



# UNIVERSITY OF TAMPERE

This document has been downloaded from  
TamPub – The Institutional Repository of University of Tampere

 *Publisher's version*

The permanent address of the publication is  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201406021538>

Author(s): Valaskivi, Katja  
Title: Translokaali televisio : televisiotutkimus globaalia ja konvergenssia  
hahmottamassa  
Main work: Radio- ja televisiotutkimuksen metodologiaa : näkökulmia  
sähköisen viestinnän tutkimiseen  
Editor(s): Keinonen, Heidi; Ala-Fossi, Marko; Herkman, Juha  
Year: 2008  
Pages: 181-194  
ISBN: 978-951-44-7631-0  
Publisher: Tampere University Press  
Discipline: Media and communications  
Item Type: Article in Compiled Work  
Language: fi  
URN: URN:NBN:fi:uta-201406021538

All material supplied via TamPub is protected by copyright and other intellectual property rights, and duplication or sale of all part of any of the repository collections is not permitted, except that material may be duplicated by you for your research use or educational purposes in electronic or print form. You must obtain permission for any other use. Electronic or print copies may not be offered, whether for sale or otherwise to anyone who is not an authorized user.

# TRANSLOKAALI TELEVISIO

## Televisiotutkimus globaalia ja konvergenssia hahmottamassa

Katja Valaskivi

Shibuyan asemalla Toyoko-linjan junaan nousee nuori tokiolaismies, joka kantaa kädessään kännykkää. Kännykän vaakanäyttö on käännetty yhdeksänkymmenen asteen kulmaan suhteessa laitteen toiseen puoliskoon. Hän katselee laitteesta samaan aikaan lähetettävää kaupallisen television ohjelmaa, ääni kuuluu toiseen korvaan nappikuulokkeesta.

Tällaiset näyt olivat yleisiä Tokiossa digitaalisen mobiilitelevision aloittaessa Japanin suurkaupunkialueilla keväällä 2007. Tuolloin media-teollisuuden silmäätekevät ja tutkijat ihmettelivät sitä, että mobiilitelevi-siota käytetään paitsi junissa ja asemilla myös kotisohvalla rinnakkain suuren kotitelevision kanssa. Käyttäjät olivat heti huomanneet, että kännykkä tarjoaa paitsi mobiilitelevision myös suoran linkin internetissä oleviin lisä-palveluihin sekä sähköpostiin. Tätä paluukanavamahdollisuutta kotitelevi-siossa ei ainakaan vielä ole. (Valaskivi 2007.)

Keväällä 2008 suurin innostus mobiilitelevision käyttöön liikenne-välineissä näytti olevan ohi. Liikkuvassa junassa on lopulta mukavampi ja yksityisempi sähköpostitella kaverien kanssa tai selata mobiileiksi suunniteltuja nettipalveluja kännykällä kuin yrittää tihrustaa pienestä ruudusta liikkuvaa, välillä pätkivää, kuvaa. Samaan aikaan televisioyhtiöt pyrkivät erikseen perustetuissa tytäryhtiöissään tai uusien palveluiden yksiköissään löytämään uudenlaisia lajityyppejä ja ansaintalogiikkoja mobiiliin televi-sioon sekä internet-televisioon. Japanin suurin kaupallinen televisioyhtiö Fuji esimerkiksi ilmoittaa olevansa sisällöntuotantoyhtiö, joka tuottaa sisältöjä eri jakelukanaviin, kun se aiemmin oli nimenomaisesti ja leimallisesti televi-siokanava (Valaskivi 2007). Saman totesi Yleisradion pääjohtaja Mikael

Jungner *Helsingin Sanomissa* 5.5.2008: ”Olemme jatkossa korostetusti sisälön tekijä. Jakelun voivat hoitaa muutkin.”

Kyseessä on käytännöllinen ja monitasoinen esimerkki konvergenssista, jossa yhtä aikaa muuttuvat niin mediateknologia ja -talous kuin tuotantotavat ja käyttökkin (vrt. Herkman 2005, 71). Satelliittien, internetin ja digitelevision laajentaman kanavavalikoiman myötä median tuotanto, tarjonta ja vastaanotto ovat yhä ylijärjaisempia, samoin kuin on se politekonominen konteksti, jossa sekä tuotanto että vastaanotto tapahtuvat. Tulevaisuuden median käyttötapojen ennakkoinnista on tullut mediayhtiöille yhä tärkeämpää ja käytännössä yhä vaikeampaa, kuten esimerkki edellä osoittaa. Toimintaympäristön muutosten myötä muutokseen on joutunut myös television akateeminen tutkimus: pelkästä televisiosta puhuminen muutoin kuin historiallisissa kontekstissa on muuttunut yhä hankalammaksi.

