

Kansainvälinen viihdeteollisuus ja uudet mediat

Kansainvälinen viihdeteollisuus 1970- ja 1980-luvulla

1970-luvulla tehtiin laajoja tutkimuksia ja selvityksiä monikansallisten viihdeyritysten toiminnasta ja kehityksestä (esim. Guback 1969, Hamelink 1977, Mattelart 1979, Read 1976, Schiller 1969). Tuolloin todettiin mm., että suhteellisen pieni joukko monikansallisesti tai kansainvälisesti toimivia yrityksiä hallitsee joukkoviihdettä eri puolilla läntistä maailmaa. Näiden yritysten havaittiin myös toimivan useilla viihteen sektoreilla: ne omistivat tv- ja radio-asemia, elokuvateattereita, harjoittivat lehtien ja kirjojen kustannustoimintaa ja jakelua, tuottivat äänilevyjä, viihde-elektronisia laitteita, opetusmateriaaleja jne. Viihdealan yhtiöt toimivat myös sellaisilla aloilla, jotka eivät suoranaisesti liittyneet joukkovihteeseen (kosmetiikan, vaatteiden, erilaisten kulutustavaroiden, auton varaosien yms. tuotanto, postimyynti, vakuutus- ja atk-toiminta, hotellit ja huvipuistot, jalkapallojoukkueen omistus, sokeriruokoviljelmät). Eräiden keskeisten viihdeyritysten todettiin olevan eri aloilla toimivia monikansallisia yrityksiä.

1980-luvulla ei ole esiintynyt 1970-luvun tapaista tutkimusaaltoa (ks. kuitenkin Hamelink 1983 ja Schiller 1981). Viihde-teollisuuden johtavat yritykset ovat kuitenkin vuosikymmenessä kasvaneet entistä mahtavammiksi. Sen ohella, että niiden perinteiset toiminnat ovat laajentuneet, nämä yritykset ovat tunkeutuneet uusille aloille. Erityisesti uusi viestintäteknologia ja sen uudet kaupalliset sovellutukset ovat merkinneet haasteita joukkoviihdettä hallitseville suuryrityksille.

Samalla televisiotekniikan massakulutukseen suunnatut jatkeet kuten videolaitteet ja -tallenteet, kaapelitelevisiojärjestelmät, videopelit ja kotitietokoneet ovat alkaneet hämärtää raja-aitoja "hardwareen" ja "softwareen" erikoistuneiden yritysten välillä. Esimerkiksi Guback ja Varis (1982, 36) osoittavat useita yritystason yhteistyökytkentöjä perinteisten laitevalmistajien ja ohjelmistojen tuottavien yritysten välillä. Keskeinen uusi trendi onkin suurten viihdeyritysten yhteenliittyminen erityisesti kaapelitelevision ohjelmistontarjonnassa, mutta myös videotuotannossa.

Poikkeuksena ylikansallisen viihteen valta-aseman kasvusta näyttäi-

sivät olevan kansalliset tv-ohjelmitot, joissa ulkomaisen ohjelmiston osuus ei Variksen (1984) mukaan keskimäärin ole merkittävästi muuttunut kymmenessä vuodessa. Tämä johtunee pitkälti radio- ja televisio-toimintaa vielä hallitsevien julkisten yleisradioyhtiöiden pyrkimyksestä säilyttää kansallisen ohjelmatuotannon asema. Erot eri maiden välillä ovat kuitenkin huomattavat. Kaapelitelevisiotoiminnan laajentumisen myötä tilanne läntisissä teollisuusmaissa on muuttumassa. Variksen tutkimus ei kuitenkaan anna täsmällisempiä tietoja nimenomaan monikansallisten yritysten asemasta perinteisissä tv-ohjelmistoissa.

Tämän artikkelin tarkoituksena on kuvata monikansallisten joukkoviihdeyritysten toimintaa viime vuosina, niiden kasvua ja toiminnan laajentumista uusille aloille. Erityisesti huomion kohteena on se, miten yritykset ovat reagoineet uuteen viestintäteknologiaan, missä määrin ne ovat ryhtyneet kokeilemaan videon, kaapelitelevisiion ja kotitietokoneiden tai niihin tarkoitettujen ohjelmien tuotannossa ja kaupassa, minkälaisia yhteistyökentöjä on syntynyt yritysten kesken ja miten yritykset näyttävät perustelevan siirtojaan.

Tiedot perustuvat pääasiassa yhtiöiden vuosikertomuksiin ja alan lehtien artikkeleihin. Mukaan on otettu 11 kenties tärkeintä joukkoviihteen alalla kansainvälisesti tai monikansallisesti toimivaa yritystä: ABC, CBS, Coca Colan nykyisin omistama Columbia Pictures Industries, Gulf & Western (Paramount), MCA (Universal), MGM/UA, RCA, 20th Century Fox, Thorn EMI, Walt Disney ja Warner Communications. Thorn EMI on brittiläinen, muut yhdysvaltalaisia yhtiöitä. Tarkastelun ulkopuolelle jäävistä yrityksistä merkittävin on keskeinen äänilevy-yhtiö,

länsisaksalais-hollantilainen Polygram, jonka osuus videomarkkinoista ei ainakaan vielä ole kovin merkittävä. Muista tarkastelun ulkopuolelle jäävistä yrityksistä mainittakoon vielä länsisaksalainen, äänilevy-yhtiönä kansainvälisesti tärkeä Bertelsmann (Ariola Eurodisc).

Kasvun vuosikymmen?

Vaikka markkinoihin perustuvilla joukkoviihteen aloilla (esim. elokuvassa ja kevyessä musiikissa) keskeiset yritykset ovat kiistatta vahvistaneet asemiaan, ei niiden kasvukehitys välttämättä ole ollut yksikäsitteinen. Kymmenen vuoden kehitykseen on sisältynyt laskukausia, jotka ovat vaikuttaneet myös suurten yritysten liikevaihtoon ja voittoihin.

