

Valpuri Kaarninen

AMERIKANISAATION JÄLJILLÄ
Amerikanisaation käsitteen määritelmät ja käyttö
joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa

KAARNINEN, VALPURI: Amerikanisaation jäljillä: Amerikanisaation käsitteen määritelmät ja käyttö joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa

Pro gradu -tutkielma 83 s., 4 liites.

Tampereen yliopisto

Mediatutkimus

Toukokuu 2019

Tarkastelen tutkielmassa, mitä amerikanisaation käsite tarkoittaa ja miten sitä käytetään joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä. Lähestyn näitä kysymyksiä tekemällä yleiskatsauksen amerikanisaation käsitteen käyttöön tutkimusalan jouluaikalehdissä julkaistuissa tieteellisissä artikkeleissa sekä analysoimalla tulkitsevan käsitetutkimuksen avulla tarkemmin kuutta alan tutkimusartikkeliä.

Tutkielmani metodina toimii tulkitseva käsitetutkimus, jonka avulla kuvaan amerikanisaation määritelmiä ja tulkiten sen saamien merkitysten kokonaisuutta. Etsin myös määritelmiin sisältyviä ideologioita ja vallankäyttöön liittyviä merkityksiä. Valitsemieni artikkeleita erittelemällä selvitan amerikanisaation määrittelyjen mahdollista jaettua ydinsisältöä sekä sitä, millaisia keskusteluja käsitteen käyttöön sisältyy sen reuna-alueilla. Tekemäni havainnot tarjoavat ainesta pohtia, miten amerikanisaation käsitettä voitaisiin jatkossa hyödyntää joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa.

Analyysini perusteella amerikanisaation määritelmien yhteiseksi osaksi muodostuu jo termin luonteen huomioon ottaen vähemmän yllättävästi, että se on muutosprosessi, jossa amerikkalaiset vaikutteet johtavat muutoksiin ei-amerikkalaisissa kulttuureissa. Erittelemieni artikkeleiden tavoissa lähestyä amerikanisaatiota keskustelun reuna-alueiksi muodostuivat amerikkalaisuuden piirteet, amerikanisaation leviämismekanismit, kulttuuri-imperialismi ja assimilaatio, amerikanisaation suhde kulutuskulttuuriin, amerikanisaatioon liittyvä valta, amerikanisaatiota koskevat pelot ja amerikanisaation positiiviset puolet.

Amerikanisaation käsitettä käytettiin valituissa artikkeleissa pintapuolisesti, eikä se vaikuta joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen alalla pitkälle teoretisoidulta käsitteeltä. Käsitteen käytössä tuntuvat painavan osittain historialliset painolastit amerikanisaatiosta kulttuuri-imperialismina ja toisaalta globalisaation nousu 2000-luvun kuluessa käsitteeksi, joka selittää ylikansallisia kulttuurisia virtoja maailmassa. Koska amerikanisaatio on vahvasti mediakenttään liittyvä reaali maailman ilmiö, sen pidemmälle viety käsitteellistäminen voisi olla tutkimusalan kannalta kiinnostavaa ja hyödyllistä. Mikäli tiettyjä ilmiöitä alettaisiin tarkastella suhteessa amerikanisaatioon, saattaisi avautua hienosyisempi näkymä siihen, mitä eri asioita ja prosesseja amerikanisaatio pitää sisällään, ja kuinka laajasta ilmiöstä kaiken kaikkiaan on kysymys. Käsitteen todellinen hyödyntäminen edellyttäisi sen teoretisointia esimerkiksi muiden yhteiskuntatieteellisten alojen malleja seuraten.

Avainsanat: Amerikanisaatio, globalisaatio, kulttuuri-imperialismi, tulkitseva käsitetutkimus, käsiteanalyysi

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	1
1.1. GLOBALISAATIO VS. AMERIKANISAATIO.....	3
1.2. TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA YDINKYSYMYKSET	5
1.3. TUTKIELMAN RAKENNE.....	7
2. AMERIKANISAATION VAIHEET JA MUODOT	9
2.1. AMERIKANISAATIO LYHYT MÄÄRITELMÄ JA SEN PROBLEMATISOINTI	9
2.2. AMERIKANISAATION HISTORIALLISET TAUSTAT YHDYSVALTOJEN SYNNYSTÄ NYKYPÄIVÄÄN	10
2.2.1. Amerikkalaisen massakulttuurin synty.....	11
2.2.2. Amerikkalaisen kulttuurin ensimmäinen rantautuminen Eurooppaan	12
2.2.3. Maaïmansotien välinen aika.....	13
2.2.4. Kylmä sota käännekohtana amerikkalaisuuden leviämisessä	14
2.2.5. Kylmän sodan päättymisen ja digitalisaation aika.....	15
3. AMERIKANISAATIO TUTKIMUKSESSA	17
3.1. AMERIKANISAATIO JA KANSAKUNTA	17
3.2. NELJÄ LÄHESTYMISTAPAA AMERIKANISAATIOON IHMISTIETEISSÄ.....	21
3.3. AMERIKANISAATION KÄSITTEEN KÄYTTÖ JOUKKOVIESTINTÄ- JA MEDIATUTKIMUKSESSA	24
3.4. KATSAUS AMERIKANISAATIOTA KÄSITTELEVIIN ARTIKKELEIHIN MEDIATUTKIMUKSEN JOURNAALEISSA.....	26
3.4.1. Artikkeleiden keruumenetelmä.....	27
3.4.2. Artikkelikatsauksen tulokset.....	28
4. KÄSITETUTKIMUKSELLA AMERIKANISAATIOTA AVAAMAAN	30
4.1. KÄSITTEIDEN LUONNE JA MERKITYS	32
4.2. KÄSITEANALYYSIN TAVOITTEET	33
4.3. KÄSITTEIDEN TUTKIMUKSEN ERI VARIAATIOIT	34
4.3.1. Käsiteanalyysi	34
4.3.2. Tulkitseva käsitetutkimus	36
4.4. KRIITTINEN OTE JA VALTA.....	38
4.5. KÄSITETUTKIMUS TÄSSÄ TYÖSSÄ	40
5. ERITELTÄVÄT ARTIKKELIT	42
6. AMERIKANISAATION YTIMESSÄ JA REUNOILLA	46
6.1. AMERIKANISAATION KÄSITTEEN YDINMÄÄRITELMÄ.....	46
6.1.1. Amerikanisaation osapuolet.....	48
6.1.2. Amerikanisaatiota kuvaavat verbi- ja sanavalinnat	48
6.1.3. Vaikutusten kohteet	50
6.1.4. Amerikanisaation käsitteen ydin	50
6.2. AMERIKANISAATION MERKITYKSET REUNA-ALUEILLA	51
6.2.1. Amerikkalaisuuden piirteet	51
6.2.2. Kulutuskulttuuri ja ihailu amerikanisaation leviämismekanismeina.....	53
6.2.3. Kulttuuri-imperialismi vanhentuneena näkemyksenä amerikanisaatioon.....	54
6.2.4. Kulutuskulttuuri amerikanisaation lähtökohtana ja sisältönä.....	57
6.3. ARTIKKELEIDEN KIRJOITTAMISKONTEKSTIT	59
6.3.1. Artikkeleiden teoreettiset taustat.....	59
6.3.2. Artikkeleiden kirjoittajien taustat ja kulttuuriset kontekstit.....	62
6.4. VALLAN ASPEKTIIT AMERIKANISAATION YMMÄRTÄMISESSÄ JA TARKASTELUSSA.....	65
6.4.1. Julkilausutun valtakäsymyksen poissaolo	65

6.4.2. Pelottava amerikanisaatio	66
6.4.3. Positiiviset viittaukset amerikanisaatioon	68
7. PÄÄTELMÄT	70
7.1. YHTEENVETO	70
7.2. AMERIKANISAATION KÄSITTEEN HYÖDYLLISYYS JOUKKOVIESTINTÄ- JA MEDIATUTKIMUKSESSA	73
7.3. AMERIKANISAATION JA GLOBALISAATION SUHDE	74
8. LOPUKSI	77
8.1. OMAN TYÖN ARVIOINTI	77
8.2. TULEVAISUUDEN TUTKIMUSSUUNTIA	79
8.3. PÄÄTTÄVÄT SANAT	81
LÄHTEET	84
LIITTEET	90

1. Johdanto

Miksi amerikkalaiset hallitsevat maailmaa? Koska he hallitsevat viestintäkanaviamme.

Frédéric Beigbeder, 99 francs¹

Amerikkalaistuminen on usein kirosana, joka tarkoittaa likimain samaa kuin asioiden muuttuminen pinnallisiksi tai keinotekoisiksi.

Juuso Määttänen, Helsingin Sanomat, 8.2.2018

Tämän tutkielman taustalla on omakohtainen kiinnostus ja jopa jonkinlainen viha–rakkaussuhde yhdysvaltalaisen – tai yleisen puhutavan mukaan amerikkalaisen – (kulutus)kulttuurin Suomessakin hallitsevaan asemaan, johon suhtautuminen hipoo itsestäänselvyttä ainakin omassa sukupolvessani. Kuulun joukkoon, joka on kasvanut tämän läpikaupallistuneen kulttuurin kyllästäjänä. Nykypäivänä amerikkalaisuus puskee päälle niin tietokoneen ruudulta kuin ravintolan ruokalistalta. Kuluttamamme elokuvat, musiikki, internet-sovellukset ja televisio-ohjelmat ovat huomattavan usein yhdysvaltalaista alkuperää. Niiden välityksellä amerikkalainen arvomaailma leviää tehokkaasti. Kiinnostavaa kyllä, samalla kun kyseisen kulttuurin monista elementeistä on tullut arkemme annettuja osia, ajatus itse ”amerikkalaisuudesta” on monelle vastenmielinen. Varsinkin Euroopan maissa amerikkalaisen kulttuurin pinnallisuus ja rahakeskeinen arvomaailma ärsyttävät. Amerikkalaisuudella onkin arjessamme kahtalainen läsnäolo, jossa yhtäältä suhtaudumme kriittisesti amerikkalaisuuteen ja toisaalta vastaanotamme amerikkalaista kulttuuria ehkä enemmän kuin koskaan aikaisemmin.

Tänään, 2010-luvun lopun Suomessa, Amerikka ei ole siellä jossain kaukana vaan siitä on tullut osa ’meitä’. Tuntuu jatkuvasti vaikeammalta edes käsittää, mikä kaikki asenteissamme ja arvoissamme juontuu amerikkalaiseen arvomaailmaan. Omien havaintojeni mukaan yksi esimerkki ovat ajatukset henkilökohtaisesta menestyksestä ja rikastumisesta, jotka eivät aina ole olleet niin keskeisiä pohjoismaisessa solidaarisuutta korostavassa yhteiskunnassa kuin ne ovat tällä hetkellä.

¹ Frederic Beigbeder (2000) 99 francs. Paris: Grasset & Fasquelle.

Amerikkalaisen kulttuurin leviäminen, josta puhun tässä työssä *amerikanisaationa*, on ollut Yhdysvaltain ulkopuolisissa maissa huolenaihe jo lähes sata vuotta. Erityisesti toisen maailmansodan runtelemassa Euroopassa alettiin pelätä Yhdysvaltain kulttuurivalloitusta ja perinteisen eurooppalaisen sivistyksen syrjäytymistä sen myötä. Amerikkalaiset elokuvat ja televisio-ohjelmat valtasivat Euroopan maiden markkinat, joilla kansallinen mediasisältöjen tuotanto oli sotien jälkeen huonossa jamassa. (Ks. McQuail 2008.) Internet on tarjonnut 2000-luvulla kokonaan uuden ja tehokkaan kanavan amerikkalaisuuden levittäytymiselle. Englanti palvelee internetin valtakielenä, ja suosituimmat verkkosovellukset ja teknologiset keksinnöt, kuten Facebook ja Instagram, ovat yksittäisiä poikkeuksia lukuun ottamatta yhdysvaltalaisista alkuperää. Internetin voi ajatella olevan jopa kaikista joukkoviestintämuodoista amerikkalaisin (Kroes 2003, 236). Sen myötä kuluttajat ja erityisesti nuoret kuluttajat ovat päässeet (ja joutuneet) vastaanottamaan amerikkalaisuutta ennennäkemättömässä mitassa ja uudella tavalla tavoilla.

Kansainvälisen uutismedian raportoimat viimeaikaiset kehityskulut Yhdysvalloissa ovat olleet omiaan lisäämään huolta siitä, mitä tapahtuu, jos muu maailma seuraa poliittisesti Yhdysvaltojen jalanjäljissä. Maassa toimii presidenttinä miljonääri bisnesmies vailla minkäänlaista aiempaa kokemusta edustuksellisesta politiikasta; politiikka kaiken kaikkiaan viihteellistyy, perinteinen journalismi voi huonosti, ja ihmisiä kuolee, koska heillä ei ole varaa terveydenhuoltoon. Amerikkalainen ääri-liberaali kapitalismi alkaa vaikuttaa yhä mahdottomammalta ylläpitää myös, koska ikuinen kasvun tavoittelu ja kulutus ovat kestäättömiä ympäristön kannalta. Maailma hukkuu jätteisiin, eivätkä maapallon luonnonvarat riitä tuottamaan loputtomasti uusia tavaroita. Samaan aikaan Yhdysvalloissa luokkaerot kasvavat rikkaiden rikastuessa ja muiden köyhtyessä. Elintason lasku on tehnyt valkoisesta keskiluokastakin pelokkaan.

Kaiken kaikkiaan amerikanisaatioksi kutsuttava ilmiö on näyttänyt itselleni jo vuosia maailmanlaajuisena vaikutusvoimana, ja se alkoi kiinnostaa myös pro gradu -tutkielman aiheena. Lähdin hakemaan asiasta otetta selvittämällä, miten amerikanisaatiota on yleensä joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen alalla tutkittu. Huomasin nopeasti, että tällaista tutkimusta ei löydy tieteenalalta kovinkaan paljon. Havainto yllätti, sillä amerikkalaisen kulttuurin leviämisessä on niin vahvasti kyse juuri (joukko)viestinnällisistä ja media-ilmiöistä. Nekin alan tutkimukset, joita tuli vastaan, olivat usein satunnaisia ja poikkesivat suuresti toisistaan. Myöskään selvää yhteistä käsitystä siitä, mitä amerikanisaatio on ja miten sitä voitaisiin ymmärtää, käsitteellistää ja tutkia ei pikaisella kartoituksella osunut käsiini. Ilmiöstä oli vaikea saada otetta kokonaisvaltaisesti, mutta alustavasti ja väljästi voi sanoa, että yhtäältä amerikanisaatio on ”amerikkalaisten” vaikutteiden

lähtemistä Yhdysvalloista muualle. Toisaalta kyse on näiden vaikutteiden vastaanotosta eri puolilla maailmaa ja lopulta niiden muokkautumisesta paikallisissa olosuhteissa joksikin muuksi. Tämä kahtalaisuus asettaa haasteita tutkimukselle. Nimittäin jos Yhdysvalloista lähtevät kulttuuriset viestit ovat vielä selväpiirteinen aihealue, jota käsitellä, huomattavasti hankalampaa on yrittää mennä ikään kuin ihmisten päiden sisään ja selvittää, onko heidän arvomaailmansa muuttunut viimeisten vuosikymmenien aikana amerikkalaisten kulttuurivaikutteiden myötä, eli ovatko he jossakin mielessä 'amerikkalaistuneet'. Aivan oma lukunsa tietenkin olisi pohtia, miten amerikkalaisuus määrittyy, jos sitä tarkasteltaisiin Yhdysvalloissa asuvien ihmisten ymmärryksen pohjalta.

Kun olin tarttunut amerikanisaatioon, se alkoi yhä vahvemmin vaikuttaa termiltä, joka kyllä pyörii useissa paikoissa, mutta jonka merkitys jää epämääräiseksi. Tämä syvensi kiinnostustani entisestään, sillä jo itse termissä näytti olevan paljon selvitettävää ja ymmärrettävää. Pohdin pitkään, miten voisin lähestyä asiaa, mutta ilmiön ytimeen iskeminen empiirisesti vaikutti hankalalta. Lopulta tulin siihen tulokseen, että amerikanisaation termi tai käsite itsessään kaipaava kokonaisvaltaisempaa tarkastelua ennen kuin on mielekästä ratkaista, miten ilmiötä voisi käytännön tasolla tutkia. Tämän työn tavoitteeksi muodostuikin selvittää, mitä amerikanisaatio tarkoittaa joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä, millaisia keskusteluja käsitteen merkityksestä on viime vuosina käyty, ja miten käsitettä tutkimuskeskusteluissa käytetään. Näiden kysymysten tarkastelu voi nähdäkseni tarjota aineksia pohtia selväpiirteisesti määritellyn amerikanisaation käsitteen antia joukkoviestintää ja mediaa tutkittaessa.

1.1. Globalisaatio vs. amerikanisaatio

Yksi syy amerikanisaatio-termin vähäiselle käytölle alan tutkimuskirjallisuudessa näyttäisi olevan globalisaation nousu viime vuosikymmeninä hallitsevaksi tavaksi selittää ylikansallisia virtoja maailmassa. Amerikanisaatioon erikoistunut hollantilainen sosiologi Mel van Elteren (2010, 352) toteaa, että amerikanisaatio on ollut pitkään alisteinen käsite globalisaatiolle. Tai kuten joukkoviestintätutkija Colin Sparks (2007, 482) huomauttaa, globalisaation piti olla se käsite, joka kuvaisi nykyistä maailman tilaa kaikkein kokonaisvaltaisimmalla tavalla. Yhtenä globalisaatioteorian uranuurtajista pidetään brittisosiologi Anthony Giddensia (1990, 64), joka määritteli globalisaation maailmanlaajuisten sosiaalisten suhteiden tihentymiseksi toisistaan etäällä sijaitsevien paikkojen välillä siten, että pitkien matkojen päässä tapahtuvat asiat vaikuttavat paikallisella tasolla jossain toisaalla. Hieman tarkemman määritelmän esittävät esimerkiksi

politiikan tutkija David Held ja kumppanit (Held & al. 1999, 2), joiden mukaan globalisaatiossa on kyse maailmanlaajuisten keskinäisyyksien laajentumisesta, syventymisestä ja nopeutumisesta tavalla, joka koskee kaikkia nykyelämän ulottuvuuksia kulttuurisesta rikolliseen ja taloudellisesta henkiseen.

Globalisaation tutkijoissa herättämän alkunostuksen jälkeen globalisaatioteoriasta on ehditty löytää lukuisia aukkoja ja teoriat on alettu kaivata vaihtoehtoisia lähestymistapoja. Joukkoviestintätutkimuksen kentällä yksi kärkkäistä kritikoista on edellä mainittu Sparks (2007, 113), joka katsoo, että yksikään nykyisistä globalisaatioteorioista ei tarjoa riittävää ymmärrystä maailman tilasta. Hänen kritiikkinsä kohdistuu ennen muuta viiteen piirteeseen globalisaatioteoriassa. Näistä puutteista kolmen voi omalta osaltaan ajatella liittyvän myös amerikanisaatioon ja Yhdysvaltojen asemaan maailmassa. Ensimmäinen kritiikeistä koskee globalisaatioteorian väitettä, että maailmassa ei enää pitäisi olla yhtä keskusta. Sparks torjua väitteen toteamalla, että Yhdysvallat on edelleen poikkeuksellisen vaikutusvaltainen valtio maailmassa. Tämä näkyy hänestä esimerkiksi sen dominoivana asemana audiovisuaalisten tuotteiden markkinoilla. (Emt., 137.) Toinen kritiikki koskee väitettä, että mediatuotteiden markkinoilla maku ja tyyli eivät enää olisi sidottuja kansallisiin yleisöihin (emt., 137). Sparksin mukaan maailman kaupalliset keskuksat ovat kuitenkin laita-alueita hallitsevampia siinä, miten tuotteita kohdistetaan eri kansallisille markkinoille. Esimerkiksi Yhdysvaltoihin suunnatut tuotteet kohdennetaan voimakkaasti maan omille yleisöille. (Emt. 144–147.) Kolmanneksi globalisaatioteorian mukaan kansallisvaltioiden merkityksen piti olla vähenemässä niin politiikassa, taloudessa kuin kulttuurissa. Sparks kuitenkin huomauttaa, että esimerkiksi kansalliset sotilasmenot ovat kasvaneet viime vuosikymmenien aikana, minkä lisäksi kansallisvaltiot ovat edelleen olennaisimmassa roolissa esimerkiksi mediatuotteiden markkinoilla. (Emt., 137–138.)

Kansainvälisen politiikan professori Ray Kiely (2005, 3) puolestaan esittää, että vuoden 2001 syyskuun 11. päivän terrori-iskut Yhdysvalloissa muuttivat maailmaa globalisaation kannalta ratkaisevalla tavalla. Kansainvälisyyden tavoittelun sijaan valtiot alkoivat taas kääntyä sisäänpäin ja ihmiset keskittyä omiin intresseihinsä. Tätä tutkielmaa kirjoittaessa jo päivittäinen uutisanti on antanut enenevästi aihetta ajatella, että Kielyn runsas vuosikymmen sitten tunnistama kehitys on vain syventynyt. Kansallismielisyys ja maahanmuuton vastustus ovat nousussa länsimaissa, eikä kansainvälinen yhteistyö ole kovinkaan voimissaan. Iso-Britannia on eroamassa EU:sta, ja Donald Trump haluaa muuttaa kansainvälisiä kauppasopimuksia tiukasti Yhdysvaltain etujen mukaisiksi. Vaikka ihmiset ovat yhä tiiviimmin yhteydessä toisiinsa internetin välityksellä ja liikkuvat paljon

paikasta toiseen, globalisaatioteorian myönteiset ennustukset kasvavasta maailmanlaajuisesta yhtenäisyydestä näyttävät hyvin epätodennäköisiltä.

Globalisaatioteorian positiivisten teesien mukaan globaalien vaikutteiden piti levitä verkkomaisesti eri paikkojen välillä ja lisätä kansainvälistä yhteistyötä. Yksi teeseistä koski länsimaisten vaikutteiden vähenemistä ja keskusvetoisuuden katoamista. Vuonna 2019 tilanne ei kuitenkaan vaikuta tältä, vaan vaikutteet leviävät edelleen suuressa määrin tietyistä paikoista, erityisesti Yhdysvalloista. Liikenne- ja viestintäministeriö (Juntunen & Lagus 2015, 28–35) selvitti viimeksi vuonna 2014 muun muassa suomalaisten tv-kanavien tarjonnan alkuperää. Pohjoisamerikkalaista ohjelmistoa oli kanavilla 45 prosenttia ja kotimaisia ohjelmia 32 prosenttia. Loput 23 prosenttia oli Pohjoismaista, Euroopasta ja muualta maailmasta. Monet tutkijat panivat tämän epätasapainon merkille jo vuosikymmen sitten nostaten esiin Yhdysvaltojen poikkeuksellisen aseman maailmassa. Esimerkiksi Kiely (2005, 9) huomauttaa kriittisesti, että globalisaatio on uusliberalistisen kapitalismin määrittelemää ja suunniteltua tämän järjestelmän aseman vahvistamiseksi, osin suoraan Yhdysvaltojen hyvin aktiivisin toimenpitein. Poliitiikan tutkija Patrick Mendis (2005, 5) taas teki matkan eri puolille maailmaa tutkien, miten globalisaatio ilmenee eri paikoissa kiteyttäen näkemänsä niin, että ”globalisaatio on oikeastaan amerikanisaation jatke”. Historioitsija Richard Kuisel (2004, 106) puolestaan huomauttaa, että ”1900-luvun globalisaatiolla on ollut ... amerikkalaiset kasvot”, ja vastaavasti sosiologi Neil Smith (2003, 4) toteaa, että ”’globalisaatio’ on valmistettu Amerikassa”. Vastaavanlaisia toteamuksia löytyy tutkimuskirjallisuudesta lukuisia lisää.

Oma vaikutelmani on, että Yhdysvaltojen asemaa ja roolia suhteessa globalisaatioon – sen enempiä ilmiönä kuin käsitteellisenä terminä – ei ole globalisaatiota koskevassa tutkimuksessa selitetty kovinkaan aukottomasti. Pidän uskottavana esimerkiksi Sparksin kritiikkiä koskien sitä, että globalisaation myötä kulttuuriset vaikutteet alkaisivat virrata maailman eri osien välillä tasaisemmin. Tässä työssä lähdenkin siitä, että amerikanisaatio tarjoaa kansainväliseen kehitykseen ja kulttuuristen (media)vaikutteiden liikkeeseen kiinnostavan, globalisaatioajattelua täydentävän tai jopa sille vaihtoehdoisen näkökulman.

1.2. Tutkimuksen tavoitteet ja ydinkysymykset

Käsillä oleva pro gradu -tutkielma on luonteeltaan kuvaileva sikäli, että tavoitteeni siinä on selvittää, mitä amerikanisaatio tarkoittaa ja miten sitä käytetään käsitteellisenä terminä joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä.

Lähestyn edellä mainittuja kuvailevia kysymyksiä kahdella tavalla. Ensiksi luon yleiskatsauksen siihen, miten amerikanisaation käsitettä on tutkimusalan piirissä käytetty. Tämän teen lukemalla aiempia selvityksiä aiheesta sekä käymällä läpi alan keskeisiä jurnaaleja ja etsimällä niistä amerikanisaatiota käsitteleviä tutkimuksia ja artikkeleita. Kokoamalla amerikanisaation tutkimuksessa sovelletut näkökulmat luon amerikanisaation määrittelyjen lähemmälle tarkastelulle yleisluontoisen taustan.

Toiseksi selvitän suppean artikkeliaineiston pohjalta, miten amerikanisaatio ymmärretään, ja miten sitä käytetään käsitteellisenä terminä. Erittelemällä kuutta alan tieteellisessä jurnaalissa julkaistua artikkelia menen syvemmälle amerikanisaatiolle annettuihin merkityksiin. Tarkasteluni avulla pyrin yhtäältä ymmärtämään, mikä on käsitteen merkitysten olennainen ja yhteinen tai jaettu sisältö (so. onko sitä), ja toisaalta selvittämään, millaisia keskustelujuonteita käsitteen sisältöön liittyy. Myös vallan aspekti on mielestäni tärkeää sisällyttää mukaan tutkimuskysymyksiin siksi, että amerikanisaation problematiikassa on oleellisesti kyse juuri siitä.

Analyysiosuuteni metodina toimii organisaatio- ja prosessitutkimuksen kentällä kehitetty tulkitseva käsitetutkimus (ks. Lämsä & Takala 2008). Tässä lähestymistavassa käsitteet nähdään sosiaalisesti rakentuneiksi ja alati muuttuviksi. Käsitteiden merkitykset vaihtelevat eri käyttöyhteyksissä, eivätkä määrittelyt koskaan ole pysyviä tai lopullisia. Tämä tarkoittaa sitä, että jollekin tietylle käsitteelle ei ole hedelmällistä pyrkiä löytämään yhtä muuttumatonta merkitystä vaan po. käsitettä on mielekkäämpää tarkastella etsien sen ydinmerkityksiä ja niiden erilaisia rajapintoja. Myös amerikanisaation tapauksessa kyse on sen ymmärtämisestä, mikä käsitteen määrittelyissä on olennaisinta, ja millaisia keskusteluja käsitteen muista merkityksistä käydään.

Kuvatuista lähtökohdista työni tarkemmat tutkimuskysymyksetni ovat seuraavat:

1. Onko amerikanisaatiolle löydettävissä yhteinen käsitteellinen merkitysydin joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen tavoissa käyttää sitä? Jos on, mitä tämä ydinmäärittely sisältää?
2. Millaisia keskusteluja amerikanisaation käsitteen sisällöstä tutkimusteksteissä käydään eli millaisia merkitysulottuvuuksia käsitteen reuna-alueilta on löydettävissä?
3. Miten kysymys vallasta on esillä amerikanisaatiota koskevassa tutkimuksessa?

Näihin kysymyksiin pyrin vastaamaan erittelemällä lähempään tarkasteluun valitsemiani kuutta tutkimusartikkelia. Otteeni on luonteeltaan esimerkittävä ja havainnollistava jo siksi, että pienen

artikkelimäärän avulla ei ole edes mahdollista tavoitella laaja-alaista, saatika kokonaisvaltaista ymmärrystä amerikanisaation merkityksistä tutkimusalan kentällä. Peilaan erittelyssä tekemiäni havaintoja myös yleiskatsauksessani esiin nouseviin huomioihin.

Tutkimuskysymysteni tarkastelun pohjalta pohdin työn lopulla, miten amerikanisaation käsitettä voitaisiin jatkossa hyödyntää joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa. Myös tätä kysymystä puntaroidessani hyödynnän tekemääni yleiskatsausta amerikanisaation käsitteen käytöstä alalla.

1.3. Tutkielman rakenne

Tarkasteluni etenee siten, että seuraavassa luvussa 2 tarkennan ja taustoitan aluksi omaa tapaani käyttää amerikanisaation käsitettä tässä työssä. Amerikanisaatiolla viitataan yleensä nimenomaan Amerikan Yhdysvaltoihin, mutta tämän kytköksen voi nähdä myös kiistanalaisena, sillä maantieteellisenä yksikkönä Amerikka koostuu Pohjois-, Etelä- ja Väli-Amerikasta. Luon luvussa tiiviin katsauksen amerikanisaatioon ilmiönä. Käyn läpi amerikanisaation historiallisia taustoja aina Yhdysvaltojen synnystä kohti nykypäivää. Tällä tavoin pyrin havainnollistamaan, mistä amerikanisaatiosta on konkreettisesti kysymys. Samalla tarkasteluni tarjoaa ajallista ja käytännöllistä perspektiiviä ilmiön ymmärtämiseen.

Luvussa 3 tarkastelen amerikanisaation käyttöä käsitteellisenä terminä tutkimuksessa. Luon yleisluontoisen katsauksen käsitteen käyttöön rakentaen näin tutkielmalleni ikään kuin toisen taustoituksen. Esittelen lyhyesti amerikanisaation tutkimuksen historialliset aallot ja ihmistieteissä amerikanisaation tutkimuksessa vallalla olleet trendit amerikanisaatioon erikoistuneen sosiologi Mel van Elterenin (2006a) näkemyksiä seurailleen. Yleisemmistä tutkimuksellisista näkökulmista siirryn amerikanisaation käsitteen käyttöön joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa. Esittelen tällä kentällä tavallisimmat tavat käyttää amerikanisaation termiä. Luvun lopussa tiivistän yleisellä tasolla, millaisia artikkeleita amerikanisaatiosta on löydettävissä alan tieteellisistä jounaaleista. Katsausta varten kävin läpi amerikanisaatiota käsittelevät artikkelit viimeisen kahden vuosikymmenen ajalta 40 alan tieteellisessä jounaalissa tehden huomioita siitä, millaisissa yhteyksissä käsitettä on ollut tapana käyttää. Katsaus palvelee taustakankaana erityisesti sen pohtimiselle, miten amerikanisaation käsitettä voitaisiin jatkossa hyödyntää joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa.

Luvussa 4 esittelen tutkimukseni metodin eli tulkitsevan käsitetutkimuksen. Kyse on Anna-Maija

Lämsän ja Touko Takalan (2008) alun perin organisaatio- ja prosessitutkimuksen kentälle kehittelemästä metodista, jonka katson soveltuvan oman tutkielmani tapaukseen hyvin, sillä menetelmän tarkoituksena on auttaa selkiyttämään käsitteiden käyttöä. Valotan käsiteanalyysiä ja käsitetutkimusta luvussa monipuolisesti hahmotellen tällä tavoin työni kannalta toimivaa tapaa soveltaa tulkitsevaa käsitetutkimusta. Avaan luvussa yksityiskohtaisesti myös työni analyysiosuuden toteuttamisen.

Luvussa 5 esittelen työni aineiston ja sen koostamismenetelmän sekä perustelen aineistoni valinnan. Kävin läpi suuren määrän amerikanisaatiota käsitteleviä artikkeleita joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen alan tieteellisissä joulaleissa, ja valitsin tältä pohjalta aineistokseni kuusi amerikanisaatiota käsittelevää artikkelia aikaväliltä 1998–2018. Esittelen luvussa lyhyesti kunkin niistä, jotta lukija saa käsityksen, millaisia asioita artikkeleissa käsitellään ja mistä suunnasta amerikanisaatiota niissä lähestytään.

Luvussa 6 raportoin tutkimukseni tulokset ja vastaan tutkimuskysymyksiini. Erittelemällä ja tulkitsemalla artikkeleiden määritelmiä amerikanisaatiosta arvioin, mitä käsitteen kaikille artikkeleille yhteiseen tai jaettuun ytimeen voisi kuulua. Tämän jälkeen esittelen artikkeleiden muita näkökulmia amerikanisaatioon ja tarkastelen, millaisia keskusteluja käsitteen reuna-alueilla on viime vuosina käyty eli millaiset keskustelut käsitteeseen liittyen ovat tällä hetkellä olennaisia. Lopuksi pohdin, miten kysymys vallasta on läsnä valitsemissani artikkeleissa.

Luvussa 7 tiivistän analyysini keskeiset havainnot ja otan niihin reflektioivamman otteen. Lisäksi arvioin tutkimuskysymysteni tarkastelun pohjalta sitä, miten amerikanisaation käsite voisi jatkossa mahdollisesti palvella joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa. Palaan työn alussa esittämiini ajatuksiin amerikanisaation ja globalisaation suhteesta pohtien näiden kahden välisiä yhteyksiä.

Päätösluvussa 8 arvioin tutkielmani tekoprosessia ja erityisesti sitä, miten onnistuin työlle asettamissani tavoitteissa sekä mitä asioita olisin voinut tehdä paremmin tai toisin. Nostan lisäksi esiin, millaisiin uusiin tutkimusasetelmiin työni tulokset voisivat antaa aihetta.

2. Amerikanisaation vaiheet ja muodot

Tässä luvussa keskityn amerikanisaatioon ilmiönä. Aloitan määrittelemällä lyhyesti amerikanisaation ja selvittämällä tarkemmin, millaisia valintoja olen tehnyt koskien käsitteen käyttöä tässä tutkielmassa. Sen jälkeen siirryn esittelemään amerikanisaatiota ja erityisesti sen historiallisia taustoja. Aloitan Yhdysvaltojen synnystä ja siitä seuranneista tapahtumista, joiden myötä vaikutteet alkoivat kulkea uudelta mantereelta vanhalle. Tästä etenen aina nykypäivään asti.