## Nationalismista translokaaliin

Edellä kuvattu kehitys ei ole tapahtunut yhdellä rysäyksellä, vaikka nyt olemmekin tulleet tilanteeseen, jossa kaikki tuntuu muuttuvan samaan aikaan. Television kehitys oli pitkään kytköksissä kansallisvaltioihin ja lisäksi julkisen television dominoimaa. Kansallisvaltioihin kytkeytyneillä televisioyhtiöillä puolestaan oli (ja on edelleen) kansainväliset yhteistyöelimensä. Julkisella rahoituksella toimiva televisio oli varsinkin Euroopassa pitkään vallitseva ja ensisijainen television muoto (ks. esim. Mattelart ym. 1988), ja vasta 1980-luvun loppupuolelta kaupallisesta televisiosta on tullut lähes kaikkialla television paradigmaattinen muoto (Ruoho 2000; Valaskivi & Ruoho 2006). Julkisen palvelun televisioyhtiöt perustavat usein nykystrategiansa edelleen kansalliseen perinteeseen: ne ovat kansallisten intressien puolustajia, ”suomalaisuuden pelastajia”, kuten Mikael Jungner kuvaa yleisradiotoimintaa (HS 5.5.2008). Sekä julkinen palvelu että kaupallinen televisio ovat edelleen vahvasti kytköksissä kansalliseen viitekehykseen esimerkiksi kielellisten, kulttuuristen ja lainsäädännöllisten tekijöiden kautta.

Rajat ylittävä televisio toiminta oli aluksi kiellettyä, ja vasta globaalin mediateollisuuden murroksen kautta ovat syntyneet transnationaalit televisiokanavat, jotka lähettävät ohjelmaa usean valtion alueelle. Markkinoiden

muutos syntyi teknologisten mahdollisuuksien lisääntymisestä: satelliittien avulla televisiosignaali ulottui yhä laajemmille alueille. (Chalaby 2005, 1–2.) Satelliitit kuitenkin tulivat televisiotodellisuuteen jo 1970-luvulla, joskin ylikansallisia satelliittikanavia saatiin odottaa vielä 1980-luvulle (ks. esim. Schneider & Wallis 1988).

Alusta pitäen televisio oli kuitenkin myös globaali ilmiö. Televisio instituutiona sai erilaisia muotoja eri puolilla maailmaa, mutta kaikkialla kehittyneessä maailmassa televisio otettiin nopeasti käyttöön. Eritoten televisio-ohjelmien kehittämisessä haettiin vaikutteita muualta. Suomessa, kuten monissa muissakin maissa, suunnattiin katse televisiokehityksen edelläkävijämaahan Yhdysvaltoihin. Esimerkiksi Aarre Elo kävi inspiroitumassa amerikkalaisesta televisiosta, mikä vaikutti olennaisesti 1960-luvun menestysohjelman *Jatkoajan* kehitykseen (Valaskivi 2002, 24). Translokaali<sup>1</sup> eli ylipaikallinen on yksi käsite, jonka avulla tällaista eri puolilla tapahtuvaa, vuorovaikutteista, ja yhtä aikaa samanlaista ja erilaista instituutioiden kehitystä tutkijat ovat pyrkineet kuvaamaan (esim. Appadurai 1996). Televisiotutkimuksessa käsitettä ei ole käytetty kovin paljon (ks. kuitenkin Kraidy 2005). Transnationaalinen eli ylikansallisen käsitettä televisiotutkimuksessa on käytetty enemmän (ks. esim. Chalaby 2005; Iwabuchi 2002).

Kansallisten intressien ja globaalien vaikutteiden vastakkaisuus hallitsi televisiota jäsentävää keskustelua osin vielä 1990-luvulla. Nykyisen maailmanrakenteen kontekstissa voi helposti unohtua se, että keskustelut ”hollywoodisaatiosta” ja amerikkalaisesta ”mediaimperialismista” syntyivät aikana, jolloin maailma oli kaksinaipainen ja myös ideologisesti kahtia jakautunut. Keskustelua käytiin viitekehyksessä, jossa maailmaa hallitsivat kaksi vaihtoehtoista järjestelmää: kapitalismi ja sosialismi. Tämä näkyi myös tutkittaessa televisio-ohjelmien liikkumista maasta toiseen (Varis 1988).

