

Ilkka Saari

Brittitelevisio muutoksen edessä

Eurooppalaisen televisiojärjestelmän muutoksesta on puhuttu paljon, mutta jollakin tavalla puhe ei ole paljastanut, kuinka teknologia, politiikka ja talous kietoutuvat toisiinsa monin eri tavoin. Yksi tapa etsiä muutoksen logiikan ymmärtämiseen on perehtyä yhden maan, tässä tapauksessa brittitelevision kehitykseen. Koska monen eurooppalaisen televisioyhtiön esimerkkinä ovat olleet Iso-Britannian televisioyhtiöt ITV ja BBC, on paitsi perusteltua myös mielenkiintoista tutkia, miten muutoslogiikka näyttäytyy television eurooppalaisessa pioneerimaassa, jolla on pitkä public service -perinne.

Iso-Britannian tekee mielenkiintoiseksi myös se, että maassa on vuodesta 1979 harjoitettu Euroopan puhtainta open market -ideologiaa.

Kun koko läntisen kapitalismin yli pyyhkii voimakas tuotannon ylikansallistumisen aalto, tutkitaan tässä artikkelissa, miten muutos näkyy tv-järjestelmässä.

Korkea kotimaisuusaste

Brittiläisen tv-järjestelmän on tehnyt vahvaksi se, että julkinen

kontrolli on taannut BBC:lle monopolin lisenssimaksuihin ja ITV-yhtiölle yksinoikeuden mainostuloihin. BBC ja ITV - vaikka ovat kilpailleetkin - eivät ole saman rahoituslähteen varassa. Tämä rahoituksen kaksoisjärjestelmä on yhdistetty eurooppalaisittain vahvaan public service -eetokseen.

Neloskanava, Channel 4 on rahoitettu mainoksilla ja ITV-yhtiöiden tukimaksuilla. Sekä BBC että ITV (+Channel 4) ovat voimakkaan säätelyn kohteena. Kotimaisuusaste on asetettu korkealle, niin, että käytännössä ohjelmien brittiläisyyden aste nousee 60-70 prosentin tuntumaan.

BBC:n ja ITV:n kilpailua ei ole käyty puhtaasti vähemmistökatsojien kustannuksella. Esimerkiksi ITV:n budjetista kuluu puolet ohjelmiin, jotka ajetaan prime time -ajan ulkopuolella (Hollyns 1984, 338-339).

Public service -idealismista kertoo erityisesti neloskanavan perustaminen. Ajatuksena on nimenomaan pienten katsojaryhmien palveleminen ja todellisten vaihtoehtojen tarjoaminen. Puhtaan markkinalogiikan varassa Channel 4 ei olisi elä-

nyt. Ensimmäisenä vuonna kanava sai vain neljä prosenttia katsojista (Samson 1983, 455).

Neloskanavan mahdollisuudet omaperäisen ohjelmapolitiikan harjoittamiseen perustuvat, eivät niinkään katsojalukuihin kuin ITV-yhtiöltä kerättäviin tukimaksuihin. Yksityiset mainosyhtiöt tukevat neloskanavaa 14-18 prosentilla nettotuloistaan (osan rahoista saa Walesin cymrinkielineen kanava).

Koko brittiläinen tv-järjestelmä on kompromissi puhtaan kaupallisen television ja puhtaan julkisen tv-monopolin välillä. Koska kanavien kotimaisuusaste on korkealla, sen kummemmin BBC kuin ITV -yhtiökään eivät ole voineet hamuta katsojia halvoilla dumpatuilla amerikkalaisilla ohjelmilla:

"Onko mitään syytä epäillä, että nykyinen brittiläisen television menestys on johtunut sen suojelusta kiintiöillä ja jakelutekniikan rajoittamisella amerikkalaisia ohjelmia vastaan" (Collins 1983, 295).

Thatcherin ilmasto

BBC ja ITV ovat muiden tiedotusvälineiden tavoin olleet ennenkin poliittisen eliitin painostuksen kohteena. Thatcherin hallituksen aika on kuitenkin ollut erityisesti BBC:lle vaikeaa. Yhtiön ja istuvan hallituksen välit ajautuivat kriittisen huonoiksi Falklandin sodan aikana. (ks. esim. War and Peace News 1985).