2.1. Amerikanisaatio lyhyt määritelmä ja sen problematisointi

Jotta lukijalla on perusymmärrys siitä, mitä amerikanisaatiolla tarkoitetaan, on alkajaisiksi syytä määrittellä termi yleistajuisesti. *Oxford English Dictionary*n sanakirjamääritelmän mukaan amerikanisaatio on ”prosessi, joka tekee henkilöstä tai asiasta amerikkalaisen olemukseltaan tai kansalaisuudeltaan”². Amerikanisaatiota paljon tutkinut ja teoretisoinut sosiologi Mel van Elteren (2006a, 345) puolestaan esittää, että ”amerikanisaatiossa on kyse todellisista tai kuvitelluista vaikutelmista koskien amerikkalaisuuden leviämistä johonkin sosiaalisen kokonaisuuteen, materiaaliseen esineeseen tai kulttuuriseen toimintaan”. Tarkemmin ottaen amerikanisaatio on Van Elterenin (emt.) mukaan prosessi, jossa Yhdysvalloista lähtöisin olevat taloudelliset, teknologiset, poliittiset, sosiaaliset, kulttuuriset ja/tai sosiaalipsykologiset tekijät vaikuttavat vastaaviin elementteihin ei-amerikkalaisissa ihmisissä ja paikoissa. Nämä vaikutteet kulkevat muun muassa tuotteiden, kuvien, ideoiden, arvojen, ideaalien, teknologioiden, toiminnan ja käytöksen välityksellä. Van Elteren (2006a, 103–105) huomauttaa lisäksi, että amerikanisaation käsitteellä on periaatteessa ollut kaksi erilaista käyttöyhteyttä. Kansainvälisesti sillä viitataan useimmiten Yhdysvaltojen ulkopuolelle leviävään amerikkalaisuuteen, mutta Yhdysvalloissa termillä saatetaan tarkoittaa myös maahan tulevien ihmisten ja vaikutteiden amerikkalaistamista tai amerikkalaistumista.

Kiinnitän tässä työssä termin Amerikka, amerikkalaisuus ja amerikanisaatio tietoisesti Yhdysvaltoihin, ja viitataan sillä nimenomaisesti yhdysvaltalaiseen kulutustuotteiden ja populaarimedian ympärille rakentuvaan kulttuuriin. Ratkaisuni noudattaa Kielitoimiston linjausta, jonka mukaan”[n]imellä *Amerikka* tarkoitetaan maantieteellisesti Amerikan kaksoismannerta eli

² Ks. <http://www.oed.com/view/Entry/6347?redirectedFrom=americanization#eid>. Viitattu 26.2.2019.

Etelä- ja Pohjois-Amerikkaa. Puhekielessä *Amerikalla* tarkoitetaan usein pelkästään Pohjois-Amerikkaa tai vain Yhdysvaltoja, esimerkiksi *Amerikan siirtolaiset*".³

Vastaava termin käyttötapana on yleinen myös amerikanisaatiota koskevassa tutkimuksessa. Esimerkiksi Van Elteren (2006b) huomauttaa, että amerikanisaatiolla viitataan nimenomaan Amerikan Yhdysvaltoihin, vaikka maantieteellisesti ajatellen Amerikka on kokonaisuus, joka kattaa Pohjois-, Väli- ja Etelä-Amerikan. Käytännössä Yhdysvallat onkin onnistunut omimaan termin Amerikka pääosin omaan alueeseensa viittaavaksi. Van Elteren toteaa lisäksi, että usein Amerikalla viitataan vielä kapeammin valkoisten Yhdysvaltojen kulttuuriin, eikä esimerkiksi Yhdysvaltojen latinoita aina edes mielletä amerikkalaisen kulttuurin edustajiksi. (Emt., 2–3.)

Se, että maantieteellisesti laaja-alainen termi on alkanut viitata vain yhteen valtioon, ei ole merkityksetön seikka. En kuitenkaan problematisoi amerikanisaatio-termin vallankäyttöön ja politiikkaan liittyviä puolia näitä yleisluonteisia huomioita pidemmälle. Tätä ei pidä tulkita niin, että ajattelisin muiden Amerikan mantereiden olevan jollakin tavalla merkityksettömiä tai vain Yhdysvaltojen jatke. Kyse on amerikanisaatiota koskevassa tutkimuksessa vallitsevan käytännön seuraamisesta ja samalla siitä, että pystyn näin keskittymään varsinaisiin tutkimuskysymyksiini.

Suomenkielistä joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen alan tutkimusta amerikanisaatiosta on hyvin niukasti, ja kenties osin tästä johtuen virallista käännöstä englannin termille *americanization* ei ole kehittynyt. Amerikanisaation sijasta englanninkielisen termin suora käännös voisi olla esimerkiksi amerikkalaistuminen. Molemmat sanat puuttuvat Kielitoimiston sanakirjasta. Kumpikin voisi toimia varsin hyvin kyseisestä ilmiöstä puhuttaessa, mutta päädyin valitsemaan amerikanisaation. Se kuulostaa uskollisemmalta käännökseltä englannin termistä ja noudattaa lisäksi samaa käännöslogiikkaa kuin vaikkapa *globalisation* ja globalisaatio. Lisäksi historiantutkija Jukka Kortti (2003, 198-200) huomauttaa, että amerikanisaatio terminä kytkeytyy tässä muodossaan laajempaan *modernisaatioon*.

2.2. Amerikanisaation historialliset taustat Yhdysvaltojen synnystä nykypäivään

Lähden amerikanisaation historian tarkastelussa liikkeelle Yhdysvalloista ja tarkemmin ottaen Yhdysvaltojen itsenäistymisestä vuonna 1776. Uusi valtio oli kulttuurisesti ja maantieteellisesti

³ (Ks. <http://www.kielitoimistonohjepankki.fi/ohje/251>)

hajanainen, koska siellä oli runsaasti erilaisia väestönosia, kuten alkuperäisväestöä, valkoisia eurooppalaisia ja mustia orjia. Lisäksi suuren mantereen sisällä eri alueiden oli vaikea olla yhteydessä toisiinsa. Yhdysvaltojen hajanaisuus ja siihen liittyvät jännitteet johtivat lopulta sisällissotaan (1861-1865), jonka jälkeen valtio kaipasi kipeästi yhdistäviä tekijöitä. Historioitsija Robert W. Rydell ja Yhdysvaltoihin erikoistunut hollantilainen sosiologi Rob Kroes, joiden tutkimukseen tässä alaluvussa nojaudun, jäljittävät amerikkalaisuuden ja amerikanisaation juuret 1800-luvun lopulle, jolloin tapahtui paljon asioita, jotka lopulta johtivat monien sittemmin amerikkalaisiksi määriteltyjen piirteiden syntyyn (Rydell & Kroes 2005).

2.2.1. Amerikkalaisen massakulttuurin synty

Amerikkalaisen massakulttuurin synty juontaa juurensa siihen, kun 1800-luvun lopulla Yhdysvalloissa alkoi kehittyä eronteko työn ja vapaa-ajan välille. Esiteollisissa kulttuureissa työnteolla ja vapaa-ajalla ei ollut suoranaista eroa, vaan työtä tehdessä saatettiin harjoittaa samalla muita vapaamuotoisempia aktiviteetteja. Teollistumisen myötä työstä tuli organisoituneempaa ja samalla vapaa-aika piti rajata siitä erilleen. 1800-luvun lopussa tehdastyöläisten pitkät työajat alkoivat lyhentyä ja kysymykseksi nousi, mitä kaikella vapautuneella ajalla pitäisi tehdä. Lisääntynyt vapaa-aika tarjosi hyvää kohteen yritystoiminnalle. (Rydell & Kroes 2005, 53–54.)

Amerikassa suosiota alkoivat näyttää esimerkiksi vaudeville-esitykset, sirkus, friikkinäytökset ja pennilehdistö. Esitykset kohdennettiin suurelle yleisölle, koko keskiluokkaiselle perheelle. Esimerkiksi amerikkalainen liikemies P.T. Barnum keräsi kummajaisnäyttelyillään ja muilla huvituksillaan massayleisöjä eri puolilla Yhdysvaltoja. Suosion osasyynä oli näytävä mainostus. Samaan aikaan villin lännen ulkoilmaesitykset alkoivat luoda kuvastoa ”Amerikasta”, villistä lännestä ja sen sankareista. Eri puolilla maata järjestetyt maailmannäyttelyt esittelivät vieraita kulttuureita, ja samalla niissä rakennettiin amerikkalaista kulttuuria ja siihen liittyviä perinteitä. Huomattava määrä amerikkalaisista vieraili jossakin 1800-luvun lopulla järjestetyistä maailmannäyttelyistä, jotka näin palvelivat hajanaisen kansakunnan yhdistämisessä. Esimerkiksi Yhdysvaltojen lippuvala luotiin yhtä maailmannäyttelyä varten. Amerikanisaatio olikin aluksi amerikkalaisuuden etsintää kotikentällä sekä Yhdysvaltoihin muuttaneiden ihmisten amerikkalaistamista. (Rydell & Kroes 2005, 15–42.)

Myös kuluttamisesta alkoi muodostua tärkeä vapaa-ajan aktiviteetti Yhdysvalloissa. Suuriin kaupunkeihin perustettiin tavarataloja, jotka houkuttelivat keskiluokkaa kuluttamisen pariin.

Postimyynti kehittyi palvelemaan pikkukaupunkien ja maaseudun tarpeita. Samalla mainostuksen luonne alkoi muuttua. Enää ei keskitytty vain itse tuotteen mainostamiseen, vaan tuotteita alettiin mainostaa siitä näkökulmasta, millaisen ne ostajasta tekisivät. Kyse oli siirtymästä mielikuvamainontaan. (Rydell & Kroes 2005, 42–46.)

2.2.2. Amerikkalaisen kulttuurin ensimmäinen rantautuminen Eurooppaan

Rydellin ja Kroesin (2005) mukaan myös tuoreen amerikkalaisuuden ensimmäinen rantautuminen Eurooppaan lähti maailmannäyttelyistä, joissa esiteltiin amerikkalaista kulttuuria ja sen uusia keksintöjä. Erityisesti hevoshow Buffalo Bill's Wild West Show oli Euroopassa suosittu, koska se toi vanhalle mantereelle ensi kertaa kuvastoa amerikkalaisesta villistä lännessä, jossa valkoiset miehet sivilisoivat eksoottiset intiaanit. Villin lännen näytöksissä eurooppalaisia kiehtoivat erityisesti niiden kulttuurinen uutuus ja autenttiset elementit. Esimerkiksi intiaanit olivat oikeita intiaaneja ja puhvelit oikeita puhveleita. (Emt., 111–117.)

Elokuva oli kuitenkin se amerikkalainen media, joka iski vahvimmin läpi Euroopassa. Jo 1900-luvun alussa ennen ensimmäistä maailmansotaa amerikkalaiset elokuvat täyttivät yli puolet Ison-Britannian markkinaosuudesta. Samaan aikaan ensimmäinen maailmansota vielä jähdytti Euroopan elokuvatuotantoa verrattuna amerikkalaiseen tuotantoon antaen viime mainitulle kilpailuetua. Amerikkalaisten elokuvien voittokulku ei jäänyt koskemaan vain Eurooppaa, vaan niistä tuli hyvin suosittuja myös Latinalaisessa Amerikassa ja Aasiassa. (Rydell & Kroes 2005, 120–123.)

Rydell ja Kroes (2005) käyttävät vuonna 1915 levitykseen valmistuneen *Birth of Nation* -elokuva esimerkkinä siitä, miten elokuvat kantoivat mukanaan ideologioita, ja miten ne vaikuttivat ihmisten käytökseen. *Birth of Nation* näytti elokuvaan tottumattomille ihmisille "todenmukaisen" selityksen Amerikan synnystä, mutta samalla se kantoi mukanaan rasistisia ideologioita, jotka vaikuttivat asenteisiin mustia kohtaan. Tässä yhteydessä voi huomata, että ensimmäisen maailmansodan aikana amerikkalaiset eivät olleet välinpitämättömiä siitä, minkälainen kuva elokuvissa Yhdysvalloista annettiin, sillä erityinen sensuurilautakunta kävi läpi kaikki ulkomaille suunnatut elokuvat. Jos niissä annettiin lautakunnan mielestä tavalla tai toisella epäsuotuisa kuva Yhdysvalloista, niille ei annettu levityslupaa. (Emt., 123–133.) Ainakin *Birth of Nation*in rasistinen suhtautuminen kuitenkin läpäisi lautakunnan seulan.

2.2.3. Maailmansotien välinen aika

Maailmansotien välissä kulttuurituotteet kulkivat historioitsija Volker R. Berghahnin (2010) mukaan Atlantin yli molempiin suuntiin. Euroopasta vietiin Yhdysvaltoihin erityisesti korkeakulttuuria ja Yhdysvalloista tuotiin Eurooppaan populaarikulttuuria. Ensimmäisen maailmansodan jälkeen amerikkalaiset pyrkivät määrätietoisesti levittämään omia korkeakulttuurin tuotteitaan muihin länsimaihin, mutta niiden levittäminen ei sujunut kovin hyvin. Sitä vastoin populaarikulttuurituotteet, kuten jazz-musiikki ja elokuvat, alkoivat saavuttaa suosiota Euroopassa ilman vastaavia ponnisteluja. (Emt., 119.)

Koska amerikkalaisen massakulttuurin tarkoituksena oli alun perin ollut yhdistää oma kansakunta, sen tuotteisiin rakentui pyrkimys miellyttää kaikkia riippumatta rodusta, yhteiskunnallisesta asemasta tai sukupuolesta. Tämä piirre teki amerikkalaisesta massakulttuurista houkuttelevaa myös muualla maailmassa. Kulttuurituotteiden vetovoimaan yhdistyi niiden teollinen tuotantotapa, joka mahdollisti suurten tuotemäärien valmistamisen edullisesti. (Rydell & Kroes 2005, 166-169.)

Amerikkalainen massakulttuuri sai osakseen paljon kritiikkiä sekä Euroopassa että Yhdysvalloissa. Arvostelijoiden mukaan massakulttuurituotteissa määrä ja tuotannon tehokkuus ylittivät laadun, ja tuotteista tuli kaavamaisia. Amerikkalaisten väitettiin olevan kiinnostuneita vain rahasta ja kaikilla kulttuurituotteilla olevan ensisijaisesti kaupallinen tavoite. Erityisesti amerikkalaista elokuvaa arvosteltiin tiukasti. Elokuvatuotannon tarkoituksiperät nähtiin kiistatta kaupallisina, ja tämä muotitti eurooppalaisten kriitikoiden mielestä myös käsityksen kauneudesta. Amerikkalaiset älyköt olivat samaa mieltä eurooppalaisten kriitikoiden kanssa siitä, että massakulttuuri oli liian pinnallista. Amerikkalainen eliitti ei kuitenkaan halunnut kopioida eurooppalaista kulttuuria, vaan he olisivat halunneet luoda Yhdysvaltoihin oman monikulttuurisen kulttuurin, joka olisi perustunut massakulttuuria korkeampiin tavoitteisiin. (Rydell & Kroes 2005, 142–163.)

Rydell ja Kroes (2005, 163–168) toteavat, että massakulttuurin vastaanotossa muissa maissa ei ollut kyse suoraviivaisesta amerikkalaisten vaikutteiden omaksumisesta. He nostavat esiin useita esimerkkejä, joissa eurooppalaiset hyödynsivät amerikkalaisia kulttuurituotteita luoden niiden pohjalta jotakin uutta. Jotkut amerikkalaiset ilmiöt otettiin vastaan suurella innolla, ja niistä tuli välittömiä hittejä myös Euroopassa, kun taas toiset eivät ikinä oikein juurtuneet Eurooppaan. Esimerkiksi baseballista ei koskaan tullut suosittua urheilulajia Euroopassa (Schuetz 2010, 25).

2.2.4. Kylmä sota käännekohtana amerikkalaisuuden leviämisessä

Todellinen käänne amerikkalaisuuden leviämisessä tapahtui toisen maailmansodan jälkeen. Tällöin Eurooppa ja osa muustakin maailmasta oli raunioina, kun taas Yhdysvallat porskutti eteenpäin vahvemmin kuin koskaan aikaisemmin. Berghahn (2010, 108) nimeääkin nykyisen amerikanisaation alkupisteeksi juuri maailmansotien jälkeen alkaneen kylmän sodan. Tällöin Yhdysvallat pyrki hyvin tarkoituksellisesti lisäämään vaikutusvaltaansa lännessä samaan aikaan, kun Neuvostoliitto pyrki lisäämään omaa vaikutusvaltaansa idässä.

Amerikkalaisen sivilisaation ja joukkoviestinnän tutkijan John Deanin (1997) mukaan maailmansotien jälkeen harjoitettiin sekä virallista että epävirallista amerikkalaista propagandaa. Näkyvintä virallista propagandaa edusti Yhdysvaltojen tarjoama rahallinen Marshall-apu eurooppalaisille valtioille. Muu virallinen propaganda Euroopassa oli amerikkalaisten rahoittamaa yliopistojen välistä yhteistyötä ja muita vastaavia virallisia yhteistyöprojekteja. Propagandan epävirallinen puoli taas piti sisällään populaarikulttuurin ja sen myötä amerikkalaisen elämäntavan levittämisen Eurooppaan. Tämä koski esimerkiksi ajatuksia menestyksestä, joka perustuu tavaroiden ostamiseen. (Dean 1997, 12–13.) Yhdysvaltojen hallitseva asema elokuvamarkkinoilla alkoi kuitenkin herättää huolta Euroopassa, jossa pelättiin oman elokuvatuotannon jyräytyvän amerikkalaisen tuotannon jalkoihin. Laajemminkin kriittisesti suhtautuvat eurooppalaiset katsoivat, että amerikkalainen kulttuuri kyllä julisti yksilön vapautta, mutta itse asiassa se teki kaikista massaa. Amerikkalaiset puhuivat valinnanvapaudesta, mutta vaativat samaan aikaan muuta maailmaa seuraamaan Yhdysvaltoja muun muassa omaksumalla sen mallin mukaisen demokratian ja kapitalistisen järjestelmän. (Dean 1997, 17–18.)

Dean (1997) tekee rinnastuksen siirtomaavaltaan kirjoittaessaan reiteistä, joita pitkin amerikkalainen kulttuuri levisi Euroopassa toisen maailmansodan jälkeen. Eurooppalainen kolonisaatio oli perustunut yleensä hallinnon ja omistuksen kontrollointiin vallatussa paikassa. Deanin mukaan amerikkalainen kulttuuri sitä vastoin levisi jalkautumalla eurooppalaisten arkielämään. Heti toisen maailmansodan jälkeen amerikkalaisen kulttuurin jalkauttajina Euroopassa toimivat esimerkiksi amerikkalaiset sotilaat, jotka levittivät amerikkalaisia kulttuurituotteita sijoitusmaassaan. Turismi puolestaan alkoi kukoistaa 1970-luvulla amerikkalaisten vaurastuessa ja alkaessa tehdä lomamatkoja Eurooppaan, jossa heistä monien juuret olivat. (Emt., 14–17.)

Maailmansotien jälkeen elintaso Yhdysvalloissa oli korkeampi kuin Euroopassa, ja Yhdysvallat

herättikin Euroopassa toiveikasta kiinnostusta vauraammasta tulevaisuudesta. Talouden saralla eurooppalaiset olivat kiinnostuneet massatuotannosta jo 1900-luvun alussa, ja sotien jälkeinen talouden jälleenrakennus antoi mahdollisuuden tuoda Eurooppaan lisää amerikkalaisia tuotantomalleja. (Rydell & Kroes 2005, 104-105.) Yhdysvalloilla oli poikkeuksellisen suuri vaikutusvalta esimerkiksi Länsi-Saksan jälleenrakennuksessa. Saksa oli sodan jälkeen raunioina, ja kulttuurisesti se kaipasi kipeästi uutta suuntaa natsivuosien jälkeen. Erityisesti nuoret omaksuivat mielellään amerikkalaisia vaikutteita tehdäkseen pesäeroa vanhempiensa menneisyyteen. Nuoret katsoivat amerikkalaisia elokuvia, kuuntelivat amerikkalaista musiikkia ja pukeutuivat amerikkalaisiin vapaa-ajan vaatteisiin. (Schuetz, 2010.)

Van Elteren (2006b) toteaa, että amerikkalaisuus levisi Euroopassa erityisen vahvasti työväenluokkaan kuuluvien piirissä. Heille Amerikka edusti vapautta ja tasa-arvoa, parempaa elämää. Eri maiden eliitit puolestaan kammoksuivat amerikkalaisuutta. Heidän mielestään se oli yksinkertaista ja halpaa massakulttuuria. (Emt., 30.)

2.2.5. Kylmän sodan päättymisen ja digitalisaation aika

Kylmän sodan päättymistä voidaan pitää toisena käännekohtana amerikanisaation historiassa. Neuvostoliiton hajoamisen jälkeen Yhdysvallat jäi ensiksikin ainoaksi globaaliksi suurvallaksi, jonka asema maailmassa oli täysin poikkeuksellinen. Toisekseen internetin leviäminen ja digitalisaatio ovat tarjonneet myöhempinä vuosikymmeninä, eritoten 1990- ja 2000-luvuilla, uusia kanavia amerikkalaisuuden leviämiseksi. Internet sai alkunsa Yhdysvaltojen puolustusministeriön kehittämästä Arpanet-verkosta. Nykypäivänä internet on laajentunut maailmanlaajuiseksi verkostoksi, joka palvelee kommunikaatio- ja tiedonvälityskanavana. (Abbate, 2000, 2-4.) Yhdysvallat on edelleen tärkein internetin solmukohta, jossa sisältöä tuotetaan suhteessa huomattavasti enemmän kuin muualla maailmassa (Kroes 2004, 239). Internetin jättiläiset kuten teknologiayritykset Google ja Facebook ovat alun perin Yhdysvalloista, ja ne kontrolloivat myös jatkuvasti kasvavaa osuutta internetin mainosmarkkinoista. Ylipäätään internetin sisältöjen kustantaminen mainostuloilla on hyvin amerikkalainen toimintamalli. Sosiologi Rob Kroes (2004, 236) kytkeekin internetin ja amerikkalaisuuden yhteen suorasukaisella tavalla todetessaan, että internet on ehkä jopa kaikista medioista amerikkalaisin.

Viime vuosina monet ovat ennustaneet Yhdysvaltojen aseman lopulta heikkenevän muun maailman ottaessa sen taloudellista etumatkaa kiinni samalla kun globalisaatiosta on kaavailtu uutta

vallitsevaa maailmanjärjestystä. Kuten jo johdannossa esitin, ainakin toistaiseksi Yhdysvalloilla on kuitenkin edelleen hyvin vahva rooli maailman politiikassa ja taloudessa. (Sparks 2007, 141–144.)

Olen keskittynyt tässä luvussa amerikanisaation historiaan suhteessa eurooppalaisuuteen. Tämä johtuu siitä, että näiden kahden välistä asetelmaa näyttää tutkitun eniten ainakin niiden lähteiden perusteella, jotka itse sain käsiini. Eri maanosissa ja maissa amerikanisaatio näyttäytyy kuitenkin osin erilaisilla tavoilla. Esimerkiksi monissa Latinalaisen Amerikan maissa amerikanisaatio ilmenee vahvan taloudellisesti siten, että niissä on seurattu Yhdysvaltojen viitoittamalla uusliberalistisen kapitalismin tiellä (Klein 2007). Kiinassa amerikkalaiset vaikutteet ovat puolestaan levinneet osin samaan tapaan kuin Euroopassa. Kiinalainen keskiluokka pitää Yhdysvaltoja ihanteellisena maana, jonne lapset lähetetään opiskelemaan ja jonka arvomaailmaa innokkaasti kopioidaan. Myös osa Kiinan valtaeliitistä ihanoi Yhdysvaltoja ja erityisesti sen taloudellista menestystä, jota yritetään jäljitellä. Kaikki tämä herättää kuitenkin myös huolta, ja Kiinassa on myös vahva antiamerikkalainen liike. (Keping 2003, 132–138.) Afrikan amerikanisaatiosta en puolestaan löytänyt juuri lainkaan tutkimusta. Muutamissa löytämistäni artikkeleista käsitellään Etelä-Afrikkaa, joka epäilemättä on Afrikan valtioista länsimaisin.

3. Amerikanisaatio tutkimuksessa

Tässä luvussa lähestyn amerikanisaatiota historiallisesti kehkeytyneen ilmiön sijasta astetta analyttisemmalla otteella tarkastelemalla sitä akateemisen tutkimuksen kontekstissa. Tavoitteeni ei ole kaiken kattava kuvaus amerikanisaation tutkimuksesta vaan pikemminkin yleiskatsauksen tarjoaminen aiheeni kannalta relevanteilta kentiltä.

Olennessimmiksi taustoittavaksi käsitteiksi tutkielmani kannalta miellän kansakunnan ja globalisaation, joista globalisaatiota käsitteelin jo johdannossa. Lähden tässä luvussa liikkeelle erittelemällä teoreettisia näkökulmia kansakuntiin ja silmäämällä niiden suhdetta amerikanisaatioon. Amerikanisaatiohan on usein nähty ilmiönä, jolla on vaikutusta juuri muihin kansakuntiin ja niiden sisällä vallitsevaan kulttuuriin. Julkisessa keskustelussa amerikanisaatioon liittyy usein monenlaisia pelkoja siitä, kuinka amerikkalainen kulttuuri syrjäyttää muut kulttuurit.

Seuraavaksi esittelen amerikanisaatiota varsinaisemmin koskevaa tutkimusta. Nostan aluksi esiin pinnalla olevaa ja nähdäkseni oleellista amerikanisaatiota koskevaa tutkimusta ihmistieteiden piiristä yleisesti. Amerikanisaatio voidaan ymmärtää poikkitieteelliseksi käsitteeksi, ja tekemieni selvitysten pohjalta vaikuttaa siltä, että muilla ihmistieteiden aloilla amerikanisaatiota on käsitelty selvästi laajemmin ja monipuolisemmin kuin joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa. Tästä syystä yleiskatsaus amerikanisaation tarkasteluun ihmistieteissä on työn kannalta hyödyllinen. Tämän jälkeen siirryn esittelemään amerikanisaatiota koskevaa tutkimusta joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa. Käyn läpi alan kentältä löytyviä yleiskatsauksia, jotka valaisevat, miten amerikanisaation käsitettä on tutkimusalalla hyödynnetty.

Luvun lopuksi kohdennan huomion amerikanisaation tutkimukseen joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen piirissä selaamalla alan tieteellisiä joulaleja ja käymällä läpi niissä esiintyviä amerikanisaatiota koskevia artikkeleita. Tällä tavalla pyrin nostamaan näkyviin, mistä näkökulmista amerikanisaatiota on alalla konkreettisesti tutkittu viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana. Samalla tämä katsaus toimii pohjana, jolta valitsen työssä lähemmin tarkastelemani kuusi artikkelia.

3.1. Amerikanisaatio ja kansakunta

Nationalismiin erikoistunut politiikantutkija Benedict Anderson (1991/2006), jonka alun perin vuonna 1983 ilmestyneellä *Imagined communities* -teoksella on ollut huomattava vaikutus

joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen piirissä, määrittelee kansakunnan kolmen kriteerin perusteella. Kansakuntaa luonnehtivat rajat, jotka erottavat sen muista kansakunnista, mahdollisuus suvereneiteettiin eli itsehallintaoikeuteen sekä ajatus yhteisyydestä, joka sitoo kansakuntaan kuuluvat ihmiset yhteen. (Emt., 5–6.) Kansakunnan käsitteen voi katsoa liittyvän myös valtion käsitteeseen, mutta näiden kahden välille on tässä yhteydessä syytä tehdä ero. Saksalaisen sosiologin Max Weberin (2015) vuonna 1919 esittämän klassisen määritelmän mukaan valtio on organisaatio, jolla on valtamonopoli tietyllä alueella. Valtio on siis valtaa harjoittava instituutio, jonka tehtäviin kuuluvat lainsäädäntö, lainkäyttö ja -toimeenpanovalta. Jätän valtion käsitteen lähemmän pohtimisen oman tutkielmani ulkopuolelle, sillä se veisi tarkastelua teoreettisesti toisenlaisiin suuntiin.

Kansakuntia on joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa ja yhteiskuntatieteellisillä aloilla laajemmin käsitteellistetty toisistaan poikkeavilla tavoilla. Stephen B. Crofts Wiley (2004) erottaa aiemman tutkimuskirjallisuuden pohjalta viisi erilaista näkökulmaa siihen, miten kansakuntia on ollut tapana käsitteellistää joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa. Esittelen seuraavaksi Crofts Wileyn näkökulmat.

Crofts Wileyn erottama ensimmäinen näkökulma on kansakunta olemassa olevana yksikkönä, jonka olomuotoa ei kyseenalaisteta. Tämä on joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa yleinen näkökulma, ja sen pohjalta kansakunta ymmärretään jonkinlaiseksi säiliöksi, jonka sisällä sosiaalinen toiminta tapahtuu, mistä syystä sillä on myös ollut alan tutkimuksessa olennainen rooli. Kansakunta palvelee viestintätieteissä usein tietynlaisena vertailukohtana, johon muita sosiaalisia prosesseja ja rakenteita peilataan. (Emt., 78.) Esimerkiksi varhaisissa lehdistöä koskevissa teorioissa lehdistön roolia pohdittiin juuri suhteessa kansallisvaltion ja kansalliseen yleisöön. 1970- ja 1980-lukujen mediatutkimus puolestaan selvitti paljon television roolia kansallisen kulttuurin muokkaajana. Joukkoviestintätutkimuksen kentällä julkisen päiväjärjestyksen luomista koskevassa ns. agenda setting -tutkimuksessa on niin ikään keskitytty kansallisiin mediajärjestelmiin ja kansallisiin yleisöihin. (Emt., 79–80.)

Crofts Wileyn erottamassa toisessa näkökulmassa perinteiselle ajattelutavalle kansakunnasta voi löytää vastapainoa esimerkiksi kriittisestä historiantutkimuksesta ja kulttuurintutkimuksesta. Niiden piirissä ajatus kansakunnasta on problematisoitu ja huomio kiinnitetty siihen, millaiset prosessit itse asiassa luovat kansakunnan. (Crofts Wiley 2004, 82–84.) Lähtökohta resonoi Andersonin (2006) klassikkoteoksessaan esittämän ajatuksen kanssa, että kansakunnat ovat kuviteltuja yhteisöjä.

Kuviteltuja kansakunnat ovat hänestä siksi, että suurin osa niiden jäsenistä ei ole eikä koskaan tule olemaan tekemisissä toistensa kanssa. (Emt., 6.) Kansakuntaa sitoo pikemminkin yhteen ajatus siitä, että tietyllä ihmisryhmällä on jotakin yhteistä verrattuna joihinkin muihin ihmisiin. Medioilla on oleellinen osuus kuviteltujen yhteisöjen syntymisessä. Sanomalehdistön rooli oli keskeinen kansallisvaltioajatuksen synnylle Euroopassa 1800-luvulla (emt., 36), ja 2010-luvun lopulla internetin asemaa kuvitellun yhteisöllisyyden luomisessa ja ylläpitämisessä ei voi korostaa liikaa. Yleisemmin voi jopa väittää, että mikäli kansakuntaa lakataan kuvittelemasta ja esittämästä mediatuotteissa, se oikeastaan lakkaa olemasta. Näin ollen esimerkiksi Yhdysvallat olisi Andersonin tarkoittama kuviteltu yhteisö. Merkillepantavaa tässä yhteydessä on, että amerikanisaation tapauksessa kansakuntaa ei kuvitella vain kansakunnan sisällä vallitsevaksi yhteisyyden tunteeksi, vaan se kuvitellaan myös sen ulkopuolelta. Jokin mielletään amerikkalaiseksi siinä vaiheessa, kun se kohtaa jonkin, mikä koetaan tai näyttäytyy ei-amerikkalaisena.

Kolmanneksi Crofts Wiley esittelee kansakuntaa suhdenäkökulmasta lähestyvät teoriat kuten postkolonialistisen teorian ja kriittisen imperialismiteorian. Ne korostavat sitä, että kansakunnat syntyvät suhteessa muihin kansallisiin tiloihin. Ymmärtääksemme kansakunnan identiteettiä, taloudellisia tai teknisiä ominaisuuksia meidän on verrattava niitä johonkin, kuten muihin kansakuntiin. Esimerkiksi postkolonialistinen teoria liittää kansakunnat epätasa-arvoisiin historiallisiin tilanteisiin ja valtasuhteisiin. Nykyinen kansallisvaltiomalli levisi maailmanlaajuisesti alun perin eurooppalaisen siirtomaavallan seurauksena. Postkolonialismia tarkastelevassa tutkimuksessa nykyiset kansakuntiin liittyvät poliittiset, taloudelliset ja kulttuuriset olosuhteet kiinnittyvät edelleen eurooppalaisten valloittajien perintöön, mutta samalla ne ovat jatkuvan valtakamppailun ja neuvottelun alaisia. (Crofts Wiley 2004, 84.)

Crofts Wileyn esittelemä neljäs näkökulma on globasaatioteoria. Sen näkökulmasta on nostettu esiin kysymys alueellisen kansallisuuden ja koko kansakunnan idean murenemisestä johtuen siitä, että uudet kommunikaatiovirrat ovat avanneet mahdollisuuksia kiinnittyä toisenlaisiin yhteisöllisyyksiin. Tämä kehitys kyseenalaistaa kansakunnan kiinnostavuuden myös teoreettisena viitekehyksenä. (Crofts Wiley 2004, 86.) Samaan aikaan viestintäteknologioilla on ollut itsessään olennainen rooli globalisaatiokehityksessä, mikä osaltaan selittää globalisaation nousua viime vuosina tärkeäksi käsitteeksi myös joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa (emt., 78). Hyödyntäen Andersonin ajatusta kuvitelluista yhteisöistä sosiologi Arjun Appadurai (1990, 306-307) huomauttaa, että sanomalehdistö loi pohjaa modernien eurooppalaisten kansallisvaltioiden

kehitykselle, mutta tänä päivänä mediat eivät enää ole kansallisia. Crofts Wiley (2004, 83) puolestaan nostaa esiin kysymyksen, että jos kommunikaatiokanavat mahdollistivat ajatuksen kansakunnista, mitä merkitsee kansakunnille se, että nämä kanavat ovat nyttemmin muuttuneet ylikansallisiksi. Tämä onkin yksi kysymyksistä, jota on viime aikojen tutkimuksessa pohdittu paljon keskusteltaessa kansakunnista ja niiden suhteesta globalisaatioon. Crofts Wiley joka tapauksessa katsoo, että globalisaatioteorian piirissä kaivataan tuoreita ajatuksia koskien kansallisuutta, kansallisvaltioita ja niiden suhteuttamista maahanmuuttoon sekä kulttuurien monikerroksisuuteen ja niiden risteytymisiin (emt., 86–87).

Viides näkökulma kansakunnan ymmärtämiseen on Crofts Wileyn (2004) mukaan kontekstuaalinen kulttuuritutkimus, joka kohdistaa huomion siihen, millainen tilallinen ilmiö kansakunta oikeastaan on, ja miten se tällaisena muotoutuu. Crofts Wiley toteaa, että muissa neljässä ymmärtämistavassa säilyy dikotominen käsitys kansakunnasta ja jostakin, joka on sen ulkopuolella. Niiden pohjalta kansakunta on yleensä paikka, johon ulkopuoliset tekijät vaikuttavat. Kontekstuaalinen tutkimus sitä vastoin hylkää tällaisen ajattelutavan ja ymmärtää kansakunnan tilaksi, jonka sisälläkin eri ilmiöt virtaavat. Itse asiassa kansakunnat muodostuvat näiden virtojen risteyskohdissa. (Emt., 88–89.)