Tuolloisessa maailmassa amerikkalainen fiktio, saippua ja elokuvat etunenässä, olivat ne lajityypit, jotka saivat tutkijat pohtimaan mediasisältöjen paikasta toiseen liikkumisen merkitystä, varsinkin vastaanottajan näkökul-

---

<sup>1</sup> Kiitokset kulttuuriorganisaatioiden translokaalisuutta tutkineelle HTT Niina Koivuselle, joka eräessä lounaspöytäkeskustelussa kuvasi valaisevasti orkesterien toiminnan yhtäläisyyksiä eri puolilla maailmaa, ja osoitti tässä yhteydessä translokaalisen käsitteen käyttökelpoisuuden (ks. Koivunen 2007).

masta (esim. Varis 1988; Allen 1995). Amerikkalainen melodraama näyttäytyi usein uhkana paikalliselle tuotannolle tai sen arveltiin tuovan vieraita arvo- ja merkitysmaailmoja paikallisiin konteksteihin (esim. Silj & Alvarado 1988; vrt. Ruoho 2001). Asetelma rakentuikin siten, että amerikkalainen mediasisältöjen tuotanto ja erityisesti amerikkalainen sarjatelevisio tuli merkitsemään ”globaalia”, joka uhkasi kulloinkin kyseessä olevaa ”paikallista”.

Marwan Kraidy (2005, 149, 153) kutsuu tätä lähestymistapaa kulttuuri-imperialismiteoriaksi, ja arvosteleo teoriaa siitä, että se ensinnäkin näkee kulttuurit homogeenisinä ja toiseksi samaistaa kulttuurit etnisyyteen ja kansallisuuteen. Kolmanneksi teoria näkee kulttuurit toisistaan erillisiksi ja vain silloin tällöin kohtaaviksi kokonaisuuksiksi.

Globaalia mediaa kulttuurintutkimuksellisesti katsottaessa 1990-luvulla keskiössä oli edelleen televisio, jota kautta ”globaaliksi” mielletty yhdysvaltalainen mediatuotanto saapui kotisohville. Pääosassa olikin silloin kysymys siitä, millä tavoin tämä ”globaali” tarjonta vastaanotetaan ”paikallisesti” tai kuinka globalisaatio vaikuttaa median paikalliseen vastaanottoon ja paikalliseen kulttuuriin. Kiistakapulaksi asettui ensisijaisesti kysymys siitä, määritteleeö – ja jos niin missä määrin – globaali (ts. amerikkalainen) mediakulttuuri paikallista vastaanottoa, tulkintaa ja sisältöjä. Empiirisen yleisötutkimuksen kautta syntyi havaintoja merkitysten sekoittumisesta ja sitä kautta ”glokaalin” käsite kuvaamaan globaalin ja lokaalin sekoittumista, hybridisaatiota, jossa myös katsojilla ja paikallisyhteisöillä on mahdollisuus muokata, tulkita ja määritellä kohtaamiaan sisältöjä. (Esim. Lull 1988; Ang 1985, 1996; Hannerz 1991, 1992, 1996; Silj & Alvarado 1988.)

Kraidyn (2005, 149) mukaan tällainen kulttuuripluralismi näkee kulttuurin vain moninaisena kokonaisuutena, joka sitoutuu paikallisiin yksilöihin tai yhteisöihin. Kansallisesta näkökulmasta esitetty huoli amerikkalaisesta mediaimperialismista onkin kaiken aikaa kuljettanut rinnallaan optimistisempia puheenvuoroja, joissa on esitetty globaalin median mahdollisuuksia kansakuntien välisen ymmärryksen ja vuoropuhelun lisäämisestä (Lull 1988, 2007) sekä paikallisesta ”vastustavasta luennasta” (Fiske 1989). Näitä aktiivista yleisöä korostavia tutkimuksia on kritisoitu poliittisten ja taloudellisten rakenteiden unohtamisesta, tuotannon viitekehysten sivuuttamisesta ja yleisön aktiivisuuden glorifoinnista.

Edelleen yleinen tulkinta on se, että vaikka ylikansallinen (erityisesti yhdysvaltalainen) televisiokanava pyrki kansainvälisille markkinoille imperialistisella asenteella, paikalliset olosuhteet ja yleisön vaatimukset kulttuurisesta tunnistettavuudesta pakottavat yhtiöt lokalisoimaan lähestymistapaa ja tarjontaa, jotta kanava voisi menestyä taloudellisesti (esim. Straubhaar & Duarte 2005). Kaupalliset kanavat pyrkivät taloudelliseen voittoon, joten katsojien toiveiden huomioon ottaminen on niille välttämättömyys. Talouden näkökulma tutkimuksessa on kuitenkin usein jäänyt implisiittiseksi tai unohtunut, kun katse on suuntautunut sisältöjen liikkumista arvioitaessa ensisijaisesti kulttuuriin tekijöihin (esim. Katz ym. 1991; Ang 1996).