Puhuttaessa viihteen monikansallisista yrityksistä sekä niiden tunkeutumisesta uusille viihteen sektoreille ja markkinoille syntyy helposti kasvun myyttejä. Lisäpontta käsitteille viihdesektorin jatkuvasta kasvusta antavat sen tapaiset yritykset kuin Gulf & Western. Gulf & Western on perinteisesti ollut puhdas teollis-kaupallinen monitoimialayhtiö, joka viihderyhmänsä menestyksen myötä on suunnannut toimintojaan osin uudelleen. Niinpä yhtiö myi 1980-luvun alussa osia paperi- ja kaivosteollisuudestaan ja ilmoitti keskittyvänsä aloihin, joiden uskoo olevan tuottavia tulevaisuudessa. Näiksi aloiksi se katsoi mm. kotiviihteen ja vapaa-ajanteollisuuden. Yhtiön Leisure Groupin osuus koko liikevaihdosta on kasvanut yhdeksässä vuodessa 12 prosentista (1973) 22 prosenttiin (1982).

Mutta kaikki viihdeteollisuuden jättiläiset eivät kasva. Pikemminkin näyttäisi siltä, että ellei yhtiö tee merkittäviä siirtoja uusille alueille tai suoranaisia yritysostoja, ei

Taulukko 1. Viihteessä toimivien monikansallisten yritysten liikevaihdon kehitys (miljoonaa dollaria)

Yhtiö	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983
1. RCA	4810	5329	5881	6601	7455	8011	7799	8016	8977
2. CBS	1555	1789	1975	2265	2774	3076	3501	3852	3956	4123	4458
3. Thorn EMI ¹	(1242)	(1448)	(1570)	(1461)	(1738)	(2097)	(2561)	3777	4525	4263	4128
4. Warner Com	522	689	632	775	1088	1243	1648	2059	3237	3990	3425
5. ABC	881	986	1065	1342	1617	1784	2054	2280	2444	2660	2940
6. MCA (Universal)	437	663	812	803	878	1121	1266	1297	1329	1588	1585
7. Gulf&Western (Paramount) ²	277	298	344	427	440	802	967	1181	1280	1411	..
8. Walt Disney	385	430	520	584	630	741	797	915	1005	1030	1307
9. Columbia Pictures ³	205	250	326	332	391	575	613	692	687	..	850
10. 20th Cent Fox	250	280	343	355	507	626	658	555	766
11. MGM/UA ⁴	(153)	(234)	(256)	(267)	(293)	(401)	(491)	(182)	(299)	806	723

Lähde: yhtiöiden vuosikertomukset

¹EMI on mukana Thornin liikevaihdoissa vasta vuodesta 1980 alkaen. Luvut on muutettu punnista dollareiksi kunkin vuoden keskikurssin mukaan. Dollarin arvon nousu vääristää jossain määrin yhtiön liikevaihdon kehitystä.

²Mukana on pelkkä Leisure Group, jonka osuus yhtiön kokonaisliikevaihdosta on kasvanut 12 prosentista (1973) 22 prosenttiin (1982). Koko Gulf&Westernin liikevaihto oli 5331 milj. dollaria vuonna 1982.

³Vuodesta 1982 alkaen kuulunut Coca Cola -yhtiöön, jonka liikevaihto oli 6829 milj. dollaria vuonna 1983.

⁴Vuoteen 1931 saakka pelkkä MGM; United Artists mukana vuodesta 1982 alkaen.

Taulukko 2. Monikansallisten viihdealan yritysten taloudellinen kehitys kasvuindekseinä (1973 = 100)

Yhtiö	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983
1. Warner Com	100	132	121	148	208	238	316	394	620	764	656
2. Thorn-EMI ¹	100	122	139	159	196	215	238	320	440	480	536
3. MGM/UA	100	153	167	175	192	262	321	119	195	527	..
4. G&W-Paramount ²	100	108	124	154	159	290	349	426	462	509	..
5. Columbia	100	122	159	162	191	280	299	338	335	..	415
6. MCA-Universal	100	152	186	184	201	257	290	297	304	363	363
7. Walt Disney	100	112	135	152	164	192	207	238	261	281	339
8. ABC	100	112	121	152	184	202	233	259	277	302	334
9. 20th Cent Fox	100	112	137	142	203	250	263	222	306
10. CBS	100	115	127	146	178	198	225	248	254	265	287
11. RCA ³			(100)	(111)	(122)	(137)	(155)	(166)	(162)	(166)	(186)

¹Thorn-EMI:n liikevaihdon kehitysindexi on laskettu punta-arvon mukaan. Dollariarvo antaisi huomattavasti pienemmän kasvuluvun (vuoden 1983 indeksilukema dollariarvon mukaan laskettuna olisi 332).

²Mukaan on laskettu vain Leisure Group.

³RCA:n indeksiluku ei ole vertailukelpoinen, koska lähtövuodeksi on laskettu 1975.

myynti kehity juuri enempää kuin inflaatiiovauhdin mukaisesti. Taulukot 1 ja 2 kuvaavat tarkasteltujen yhtiöiden kokoa ja kasvukehitystä. Liikevaihdoltaan suurimpia ovat pääasiassa elektroniikan puolella toimivat RCA ja Thorn EMI sekä monitoimialayhtiö Gulf & Western (ja Columbia Picturesin nykyisin omistava Coca Cola). Viihde ja software eivät ole näillä yrityksillä välttämättä liiketaloudellisesti keskeisimpiä lohkoja. Toisen ryhmän kooltaan muodostavat yritykset, jotka ovat monipuolisesti levittäytyneet viihteen eri alueille (CBS, Warner ja MCA). Kolmantena ryhmänä tulevat yhtiöt, jotka tunnetaan toimintaprofiililtaan suhteellisen vakaina ja perinteisinä. Esimerkiksi Disney kerää edelleen valtaosan tuloistaan huvipuistoistaan. Twentieth Century Fox on pysynyt miltei yksinomaan elokuvayhtiönä ja ABC yleisradioyhtiönä, mikä selittää niiden suhteellisen pientä liikevaihtoa verrattuna monin keskeisiin kilpailijoihinsa.