BBC:n riippumattomuuden maine on saanut kolauksia. Tunnetuin kiista käytiin nk. *Real Lives* -ohjelman yhteydessä. Sisäministeri painosti ja BBC:n johto taipui kieltämään *At the edge of the Union* -nimisen ohjelman lähettämisen. Hallituksen kiellon perustana oli se, että ohjelmassa haastateltiin IRA:n poliittisen siiven Sin Fein parlamenttiedustajaa.

Falklandin sodan aikainen tiedotuspolitiikka, *Real Lives* -ohjelma ja muut pienemmät ongelmat hallituksen kanssa ovat huolestuttaneet BBC:n johtoa niin, että uutis- ja ajankohtaistoiminnasta vastaava apulaisjohtaja Alan Protheroe ehdottaa perustuslaillista sananvapauden turvaamista joukkotiedotusvälineille (Freedom of Information Bill) (Protheroe 1985).

Pääministeri Margaret Thatcher ei ole poikkeuksellinen poliitikko halutessaan ministereineen kontrolloida BBC:tä. Nykyisen konservatiivisen hallituksen tekee BBC:lle ja välillisesti myös ITV:lle erityisen problemaattiseksi se, että hallitus suhtautuu jo periaatteellisesti kielteisesti lupamaksuilla rahoitettuun toimintaan.

Lupamaksu on välitön vero, jonka hyväksyminen ja korottaminen on aina poliittisesti vaikeaa. Thatcherille lupamaksu on vaikea asia hyväksyttäväksi myös ideologisista syistä. Pääministerin viestintäpolitiikkaa tukeva kaapelitelevision johtaja kuvaa hallituksen ajattelutapaa:

"Tämä hallitus - ja se voi voittaa seuraavat vaalit - ei ole protektionismin ystävä. Miten sellainen käki (BBC, I.S.) voidaan sallia vapaassa markkinataloudessa? Älkää unohtako, että tämä on hallitus, joka on yksityistänyt British Telecomin ja Britoilin ja joka yksityistää pian... British Airways -lentoyhtiön." (Mellerh 1985).

Nykyisen hallituksen open market -ideologiaa kuvaa hyvin se, että BBC:n rahoitusongelmien ratkaisemiseksi ehdotetaan mainontaa. Mainonnan ulottamista BBC:n kanaville ajavat konservatiivisten poliitikkojen ohella mainostajien järjestöt (The Institute of Practitioners in Advertising ja Incorporated Society of British Advertisers). Myös liiketaloudellista tutkimusta suorittava

Adam Smith Institute kampanjoi mainonnan ulottamiseksi BBC:n ohjelmiin (ks. esim. The Times 1985,25.8.)

Brittiläisen yhteiskunnan tarkoin vaalittuja myyttejä on ollut BBC:n riippumattomuus. Public service -ajattelussa on ollut jo BBC:n alkuajoista alkaen perintönä tarkoitus pitää BBC kaupallisen kilpailun ulkopuolella. Brittiyhteiskunnan muutoksesta kertoo, että BBC:n rahoitusta tutkivalle Peacock-komitealle mainonta on yksi realistinen ratkaisu BBC:n rahavaikeuksiin. Mainonta yhtenä vaihtoehtona elää edelleen, vaikka sitä vastustavat mm. BBC itse, Labour, ITV-yhtiöt, Channel 4, tv- ja radioalan ammattijärjestöt, Arts Council, The Newspaper Society jne. (esim. The Times 1985,22.8.)

Teknologinen edistys

Konservatiivit eivät silkkaa pahuutetaan halua mainontaa tv-kanaville. Kysymys on ideologisesta näkemyksestä, jonka mukaan yritystoiminnan tulisi elää vapaiden markkinoiden varassa ilman valtiollista tukea.

Nykyisen konservatiivisen hallituksen viestintäpolitiikka ja kulttuuripolitiikka on osa open market -ajattelua. Leimallista brittitelevisiota koskevissa kysymyksissä on juuri brittiläisen, omilla jaloillaan seisovan julkaisu- ja ohjelmatoiminnan arvos-taminen.

Ajaessaan Iso-Britannian kaapelointia nykyinen hallitus on kuitenkin lyönyt korville nykyistä brittiläistä ohjelmatuotantoa.

Iso-Britannian kaapelointi oli jo alun alkaen motivoitunut teollisuuspoliittisesti. Kun 1980-luvun alussa Margaret Thatcherin hallitusta painostettiin aktiivisuuteen uuden viestintäteknologian kehittämiseksi, asialla oli nimenomaan teollisuus-

lobby. Perustettiin ITAP (Information Advisory Panel) ajamaan kaapeloinnin asiaa hallituksessa.