Huomionarvoista tässä yhteydessä on, että eri tavat käsitteellistää kansakuntia vaikuttavat tapoihin ymmärtää amerikanisaatio. Esimerkiksi ajatus kansakunnasta itsestään selvästi olemassa olevana yksikkönä ja ajatus siitä kuviteltuna yhteisönä suuntaavat huomion erilaisiin asioihin myös amerikanisaatiota koskien. Korostettaessa kansakuntien kuviteltua rakentumista ja niiden luonnetta historiallisina konstruktioina, joiden syntyyn ja muotoon media vahvasti osallistuu, päädytään keskusteluihin siitä, miten mediaympäristöjen kansainvälistyminen ja niihin liittyen globalisaatio tai amerikanisaatio vaikuttavat kansakuntiin ja kansallistunteisiin. Median vahva vaikutus kansakunnan olemassaoloon on usein myös syy, joka aiheuttaa pelkoja siitä, mitä tapahtuu, jos amerikkalainen mediasisältö dominoi mediamarkkinoita. Taustalla on esimerkiksi brittisosioologi Anthony Giddensin (1987) esiin nostama ajatus, että nationalismi tuottaa ontologista turvallisuutta. Toisin sanoen oletus kansakunnasta ja sen jakamasta yhtenäisyydestä tuottaa ihmisille perustavaa turvallisuuden tunnetta. Kun tätä nationalismiin tarjoamaa turvallisuutta uhkaa jokin, seuraa pelkoreaktio, jollaisen esimerkiksi amerikanisaatio usein vaikuttaa aiheuttavan. Postkolonialististen tai imperialismikriittisten teorioiden näkökulmat puolestaan kohdentavat huomion valtasuhteisiin ja vertailuun eri kansakuntien välillä. Näiden teorioiden näkökulmasta amerikanisaatiota voidaan lähestyä rakenteellisten valtasuhteiden kannalta. Globalisaatioteoriassa taas kiinnitetään vähemmän

huomiota kansakuntiin ja enemmän huomiota yhtäältä globaaleihin virtoihin ja toisaalta elettyihin paikkoihin. Huomattakoon, että erilaiset teorianäkökulmat eivät välttämättä sulje toisiaan pois, vaan ne voidaan nähdä osin päällekkäisinä tai toisiaan täydentävinä.

Pohdintaa olisi mahdollista laajentaa ottamaan huomioon, että vaikka amerikanisaation liittyy kysymykseen kansakunnista, siinä ei ole kyse vain niistä. Amerikanisaation voi itse asiassa ajatella sisältävän myös piirteitä, jotka eivät välttämättä liity millään tavoin kansakuntiin vaan pikemminkin esimerkiksi yksilöihin. Amerikkalaista kuvastoa israelilaisissa mainoksissa käsittelevässä tutkimuksessaan Avraham ja First (2003, 296) esimerkiksi toteavat, että israelilainen kulttuuri on säilyttänyt paikkansa vallitsevana kansallisena kulttuurina siinä missä amerikkalainen kulttuuri on ottanut paikkansa tietynlaisena kuluttamisen kulttuurina. Näin ollen vaikka amerikanisaatio koskee kulttuurisia ilmiöitä, nuo ilmiöt eivät välttämättä itsessään liity kansakuntiin ja ajatuksiin kansallisuudesta, vaan kyse on paljon monimuotoisemmasta problematiikasta.

3.2. Neljä lähestymistapaa amerikanisaatioon ihmistieteissä

Historioitsija Volker R. Berghahn (2010) tunnistaa kolme ajallista aaltoa amerikanisaatiota koskevassa tutkimuksessa. Ensimmäinen niistä ajoittuu 1900-luvun alkuun, jolloin termillä amerikanisaatio viitattiin Yhdysvaltoihin muuttaneiden ihmisten amerikkalaistamiseen. Termin merkitys oli siis hyvin erilainen kuin useimmiten nykypäivänä. Toinen tutkimusaalto sijoittuu maailmansotien väliin, jolloin Yhdysvallat pyrki käytännössä eristämään itsensä poliittisesti, mutta oli samaan aikaan silti vahvasti kulttuurisesti läsnä eri puolilla maailmaa. Tutkimuksen kolmas aalto viittaa aikaan toisen maailmansodan jälkeen, jolloin Yhdysvallat vakiinnutti asemansa todellisena suurvaltana, joka oli muuta maailmaa edellä niin teknologisesti, teollisesti kuin sotilaallisesti. Samalla Yhdysvallat hylkäsi eristäytymispolitiikan ja sitoutui Euroopan jälleenrakentamiseen ja oman geopoliittisen paikkansa ottamiseen maailmassa. (Emt., 108.)

Sekä historioitsija Richard Kuisel (2004) että sosiologi Mel van Elteren (2006a) ovat jäsentäneet tapoja, joilla amerikanisaatiota on lähestytty ihmistieteiden kentällä. Heidän luokittelunsa vastaavat paljolti toisiaan, mutta käsittelen tässä Van Elterenin erottamaa neljää lähestymistapaa, koska hänen artikkelinsa on hieman Kuiselin artikkelia tuoreempi. Lisäksi Van Elteren on oman kartoitukseni perusteella yksi laajimmin amerikanisaatioon perehtyneistä tutkijoista. Esittelen seuraavaksi Van Elterenin erottamat lähestymistavat.

Van Elterenin erottama ensimmäinen lähestymistapa amerikanisaatioon on kulttuuri-imperialismi. Tätä näkökulmaa korostavassa tutkimuksessa viitataan toimintoihin, joilla amerikkalaiset pyrkivät tarkoitushakuisesti ja päämäärätietoisesti levittämään kulttuuriaan muualle maailmaan samalla jopa tuhoten paikallisia kulttuureita. Tällaisesta toiminnasta on syytetty muun muassa Yhdysvaltojen hallitusta ja yhdysvaltalaisia suuryrityksiä. Kulttuuri-imperialistisesta ajattelusta tuli suosittua 1960-luvulla, jolloin Euroopassa oltiin huolissaan amerikkalaisten mediatuotteiden nopeasti kasvaneesta suosiosta. Kulttuuri-imperialismi on ollut valitseva lähtökohta esimerkiksi tutkimuksissa, joissa puhutaan kansainvälisten mediamarkkinoiden hallinnasta ja siitä, kuinka vahvasti amerikkalaiset tuotteet dominoivat eurooppalaisia markkinoita. Kaiken kaikkiaan eurooppalaisilla ja amerikkalaisilla on perinteisesti ollut syvästi toisistaan poikkeavat näkemykset audiovisuaalisen kulttuurin merkityksistä. Yhdysvalloissa mediatuotteet ovat yksi markkinatalouden kauppatavara. Euroopassa kulttuurituotteet sitä vastoin mielletään osaksi julkisuutta, ja sen puolestaan tulisi olla demokraattinen alue, jossa kaikkien äänet pääsevät kuuluviin. Nykyään kulttuuri-imperialismi-teesi alkaa olla harvinainen lähestymistapa tutkimuksessa, koska sitä pidetään liian mustavalkoisena. Kulttuuri-imperialistinen ajattelu ei esimerkiksi ota huomioon vastaanottajan aktiivista roolia kulttuuristen vaikutteiden omaksumisessa tai hylkäämisessä. (Van Elteren 2006a, 346.)

Toinen Van Elterenin erottama näkökulma amerikanisaatioon korostaa kulttuurista assimilaatiota, jossa amerikkalaisia vaikutteita omaksutaan paikallisesti, lainaten ja muokaten niitä niin, että lopulta syntyy uudenlaisia kulttuurisia sekoituksia. Tämän näkökulman mukaan vastaanottajat ratkaisevat aktiivisesti, mitä amerikkalaista he haluavat omaksua ja mitä eivät. (Van Elteren 2006a, 345–348.) Assimilaatiota korostava näkökulma oli Van Elterenin viidentoista vuoden takaisen arvion mukaan tavallisin lähestymistapa amerikanisaatiota koskevassa tutkimuksessa. Assimilaationäkökulmaan kääntymisen saattoi huomata esimerkiksi kulutusta koskevassa tutkimuksessa. Kun kulutukseen keskittyvä tutkimus oli aiemmin koskenut pitkälti instituutioita ja markkinoita, Van Elterenin esittäessä arvionsa tutkimuksessa oli alettu suunnata enenevästi huomiota kuluttamiseen yksilön kannalta ja tutkia sitä, millaisia merkityksiä yksittäiset ihmiset kuluttamiinsa tuotteisiin liittävät. Yksilöitä ei toisin sanoen enää pidetty vain passiivisina kapitalismin uhreina. (Van Elteren 2006a, 347.)

Toisaalta Van Elteren arvioi assimilaationäkökulmaa toteamalla, että tutkimuksessa pitäisi löytää tasapaino sen välillä, miten amerikkalaiset vaikutteet leviävät muihin kulttuureihin ja miten ihmiset myös vastaanottavat vaikutteita itse aktiivisesti. Liika aktiivisen assimilaation korostaminen nimittäin jättää hänen mielestään huomiotta amerikkalaisen kulttuurin mahdollisesti

homogenisoivat vaikutukset. (Van Elteren 2006a, 345–348.) Richard Kuisel (2004, 98) yhtyy Van Elterenin huoleen siltä osin, että assimilaation näkökulmaa korostettaessa ei hänestä saisi unohtaa amerikanisaation voimaa maailmaa muokkaavana ilmiönä.

Kolmas näkökulma amerikkalaisuuteen on Van Elterenin erottelussa transkulttuurisaatio. Siitä lähdettäessä hylätään ajatus kansallisvaltioihin sidotuista kulttuureista ja lähestytään kulttuureita alati muuttuvina ja neuvottelun alaisina hybrideinä virtoina. Ei toisin sanoen ole olemassa jotakin yhtä amerikkalaisuutta, joka leviäisi tai jota levitettäisiin muualle jostakin tietystä pisteestä. Globalisaation voi nähdä juuri transkulttuurisena ajattelutapana. (Van Elteren 2006a, 349–352.) Amerikanisaation käsite sitä vastoin juontuu länsimaiseen valtiokeskeiseen ajatteluun, jota Van Elteren pitää yhä kyseenalaisempana globalisoituvassa maailmassa (emt., 361). Toisaalta transkulttuurista ajattelutapaakaan ei hänen mielestään pidä viedä niin pitkälle, että amerikanisaatio ilmiönä katoaa näkyvistä (emt., 349–352).

Neljäs, Van Elterenin mukaan sangen harvinainen, lähestymistapa amerikanisaation tutkimiseen on sosiaalipsykologinen. Tästä näkökulmasta pohditaan, miten amerikanisaatio vaikuttaa yksittäisten ihmisten mieliin ja käytökseen. Ovatko esimerkiksi ihmisten arvomaailmat muuttuneet amerikkalaisemmiksi? Tämäntapainen tutkimus on Van Elterenin mukaan työlästä, koska ihmisten on hankala eritellä omaa ajatteluaan ja toimintaansa abstraktisti. (Van Elteren 2006a, 352–354.)

Van Elteren (2006a, 355) haluaa löytää esittelemiään neljää lähestymistapaa välittävän maaston, jossa Yhdysvaltojen merkitys muuta maailmaa muuttavana voimana tiedostetaan, mutta otetaan silti huomioon myös kulttuurin vastaanotto ja ihmisten aktiivinen rooli amerikkalaisuuden omaksumisessa. Kuisel (2004) on Van Elterenin kanssa pitkälti samoilla linjoilla toden, että Yhdysvallat voi nähdä sekä toimijana että mallina muulle maailmalle. Hän haluaa korostaa amerikanisaation luonnetta muutosvoimana. Kuisel menee runsaan vuosikymmenen takaisessa arviossaan niin pitkälle, että jopa huomauttaa amerikanisaation olevan yksi merkittävimpiä prosesseja, jotka muuttavat maailmaa. Hedelmällisen lähestymistavan amerikanisaatioon täytyy hänestä ottaa huomioon monitasoinen vuorovaikutus, joka jäsentää amerikkalaisen kulttuurin tuotantoa, levittämistä ja vastaanottoa sekä rakenteellisella että symbolisella tasolla. (Emt., 111.)

Kuvaamieni ajatusten pohjalta Van Elteren (2006a, 145–147) on kehittänyt oman mallinsa amerikanisaatiosta prosessina. Hän jakaa amerikanisaation kolmeen vaiheeseen, jotka ovat siirtäminen (transmission), ylikansallistuminen (transnationalisation) ja omaksuminen

(appropriation). Siirtäminen on sitä, että Yhdysvalloissa syntyy jotakin kulttuurisesti uutta, joka voidaan ikään kuin lähettää muualle. Ylikansallistuminen puolestaan tapahtuu niin sanotuilla kontaktivyyöhykkeillä, joilla amerikkalaiset vaikutteet kohtaavat ei-amerikkalaisen kulttuurin. Omaksuminen taas liittyy volyymiin, jolla amerikkalaisia vaikutteita tuodaan tai joilla niitä vastaanottavissa paikoissa sovelletaan.

3.3. Amerikanisaation käsitteen käyttö joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa

Seuraan joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen määrittelyssä Veikko Pietilän (1997) *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä* -teoksessa esittämää jaottelua. Laajimmillaan viestintätutkimukseen lukeutuu Pietilän mukaan joukkoviestinnällisten ilmiöiden tutkimuksen lisäksi myös ihmisten välisen kommunikaation tarkastelu ja siten esimerkiksi puheviestinnän tutkimus. Mediatutkimus-termi puolestaan Pietilän mukaan kiinnittää usein huomion mediaan teknis-kulttuurisena välityskoneistona. (Pietilä 1997, 11-12). Tältä pohjalta katson, että joukkoviestintä- ja mediatutkimus rajaa alueekseen mediaa koskevat joukkoviestinnälliset ilmiöt ollen kuitenkin perinteistä joukkoviestintätutkimusta laajempi kenttä, joka sisältää muun muassa internetin ja verkkoalustat.

Angloamerikkalaisen joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen yksi pitkän linjan keskeinen hahmo Denis McQuail (2008) esitti kymmenen vuotta sitten yhteenvedon amerikanisaation käsitteen käytöstä tutkimusalalla. Artikkelissaan McQuail puhuu alasta mediatutkimuksena ja esitellessäni hänen ajatuksiaan viittaan itsekin mediatutkimukseen. McQuail toteaa, että amerikanisaatio on ollut alan tutkimuksessa terminä läsnä viimeiset noin viisi vuosikymmentä vuotta mutta on kehittynyt heikosti käsitteenä. Sitä vastoin sen tarkoitteisiin viitataan useimmiten joidenkin muiden käsitteiden avulla. Yleensä amerikanisaatio liitetään joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa yhdysvaltalaisen median dominoivaan asemaan muissa maissa ja tämän mukanaan tuomaan mediasisältöjen yhdenmukaistumiseen. (Emt.)⁴

McQuail nimeää kolme pääasiallista yhteyttä, joissa termiä amerikanisaatio on tutkimusalalla käytetty. Ensinnäkin 1960-luvulla amerikanisaatiosta puhuttiin Euroopassa kulttuuri-imperialistisen keskustelun yhteydessä. Toisen maailmansodan jälkeen amerikanisaatioon liitettiin aluksi positiivisia konnotaatioita, kuten demokratian vahvistuminen ja yksilönvapauden lisääntyminen,

⁴ Kyseessä on verkkolähde, joten sivunumerot puuttuvat.

mutta hieman myöhemmin keskustelu sai negatiivisen sävyn, kun esiin nousi kritiikkiä amerikkalaisten arvojen tietoisesta levittämisestä muualle maailmaan. (McQuail 2008.)

Toiseksi amerikanisaatiolla on viitattu Yhdysvaltojen hallitsevaan asemaan mediatuotteiden markkinoilla toisen maailmansodan jälkeen eurooppalaisen mediatuotannon ollessa huonossa jamassa. Tilanne herätti huolestusta Euroopan maissa, joissa haluttiin pitää oma sisällöntuotanto elossa ja vahvistaa sitä. Kuten toin edellä esiin, eurooppalaisten kritikoiden mielestä amerikkalaisia tuotteita oli liikaa, ne olivat liian pinnallisia ja viihteellisiä, ja myös mainoksia oli liikaa. Toisin sanoen amerikkalaiset mediatuotteet eivät vastanneet eurooppalaisen julkisen palvelun median kriteereitä. (McQuail 2008.)

Kolmanneksi amerikanisaatio-termiä on käytetty puhuttaessa median lisääntyneestä vallasta ja siihen yhä vahvemmin liittyvistä liiketaloudellisista intresseistä, jotka ohittavat kansalaisten oikeuden saada tietoa ajankohtaisista asioista. Tältä osin tutkimus on keskittänyt huomion erityisesti poliittiseen viestintään, poliittisen osallistumisen vähenemiseen sekä yleisen yhteiskunnallisen kiinnostuksen ja luottamuksen horjumiseen. (McQuail 2008.)

McQuailin vuosikymmen sitten arvioimasta tilanteesta on ehditty tällä välin kulkea uudenvälisiin suuntiin. Yksi suunnanmuutos koskee hänen artikkelinsa lopussa esittämää arviota, että amerikkalaiset vaikutteet ovat viime aikoina vähentyneet, ja muu maailma on ottanut Yhdysvaltoja kiinni mediamarkkinoilla (McQuail 2008). Omien havaintojeni mukaan kehityssuunta on ollut osin toisenlainen kuin mitä McQuail ja monet muutkin samoihin aikoihin ennakoivat. Internetin, verkon sosiaalisen median ja suoratoistopalveluiden myötä amerikkalaisten voi nimittäin ajatella pikemminkin tiukentaneen otettaan maailman mediamarkkinoista, sillä suuri osa näistä palveluista on yhdysvaltalaisessa omistuksessa.

McQuail ei mainitse artikkelissaan Daniel C. Hallinin ja Paolo Mancinin (2004) *Comparing Media Systems* -teoksessaan hahmottelemaa teoriaa mediajärjestelmistä ja niiden kytköksistä poliittisiin järjestelmiin. Oman artikkelikatsaukseni perusteella Hallinin ja Mancinin vertaileva mediajärjestelmien teoria on kuitenkin usein läsnä tai vaikuttaa taustalla, kun tutkimusalan kirjallisuudessa puhutaan amerikanisaatiosta. Nostan esiin joitakin keskeisiä näkökohtia heidän jäsenyyksestään, sillä se toimii viitepisteenä monissa työn erittelyosuudessa käsittelemissäni artikkeleissa.

Hallin ja Mancini esittelevät mainitussa teoksessaan typologian kolmesta länsimaissa vaikuttavasta mediajärjestelmästä kiinnittäen huomiota siihen, miten nämä järjestelmät ovat sidoksissa poliittisiin järjestelmiin. Nämä järjestelmät ovat Pohjois- ja Keski-Euroopan demokraattis-korporatiivinen malli, Pohjois-Atlantin liberaali malli sekä Välimeren polaarisen pluralismin malli. He ottavat malleissaan huomioon neljä eri vertailukategoriaa: mediamarkkinoiden rakenteen, poliittisen parallellismin eli medioiden ja politiikan kytkökset, journalistisen ammattitaidon sekä sen, kuinka valtio osallistuu tai suhteutuu median toimintaan. (Hallin & Mancini 2004.)

Demokraattis-korporatiivista mallia luonnehtivat suuri sanomalehtien kulutus, historiallisesti poliittisesti sitoutunut lehdistö, joka on siirtynyt kohti kaupallista lehdistöä, vahva journalistien ammattitaito sekä valtion merkittävä rooli median säätelyssä, jonka julkilausuttu päämäärä on kuitenkin lehdistönvapauden suojeleminen. Liberaalissa mallissa sanomalehtiä puolestaan luetaan vähemmän kuin demokraattis-korporatiivisessa mallissa. Journalismi on markkinoiden hallitsemaa, eikä valtiolla ole roolia median toiminnassa. Liberaalissa mallissakin journalisteilla on vahva ammattitaito ja pyrkimys itsesäätelyyn. Polaarisen pluralismin mallille taas on tyypillistä vähäinen sanomalehtien kulutus, tiivis yhteistyö politiikan ja median välillä, heikompi journalistinen ammattitaito sekä valtion vahva rooli journalismin tukemisessa. (Hallin & Mancini 2004.)

Hallinin ja Mancinin (2004) vertaileva ja luokitteleva teoria liittyy amerikanisaatioon siten, että he ennakoivat Yhdysvalloissa vallitsevan liberaalin mediajärjestelmän mallin leviävän muualle maailmaan. Heidän jäsennyksensä on ollut keskeinen osa keskustelua siitä, miten amerikanisaatio toteutuu median kentällä. Viime vuosina on herännyt pohdintaa myös siitä, pitääkö Hallinin ja Mancinin ennakointi mediajärjestelmien amerikanisaatiosta ylipäättään paikkansa vai ei. (Ks. Esim. Kleis Nielsen 2009.)

3.4. Katsaus amerikanisaatiota käsitteleviin artikkeleihin mediatutkimuksen jurnaaleissa

Täydensin McQuailin (2008) katsausta amerikanisaation tarkastelusta joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä tekemällä kevyen selvityksen siitä, millaisia tutkimuksia amerikanisaatiosta on tutkimusalalla julkaistu viimeisen kahden vuosikymmenen aikana. Perinpohjaisen kartoituksen sijasta pyrkimykseni oli saada yleiskuva siitä, miten käsitettä on alan tutkimuksessa käytetty ja tunnistaa tältä pohjalta lähemmän käsitetarkastelun kannalta relevantit artikkelit.

3.4.2. Artikkelikatsauksen tulokset

Osoittautui, että valitsemissani joulaleissa oli amerikanisaatiota käsitteleviä artikkeleita tosiaankin niukasti. Yhteensä 40 joulaleissa oli vuosien 1998-2018 välillä julkaistiin 28 artikkelia, joissa amerikanisaatio oli artikkelin keskiössä, ja 431 artikkelia, joissa amerikanisaatio oli mainittu (ks. Liite 1 ja Liite 2). Tämä on linjassa McQuailin (2008) toteamuksen kanssa, että amerikanisaatio ei ole ollut joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa keskeinen tai vahva käsite. Löysin kuitenkin jonkin verran artikkeleita, joissa amerikanisaation käsite oli keskeisesti käytössä ja joiden lähtökohdissa oli yhteneviä piirteitä. Artikkeleista noin kolmanneksessa ei ollut lähtökohtien tasolla suoranaista yhtymäkohtia muiden artikkeleiden kanssa, eivätkä ne siten sijoittuneet mihinkään selvään kategoriaan.

Todettakoon, että katsausta tehdessäni aloin pohtia sitä, että suurin osa alan tärkeimmistä joulaleista julkaistaan Yhdysvalloissa (ks. Liite 1). Tämä herätti sen – kenties vainoharhaisen – ajatuksen, että jos merkittävimmät joulaleit ovat amerikkalaisia, amerikanisaatio ei niissä välttämättä näyttäyty kiinnostavana asiana, vaikka se sitä tieteen perspektiivistä laajemmin ajatellen saattaisikin olla.

Löysin kartoitusaikaväliltäni yhdeksän artikkelia, joissa termi amerikanisaatio liitetään poliittisessa viestinnässä tapahtuneisiin muutoksiin. Tällä artikkeleissa viitataan siihen, että poliittisen viestinnän muutokset muissa maissa seurailevat muutoksia, joita poliittisessa viestinnässä Yhdysvalloissa on tapahtunut. Tällaisia ovat esimerkiksi politiikan henkilöityminen ja viihteellistyminen sekä kampanjoinnin muuttuminen ammattimaisemmaksi ja kaupallisemmaksi. Kiinnostus suuntautui artikkeleissa usein jonkin maan poliittisen viestinnän mahdolliseen samankaltaistumiseen mainittujen piirteiden kanssa. Esimerkkinä voi mainita Winfried Schulzin, Reimar Zehin ja Oliver Quiringin (2005) artikkelin, jossa he selvittävät, miten äänestäjien käyttäytymisen muutokset Saksassa kenties mukailevat poliittisen viestinnän muutoksia Yhdysvalloissa.

Kuudessa artikkelissa amerikanisaatio yhdistettiin yhdysvaltalaisten mediatuotteiden hallitsevaan asemaan mediatuotteiden kansainvälisillä markkinoilla. Useimmiten artikkeleissa selvitettiin mediatuotteiden alkuperämaita jonkin yksittäisen maan markkinoilla. Yleensä kyse oli televisio-ohjelmien levi(t)ämisestä. Esimerkiksi Kelly Boyd (2011) tutki, miten amerikkalaisuus ilmeni BBC:n kanavilla 1940–1950-luvuilla. Hän tarkasteli sekä Yhdysvalloista tuotuja ohjelmia että niiden mahdollisia vaikutuksia Ison-Britannian omaan ohjelmatuotantoon. Boyd kuitenkin päätyy

toteamaan, että itse asiassa amerikkalaisten ohjelmien ”vieraus” oli omiaan tehostamaan brittiläisen kulttuurin sietokykyä sen kohdatessa muita kulttuureita. (Emt., 246.)

Kolmessa artikkelissa käsiteltiin amerikkalaisen journalismin mallien leviämistä muihin maihin. Tällä tarkoitettiin amerikkalaisessa journalismissa kehittyneiden työtapojen ja prosessien hyödyntämistä Yhdysvaltojen ulkopuolella. Esimerkkinä voi mainita Afonso de Albuquerque (2005) artikkelin, jossa hän selvitti amerikkalaisen journalismin mallien soveltamista brasilialaisessa journalismissa. Albuquerque tuli siihen tulokseen, että Brasiliassa amerikkalaisia malleja pikemminkin sovelletaan luovasti kuin että niitä toistettaisiin yksioikoisesti.

Loput artikkeleista käsitelivät yksittäisiä ilmiöitä, eikä niiden pohjalta ollut mahdollista muodostaa laajempia ryhmiä. Artikkeleissa käsiteltiin muun muassa amerikkalaisten arvojen ilmenemistä Simpsonit-televisiosarjassa, amerikkalaisen kuvaston hyödyntämistä israelilaisissa mainoksissa, kuuden maan mediajärjestelmien rakenteiden muuttumista yhdysvaltalaisen mallin mukaiseksi, joukkoviestintätutkimuksen kansainvälisen International Communication Association -yhdistyksen (ICA) jäsenten alkuperämaita sekä amerikkalaisen elämäntavan elementtien leviämistä Italiassa televisio-ohjelmien välityksellä.

Kartoittamistani artikkeleista voi tiivistää yhteenvetona sen, että yleensä niissä pantiin merkille jokin Yhdysvalloissa kehittynyt ilmiö, jonka leviämistä muissa maissa sitten tutkittiin. McQuailin (2008) huomion kanssa yhdensuuntaisesti amerikanisaatiota ei artikkeleissa lähestytty kovin käsitteellisestä näkökulmasta, eikä ilmiötä myöskään pyritty hahmottamaan laajempaa kokonaisuutena tai sellaisen osana vaan keskityttiin yksittäistapauksiin.

Koskien artikkeleita, joissa amerikanisaation käsite ei ollut keskeisessä roolissa, mutta joissa se kuitenkin mainittiin, tein huomion, että monissa näistä artikkeleista amerikanisaatio olisi voinut olla mahdollinen hyödynnettävä käsite, mutta sen sijasta hyödynnettiin muita tapoja käsitteellistää tarkastelussa olleita ilmiöitä. Saatettiin puhua esimerkiksi globalisaatiosta tai vaikkapa kaupallisten mallien leviämisestä mediamarkkinoilla. Erityisesti journalismia käsittelevissä artikkeleissa puhuttiin amerikanisaation sijasta usein yleisesti journalismin kaupallistumisesta. Tämä saa pohtimaan syitä siihen, miksi termiä amerikanisaatio välillä käytetään ja ollaan välillä käyttämättä. Mitä amerikanisaatio mahdollisesti tuo lisää käsitteenä tai mitä se rajaa pois? Palaan näihin kysymyksiin tutkielmani päätelmissä pohtiessani, voisiko amerikanisaatiolla olla nykyistä enemmän käyttöä käsitteenä joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa.

4. Käsitetutkimuksella amerikanisaatiota avaamaan

Nojaudun tutkielmassani sosiaalisen konstruktionismin mukaiseen käsitykseen siitä, että yhteinen todellisuutemme rakentuu sosiokulttuurisesti, sosiaalisessa ja kielellisessä vuorovaikutuksessa (Berger & Luckmann 1994). Viestiessämme muiden ihmisten kanssa tuotamme jatkuvasti uusia merkityksiä. Sosiaalinen konstruktionismi on osa yhteiskuntatieteissä 1960- ja 1970-luvuilla tapahtunutta kielellistä käännettä, jossa alettiin kiinnittää huomiota siihen, kuinka kieli rakentaa sosiaalista todellisuutta ja on siten tärkeä ottaa huomioon alan tutkimuskohteita määriteltäessä⁶.

Lähestyn myös amerikanisaation käsitettä sosiokulttuurisesti rakentuneena. Tieteellisessä tutkimuksessa käsitteitä ylimalkaan uusinnetaan jatkuvasti, ja niiden merkitykset muokkautuvat ja elävät. Siksi amerikanisaationkaan osalta ei ole hedelmällistä pyrkiä yhteen lopulliseen ja lukkoon lyötyyn määritelmään, vaan tavoitteena on ymmärtää paremmin käsitteen merkitysten moninaisuutta ja siinä tapahtuvia muutoksia.

Kuten johdantoluvussa muotoilin, haluan tutkielmassani saada otteen siitä, millaisia merkityksiä amerikanisaation käsite on joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa saanut, ja miten käsitettä sen piirissä käytetään. Metodiksi valitsin tulkitsevan käsitetutkimuksen, jonka periaatteet avaavat tuonnempana tässä luvussa. Menetelmät palvelevat keinoina saavuttaa tutkimukselle asetettuja päämääriä empiirisen aineiston avulla. Toisin muotoillen metodeilla haetaan vastauksia tietyistä tutkimuksellisista lähtökohdista asetettuihin kysymyksiin ja tuotetaan tällä tavoin uutta tieteellistä tietoa. Menetelmä valitaan siten, että se vastaa mahdollisimman hyvin asetettuun ongelmaan. Menetelmien taustalla vaikuttaa aina, julkilausutusti tai -piiloisesti, laaja-alaisempi metodologia, joka on kuin ohjekartta, jota seuraamalla esitettyyn kysymykseen haetaan valituin metodein vastauksia.⁷

Valitsemani tulkitseva käsitetutkimus on suomalaistutkijoiden Tuomo Takalan ja Anna-Maija Lämsän (2008) alun perin prosessi- ja organisaatiotutkimuksen kentällä kehittänyt menetelmä. Tulkitsevassa käsitetutkimuksessa ollaan kiinnostuneita käsitteiden tulkinnasta ja määrittämisestä. Lähestymistapa mielletään perinteisen käsitteanalyysin lähisukulaiseksi, mutta sillä on omat

⁶ Ks. https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_6.html Viitattu 5.2.2019.

⁷ Ks. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku>. Viitattu 26.4.2019.

erikoispiirteensä. Käsiteanalyysiä on kehitetty lähinnä hoitotieteen, kasvatustieteen, liiketalouden ja organisaatio- ja prosessitutkimuksen piirissä. Näiden alojen sisällä on koettu erityistä tarvetta yhdenmukaistaa käsitteistöä, koska käsitteiden yhdenmukainen käyttö on olennaista esimerkiksi alojen käytännönläheisen luonteen vuoksi. (Puusa 2008, 36.) Eri aloilla käsiteanalyysiä on kehitetty hieman erilaisiin suuntiin, ja ajoittain käsiteanalyysistä kirjoittaneiden tutkijoiden ajatukset ovat ristiriidassa keskenään. Käsiteanalyysille ei olekaan vakiintunut selkeitä metodisia ohjeita, mistä johtuen sitä ehkä myös käytetään tutkimuksessa lopulta vähän (emt., 36).

Valitsin tulkitsevan käsitetutkimuksen omaksi metodikseni siksi, että se vaikutti menetelmältä, jonka avulla pystyisin vastaamaan mielekkäästi amerikanisaatiota koskeviin kysymyksiini. Lisäksi tulkitsevan käsitetutkimuksen pyrkimys valottaa hienosyisemmin käsitteiden merkityksiä ja johdonmukaistaa käsitteiden käyttöä vastaa omia tavoitteitani tässä työssä. Tulkitseva käsitetutkimus lähestyy käsitteitä useasta näkökulmasta ja luo siten laaja-alaista ja monipuolista ymmärrystä valitusta käsitteestä ja sen käytöstä. Se sopii omaan tarkasteluuni hyvin siksikin, että tulkitsevassa käsitetutkimuksessa käsitteet ymmärretään joustavarajaisiksi. Kuten todettua amerikanisaation tapauksessa ei ole hedelmällistä pyrkiä tarkkaan ja tiukkaan määritelmään, josta tutkijat voisivat olla yhtä mieltä, vaan on mielekkäämpää yrittää saada ote käsitteen eri merkitysulottuvuuksista sekä tunnistaa rajapintoja, joiden avulla on mahdollista valottaa myös käsitteeseen sisältyviä valta-aspekteja.

Joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa ovat olleet suosiossa tietyt metodiset lähestymistavat, mediaesitysten tarkastelussa erityisesti kehysanalyysi ja diskurssianalyysi. Ne eivät kuitenkaan vaikuttaneet hedelmällisimmiltä vaihtoehdoilta silloin, kun kiinnostus kohdistuu – kuten tässä työssä – tutkimuksen omaan käsitteiden ymmärtämis- ja käyttötapaan.

Käsiteanalyysin kentällä on eriäviä mielipiteitä siitä, mikä rooli käsiteanalyysillä ja laajemmin ymmärretyllä käsitetutkimuksella oikeastaan tieteessä on. Käsiteanalyysi saatetaan nähdä esimerkiksi itsenäisenä tutkimusmetodina, tutkimusotteena tai aina läsnä olevana osana teoreettista tutkimusta (ks. esim. Puusa 2006, 36). Siinä missä perinteisen käsiteanalyysin voidaan katsoa olevan osa kaikkea teoreettista tutkimusta, Takala ja Lämsä (2008) ovat kehittäneet tulkitsevan käsitetutkimuksen nimenomaan metodiksi eli tutkimusmenetelmäksi. Hyödynnän tulkitsevää käsiteanalyysiä tässä jälkimmäisessä mielessä. Tämä tarkoittaa samalla sitä, että sivuutan

mediatutkimuksen kentällä käydyn teoreettisen keskustelun käsitteistä (po. keskustelusta alan kotimaisessa tutkimuksessa ks. Ridell, Väliäho & Sihvonen 2006).

Tässä luvussa käyn edellä hahmottelemistani lähtökohdista aluksi läpi käsitteen käsitettä ja luonnehdin käsiteanalyysiä yleisesti. Sen jälkeen esittelen käsiteanalyysin variaatioita kuten perinteistä käsiteanalyysiä, ja tarkennan lopulta huomion tulkitsevaan käsitetutkimukseen. Perinteisen käsiteanalyysin mallien valottaminen tulkitsevan käsitetutkimuksen ohella on tärkeää, sillä tulkitseva käsitetutkimus ei sulje sitä pois, ja toisaalta tulkitsevasta käsitetutkimuksesta metodina on tietääkseni julkaistu vain Takalan ja Lämsän teksti, joten sen soveltamista koskeva ohjemateriaali on niukkaa. Luvun lopuksi esittelen oman tapani soveltaa tulkitsevää käsitetutkimusta tässä työssä.