Onnistuneimman kasvustrategian ovat löytäneet ehkä Warner Communications ja jo mainittu Gulf & Western. Warner, joka vielä 1970-luvun alussa oli puhdas elokuvayhtiö, on vuosikymmenen kuluessa suunnannut voimakkaasti toimintaansa paitsi leikkikaluihin, kosmetiikkaan ja kustannustoimintaan, myös uusiin viestimiin, erityisesti kaapeliteleviotoimintaan ja videopelisiin.¹ Yhtiön painopiste on kokenut ratkaisevan muutoksen. Samansuuntainen, mutta ei yhtä ekspansiivinen on ollut G&W:n viihderyhmän kehitys. Aluksi Leisure Group muodostui lähinnä Paramount-elokuva-yhtiöstä, mutta 1970-luvun kuluessa kuvaan ovat tulleet kustannustoiminta, urheilu, vapaa-aikakeskukset ja videopelit. Warnerin liikevaihto on vuosikymmenessä kasvanut yli seitsenkertaiseksi, G&W:n viihde-

ryhmän yli viisinkertaiseksi.

Huomattavaa näiden yritysten kasvussa on se, ettei se ole perustunut varsinaisesti yritysostoihin kuten MGM-UA:n ja Thorn EMI:n tapauksissa. Ensin mainittu yhdistelmä syntyi heinäkuussa 1981, jolloin MGM Films osti United Artistsin 380 miljoonan dollarin kauppahinnalla. Jälkimmäinen taas muodostui kahta vuotta aikaisemmin Thorn Electrical Industriesin ja äänilevy-yhtiö EMI:n yhtyessä. Joukkoviihteeseen tuli lisäksi uusi monikansallinen yritys, kun Coca Cola vuonna 1982 osti elokuvayhtiö Columbia Picturesin noin 750 milj. dollarilla. Mainittakoon tässä yhteydessä lisäksi 20th Century Foxin kauppahinta vuodelta 1981, 725 milj. dollaria, jolla yritys siirtyi öljymiljönääri Marvin Davisille ja Marc Richille. (Nyttemmin Marvin Davis on ostanut koko yhtiön haltuunsa.)

Yllä on korostettu, että osa viihteen monikansallisista yrityksistä on pysynyt liiketaloudelliselta mittaluokaltaan osapuilleen paikoillaan ja että kaikki eivät ole olleet yhtä aktiivisia kokeilemaan uusilla viihteen sektoreilla. Toisaalta on kuitenkin todettava, että kaikilla 11 yrityksellä on jonkinlaisia hankkeita videon, kaapelitelevision tai kotitietokoneiden parissa.

Yritykset ja uusi viestintäteknologia

Taulukkoon 3 on koottu vuosikertomusten antamia tietoja yhtiöiden toiminnasta eri sektoreilla.

Keskeisimmät toimialat tarkastelluilla suuryhtiöillä ovat elokuvien, tv-ohjelmien ja äänitteiden tuotanto sekä radio- ja tv-toiminta tai jokin näistä. Eräät yhtiöt ovat painokkaasti suuntautuneet huvipuistotoimintaan (erityisesti Disney) tai viihde-elektronisten laitteiden val-

Taulukko 3. Liikevaihdon jakaumat toimialoittain (% liikevaihdosta; tuoreimmat käytettävissä olevat tiedot yhtiöittäin)

toimiala	ABC (-81)	CBS (-82)	Columbia (83)	G&W:n Leisure Group (-82)	MCA (-82)	MGM/UA (-82)	RCA (-83)	Thorn EMI (83)	20th Century Fox (-83)	Walt Disney (-83)	Warner Comm (-81)
yleisradiotoiminta	86	53 ²	-	-	-	-	23	-	..	-	-
elokuva, video	>1 ¹	..	92	53	60	97	-	4	85 ¹⁰	13	23
- teatt.elokuvat	60	34	38	46	-	..	53	6	14
- tv-elokuvat ja sarjat	32	19	17	32	-	..	32	2	10
- video	} 4	12	-	} 4	..
- muut	7 ⁶	-
äänitteet, musiikki	-	26	-	-	10	3	..	18	..	2	25
kustannustoiminta	11	13	-	12	.. ⁵	-	-	3
elokuvateaterit	-	-	-	10	4	-	-	-	-
huvipuistot yms.	. ¹	-	-	13 ⁴	10 ⁵	-	-	-	..	79	-
viihde-elektronikka	-	..	8	15	-	-	27 ⁷	29	38
posti- ja väh.myynti	-	-	-	-	16	-	-	-	..	-	..
muut (koneet ym.)	<1	9 ³	-	-	-	-	50 ⁸	55 ⁹	..	6 ¹¹	} 11 ¹²
(sis. siirrot)				(-3)				(-6)			
Yhteensä	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

¹ABC:n elokuva ym. summaan sisältyvät myös mm. huvipuistotoiminta ja kaapeli-tv-ohjelmistot. (Huvipuisto on myyty keväällä 1984.)

²CBS: yleisradiotoimintaan sisältyy myös elokuvatuotanto

³CBS: lelut ja musiikki-instrumentit: 7,5 %

⁴G&W: urheilu- ja vapaa-aikakeskus, ammattilaisurheilujoukkueita

⁵MCA: huvipuistojen yms. summaan sisältyvät myös kustannustoiminta ja atk-, finanssi- yms. palvelut.

⁶MGM/UA: sisältää mm. filmilaboratorion.

⁷RCA: viihde-elektronikka ml. äänilevyt (1982 noin 7 %)

⁸RCA: hallituksen elektroniikkatilaukset 15 %, kaupallinen elektroniikka (mm. kaup. viestintäsatelliitit) 13 %, kuljetuspalvelut (mm. autovuokraamo) 15 %, tietoliikenne (kansallisia ja kv. satelliittitietoliikennepalveluja) 4 %.

⁹Thorn EMI: valmistaa erilaisia teknisiä laitteita niin kotitalouksille, yrityksille kuin mm. armeijalle.

¹⁰Fox: vuodesta 1981 yksityisessä omistuksessa, joten tarkempia tietoja ei saatavissa

¹¹Disney: muut = erilaiset kulutustavarat, lisenssien myynti, kirjat ym. julkaisut

¹²Warner: muut = postimyyntiä, ksometiikkaa ja hajuvesiä, jalkapallojoukkue ym. (Kosmetiikkatuotanto myyty tammikuussa 1984.)

mistukseen ja myyntiin (mm. RCA, Warner ja Thorn EMI).

