasis-diskurssi nousi suureen suosioon maailmanlaajuisesti, josta osa vastaajista kertoi olevansa ylpeitä. Voidaan ajatella, että yhtyeen fanikuntaa peittäneet Gallagherin veljesten riitojen muotoiset varjot väistyivät yhtyeen reunion-kiertueen

ilmoituksen myötä elvyttäen useiden fanien intohimoa sekä luoden uusia faneja laajan mediahuomion seurauksena. Nämä havainnot ylpeyden ja oman fanikokemuksen legitimitietin vahvistumisesta ilmentyy hyvin seuraavassa vastauksessa:

I felt almost vindicated for all the times I was scoffed at over the years for mentioning or citing Oasis as a favorite. Even friends of mine would joke if they reunited, it'd be just me and a few people in America attending. Then they sold out MetLife and the Rose Bowl for four nights total— something almost no American band can do—and it made me listen to them even more leading up to the tour. (Ståhlberg 2026)

Kyselyn vastaajat, jotka pääsivät katsomaan reunion-kiertuetta paikan päälle, kuvailevat vastauksissaan konserttien tuntuneen ainutlaatuiselta ja nostalgisilta. Intohimoisimmat fanit kertovat vastauksissa, kuinka osallistuminen reunion-kiertueen konserttiin on ollut yksi elämän parhaista päivistä, usein kuvaillen konserttia raamatullisena (engl. biblical) tapahtumana (Ståhlberg 2026). Omistautuminen ja konserttien suuri merkitys osoittavat, kuinka Oasiksen reunion-kiertue ei ole faneille pelkästään kokoelma konsertteja, vaan oman Oasis-fanina olemisen ja toiminallisuuden konkretisoituminen. Aikaisemmin pääasiallisesti internetin foorumeilla tapahtunut fanitoiminta saa käsinkosketeltavan muodon konserttien myötä. Täten tapahtumat, kuten esimerkiksi konsertit, toimivat ikään kuin laajamittaisena perheen jälleennäkemisenä (Zubernis & Larsen 2018: 147), jossa fanien välinen vuorovaikutus ja yhtyeen jälleennäkeminen toimivat omaa faniuden tunnetta vahvistavina tekijöinä. Nämä huomiot tulevat esille seuraavissa esimerkkivastauksissa:

I flew to see them in Dublin. It was something hard to describe. It was amazing so many positive emotions and excitement. Leading up to the gig you could walk on streets and pubs would play Oasis songs and also hear live bands covering Oasis songs and Oasis merch everywhere. There was this sense of togetherness that I think is lacking these days, where we live in our bubbles. So about 80 thousand people coming together to see Oasis and singing their songs was something amazing and surreal to see and witness. (Ståhlberg 2026)

Yes, saw them at Wembley in London on July 30th. Made a whole vacation of it, and visited Manchester, Liverpool, and London for the very first time. It was an unforgettable trip. Best show of my life. Honestly was a pilgrimage for a Beatles and Oasis fanatic, and made amazing memories!! (Ståhlberg 2026)

Kolmenkymmenen kuuden konsertin mittaisesta kiertueesta huolimatta kaikki yhtyeen fanit eivät päässeet osallistumaan reunion-kiertueeseen henkilökohtaisten syiden, aikatauluongelmien tai korkeasti hinnoiteltujen lippujen takia (Ståhlberg 2026). Rajoitteista huolimatta vastauksissa kyseiset henkilöt kertoivat seuranneensa kiertuetta mahdollisimman yksityiskohtaisesti sosiaalisen median avulla katsoen muiden fanien postaamia videoita reunion-kiertueen konserteista, katsomalla fanien järjestämiä konsertti aiheisia live-striimejä ja seuraamalla muita yhtyeen jäseniä sosiaalisessa mediassa. Tällöin sosiaalisen median välityksellä osallistuminen reunion-kiertueeseen konserttitallenteiden ja live-striimien katsomisen avulla toimii osana oman faniuden harjoittamista ja osallistumista historialliseen Oasis-kiertueeseen. Fanius on toimintaa, johon liittyvät intensiiviset tunnekokemukset (Zubernis & Larsen 2018: 152), jolloin live-striimien ja fanien postaamien videoiden katsominen antaa mahdollisuuden etäyhteyttä käyttäville faneille kokea reunion-kiertueen konserttien tunnelmaa. Kyseiset huomiot sosiaalisen median käytöstä kiertueen seuraamiseen tiivistyvät seuraavanlaisesti:

I didn't attend any of the shows but I followed the tour closely on social media. I signed up for twitter to watch a livestream of the Cardiff concert. (Ståhlberg 2026)

No, but watched clips on social media and reddit. Also made sure to follow the band and members on social media to make sure I didn't miss anything. (Ståhlberg 2026)

I was unable to attend the Oasis 'Live 25 reunion tour in person, but I actively watched fan-posted clips on social media. It allowed me to experience the energy of the event and connect with other fans' excitement. Watching the clips deepened my appreciation for the band's live performances. (Ståhlberg 2026)

5. Yhteenveto

5.1. Johtopäätökset

Tässä tutkielmassa tutkimuksen kohteena toimivat Oasis-yhtyeen fanien antamat verkkokyselyn vastaukset. Verkkokysely on suoritettu kansainvälisen Reddit-verkkosivun r/oasis-keskustelufoorumilla, joka on yksi suurimmista Oasis-aiheisista keskustelupalstoista. Tutkielman analyysiaineisto muodostuu kyseisen verkkokyselyn vastauksista. Verkkokyselyyn osallistui yhteensä 110 anonyymia Oasis-fania. Verkkokyselyn kysymykset kysyvät faneilta ”Miten Oasiksen musiikki ja Oasis-fanius vaikuttavat identiteettiin?”, ”Miten sosiaalinen media vaikuttaa fanien fanikokemukseen?” ja ”Millaisella tavalla yhtyeen reunion-kiertue on vaikuttanut faniuteen” (Liite 1).

Verkkokyselyn vastauksissa käy ilmi, kuinka Oasiksen musiikki ja yhtyeen fanius vaikuttavat laaja-alaisesti fanien arkiseen elämään ja siten identiteettiin. Vastauksissa fanit kertovat esimerkiksi, kuinka Oasiksen musiikin välittävän itsevarmuuden tunnetta. Fanit kertovat myös pukeutuvan parkatakkeihin ja lierihattuihin sekä käyttämällä mod-hiustyyliä, joista yhtyeen keulahahmot Noel Gallagher ja Liam Gallagher ovat tulleet tunnetuksi. Osa vastaajista kertoo myös, kuinka Oasis-fanius ei vaikuta huomioitavasti omaan identiteettiin taikka arkiseen toimijuuteen.

Sosiaalisen median kohdalla huomattava osa kyselyyn vastaajista kuvailevat sosiaalisen median toimivan omaa faniutta vahvistavana tekijänä. Internetin keskustelupalstoilla käyty vuorovaikutus muiden fanien kanssa toimivat faniudelle keskeisenä toimintana. Myös sosiaalisen median mahdollistama vuorovaikutus Oasis-median kanssa on tekijä, joka vaikuttaa vastaajien keskuudessa positiivisesti faniuteen ja fanikokemukseen. Kuitenkin osa kyselyn vastaajista kertovat, kuinka sosiaalinen media vaikuttaa negatiivisesti omaan fanikokemukseen. Tämä johtuu Oasis-aiheisten postausten suuresta volyymista, joka pienentää yksittäisten ilmoituksien painoarvoa.

Fanit kuvailevat vastauksissa reunion-kiertueen toimivan tärkeänä tapahtumana omalle faniudelle, luoden ylpeyden tunnetta yhtyettä sekä henkilökohtaista faniutta kohtaan. Huomioitava

osa vastaajista kertoo myös, kuinka yhtyeen reunion-kiertue on tehnyt heistä entistä suuremman fanin.