Tähän hallitukselle neuvoa antavaan elimeen otettiin jäseniksi tietokone- ja elektroniikkateollisuuden edustajia. Tieto ryhmään taas tuli pääosin kaupallisista intressiryhmistä. Asialla olivat potentiaaliset investoijat, elektroniikan hardware ja tietokoneiden software -tuottajat (the British Telecom, Greenwich cable television, The Cable tv-association, Warner-Amex-Corporation jne.). (Hollyns 1984, 54).

Hallituksella oli lisäpönttinä tieto siitä, että alalla oli 5.000 työpaikkaa; ne voitiin joko menettää tai alaa voitiin kehittää. (Hollyns 1985, 55-56).

Viestintäpoliittiset ongelmat alkoivat kuitenkin näkyä kaapeloinnin edetessä. Oireita näkyi niin sanotussa Huntin komitean raportissa, jossa todettiin, että kaapelitelevisioyhtiöiden olisi todennäköisesti pakko ostaa ohjelmia ulkomailta. Komitea ei silti halunnut suosittaa kotimaisuusvaatimuksia kaapeliyhtiölle. Komitealla oli usko, että brittiläinen elokuva- ja televioteollisuus laajeni tyydyttämään markkinoiden tarpeet (Hollyns 1984, 56-57).

Kuitenkin jo vuonna 1983 hallituksen muistio sanoi:

"Tunti alkuperäisohjelmaa voi maksaa 20.000 punnasta (ajankohtaisohjelma) 200.000 puntaan (draama) tunti. Yhdysvalloista ostettuna, missä tuotantokustannukset on joko kokonaan tai melkein kokonaan peitetty kotimarkkinoilla, tunti ohjelmaa voi maksaa vain 2.000 puntaa" (Collins 1983, 230).

Käytännössä ilman kotimaisuusvakuutuksia toimiva kaapelitelevisiojärjestelmä oli avannut kanavat ulkomaiselle halpatuonnille. Vaikka kaapelitelevisio ei ole edennytkään

Iso-Britanniassa niin nopeasti kuin teollisuus-lobby toivoi, ja vaikka koko kaapelitelevision taloudellinen houkuttelevuus on joutunut kyseenalaiseksi (Collins 1983, 291-292), odotetaan 20 prosentin brittikodeista olevan ensi vuosikymmenellä kaapelitelevision piirissä (BFI-Yearbook 1985, 250).

Kuten tulemme näkemään, kaapelitelevision on suoran satelliittitelevision (DBS) ja videoiden kanssa tekijä, joka nakertaa nykyistä BBC/ITV dualismin idylliä.

Heikosta signaalista vahvaan

Tähän saakka kaapelitelevioyhtiöt ovat ottaneet usein vastaan matalan tehon satelliittisignaalin. Kaapeliteleviot ovat saaneet vain pieniä paikallisia yleisöjä. Nykyisille perinteisille brittiläisille tv-yhtiöille BBC:lle ja ITV:lle vaarallisin kilpailija tulee olemaankin Robert Maxwell. Hänen ranskalaista TDF-ykköistä käyttävä suora high power -satelliittinsa pystyy tavoittelemaan 70 miljoonan katsojan yleisöä läntisessä Euroopassa, koska koko kaapelointi voidaan unohtaa; signaalin ottaa vastaan kotiantenni.

Maxwellin kanavan mahdollisuudet ovat riippuvaisia siitä, kuinka paljon eurooppalaiset englanninkielisistä ohjelmista kiinnostuneet ovat valmiita sijoittamaan antenneihin.

Erään arvion mukaan ensimmäisenä vuonna Euroopassa voitaisiin tuottaa ja ostaa miljoona antennia, seuraavana vuotena kolme miljoonaa ja neljäntenä vuonna 20 miljoonaa antennia. Tällainen kehitys takaisi mainitun 70 miljoonan potentiaalisen katsojakunnan (New Media Market 1985).

Maxwellin DBS ja sen tulevaisuus ratkaisee paljolti, mihin suuntaan brittiläinen ja eurooppalainen

tv-ohjelmisto kehittyy. Maxwellin DBS olisi ensimmäinen tv-kanava, joka toimisi hallituksen kontrollin ulottumattomissa (BBC:lla ja ITV:lla on omat lakinsa ja säätelyelimensä ja kaapeliteleviointia valvoo Cable Authority).