Kulttuuri-imperialistiseen teoriaan nojaava keskustelu tuli antropologiassa globalisaation tutkimuksessa tiensä päähän jo vuosia sitten. Jo vuonna 1990 Arjun Appadurai totesi *Public Culture* -lehdessä julkaistussa artikkelissaan, että keskusta/periferia -ajattelu on liian yksiulotteinen ja siten riittämätön selittämään globalisaation monimutkaisuutta ja monitasoisia prosesseja. Aiemmin mainittua hybridisaation käsitettä on käytetty usein kuvaamaan tuota monimutkaisuutta. Hybridisaatiolla tarkoitetaan tässä yhteydessä ”globaalien tai universaalien ja paikallisten tai erityisen toisiinsa tunkeutumista, joka on yksi nykyisen globalisaation vallitsevista kulttuurisista rakenteista” (Straubhaar 2007, 16). Kulttuuri-imperialismiteoria alistaa toimijuuden kapitalismille, ja kulttuuripluralismissa toimijuus on paikallisilla yksilöillä ja yhteisöillä. Kulttuuripluralismiteoriaa kritisoidaankin siitä, että siinä hybridisaatio-käsitteeseen sisältyy oletus, että kulttuurien sekoittuminen sinänsä tuottaisi paikallisyhteisöilleen toimijuuden (Kraidy 2005, 149–153).

Bollywood-elokuvia, japanilaista populaarikulttuuria ja telenovela-lajityyppejä pidetään usein osoituksina siitä, että myös muualta kuin Yhdysvalloista lähtöisin olevat lajityypit voivat matkustaa kulttuuristen rajojensa yli, jolloin niistä tulee ikään kuin kansallisia ”brändejä” (esim. Straubhaar 2007). Matkustamisen helppoutta lisää internet, joka haastaa television keskeisimpänä populaarikulttuurin lähteenä. Kiinnostavaa on kuitenkin se, että 2000-luvun tutkimuksissa edelleen usein transnationaaleja ovat sellaiset mediasisällöt, jotka tulevat muualta kuin Yhdysvalloista, ja amerikkalainen (tai englanninkielinen) on edelleen pysynyt globaalina (vrt. Chalaby 2005; Iwabuchi 2002).

Näitä lähestymistapoja järjestää uudelleen kriittinen transkulturalismi (Kraidy 2005), joka on noussut 2000-luvulla kulttuuri-imperialismi- ja kulttuuripluralismiteorioiden rinnalle. Käsitteitä transnationaali ja transnationalismi on käytetty globalisaatio-termin rinnalla televisiotutkimuksessa yhä useammin. Käsite on käytännöllinen siksi, että se pitää sisällään viittauksen kansakuntaan ja kansallisvaltioon ja sillä pyritään usein kuvaamaan mediasisältöjen monenkeskistä liikettä kansakuntien välillä. Näin käsite tekee mahdolliseksi kansallisvaltioiden ja kansallisen kulttuurin merkityksen tarkastelun. Termiä käytetään myös tyypillisesti silloin, kun tutkitaan maahanmuuttajien mediakäyttöä, jossa risteävät lähtökulttuurin median sisällöt ja uuden kulttuurin vaikutteet (Robins & Asu 2005). Muita tyypillisiä esimerkkejä ovat japanilainen televisiotarjonta muualla Itä- ja Kaakkois-Aasiassa (esim. Iwabuchi 2002) ja arabiankielinen ylikansallinen televisio (esim. Sakr 2005).

Kriittinen transkulturalismi puolestaan korostaa sitä, että toimijuus on globaalien kulttuurien olosuhteissa yhtä aikaa translokaalia ja interkontekstuaalista, ja sen hahmottamiseksi on syytä tarkastella niin tuotantoa, tekstiä, vastaanottoa kuin uudelleentuotantoakin. Tähän Kraidyn (2005, 150) määritelmään voisi lisätä vielä järjestelmien tason: suuret globaalit ja transnationaalit tuotanto- ja levitysyhtiöt. Esimerkiksi Artz (2003) korostaa tuotantotapojen ja globaalien mediateollisuuden rakenteiden merkitystä translokaalien variaatioiden syntymisessä.

## Konvergenssi käy yli rajojen

Television ja laajemmin mediakentän muutoksia jäsenettäessä globalisaation lisäksi yksi keskeinen käsite näyttää viimeiset parikymmentä vuotta olleen konvergenssi. Graham Murdock (2000) määritteli vuonna 2000 konvergenssin tapahtuvaksi kulttuurisissa muodoissa, kommunikatiojärjestelmissä ja yritysten omistusrakenteissa. Murdock osasi nähdä ja ymmärtää kehityksen suunnan melko selkeästi. Hän siteeraakin Nicholas Negropontea jo vuodelta 1994, jolloin tämä totesi: ”Tärkeintä on lakata ajattelemasta televisiota televisiona.” Television katsojien arkeen muutok-

set ovat hiipineet pikkuhiljaa, ja tutkijoiden mielenkiinnon keskipisteenä televisionkatsojat ovat korvautuneet (aktiivisilla) mediankäyttäjillä, jotka löytyvät varsinkin internetistä.