Eräs keino jäljittää yhtiöiden tunkeutumista uusille toimialoille olisi koota yhtiöittäin aikasarjoja liikevaihdon jakautumisesta eri toimialojen kesken. Voitaisiin ajatella, että näin paljastuisi, milloin ja missä laajuudessa esimerkiksi uudet viestimet astuvat yhtiöiden tuotantoon.

Uusien välineiden ja niihin liittyvien uusien toimintojen esiinmarssia ja taloudellista tulosta yhtiöiden liikevaihtojakaumista ei kuitenkaan yleensä saa irti, koska:

- uusien toimialojen (esim. videon) liikevaihto-osuuksia ei yleensä ole ilmoitettu erikseen, vaan ne sisältyvät elokuvatuotantoon, kulutustavaroihin tai muuhun "perinteiseen" toimialaan. Osa-syynä tähän on se, että uudet toiminnot useimmiten käynnistetään ja kehitellään aluksi olemassaolevien toimintayksikköjen alaisuudessa. Organisaatiomuutosten yms. vuoksi saattavat nämä toiminnot sitä paitsi sisältyä eri vuosina eri toimintayksiköihin. Taloudelliset aikasarjat ovat perinteistenkin toimialojen osalta usein epäluotettavia, koska joistakin toiminnoista luovuttuaan yhtiöt usein "puhdistavat" historialliset aikasarjansa näistä.
- eräissä tapauksissa yhtiöiden väliset yhteistyöhankkeet (erityisesti kaapeli-tv-toiminnan alalla) eivät lainkaan sisälly pääyhtiöiden liikevaihtoihin.
- toiminta uuden teknologian alalla on 1970-80 -lukujen vaihteessa useimmilla yhtiöillä ollut vielä niin alussaan, että sen taloudellinen merkitys perinteisiin aloihin verrattuna on ollut häviävän pieni. Vuosikertomusten taloudelliset yhteenvedot eivät siksi ole noteeranneet näitä toimintoja.

Mainituista syistä johtuen on paremmaksi tavaksi osoittautunut kuvata yhtiöiden toimintaa videoiden, kaapeli-tv:n ja kotitietokoneiden alueella kartoittamalla olemassa olevat tai suunnitellut hankkeet. Tiedot hankkeista on koottu kaavioon 1.

Kaapelitelevisiotoiminta

Huomiota kiinnittää se, että suuret viihdeyritykset harjoittavat varsinkin kaapeli-tv-toimintaa paljon yhteistyössä joko toisten viihdeyritysten kesken tai muiden - lähinnä lehtiyritysten tai elektroniikkafirmojen - kanssa. Yhteistyöllä pyrittäneen sekä turvaamaan hankkeiden taloudellinen pohja että käyttämään hyväksi kunkin yhtiön kokemus, perinteet sekä muun toiminnan yhteydessä rakennetut myynti- ja jakelusuhteet.

Esimerkiksi yleisradioyhtiö ABC on jo muutamia vuosia harjoittanut yhteistyötä lehtiyhtiö Hearstin kanssa kaapeli-tv-ohjelmistojen tuotannossa. Vuonna 1981 Hearst/ABC Video Services käynnisti kulttuuripitoisen ARTS-ohjelmiston ja seuraavana vuonna lähinnä kotirouville suunnatun "Daytime". Vuoden 1984 alussa ARTS yhdistettiin aikaisemmin RCA:n ja Rockefeller Centerin ylläpitämän The Entertainment Channelin kanssa; uusi toiminta, "Arts & Entertainment Network" on mainosrahoitteinen. Osa sen ohjelmistosta tulee BBC:ltä. Samoin "Daytime" yhdistettiin Viacomin "Cable Health Networkiin" ja toimii nyt Hearst/ABC:n ja Viacom Entertainmentin yhteisenä mainosrahoitteisena palveluna nimellä "Lifetime".

ABC Video Enterprises on ollut mukana myös mainosrahoitteisessa urheiluoajelmistossa "Entertainment & Sports Programming Network" (ESPN), jonka se äskettäin osti kokonaan. Palvelu on ympäri-

Kaavio 1. Kansainvälisten viihdeteollisuusyritysten toimintoja ja hankkeita uusien välineiden parissa

Yhtiö	Toimiala		
	Video (omistus tai osaomistus)	Kaapeli-tv (omistus tai osaomistus)	Videopelit, kotitietokoneet (omistus tai osaomistus)
ABC	* ABC Video Enterprises: Video Sales (sekä kotivideo-markkinoille että kaapeli-tv-yhtiöille)	* Arts & Entertainment Network * Lifetime * ESPN * Firsticket * mukana engl. Screen Sport hankkeessa	
CBS	* CBS/Fox Video	* kaapeli-tv-verkko Texasissa kokeilutoimintaa varten	* tv-pelejä (* videotex-kokeilua)
Columbia	* RCA/Columbia Pictures Home Video * RCA/Columbia Pictures International Video	* HBO:n kanssa lisenssi- ja rahoitus sopimukset * Premiere Englannissa	* Mylstar Electronics Inc. (ent. D. Gottlieb & Co.) aiemmin kolikkopelejä nykyään myös videopelejä
G&W	* Paramount Video vastaa tuotanto- ja jakelu-toiminnoista pay-tv:lle, videolle ja kaapelipalveluille	* USA Cable Network * Madison Square Garden Cablevision tarjoaa urheilu- ja viihdeohjelmia * TEN Englannissa	* Sega Enterprises Inc. suunnittelee, valmistaa ja levittää ja pitää toiminnassa videopelejä USA:ssa ja Japanissa
MCA	* MCA Videocassette * MCA Videodisc (Universal-elokuvia ym. ja muiden yhtiöiden tuotantoa kuvakaseteilla ja -levyillä) yhteistyötä jakelussa mm. RCA:n ja ja Thorn EMI:n kanssa	* USA Cable Network * pay-per-view kokeiluja * TEN Englannissa	
MGM/UA	* MGM/UA Home Entertainment Group Inc. oikeus käyttää MGM/UA:n kirjastoa ja tulevia elokuvia pay-tv- ja video-	* TEN Englannissa	

markkinoilla (aiemmin video-
markkinoilla CBS:n kanssa
MGM/CBS Home Video)

- * RCA/Columbia Pictures
Home Video
- * kuvalevyjen valmistus
(kuvalevyjärjestelmän
valmistus lopetettu 1984)

- * viisi viestintäsateelliittia
lähinnä kaapeli-tv-ohjelmistojen
välittäjänä + toimituspahanke
suoraanläh. satelliittitoimintaan
mukana Arts & Entertainment
Channel-palvelussa

Thorn EMI

- * Thorn EMI Home Video
(videotallenteiden tuotantoa
sekä muiden yhtiöiden video-
tuotannon jakelua kv.
markkinoilla)
- * videolaitteiden tuotanto,
myynti ja vuokraus

- * Music Box- ja (suunnitteilla)
Jack in the Box (1984)
kaapeli-tv-ohjelmistot
- * osuus (51 %) Premiere-
elokuvakanavasta
- * mukana alueellisissa kaapeli-
tv-hankkeissa ym.