4.1. Käsitteiden luonne ja merkitys

Kielitoimiston sanakirjan mukaan käsite on ”ajattelun luoma abstraktinen hahmo, ajattelemalla tarkastettu mielle”⁸. Tieteen termipankissa käsite määritellään ”ajattelun perusyksikkönä tai ajatustiivistymänä”⁹. Liiketalouden kentällä vaikuttaneelle Juha Näsilälle (1983, 10) käsitteet ovat ”symboleina lingvistikalla tasolla esitettäviä ajatustason vastineita; mielikuvakoostumia ja merkityssisältöjä”. Tiivistäen käsitteiden yleisenä tehtävänä on Näsin mukaan (emt., 10) palvella ihmisiä ajattelussa ja viestinnässä. Tieteen piirissä käsitteitä voidaan kutsua ajattelun perusyksiköiksi (emt., 4). Käsitteiden avulla voidaan ymmärtää tieteellisen kiinnostuksen kohteita ja niihin liittyviä piirteitä ja kysymyksenasetteluja (Puusa 2008, 36). Esimerkiksi moni tieteellisen tutkimuksen tekemiseen tähtäävä harjoitus alkaa nimenomaan hyödyllisten käsitteiden kartoittamisella ja valinnalla.

Käsite on verbaalikielellinen ilmiö, ja kielellä puolestaan on kollektiivinen luonne. Kieli on olemassa, kun yksilöt puhuvat ja käyttävät sitä ilmaistakseen itseään ja viestiäkseen keskenään. (Puusa 2008, 37.) Käsitteet ovat siten välttämättömiä paitsi ajattelun myös muille viestimisen ja heidän kanssaan vuorovaikuttamisen kannalta. Jotta viestintä ja vuorovaikutus voisivat onnistua, eri tahojen pitää ymmärtää, miten käsitteitä käytetään. Näsi (1983) tekee erottelun käsitteiden

⁸ Ks.

<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?ListWord=käsite&SearchWord=käsite&dic=1&page=results&UI=fi80&Opt=1>. Viitattu 5.12.2018.

⁹ Ks. <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:käsite>. Viitattu 5.12.2018.

arkikielisen ja niiden tutkimuksellisen käytön välillä. Arkikielessä on esimerkiksi tavanomaista, että sanoilla on erilaisia merkityksiä eri tapauksissa. Tieteessä sitä vastoin vaaditaan käsitteiden merkitysten täsmällistä määrittelyä, koska tutkimuksen perustehtäviin kuuluu mahdollisimman hienovaraisen ymmärryksen saavuttaminen maailmasta. Huolellinen käsitteiden määrittely on siten hyvän tieteen edellytys. (Emt., 27.) Käsitteiden määrittely on tarkkaa puuhaa, ja vaikeuksia ilmenee nopeasti, jos käsitteen määrittelyä ei rajaa jonkin teoreettisen viitekehyksen pohjalta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara. 2009, 149). Käsiteanalyysi on erityisen tärkeää, kun tieteenalalla on koulukuntia, joissa samoja käsitteitä käytetään erilaisissa merkityksissä. Tieteenhistoriasta löytyy esimerkkejä, jotka havainnollistavat, että käsitteiden määrittelyn epämääräisyydet saattavat hidastaa koko tieteenalan kehitystä. (Emt., 148.)

Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2009, 145) tieteellisen kirjoittamisen oppaan mukaan käsitteet voidaan jakaa konkreettisiin ja abstrakteihin käsitteisiin. Konkreettisilla käsitteillä on tunnistettava vastine reaali maailmassa. Tällainen käsite olisi vaikkapa omena. Abstraktien käsitteiden viittaussuhteita sitä vastoin ei voi kokea välittömästi, sillä ne kuvaavat kohteitaan epäsuoremmin ja mutkikkaammin. Abstrakteja käsitteitä ovat muun muassa 'elämys' ja 'edistys'. Myös tutkimani amerikanisaatio on abstrakti käsite. Tieteen kentällä abstraktien käsitteiden määrittely ja analysointi on erityisen olennaista, koska niiden viittaussuhteiden ja ydinajatuksen ymmärtäminen on vaikeampaa kuin konkreettisten käsitteiden tapauksessa (Puusa 2008, 37). Käsitteen määritelmä antaa sille merkityksen. Määritelmä rajaa ja täsmentää. Samalla se luo normittavat suuntaviivat käsitteen käytölle. (Hirsjärvi ym. 2009, 152.)

4.2. Käsiteanalyysin tavoitteet

Käsitteiden erittelyllä voi olla erilaisia tavoitteita riippuen siitä, mistä käsiteanalyysin variaatiosta puhutaan. Juha Näsi (2002, 17) pitää perinteisen käsiteanalyysin tavoitteena tarkan ymmärryksen saavuttamista käsitteiden merkityksistä, jotta tutkijat voivat puhua ilmiöistä yhdenmukaisesti. Käsiteanalyysin avulla voidaan päästä ihannetilanteeseen siihen, että termit tarkoittavat kaikille tutkijoille samaa, jolloin myös yhteistyö eri tieteenalojen välillä helpottuu. Jos käsitteet on määriteltä tutkimuksen alussa hyvin, muut tutkijat voivat helposti ymmärtää mistä lähtökohdista tutkimus on tehty. (Puusa 2008, 36.) Käsitteiden erittelyn tarkoituksena voi olla myös tarkan operatiivisen eli mitattavissa olevan määritelmän muodostaminen. Tämä koskee usein tieteenaloja, joilla käsitteet pitää ymmärtää konkreettisesti ja mitattavasti. Tietyissä tapauksissa tarkoituksena voi olla myös ymmärtää paremmin itse ilmiötä, jota käsite pyrkii kuvailemaan. Yhteenvedona voi

todeta, että käsiteanalyysin tarkoituksena on ymmärtää paremmin käsitteiden piirteitä kielelliseltä kannalta ja luoda tätä kautta yhtenevyyttä käsitteiden käyttöön. (Emt., 38–39.)

Oma tavoitteeni on yhtäältä tunnistaa – tai tarkemmin ottaen muodostaa – jonkinlainen perusmäärittely sille, mitä amerikanisaatio käsitteenä tarkoittaa. Toisaalta haluan saada otteen siitä, millaisia eri ulottuvuuksia ja ristiriitaisuuksiakin amerikanisaation käsitteen käyttöön nimenomaisesti joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä sisältyy. Laajempi pyrkimykseni on hahmottaa, voisiko amerikanisaatio olla tutkimusalan kentällä nykyistä laajemmassa käsitteellisessä käytössä ja kenties miten.

4.3. Käsitteiden tutkimuksen eri variaatiot

Valotan tässä alaluvussa käsiteanalyysin variaatioita hyödyntämällä kauppatieteiden alalla vaikuttavien Ari Ahosen ja Tomi J. Kallion (2002, 16) esittämää luokittelua. He toteavat, että käsite- ja tekstintutkimusta voidaan lähestyä karkeasti kahdesta eri näkökulmasta, jotka ovat käsitteiden ja käsitejärjestelmien analyysi sekä teksti- ja diskurssinanalyysi. Rajaan teksti- ja diskurssinanalyysin tarkastelun ulkopuolelle, sillä se ei ole oman tarkasteluni kannalta olennainen. Sitä vastoin keskityn käsitteiden ja käsitejärjestelmien analysointiin. Käsitteiden ja käsitejärjestelmien analyysin Ahonen ja Kallio jakavat edelleen käsiteanalyysiin, visioivaan käsitetutkimukseen ja tulkitsevaan käsitetutkimukseen. Jonkinlainen käsiteanalyysi on osa lähes kaikkea tutkimusta, koska jotta ilmiöistä voidaan ylimalkaan puhua jäsenyteenä, käsitteet tulee määrittellä tarkasti. Kun käsiteanalyysi muodostaa itsenäisen tutkimuksen, voidaan alkaa puhua käsitetutkimuksesta. Tarkastelen seuraavaksi lyhyesti käsiteanalyysiä ja käsitetutkimusta, joita hyödynnän tässä työssä.

4.3.1. Käsiteanalyysi

Käsiteanalyysin taustat juontavat juurensa John Wilsonin (2005) hoitoalan teokseen *Thinking with Concepts*. Teoksessa Wilson haluaa kehittää tekniikoita, joiden avulla voidaan ymmärtää paremmin käsitteiden merkityksiä. Wilson tekee aluksi selväksi, että käsitteiden tutkimus pitää erottaa faktoja koskevista kysymyksistä ja arvokysymyksistä. Lisäksi käsiteanalyysiä tehdessä on hänestä ymmärrettävä, että yhtä oikeaa määrittelyä ei välttämättä ole. (Emt., 22–24.)

Wilsonille käsiteanalyysissä on tärkeää huomata erot käsitteen ytimen ja käsitteen reuna-alueiden välillä. Käsitteen ytimeen hän sijoittaa käsitteen olennaisimmat merkitykset ja reuna-alueille merkitykset, joiden kuuluminen käsitteen alaan ei ole kiistatonta. Eri merkitysten olennaisuuden ymmärtäminen on Wilsonin mukaan tärkeä osa hyvää analyysiä. Käsitteen merkityksiä voidaan pohtia käyttämällä hyväksi esimerkiksi mallitapauksia käsitteen käytöstä, vastakkaisia tapauksia, tapauksia, jotka jotenkin liittyvät käsitteeseen, rajatapauksia ja keksittyjä tapauksia. Wilsonin esittelemät työkalut tähtäävät näin ollen käsitteiden määritelmien tarkentamiseen. (Wilson 2005, 27.)

Edellä mainitsemani suomalaistutkija Juha Näsi (1983) on kehittänyt käsiteanalyysiä liiketaloustieteen tarpeisiin. Näsin mukaan käsitteitä muodostetaan pohdinnan kautta käyttäen hyväksi muita jo olemassa olevia käsitteitä sekä tutkijan omaa oivallusta. Näin ollen prosessi koostuu muiden ajattelun yhdistelystä ja sen jatkamisesta luovasti omalla ajattelulla. (Emt., 10.)

Näsi esittelee kaksi mahdollista mallia käsitteiden analysoimiseen. Niistä ensimmäinen koostuu neljästä vaiheesta. Ensin tässä mallissa muodostetaan analyysille tarvittava tietopohja selvittämällä mahdollisimman laajasti käsitteen siihenastista käyttöä. Mallin toinen ja kolmas vaihe ovat käsitteen sisäinen ja ulkoinen analyysi. Sisäinen analyysi on käsitteen purkamista osiin, ja ulkoinen analyysi koostuu käsitteen vertailusta sen lähikäsitteeseen. Mallin viimeinen vaihe on päätelmien muodostaminen käsitteen merkityksistä. Toinen Näsin esittelemä malli sisältää kolme vaihetta, jotka ovat problematisointi, eksplikointi ja argumentointi. Kyse on siitä, että aluksi muodostetaan ongelma ja pyritään ymmärtämään sen monimuotoisuutta. Sen jälkeen käsitteen käyttöä eritellään pyrkimyksenä muodostaa selväpiirteisempi ymmärrys käsitteen merkityksistä. Lopuksi tutkija esittää perustelunsa päätelmilleen ja argumentoi mahdollisia poikkeavia esimerkkejä vastaan. Näsin mukaan näitä kahta mallia voi käyttää myös lomittain. (Näsi 1983, 12-15.)

Kauppatieteiden tutkija Anu Puusa (2008, 41) puolestaan esittelee käsiteanalyysistä kahdeksanvaiheisen version, jonka vaiheet ovat:

1. Käsitteen valinta ja alkuperän tunnistaminen
2. Analyysin tavoitteiden asettaminen
3. Käsitteen erilaisten tulkintatapojen tarkastelu, erilaisten esimerkkien esille tuominen käsitteen käytöstä
4. Käsitteen ominaispiirteiden tunnistaminen ja kriittisten ominaispiirteiden nimeäminen
5. Malliesimerkin laatiminen
6. Lähikäsitteiden tarkastelu
7. Ennakkoehdojen ja seurausten kuvaaminen

8. Empiiristen tarkoitteiden nimeäminen

Merkillepantavaa tässä yhteydessä on, että Puusan erottamista vaiheista kaksi viimeistä vievät käsiteanalyysiä jo itsenäisen käsitetutkimuksen suuntaan.

4.3.2. Tulkitseva käsitetutkimus

Puusan (2008) mukaan käsitetutkimus eroaa käsiteanalyysistä siten, että siinä pohditaan käsitteiden erittelyn lisäksi tutkimuksellisia lähestymistapoja eli tarkastellaan esimerkiksi käsitemäärittelyjen taustalla vaikuttavia oletuksia. Käsitetutkimuksessa on toisin sanoen tarkastelun kohteena myös se, millaista sosiaalisen todellisuuden ilmiötä on tarkoitus kuvata, ja millaisista eri tutkimuksellisista lähtökohdista tarkastelu tapahtuu. (Emt., 38.)

Takala ja Lämsä (2008) lanseeraavat organisaatio- ja prosessitutkimuksen kentällä kapearajaisemman termin tulkitseva käsitetutkimus. He (emt., 387) määrittelevät tulkitsevan käsitetutkimuksen seuraavasti:

Tulkitseva käsitetutkimus on organisaatio- ja johtamistutkimuksen tulkitsevaan tutkimusparadigmaan kuuluva metodi, jossa ollaan kiinnostuneita kirjoitetussa, tekstuaalisessa muodossa olevien käsitteiden ja niiden määritelmien merkitysten tulkinnasta. Käsitteet ja niiden määritelmät ovat kontekstuaalisia ja niiden tulkinta on sidottu tutkijan valitsemaan teoreettiseen näkökulmaan tiukemmin tai väljemmin. Tulkitseva käsitetutkimus pyrkii joko kuvaamaan ja tulkitsemaan käsitteiden merkitysten kokonaisuutta, tai se pyrkii etsimään ja paljastamaan käsitteeseen ja sen määritelmiin sisältyviä ideologisia ja vallankäyttöön liittyviä merkityksiä.

Tulkitsevan käsitetutkimuksen aineisto koostuu tutkijoiden kirjoittamista teksteistä ja niiden sisältämistä määrittelyistä. Kuten jo aiemmin toin esiin, tässä lähestymistavassa käsitteet ja niihin liittyvät merkitykset nähdään sosiokulttuurisesti rakentuvina ja jatkuvasti muokkautuvina. Käsitteisiin liittyvät merkitykset muuttuvat eri yhteyksissä, ja merkitysten tulkinta kiinnittyy vahvasti näihin yhteyksiin. On syytä huomata, että tällainen lähtökohta avaa mahdollisuuden ristiriitaisiin ja osin vastakkaisiin tulkintoihin.

Takala ja Lämsä (2008) erottavat tulkitsevassa käsitetutkimuksessa neljä eri haaraa tai otetta. Ne ovat 1) käsitteistä ja niiden määritelmistä lähtevä heuristinen tulkitseva käsitetutkimus, 2) teoreettisesta näkökulmasta lähtevä teoreettinen tulkitseva käsitetutkimus, 3) kuvaileva tulkitseva käsitetutkimus käsitettä koskevan ymmärryksen lisäämiseksi ja 4) kriittinen tulkitseva

käsitetutkimus (emt. 385-386). Tässä tutkielmassa sovellan kahta viimeistä eli tulkitsevan käsitetutkimuksen kuvailevaa ja kriittistä otetta. Kuvailevaa tutkimusotetta soveltaessaan tutkija pyrkii löytämään, kuvaamaan ja tulkitsemaan tarkastelemansa käsitteen merkitysten kokonaisuutta. On myös mahdollista eritellä käsitteen merkitysten muutoksia. Tarkoitus on kaiken kaikkiaan muodostaa monipuolinen kuva käsitteen eri merkitysulottuvuuksista. Kriittisessä tulkitsevassa käsitetutkimuksessa tutkija puolestaan pyrkii selvittämään ja paljastamaan, merkitysten ideologisia ja valtasuhteisiin liittyviä määrittelyjä. (Emt., 385–386.) Tulkitsevaa ja kriittistä otetta hyödyntämällä kartoitan amerikanisaation merkitysten kokonaisuutta ja pyrin muodostamaan niistä jonkinlaisen yleiskuvan. Kriittinen lähestymistapa on amerikanisaation yhteydessä kiinnostava jo sikäli, että sen kuvaamaan ilmiöön liittyy paljon sekä kielteisiä että myönteisiä arvotuksia.

Millaisia asioita tulkitsevassa käsitetutkimuksessa sitten tarkastellaan? Ensimmäinen osa tulkitsevaa käsitetutkimusta on perinteinen käsitteiden analysointi. Lisäksi tarkoituksena on katsoa määritelmien taakse ja tehdä jotain tulkitsevampaa kuin vain taulukoida ja luokitella merkitysulottuvuuksia. Tavoitteena on pohtia määrittelyjen taustaolettamuksia. Tämä voidaan Takalan ja Lämsän (2008) mukaan tehdä esimerkiksi pohtimalla käsitteen määrittelijän ominaisuuksia, käsitteen syntyperää ja alkuperäiskontekstia sekä sen nykyisiä käyttöyhteyksiä. Teoriaan perehtyminen ja teoreettisen viitekehyksen ymmärtäminen ovat olennainen osa sitä, mihin käsitettä peilataan. Viitekehys kuvaa sitä, mihin aiempaan tutkimuksen tutkimus linkittyy. Käytännössä tutkimuksen tekemisessä on suuri rooli tutkijan aineistoa koskevilla havainnoilla. Niitä ovat esimerkiksi huomiot eri kirjoittajien välisistä samankaltaisuuksista tai ristiriidoista käsitteen määrittelyissä. Tällaisia havaintoja yhdistelemällä saavutetaan tarkempi ymmärrys käsitteen merkityksistä. (Emt., 380–384.)

Tulkitseva käsitetutkimus seuraa niin sanotun hermeneuttisen kehän periaatetta. Tutkija toisin sanoen tarkastelee käsitettä ja tekemiään tulkintoja koko ajan kriittisesti pohtien ja palaten aiempiin tulkintoihinsa ja tehden jatkuvasti uutta tulkintaa.¹⁰ Kierrosten määrä vaihtelee, ja tutkija joutuu tekemään jatkuvasti uusia tulkintoja. Kirjoittaminen itsessään toimii tulkinnan apuvälineenä, ja tutkimuksen aikana tutkija kirjoittaa jatkuvasti ajatuksiaan paperille. Myös turhat ja ”vääränlaiset” ajatukset on hyvä kirjoittaa ylös, jotta tutkija voi mahdollisesti tehdä uudenlaisia ja risteäviä

¹⁰ Ks. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/hermeneuttinen-tutkimus>. Viitattu 7.12.2018.

tulkintoja myöhemmin. Takala ja Lämsä (2008, 380) tiivistävät tulkitsevan käsitetutkimuksen idean seuraavasti:

Tulkitsevassa käsitetutkimuksessa asetetun tutkimusongelman ratkaiseminen merkitsee sitä, että havaintojen, vihjeiden, tuotettujen johtolankojen ja teoreettisen viitekehyksen vuorovaikutuksen perusteella tehdään merkitystulkinta siitä käsitteestä, jota on haluttu tutkia.

4.4. Kriittinen ote ja valta

Koska tavoitteeni on katsoa amerikanisaation käsitteen käyttöä myös kriittiseltä kannalta pohtien siihen liittyviä vallan aspektoja, on tarpeen silmäätä lyhyesti myös kysymystä vallasta. Kyseessä on yksi joukkoviestintä- ja mediatutkimuksenkin isoista problematiikoista, jota on teoretisoitu ja eritelty eri tavoin lukuisissa tutkimusperinteissä. Filosofin Bertrand Russell (1938) totesikin aikanaan, että valta on yhteiskuntatieteille, mitä energia on fysiikalle, sillä ihmisten ensisijainen impulssi elämässä on vallan hakeminen. Työni rajauksen ja tehtävänasettelun vuoksi en kuitenkaan paneudu vallan luonnetta ja dynamiikkaa koskeviin keskusteluihin vaan lähestyn asiaa sangen pragmaattisesti. Yleisesti voi joka tapauksessa sanoa, että kriittinen valtatutkimus pyrkii luomaan ilmöiden syvärakenteita ja nostamaan esiin niihin liittyviä erilaisia kytköksiä. Joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä yksi tavanomainen tapa on ollut tutkia mediaesitysten kielellisiä valintoja ja eritellä niistä valtaan liittyviä oletuksia. Valtaan kohdistuvan tutkimuksen intressinä ei useinkaan ole vain pätevän ja relevantin tiedon tuottaminen vaan myös oikeudenmukaisemman yhteiskunnan rakentaminen.¹¹

Poliittisessa taloustieteessä valtaa on usein lähestytty ilmiönä, jota on rajallinen määrä. Lisäksi vallan lisääntymisen yhdessä paikassa on nähty tarkoittavan samalla sen vähenemistä jossakin muualla. Valta nähdään tällöin niin sanotusti nollasummapelinä, jossa yhdellä osapuolella on valtaa ja toisella ei. Tämä lienee yleisin tapa puhua vallasta myös arkikielessä. Marxilainen näkemys vallasta edustaa poliittisen taloustieteen näkökulmaa, mutta maa-alueiden hallitsemisen sijaan tai ohella vallan nähdään liittyvän pääomaan ja työvoimaan. Nykyaikaisissa kulttuuriteorioissa puolestaan vastaavan tyyppinen ajatus on usein esillä muodossa, jossa yhteiskunnassa nähdään olevan hallitsevia ja tukahdettuja ryhmiä, joiden välillä ilmenee kamppailua vallasta. (Hartley 2004, 182.)

¹¹ Ks. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/kriittinen-tutkimus> Viitattu 1.2.2019.

Kielitieteilijä Bernadette Vine (2008)¹² määrittelee vallan yleistasoisesti epätasa-arvoiseksi suhteeksi kahden osapuolen välillä. Tässäkin tapauksessa kysymys on siis vallasta jonkin yli. Tällainen behavioristinen käsitys valtaan käsittää sen ilmiöksi, jonka voi havaita vallankäytön kohteen käytöksessä. Vine tarkentaa määrittelyä esittelemällä sosiaalipsykologien John R. P. Frenchin ja Bertram Ravenin [1959] klassiset viisi vallan tyypillisintä muotoa, jotka ovat legitiimi valta (valta aseman vuoksi), referentti valta (valta ja kyky suostutella muita ja vaikuttaa muihin), asiantuntijavalta (valta, joka tulee taidoista tai asiantuntemuksesta jollakin alalla), palkintovalta (valta, joka riippuu vallassa olevan henkilön kyvystä jakaa palkintoja) ja pakottava valta (valta, joka nousee negatiivisesta vaikutuksesta saada ihmisiä tekemään asioita).

Joukkoviestintä- ja mediatutkimuksenkin kentällä vaikutusvaltainen ranskalaisfilosofi Michel Foucault esitteli erilaisen näkökulman valtaan lähestymällä sitä nollasummapelin sijaan jonakin, mitä on yllin kyllin. Foucault'lle vallassa on kyse mahdollisuuksista tehdä pikemminkin kuin vallasta jonkin yli (Foucault 1984, 265-267). Joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa sekä marxilaiset että foucaultlaiset ajattelutavat ovat olleet yleisiä. Marxilaiset ajattelutavat ovat keskittyneet valtataisteluihin ja foucaultlaiset esimerkiksi tietoon, totuuteen, diskursseihin ja seksuaalisuuteen vallan areenoina. (Hartley 2004, 183.)

Strukturalistinen ymmärrys vallasta liittyy vallan erityisesti kielenkäyttöön ja kaikenlaiseen sosiaaliseen kommunikaatioon. Kaiken viestinnän ja kielenkäytön takaa löytyy tämän käsitystavan mukaan ideologioita ja arvoja, jotka vaikuttavat ihmisten käsityksiin asioista ikään kuin heidän selkänsä takaa. Strukturalistinen valtakäsitys löytyy esimerkiksi sellaisen kriittisen analyysin taustalta, jossa tutkitaan, miten ne, joilla yhteiskunnassa on valtaa, viestivät ja uusintavat viestinnässään olemassaolevia valtasuhteita. (Vine 2008.)

Median tapauksessa on puhuttu esimerkiksi symbolisesta vallasta. Sosiologi John Thompson (1995, 17) määrittelee symbolisen vallan valtana vaikuttaa tapahtumien kulkuun, valtana vaikuttaa muiden tekoihin ja valtana luoda tapahtumia tuottamalla ja lähettämällä symboleita. Ranskalais sosiologi Pierre Bourdieu (1991, 166) vei tämän luonnehdinnan askelen pidemmälle todetessaan, että symbolinen valtaa on valtaa muokata todellisuutta. Joukkoviestintää ja mediaa tutkittaessa ovat

¹² Kyseessä on verkkolähde, joten sivunumerot puuttuvat.

olleet paljon esillä esimerkiksi kysymykset siitä, miten mediat vaikuttavat ihmisten tapoihin käyttäytyä ja ymmärtää todellisuutta (Couldry 2017).

Amerikanisaation tapauksessa vallankäyttöä on mahdollista lähestyä useista näkökulmista. Ensinnäkin amerikanisaation reaali maailman ilmiönä voi nähdä epätasa-arvoisena valtasuhteena, jossa on jollakin on valtaa toisen yli. Toiseksi amerikanisaatiota assimilaatiota korostavasta näkökulmasta voidaan ajatella, että vastaanottavilla mailla on valtaa aktiivisesti muokata amerikkalaisia vaikutteita. Kolmanneksi amerikanisaation tutkimukselliset määrittelyt osallistuvat valtasuhteiden luomiseen, ylläpitämiseen tai haastamiseen sitä kautta, miten kyseistä ilmiötä käsitteellistetään. Erittelyosuudessa pyrin tarkastelemaan valtaa näiltä kaikilta kannoilta.

4.5. Käsitetutkimus tässä työssä

Paneuduttuani käsitetutkimukseen päädyin luomaan sen pohjalta oman mallini. Muotoilemani malli toimi jäsentäjänä analysoidessani lähemmin kuutta joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentälle sijoittuvaa tieteellistä artikkelia. Mallin ja sen soveltamisen vaiheet olivat seuraavat:

- 1. vaihe.* Artikkeleiden sisältämien amerikanisaation määritelmien kokoaminen ja sen tarkastelu, mikä määritelmille on yhteistä ja mitä eroja niiden välillä on. Amerikanisaation käsitteen määrittelyllisen ytimen muodostaminen yhdistävien piirteiden pohjalta.
- 2. vaihe.* Kaikkien (muiden) amerikanisaatioon liittyvien viittausten poimiminen artikkeleista. Viittausten ryhmittely taulukkoon eri yläkategorioiden alle. Kategorioita olivat muun muassa assimilaation näkökulma ja amerikanisaation suhteet kulutuskulttuuriin. Näistä kategorioista muodostuivat lopulta käsitteen reuna-alueet eli amerikanisaation saamien merkitysten neuvottelunvaraiset asiat. Selvitin, löytyikö niiden väliltä selviä yhtenevyyksiä sekä millaisia erilaisia asioita artikkelit toivat kategorioista esiin. En pyrkinyt tekemään suuria yleistyksiä, sillä valitsemieni artikkeleiden määrä oli siihen aivan liian pieni. Tarkoitukseni oli ennen muuta kartoittaa käsitteen käytön moninaisuutta.
- 3. vaihe.* Artikkeleiden määrittelyjen suhde teoriaan. Pohdin, millaisiin teoreettisiin viitekehyksiin määrittelyt eri artikkeleissa linkittyivät.
- 4. vaihe.* Pohdinnan laajentaminen koskemaan artikkeleiden konteksteja. Kuka artikkelit on kirjoittanut, millä kentällä ja milloin? Millaisia taustaolettamuksia kirjoittajilla näyttäisi olevan? Millaisia muita tekstejä he ovat kirjoittaneet ja mitä ne heistä kertovat? Tavoitteena

saada laajemmin otetta siitä, mistä lähtökohdista artikkelit on kirjoitettu ja pohtia lähtökohtien mahdollisia seurauksia amerikanisaation määrittelylle.

5. *vaihe*. Kriittinen pohdinta koskien artikkeleiden näkemyksiä amerikanisaatiosta. Pohdin yhtäältä sitä, millaisia konkreettisia amerikanisaatioon ja valtaan liittyviä seikkoja artikkeleissa nostetaan esiin. Toisaalta puntaroin, millaisia vallan aspekteja sisältyy artikkeleiden käsitelmäärittelyyn. Kriittinen osuus oli vain yksi osa analyysiäni, enkä mene siinä niin syvälle kuin olisi mahdollista. En esimerkiksi tutkinut yksittäisiä sanavalintoja ja niiden konnotaatioita, vaan liikuin yleisemmällä tasolla.
6. *vaihe*. Tekemieni huomioiden, tulkintojen ja pohdintojen vetäminen yhteen ja laajemman yleiskuvan muodostaminen amerikanisaation käsitteen merkityksistä alan tutkimuksessa. Päätelmien tekeminen tältä pohjalta.

5. Eriteltävät artikkelit

Kuten luvussa 3 kerroin, yleiskatsausta amerikanisaatiosta laatiessani hyödynsin SJR-ranking-palvelua. Koska kyseisen haun tulokset saivat minut epäilemään, että nimekkäimpien journalien ulkopuolelle saattoi jäädä kiinnostavia artikkeleita, täydensin sitä hakemalla amerikanisaatiota käsitteleviä tieteellisiä artikkeleita myös Tampereen yliopiston kirjaston Andor-tietokannasta hakusanalla ”americanization”. Kyseinen tietokanta tarjoaa linkkejä internetin suurimpiin akateemisiin tietokantoihin. Lähempään tarkasteluun valitsemani artikkelit löytyivätkin näitä kahta hakutapaa yhdistämällä. Tästä huolimatta mahdollisten artikkeleiden määrä ei lopulta ollut kovin suuri. Noin kolmestakymmenestä artikkelista valitsin lopulliseen käsittelyyn siis kuusi artikkelia. Määrä vaikutti sopivalta, koska halusin syventyä amerikanisaation määritelmiin artikkeleissa yksityiskohtaisesti, mikä ei olisi ollut suuremmalla artikkelimäärällä mahdollista. Toisaalta kuusi artikkelia on määrällisesti vähän, mikä voi herättää ajatuksen, onko tältä pohjalta ylimalkaan mahdollista tehdä johtopäätöksiä esimerkiksi amerikanisaation käsitteen ydinalueesta. Koen kuitenkin, että vaikka lopullisia johtopäätöksiä amerikanisaation määrittelystä ja sen käytöstä käsitteenä ei tutkielmani artikkelimäärällä voi tehdä, se mahdollistaa paitsi käsitteen käytön moninaisuuden myös määrittelyille yhteisten elementtien tunnistamisen. Sen huomioon ottaminen, kuinka paljon yhteistä määrittelyissä valitsemisani artikkeleissa on, puolestaan voi antaa osviittaa siitä, millaista yhteistä ainesta määrittelyissä kenties laajemminkin on.

Tärkeimmät valintakriteerini artikkeleille olivat, että niissä käsiteltiin amerikanisaation käsitettä riittävän paljon ja monipuolisesti, ja että artikkelit lähestyivät amerikanisaatiota toisistaan poikkeavista näkökulmista. Pyrin esimerkiksi ottamaan mukaan sekä artikkeleita, joissa käsitellään journalismia, että artikkeleita, joissa käsitellään poliittista viestintää ja populaarikulttuuria. Artikkelit jakautuvat sangen tasaisesti aikavälille 1998–2018. Halusin mukaan myös kohtalaisen tuoreita artikkeleita siksi, että kansainvälistyminen ja verkottuminen ovat viime vuosikymmeninä voimistuneet vauhdilla, minkä voi olettaa muokanneen reaali maailman ilmiöksi ymmärrettyä amerikanisaatiota. Kehitys nousee oletettavasti esiin tuoreemmissa tutkimusartikkeleissa.

Valitsemani artikkelit on julkaistu alan eri tieteellisissä jurnaaleissa, jotka ovat *Communication*, *Culture and Critique*, *Historical Journal of Film, Radio and Television*, *The International Journal of Press/Politics*, *Asian Journal of Communication*, *Journal of Communication* ja *Nordicom Review*. Kaikissa valitsemisani artikkeleissa on lähtökohtana amerikanisaation ilmeneminen ja ilmiön voimakkuus. Kuten todettua, aihealueiden kirjo on laaja; tarkoituksella yksi artikkeli

käsittelee poliittista viestintää, yksi journalismia, yksi mainoksia, yksi poliittisia mainoksia, yksi media-alan rakenteita ja yksi elokuvaa. Yksi valitsemistani artikkeleista on kirjoitettu historiallisesta näkökulmasta, ja siinä peilataan paljon myös sitä, mitä amerikanisaation aikoinaan ajateltiin olevan. Esittelen artikkelit seuraavassa lyhyesti edeten vanhimmasta uusimpaan, jotta lukija saa jonkinlaisen käsityksen siitä, mistä niissä on sisällöllisesti kysymys. Tuloksia purkaessani viittaan artikkeleihin tutkijoiden sukunimillä sekä numerokoodeilla (a1-a6).

1. Americanization of Korean Political Advertising (*Asian Journal of Communication*, 1998) (a1)

Lee, Kaid ja Tak tutkivat artikkelissaan Etelä-Korean vuoden 1992 presidentinvaalien mainoksia maan televisiossa selvittäen, noudattavatko korealaiset poliittiset mainokset amerikkalaista kampanjointityyliä. Kirjoittavat päätyvät siihen, että korealaiset poliittiset mainokset muistuttavat paljon amerikkalaisia mainoksia, mutta myös joitakin eroja on havaittavissa. Eteläkorealaisen kulttuurin tietyt piirteet ovat säilyneet mainoksissa. Kirjoittajien laajempi johtopäätös on, että amerikanisaatio vaikuttaa länsimaisten yhteiskuntien ulkopuolella.

2. "I Buy American": The American Image as Reflected in Israeli Advertising (*Journal of Communication*, 2003) (a2)

Eli Avraham ja Anat First selvittivät artikkelissaan, onko amerikkalainen kuvasto lisääntynyt Israelin sanomalehtimainoksissa 1990-luvun kuluessa. He tutkivat sanomalehtimainoksia vuosilta 1990 ja 2000 tarkastellen määrällisesti englannin kielen osuutta, Yhdysvaltojen lipun näkymistä, Yhdysvaltojen poliittisen johtajuuden ilmenemistä ja Yhdysvaltojen kadonneiden rajojen representaatiota laskien näiden prosentuaalisen osuuden muutosta tarkasteluajankohtien mainoksissa. Tutkijat havaitsivat amerikkalaisen kuvaston lisääntyneen selvästi ja päättelevät tältä pohjalta, että amerikkalaisuus on vallannut Israelissa yleisemminkin suuremman roolin. He kuitenkin huomauttavat, että israelilaisen identiteetin kulmakivet ovat edelleen vahvasti olemassa. Avraham ja First katsovatkin löytäneensä tietynasteista 'glokalisaatiota' (glocalisation), jossa maailmanlaajuinen (global) ja paikallinen (local) eli tässä tapauksessa israelilainen kulttuuri elävät rinta rinnan.