Teknologisen konvergenssin (johon Murdock hieman epäloogisesti viittaa termillä kulttuurinen konvergenssi) muodoissa loppui mielikuvitus 2000-luvun alussa kesken. Tuolloisessa tulevaisuudenkuvassa visioitiin, että mobiililaitteet voisivat vastaanottaa liikkuvaa (televisio)kuvaa, mutta se, että mobiililaitteen kautta olisi yhtä aikaa pääsy sekä televisiotarjontaan että internetiin, ei hahmottunut vielä tuolloin. Tosin vieläkin Japani on yksi niitä harvoja maita, joissa tarjotaan kaikki televisiokanavat samanaikaisena lähetyksenä myös internet-yhteyden omaaviin kännyköihin. Lisäksi käyttöliittymät ovat tarpeeksi helppoja ja keveitä päivittäiseen arkikäyttöön.

Murdock sivuuttaa analyysissään konvergenssin vaikutukset mediakäytölle sangen pinnallisesti, eikä puhu divergenssistä lainkaan. Hänen näkökulmansa onkin ensisijaisesti politekonominen, joka on pitkään keskittynyt nimenomaan järjestelmiin ja talouteen, kun kulttuurintutkimuksellisen otteen katsotaan keskittyneen nimenomaan katsojiin ja ”identiteettipoliittikkaan”. Yksi tätä jaottelua kuvanneista tutkijoista on ruotsalainen antropologi Ulf Hannerz (2000). Nykyisen median globalisaation hahmottamiseksi tarvitaan erilaisten näkökulmien yhteensovittamista ja sitä näkyy yhä enemmän median tutkimuksessa, mutta harmillisen harvoin televisiotutkimuksen yhteydessä. Viime vuosina mm. japanilaista populaarikulttuuria erittelevä kulttuurin tutkimus on ansiokkaasti nähnyt myös ilmiön politekonomisia kytköksiä ja seurauksia (mm. Napier 2007; Allison 2006a; Iwabuchi 2002).

Internetin myötä myös kulutuksen ja tuotannon konvergenssi on muuttunut yhä ilmeisemmäksi. Samaan aikaan viihde-elektroniikan ja laitteiden määrä arjessa sekä kuluttajien tapa katsella televisiota on divergoitunut eli moninaistunut. Televisioon on pääsy muistakin laitteista kuin televisiovaستانottimesta. Internetin kautta television katsojat voivat osallistua televisio-ohjelmien tekemiseen, muokkaamiseen ja uudelleen kontekstoimiseen. Vaikka kaikkein runsaimmin tätä tapahtuu epävirallisesti ja osin laittomastikin *YouTuben* kaltaisissa palveluissa, ovat televisioyhtiöt heränneet hyödyntämään uutta resurssia. Tästä esimerkkinä on Yleisradion A-ohjelmien



myöhään keväällä 2008 avaama *A-Tuubi*, johon katsojat voivat lähettää videoita, kuvia ja juttuehdotuksia, joista parhaat luvataan ottaa mukaan televisio-ohjelmiin. Palvelun tarjoaminen ei tosin vielä tarkoita sitä, että katsojat sen löytävät ja ottavat käyttöönsä.

Vaikka Suomessa ja Euroopassa ei vielä saadakaan kaikkia suoria lähe-tyksiä mobiilivastaanottimiin, joista olisi suora yhteys internetiin, on internet täälläkin keskeinen muutostekijä television vastaanotossa. Ohjelmien saatavuus internetin kautta muuttaa väistämättä television katselun tapoja ja niin ollen myös tuotantoa.

Toinen muuttaja on digitaalinen televisio ja varsinkin tallentava digi-boksi: enää ei tarvitse katsoa mainoksia, vaikka haluaisikin katsoa ohjelmat siinä aikataulussa, kun ne televisiokanavilla esitetään. Uutisten katselu on loppunut joiltakin tuntemiltani ihmisiltä kokonaan, koska digiboksin ”ai-vossa” on aina varastossa jotakin kiinnostavampaa katseltavaa. Tällaiset muutokset ovat vielä tutkijoilta pääosin hahmottamatta. Vaikutus kauppalisten televisio-ohjelmien mainostuloihin on jo näkyvissä, ja ilmiö on vai-kuttanut mainonnan sijoitteluun ja pyrkimykseen löytää uudenlaisia kau-pallisia ansaintalogiikoita esimerkiksi tuotesijoittelun, sponsoroinnin ja yleisökilpailujen kautta.