20th Century Fox

- * CBS/Fox Video tuottaa ja
markkinoi ohjelmia sekä video-
että kaapeli-tv-markkinoille

- * Premiere Englannissa

Walt Disney

- * Walt Disney Home Video

- * The Disney Channel (1983)
- pay-tv
- * suunnitteilla kotitietokone-
ohjelmistojen ja videopelien
tuotantoa

Warner

- * Warner Home Video
(pääasiassa Warnerin elo-
kuvien tallenteita)

- * yhteistyössä American
Expressin kanssa:
- * Warner Amex (kaapeli-tv-
järjestelmiä, mm. Qube)
- * WASEC: Nickelodeon (1979)
Music TV/MTV (1981),
osakkaana The Movie Channel
ja Showtime-pay-tv-palveluissa
- (*Atari (videopelejä ja kotitieto-
koneita), Warnerilla 1976-84)
- * Publishing-yksikkö (opetus-
ym. ohjelmistoja kotitieto-
koneille)

vuorokautinen. ABC on ESPN:n kautta mukana myös englantilaisessa urheiluohjelmia lähettävässä "Screen Sport" -hankkeessa, joka on käynnistynyt tänä vuonna.

Viime vuonna ABC ryhtyi yhdessä Cox Cable Communications -yhtiön kanssa tarjoamaan eräillä alueilla urheilutapahtumia pay-per-view-periaatteella ("Firsticket"). Toiminta on ollut toistaiseksi kokeilua. "Satellite News Channel" oli mainosrahoitteinen uutisohjelmisto, jota ABC tuotti yhdessä Westinghouse Electricin tytäryhtiön Group W Satellite Communicationsin kanssa. Toiminta kuitenkin myytiin syksyllä 1983 Turner Broadcasting Systemille, joka lopetti sen ja siirsi valtaosan tilaajista oman "Cable News Network" -palvelunsa tilaajiksi.

Ilman yhteistyökumppania aloitti ABC tämän vuoden alussa aivan uudentyypisen kaapeli-tv-palvelumuodon "Telefirst". Siinä yhtiö lähettää kuukausimaksun suorittaville tilaajilleen yöaikaan elokuvia, jotka automaattisesti tallentuvat tilaajien kuvanauhureihin. Toiminta käynnistettiin kokeiluna Chicagon alueella, mutta rahavaikeuksien takia se lakkautettiin jo kesällä 1984.

Coca Cola -yhtiön omistama Columbia on viime aikoina etsinyt aktiivisesti yhteistyöhankkeisiin varmistaa elokuviansa tuoton. Home Box Officen (HBO) ja CBS:n kanssa Columbia on tehnyt lisenssi- ja rahoitussopimukset, joiden mukaan näillä yhtiöillä on oikeuksia Columbia-elokuviin ja ne osallistuvat myös elokuvien rahoitukseen. CBS ja HBO ovat Columbian yhteistyökumppaneita myös uudessa elokuvastudiossa Tri-Star Pictures, jonka ensimmäinen elokuva tuli markkinoille toukokuussa 1984. Tri-Starin tuotanto on suunnattu myös kaapeli-tv-markkinoille.

CBS on USA:n yleisradioyhtiöistä

ainoa, joka omistaa oman kaapeli-tv-verkon ("Black Hawk Cable System" Texasissa) kokeilutoimintaa varten. Myös videotexin alalla CBS on harjoittanut kokeilutoimintaa. Yhtiö anoi myös toimilupaa suoraan lähetettäviä satelliitteja varten, mutta on nyttemmin luopunut hankkeesta.

Tässä tarkastelussa mukana olevista yhtiöistä on perinteisesti yleisradiotoimintaa ja äänilevytuotantoa harjoittanut RCA ainoa, joka jo harjoittaa varsinaista satelliittitoimintaa: RCA valmistaa kaupallisia viestintäsatelliitteja ja markkinoi sekä kansallisesti että kansainvälisesti satelliittitietoliikenteen palveluja. Yhtiöllä on tätä nykyä viisi viestintäsatelliittia harjoittamassa lähinnä kaapeli-tv-ohjelmajpalvelujen välitystoimintaa ja sillä on myös vireillä toimilupahanke suoraan lähettävää satelliittitoimintaa varten.

"USA Cable Network" -niminen kaapeli-tv-palvelu, joka lähettää ympäri vuorokauden urheilu-, lasten- ja ohjelmaa, on myös yhteisyritys. Sen osakkaina ovat nykyään viihdeyritykset MCA ja Paramount sekä lehtiyhtiö Time Inc. Palvelu on mainosrahoitteinen ja tilaajilleen maksuton; kaapeliyhtiöt maksavat siitä tilaajamäärien mukaan.

Harvinaisen monta yhtiötä on ollut mukana "The Movie Channel"- ja "Showtime"-ohjelmistojen tuotannossa. "The Movie Channel" oli aikaisemmin yksistään Warnerin omistama, mutta vuoden 1983 alussa sovittiin sen siirtymisestä MCA:n, Paramountin, Warnerin, Viacom ja American Expressin yhteisomistukseen. Samalla Viacom aikaisemmin yksin omistama "Showtime" siirtyi näiden yhteisesti omistettavaksi. Vielä saman vuoden aikana, syyskuussa 1983 päädyttiin kuitenkin nykyiseen omistuspohjaan: "Showtime/The Movie Channel Inc." on

Viacomin (50 %), Warner Communicationsin (31 %) ja Warner Amex Cable Communicationsin (19 %) yhteisesti omistama yritys. Kahden satelliittivälitteisen pay-tv-palvelun muodostama yritys tuottaa ympäri vuorokauden elokuvia ja viihdeohjelmaa.