3. Temporary American citizens? British Audiences, Hollywood Films and the Threat of Americanization in the 1920s (*Historical Journal of Film, Radio and Television*, 2007) (a3)

Mark Glancylla on artikkelissaan historiallinen näkökulma amerikanisaatioon. Hän käyttää brittiläisiä elokuvalehtiä materiaalina tutkiessaan, miten Yhdysvaltoihin suhtauduttiin 1920- ja 1930-luvuilla elokuvakulttuurin näkökulmasta, ja millainen yhteys elokuvissakäynnillä ja amerikanisaatiolla oli. Tutkimus keskittyy yleisöjen ja Hollywood-elokuvan suhteeseen. Glancyn mukaan yleensä on ajateltu, että Hollywood-elokuva amerikkalaisti brittiläisen yleisön, mutta hänen tutkimuksensa perusteella yleisöt suhtautuivat elokuvaan ja niiden maailmaan myös kriittisesti eivätkä omaksuneet amerikkalaisia vaikutteita sokeasti.

4. The Absence of Structural Americanization Media System Developments in Six Affluent Democracies 2000-2009 (*The International Journal of Press/Politics*, 2009) (a4)

Rasmus Kleis Nielsen tutkii artikkelissaan, ovatko kuuden eri länsieurooppalaisen maan mediajärjestelmät muuttuneet rakenteeltaan amerikkalaisemmiksi. Nielsen pohjaa työnsä Daniel C. Hallinin ja Paolo Mancinin (2004) *Comparing media systems* -teokseen, jossa nämä esittelevät kolme erilaista mallia mediajärjestelmistä. Hallin ja Mancini ennustivat, että muut mediajärjestelmät alkavat muistuttaa Yhdysvaltojen liberaalia järjestelmää. Nielsenin tutkimuksen lopputulos kuitenkin on, että hänen tutkimiensa maiden eli Suomen, Saksan, Italian, Ranskan ja Ison-Britannian järjestelmät eivät ole alkaneet muistuttaa yhdysvaltalaisia. Nielsen ei käsittele tutkimuksessaan sitä, miten amerikanisaatiota mahdollisesti on tapahtunut muilla tavoilla.

5. KEVIN07: Cool Politics, Consumer Citizenship, and the Specter of “Americanization” in Australia (*Communication, Culture and Critique*, 2011) (a5)

Joel Penney tutkii artikkelissaan amerikanisaatiota australialaisessa politiikassa erittelemällä t-paitoja hyödyntänyttä kampanjaa. Australialaispoliitikko Kevin Rudd teki vuoden 2007 parlamenttivaaleissa näyttävän t-paita-kampanjan, joka haki innoitusta vastaavista kampanjoista Yhdysvalloissa. Penney löytää lukuisia esimerkkejä siitä, miten idea on muokkautunut paremmin australialaiseen kulttuuriin sopivaksi. Hän toteaaakin havaintojensa perusteella, että amerikkalaiset vaikutteet muuttuivat huomattavasti paikallisissa oloissa, ja kyse oli enemmän kulttuurisesta sekoittumisesta kuin vaikutusten sokeasta hyväksymisestä.

6. Americanization of Danish Journalism (*Nordicom Review*, 2014) (a6)

Anders Bo Rasmussen tutkii artikkelissaan journalismin uusien muotojen kulkeutumista

Yhdysvalloista Tanskaan 1960- ja 1970-luvuilla. Rasmussenin pyrkimyksenä on mallintaa käytännössä, miten amerikkalaiset vaikutteet leviävät. Hän käyttää tapausesimerkkeinään uuden journalismin ja tutkivan journalismin kulkeutumista Tanskaan hyödyntäen hollantilais sosiologi Mel van Elterenin (2006a, 145–147) kolmivaiheista mallia amerikanisaatiosta. Rasmussen toteaa, että uusi journalismi ja tutkiva journalismi todellakin levisivät Yhdysvalloista Tanskaan, mutta amerikkalaisia vaikutteita ei omaksuttu sokeasti, vaan ne mukautettiin paikallisiin tarpeisiin. Vaikka kulttuuri-imperialismi-teesi ei hänen mukaansa pidä sellaisenaan paikkaansa, Yhdysvalloilla on silti tanskalaiseen kulttuuriin valtaa, mikäli amerikanisaation nähdään epäsymmetrisenä valtasuhteena, jossa Yhdysvallat on se, joka yleensä luo agendan.

6. Amerikanisaation ytimessä ja reunoilla

Tässä luvussa puran analyysini keskeiset havainnot ja vastaan samalla työn alussa muotoilemiini tutkimuskysymyksiin. Alaluvussa 6.1. etsin amerikanisaation käsitteen ydintä erittelemällä artikkeleiden määritelmiä amerikanisaatiosta. Alaluvussa 6.2. tarkastelen amerikanisaatioon käsitteen reuna-alueita artikkeleissa esiin nousseiden laajempien teemojen pohjalta. Alaluvussa 6.3 suhteutan artikkeleista tunnistamani määritelmät niissä hyödynnettyyn teoriaan sekä artikkeleiden kirjoittajiin, kirjoitusajankohtiin ja kirjoituspaikkoihin pohtien, miten nämä seikat mahdollisesti vaikuttavat artikkeleiden näkemyksiin amerikanisaatiosta. Alaluvussa 6.4. lähestyn amerikanisaatioon ja valtaan liittyviä kysymyksiä sekä käsitteellisesti, konkreettisella tasolla että pohtimalla artikkeleiden taustaolettamuksia.

6.1. Amerikanisaation käsitteen ydinmääritelmä

Kuten luvusta 4 muistetaan, Wilsonin (2005, 28) käsiteanalyysissä käsitteen merkitykset jaetaan ytimeen ja reuna-alueisiin. Käsitteen ytimessä ovat asiat, jotka ovat aina läsnä käsitteen käytössä. Reuna-alueilla taas ovat käsitteen satunnaisemmat ja kiistanalaisemmat piirteet, joista ei vallitse kattavaa yksimielisyyttä. Sijoitan käsitteen merkitysten ytimeen tässä yhteydessä sen, mikä oli kaikkien valitsemieni artikkeleiden amerikanisaatiota koskeville määritelmille yhteistä. Amerikanisaatio määriteltiin sanallisesti jokaisessa erittelemässäni artikkelissa, mutta määritelmät olivat pääasiassa lyhyitä. Osa kirjoittajista määritteli amerikanisaation itse, kun taas osa viittasi muiden tutkijoiden määritelmiin. Viittaukset olivat kaikki eri tutkijoiden määritelmiin. Rasmussenin (a6) artikkeli oli ainoa, jossa kirjoittaja valotti amerikanisaatiota syvällisemmin prosessina sekä selvensi, mistä teoreettisista lähtökohdista amerikanisaatiota artikkelissa tutkittiin. Listaan alle määritelmät, jotka artikkeleissa esitettiin. Huomattakoon, että kaikissa artikkeleissa amerikanisaatiosta puhuttiin myös varsinaisten määritelmien ulkopuolella, ja palaan näihin näkökulmiin alaluvussa 6.2., jossa tarkastelen amerikanisaation käsitteen reuna-alueita.

Amerikanisaation suorat määritelmät tutkituissa artikkeleissa (oma suomennos):

Lee, Kaid ja Tak (a1) (1998, 76): *Mancini ja Swanson (1996: 5-6) määrittelevät amerikanisaation tietynlaisiksi vaalikampanjoiden ja muiden niihin liittyvien ammattimaisten aktiviteettien tyypeiksi*

ja aineksiksi, jotka kehitettiin ensin Yhdysvalloissa, ja joita nyt on käytetty ja omaksuttu erilaisin tavoin muissa maissa.¹³

Avraham ja First (a2) (2003, 285): *Amerikanisaation prosessi monine synonyymeineen, kuten "McDonaldisaatio" ja "Coca-Colonisaatio", globalisaatio ja kulttuuri-imperialismi, tiivistyy siihen, kuinka yhteiskunnat eri puolilla maailmaa omaksuvat amerikkalaisen elämäntavan, sovelluksilla paikalliseen kulttuuriin. (Azaryahu, 2000; Kamalipour, 1999).*¹⁴

Glancy (a3) (2006, 463): *Suurimman osan 1900-lukua termi viittasi Euroopassa myös amerikkalaisten vaikutusten toimeenpanoon tai käyttöönottoon. Nytkin tavat, käytöstavat, arvot ja kieli olivat uhattuina, mutta eurooppalaisessa kontekstissa kulttuuriviranomaiset eivät hyväksyneet näitä vaikutteita. Sen sijaan ne nousivat alhaalta eritoten amerikkalaisen populaarikulttuurin levitessä vauhdilla työväenluokkaisten yhteisöjen keskuudessa.*¹⁵

Nielsen (a4) (2013, 393): *Hallin ja Mancini (2004, 251) määrittelevät "amerikanisaation" yhdeksi "homogenisaation" suuremman kehityskulun pääilmentymäksi ja kirjoittavat "maailmanlaajuisen median huomattavasta konvergoitumisesta muotoihin, jotka kehittyivät ensin Yhdysvalloissa".*¹⁶

Penney (a5) (2011, 86): *Kuten Taylor kuvailee: "Amerikanisaatio on nimi, joka on annettu nykyaikaisen kulutuskulttuurin olosuhteissa tapahtuvalle jäljittelylle ja mukautumiselle. "Vastakaikua saavassa amerikanisaatiossa" ... tuotetaan hybridi-kulttuuria, jossa amerikkalaiset vaikutteet ovat selviä, mutta jossa kansalliset kulttuurit pysyvät koskemattomina. (Taylor 1999).*¹⁷

¹³ Alkuperäinen englanninkielinen määrittely: Here, Mancini and Swanson (1996: 5-6) define 'Americanization' as 'particular types and elements of election campaigns and professional activities connected with them that were first developed in the United States and now being applied and adopted in various ways in other countries'.

¹⁴ Alkuperäinen englanninkielinen määrittely: The process of Americanisation, with its many synonyms, including "McDonaldization", "Coca-Colonisation", globalisation and cultural imperialism is condensed in the way societies all over the world adopt the American lifestyle, with adaptations to local culture (Azaryahu, 2000; Kamalipour, 1999).

¹⁵ Alkuperäinen englanninkielinen määrittely: In Europe, and throughout much of the 20th century, the term also referred to the exercise of American influences. Here, too, it was customs, manners, values and language that were at stake, but in European contexts these influences were not sanctioned by cultural authority figures. Instead they rose from below and specifically from the proliferation of American popular culture among working class communities.

¹⁶ Alkuperäinen englanninkielinen määrittely: Hallin and Mancini (2004, 251) identify "Americanization" as one of the main manifestations of a deeper trend of "homogenization" and write of "a significant degree of convergence of world media toward forms that first evolved in the United States".

¹⁷ Alkuperäinen englanninkielinen määrittely: As Taylor describes, "Americanization is the name given to the process of emulation and adaptation under the condition of consumer modernity;" under "resonant Americanization ... a hybrid culture is produced in which American influences are clear but where national cultures remain intact (Taylor 1999).

Rasmussen (a6) (2014,19): *Amerikanisaation ymmärretään tässä yhteydessä prosessiksi, jolla on valta muuttaa ei-amerikkalaisten käytöstä.*¹⁸

6.1.1. Amerikanisaation osapuolet

Artikkeleiden amerikanisaation määritelmässä erottuu kaksi pääosapuolta: amerikkalaiset ja ei-amerikkalaiset. Ensin mainittua edustavat Yhdysvallat (the United States, kaksi mainintaa), amerikkalaiset vaikutteet (American influences, kaksi mainintaa), amerikkalainen elämäntapa (American lifestyle, yksi maininta) ja amerikanisaatio prosessina (americanization as a process, yksi maininta). Kaikki nämä ovat persoonattomia ilmauksia, joissa amerikkalaiset vaikutteet ja Yhdysvallat eivät ole tiettyjä henkilöitä tai asioita, vaan jotakin ”amerikkalaista”, jonka tärkein elementti ei ole, mitä se on vaan mistä se tulee. Kuvaan tätä osapuolta kaikki määritelmät kokoavasti adjektiivilla ”amerikkalainen”.

Toista pääosapuolta edustavat yhteiskunnat eri puolilla maailmaa (societies all over the world), ei-amerikkalaiset (non-Americans), maailman media (the world media), muut maat (other countries), kansalliset kulttuurit (national cultures) ja Eurooppa (Europe). Määritelmässä nämä kaikki esiintyvät vastinparina ”amerikkalaiselle” Olennaista ei lopulta ole, puhutaanko nimenomaisesti maista vai yksilöistä, vaan kyseessä on kaikki, mikä määrittyy ”amerikkalaisen” vastapuoleksi, joksikin muuksi kuin se. Lisäksi kaikki kyseiset ilmaukset viittaavat tavalla tai toisella ihmiselämän elementteihin tai puoliin. Kuvaan amerikanisaation toista pääosapuolta termillä ”ei-amerikkalainen”.

6.1.2. Amerikanisaatiota kuvaavat verbi- ja sanavalinnat

Amerikanisaation kahden pääosapuolen välillä on määritelmässä havaittavissa toiminnallisuutta. Yleisellä tasolla amerikanisaatio esitetään vaikutusprosessina, jonka suunta on ”amerikkalaisesta” kohti ”ei-amerikkalaista”. Lisäksi esiin nousee erilaisia näkökulmia siihen, mitkä ovat amerikanisaation kahden osapuolen roolit. Huomiota kiinnittää, että yhdessäkään määritelmässä ei

¹⁸ Alkuperäinen englanninkielinen määrittely: Americanization is understood here as a process that has the power to modify the behavior of non-Americans.

nimetä Yhdysvaltoja aktiiviseksi toimijaksi amerikanisaatiossa. Vastaanottajan roolia ja sen aktiivisuutta puolestaan lähestytään eri tavoin.

Penney (a5), Avraham ja First (a2) sekä Lee, Kaid ja Tak (a1) käyttävät ilmauksia, joissa korostetaan vastaanottajan aktiivista roolia. Avraham ja First (a2) puhuvat amerikkalaisen kulttuurin ”omaksumisesta” (adopt) ja sen ”sovittamisesta” (adaptation) paikalliseen kulttuuriin. Penney (a5) taas käyttää ilmauksia ”jäljittely” ja ”mukautuminen” (emulation and adaption). Lee, Kaid ja Tak (a1) puolestaan käyttävät verbejä ”soveltaa” (apply) ja ”omaksua” (adopt). Näillä sanavalinnoilla kirjoittajat ilmaisevat, että ihmiset ottavat amerikkalaista kulttuuria vastaan omien lähtökohtiensa mukaisesti ja että amerikkalaiset vaikutteet myös muuttuvat määränpäässä vastaanottavan kulttuurin ehdoilla.

Glancy (a3) käyttää ilmausta ”vaikutteiden toimeenpano” tai ”käyttöönotto” (exercise of influences). Hän ei toisin sanoen määrittele ”amerikkalaiselle” aktiivista toimijan roolia. Mitä vastaanottoon tulee, vaikutteiden käyttöönotto antaa vaikutelman, että ne pitää panna aktiivisesti toimeen.

Nielsen (a4) puhuu ”konvergenssista”, johon ei liity selvästi erottuvaa toimijaa sen enempää lähettäjän kuin vastaanottajan puolella. Amerikanisaatio on pikemminkin asia, joka tapahtuu muiden, sitä edesauttavien tapahtumien seurauksena.

Rasmussen (a6) käyttää ilmausta ”valta muokata” (power to modify). Termi ”power to” antaa ymmärtää, että kyse on epä-tasarvoisesta valtasuhteeseen. Valta ei Rasmussenin määritelmässä kuitenkaan ole Yhdysvalloilla vaan yleisemmin amerikanisaatiolla prosessina. Rasmussenin muotoilu tuntuu lisäksi ehdottavan, että amerikanisaatio vaikuttaa vastaanottajiin tavoilla, joihin he eivät itse voi täysin vaikuttaa.

Neljässä artikkelissa kuudesta ’amerikkalaisen’ vastaanottoa siis luonnehdittiin varsin aktiivisena toimintana, yhdessä artikkelissa amerikanisaatio toteutui omalakisena prosessina, ja yhdessä artikkelissa se hahmotettiin ilmiönä, jolla on tarkemmin määrittelemätöntä vaikutusvaltaa ei-amerikkalaisten ylitse.

6.1.3. Vaikutusten kohteet

Määritelmässä tuodaan esiin asioita, jotka amerikanisaation myötä muuttuvat, ja kaikki tutkijat kuvaavat toisistaan poikkeavin sanavalinnoin sitä, mikä prosessissa muuttuu. Avraham ja First (a2) puhuvat ”elämäntavasta” (lifestyle), Rasmussen (a6) ”käyttäytymisistä” (behaviours), Glancy (a3) viittaa ”tottumuksiin, tapoihin, arvoihin ja kieleen” (customs, manners, values and language), Penney (a5) käyttää sanaa ”kulttuuri”. Näissä määritelmässä amerikanisaation kohteisiin viitataan yleisellä tasolla. Nielsenin (a4) ja Leen, Kaidin ja Takin (a1) määritelmässä amerikanisaation muutoskohteeksi puolestaan nimetään se kenttä, jota artikkelissa käsitellään. Nielsenin (a4) määritelmässä muutoskohteena on media, ja Leen, Kaidin ja Takin (a1) määritelmässä esiin nostetaan vaalikampanjat ja niihin liittyvät aktiviteetit.

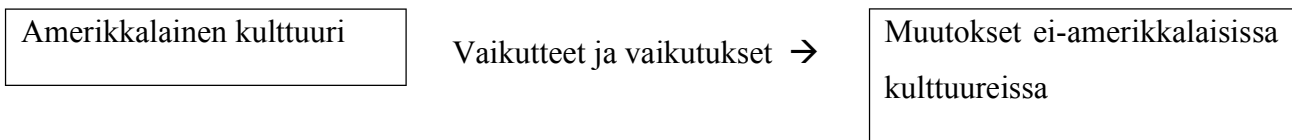
Koska artikkelit lähestyvät amerikanisaatioa eri näkökulmista, on ymmärrettävää, että myös amerikanisaation kohteeksi nostetaan erilaisia asioita. Kaikille muutoksen kohteille on kuitenkin yhteistä se, että ne viittaavat ihmiselämän elementteihin, joita voi mielestäni luonnehtia sateenvarjotermillä ”kulttuuri”.

Artikkeleissa nostettiin esiin amerikanisaation määritelmällisiä piirteitä myös edellä käsittelemiäni elementtien ulkopuolelta. Näiden viittausten esiintyminen ei kuitenkaan ollut systemaattista, joten en sijoita niitä amerikanisaation käsitteen ytimeen. Palaan niihin tarkemmin amerikanisaation reuna-alueita käsittelevässä alaluvussa 6.2.

6.1.4. Amerikanisaation käsitteen ydin

Kaikissa erittelemissäni artikkeleissa amerikanisaatiossa on siis kaksi pääasiallista osapuolta, jotka määrittyvät negatiivisen toisiinsa kytkeytymisen kautta. Kuvasin näitä osapuolia adjektiiveilla ”amerikkalainen” ja ”ei-amerikkalainen”. Amerikanisaatio on prosessi, joka tapahtuu näiden kahden osapuolen välillä ja kattaa inhimillisen elämän moninaisia puolia, so. kulttuurin laajasti ymmärrettynä. Kaikki amerikanisaatiota määrittelevät verbit liittyvät tavalla tai toisella vaikutteiden tai vaikutusten siirtymiseen, jonka suunta on poikkeuksetta ”amerikkalaisesta” kohti ”ei-amerikkalaista”. Huomiota kiinnittää, että amerikkalaista kulttuuria ei nimetä aktiiviseksi toimijaksi, mutta ”ei-amerikkalainen” on kuitenkin aina se kohde, jossa vaikutteisiin ja vaikutuksiin liittyvä muutos tapahtuu. Mikäli käsitteen ytimeen halutaan sisällyttää tiukasti vain se, mikä on kaikille määritelmille selvästi yhteistä, amerikanisaation aiheuttamaa muutosta ei voi kuvailla tässä

sen tarkemmin, sillä muutoksen luonteesta oltiin määritelmien verbivalinnoissa eri mieltä. Tiukasti rajatussa ydinmääritelmässä amerikanisaatio viittaa siis muutosprosessiin, joka saa alkunsa amerikkalaisen kulttuurin sisällä ja vaikuttaa ei-amerikkalaisiin kulttuureihin, joissa tapahtuu yhden- tai toisenlaista muutosta tai muokkautumista.



Kuvio 1. Amerikanisaation ydinmääritelmä

6.2. Amerikanisaation merkitykset reuna-alueilla

Tässä osiossa käsittelen amerikanisaatioon liittyviä teemoja, jotka ilmenivät valitsemisani artikkeleissa. Nämä asiat sijoitan niin sanotusti amerikanisaation käsitteen reuna-alueille. Tämä tarkoittaa sitä, että ne ovat mukana käsitteen merkitysulottuvuuksissa, mutta eivät välttämättä aina tai samasta näkökulmasta. En pyri suoranaisesti hakemaan yhteistä kaikille artikkeleille, vaan erittelen, millaisia erilaisia näkökulmia amerikanisaatioon artikkeleista löytyy. Koska valitsemieni artikkeleiden määrä on pieni, niiden pohjalta ei ole mahdollista esittää yleistyksiä siitä, millaiset näkökulmat amerikanisaatioon ovat tavallisempia kuin toiset.

Lähden tässä luvussa käsittelemään teemoja löyhästi Van Elterenin (2006a) amerikanisaation prosessin mallin ehdottamassa järjestyksessä aloittaen ensin amerikkalaisuudesta, siirtyen siitä kohti amerikkalaisuuden leviämistä ja lopuksi aiheita, jotka liittyvät amerikkalaisuuden saapumiseen ja vastaanottoon. Myös luvuissa 6.3 ja 6.4 on kyse amerikanisaation rajapintojen tarkastelusta. Luvussa 6.3 pohdin käsitteen määrittelyihin liittyviä taustaolettamuksia artikkeleissa ja luvussa 6.4 käsittelen amerikanisaation käsitettä kriittisestä tulkinnallisesta näkökulmasta.

6.2.1. Amerikkalaisuuden piirteet

Amerikkalaisuuden voi ajatella olevan amerikanisaation sisältöä – jotakin mikä on kehittynyt Yhdysvalloissa ja siirtynyt amerikanisaatiossa muualle. Amerikkalaisuutta ei artikkeleissa käsitelty sen perinpohjaisemmin vaan ennemminkin esimerkinomaisesti. Artikkeleissa ei myöskään pohdittu

amerikkalaisuuden syvintä olemusta tai sen olennaisimpia piirteitä, vaan tarkasteltavasta aiheesta riippuen sitä lähestyttiin usein jostakin tietystä näkökulmasta. Tämä on sinänsä ymmärrettävää, sillä jos huomio halutaan kohdentaa johonkin tiettyyn asiaan, ei ole hedelmällistä käyttää ylettömästi aikaa amerikkalaisuuden kokonaisvaltaiseen pohtimiseen. Taulukko 1 kokoaa artikkeleissa esiin nousseet amerikkalaisuuden piirteet.

Artikkeli	Amerikkalaisuuden piirteet
Rasmussen (a6)	Shokeeraava ja markkinaehtoinen journalismi
Penney (a5)	Amerikkalainen kulutuskulttuuri
Glancy (a3)	Individualismi, kunnianhimo, glamour, vauraus
Avraham ja First (a2)	Kulutuskulttuuri, voima, tehokkuus, poliittinen mahti, vapaus, teknologinen edistys, innovatiivisuus, populaarikulttuuri
Nielsen (a4)	Kaupallinen mediajärjestelmä, jota määrittävät sanomalehtien kutistuvat elinmahdollisuudet, markkinaorientoitunut journalismi, kaupallisen television kasvu, laaja internetin käyttö, pienet tai olemattomat julkiset tuet medialle
Lee, Kaid ja Tak (a1)	Amerikkalaiset kampanja-tyylit ovat aggressiivisia, hienostuneita, hyvin imago-keskeisiä, niissä on negatiivista mainontaa, pitkälle vietyä markkinointia, paljon mainoksia

Taulukko 1. Amerikkalaisuuden piirteet artikkeleissa

Jokaisen artikkelin kuvaus amerikkalaisuudesta piti sisällään viittauksen kulutuskeskeiseen arvomaailmaan ja yhteiskuntarakenteeseen. Kuluttamista lähestyttiin eri suunnista sen mukaan, mistä näkökulmasta amerikanisaatiota käsiteltiin. Esimerkiksi journalismia käsittelevässä tutkimuksessa Rasmussen (a6) kuvailee amerikkalaisuuden piirteeksi shokkijournalismin. Nielsen (a4) puolestaan määrittelee amerikkalaisuuden ominaisuuksiksi mediajärjestelmien osalta markkinaehtoisen journalismin ja olemattomat tuet medioille. Eteläkorealaista poliittista kampanjointia käsittelevässä artikkelissaan Lee, Kaid ja Tak (a1) taas nimeävät amerikkalaisen poliittisen kampanjonnin piirteiksi kaupallistumisen, pitkälle viedyn markkinoinnin ja mainosten määrän lisääntymisen.

Niille artikkeleille, joissa amerikkalaisuudesta puhuttiin hieman laajemmin, yhteistä olivat myös ajatukset esimerkiksi vapaudesta, vauraudesta, edistyksestä ja voimasta. Näistä esimerkiksi voima ei kuitenkaan leviä amerikanisaation myötä, vaan se on piirre, jolla kuvaillaan ja perustellaan Yhdysvaltojen erityistä asemaa maailmassa.

6.2.2. Kulutuskulttuuri ja ihailu amerikanisaation leviämismekanismeina

Artikkeleissa oli tunnistettavissa muutamia erilaisia näkökulmia amerikanisaation leviämiseen. Avraham ja First (a2) pitävät israelilaisia mainoksia käsittelevässä artikkelissa kuluttamista amerikanisaation tärkeimpänä leviämiskanavana. Tällä he viittaavat amerikkalaisiin yrityksiin, hyödykkeisiin, kulttuurituotteisiin ja niiden kautta leviäviin tapoihin ja arvomaailmoihin. Myös Penney (a5) liittyy amerikanisaation kiinteästi kulutuskulttuuriin ja sen leviämiseen. Hänen kampanja-t-paitoja käsittelevän tutkimuksensa voisi sijoittaa myös kulutuskulttuurin tutkimuksen kentälle, jolla pohditaan esimerkiksi, millaista valtaa kuluttajalla on kulutuspäätöksiä tehdessään.

Nielsenin (a4) mediajärjestelmiä käsittelevässä artikkelissa amerikanisaatiosta puhutaan media-alan konvergenssina, jonka taustatekijänä Nielsen viittaa siihen, että kaupalliset paineet ajavat mediat yhä ahtaammalle. Kun medioiden sääntelyä vähennetään, ne joutuvat tekemään yhä enemmän sisältöjä kaupallisten vaatimusten johdattamina ja tämä saattaa johtaa amerikkalaistyylliseen kaupalliseen sisällöntuotantoon.

Leen, Kaidin ja Takin (a1) artikkeli on amerikanisaation suhteen hyvin tarkkaan rajattu poliittisen kampanjoinnin ympärille. He toteavat, että mitä tulee poliittiseen kampanjointiin, televisio on tärkein amerikanisaation leviämiskanava. He selittävät, että televisio on korealaisessa kulttuurissa uusi kampanjointikanava, ja sen hyödyntämisessä on sovellettu suoraan amerikkalaisia malleja. Tämä on johtanut esimerkiksi siihen, että kuvista on tullut politiikan tekemisessä entistä merkityksellisempiä.

Glancyn (a3) historiallisesta näkökulmasta 1920-luvun elokuvaa käsittelevä tutkimus nostaa populaarikulttuurin ja erityisesti elokuvan suurimmiksi amerikkalaisuuden leviämisen kanaviksi. Glancy liittyy amerikanisaation vahvasti työväenluokkaan. Amerikkalaisuus levisi voimalla alemmissa yhteiskuntaluokissa, kun sitä ylemmissä halveksittiin. Tässä yhteydessä on syytä huomata, että amerikanisaation leviämismekanismit ovat noin sadassa vuodessa ehkä suurestikin muuttuneet.

Rasmussenin (a6) näkökulmassa on sekä yhteneviä että eroavia piirteitä verrattuna muihin artikkeleihin. Rasmussen puhuu Hallinin ja Mancinin (2004) jäsenyyksen mukaisesti kansainvälisessä maailmassa kaupallisten paineiden aiheuttamasta konvergenssista. Hän nostaa kuitenkin esiin myös sen, että amerikkalaista uutta tarinallista journalismia ja tutkivaa journalismia ihailtiin ja kopioitiin hyvinkin tarkoituksenmukaisesti. Tässä avainasemassa olivat yksilöt, jotka perehtyivät amerikkalaisen journalismin uusiin virtauksiin, ja näin amerikkalaisuus levisi ihailun seurauksena.

Avrahamin ja Firstin (a2), Penneyn (a5), Glancyn (a3) sekä Leen, Kaidin ja Takin (a1) artikkeleissa esiin nostetaan siis amerikkalaiset tuotteet ja kulttuurituotteet, joiden mukana amerikkalaisuus konkreettisesti leviää. Näissä tapauksissa amerikkalaisuuden katsotaan hankkineen jalansijaa ja vahvistaneen sitä amerikkalaisten yritysten toiminnan seurauksena. Rasmussenin (a6) ja Glancyn (a3) artikkeleissa amerikkalaisuuden leviämiseen liitetään myös ihailu. Rasmussenin (a6) tuorehkoissa artikkeleissa on kyse amerikkalaisen journalismin edistyksellisyyden ihailusta, kun taas Glancy (a3) tarkastelee amerikkalaisuuden saapumista Britannian nuorten ja työväenluokan ihailtavaksi lähes sata vuotta sitten. Huomattakoon, että ihailu ei näyttäydy passiivisena, vaan vastaanottajilla on varsin aktiivinen osa amerikanisaation prosessissa.

6.2.3. Kulttuuri-imperialismi vanhentuneena näkemyksenä amerikanisaatioon

Kulttuuri-imperialismilla viitataan joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä teoreettiseen suuntaukseen, joka suhtautuu amerikanisaatioon amerikkalaisten tarkoituksenmukaisesti levittämänä ja kansallisia kulttuureja samankaltaistavana ideologiana. Assimilaatiota korostavassa tavassa ymmärtää amerikanisaatio puolestaan korostetaan vastaanottajan aktiivista roolia kulttuuristen vaikutteiden vastaanottajana. Vastaanottajat eivät vain sokeasti omaksu kaikkea amerikkalaista, vaan amerikkalaisuuteen saatetaan suhtautua kriittisesti, minkä lisäksi sen piirteet mahdollisesti muokkautuvat vastaanottajamaissa.

Kaikissa valitsemisani artikkeleissa tutkimuksen ideana oli tavalla tai toisella se, miten amerikkalaisuus saapuu vastaanottajamaihin ja kuinka sitä vastaanotetaan. Penney (a5) jäljittää termin amerikanisaatio kulttuuri-imperialismin jälkeläiseksi ja toteaa sen yleensä viittaneen siihen, kuinka amerikkalaiset levittävät kulttuuriaan tarkoituksenmukaisesti ja kuinka se saapuessaan vie tilan paikallisilta kulttuureilta. Penney kuitenkin toteaa amerikanisaation käsitteen muuttuneen kohti sitä, että amerikkalaiset vaikutteet sekoittuvat paikallisiin kulttuureihin luoden uusia hybridejä

kulttuureita, joissa paikalliset piirteet ovat edelleen olemassa amerikkalaisen kulttuurin piirteiden höystäessä niitä.

Glancy (a3), joka tutki amerikkalaisten elokuvien vastaanottoa Britanniassa 1920-luvulla, toteaa, että tuolloin pelättiin paljonkin, että amerikkalainen kulttuuri syrjäyttää brittikulttuurin. Hänen analyysinsä perusteella näin ei käynyt. Amerikkalaiseen kulttuurin ei myöskään suhtauduttu täysin kritiikittömästi, ja se muuttui itse paikallisissa oloissa.

Avraham ja First (a2) tutkivat artikkelissaan amerikkalaisten symbolien esiintymistä mainoksissa. He nostavat esiin Israelissa käydyn keskustelun siitä, muuttaako amerikanisaatio Israelin kulttuuria perinpohjaisella tavalla vai onko muutos ennemminkin pinnallista. He toteavat amerikkalaisten symbolien käytön lisääntyneen, mutta israelilaisen kulttuurin omat symbolit ovat silti edelleen säilyttäneet oman merkityksensä. Näin ollen amerikanisaatiossa on ennemminkin kyse pinnallisesta ilmiöstä kuin syvällisestä muutoksesta.

Nielsenin (a4) artikkeli lähestyy amerikanisaatiota mediäjärjestelmien kannalta. Hän panee merkille, että rakenteellista amerikanisaatiota ei ole tapahtunut hänen tutkimansa kymmenen vuoden ajanjaksolta tutkituissa kuudessa maassa. Yhdeksi syyksi Nielsen löytää sen, että mediäjärjestelmät ovat vahvasti sidoksissa eri valtioiden poliittisiin ja taloudellisiin järjestelmiin, mikä hidastaaniiden mukautumista Yhdysvaltojen mediäjärjestelmän tarjoamaan muottiin.

Rasmussen (a6) sitoo oman näkemyksensä amerikanisaatiosta sosiologi Mel van Elterenin käsitykseen. Hän toteaa, että amerikanisaatio on kompromissi, jossa vastaanotto tapahtuu vastaanottajan ehdoilla, mutta Yhdysvallat kuitenkin on historiallisesti voimakas valtio, jolla on vaikutusta muuhun maailmaan. Rasmussen mukailee myös tanskalaisen historioitsijan Nils Arne Sorensenin näkemystä siitä, että amerikanisaation on asymmetrinen valtasuhde, jossa Yhdysvallat asettaa amerikanisaation agendan.

Lee, Kaid ja Tak (a1) eivät nosta esiin teoriaa kulttuuri-imperialismista. Sitä vastoin he puhuvat amerikkalaisen kulttuurin soveltamisesta Etelä-Koreassa. Kirjoittajat katsovat, että joitakin amerikkalaisen vaalikulttuurin piirteitä sovelletaan Etelä-Koreassa, mutta samaan aikaan toiset piirteet eivät sovi korealaiseen kulttuuriin.

Kulttuuri-imperialismi ja siihen verrattavat ajattelutavat näyttäytyvät artikkeleissa kaiken kaikkiaan vanhentuneiksi. Kulttuuri-imperialistinen ajattelu nostetaan niissä esiin teoriana, jota vastaan pikemminkin argumentoidaan. Artikkeleiden päätelmissä nostetaan yleensä esiin esimerkkejä siitä, kuinka amerikkalaisuuden elementtejä on kyllä saapunut, mutta ne ovat saapuessaan muuttuneet tai niihin on suhtauduttu kriittisesti. Kaikissa artikkeleissa esiintyy ajatus, että amerikkalaiset vaikutteet muuttuvat paikallisissa kulttuureissa. Tämä suhteutuu kiinnostavasti Van Elterenin (2006a, 347) huomioon assimilaatiota korostavan näkökulman yleisyydestä amerikanisaation tutkimuksessa.