## Vyyhti kietoutuu auki eri suunnista

Edellä kuvattujen näkökulmien väliin jää runsaasti kartoittamattomia maas-toja ja siten mahdollisuuksia tutkimukselle. Hyvin vähän on toistaiseksi tut-kittu esimerkiksi sitä, kuinka mediatyö ja television tekemisen järjestelmät eri puolilla maailmaa ovat tulleet muistuttamaan toisiaan, vaikka konver-goituneita instituutiorakenteita onkin tutkittu (esim. Wieten ym. 2000). Tein 1990-luvulla väitöskirjaani japanilaisesta televisiosarjadraamasta. Iiris Ruoho teki samaan aikaan väitöskirjaa suomalaisesta televisiodraamasta. Totesimme tuolloin, että molemmissa maissa tuotannon järjestämisessä ja tuotantojärjestelmien muutoksissa näkyivät selkeästi Yhdysvalloista haetut vaikutteet. Televisiodraaman tekijöiden haastattelut osoittivat, että samaan aikaan kun sisällöt näyttävät liikkuvan ja vastaanoton moninaisuus eri kult-

tuuripiireissä on ilmeinen, ovat median tuotantotavat yhtenäistyneet (vrt. Deuze 2007). Samoin yhdysvaltalaisen levitysjärjestöjen merkitys myös muista kulttuureista lähtöisin olevien mediasisältöjen levittämisessä on keskeinen (vrt. Iwabuchi 2002; Allison 2006a). Etnografista otetta mediayrityksen tutkimukseen olisikin tilaa harrastaa enemmän.

Terhi Rantanen (2004) tekee kirjassaan *Media and globalization* sen kiinnostavan havainnon, että globalisaatiosta puhuttaessa ilmiön *mediaatio* jää usein käsittelemättä. Esimerkiksi sosiologiassa viime vuosina käytetty ilmaus ”new institutionalism”, jota kutsutaan myös nimellä ”uusi maailmankulttuuriteoria” (*new world culture theory*), on käsitellyt globalisaatiota erilaisten kansainvälisten instituutioiden ja niiden välittämien mallien näkökulmasta (esim. Boli & Thomas 1999; Lechner & Boli 2005). Mediaa ei näissä tutkimuksissa kuitenkaan ole otettu lukuun. Kaikkiaan olisi kiinnostavaa lukea tutkimusta siitä, millä tavoin siirtyminen kahden mahdollisen talousideologian mallista yhden ideologian malliin on muuttanut muiden muassa televisioinstituutioita, tuotantoa ja vastaanottoa.

Toinen mahdollinen tutkimusidea on esimerkiksi systemaattinen yritys hahmottaa television roolia sen siirtyessä yhä enemmän osaksi internetiä – mikä muuttaa väistämättä sekä television tuotantoinstituutioita että liiketoimintalogiikoita. Muuttuneet ovat myös käyttökulttuurit: internetistä voi laillisesti ja laittomasti ostaa ja ladata televisio-ohjelmien tuotantokausia, mikä irrottaa television katselun ”broadcasting” kontekstistaan (ks. myös Nikunen tässä teoksessa). Tärkeä ei tällöin ole enää tv-kanava vaan ohjelma, jonka voi saada katsottavakseen lukuisia eri teitä. Vertaisjakelua ja erityisesti tiedostonjako-ohjelma BitTorrentia pidetään yhtenä tärkeimmistä syistä japanilaista animaatiota kansainvälisesti myyvien yhtiöiden konkurseissa ja toiminnan supistamisessa.

Vastaanoton kontekstissa televisio on edelleen osa mediakäytön arkea, mutta toisella tapaa kuin ennen. Televisio on samaan aikaan kansallinen ja transnationaali, translokaali ja globaali, ja kuitenkin aina jollakin tavoin paikalliseen kieleen ja kulttuuriin sidottu. Näissä konkreettisissa konteksteissa riittää tutkimista. Yksi mediakäytön muutoksia kuvaava näkökulma on se, että tulevaisuuden mediasta haetaan tietoa intressien mukaan. Näin ollen katsoja ei enää ensisijaisesti katso televisiota tai lue lehteä, valitse Yleis-

radiota tai Fujia, vaan etsii ohjelmia, tietoja ja tekstejä esimerkiksi koiran- kasvatuksesta tai uusimmista anime-sarjoista, ja eksyy katsomaan ohjelmaa YLE Teemalta, jos siellä kerrotaan ”otakuista”, tai Fujilta, jos siellä näytetään ohjelmaa koiraroduista. Jääkö kuitenkin televisio siksi mediamuodoksi, jonka ”virran” ääreen asetutaan nauttimaan ”hajamielisestä” katselusta (Nikunen tässä teoksessa) eri kulttuuriympäristöissä?