Eräs USA:ssa kariutunut yhteishanke oli nimeltään "Premiere". Hankkeeseen ryhtyivät keväällä 1980 Columbia Pictures, Getty Oil Company, Paramount Pictures, 20th Century Fox ja MCA. Tarkoituksena oli toimittaa sekä näiden että muiden yhtiöiden elokuvia USA:n kaapeli-tv-järjestelmille. "Premiere"-yhtiöllä olisi ollut yksinoikeus em. neljän elokuvatuottajan koko tuotannon levitykseen kaapeli-tv-järjestelmissä yhdeksän kuukauden ajan elokuvien ensi-illoista. Yhdysvaltain oikeusministeriö pysäytti kuitenkin hankkeen antitrustilakien nojalla.

Edellä mainitut American Express ja Warner Communications ovat mukana kaapeli-tv-toiminnassa laajemminkin. Warner aloitti kaapeli-tv-kokeilunsa jo 1970-luvun alussa ja vuonna 1977 Warner Cable Corp. toi markkinoille Ohiossa kaksisuuntaisen "Qube"-kaapelijärjestelmän. Vuodesta 1979 lähtien Warner ja American Express ovat harjoittaneet kaapeli-tv-toimintaa yhteistyössä kahden yhtiön, Warner Amexin ja WASEC:n puitteissa. Näistä Warner Amex omistaa kaapelijärjestelmiä ja harjoittaa kaapelitoimintaa eri puolilla maata. Tässä yhteydessä on laajennettu myös kotiturvallisuusjärjestelmän markkinointia. Warner Amex on kuitenkin joutunut vähitellen pysäyttämään "Qube"-järjestelmänsä laajentamista ja markkinointia, ja viime keväänä "Quben" toiminta on lopetettu kokonaan. Syinä olivat mm. verkonrakennuskustannusten nousu arvioitua korkeammiksi sekä yleisön odotettua heikompi

kiinnostus tällaiseen palveluun. (McVoy 1984, 76-77.)

WASEC taas tuottaa kaapeli-tv-ohjelmistoja satelliitin välityksellä kaapeliyhtiöille. Ohjelmistoja on tätä nykyä kaksi: lapsille suunnattu "Nickelodeon" sekä jo maailmankuulu musiikkivideokanava "Music TV/MTV". "Nickelodeon" ja "MTV" ovat molemmat mainosrahoitteisia. Warnerilla on ollut myös alueellisia pay-tv-kokeiluja, kuten Pittsburghissa markkinoitu urheilukanava, joka sittemmin lopetettiin. Kuten edellä todettiin, on Warnerin aiemmin yksinään omistama "Movie Channel" nykyisin Warnerin, Warner Amexin ja Viacomien yhteinen yritys.

Walt Disney Productions on harvoja yrityksiä, jotka harjoittavat kaapeli-ohjelmiston tuotantoa ilman merkittäviä yhteistyökumppaneita. Tosin "The Disney Channel"-palvelun suunnitteluvaiheessa oli mukana myös Westinghousen Group W, joka kuitenkin jäi pois hankkeesta jo ennen toiminnan käynnistämistä vuonna 1983. "The Disney Channel" toimii pay-tv-periaatteella ja lähettää päivittäin noin 20 tuntia lasten ja ns. koko perheen ohjelmaa. Ohjelmistosta lähes puolet on Disneyn teatterielokuvia, toinen puoli yhtiön uutta ohjelmamateriaalia ja ulkopuolisten yhtiöiden tuotantoa.

Kaapelitelevisiotoiminta Euroopassa

Amerikkalaiset elokuvayritykset pyrkivät aktiivisesti mukaan myös Euroopan kaapelitelevisiotoimintaan. Englannissa on ABC:n "Screen Sportin" lisäksi jo kaksi keskeistä kaapeli-tv-ohjelmistojen tarjoavaa yhtiötä, joissa on mukana amerikkalaisia monikansallisia viihdeyrityksiä. United Cable Programmes -yhtiön takana on joukko englantilaisia yhtiöitä sekä amerikkalaiset Paramount, Universal ja MGM/UA. Pay-

tv -palvelu, "The Entertainment Network" (TEN) tarjoaa pitkiä elokuvia.

Kesäkuun alussa aloitti toimintansa pay-tv -tyyppinen elokuvakanava "Premiere", jonka omistajia ovat englantilaiset Thorn EMI (omistus 51 %) ja Goldcrest sekä amerikkalaiset Columbia Pictures, Warner Bros, HBO, Showtime/The Movie Channel ja Twentieth Century Fox. Kilpailutilanne näiden elokuvakanavien välillä tulee olemaan sikäli erikoinen, että kaapeliyhtiöillä ei ole em. studioiden kanssa yksinoikeussopimuksia, vaan elokuvayhtiöt voivat periaatteessa tarjota tuotantoaan molempien kanavien käyttöön.

Thorn EMI on muutenkin tehokkaasti mukana kaapeli-tv-toiminnassa, ainakin sillä on vireillä useita suunnitelmia ja hankkeita. MTV-tyyppinen "Music Box" on jo jossain määrin tuttu Suomessakin; eräät eurooppalaiset kaapeliyhtiötän välittävät verkoissaan englantilaista kaupallista "Sky Channel" -ohjelmistoa, josta osan on muodostanut juuri Thorn EMI:n sekä Virgin Group- ja Yorkshire Television -yhtiöiden musiikki-video-ohjelma. Keväällä 1984 mainitut kolme yhtiötä perustivat erillisen yrityksen, The Music Channel Ltd:n tuottamaan itsenäistä "Music Box" -kanavaa läntisen Euroopan kaapeli- ja satelliittimarkkinoille.

Tänä vuonna aloittaa Thorn EMI lapsille suunnatun "Jack In The Box" -ohjelmistonsa markkinoinnin; ohjelman tuottaa Thames Television, josta Thorn EMI omistaa puolet. Sekä kaapeli-tv-ohjelmistojen että alan elektroniikkatuotteidensa tuotannossa ja markkinoinnissa Thorn EMI suuntautuu Länsi-Euroopan markkinoille osittain tytäryritystensä kautta. Paitsi ohjelmistojen tuotantoon on yhtiö pyrkimässä myös varsinaiseen kaapeli-tv-toimintaan omissa maassaan: se on anonut

kaapeli-tv-toimilupia yhdessä mm. alueellisten yritysten kanssa.