Koska nykyinen hallitus arvostaa open market -ideologiaa, voidaan epäillä, ettei se kovinkaan nopeasti pyri kehittämään säätelyjärjestelmää satelliittiteleviointia varten.

Nykyistä neljän kanavan televisiojärjestelmää tulevat todennäköisesti järkyttämään myös BBC ja ITV itse. Brittitelvisiön paradokseja voi 1990-luvulla olla se, että ITV ja BBC kilpailevat omia perinteisiä kanaviaan vastaan Superkanavallaan, joka on ITV:n satelliittihanke (ohjelmia yhtiölle tuottaa myös BBC). Superkanava välittäisi BBC:n ja ITV:n parhaimpia (katsotumpia) ohjelmia low power -satelliittikanavalla.

Koska myös Superkanava toimisi Maxwellin kanavan tavoin ilman public service -velvoitteita, arvioivat jotkut, että koko brittiläinen public service -televiointi romahtaa. (ks. esim. New Media Market 1985).

Maxwellin DBS-kanavaa ajallisesti myöhempi, mutta brittiläistä televisiojärjestelmää yhtä vahvasti järkyttävä, on suunnitelma brittiläisen satelliitin rakentamisesta ja käytöstä televisio-ohjelmien välittämiseen. Britsat, jolle hallitus näytti vihreää valoa helmikuussa 1986, sisältää aluksi kolme uutta high power -kanavaa. Myöhemmin käyttöön voitaisiin ottaa kaksi muuta.

Brittiläiset DBS-kanavat olisivat IBA:n (ITV:n ja neloskanavan säätelyelin) tarkastuksen kohteena, mutta vain ohjelmien hyvän maun, säädyllisyyden ja uskonnollisen puolueettomuuden osalta. DBS-kanavat eivät olisi samanlaisten ohjelmiston moni-

puolisuusvaatimusten kohteena kuin BBC ja ITV (The Guardian 1986, 21.2.).

Satelliittikanavien menestys on paljolti riippuvainen ohjelmissa käytettävästä kielestä. Teknisiä edellytyksiä on tällä hetkellä jo low power -lähetyskanavalle. On arvioitu, että 1990-luvulla Euroopassa on tekniset edellytykset 85 kanavalle (New Media Market 1985). Kaiken kaikkiaan Länsi-Euroopassa on tällä hetkellä toiminnassa 19 satelliittikanavaa. Yksitoista uutta on suunnitteilla. (The Economist 1986, no:14,61).

Rahallinen intressi

Kaapeli- ja satelliittitekniikan nousua Iso-Britanniassa ja läntisissä markkinatalouksissa voi lähestyä myös puhtaasta mainonnan näkökulmasta. Markkinoiden silmin kaapeli ja satelliitit ovat vain väline, joka mahdollistaa nykyisten eurooppalaisten mainosmarkkinoiden hyödyntämisen.

Erityisesti DBS on avain eurooppalaisen televisiomainonnan logiikan ymmärtämiseen. Kun Japanissa mainontaan käytetään yksi prosentti bruttokansantuotteesta ja Yhdysvalloissa puolitoista prosenttia, on vastaava luku läntisessä Euroopassa vain 3/4 prosenttia.

Lisäksi Euroopan kapitalistisissa maissa käytettiin televisiomainontaan vuonna 1983 vain 4,3 miljardia dollaria, mikä on viidennes Euroopan mainosrahoista. Yhdysvalloissa sen sijaan tv-mainontaan käytettiin 16,2 miljardia dollaria, mikä on 32,5 prosenttia kaikesta mainontaan käytetystä rahamäärästä. (The Economist 1986, no:14,66).

Satelliittikanaviin sijoittavien logiikka on selvä. Jos eurooppalaiset käyttäisivät mainontaan enemmän rahaa ja jos satelliittikanavat saisi-

vat tuosta noususta oman osansa (esimerkiksi 30 prosenttia), satelliittikanava olisi kannattava investointi.

Suuren mainosyhtiön johtaja arvioi, että kieliongelmistä huolimatta 1990-luvulla 20 prosenttia eurooppalaisista on satelliittitelevisiion piirissä (eml.).