Televisiotutkijan arki on merkittävästi helpottunut aineiston saatavuuden osalta. Kun 1990-luvun kuluessa tutkin japanilaista televisiosarjadraamaa Tampereella, paras keino saada materiaali käsiinsä oli matkustaa Japaniin niin pitkäksi aikaa, että oli mahdollista itse nauhoittaa VHS-nauhoille tarpeeksi suuri otos tutkittavan ohjelman jaksoja. Merkittävänä parannuksena pidin sitä, kun onnistuin löytämään tv-yhtiöstä luottohenkilön, joka lähetti minulle ohjelman jakso kerrallaan VHS-kasetteina. Nyt voisin parilla klikkauksella tilata saman aineiston ”DVD-boksina” internetin kautta tuotantokausittain. Kustannus ei olisi suuri, ja siistit laatikot veisivät huomattavasti vähemmän tilaa kuin autotallini vallanneet toistakymmentä VHS-kasettilaatikollista. DVD-bokseja voisi jopa pitää kirjahyllyssä käden ulottuvilla.

Kokonaan uudenlaisen perspektiivin keskusteluun toisi aiemmin mainittu translokaalin eli ylipaikallisuuden käsite, jos se mielletään kriittisen transkulturalismin lähtökohdista. Kraidy (2005, 155) korostaa translokaali-käsitteen käyttökelpoisuutta silloin, kun maailma halutaan nähdä muutoin kuin Amerikka- tai länsikeskeisesti. Käsitteen avulla tulevat näkyviin yhteydet erilaisten paikallisuuksien välillä. Samalla vallan käsite pysyy keskiössä, sillä kriittisessä transkulturalismissa paikallinen mielletään monimutkaisesti ylipaikallisiin vaikutteisiin yhteydessä olevaksi. Kriittinen transkulturalismiteoria korostaa, että paikallinen on sekä sisä- että ulkosyntyisten valtapiirien läpituokema.

Transkulturalismiteoriassa sosiaaliset käytännöt ovat toimijuuden paikka, jolla on sekä ylipaikalliset että interkontekstuaaliset ulottuvuutensa. Olisikin kiinnostavaa tutkia, missä ovat nyt ja ovat olleet television ”paikat”: millaisissa sosiaalisissa käytännöissä määrittynyt ja on määrittynyt television katselu suhteessa sen tuotantoon ja levityskanaviin? Käytännössä voisi kysyä esimerkiksi: Kuinka televisiotuotannon muodot, ohjelmatyypit

ja katsomistavat ovat liikkuneet historiallisesti paikasta toiseen ja millaisia variaatioita saaden? Millainen on television paikka internetissä käyttäjän ja tuottajan näkökulmasta? Millaisen paikan televisio saa vaikkapa japanilaisen populaarikulttuurin tai science fiction -harrastajien elämässä eri puolilla maailmaa? Kuinka translokaalit sisältöjen tuottajat ottavat huomioon erilaisissa vastaanottokanavissa ja kulttuurisissa konteksteissa mahdollisesti tapahtuvan vastaanoton ohjelmia tehdessään?

# Lähteet

- Allison, Anne (2006a) The Japan Fad in Global Youth Culture and Millennial Capitalism. Teoksessa Lunning, Frenchy (toim.) *Mechademia. Emerging Worlds of Anime and Manga* 1:1, 11–22.
- Allison, Anne (2006b) *Millennial Monsters. Japanese Toys and the Global Imagination*. Berkeley: University of California Press.
- Allen, Robert (toim.) (1995) *To be continued... Soap operas around the world*. London: Routledge.
- Ang, Ien (1985) *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen.
- Ang, Ien (1996) *Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. London: Routledge.
- Appadurai, Arjun (1990) Disjuncture and difference in the global cultural economy. *Public Culture* 2:2, 1–24.
- Appadurai, Arjun (1996) *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Artz, Lee (2003) Globalization, Media Hegemony and Social Class. Teoksessa Artz, & Kamaipour, Yahya R. (toim.) *The Globalization of Corporate Media Hegemony*. Albany: SUNY Press.
- Boli, John & Thomas, George M. (1999) *Constructing World Culture. International Non-Governmental Organizations since 1975*. Stanford, CA.: Stanford University Press.
- Chalaby, Jean K. (toim.) (2005) *Transnational television worldwide: Towards a new media order*. London: I. B. Tauris & Co., Ltd.
- Deuze, Mark (2007) *Mediawork*. Digital Media and Society Series. Cambridge: Polity Press.
- Fiske, John (1989) *Understanding popular culture*. London: Routledge.
- Hannerz, Ulf (1991) Scenarios for Peripheral Cultures. Teoksessa King, Anthony D. (toim.) *Culture, Globalization and The World-System*. London: Macmillan.
- Hannerz, Ulf (1992) *Cultural complexity*. New York: Columbia University Press.
- Hannerz, Ulf (1996) *Transnational Connections*. London: Routledge.
- Hannerz, Ulf (2000) *Flows, boundaries and hybrids: keywords in transnational anthropology*. Working paper on Transnational Communities program, WPTC-2K-02. [http://www.transcomm.ox.ac.uk/working\\_papers.htm](http://www.transcomm.ox.ac.uk/working_papers.htm)
- Herkman, Juha (2005) *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Median markkinoituminen ja televisioituminen*. Tampere: Vastapaino.
- Iwabuchi, Koichi (2002) *Recentering Globalization. Popular culture and Japanese transnationalism*. London: Duke University Press.