5.2. Rajoitteet ja jatkotutkimus

Tutkielman rajoitteet ovat: kandidaatintutkielman rajallinen pituus, internetin tarjoama anonymiteetti ja vastausten oikeellisuuden tarkistaminen. Kyselyn kerryttämän analyysiaineiston perinpohjainen analysointi ja jäsentely ei yksinkertaisesti mahdu yhteen kandidaatintutkielmaan. Tästä johtuen, tutkielmassa esitetty analyysi on rajallista verrattuna aineiston laajuuteen. Myös analysoitavan aineiston todenmukaisuus nojaa oletukseen, jossa oletetaan fanien antamien vastausten olevan totta. Vastaajien anonymiteetti tarjoaa matalan kynnyksen kertoa henkilökohtaisesta faniuden toiminnallisuudesta, fanikokemuksesta ja Oasis-faniuden konkreettisesta merkityksestä. Samalla anonymiteetti hankaloittaa vastauksien todenmukaisuuden tarkistamista.

Rajoitteista huolimatta, tutkielmassa esitetty tutkimuskohde ja analyysiaineisto vaativat jatkotutkimusta, jotta verkkokyselyn kerryttämä analyysiaineisto saadaan käsiteltyä kokonaisuudessaan. Tämän tutkielman osalta tutkimusta voi jatkaa tutkimalla esimerkiksi sosiaalisen median ulottuvuutta laajemmin faniuden näkökulmasta tai tutkimalla, kuinka pukeutuminen tietynlaisella tyylillä toimii oman faniuden konkreettisena ruumillistumisena. Populaarimusiikki, fanius ja sosiaalinen media ovat asioita, jotka koskevat suurta osaa väestöstä, jolloin faniuden vaikutus esimerkiksi identiteettiin ja toimijuuteen on aihealue, jota täytyy tutkia lisää.

Lähteet

Tutkimusmateriaali:

Ståhlberg, Otto (2026) *Kysely Oasis, Identity and Fandom - Questionnaire For a Musicology Bachelor's Degree Study*. (Aineisto kyselyn suorittajan hallussa)

Tutkimuskirjallisuus:

Bennet, Andy & Stratton, Jon (2010) *Britpop and the English Music Tradition*. Surrey: Ashgate Publishing Limited.

Booth, Paul (2018) ”Introduction”. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Toim. Paul Booth. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc, 1-3. <https://doi.org/10.1002/9781119237211>

Chin, Bertha (2018) ”It’s About Who You Know: Social Capital Hierarchies and Fandom”. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Toim. Paul Booth. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc, 243-254. <https://doi.org/10.1002/9781119237211>

DeNora, Tia (2000) *Music in Everyday Life*. London: Cambridge University Press.

Emmet, Rachael (2025) *Reunion: a popular music phenomenon*. Surrey: School of Music and Media Faculty of Arts, Business and Social Sciences.

Hellekson, Karen (2018) ”The Fan Experience”. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Toim. Paul Booth. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc, 65-74. <https://doi.org/10.1002/9781119237211>

Hesmondhalgh, David (2013) ”Music as Intimate and Social, Private and Public”. *Why Music Matters*. Chichester, Wiley Blackwell, 2.

Jenkins, Henry (2018) ”Fandom, Negotiation and Participatory Culture”. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Toim. Paul Booth. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc, 13-27. <https://doi.org/10.1002/9781119237211>

Lamerichs, Nicolle (2018) ”Fan Fashion: Re-enacting *Hunger Games* through Clothing and Design”. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Toim. Paul Booth. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc, 175-177. <https://doi.org/10.1002/9781119237211>

Leppänen, Taru (2007) ”Populaarimusiikin yleisöjen identiteettejä kartoittamassa”. *Populaarimusiikin tutkimus*. Toim. Marko Aho & Antti-Ville Kärjä. Tampere: Vastapaino, 268-290.