Myös ajatus kulttuurisesta hybridisaatiosta homogenisaation sijaan on artikkeleissa vahvasti läsnä. Kulttuuri-imperialistiseen ajatteluun ja myös Hallinin ja Mancinin (2004) teoriaan mediäjärjestelmistään liittyy ajatus amerikanisaatiota homogenisaationa eli ilmiönä, joka samanlaistaa kulttuureja. Erittelemissäni artikkeleissa amerikanisaatiota ei viime kädessä pidetä homogenisoivana ilmiönä. Tältä pohjalta voi tulkita, että mikäli vastaanottajalle ja vastaanotavalle kulttuuriselle kontekstille hyväksytään amerikanisaatiossa keskeinen rooli, amerikanisaatio väistämättä näyttäytyy erilaisena eri paikoissa. Toisin sanoen amerikanisaatio esimerkiksi Japanissa saattaa olla hyvinkin erilaista kuin amerikanisaatio Suomessa.

Yleisesti ottaen tarkastelemani artikkelit ovat siis samoilla linjoilla siinä, että ”amerikkalaisia vaikutteita saapuu, mutta ne saapuvat vastaanottajien ehdoilla ja muuttuvat erilaisissa kulttuurisissa konteksteissa”. Tämä sai minut kuitenkin pohtimaan, kuinka merkittävä ja vaikutusvaltainen ilmiö amerikanisaatio valitsemieni artikkeleiden näkökulmasta oikeastaan on. Rasmussenin (a6), Penneyn (a5), Glancyn (a3) ja Leen, Kaidin ja Takin (a1) artikkeleissa esitetään samantyyllisiä johtopäätöksiä koskien amerikanisaation havaittuja vaikutuksia, joiden kuitenkin nähdään toteutuvan assimiloitujen kansallisten kulttuurien konteksteissa. Tämän tarkempia johtopäätöksiä siitä, kuinka merkittävä ilmiö amerikanisaatio on, ei artikkeleissa tehdä. Niiden tapaukset ovat enimmäkseen yksittäisiä, eivätkä kirjoittajat esitä tarkastelujensa pohjalta suuria yleistyksiä. Tässä yhteydessä voi taas muistaa Van Elterenin (2006a, 355) huomion, että assimilaatiota korostettaessa unohtuu usein amerikanisaation vahva muutosvoimaisuus, joka perustelee lähemmän tutkimisen ilmiönä. Nielsenin (a4) sekä Avrahamin ja Firstin (a2) artikkelit tekevät amerikaaniosta selväsanaisempia päätelmiä. Nielsenin (a4) katsoo, että hänen tutkimassaan tapauksessa amerikanisaatiota ei ole tapahtunut. Avraham ja First (a2) puolestaan pitävät amerikanisaatiota enemmän pinnallisena kuin syvällisenä ilmiönä. Kirjoittajat löytävät kaksi eri koulukuntaa suhtautumisessa amerikanisaatioon. Yhdet näkevät lukuisat tapahtumat muutokset ja pitävät sen vuoksi amerikanisaationa vakavana

ilmiönä, joka muuttaa israelilaista yhteiskuntaa vauhdilla. Toiset taas ovat sitä mieltä, että amerikanisaatio vaikuttaa enimmäkseen pinnallisiin asioihin ja kulttuurin olennaiset piirteet ovat pitkälti säilyneet ennallaan.

6.2.4. Kulutuskulttuuri amerikanisaation lähtökohtana ja sisältönä

1800-luvun lopussa Yhdysvalloissa alettiin kehittää massatuotannon malleja ja kulutusyhteiskunnan muoto kehittyi. Fordistisessa taloudessa oli tarkoituksena saavuttaa mahdollisimman suuri kuluttajakunta. Ero työn ja vapaa-ajan välille kehittyi ja vapaa-ajalla ihmiset kuluttivat työssä ansaitsemaansa rahaa. Nämä tuotanto- ja yhteiskuntamallit alkoivat levitä Eurooppaan jo ennen ensimmäistä maailmansotaa, mutta erityisesti toisen maailmansodan jälkeen amerikkalaisten tuotantomallien leviäminen kiihtyi. Markkinakapitalismi levitti amerikkalaisia tuotteita ja massakulttuuri amerikkalaista kulttuuria.

Kulutuskulttuurissa tuotetaan mahdollisimman tehokkaasti, mahdollisimman paljon, ja pyritään saavuttamaan mahdollisimman suuri kuluttajakunta. Tästä syntyy kilpailutilanne, jossa vain suurimmat ja vahvimmat pärjäävät. Kuluttajia koskellaan kaikin mahdollisin keinoin, mahdollisimman helposti ja mahdollisimman halvalla. Puhuttaessa kulutuskulttuuriin liittyvistä peloista pelätään oikeastaan sitä, että jäljelle jää vain halpa, vähin panostuksin tehty, kevyt ja vulgääri, ja kaikki millä ei ole suurta kaupallista arvoa katoaa. Tähän on sidoksissa myös ajatus amerikanisaatiosta homogenisaationa, joka kumpuaa monella tavalla massakulttuurin periaatteista ja jonka pohjalta kannattavaa on vain se, mikä myy niin, että eloon jää lopulta voimakkain ja suosituin.

Kulutuskulttuuri on tavalla tai toisella esillä kaikissa artikkeleissa, ja sillä on useita rooleja amerikanisaatiossa. Lisäksi kyse on yhtäältä yhdestä amerikanisaation leviämismekanismista ja toisaalta sen sisällöstä. Amerikkalaisuus leviää amerikkalaisten yritysten ja niiden tuotteiden välityksellä. Amerikkalainen media levittää amerikkalaista kulttuuria ja sen arvomaailmaa, joka liittyy monin eri tavoin kuluttamiseen.

Avraham ja First (a2) pitävät kulutusta amerikanisaation tärkeimpänä areenana. Kulutusta tutkimalla heistä voidaankin saada ote niin paitsi amerikkalaisten tuotteiden luonteesta myös amerikkalaisen kulttuuriin elementeistä kuten arvoista ja normeista. Kirjoittajille kulutuskulttuuri on sekä amerikanisaation sisältöä että leviämismekanismi.

Lee, Kaid ja Tak (a1) tuovat ajatuksen kulutuskulttuurista mukaan puhuessaan vaalimainonnasta. Mainostaminen kampanjamenetelmänä ammentaa jo itsessään kulutuskulttuurin kentältä. Artikkelikatsauksessani luvussa kolme löysin useamman artikkelin, joissa tutkittiin onko artikkeleissa valittujen maiden poliittinen muutos seurannut samoja kehityskulkuja kuin Yhdysvalloissa. Näitä ovat muun muassa politiikan henkilöityminen ja viihteellistyminen. Mainostamiseen käytetään suuria summia ja alan huiput mainostoimistot suunnittelevat ehdokkaiden kampanjat. Mainoksissa keskitytään usein negatiiviseen mainontaan eli kielteisestä vastustajasta puhumiseen sekä imagonrakennukseen asiakysymysten sijaan.

Glancyn (a3) amerikkalaisen elokuvan vastaanottoa Britanniassa 1920-luvulla käsittelevä artikkeli ei viittaa kulutuskulttuuriin laajemmin tai yleisemmin. Glancy kuitenkin pitää elokuvaa osana amerikkalaista massoja hamuavaa pop-kulttuuria, jonka pyrkimyksenä on maailmanvalloitus ja suurten yleisöjen saaminen.

Rasmussenin (a6) artikkeli lähtee liikkeelle viittauksella pelkoihin, että amerikkalaisen journalismin shokkiuutiset ja helposti myyvä kaupallinen tyyli leviävät Tanskaan ja jyräävät tieltään tanskalaisen asiajournalismin. Näin artikkeli liittyy osaltaan keskusteluun, jossa kaupallisuus rappeuttaa yhteiskuntaa ja sen rakenteita.

Nielsenin (a4) näkökulma muistuttaa osin Rasmussenin (a6) artikkelissaan omaksumaa. Hän esittelee Hallinin ja Mancinin (2004) ajatuksen siitä, että kaupalliset voimat ajavat muiden maiden mediajärjestelmät kohti amerikkalaista liberaalia ja läpikaupallista mediajärjestelmää. Tällä kentällä pärjäävät parhaiten sellaiset mediatatolot, joilla on suuren kotimaisen massamarkkinan etu. Nielsen esittelee kuitenkin myös vaihtoehdoisen näkemyksen kulutuskulttuurista. Joukkoviestintä oli osa fordistista taloutta, jonka periaatteena oli saavuttaa mahdollisimman suuri kuluttajakunta, mutta tästä asetelmasta on jo siirrytty yksilökeskeisempään post-fordistiseen talouteen, jossa palvellaan enenevästi erilaisten erityisryhmien tarpeita. Post-fordistisen talouden näkökulmasta kulttuurisen homogenisaation ei pitäisi olla uhka vaan pikemminkin päinvastoin.

Verrattuna muiden artikkeleiden yleisesti ottaen hieman synkkään näkemykseen homogenisoivasta kulutuskulttuurista, Penneyn (a5) artikkelissa on mukana positiivisempia tulkintoja. Penney lähestyy amerikanisaatiota kulutuskulttuurin teoretisoimisen kannalta. Kulutuskulttuurin tutkimuksessa on hänen mukaansa pohdittu runsaasti esimerkiksi kuluttajan roolia. Frankfurtin koulukunta näki kuluttajat passiivisina vastaanottajina, mutta myöhemmin tämä käsitys on saanut

osakseen kritiikkiä, kun on kuluttajia on pitää aktiivisina päätöksentekijöinä, jotka esimerkiksi harjoittavat vihreää kuluttamista. Esimerkkinä tällaisesta ajattelusta Penney mainitsee Bennettin (2003) tutkimuksen, jossa katsotaan, että yksilöiden valta yhteiskunnassa saattaa olla siirtymässä äänestämisestä kulutusvalintojen tekemiseen.

6.3. Artikkeleiden kirjoittamiskontekstit

Tulkitsevassa käsitetutkimuksessa on tarkoituksena eritellä myös käsitelmäärittelyjen taustaolettamuksia. Tässä alaluvussa peilaan aluksi amerikanisaation määrittelyjä teorioihin, joiden lähtökohdista niitä artikkeleissa lähestytään. Käsitteiden määritelmiä etsittäessä on olennaista kontekstualisoida, millaisiin teoreettisiin lähtökohtiin mitkään määrittelyt kytkeytyvät. Pyrin tunnistamaan artikkeleiden teoreettisten taustojen ja niiden amerikanisaatiota koskevien näkemysten mahdollisia yhteyksiä. Tämän jälkeen valotan muita konteksteja. Käyn lyhyesti läpi kirjoittajien taustoja, alkuperämaita ja kirjoitusajankohtaa ja pohdin, vaikuttavatko nämä mahdollisesti artikkeleiden näkemyksiin amerikanisaatiosta.

6.3.1. Artikkeleiden teoreettiset taustat

Penneyn (a5), Rasmussenin (a6), Nielsenin (a4) ja Leen, Kaidin ja Takin (a1) artikkelit lähestyvät amerikanisaatiota median poliittisen taloustieteen lähtökohdista. Niiden pohjalta huomio kohdistuu mediamarkkinoiden toimintaan, talouteen ja politiikkaan. Lisäksi artikkeleissa puhutaan amerikanisaatiosta yhteiskunnallisena ilmiönä.

Penney (a5) lähestyy amerikanisaatiota tarkemmin ottaen kulutuskulttuurin tutkimuksen suunnasta. Marxilaisessa kulttuuriteoriassa kulutuskulttuuria on perinteisesti pidetty demokraattisen prosessin antiteesinä, sillä kulutuskulttuurin katsotaan passivoivan kansalaisia. Asiakysymysten pinnallistuminen ja politiikan kaupallistuminen ovat herättäneet paljon pelkoja demokratian tulevaisuudesta. Penney kuitenkin esittelee myös kulutuskulttuurin tutkimuksen uudempia virtauksia, joissa kansalaisilla nähdään olevan valtaa aktiivisina kuluttajina. Suosiessaan esimerkiksi ekologisesti kestäviä tuotteita he ovat aktiivisia poliittisia toimijoita. Voidaankin sanoa, että politiikan kuluttaminen ja kulutuskulttuurin politisoituminen elävät nykyisin rinnakkain. Penney seuraa Peter J. Taylorin [1999] määritelmää amerikanisaatiosta ”kulutuskulttuurin puitteissa tapahtuvana jäljittelynä ja sopeutumisenä”. Hän siis lähestyy amerikanisaatiota elimellisesti kulutuskulttuuriin kietoutuvana ilmiönä.

Rasmussenin (a6) artikkelin taustalla vaikuttaa Hallinin ja Mancinin (2004) *Comparing Media Systems* -teos. Rasmussen soveltaa kirjan teesiä Yhdysvaltojen liberaalin mediajärjestelmän omaksumisesta muissa maissa keskusteluun journalismin kaupallistumisesta ja asijournalismin vaikeuksista. Hallin ja Mancini peräsivät omassa teoksessaan konkreettisempia tutkimuksia amerikanisaatiosta, ja tämän vaatimuksen motivoimana Rasmussen selvitti, kuinka tanskalaiset toimittajat kävivät opettelemassa Yhdysvalloissa kehitettyjä uusia journalismia muotoja ja toivat niitä omaan työhönsä. Amerikanisaatiota Rasmussen lähestyy hyödyntäen Van Elterenin (2006b) erottelua lähetykseen, ylikansallistumiseen ja omaksumiseen. Hänen tavoitteensa tutkimuksessa on ymmärtää, miten amerikanisaatio toteutuu käytännön tasolla. Artikkelin yksi lähtökohta on ajatus amerikanisaatiosta epäsymmetrisenä valtasuhteena.

Nielsenillä (a4) on artikkelissaan on teoreettisesti osin samat taustat kuin Rasmussenilla (a6). Häinkin lähtee liikkeelle Hallinin ja Mancinin (2004) mediajärjestelmien mallista ja heidän hypoteesistaan, että muiden maiden mediajärjestelmät muuttuvat kohti Yhdysvaltojen liberaalia mallia. Lisäksi Nielsen nojautuu uskollisesti Hallinin ja Mancinin käsitykseen amerikanisaatiosta homogenisaationa tutkiessaan empiirisesti, ovatko kuuden länsimaisen maan (Suomi, Saksa, Italia, Ranska, Iso-Britannia ja Yhdysvallat) mediajärjestelmät alkaneet muistuttaa Yhdysvaltojen mediajärjestelmää. Hän siis tutkii nimenomaisesti mediajärjestelmien samankaltaistumista, ei sitä, onko yhdysvaltalaisen järjestelmän joitakin piirteitä saapunut ja kenties saapuessaan muuttunut. Nielsenin käsitys amerikanisaatiosta eroaakin muiden artikkeleiden määritelmistä, joissa korostuu assimilaatio. Esimerkiksi Rasmussenin (a6) artikkelissa Hallinin ja Mancinin teoria on kyllä läsnä, mutta Nielsenistä poiketen hän ei ymmärrä amerikanisaatiota homogenisaationa vaan laajemmin amerikkalaisten vaikutteiden leviämisenä ja sen muuttumisena uusissa ympäristöissä.

Lee, Kaid ja Tak (a1) asemoituvat kahden vuosikymmenen takaisessa artikkelissaan poliittisen viestinnän tutkimukseen. He sijoittavat tutkimuksensa erityisesti kentälle, jolla vertaillaan eri maiden poliittista viestintää ja esimerkiksi sitä, ovatko poliittisen viestinnän tyylit eri maissa samankaltaistuneet. Kirjoittajat katsovat kriittisesti, että perinteinen vertaileva viestintätutkimus nojaa lähtökohdissaan vahvasti Yhdysvaltojen taloudellisiin ja poliittisiin intresseihin, minkä lisäksi monet alan tutkimukset nojaavat länessä kehitettyihin sosiologisiin teorioihin. He toivovat, että tällainen lännen dominointi vähenisi viestintätutkimuksen kentällä. Leen, Kaidin ja Takin käsitys amerikanisaatiosta kiinnittyy tiukasti heidän aiheeseensa, ja heidän amerikanisaation määritelmänsä koskee vain poliittista viestintää. Kirjoittajat näkevät amerikanisaation kulttuurisena

hybridisaationa, johon liittyy amerikkalaisia vaikutteita ja paikallista assimilaatiota. He kytkevät samalla amerikanisaation uhkana demokraattisen prosessin rappioon.

Avrahamin ja Firstin (a2) artikkeli sijoittuu taustaoletuksiltaan kulttuurintutkimuksen kentälle. Tutkimuksessa voi tunnistaa kahdenlaisia teoriataustoja. Kirjoittajat liittävät tutkimuksensa ensinnäkin nationalismiin tutkimukseen ja eritoten Benedict Andersonin (2006) ajatukseen kansakunnista kuviteltuina yhteisöinä. Toiseksi he sijoittavat tutkimuksensa mainosten tutkimuksen kentälle. Avrahamin ja Firstin artikkeli on tarkastelemistani ainoa, jossa amerikanisaatiota lähestytään kansakuntia koskevasta kulttuurisesta näkökulmasta. Kirjoittajat lähestyvät Yhdysvaltoja kansakuntana, jonka kuviteltu identiteetti saattaa uhata kansallisen identiteetin kuvitelmaa Israelissa.

Mainosten tutkimusta Avraham ja First (a2) lähestyvät seuraten Barthesin [1998] ajatusta siitä, että mainokset täyttävät yhteiskunnassa myytin virkaa. Myyttien tavoin mainokset tarjoavat samastumiskohteita ja ratkaisuja sosiaalisiin jännitteisiin. Mainoksia tutkimalla voi selvittää, mikä missäkin yhteiskunnassa on haluttavaa ja millaisia unelmia kuluttajilla on. Tätä kautta ne saattavat vaikuttaa myös yhteiskunnan normeihin, asenteisiin ja käytökseen. Avraham ja First pitävät mainoksia olennaisina kulttuuriamme edustavina ja muokkaavina tuotteina. Mainosten tutkimuksen teoriatausta liittyy amerikanisaation tässäkin tutkimuksessa kulutuskulttuuriin.

Glancy (a3) *Historical Journal of Film, Radio and Television* -journaalissa julkaistun artikkelin lähtökohdat liittyvät mediahistorian tutkimukseen. Vaikka artikkeli käsittelee amerikanisaatiota ja elokuvaa, sen lähtökohdat ja viittauskohteet poikkeavat muista. Artikkelin tausta kiinnittyy nähdäkseni historiantutkimukseen, jossa on teoretisoinnin sijasta tyypillistä tutkia historiallisia aineistoja ja tehdä niihin perustuvia tulkintoja. Glancy myös taustoittaa amerikanisaatiota historiallisena ilmiönä muita artikkeleita enemmän. Hän tuo muun muassa esiin, että amerikanisaatio nähtiin alun perin Yhdysvaltoihin muuttaneiden ihmisten amerikkalaistamisena, ja vasta myöhemmin yleistyi merkitys amerikanisaatiosta amerikkalaisuuden leviämisenä muualle maailmaan.

Teoreettisten lähtökohtien erot ilmenevät artikkeleissa amerikanisaation eri puolten erilaisina painotuksina. Yhdenkään artikkelin tarkoituksena ei ollut paneutua käsitteeseen itsessään ja pohtia sen merkityksiä, vaan kaikissa tutkittiin jotakin empiristä ilmiötä. Nielsenin (a4), Rasmussenin (a6), Penneyn (a5) sekä Leen, Kaidin ja Takin (a1) artikkeleissa tärkeimmäksi elementiksi nousee

lopulta kysymys siitä, miten kaupallisuus ja sen aiheuttamat sisällölliset paineet muuttavat politiikkaa ja journalismia, ja siten muokkaavat demokraattista prosessia. Amerikanisaatioon toisin sanoen suhtauduttiin yhteiskuntaan vaikuttavana ilmiönä. Avrahamin ja Firstin (a2) artikkelissa amerikanisaatiota käsiteltiin kansakuntien kuviteltujen identiteettien kautta, ja siten siinä liikuttiin korostetusti kulttuurisella kentällä. Glancyn (a3) lähtökohdat kiinnittyvät tarpeeseen ymmärtää, miten amerikanisaatio ilmeni tietyinä aikakautena.

6.3.2. Artikkeleiden kirjoittajien taustat ja kulttuuriset kontekstit

Käsitteen määrittelyjen taustatietojen pohtiminen on osa tulkitsevaa käsitetutkimusta. Näin saavutetaan parempi ymmärrys siitä, missä olosuhteissa käsitteiden määrittelyt on tehty ja miten nämä olosuhteet voivat mahdollisesti vaikuttaa määrittelyihin. Esittelen seuraavaksi lyhyesti artikkelien kirjoittajat järjestyksessä, joka tuntui käsittelyn kannalta loogiselta.

Artikkelin (a2) kirjoittajat ovat molemmat israelilaisia ja työskentelevät viestintätieteiden parissa Israelissa. Eli Avraham vaikuttaa Haifan yliopistossa viestintätieteiden laitoksella erikoisaloinaan kansainväliset suhteet ja poliittinen kommunikaatio.¹⁹ Avraham on tutkinut muun muassa paikkojen brändäystä eli sitä, miten eri paikat nähdään positiivisesti tai negatiivisesti ja miten näitä näkemyksiä voidaan muuttaa. Anat First puolestaan on apulaisprofessori viestinnän laitoksella Netanya Academic Collegessa.²⁰ Yhdysvalloilla ja Israelilla on poikkeukselliset suhteet, sillä Yhdysvallat on antanut Israelille pitkään huomattavaa poliittista ja taloudellista tukea. Israel on Yhdysvaltojen lähin liittolainen Lähi-Idässä, ja Yhdysvallat jakaa Israelin valtiolle suuria avustuksia, joista suuri osa on kuitenkin käytettävä amerikkalaisiin tuotteisiin. Asetelman voi katsoa lisäävän amerikkalaisten vaikutusvaltaa Israelissa.

Nähdäkseni kuvatut taustatekijät eivät nouse esiin Avrahamin ja Firstin artikkelissa. Heidän tarkastelunsa sisältää huomattavaa skeptisyyttä koskien amerikanisaatiota, kuten pohdintaa siitä, hautaako amerikanisaatio alleen muut kulttuurit vai ei. Artikkelista kuitenkin löytyy myös positiivisia kantoja Yhdysvalloista, esimerkiksi mainintoja siitä, että kyseessä on voimakas ja

¹⁹ Ks. <https://comm.hevra.haifa.ac.il/index.php/en/faculty-staff-en/2013-10-07-19-10-3/987-prof-eli-avraham>. Viitattu 3.12.2018.

²⁰ Ks. <http://home.um.edu.mt/mjhr/contents/authors/AnatFirst.htm>. Viitattu 3.12.2018.

edistyksellinen valtio. Lisäksi Avraham ja First toteavat, että Israelin kansalaisilla on lähtökohtaisesti positiivinen käsitys Yhdysvalloista.

Anders Bo Rasmussen (a6) on apulaisprofessori Etelä-Tanskan yliopistossa American Studies -keskuksessa.²¹ Hän on väitellyt journalistiikasta ja listaa tämänhetkiseksi tutkimuskohteikseen amerikanisaation, Yhdysvaltojen sisällissodan, sodan ja kulttuurin, maahanmuuton historian, rodun, etnisyyden ja transnationaalisen diplomatian. Siinä missä valtaosa muiden artikkelien kirjoittajista työskentelee viestinnän laitoksilla, Rasmussen siis vaikuttaa siis Americas Studies -osastolla, mikä osoittaa erityistä keskittymistä nimenomaan Yhdysvaltoihin. Olettaisin, että Tanskalla on Yhdysvaltoihin ja amerikkalaiseen kulttuuriin samantyylliset suhteet kuin muillakin Pohjoismailla. Osin Pohjoismaita toki erottaa toisistaan se, että Tanska, Norja ja Islanti ovat Nato-jäseniä toisin kuin Suomi ja Ruotsi. Pohjoismaissa ja Yhdysvalloissa on osin erilaiset arvomaailmat, koska Pohjoismaissa korostetaan hyvinvointivaltion ajatusta, kun taas Yhdysvallat on yksilönvapauden nimiin vannova liberaali valtio. Rasmussen puhuukin paljon siitä, että Pohjoismaiden tuki medialle niiden mediajärjestelmät amerikkalaisesta. Tunnistan tähän liittyen Rasmussenin kantavan huolta siitä, että kaupalliset paineet rapauttavat pohjoismaisia toimintamalleja.

Rasmus Kleis Nielsen (a4) toimii poliittisen viestinnän professorina Reuters Institute for the Study of Journalism -instituutissa Oxfordin yliopistossa.²² Nielsen on kotoisin Tanskasta, mutta hän on väitellyt Columbian yliopistossa Yhdysvalloissa ja työskentelee nykyisin siis Isossa-Britanniassa. Nielsen on erikoistunut tutkimaan uutismedian ja poliittisen viestinnän muutoksia sekä digitaalisen viestintäteknologian roolia. Hän on eritellyt amerikkalaista politiikkaa, journalismia ja tehnyt vertailevaa tutkimusta.

Artikkelin a1 kirjoittajista, eteläkorealalaisista Leestä, Kaidista ja Takista en onnistunut löytämään kontekstietoa englanniksi. Etelä-Korealla on valtiona joka tapauksessa läheiset suhteet Yhdysvaltoihin. Korean kriisissä Etelä-Korea oli amerikkalaisten liittolainen, ja suuria osia maasta pommitettiin. Amerikkalaiset olivat mukana myös Etelä-Korean jälleenrakennuksessa ja se on mahdollisesti myös vaikuttanut osaltaan eteläkorealaiseen kulttuuriin. Artikkelissaan Lee, Kaid ja Tak osoittavat huomattavaa ilmeistä ymmärrystä eteläkorealaisesta kulttuurista peilaten tuloksiaan

²¹ Ks. https://www.sdu.dk/en/om_sdu/institutter_centre/c_amerika/faculty/anders. Viitattu 3.12.2018.

²² Ks. <https://rasmuskleisnielsen.net/about/>. Viitattu 3.12.2018.

sen taustaa vasten, Tämä ei välttämättä olisi samassa määrin mahdollista, jos he eivät tuntisi kulttuuria omakohtaisesti.

Joel Penney (a5) toimii apulaisprofessorina viestintätieteiden tiedekunnassa Montclair State Universityssä Yhdysvalloissa.²³ Artikkelinsa kirjoittamisen aikoihin hän vaikutti Pennsylvanian yliopistossa. Penney on erikoistunut uuteen mediaan, kriittiseen kulttuurintutkimukseen ja poliittiseen viestintään. Hänet erottaa muiden artikkeleiden kirjoittajista se, että hän ei tutki asuinmaansa amerikanisaatiota. Artikkelissaan Penney erittelee t-paita-kampanjan toteuttamista Australiassa tarkastellen yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia vastaaviin amerikkalaisiin kampanjoihin sekä kampanjaan suhtautumista. Minulle ei selvinnyt, onko Penneyllä sidettä Australiaan, mutta nähdäkseni hän osoittaa ilmeistä ymmärrystä Australiasta ja australialaisesta poliittisesta ympäristöstä.

Mark Glancy (a3) on elokuvahistorian apulaisprofessori Queen Mary -yliopiston historiallisessa instituutissa Lontoossa.²⁴ Häntä kiinnostavat transatlanttiset näkökulmat elokuvahistoriaan. Glancy on tutkinut paljon brittiläisiä yleisöjä ja erityisesti Hollywood-elokuvan vastaanottoa Britanniassa. Glancyn historiantutkimuksellinen orientaatio on erityinen artikkeleiden kirjoittajien joukossa. Britanniassa on historiallisesti pitkälle juontuvat siteet Yhdysvaltoihin, joka oli alun perin Britannian siirtomaa ja jossa englannin kieli ja brittikulttuuri loivat osaltaan pohjaa amerikkalaiselle kulttuurille. Kieli yhdistää edelleen näitä kahta valtiota, joilla on läheiset kahdenväliset poliittiset ja taloudelliset suhteet. Mielikuvat siitä, että britit katsovat amerikkalaista ”halpaa kulttuuria” nenänvarttaan pitkin, ovat silti yhä olemassa, ja näitä ennakkoluuloja käsitellään myös Glancyn artikkelissa.

Pohtiessani artikkeleiden kirjoittajia ja kulttuurisia konteksteissa, koin mielenkiintoisimmaksi teemaksi kirjoittajan oman kulttuurisen tausta suhteen artikkeleissa tutkittuun kulttuuriin. Artikkeleista neljä (a1, a2, a3 ja a6) käsitteli oman koti- tai asuinmaan amerikanisaatiota. Nielsen (a4) puolestaan tutki muiden kuin kotimaansa mediajärjestelmiä ja Penney (a5) on käsittäkseni itse amerikkalainen. Oman maan amerikanisaation tutkiminen tuo tarkasteluun erityiset kontekstuaaliset lähtökohdat. Sisäpuolinen kulttuurinen ymmärrys voi auttaa ymmärtämään amerikanisaation

²³ Ks. https://www.montclair.edu/profilepages/view_profile.php?username=penneyj. Viitattu 4.12.2018.

²⁴ Ks. <https://www.qmul.ac.uk/history/people/academic-staff/profiles/glancymark.html>. Viitattu 4.12.2018.

liittyviä vivahteita vastaanottavassa kulttuurissa. En kuitenkaan huomannut, että Penneyn artikkeli olisi suhtautunut vastaanottavaan kulttuuriin vähemmän ymmärtävästi kuin muut.

Omasta kulttuurista kirjoittamiseen saattaa sisältyä myös omakohtaista huolta aiheesta tai erityistä kiintymystä siihen. Koska suhtautuminen amerikanisaatioon on yleisellä tasolla usein negatiivinen, kirjoittaja saattaa olla siitä jo valmiiksi huolissaan tai provosoitunut. Tämä ei ollut erittelemissäni artikkeleissa nähdäkseni ongelma. Vaikka tutkimusten perusteluissa nostettiin näkyviin huoli amerikanisaation vaikutuksista uihin kulttuureihin, kirjoittajat eivät lähestyneet aihettaan puolueellisesti.

6.4. Vallan aspektit amerikanisaation ymmärtämisessä ja tarkastelussa

Tässä alaluvussa käsittelen amerikanisaatioon liittyviä vallan аспекteja erittelemissäni artikkeleissa. Metodiluvussa 4 esittelin erilaisia näkökulmia valtaan joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa, ja tässä alaluvussa lähestyn amerikanisaatiota niistä lähtökohdista. Käsittelen ensin, millä tavoin amerikanisaatio itsessään epätasa-arvoisena valtasuhteena ”amerikkalaisen” ja ”ei-amerikkalaisen” välillä on tai ei ole artikkeleissa esillä. Tämän jälkeen pohdin, nouseeko artikkeleissa näkyviin käsitystä vallasta mahdollisuutena tehdä asioita. Lopuksi valotan amerikanisaation prosessiin liittyvää valtaa siihen artikkeleissa kielteisesti ja myönteisesti suhtautumisen kannalta.

6.4.1. Julkilausutun valtakysymyksen poissaolo

Yleisesti ottaen voi todeta, että artikkeleissa amerikanisaatiota ei käsitteellistetä julkilausutusti vallan näkökulmasta juuri lainkaan. Ainoa suora viittaus amerikanisaatioon ja valtaan löytyy Rasmussenin (a6) artikkelista. Hän nostaa esiin ajatuksen amerikanisaatiosta epäsymmetrisenä valtasuhteena, jossa Yhdysvallat luo amerikanisaation agendan. Toisin sanoen vastaanottajamaissa otetaan vastaan ja assimiloidaan Yhdysvalloissa luotua agendaa.

Artikkeleiden amerikanisaation määrittelyihin sisältyviä verbivalintoja tarkastellessani totesin, että Yhdysvaltoja tai amerikkalaisuutta ei niissä lähestytä amerikanisaation aktiivisina toimijoina. Määritelmässä puhutaan ”soveltamisesta” ja ”vaikutusten hyödyntämisestä”, mutta ”amerikkalaista” ei nimetä vallankäyttäjäksi. Kuten muistetaan, perinteiseen behavioristiseen näkemykseen vallasta kuuluu, että vallankäyttäjät käyttävät valtaa tietoisesti. Strukturalistisissa näkemyksissä valtaan tämä

ei ole enää vallan ennakoedellytys. Toisaalta se, että jotain osapuolta ei nähdä aktiivisena vallankäyttäjänä ei tarkoita, että epätasa-arvoista suhdetta ei olisi. (Vine 2008.)

Kulttuuri-imperialistiseen ajatteluun liittyi painokkaasti ajatus siitä, että Yhdysvallat levittää kulttuuriaan muihin maihin hyvin määrätietoisesti. Keskiössä oli toisin sanoen käsitys vallasta jonkin ylitse. Kuten todettua kulttuuri-imperialistisesta teesistä on kuitenkin paljolti luovuttu, minkä myötä keskustelu vallasta tuntuu nykyisessä amerikanisaatiotutkimuksessa kaiken kaikkiaan vähentyneen.

Kun valtaa ei artikkeleissa käsitellä epätasa-arvoisena suhteena, voi kysyä, näyttäytyykö se artikkeleissa kenties foucaultlaisena käsityksenä mahdollisuudesta tehdä asioita. Artikkeleissa ei kuitenkaan käsitellä valtaa julkilausutusti tästäkään näkökulmasta. Assimilaationäkökulmaan foucaultlaisen käsittämistavan vallasta toimintakyknä voi silti ajatella sopivan. Vaikutteiden soveltaminen omassa kulttuurisessa kontekstissahan on juuri tällaista vastaanottajan toimijuutta.

Van Elteren (2006a, 356-359) tähdentää, että vaikka kulttuuri-imperialistisesta teesistä on luovuttu, ei saisi unohtaa, että amerikanisaatio on vahvasti maailmaa muokkaava ilmiö, eikä siihen liittyviä vallan аспекteja tulisi sivuuttaa. Erittelemissäni artikkeleissa Van Elterenin viittaama sivuuttaminen on mielestäni havaittavissa. Kirjoittajat keskittyvät siinä määrin amerikanisaation vastaanottoon ja assimilaatioon, että konkreettista huomiota ei juuri kohdisteta siihen, millaista valtaa ilmiöön itsessään sisältyy. Artikkeleiden toteamukset ovat järjestelmällisesti sen suuntaisia, että ”amerikkalaisia vaikutteita leviää, mutta tämä tapahtuu pitkälti vastaanottajien lähtökohdista”. Vaikka valtakysymystä ei sanallisesta, edelläolevan mukaiset maininnat itse asiassa implikoivat, että prosessiin sisältyy valtaa. Artikkeleissa ei siis kuitenkaan pohdita, kenellä valtaa prosessissa on, kuinka paljon ja millaista.

6.4.2. Pelottava amerikanisaatio

Amerikanisaatiosta puhutaan usein siten, että vahvan negatiiviset ilmaukset ovat osa puhetapaa. Ranskan amerikanisaatiota tutkineen historioitsija Richard Kuiselin (2012, xix-xxi) mukaan anti-amerikanismi tarkoittaa sitä, että Yhdysvalloista odotetaan aina kaikkein pahinta. Yhdysvallat on dystopia, joka liitetään kulutukseen, vulgaariin massakulttuuriin ja haluun hallita maailmaa. Muu maailma pelkää, että kulttuurit katoavat, ja jäljelle jää ylikaupallinen kulutuskulttuuri. Saksan

amerikkalaiseen vaikutteisiin perehtynyt historioitsija Arnold Schuetz (2001, 23) toteaaakin, että terminä amerikanisaatio kantaa yleensä mukanaan kielteisiä sivumerkityksiä.