Video ja videopelit

Videotuotannon alalla ei yhtiöiden kesken ole näin laajaa yhteistoimintaa, paitsi elektroniikkayhtiöiden kanssa teknisen valmistuksen osalta. Eräs hanke kuitenkin on CBS/Fox Video, joka tuottaa ja markkinoi ohjelmia sekä kotivideolle että kaapeli-tv:lle. Yhteistyösopimusta tehtäessä. Fox osti puolet CBS:n Studio Centeristä ja CBS osti puolestaan puolet Foxin videoyhtiöstä.

Sen sijaan kansainvälisen jakelun järjestämisestä on yhtiöiden kesken solmittu sopimuksia, mm. ABC on myöntänyt Thorn EMI:lle eräiden ohjelmatuotteidensa kansainvälisiä kuvakasettioikeuksia ja maailmanlaajuiset kuvalevyoikeudet. Video-ohjelmien jakelua varten on perustettu myös RCA:n ja Columbian yhteisyritykset RCA/Columbia Pictures Home Video ja RCA/Columbia International Video (omistus jakautuu tasan). Edellinen yhtiö markkinoi ko. yritysten ja myös muiden tuottajien video-ohjelmia USA:ssa ja Kanadassa ja jälkimmäinen näiden maiden ulkopuolella. Paramount, MGM/UA ja MCA (Universal) levittävät USA:n ulkopuolella videotuotantoaan yhteisellä CIC-nimellä (elokuvajakelussa näiden yhtiöiden jakeluyhtiö on nykyisin nimeltään UIP).

Useimmat viihdeyritykset käyttävät videota - kuten kaapelikanaviaankin - tuottamiensa elokuvien, niin vanhojen kuin uusienkin lisäjakelukanavana. Yhtiöt tuottavat myös varta vasten videolle tehtyä ohjelmaa, musiikkiohjelmia, viihdetä, urheilua ym. Esimerkiksi ABC onnistui saamaan vuoden 1984 olympialaisiin tv-oikeuksien ohella myös video-oikeudet. (Hellman ja Soramäki 1984 ovat analysoineet tarkem-

min yhtiöiden asemia kansainvälisillä videomarkkinoilla.)

Videopelien alalla ollaan painotumassa sellaisten kotitietokoneohjelmistojen ja -laitteiden tuotantoon, joihin sisältyy myös erilaisia pelimahdollisuuksia. Warnerin vuodesta 1976 omistama Atari-yhtiö oli videopelien markkinoilla vielä jonkin aikaa sitten hyvinkin keskeinen, mutta on menettänyt asemiaan kilpailijoilleen. Viime aikoina Atari on toiminnut tappiolla, ja heinäkuussa 1984 Warner myikin Atarin Jack Tramielille, Commodore Computerin entiselle johtajalle.

Myös Disney on tuottanut videopelien ohella kotitietokoneille tarkoitettuja opetus- yms. ohjelmistoja. Videopeleissään ovat yhtiöt usein käyttäneet jo elokuvillaan ja muilla tuotteillaan markkinoimiaan henkilöahmoja ja juonikulttuureja.

Lopuksi

Keskeinen peruste sille, että suuret kansainväliset viihdeyhtiöt ovat siirtyneet yhä painokkaammin käyttämään hyväkseen uutta teknologiaa (kuvatallenteet, kaapeli-tv, satelliitit), on niiden tarve löytää uusia jakeluteitä ja siis markkinoita elokuva- ja ohjelmamateriaalilleen.

Yhtiöiden suuntautumiseen vaikuttaa myös monitoimialayrityksille luonteenomainen tapa jatkuvasti panostaa "tulevaisuuden aloihin" eli tuotteisiin, jotka näyttävät tarjoavan varmoja markkinoita ja tuottoja. Uusi viestintäteknologia on epäilemättä koettu lupaavaksi sektoriksi. Uudet aluevaltauksukset saattavat joissain tapauksissa liittyä yritysten aikaisempiin toimintoihin (esim. Thorn EMI), toisinaan taas kyse on aivan irrallisilta näyttävistä toimialan laajennuksista (esim. G&W). Video ja kaapeli-tv, joihin tässä pääasiassa on keskitytty, eivät ole

ainoat mahdolliset aluevaltauksukset viestinnän piirissä, vaan monilla yrityksillä on yhteyksiä esim. opetusmateriaalin tuotantoon, informaatioteknologian kehittelyyn yleisemminkin (varsinaiset tietokoneet, satelliitit jne.) sekä toisinaan myös sotateollisuuteen. (Ylikansallisten yhtiöiden laajenemisesta uusille toimialoille ks. esim. Guback & Varis 1982, Mattelart 1979 ja Schiller 1981.)

Jos kuitenkin tarkastellaan pelkkää sähköistä viihdettä, ovat video ja kaapeli-tv luonnollisia jatkeita suurten monikansallisten viihdeyritysten toimintaan. Ohjelmiston tuotannossa eri välineisiin on usein kyse yhden ja saman tuotteen moninkertaisesta markkinoinnista. Vaikkei elokuva menestyisikään elokuvateatterissa, se saattaa hyvinkin tuottaa kotivideoa tai kaapelitelevisiolevityksessä. Odotusaika teatteriensi-illan ja kasetti-tv-ensi-illan välillä on usein kutistumassa miltei olemattomiin. Eri levityskanavat on tarkoitettu tukemaan toisiaan, sillä tuotteen läsnäolo julkisuudessa lisääntyy eri kanavien markkinointivaikutusten kertautuessa. Samalla videovuokraustoiminta ja pay-per-view-periaate kaapelitelevisiion puolella vakiinnuttavat tiettyjä katsomistottumuksia: samaan tapaan kuin elokuvateatterissa myös television äärellä on jokaisesta katselukerrasta maksettava erikseen.