- Mäkelä, Janne (2007) ”Erityissuhteita: populaarimusiikin fanit ja fanius”. *Populaarimusiikin tutkimus*. Toim. Marko Aho & Antti-Ville Kärjä. Tampere: Vastapaino, 214-241.
- McCormick, Casey (2018). ”Active Fandom: Labor and Love in The Whedonverse”. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Toim. Paul Booth. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc, 369-370. <https://doi.org/10.1002/9781119237211>
- Nikunen, Kaarina (2005) ”Johdanto”. *Faniuden aika - kolmetapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituhatien taitteen Suomessa*. Tampere: Tampereen Yliopisto, 18.
- Nikunen, Kaarina (2005) ja ”Faniuden määrittely ja keskeiset käsitteet”. *Faniuden aika - kolmetapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituhatien taitteen Suomessa*. Tampere: Tampereen Yliopisto, 50-51.
- Oasis (1995) (*What's The Story*) *Morning Glory*. Big Brother Recordings Ltd. <https://open.spotify.com/album/2u30gztZTylY4RG7lvfXs8?si=-tbNgyWBRRiNuco7WW9xxQ> (luettu 19.5.2026)
- Phillips, Alison (2018) ”’Lad culture’ and sexual violence against students”. *Gender Based Violence in University Communities: Policy, Prevention and Educational Initiatives*. Toim. Sundari Anitha & Ruth Lewis. Bristol University Press: Policy Press, 42. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1fxh3v.7>
- Pollstars (2025) ”Oasis’ Reunion Tour Hits No. 2 On Worldwide Tours Chart: ’The Outpouring, The Emotion, You Could Cut It With A Knife’.” <https://news.pollstar.com/2025/12/12/oasis-reunion-tour-hits-no-2-on-worldwide-tours-chart-the-outpouring-the-emotion-you-could-cut-it-with-a-knife/> (luettu 11.5.2026)
- Suutari, Pekka (2007) ”Musiikki arjen vuorovaikutuksessa”. *Populaarimusiikin tutkimus*. Toim. Marko Aho & Antti-Ville Kärjä. Tampere: Vastapaino, 93-120.
- Scott, Derek (2010) ”The Britpop Sound”. *Britpop and the English Music Tradition*. Toim. Andy Bennet & Jon Stratton. Surrey: Ashgate Publishing Limited, 109-112.
- Swanky Malone (2025) ”The Mod Cut: Iconic Hair from the 60s to the 90s and Now” <https://swankymalone.com/blogs/news/the-mod-cut>. (luettu 23.5.2026)
- Tuomi, Jouni & Anneli, Sarajärvi (2018) *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Vuori, Jaana (2021) ”Laadullinen sisällönanalyysi”. *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Toim. Jaana Vuori. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietokirjo. <https://www.fsd.tu-ni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/laadullinen-sisallonanalyysi/> (luettu 23.3.2026).

Jyväskylän Yliopisto (2026) *Kyselyt*. Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto. <https://sites.app.jyu.fi/mehu/fi/menetelmapolku/aineistonhankintamenetelmat/kyselyt> (luettu 19.5.2026)

Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto (2021) ”Posti- ja verkkokyselyaineiston kokoaminen”. *Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/postikysely/postikysely/> (luettu 20.5.2026).

Zubernis, Lynn & Larsen, Katherine (2018). ”Make Space for Us! Fandom in the Real World”. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Toim. Paul Booth. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc, 146-148. <https://doi.org/10.1002/9781119237211>

Liitteet:**Liite 1. Verkkokyselyn kysymykset**

1. On a scale of 1 to 10 how big of an Oasis fan are you?
2. How long have you been a fan of Oasis?
3. Does being a fan of Oasis affect your identity? If it does, how? (For example has Oasis' music affected your daily routines, friend groups, relationships, dress sense, interests etc.)
4. Does using online forums (such as Reddit, Instagram or Facebook) affect your experience of being a fan of Oasis? If it does, how?
5. Did you participate in the Oasis 'Live 25 reunion tour in person? If yes, how would you describe your experience? If not, have you used social media (for example to watch fan posted clips from the tour) to participate in the tour?
6. Did the announcement of the reunion tour alter your perspective of the band or did it alter your experience of being a fan? If yes, how? (For example did you become an even bigger fan of Oasis? Did Liam and Noels ability to settle their differences affect your own relationships?)
7. If you were a fan of Oasis before social media, has social media changed or altered your fan experience? If it has, how?