Tältä vaikuttaa myös valitsemieni artikkeleiden tapauksessa. Vaikka artikkeleissa katsotaan amerikanisaatiota assimilaatiota korostavasta näkökulmasta, pelot amerikanisaatiosta ovat tulkintani mukaan silti vahvasti läsnä. Esimerkiksi Glancyn (a3) 1920-lukua Britanniassa käsittelevä artikkeli lähtee liikkeelle sitaatista elokuvakritiikissä, jossa brittiläistä yleisöä kutsuttiin elokuvien vuoksi ”tilapäisiksi amerikkalaisiksi”. Elokuvaan suhtauduttiin etenkin ylemmissä luokissa tuolloin propagandamediana, jota (alempien luokkien) ihmiset vastaanottivat ilman minkäänlaista kritiikkiä hyväksyen elokuvien tarjoamat arvomaailmat. Amerikkalaisia vaikutteita pidettiin uhkaavina ja niiden pelättiin murentavan kansallinen identiteetti. Glancyn oma päätelmä kuitenkin on, että amerikkalaisuuteen ei käytännössä suhtauduttu lainkaan niin kriittömästi ja sokeasti kuin osa aikalaisista pelkäsi. Kaikkia amerikkalaisen kulttuurin piirteitä ei noin vain omaksuttu, ja monet niistä kohtasivat myös vastustusta. Nekin amerikkalaisen kulttuurin piirteet, jotka omaksuttiin, omaksuttiin vastaanottavan kulttuurin perspektiivistä. Glancyn mukaan kansallisen kulttuurin ja kansallistunteen jääminen amerikkalaisuuden jalkoihin joka tapauksessa herätti lähes sata vuotta sitten pelkoa, ja sitä ruokkivat osaltaan yhteiskunnan valtarakenteita horjuttaneet muutokset.

Pelko kansallisen kulttuurin katoamisesta nousee esiin myös Avrahamin ja Firstin (a2) israelilaisia mainoksia käsittelevän artikkelin perusteluissa. Kirjoittajat toteavat kuitenkin pyrkivänsä olemaan arvottomatta amerikanisaatiota ilmiönä ja tarkastelemaan empiirisesti amerikkalaisen kuvaston mahdollista lisääntymistä Israelissa.

Rasmussenin (a6), Nielsenin (a4), Penneyn (a5) ja Leen, Kaidin ja Takin (a1) artikkeleissa puolestaan ilmenee pelko siitä, että amerikkalaisuus rappioittaa yhteiskuntaa ja sen toimivuutta. Rasmussen (a6) nostaa esiin pelon amerikkalaisista vaikutteita journalismissa, jotka johtavat shokkijournalismiin ja vain myyviin mediatuotteisiin. Nielsen (a4) puolestaan nimeää huolen muutoksista sisällöissä ja poliittisessa viestinnässä. Kun pitää tehdä tehokkaasti myyviä kaupallisia mediatuotteita, politiikan kysymyksistä ei enää keskustella kunnolla.

Penney (a5) toteaa, että länsimaissa pelätään, että amerikkalaisen kulttuurin pinnallisuus hautaa alleen politiikan merkityksellisyyden, ja demokraattinen prosessi kärsii. Pelkona on, että politiikan aiheet jäävät vähemmälle huomiolle, kun keskitytään viihteeseen, kampanjointiin ja joukkojen liehittelyyn. Penneyn tarkastelumaassa Australiassa on oltu syvästi huolissaan amerikkalaisen

kulttuurin vaikutuksista australialaiseen kulttuuriin. Huolta lisää se, että molempien maiden pääkieli on englanti. Penneyn artikkeli kuitenkin osoittaa pelot osin aiheettomiksi, sillä eritellyssä t-paita-kampanjassa amerikkalainen idea sovitettiin australialaiseen kulttuuriympäristöön siten, että ihmiset eivät kokeneet ahdistusta liiasta amerikanisaatiosta.

Lee, Kaid ja Tak (a1) toteavat artikkelinsa alussa, että tutkimuksen taustalla on ”suuri huoli”, että korealainen poliittinen mainonta amerikkalaistuu. Tätä viitepistettä lukuun ottamatta artikkelissa on havaittavissa pelkoja kuitenkin sangen vähän, ja kirjoittajat suhtautuvat amerikanisatioon enimmäkseen tyynesti. Oman tapauksensa osalta Lee, Kaid ja Tak päätyvät tulkintaan, että amerikanisaatiota on kyllä tapahtunut, mutta parhaan hyödyn saadakseen vaalimainostajan kannattaa taiteilla amerikkalaisen ja korealaisen kulttuurin välimaastossa ja ottaa kansallisen kulttuurin herkät kohdat huomioon.

Tiivistäen voi todeta, että kaikissa artikkeleissa ilmeni jonkinlaista pelkoa amerikanisaatiota kohtaan. Koska muutos itsessään aiheuttaa usein pelkoa, tämä huomio ei yllätä – onhan amerikanisaatiossa pohjimmiltaan kyse muutosprosessista. Pelon voi liittää myös Avrahamin ja Firstin (a2) esiin nostamaan kysymyksen ontologisesta turvallisuudesta. Jos hyväksytään, että nationalismi on ontologista turvallisuutta tuottava ja takaava ilmiö, sitä uhkaavaksi koetut asiat aiheuttavat pelon tunnetta. Merkillepantavaa joka tapauksessa on, että artikkeleissa pelot ovat ensimmäisiä asioita, jotka amerikanisatioon liittyen mainitaan. Itse asiassa amerikanisoitumisen synnyttämät pelot ovat usein jopa se syy, joka on antanut aiheen artikkelin kirjoittamiseen. Erittelemistäni artikkeleista oli aiheesta riippuen löydettävissä pääasiassa kolmenlaista pelkoa, jotka olivat pelko kansallisen kulttuurin häviämisestä, pelko yhteiskuntajärjestyksen muuttumisesta ja pelko yhteiskunnallisten instrumenttien kuten journalismin ja politiikan rappioitumisesta.

6.4.3. Positiiviset viittaukset amerikanisatioon

Myönteisiä näkemyksiä amerikanisaatiosta esitettiin artikkeleissa huomattavasti kielteisiä vähemmän, ja myös niiden rooli oli vähäisempi. Yhdessäkään artikkelissa amerikanisaatiota tai amerikkalaisuutta ei käsitelty johdonmukaisen positiiviseen sävyyn.

Ainoa artikkeli, jossa amerikanisaatiosta ilmiönä viitattiin myös selvän myönteisesti oli Glancyn (a3) artikkeli, jossa todetaan, että 1920-luvun Britanniassa Yhdysvaltoihin liitettiin niin sanottu

kehittymättömän maailman sivilisoiminen ja demokratisoiminen. Tosin tämä huomio on haluttaessa mahdollista tulkita ironiseksi ja siten epäsuorasti kielteiseksi.

Muutamassa muussa artikkelissa viitataan positiivisesti Yhdysvaltojen ominaisuuksiin valtiona. Avrahamin ja Firstin (a2) artikkelissa todetaan, että amerikkalaisia ihailaan usein voimasta, tehokkuudesta, poliittisesta mahdista, vapaudesta, teknologisesta edistyksellisyydestä ja innovatiivisuudesta. Tässä artikkelissa on myös kokonaisuutena arvioiden neutraalein sävy amerikanisaatioon ilmiönä, ja kirjoittajat myös erityisesti tähdentävät, että he eivät halua arvottaa amerikanisaatiota. Rasmussenin (a6) artikkelissa amerikkalaisille annetaan kiitosta edistyksellisyydestä journalismissa ja tämän tarjoamasta inspiraatiosta tanskalaisille journalisteille.

Artikkeleiden sisältämät myönteiset toteamukset koskevat enimmäkseen Yhdysvaltoja valtiona ja vähäisemmässä määrin amerikanisaatiota prosessina. Tämän voi tulkita niin, että Yhdysvaltojen edistyksellisyys ja sen monilla aloilla kansainvälisesti hallitseva asema tiedostettiin artikkeleissa.

7. Päätelmät

Tässä luvussa vedän ensin yhteen amerikanisaation käsitteen käytöstä tekemiäni johtopäätöksiä edellisestä luvusta. Tämän jälkeen siirryn pohtimaan sitä, miten amerikanisaation käsite voisi mahdollisesti olla hyödyksi joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa. Lopuksi palaan ajatukseen amerikanisaation ja globalisaation suhteesta ja pohdin, millä eri tavoin nämä kaksi voitaisiin sovittaa yhteen.

7.1. Yhteenvedo

Kokonaisuutena arvioiden voi sanoa, että ote amerikanisaatioon käsitteenä oli artikkeleissa pintapuolinen. Artikkeleissa esitetyt määritelmät olivat lyhyitä ja pitivät sisällään lähinnä sen, että ”amerikanisaatio on amerikkalaisen leviämistä ei-amerikkalaisiin kulttuureihin”. Vain Rasmussenin (a6) artikkelissa avattiin, miten kirjoittaja ymmärtää amerikanisaation prosessina ja miten hän tätä käsitystä tukimuksessaan soveltaa. Muissa artikkeleissa amerikanisaation luonnetta ei pohdittu, vaan sanalle annettiin sängen yksioikoinen merkitys. Tilanteeseen voisi soveltaa käsitteen käsitettä pohdineen Maiké Balin (2002) huomiota termin ja käsitteen erosta. Missä termi vain nimeää, siinä käsitteellä on teoretisoivaa voimaa. Parhaimmillaan käsitteet voivat Balin mukaan palvella jopa pienoisteorioina. (Emt., 33.) Tarkastelemisani artikkeleissa amerikanisaatio ei palvele täysimittaisena käsitteenä, vaan se on lähinnä nimeävä termi.

Analysoimisani artikkeleissa amerikanisaation käsitettä ei myöskään käytetty niin, että määritelmää olisi tarkennettu tai kehitetty käsitteen käyttöä tavalla tai toisella eteenpäin. Mielikuvakseni jäi, että mikäli amerikanisaation käsitettä haluttaisiin joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä hyödyntää enemmän ja paremmin, sitä tulisi teoretisoida pidemmälle.

Tässä työssä olen etsinyt amerikanisaation käsitteen ydinmerkitystä joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä tarkastelemalla amerikanisaation käsitteen määrittelyjä joukossa alan tutkimusartikkeleita. Kuten muistetaan, wilsonilaisessa käsiteanalyysissä käsitteen ydinmerkitykseen sijoitetaan se, mikä on käsitteen käytössä poikkeuksetta yhteistä. Erittelin artikkeleista amerikanisaation määritelmien toimijoita, verbivalintoja ja muutoksen kohteita. Niiden perusteella määritelmien yhteiseksi osaksi muodostui se, että amerikanisaatio on prosessi, jossa amerikkalaiset vaikutteet johtavat muutoksiin ei-amerikkalaisissa kulttuureissa. Vivahteikkaamman

otteen saaminen amerikanisaatiosta muutosprosessina edellyttäisi tarkempaa empiiristä analyysiä selvästi laajemmalla aineistolla.

Tehtyäni johtopäätöksen amerikanisaation ydinmääritelmästä siirryin tarkastelemaan käsitteen reuna-alueita eli artikkeleissa esiin nousseita muita näkemyksiä käsitteen merkityksistä. Reuna-alueiksi valikoituivat amerikkalaisuuden olemus tai perusluonne, amerikanisaation leviämismekanismit, kulttuuri-imperialismi- ja assimilaatiokeskustelu, amerikanisaation suhde kulutuskulttuuriin, amerikanisaatioon liittyvä valta, amerikanisaatiota koskevat pelot sekä amerikanisaatioon liitetyt positiiviset ilmaukset. Lisäksi nostin esiin artikkelien teoriataustoja sekä kirjoittajien kulttuurisia ja kirjoituskonteksteja.

Artikkeleissa käsitellään yleisellä saatika teoreettisella tasolla vain vähän amerikkalaisuuden luonnetta tai olemusta. Sen sijaan amerikkalaisuutta käsiteltiin näkökulmasta, joka oli artikkelin aiheen kannalta relevantti. Yksi kaikkia artikkeleita yhdistävä amerikkalaisuuden piirre kuitenkin oli sen kytkeminen kulutuskeskeiseen arvomaailmaan ja yhteiskuntarakenteeseen. Amerikkalaisuuden leviämismekanismiksi todettiin yleensä kulutuskulttuuri ja sen myötä leviävät (kulttuuri)tuotteet. Parissa artikkelissa nostettiin myös esiin, että muualla maailmassa ihailaan ja sen seurauksena jäljitellään Yhdysvaltoja.

Kulttuuri-imperialismi koettiin artikkeleissa niiden omasta kirjoitusajankohdasta riippumatta vanhentuneeksi ajattelutavaksi, ja yleisin omaksuttu näkökulma amerikanisaatioon korosti assimilaatiota. Toisin sanoen kirjoittajat mieltävät amerikanisaation prosessiksi, jossa vastaanottava kulttuuri ottaa amerikkalaista kulttuuria vastaan joustavasti omista lähtökohdistaan. Kaikkea amerikkalaista ei seurata sokeasti, vaan amerikkalaisuudesta omaksutaan tiettyjä piirteitä, ja usein niitäkin sovelletaan vastaanottavan kulttuurin ehdoilla. Artikkeleissa ei myöskään juuri puhuta Yhdysvaltojen roolista amerikanisaatiossa.

Kuten lienee käynyt ilmi, pidän hedelmällisenä sosiologi Mel van Elterenin (2006a, 355) kantaa, että amerikanisaatio on vahvasti maailmaan vaikuttavana ilmiö, jonka luonnetta muutosvoimana on olennaista tutkia. Erittelemistä artikkeleista neljässä amerikanisaation merkittävyyttä ei sen erityisemmin pohdittu. Esimerkiksi Avraham ja First (a2) päinvastoin toteavat, että he pitävät amerikanisaatiota pikemminkin pinnallisesti kuin syvällisesti israelilaiseen kulttuurin vaikuttavana ilmiönä. Nielsen (a4) taas huomauttaa, että hänen tutkimassaan mediajärjestelmien tapauksessa amerikanisaatioita ei ilmennyt.

Olin yllätynyt siitä, kuinka vähän artikkeleissa pohditaan amerikanisaatioon liittyviä valtasuhteita. Tällaista pohdintaa tai keskustelua ei löytynyt juuri lainkaan, vaan amerikanisaatio nähtiin ilmiönä, joka ikään kuin vain tapahtuu. Rasmussenin (a6) artikkeli oli ainoa, jossa amerikanisaatiota lähestyttiin julkilausutusti myös vallan näkökulmasta ymmärtämällä valta ”epäsymmetriseksi valtasuhteeksi”. Yksi tulkintamahdollisuus on, että kulttuuri-imperialistisen ajattelutavan alkaessa näyttäytyä vanhentuneena myös siinä keskeiset valtakysymykset ovat samalla jääneet amerikanisaation tutkimuksessa pitkälti sivuun. Kun huomio kohdennetaan amerikkalaisuuden vastaanottoon ja assimilaatioon, lähettävä pää jää helposti pohdinnan ulkopuolelle.

Vaikka amerikanisaation kytkeytymistä kysymykseen vallasta ei artikkeleissa juuri mainita, niissä kaikissa kuitenkin puhutaan amerikanisaatioon liittyvistä peloista. Tunnistin pääasiassa kolmenlaisia pelkoja, jotka olivat pelko kansallisen kulttuurin häviämisestä, pelko yhteiskuntajärjestyksen muuttumisesta ja pelko yhteiskunnallisten instrumenttien kuten journalismin ja politiikan rappioitumisesta. Amerikanisaatioon liittyvät pelot koskevat usein kulutuskulttuuria ja sen luomien kaupallisten paineiden homogenisoivia vaikutuksia. Tietynlaiset pelot tai huoli itse asiassa olivat näyttäytyivät usein motivaationa artikkelien kirjoittamiselle. Positiivisia asioita amerikanisaatiosta esitettiin artikkeleissa vähän. Tällaisia olivat esimerkiksi muutamat maininnat Yhdysvalloista edistyksellisenä ja voimakkaana valtiona.

Teoreettisten lähtökohtien kannalta artikkeleissa oli tunnistettavissa kahta erilaista näkökulmaa amerikanisaatioon: poliittisen taloustieteen ja kulttuurintutkimuksen näkökulmat. Näiden kahden pohjalta amerikanisaatio hahmottuu erilaisena ilmiönä. Poliittinen taloustiede suuntaa huomion markkinoihin ja konkreettisten asioiden amerikanisoitumiseen, kun taas kulttuurintutkimuksessa kiinnostus kohdistuu kulttuureihin ja muihin ’aineettomiin’ asioihin, kuten kansakuntiin ja kansallistunteisiin. Amerikanisaation voi kuitenkin nähdä myös muutoksena, joka ei sinällään liity välittömästi kansallistunteisiin vaan yleisemmin yhteiskuntiin tai kulttuureihin. Kuten Avraham ja First (2003, 296) toteavat artikkelissaan (a2), israelilaisen kulttuurin symbolit nivoutuvat kansakuntaan ja sen yhteisöllisyyteen, ja amerikkalaisuuden symbolit puolestaan liittyvät kuluttamiseen. Jälkimmäiset eivät heistä (emt.) niinkään luo yhtenäisyyttä kuin liittävätsä tuotteisiin jotakin haluttavaa.

7.2. Amerikanisaation käsitteen hyödyllisyys joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa

Huomasin jouluaaleja läpi käydessäni, että on paljon tutkimusasetelmia, joissa amerikanisaation käsitettä olisi hyvin voinut käyttää, mutta näin ei tehty. Sen sijaan puhuttiin muunlaisista muutostrendeistä kuten globalisaatiosta tai median kaupallistumisesta. Jäin pohtimaan syitä siihen, että amerikanisaation käsite valitaan analyttiseksi työkaluksi niin harvoin. Mielikuvakseni muodostui, että kyse on kehästä, jossa amerikanisaation käsitettä ei ole ollut tapana tieteenalalla käyttää, minkä on johtanut käyttämättä jäämisen kierteeseen.

Samalla vaikuttaa siltä, että amerikanisaation käsite kantaa mukanaan painolasteja, jotka eivät sovi nykypäivään. Amerikanisaatio liitettiin pitkään kulttuuri-imperialismiin eli siihen, että amerikkalaiset pyrkivät amerikkalaistamaan muun maailman hyvin määrätietoisesti. Vaikka suoraviivaisin kulttuuri-imperialistinen katsanto on jo pitkään tuntunut vanhanaikaiselta, sen edustama ymmärrys kummittelee silti tutkijoiden rivien väleissä myös nykyään. Oikeastaan voisi sanoa, että amerikanisaatio näyttäytyy monille osin vanhentuneena kulttuuri-imperialismina, ja juuri siksi se ei ole käsitteellisesti houkutteleva vaihtoehto. Toisinaan ongelmana voi olla myös se, että amerikanisaatio esittäytyy mustavalkoisena synonyymina pelolle muun maailman muuttumisesta kuin kertaheitolla läpeensä amerikkalaiseksi. Käsitteen käytöstä tuntuvatkin usein puuttuvan vivahteet. Tekemäni selvityksen perusteella tällaisista historiallisista painolasteista olisi hyvä päästä eroon. Hedelmällisempää olisi ajatella, että kun jokin niin sanotusti lähtee liikkeelle Yhdysvalloista ja muuttaa jotakin jossain muualla, kyse on prosessista, jonka kuvaamisessa, erittelyssä ja selittämisessä amerikanisaation käsite voi palvella hyödyllisenä työkaluna.

Mitä seurauksia amerikanisaation käsitteen hyödyntämisellä sitten olisi? Tulin itse siihen tulokseen, että mikäli tiettyjä ilmiöitä nimettäisiin amerikanisaation alle, tämä alkaisi muodostaa tarkempaa kuvaa siitä, mitä kaikkea amerikanisaatio mahdollisesti sisältää, ja kuinka laajasta ilmiöstä ylimalkaan on kysymys. Väitän, että amerikanisaatio joka tapauksessa viittaa aktuaalisesti olemassa olevaan ilmiöön. Amerikanisaation käsitteen käyttäminen otteen saamiseen tästä ilmiöstä kytkisi tiettyjä muutosvirtoja yhteen ja loisi vivahteikkaampaa yleiskuvaa maailmasta. Esimerkkinä käsitteen potentiaalın sivuuttamisesta voi mainita artikkelit, joissa puhutaan journalismin kohtaamista kaupallisista paineista ja niiden myötä journalististen sisältöjen muuttumisesta. Jos tämä journalismin kaupallistumiskeskustelu liitettäisiin amerikanisaation, se tulisi muutostrendinä nivotuksi osaksi itseään laajempaa ilmiökenttää. Kyseisen ilmiön erittely puolestaan saattaisi edesauttaa kokonaisvaltaisemman ja tarkemman kuvan muodostamista amerikanisaatiosta.

Entä miten amerikanisaation käsitettä voitaisiin hyödyntää joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen työkaluna nykyistä paremmin? Totesin edellä, että käsitteenä amerikanisaatiota käsiteltiin erittelemissäni artikkeleissa varsin pinnallisesti – seikka, joka osoittaa, että tilanne ei ole McQuailin (2008) kymmenen vuoden takaisesta arviosta muuttunut. Amerikanisaation käsitteen kehittämisessä voisi olla avuksi esimerkiksi sosiologi Van Elterenin (2006a, 145–147) kolmivaiheinen malli amerikanisaatiosta prosessina. Mallin vahvuus on mielestäni siinä, että se lähestyy amerikanisaatiota ottamalla huomioon kaikki prosessin vaiheet lähettämisestä kontaktivyohtyhykkeisiin ja vastaanottoon. Erittelemissäni artikkeleissa keskityttiin pitkälti vastaanottoon, ja Yhdysvaltojen pää jäi vähälle huomiolle. Tämä saattoi edesauttaa myös amerikanisaatioon liittyvien valtakysymysten sivuuntumista. Mikäli amerikanisaation osalta otetaan huomioon kaikki Van Elterenin erottamat vaiheet, ilmiöstä voidaan saavuttaa laaja-alaisempi ymmärrys. Tämä ei estä tarkemman huomion kohdentamista johonkin kolmesta osa-alueesta, mutta se tarjoaa niiden erittelylle tukevan ja monivivahteisen kontekstin.

7.3. Amerikanisaation ja globalisaation suhde

Aloitin tämän pro gradu -tutkielman kirjoittamalla globalisaation ja amerikanisaation suhteesta. Globalisaatio on ollut viime vuosina selvästi amerikanisaatiota suositumpi käsite. Päätän tämän luvun palaamalla amerikanisaation ja globalisaation väliseen suhteeseen tarkastelemalla miten tuo suhde on nähty ja millaisena se oman selvitykseni perusteella hahmottuu.

Globalisaatio on elegantti teoria. Se ehdottaa symmetristä maailmanlaajuisten keskinäissuhteiden nopeutumista ja lisääntymistä. Se hahmottelee koko maailman kattavan jäsenyyksen. Samalla globalisaatioteoria on osin myös tulevaisuuteen suuntautuva malli. Vapaasti tulkiten se lähtee nykyhetkestä ja pyrkii ennustamaan tulevaisuutta nykyhetken kehitystrendien pohjalta. Se ehdottaa lähentymistä maailman kaukaisten paikkojen välillä, keskusvetoisuuden katoamista ja kansallisvaltioiden merkityksen pienenemistä.

Nähdäkseni klassinen globalisaatioteoria on nykytilanteessa liiankin harmoninen, eikä maailma viime vuosina suinkaan ole kehittynyt teorian ehdottamalla tavalla. Yhdysvallat esimerkiksi on edelleen voimakas valtio, ja Euroopassa kansallisvaltioiden merkitys on pikemminkin taas kasvamassa kuin vähenemässä. Globalisaation liitetyt perusteet siitä, että ihmiset ovat yhä enemmän ja nopeammin yhteydessä toisiinsa ovat toki toteutuneet, mutta tämä ei ole johtanut

keskusvetoisuuden tai kansallisvaltioiden katoamiseen. Globalisaation täsmällinen määrittely yhteiskuntatieteissä vaatiikin jatkuvaa keskustelua.

Amerikanisaation ja globalisaation suhde on usein läsnä amerikanisaatiota koskevassa tutkimuksessa. Selatessani tutkimuksia törmäsin muutamiin erilaisiin tapoihin käsitteellistää amerikanisaation ja globalisaation suhdetta. Amerikanisaation ja globalisaation suhteen ymmärtämiseksi esitetään toisistaan poikkeavia teoreettisia vaihtoehtoja, mutta yleistä yksimielisyyttä näiden kahden ilmiön suhteen luonteesta ei ole.

Historioitsija Richard Kuisel (2004, 105–106) totesi runsas vuosikymmen sitten, että globalisaatiolla ja amerikanisaatiolla on pitkä ja monimutkainen historia, jota ei ole tutkittu kunnolla. Kuiselin mukaan amerikanisaatio voisi esimerkiksi olla yksi globalisaation historiallinen vaihe, joka pohjautuu massatuotannon ja kulutusyhteiskunnan syntyyn ja niiden leviämiseen. Näin ajatellen amerikkalaisen massatuotannon leviäminen olisi toiminut yhtenä voimakkaana sysäyksenä globalisaatiolle. Kirjoittamisajankohtanaan Kuisel arvioi, että globalisaatio ei ole vielä todella globaalia, vaan amerikkalaiset vaikutteet ovat edelleen poikkeuksellisen vahvoja verrattuna muihin globaaleihin virtoihin. Mielestäni tulkinta amerikanisaatiosta globalisaation vaiheena on ongelmallinen sikäli, että tällainen kehitys edellyttäisi maailmanlaajuisten vaikutteiden huomattavaa tasaantumista, mikä taas vaikuttaa sangen kaukaa haetulta ajatukselta. Maailma on syvästi epätasa-arvoinen, eikä tällä hetkellä ole näköpiirissä mitään, mikä muuttaisi asiointilan yhtäkkisesti.

Sosiologit George Ritzer ja Todd Stillman (2003) pohtivat eroja amerikanisaation ja globalisaation välillä. He tekevät jaon siten, että amerikanisaatio on kodifioitua ja rajoittuu tiettyjen vaikutteiden leviämiseen kun taas globalisaatio on monimuotoista ja vapaata. Kirjoittajille amerikanisaatio on toisin sanoen tietynlaista homogenisaatiota globalisaatio taas kaikenlaisten vaikutteiden leviämistä monipuolisesti eri paikkojen välillä. Ritzer ja Stillman ehdottavat, että amerikanisaatio voisi olla tietyllä tapaa alisteinen ilmiö globalisaatiolle. Globalisaatio olisi yläkäsite, jonka alta amerikanisaatio löytyisi yhtenä osa-alueena. Kirjoittajat kuitenkin tunnistavat ongelmaksi sen, että globalisaation ja amerikanisaation määrittelyissä on joitakin toisensa pois sulkevia elementtejä. He esimerkiksi pohtivat, onko kulttuurinen hybridisaatio amerikanisaatiota vai ei. Jos kulttuurinen hybridisaatio hyväksytään amerikanisaatioksi, tämä lieventää heidän mukaansa amerikanisaation imperialistista ulottuvuutta. Kirjoittajien kysymys on, pitäisikö kulttuuriselle hybridisaatiolle tässä tapauksessa kehittää kokonaan uusi käsite.

Mielestäni Ritzerin ja Stillmanin ajatuskuluissa on kiinnostavaa amerikanisaation näkeminen globalisaation osana. He kuitenkin rajoittuvat amerikanisaation käsittelyssään siihen, että amerikanisaatio on nimenomaan amerikkalaisuuden leviämistä sellaisena kuin se Yhdysvalloissa syntyy. Käsittelemieni artikkelien pohjalta tämä ajatus alkaa olla vanhentunut. Assimilaatiota korostavassa suuntauksessa ”amerikkalaisen” vaikutteet muuttuvat vastaanottavassa kontekstissa mutta säilyvät silti amerikanisaation osana. Mielestäni tämän tunnistaminen on ilmiön hienovaraisemman tarkastelun kannalta olennaista, sillä se laajentaa ymmärrystä amerikanisaatiosta ja sen monimuotoisuudesta.

Globalisaatiosta kriittisesti provosoituneet tutkijat näkevät sen amerikanisaation synonyymina. Sosiologi Guang Xia (2003, 708) toteaa globalisaation oikeastaan olevan amerikanisaatiota siksi, että kansainvälisesti leviävät asiat ovat usein amerikkalaista alkuperää. Tässä tulkinassa globalisaatio on susi lammasten vaatteissa, joiden kätköissä piilee amerikkalaisten halu hallita koko maailmaa. Anti-globalisaatioteorian mukaan globalisaatio onkin johtanut globaaliin epäoikeudenmukaisuuteen, joka johtuu amerikkalaisen markkinakapitalismin periaatteista (Kiely 2003, 166).

Amerikanisaatiota ja globalisaatiota voi siis lähestyä erilaisista tulokulmista, eikä aukotonta tai täysin yhtenäistä käsitystä käsitteiden merkityksistä ja niiden keskinäissuhteesta ole tarjolla. Mielestäni globalisaation ja amerikanisaation suhde riippuu lopulta siitä, miten kumpikin niistä määritellään. Itse toteaisin, että molempia voidaan sekä tarkastella reaali maailman ilmiöinä että määritellä ne teoreettisemmin käsitteinä, jotka hahmottavat kohteensa eri tavalla. Toisaalta jos globalisaatiota koskien hylätään ajatukset keskusvetoisuuden katoamisesta ja maailmanlaajuisesti tasaisesta verkosta, amerikanisaatio voisi olla Ritzerin ja Stillmanin (2003) ehdottamaan tapaan osa globalisaatiota. Amerikanisaatiota voisi tällöin lähestyä yhtenä virtana maailmassa, tietynlaisena osana globalisaation verkkoa. Tässä tapauksessa globalisaation keskinäissuhteet eivät kuitenkaan olisi koko maailman tasaisesti ja harmonisesti kattava verkko, vaan verkosto jossa on vahvempia ja heikompia virtoja ja niiden epätasapainoisia suhteita.

8. Lopuksi

Aloitan tutkielmani viimeisen luvun pohtimalla, miten onnistuin työlle asettamieni tavoitteen saavuttamisessa, sekä mitä asioita olisin voinut tehdä paremmin tai toisin. Tämän jälkeen teen ehdotuksia jatkotutkimuksen aiheiksi. Niitä kehkeytyi lopulta varsin monia, ja keskityn siksi enemmän eri mahdollisuuksien esittelyyn kuin yksittäisten ideoiden pitkälliseen kehittämiseen. Lopuksi palaan vielä pohtimaan lyhyesti amerikanisaatiota ilmiönä nykymaailmassa.

8.1. Oman työn arviointi

Pro gradu -tutkielmani tavoitteena oli siis ymmärtää, mitä amerikanisaation käsite tarkoittaa ja kuinka amerikanisaation käsitettä hyödynnetään joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen kentällä. Näitä kysymyksiä käsitelin luomalla yleiskatsauksen amerikanisaation käsitteen käyttöön selaamalla sitä käsitteleviä tieteellisiä artikkeleita alan merkittävimmissä joulleissa viimeisen 20 vuoden aikana sekä analysoimalla tulkitsevan käsitetutkimuksen avulla, miten käsite ymmärretään ja miten käsitettä käytetään kuudessa valitsemassani alan tieteellisessä artikkelissa. Artikkelien avulla pyrin ymmärtämään, mikä on käsitteen merkitysten yhteinen ydinsisältö sekä, millaisia keskusteluja käsitteen käyttöön sisältyy sen reuna-alueilla. Pyrkimyksenäni ei ollut saavuttaa tilastollisesti merkittäviä lopputuloksia, vaan ymmärtää paremmin käsitteen ja sen käytön monimuotoisuutta.

Metodisesti aihettani olisi voinut lähestyä monellakin eri tavalla. Olisin esimerkiksi voinut eritellä amerikanisaation määrittelyjä artikkeleissa vaikkapa jollakin tekstilähtöisellä analyysimenetelmällä kuten sisällönanalyysillä tai diskurssinanalyysillä. Toisen metodin valinta olisi luultavasti nostanut esiin paljon samoja asioita amerikanisaatioon liittyen, mutta huomio olisi saattanut kiinnittyä eri painotuksiin. Tulkitsevan käsitetutkimuksen vahvuutena pidän muun muassa sitä, että se rohkaisee tarkastelemaan amerikanisaatiota nimenomaan käsitteena ja tekemään tulkintoja ja päätelmiä siitä, kuinka pitkälle käsitteen määrittely on tarkasteltavissa teksteissä ja niiden perusteella kulloisellakin tietenalalla viety. Lisäksi tulkitseva käsitetutkimus ohjasi erityisesti miettimään määrittelyihin liittyvää teoriaa ja taustaolettamuksia.

Artikkelien valinta oli olennainen osa tutkimukseni lähtökohtia ja vaikutti ratkaisevasti myös lopputulokseen. Koska amerikanisaatiota koskevat tutkimukset eroavat monilta osin varsin paljon toisistaan, ja tutkimieni artikkelien määrä oli pieni, eri artikkeleiden valinta olisi saattanut tuottaa

toisenlaisia tuloksia. Merkilläpantavaa tässä yhteydessä on kuitenkin se, että artikkelikokoonpanon vaihtoehtoja ei ollut paljon. Halusin esimerkiksi valita mukaan mahdollisimman tuoreita artikkeleita, mutta lopulta analyysin kannalta kiinnostavimmat artikkelit jakautuvat 20 vuoden jaksolle, mikä on jo varsin pitkä aikaväli. Tein artikkelivalinnan vuoden 2018 alkupuolella, mikä tarkoittaa sitä, että vielä tutkielman valmistumista edeltävän vuoden aikana saatettiin julkaista lisää aihealueeseen kuuluvia kiinnostavia artikkeleita, jotka eivät ehtineet tutkielmaan mukaan. Huomattakoon myös, että vaikka artikkelit sijoittuvat sangen tasaisesti kahden vuosikymmenen aikajaksolle, niiden pieni määrä ei mahdollista ajallisten vertailujen tekemistä.

Myös valitsemieni artikkelien tarkemmat tieteenalaketät olivat merkityksellisiä tulosteni kannalta. Esimerkiksi Glancyn (a3) mediahistoriallisesta näkökulmasta amerikanisaatiota lähestyvä artikkeli alkoi lopussa vaikuttaa muihin artikkeleihin verrattuna varsin erilaiselta. Voi jopa pohtia, missä määrin sen luonnehdinnat amerikanisaatiosta edustavat joukkoviestintä- ja mediatutkimukselle tyypillisiä määrittelyjä, vaikka mediahistoria toki onkin osamyös mediatutkimusta.. Lisäksi artikkeli on julkaistu jurnaalissa, jonka alaan viestintätutkimukselliset kysymykset selvästi kuuluvat.