Ohjelmiston tuotannossa on selvästi havaittavissa merkkejä yhtiökohtaisesta profiloinnista. Vaikka esimerkiksi video-ohjelmiston painopiste on kaikissa tapauksissa elokuvateatterielokuvissa, on Thorn EMI panostanut voimakkaasti musiikkivideoihin sekä Disney vastaavasti lasten ja ns. koko perheen kaapeli-tv-palveluihin. Televisioverkkoa ylläpitävä ABC taas ajaa kaapelikanavillaan mm. urheiluohjelmia.

Erityisesti kansainvälisillä markkinoilla korostuu suurten monikansallisten etulyöntiasema pieniin kilpailijoihin verrattuna. Suurten oligopolin takeena ovat paitsi vankat perinteet ja tuotantoresurssit myös valmiit ja ainakin osin käyttökelpoiset jakelu- ja markkinointikanavat. Eri tutkimuksissa (Hellman & Soramäki 1984 ja Radevagen & Zielinski 1984) onkin selitetty monikansallisten ylivoimaa esimerkiksi video-ohjelmistossa juuri sillä, että ne hallitsevat niin täydellisesti ns. A-elokuvien markkinoita; pienten tai keskisuurten kilpailijoiden on tällöin etsittävä markkinoita kokonaan toisentyypisen ohjelmiston avulla, mikä käytännössä on suunnannut niiden tarjontaa erilaisten halpojen B- ja C-filmien puolelle. Samantyyppinen kilpailutilanne vallitsee myös kaapeli-tv-toiminnassa.

Edellä esitetyt kuvaukset suurten monikansallisten yritysten toiminoista uuden viestinnän parissa on nähtävä poikkileikkauksena käytössä olleista tiedoista. Monenlaisia muutoksia - yrityskaupoista kokeiluprojektien tähdenlentoihin - tapahtuu koko ajan, mikä kertoo siitä, että hankkeet ovat usein vielä epävarmalla pohjalla. Myös keskenään kilpailevien yritysten hakeutuminen yhteistyöhön sekä videokasettien markkinoinnissa että kaapelikanavien ohjelmiston varustamisessa ja tekniikan kehittämisessä kertoo jossain määrin siitä, että uuden viestintäteknologian mahdollisuuksia vasta tunnustellaan; rohkeisiin ratkaisuihin ei helposti lähdetä, sillä epäonnistuneet projektit (esim. Warner Amexin "Qube" ja Warnerin Atari) maksavat paljon. Toisaalta yhteistyö softwarea ja hardwarea tuottavien yhtiöiden kesken kertoo myös yhä hämähämäksi käyvää rajasta ohjelmiston vaatiman tekniikan ja itse ohjelmiston tekniikan välillä.

Viitteet

Artikkeli on osa laajempaa projektia, joka on saanut taloudellista tukea Suomen Elokuvasäätiöltä. Kirjoittajien lisäksi työryhmään kuuluvat erikoistutkija Martti Soramäki ja YK Heikki Hellman (esim. Hellman & Soramäki 1984).

¹1980-luvulla Warner on joutunut kuitenkin taloudellisiin vaikeuksiin (ks. esim. Fortune, July 9, 1984).

Kirjallisuus

- ABC, Annual Report 1977, 1978 ja 1981.
 CBS, Annual Report 1981 ja 1982.
 The Coca-Cola Company, Annual Report 1983.
 Columbia Pictures Ind., Annual Report 1975, 1979, 1980 ja 1981.
 COMPAINE, Benjamin M. (ed.). Who Owns the Media? Concentration of Ownership in the Mass Communications Industry. New York, 1979.
 EMI, Report and Accounts 1975 ja 1977.
 GUBACK, Thomas. The International Film Industry. Bloomington, The Indiana University Press, 1969.
 GUBACK, Thomas & VARIS, Tapio. Transnational Communication and Cultural Industries. Reports and Papers on Mass Communication 92. Paris, Unesco, 1982.
 Gulf + Western Ind., Inc. Annual Report 1977, 1978, 1979 ja 1982.
 HAARMA, Jukka & SORAMÄKI, Martti. The International Music Industry in 1982. Paper presented at the International Conference "Musica e sistema dell'informazione: ricerca produzione, consumo", Milan, Italy, December 2, 1983. Oy Yleisradio Ab.
 HAMELINK, Cees (ed.). The Corporate Village. Rome, IDOC International, 1977.
 HAMELINK, Cees. Finance and Information. A Study of Converging Interests. Norwood, N.J., Ablex Publishing Corporation, 1983.
 HELLMAN, Heikki & SORAMÄKI, Martti. Videon kulttuuri- ja markkinarakenteet. Tiedotustutkimus 7(1984):1, s. 18-32.
 MATTELART, Armand. Multinational Corporations and the Control of Culture. The Ideological Apparatuses of Imperialism. Sussex, N.J., Harvester Press and Humanities Press, 1979.

- MCA Inc. Annual Report to Shareholders 1977, 1981 ja 1982.
- McVOY, D. Stevens. The Demise of QUBE. Cable Communication Magazine 50(1984):3, s. 76-77.
- Metro-Goldwyn-Mayer Inc., Annual Report 1977, 1978 ja 1979.
- MGM/UA Entertainment Co. Annual Report 1982.
- RCA Annual Report 1982 ja 1983.
- READ, William H. America's Mass Media Merchants. Baltimore, M.D., John Hopkins University Press, 1976.
- SCHILLER, Herbert I. Mass Communications and American Empire. New York, Augustus M. Kelley Publishers, 1969.
- SCHILLER, Herbert I. Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500. Norwood, N.J., Ablex Publishing Corporation, 1981.
- Screen Digest, March 1983 ja April 1984.
- SORAMÄKI, Martti & HAARMA, Jukka. The International Music Industry. Oy. Yleisradio Ab., Planning and Research Department, No. 20/1981.
- Thorn EMI Report and Accounts 1982 ja 1983.
- Twentieth Century Fox Film Corporation, Annual Report 1977 ja 1978.
- VARIS, Tapio. The International Flow of Television Programs. Journal of Communication 34(1984):1, s. 143-153.
- Walt Disney Prod. Annual Report 1977, 1978, 1979, 1981, 1982 ja 1983.
- Warner Communications Inc., Annual Report 1978, 1979 ja 1981.
- Lisäksi artikkeleita Advertising Age; Billboard-, Business Week- ja Fortune-lehdistä, 1979-1984.