- Katz, Elihu; Liebes, Tamar & Iwao, Sumiko (1991) Neither here nor there. Why Dallas failed in Japan? *Communication* 12, 99–110.
- Koivunen, Niina (2007) The processual nature of leadership discourses. *Scandinavian Journal of Management* 23:3, 285–305.
- Kraidy, Marwan M. (2005) *Hybridity, or the cultural logic of globalization*. Philadelphia: Temple University Press.
- Lechner, Frank J. & Boli, John (2005) *World Culture. Origins and Consequences*. London: Blackwell Publishing.
- Lull, James (1988) *World Families Watch Television*. Newbury Park: Sage.
- Lull, James (2007) *Culture-on-Demand: Communication in a Crisis World*. London: Blackwell Publishing.
- Mattelart, Armand; Delacourt, Xavier & Mattelart, Michèle (1988) International Image Markets. Teoksessa Schneider, Cynthia & Willis, Brian (toim.) *Global Television*. Cambridge: MIT Press & New York: Wedge Press.
- Murdock, Graham (2000) Digital futures: European television in the age of convergence. Teoksessa Wieten, Jan; Murdock, Graham & Dahlgren, Peter (toim.) *Television Across Europe. A Comparative Introduction*. London: Sage.
- Napier, Susan (2006) The World of Anime Fandom in America. Teoksessa Lunning, Frenchy (toim.) *Mechademia. Emerging Worlds of Anime and Manga* 1:1, 47–65.
- Napier, Susan (2007) *From Impressionism to Anime. Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West*. London: Palgrave.
- Rantanen, Terhi (2004) *The media and globalization*. London: Sage.
- Robins, Kevin & Asu, Aksoy (2005) Whoever looks always finds: Transnational viewing and knowledge-experience. Teoksessa Chalaby, Jean K. (toim.) *Transnational Television Worldwide: Towards a New Media Order*. London: I. B. Tauris & Co.
- Ruoho, Iris (2000) Double standards in evaluating television. Peyton Place and Dallas in the Finnish Television Culture. Teoksessa Leppänen, Sirpa & Kuortti, Joel (toim.) *Inescapable horizon. Culture and context*. Jyväskylä: Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 64.
- Ruoho, Iris (2001) *Utility drama. Making of and talking about the serial drama in Finland*. Tampere: Tampere University Press.
- Sakr, Naomi (2005) Maverick or model. Al-Jazeera's impact on Arab satellite television. Teoksessa Chalaby, Jean K. (toim.) *Transnational Television Worldwide: Towards a New Media Order*. London: I. B. Tauris & Co.
- Schneider, Cynthia & Wallis, Brian (toim.) (1988) *Global television*. London: The MIT Press.

- Silj, Alessandro & Alvarado, Manuel (toim.) (1988) *East of Dallas. The European Challenge to American Television*. London: BFI.
- Straubhaar, Joseph D. (2007) *World Television. From Global to Local*. London: Sage.
- Straubhaar, Joseph D. & Duarte, Luiz G. (2005) Adapting US transnational television channels to a complex world: From cultural imperialism to localization and hybridization. Teoksessa Chalaby, Jean K. (toim.) *Transnational Television Worldwide: Towards a New Media Order*. London: I. B. Tauris & Co.
- Valaskivi, Katja (2007) *Mapping Media and Communication Research: Japan*. Department of Communication, Research Reports 4/2007. Helsinki: Helsingin yliopisto. <http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/ReportJapan.pdf>
- Valaskivi, Katja & Ruoho, Iiris (2006) Television murros. Yhtenäiskulttuurin televisiosta tilattaviin palveluihin. Teoksessa Valaskivi, Katja (toim.) *Vaurauden lapset. Näkökulmia japanilaiseen ja suomalaiseen nykyculttuuriin*. Tampere: Vastapaino.
- Varis, Tapio (1988) Trends in international television flow. Teoksessa Schneider, Cynthia & Wallis, Brian (toim.) *Global television*. London: The MIT Press.
- Wieten, Jan; Murdock, Graham & Dahlgren, Peter (toim.) (2000) *Television Across Europe. A Comparative Introduction*. London: Sage.