Tulkitsevan käsitetutkimuksen avulla konstruoin amerikanisaatiolle ydinmääritelmän valikoimalla sen, mikä kaikissa artikkeleissa nähtiin amerikanisaation käsitteelle yhteiseksi. Tämä ydinmääritelmä osoittautui hyvin riisutuksi, eikä mielestäni tarjonnut aiheeseen kovin merkittävää uutta valaisua. Samalla se, että ytimeistä löytyi niin vähän asioita, kertoo nähdäkseni siitä, että käsitettä ei ole alan kentällä teoretisoitu. Kiinnostavin johtopäätös, jonka ydinmääritelmän konstruointi mahdollisti, olikin oikeastaan se, että teoretisoinnin puutteesta johtuen amerikanisaatio ei voi tällä hetkellä palvella tutkimusalaa täysimittaisena käsitteenä. Mikäli amerikanisaatiota haluttaisiin käyttää käsitteenä hedelmällisemmin, edellytettäisiin teoreettisesti pidemmälle vietyjen mallien luomista. Tämä puolestaan loisi edellytyksiä selkeämmille ja kunnianhimoisemmille kysymyksenasetteluille.

Käsitteen reuna-alueita tutkimalla selvitin, millaisista asioista amerikanisaation liepeillä artikkeleissa keskustellaan. Loin itse kategoriat, jotka määrittelin amerikanisaation reuna-alueiksi, ja ne edustavat omaa näkemystäni siitä, millaisia yhteenvetoja kyseisistä artikkeleista voi tehdä. Mitä tulee käsitteeseen liittyviin konnotaatioihin, mielikuvakseni jäi, että amerikanisaatioon on tiivistynyt paljon historiallista painolastia, joka kenties tekee käsitteestä osin epäsuositun. Yhdet tutkijat haluavat vapauttaa amerikanisaation kulttuuri-imperialistisesta painolastista, toiset puolestaan pitävät kulttuuri-imperialistista perintöä osana itse ilmiötä. Alun perin halusin

muodostaa selvän ja samalla kokonaisvaltaisen ymmärryksen amerikanisaatiosta, mutta näin tutkielmani lopussa on todettava, että sellaista ei amerikanisaation tapauksessa ole tarjolla. Tämä havainto auttoi myös ymmärtämään käsitteen vähäistä käyttöä tutkimusalalla. Voisikin kiteyttää, että löysin monenlaisia syitä sille, miksi amerikanisaation käsitettä ei joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa juuri käytetä.

Loppua kohden alkoi tuntua siltä, että tutkielman tekeminen saattaisi jatkua ikuisesti. Esiin nousi jatkuvasti uusia asioita, joita olisin voinut selvittää ja ajatella pidemmälle. Tutkielman valmistumisen kannalta oli kuitenkin välttämätöntä asettaa rajat ja sitoa langanpäät. Tämä työ onkin myös ajan ja resurssien salliman prosessin lopputulos.

Omaan oppimiskokemukseeni olen tyytyväinen. En halunnut tehdä empiiristä sisällönanalyysiä, jollainen kandidaatin tutkielmani oli, vaan halusin kokeilla gradututkielmassa jotakin toisenlaista. Prosessin aikana kulkeuduin usein ymmärryksen rajamaille, mutta jälkikäteen katsottuna nämä olivat hetkiä, jolloin opin eniten. Työprosessini oli usein varsin poukkoileva, mikä johtui osin tutkielman aiheesta ja asteittain lisääntyvästä ymmärryksestä, osin taas pitkästä ajanjaksosta, jonka käytin polveilevasti tutkielman tekemiseen. Seminaarin aloittaman kolmen vuoden aikana kävin työskentelemässä 38 kaupungissa 16 maassa 4 mantereella. Prosessin päätöksen nyt häämöttäessä koen, että olen saavuttanut paljon omakohtaista ymmärrystä haluamistani asioista. Olen myös saanut vastauksia minua kiinnostaneisiin kysymyksiin. Liikkeelle lähtiessä ongelmani oli, että en tiennyt, kuinka amerikanisaatiota voisi tutkia empiirisesti, mutta tuntuu nyt siltä, että voisin lähestyä amerikanisaatiota tutkimuksellisesti monestakin näkökulmasta mielekkäästi.

8.2. Tulevaisuuden tutkimussuuntia

Kuten olen tuonut esiin, amerikanisaation käsitettä ei ole joukkoviestintä- ja mediatutkimuksessa suuremmin käytetty eikä sitä ole myöskään teoretisoitu kovin pitkälle, vaan se toimii lähinnä nimeävänä terminä (ks. Bal 2002, 33). Yksi tutkimuksellinen jatkosuunta olisikin amerikanisaation pidemmälle viety käsitteellistäminen ja teoretisointi. Tässä voisivat olla avuksi muun muassa Balin (2002) ajatukset käsitteistä miniteorioina sekä muiden läheisten tieteenalojen mallit amerikanisaatiosta, esimerkiksi edellä muutamaan otteeseen mainitsemani sosiologi Mel van Elterenin (2006a) jäsenitys amerikanisaatiosta prosessina.

Analysoidessani amerikanisaation käsitettä artikkeleissa totesin, että niissä kiinnitetään verrattain

vähän huomiota siihen, mitä amerikanisaation ”amerikkalainen” oikeastaan on. Amerikkalaisuutta määrittävien piirteiden lähempi tutkiminen olisi tärkeää sikäli, että kyse on elementeistä, jotka vaikuttavat konkreettisesti ihmisten elämään eri puolilla maailmaa. Tällaisena voi nähdä esimerkiksi kulutuskeskeisen arvomaailman. Kyseessä on huomattavan laaja aihealue, jonka rajat pitäisi ensin tarkentaa ja ensin kohdentaa vasta sitten kohdentaa huomio yksittäisiin tapauksiin.

Kulttuuri-imperialistisesta teesistä luopuminen ilmenee analysoimissani artikkeleissa yleisluontoisena päätelmänä aktiivisesta assimilaatiosta – siitä, että ”amerikanisaatiota tapahtuu, mutta vastaanottavan kulttuurin ehdoilla”. Olisi mielenkiintoista selvittää tarkemmin amerikanisaation luonnetta ja merkitystä muutosvoimana. Esimerkiksi Avraham ja First (a2) pohtivat omassa artikkelissaan hieman sitä, onko amerikanisaatio pinnallista vai syvällistä kulttuurista muutosta, ja tämän aspektin tarkastelua voisi viedä paljon pidemmälle ja ulottaa tarkastelu pitkän aikavälin vaikutuksiin. Arvomaailmat ja rakenteet eivät muutu hetkessä, vaan ne vaativat pitkän aikavälin muuttuakseen, mutta niiden muutoksen selvittäminen olisi siitä huolimatta kiinnostavaa. On tietenkin huomattava, että tämän tyyppisten ’aineettomien’ muutosten selvittäminen asettaa tutkimukselle huomattavia metodisia haasteita.

Artikkelikatsauksen perusteella tein havaintoja myös siitä, millaisia amerikanisaatioon liittyviä tutkimuksia ei juuri ole tehty. Journalikartoitukseni perusteella muiden maanosien kuin Euroopan amerikanisaatiosta löytyy huomattavan vähän tutkimusta. Itse asiassa termi amerikanisaatio viittaa usein nimenomaan Euroopassa tapahtuvaan prosessiin. Ilmiönä amerikanisaation voi kuitenkin panna merkille lähes kaikkialla maailmassa, mikä nostaa esiin tarpeen tutkia asiaa myös muissa maantieteellisissä konteksteissa.

Merkillepantavaa on myös, että amerikanisaatiota koskevia artikkeleita ei löytynyt aivan viime vuosilta. Toisin sanoen ilmiötä ei tunnuta juuri tutkitun internetin ja digitaalisen median kontekstissa. Tutkiessani artikkelien kirjoitusajankohtia aloin miettiä, miten käsitys amerikanisaatiosta ilmiönä on muuttunut. Keskustelu esimerkiksi verkon sosiaalisen median amerikkalaisista lähtökohdista tai somealustojen vaikutuksista ei esimerkiksi ole vielä amerikanisaation tutkimuksessa vahvasti läsnä, vaikka niistä yhteiskunnallisessa keskustelussa puhutaan paljon. Viime vuosilta löytyy valtavasti tutkimusta esimerkiksi algoritmisesta vallasta tai teknojättien (Facebook, Google ym.) liian vahvaksi paisuneesta asemasta ja niiden muodostamasta uhasta yksityisyydelle. Ottaen huomioon, että näitä tutkimuksia ei kuitenkaan löydy hakusanalla

amerikanisaatio, niitä ei siten tutkimuksen kontekstissa taideta juuri kytkeä amerikanisaatioon ilmiönä.

Tärkeää ja kiinnostavaa mielestäni olisi tuoda valtaan liittyvät kysymykset takaisin amerikanisaation tutkimukseen, johon ne eivät näytä viime vuosina kuuluneen. Kuten jo edellä olen ounastellut, kulttuuri-imperialistisesta teesistä luopuminen näyttää syrjäyttäneen tarkastelusta myös vallan problematiikan. Voidaan kuitenkin väittää, että valta sisältyy amerikanisaation ilmiöön lähtökohtien tasolla. Erittelemissäni artikkeleissa on paljon esillä esimerkiksi kulutuskulttuuri, mutta sitä ei lähestytä valtasuhteiden kannalta. Samaan aikaan amerikkalaiset yritykset ovat laajentaneet toimintaansa eri puolilla maailmaa. Esimerkiksi kanadalainen toimittaja ja kirjailija Naomi Klein (2007) esittelee suomennetussa kirjassaan *Tuhokapitalismin nousu*, kuinka aggressiivisesti amerikkalaiset levittävät kapitalismin ilosanomaa niin yritysten kuin valtion toimin. Amerikkalaisuuden leviämässä mediatuotteilla voidaan ajatella olevan merkittävä rooli, sillä mediatuotteissa luodaan halun kohteita, esimerkiksi amerikkalainen elämäntyyli, jonka voi saavuttaa ostamalla amerikkalaisia tavaroita.

Käydessäni läpi amerikanisaatiota käsitteleviä artikkeleita joukkoviestintä- ja mediatutkimuksen jurnaaleissa jäin pohtimaan, millaisia vaikutuksia alan merkittävien jurnaalien amerikkalaisella taustalla mahdollisesti on aihetta koskevan tutkimuksen julkaisemisen kannalta. Voiko esimerkiksi olla niin, että amerikanisaatio ei näyttäydä kustantajille kiinnostavana asiana, vaikka laajemmin tutkimuksen perspektiivistä se sitä saattaisikin olla? Toisaalta suhde tieteellisten jurnaalien kustantajien ja jurnaalien julkaisulinjausten välillä on kaikkea muuta kuin yksiviivainen usein hyvin kansainvälisine toimituskuntineen. Olisi joka tapauksessa kiinnostavaa selvittää, amerikanisaation mahdollista läsnäoloa tieteen tekemisen *omalla* kentällä.

8.3. Päättävät sanat

Lienee kiistatonta, että Yhdysvallat on ollut viime vuosikymmenet maailman kärjessä niin talouden, politiikan kuin kulttuurituotannon kannalta arvioiden. Myös monet muutostrendit ovat saaneet alkunsa Yhdysvalloissa ja levinneet sieltä muualle maailmaan. Samalla teknologian kehitys on vaikuttanut yhteiskuntiin ja ihmisten arkeen muuttaen vauhdilla ympäröivää maailmaa.

Filosofi ja poliittisen taloustieteen tutkija Francis Fukuyama (1992) kirjoitti kylmän sodan päättyessä ”historian loppumisesta”, jolla hän viittasi siihen, että Neuvostoliiton hajottua

Yhdysvallat oli jäänyt ainoaksi globaaliksi suurvallaksi ja maailma näytti löytäneen lopullisen tasapainon ja välineet sen säilyttämiseen. Nämä välineet olivat yksilönvapaus, demokratia ja kapitalismi.

Viime vuosina sekä pitkälle viety liberalistinen kapitalismi että demokratia ovat kuitenkin kääntäneet näkyviin synkempiä puoliaan. Monet kehitystrendeistä ovat olleet havaittavissa ensin juuri Yhdysvalloissa. Vuonna 2017 amerikkalaiset valitsivat presidentiksi politiikassa verrattain kokemattoman Donald Trumpin, jonka poliittisista aloitteista osa vaikuttaa jopa järjenvastaisilta. Tätä kirjoittaessani presidentti Trump on julistanut kansallisen hätätilan saadakseen rahoituksen muurin rakentamiseksi Meksikon rajalle. Britanniassa puolestaan kansa äänesti muutama vuosi sitten EU:sta eroamisen puolesta, vaikka asiantuntijoiden näkökulmasta Brexit ei välttämättä ollut brittien kannalta kovinkaan hyvä ratkaisu. Äärimmäisen liberaalin kapitalismin seurauksena maailman ökyrikkaista on tullut entistä rikkaampia, kun taas keskiluokka on polkenut taloudellisesti paikallaan. Tällä hetkellä maailman 85 rikkainta ihmistä omistaa enemmän kuin köyhin puolikas²⁵, ja esimerkiksi Yhdysvalloissa terveydenhuollosta on tullut osin luksusta, johon kaikilla ei ole varaa. Tämä kehitys huomioon ottaen historian loppu Fukuyaman tarkoittamassa mielessä ei vaikuta enää yhtä lopulliselta kuin kylmän sodan päättyessä.

Trumpin Yhdysvalloissa jylläävä taloudellinen liberalismi ja maan kääntyminen sisäänpäin herättävät pohtimaan, alkavatko vastaavat trendit näkyä myös muualla maailmassa. Kääntykö muukin maailma sisäänpäin ja asettaa oman talouden kaiken muun edelle? Viime aikojen huolestuttavat kehityskulut Yhdysvalloissa ja tämän mahdolliset seurannaisvaikutukset maailmassa ovat nähdäkseni joka tapauksessa omiaan korostamaan amerikanisaation tutkimuksen kiinnostavuutta ja tärkeyttä.

Negatiivinen suhtautuminen Yhdysvaltoja kohtaan tuntuu lisääntyneen viime vuosina eri puolilla maailmaa. Esimerkiksi toimittaja Anna Liina Kauhanen pohti kuluvan vuoden helmikuussa Helsingin Sanomissa (15.2.2019), että ennen Yhdysvallat oli haluttu liittolainen ja kumppani kansainvälisessä yhteistyössä, mutta Trumpin presidenttiyden myötä monissa maissa etsitään mieluummin liittolaisia muualta. Huomio kertoo samalla siitä, että ainakaan Euroopassa

²⁵ Ks. Esim. Helsingin Sanomien uutinen Oxfamin raportista <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000002703886.html>.

amerikanisaatio ei ole yleensä tapahtunut pimennossa tai huomaamatta, vaan se on ollut ilmiö, joka on jatkuvasti tiedostettu ja johon on myös suhtauduttu kriittisesti. Epätoivottuja muutoksia ei ole Euroopan maissa kopioitu sokeasti.

Tilanne ei kaiken kaikkiaan ole välttämättä niin synkkä kuin äkkiseltään saattaa vaikuttaa. Samalla kun perinteiset yhteiskunnalliset instituutiot lähestyvät jonkinlaista murrosta tai jopa murtumista, kansalaistason vaikuttaminen on nimittäin saanut uudenlaisia muotoja. Omassa lapsuudessani internetin alkuaikoina puhuttiin paljon nuorten passivoitumisesta eli siitä, kuinka nuoret eivät lue uutisia tai ole kiinnostuneita politiikasta. Katsoessani nyt ympärilläni nuoret ja nuoret aikuiset vaikuttavat aktiivisilta ja kiinnostuneilta vaikuttamaan maailman asioihin, kuten ilmastonmuutokseen. Tänäpäin nuorille luonnollisempi tapa vaikuttaa kuin tilata sanomalehteä tai liittyä puolueeseen on tehdä tiedostavia kulutus päätöksiä ja osallistua monenlaisiin maailman muuttamiseen tähtääviin kampanjoihin. He pyrkivät vaikuttamaan maailman asioihin esimerkiksi vähentämällä lentämistä ja syömällä kasvispainotteisemmin. Nykynuorille on myös luontevaa ajatella globaalilla tasolla kasvihuonepäästöjä ja ylikansoittumista sekä kytkeä paikallisetkin asiat laajempiin yhteyksiin. Nähdäkseni kehitys liittyy Penneyn (2011) artikkelissaan viittaamaan Bennettin (2003, 145) huomioon siitä, että kansalaisten valta saattaa olla siirtymässä äänestämisestä kulutus päätöksiin. Tämä on loogista sikäli, että kun valtion tehtävät käyvät liberaaleissa yhteiskunnissa yhä marginaalisemmiksi, valtakunnan politiikalla on jatkuvasti vähemmän valtaa. Amerikkalaisen kulutuskulttuurin läpeensä kyllästämät nuoret ovat kenties kehityksessä jo askelen edellä. Toisaalta ilmaan tai nähtäväksi jää kysymys siitä, mitä tällainen yksilöpohjainen 'kulutusdemokratia' tarkoittaa pitkällä aikavälillä yhteiskunnan infrastruktuurin ja muiden rakenteiden kannalta.

Lähteet

Painetut lähteet

Abbate, Janet (2000) *Inventing the Internet*. Cambridge (Massachusetts): MIT Press.

Ahonen, Ari & Kallio, Tomi, J. (2002) *Käsite- ja tekstitutkimuksen metodologian perusteita, näkökulmia ja haasteita johtamis- ja organisaatiotutkimuksen kannalta*. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.

Anderson, Benedict (2006) *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso. Alkuperäinen julkaisuvuosi 1983.

De Albuquerque, Afonso (2005) Another 'Fourth Branch': Press and political culture in Brazil. *Journalism* 6:4, 486-504.

Appadurai, Arjun (1990) Disjuncture and Difference in the Global Economy. *Public Culture* 2:2, 1–24.

Avraham, Eli & First, Anat (2003) "I Buy American": The American Image as Reflected in Israeli Advertising. *Journal of Communication* 53:2, 282–299.

Bal, Maike (2002) *Traveling Concepts in the Humanities: A Rough Guide*. Toronto: University of Toronto Press.

Barthes, Roland (1991) *Mythologies*. New York: Noonday Press. Alkuperäinen ranskankielinen teos 1957.

Bennett, Lance W. (2003) Lifestyle Politics and Citizen-consumers: Identity, Communication, and Political Action in Late Modern Society. Teoksessa J. Corner & D. Pels (eds.) *Media and the Restyling of Politics*. London: Sage, 137–150.

Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas (1994) *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen: Tiedonsosiologinen tutkielma*. Suomentanut: Vesa Raiskila. Helsinki: Gaudeamus. Alkuperäinen englanninkielinen teos 1966.

Berghahn, Volker R. (2010) The Debate on 'Americanization' among Economic and Cultural Historians. *Cold War History* 10:1, 107–130.

Billig, Michael (1995) *Banal Nationalism*. London: Sage.

Bourdieu, Pierre (1991) *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press. Alkuperäinen ranskankielinen teos: 1991.

Boyd, Kelly (2011) Cowboys, Comedy & Crime: American Programmes on BBC Television, 1946–1955. *Media History* 17:3, 233–251.

Couldry, Nick (2017) Power. Teoksessa Quellette, Laurie & Gray, Jonathan (eds.) *Keywords for Media Studies*. New York: New York University Press. (E-kirja).

- Craig, C. Samuel & Douglas, Susan P. & Bennett, Aronte (2009) Contextual and Cultural Factors underlying Americanization. *International Marketing Review* 26:1, 90–109.
- Crofts Wiley, Stephen B. (2004) Rethinking Nationality in the Context of Globalisation. *Communication Theory* 14:1, 78–96.
- Dean, John (1997) The Diffusion of American Culture in Western Europe Since World War Two: A Crosscultural Survey. *Journal of American Culture* 20:4, 11–21.
- Foucault, Michel (1984) *The Foucault Reader*. (Ed.) Paul Rabinow. New York etc.: Penguin.
- Fukuyama, Francis (1992) *The End of History and the Last Man*. London: Penguin.
- Giddens, Anthony (1990) *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony (1987) *Social Theory and Modern Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Glancy, Mark (2007) Temporary American Citizens? British Audiences, Hollywood Films and the Threat of Americanization in the 1920s. *Historical Journal of Film, Radio and Television* 26:4, 461–484.
- Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hartley, John (2004) *Communication, Cultural and Media Studies: Key Concepts*. London: Routledge.
- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula (2009) *Tutki ja kirjoita* (15. painos). Helsinki: Tammi.
- Holloway, Sarah L. & Valentine, Gill (2001) Placing Cyberspace: The Process of Americanization in British Children's Use of the Internet. *Area* 33:2, 153–160.
- Keping, Yu (2003) Globalisation in China. Teoksessa Beck, Ulrich & Sznaider, Nathan & Winter, Rainer (eds.) *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press, 134–149.
- Klein, Naomi (2007) *Tuhokapitalismin nousu*. Helsinki: Like. Alkuperäinen englanninkielinen teos 2007.
- Kortti, Jukka (2003) *Modernisaatiomurroksen kaupalliset merkit: 60-luvun suomalainen televisiomainonta*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Kroes, Rob (1996) *If You've Seen One, You've Seen the Mall. Europeans and American Mass Culture*. Urbana: University of Illinois Press.
- Kroes, Rob (1999) American Empire and Cultural Imperialism: a View from the Receiving End. *Diplomatic History* 23:3, 463–477.
- Kroes, Rob (2003) The Internet: An Instrument of Americanization. Teoksessa Beck, Ulrich & Sznaider, Nathan & Winter, Rainer (eds.) *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press, 235–253.

- Kuisel, Richard (2003) Debating Americanization: The Case of France. Teoksessa Beck, Ulrich & Sznaider, Nathan & Winter, Rainer (eds.) *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press, 95–113.
- Kuisel, Richard (2012) *The French Way. How France Embraced and Rejected American Values and Power*. Princeton: Princeton University Press.
- Lefebvre, Henri (1984) *Everyday Life in the Modern World*. London: The Athlone Press. Alkuperäinen ranskankielinen teos 1968.
- Luostarinen, Heikki & Väliverronen, Esa (1991) *Tekstinsyöjät: Yhteiskuntatieteellisen kirjallisuuden lukutaidosta*. Tampere: Vastapaino.
- Malmelin, Nando (2003) *Mainonnan lukutaito: Mainonnan viestinnällistä luonnetta ymmärtämässä*. Helsinki: Gaudeamus.
- Mendis, Patrick (2005) Americanization of Globalisation. *Public Manager* 34:3, 3–8.
- Nielsen, Rasmus Kleis (2009) The Absence of Structural Americanization Media System Developments in Six Affluent Democracies 2000–2009. *The International Journal of Press/Politics* 18:4, 392–412.
- Niiniluoto, Ilkka (1997) *Johdatus tieteenfilosofiaan: Käsitteen- ja teorianmuodostus*. Keuruu: Otava.
- Näsi, Juha (1980) *Ajatuksia käsiteanalyysistä ja sen käytöstä yrityksen taloustieteessä*. Tampereen yliopisto: Yrityksen taloustieteen ja yksityisoikeuden laitoksen julkaisuja. Sarja A2: Tutkielmia ja raportteja 11.
- Nupponen, Anita (2003) Käsiteanalyysi asiantuntijan työvälineenä. Teoksessa Koskela, Merja & Pilke, Nina (toim.) *Kieli ja asiantuntijuus*. Jyväskylä: Suomen soveltavan kielitieteen yhdistys.
- Penney, Joel (2011) KEVIN07: Cool Politics, Consumer Citizenship, and the Specter of “Americanization” in Australia. *Communication, Culture & Critique* 4:1, 78–96.
- Pietilä, Veikko (1997) *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä: Tutkimusalan kehitystä jäljittämässä*. Tampere: Vastapaino.
- Puusa, Anu (2008) Käsiteanalyysi tutkimusmenetelmänä. *Premissi* 3:4, 36–42.
- Rasmussen, Anders Bo (2014) The Americanization of Danish Journalism. *Nordicom Review* 35:1, 17–31.
- Ridell, Seija, Väliaho, Pasi & Sihvonen, Tanja (toim.) (2006) *Mediaa käsittämässä*. Tampere: Vastapaino.
- Ritzer, George & Stillman, Todd (2003) Assessing McDonaldisation, Americanization and Globalisation. Teoksessa Beck, Ulrich & Sznaider, Nathan & Winter, Rainer (eds.) *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press, 30–48.
- Russell, Bertrand (1938) *Power: A New Social Analysis*. London: Routledge.

- Rydell, Robert W. & Kroes, Rob (2005) *Buffalo Bill in Bologna: The Americanization of the World, 1869-1922*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sanders, Barry A. (2011) *American Avatar. The United States in the Global Imagination*. Washington D.C.: Potomac Books.
- Schuetz, Arnold (2010) American Pop Culture Invades Germany: Some Love It–Some Don't. *Journal of American and Comparative Cultures* 24:3/4, 23–29.
- Schulz, Winfried & Zehin, Reimar & Quiring, Oliver (2005) Voters in a Changing Media Environment: A Data-Based Retrospective on Consequences of Media Change in Germany. *European Journal of Communication* 20:1, 55–88.
- Smith, Neil (2003) *American Empire: Roosevelt's Geographer and the Prelude to Globalisation*. Berkeley: University of California Press.
- Soobum Lee, Lynda Lee Kaid & Jinyoung Tak (1998) Americanization of Korean Political Advertising. *Asian Journal of Communication* 8:1, 73–86.
- Sparks, Colin (2007) What's Wrong with Globalisation? *Global Media and Communication* 3:2, 133–155.
- Takala, Tuomo & Lämsä, Anna-Maija (2008) Tulkitseva käsitetutkimus organisaatio- ja johtamistutkimuksen tutkimuksen metodologisena vaihtoehtona. *Liiketalouden aikakauskirja* 12:3, 371–390
- Tamminen, Rauno (1993) *Tiedettä tekemään!* Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.
- Thompson, John P. (1995) *The Media And Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford: Stanford University Press.
- Tsaliki, Lisa (1995) The Media and the Construction of an 'Imagined Community': The Role of Media Events on Greek Television. *European Journal of Communication* 10:3, 345–370.
- Van Elteren, Mel (1996) Conceptualising the Impact of US Popular Culture Globally. *Journal of Popular Culture* 30:1, 47–89.
- Van Elteren, Mel (2006a) Rethinking Americanization Abroad: Toward a Critical Alternative to Prevailing Paradigms. *Journal of American Culture* 29:3, 345–367.
- Van Elteren, Mel (2006b) *Americanism and Americanisation: A Critical History of Domestic and Global Influence*. Jefferson etc.: McFarland & Company Inc Publishers.
- Weber, Max (2015) *Weber's Rationalism and Modern Society: New Translations on Politics, Bureaucracy, and Social Stratification*. (Trans.) Tony and Dagmar Waters. New York: Palgrave Macmillan.
- Wilson, John (2005) *Thinking With Concepts*, 31. Painos. New York: Cambridge University Press.
- Xia, Guang (2003) *Globalisation at Odds with Americanization*. *Current Sociology* 51:6, 709–718.

Digitaaliset lähteet

Avance, Rosemary (2014) Community, draft, digital keywords. Culture Digitally.
<http://culturedigitally.org/2014/07/community-draft-digitalkeywords/>. Viitattu 7.4.2016.

Deuze, Marc (2008) News Ideologies. Teoksessa Donsbach, Wolfgang (ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell: Blackwell Publishing.
http://www.communicationencyclopedia.com.helios.uta.fi/subscriber/uid=1057/tocnode?query=ideology&widen=1&result_number=1&from=search&fuzzy=0&type=std&id=g9781405131995_yr2015_chunk_g978140513199519_ss22-1&slop=1. Viitattu 7.4.2016.

Benoit, William L. (2008) Image. Teoksessa Donsbach, Wolfgang (ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell: Blackwell Publishing.
http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode.html?id=g9781405131995_yr2015_chunk_g978140513199514_ss7-1. Viitattu 10.4.2016.

Juntunen, Laura & Lagus, Iris (2015) Suomalainen televisiotarjonta 2014. Liikenne ja viestintäministeriö. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/78394/Julkaisuja_10-2015.pdf?sequence=1. Viitattu 6.3.2019.

McQuail, Denis (2008) Americanization of the Media. Teoksessa Donsbach, Wolfgang (ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell: Blackwell Publishing.
http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode.html?id=g9781405131995_yr2015_chunk_g97814051319956_ss42-1. Viitattu 10.4.2016.

Vine, Bernadette (2008) Power and Discourse. Teoksessa Donsbach, Wolfgang (ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell: Blackwell Publishing.
<https://onlinelibrary-wiley-com.helios.uta.fi/doi/10.1002/9781405186407.wbiecp092>. Viitattu 10.12.2018.

Semioottinen analyysi. Jyväskylän yliopiston Koppa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/semioottinen-analyysi>. Viitattu 5.4.2016.

Menetelmäpolku. Jyväskylä yliopiston Koppa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku>. Viitattu 26.4.2019.

Diskurssianalyysi. Kvalimotiv, menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Tampereen yliopisto.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_6_1.html. Viitattu 5.4.2016.

Ideology. Oxford Reference. Oxford: Oxford University Press.
<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095956722>. Viitattu: 13.4.2016.

Americanization. Oxford English Dictionary. Oxford: Oxford University Press.
<http://www.oed.com/view/Entry/6347?redirectedFrom=americanization#eid>. Viitattu 24.11.2018

Käsite. Kielitoimiston sanakirja.
https://www.kielitoimistonanikirja.fi/netmot.exe?ListWord=käsite&SearchWord=käsite&dic=1&p_age=results&UI=fi80&Opt=1 Viitattu

Käsite. Tieteen termipankki. <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:käsite>. Viitattu

Eli Avraham. Haifan yliopiston internetsivu. <https://comm.hevra.haifa.ac.il/index.php/en/faculty-staff-en/2013-10-07-19-10-3/987-prof-eli-avraham>. Viitattu 3.12.2018.

Anat First <http://home.um.edu.mt/mjhr/contents/authors/AnatFirst.htm>. Viitattu 3.12.2018.

Anders Bo Rasmussen. University of Southern Denmarkin internetsivu. https://www.sdu.dk/en/om_sdu/institutter_centre/c_amerika/faculty/anders. Viitattu 3.12.2018

Rasmus Kleis Nielsenin internetsivu. <https://rasmuskleisnielsen.net/about/>. Viitattu 3.12.2018.

Joel Penney. Montclair State Universityn nettisivu. https://www.montclair.edu/profilepages/view_profile.php?username=penneyj. Viitattu 4.12.2018.

Mark Glancy. Queen Mary University of Londonin nettisivu. <https://www.qmul.ac.uk/history/people//academic-staff/profiles/glancymark.html>. Viitattu 4.12.2018.

Uutislähteet

Juuso Määttänen (2019) Olemme Amerikka. Helsingin Sanomat, Nyt-liite, 8.2.2019.

Anna-Liina Kauhanen (2019) Onko Trump Putinia vaarallisempi. Helsingin Sanomat, ulkomaat, 15.2.2019.

Liitteet

Liite 1

Artikkelikatsauksen jornaalit

Ranking	Nimi	Artikkelit (n = 40)	Amerikanisaation maininnat	Julkaisumaa	Perustamisvuosi
1.	Journal of Communication	1	17	Yhdysvallat	1951
3.	Journal of Political Communication	0	15	Iso-Britannia	1980
4	International Journal of Press and Politics	3	21	Yhdysvallat	2003, 2008-ongoing
5.	Communication Theory	1	13	Yhdysvallat	1991
6.	Information, Communication & Society	0	4	Iso-Britannia	1998
7.	New Media and Society	1	7	Yhdysvallat	1999
9.	Communication research	0	1	Yhdysvallat	2001-2002, 2005-ongoing
14.	Internet Research	0	1	Iso-Britannia	1995
15	European Journal of Communication	2	15	Yhdysvallat	1986
16.	Journalism and Mass Communication Quaterly	1	9	Yhdysvallat	1955-1974, 1976-1986, 1988-1990, 1992-1993, 1995-ongoing
17.	Mass Communication and Society	0	4	Yhdysvallat	2008
18.	Journalism	1	7	Yhdysvallat	2002
21.	Journal of Broadcast and electronic media	2	15	Iso-Britannia	1985-1996, 1998-2001, 2005-ongoing
27.	International Journal of Communication	2	3	Yhdysvallat	2011
30.	Social Media + Society	0	0	Iso-Britannia	2015
34.	Journalism	0	23	Iso-	2001

	Studies			Britannia	
38.	Feminist Media Studies	0	11	Iso-Britannia	2001
47.	Comunicar			Spain	2008
49.	Media, Culture & Society	2	27	Yhdysvallat	1979
50.	Chinese Journal of Communication	0	1	Iso-Britannia	2010
52.	Journalism Practise	0	2	Iso-Britannia	2007
57.	Communication Studies	0	9	Iso-Britannia	1989-1995, 2010-ongoing
58.	Communications	2	25	Saksa	1975, 1996-ongoing
78.	Communication Quaterly	0	12	Iso-Britannia	1976-1995, 2010-ongoing
89.	Communication and Critical/Cultural Studies	0	9	Yhdysvallat	2004
91.	Women's Studies in Communication	0	1	Iso-Britannia	1977-1979, 1981-ongoing
100.	Critical Studies in Media Communication	1	26	Iso-Britannia	1996
106.	Javnost	1	20	Tsekki	1994
108.	Media & Communication	0	0	Portugal	2013
113.	African journalism Studies	0	4	Iso-Britannia	2015
115.	Nordicom Review	1	1	Ruotsi	2009
118.	Asian Journal of Communication	0	18	Yhdysvallat	1990-1995, 2003, 2008-ongoing
119.	Global Media & Communication	0	7	Iso-Britannia	2005
125.	Communication review	0	15	Iso-Britannia	1995
126.	International Journal of Media and Cultural Politics	0	22	Iso-Britannia	2013
138.	Journal of Communication Inquiry	0	11	Yhdysvallat	2008

141.	Media International Australia	1	18	Australia	2008
143.	Popular Communication	2	11	Iso-Britannia	2010
144.	Media History	4	41	Iso-Britannia	2001, 2010-ongoing
149.	Pacific Journalism review	0	0	Uusi-Seelanti	2012
Yhteensä		28	431		

Liite 2

Tutkitut artikkelit

(a1): Soobum Lee, Lynda Lee Kaid & Jinyoung Tak (1998) Americanization of Korean Political Advertising. *Asian Journal of Communication* 8:1, 73-86.

(a2): Avraham, Eli & First, Anat (2003) "I Buy American": The American Image as Reflected in Israeli Advertising. *Journal of Communication* 53:2, 282-299. (a2)

(a3): Glancy, Mark (2007) Temporary American citizens? British audiences, hollywood films and the threat of Americanization in the 1920s. *Historical Journal of Film, Radio and Television* 26:4, 461-484.

(a4): Kleis Nielsen, Rasmus (2009) The Absence of Structural Americanization Media System Developments in Six Affluent Democracies 2000-2009. *The International Journal of Press/Politics* 18:4, 392-412.

(a5): Penney, Joel (2011) KEVIN07: Cool Politics, Consumer Citizenship, and the Specter of "Americanization" in Australia. *Communication, culture and critique* 4:1, 78-96.

(a6): Bo Rasmussen, Anders (2014) The Americanization of Danish Journalism. *Nordicom Review* 35:1, 17-31.