Pienet kansalliset public service-yhtiöt, jotka toimivat lupamaksujen varassa, ovat olleet selvä este television mainosmarkkinoiden kehitykselle. Lupamaksuilla rahoitettujen televisioyhtiöiden aiheuttamia esteitä ollaankin jo poistamassa.

EEC:ssä suunnitellaan kansallisille hallituksille uutta ohjeistoa, joka merkitsisi kansallisen tv-kontrollin muodollistakin päättymistä EEC-maissa ja vapaiden EEC:n televisiomarkkinoiden syntymistä.

EEC:n komissio ehdottaa muun muassa, että kaikkien EEC-maiden olisi pakko sallia ainakin yksi mainoksia sisältävä kanava maahansa. Maiden ei sallittaisi estää televisio-ohjelmien tuloa toisesta maasta omaan maahan (mikä DBS-järjestelmällä olisi mahdotontakin). Tarkoituksena on luoda "Made in EEC"-televisio, jossa siirtymäkauden jälkeen esitettäisiin vähintään 60-prosenttisesti EEC-maiden ohjelmistoa. (The Guardian 1986, 10.3).

Perinteisiä katselutottumuksia muuttavat myös videot. Iso-Britanniassa on enemmän videonauhoittimia kuin missään muussa läntisen Euroopan maassa. Kun vuonna 1985 keskimäärin 26 prosentissa EEC-maiden kodeista oli videolaitteet, vastaava luku Iso-Britanniassa oli 46 (Screen Digest 1985 no: 11.).

Kun siis kaapelitelevisio (Iso-Britanniassa vielä varsin hitaasti), satelliittitelevisio (DBS, potentiaalisesti voimallisesti) ja videot (jo nyt vahvasti mukana) kaikki yhdessä jakavat yleisöä entistä pienempiin katsojaryhmiin, saattaa

tällä olla perinpohjaista vaikutusta nykyisen brittiläisen television tulevaisuuteen. Timothy Hollyns arvioi, että uusi teknologia vie 1990-luvulla ITV:lta ja BBC:lta 15-16 prosenttia yleisöstä. ITV tulee menettämään 19-23 prosenttia mainostuloistaan. Tähän paineeseen on reagoitava main-stream -tuotantoa lisäämällä. (Hollyns 1984, 341).

Brian Tesler, London Weekend -television toimitusjohtaja vahvistaa edellä kuvattua logiikkaa. Jos 1990-luvulla kaapeli- ja satelliittitelevision osoittautuvat suosituiksi (kuten näyttää tapahtuvan), lupamaksutulot eivät nouse ja BBC:lla on vähemmän rahaa ohjelmien tuotantoon. Syntyy syöksykierre, Tesler uskoo. Samalla tavalla ITV:n menettäessään katsoja-osuuksia on kilpailtava nykyistä kovemmin main stream -tuotannolla prime time -paikoilla ja luovuttava kalliiden mutta liian pienten katsojalukujen tuottamisesta tai siirrettävä näitä ohjelmia huonompiin katseluaikoihin. Tesler ennustaa, että BBC joutuu pahimmassa tapauksessa luopumaan kakkoskanavastaan ja ITV neloskanavan tukemisesta. (Hollyns 1984, 338-339).

Kun BBC-2 ja Channel 4 ovat olleet pikemminkin erikoisryhmille tarkoitettujen ohjelmien kanavia, merkitsi Teslerin ennustus tietenkin toteutuessaan katsojien todellisten vaihtoehtojen vähentymistä. Tilalle työntyisivät toiset main stream -tuotantoa levittävät satelliittikanavat.

Richard Collins tiivistää asian toteamalla, että "jos kaapeli (ja satelliittikanava, I.S.) tarvitsee huonoa ohjelmistoa ollakseen menestyksellinen, televisio-ohjelmien täytyy sitten huonontua" (Collins 1983, 249).

Oireita muutoksen suunnasta antaa BBC:n viime vuosien ohjelmapolitiikka, jota on leimannut aikai-

sempaa selvemin katsojatilastojen tenho. BBC on sijoittanut runsaasti rahaa ITV:n kanssa kilpaillessaan saippuaopperoiden tekoon ja johti keväällä 1986 perinteistä viihdepainotteista ITV:ta katsojalukutilastoissa. Vetonaulana ovat nimenomaan saippuaopperat. Samalla BBC on vähentänyt draamaan käytettävän rahan määrää 27 prosenttia budjettivuodesta 1978-1979 budjettivuoteen 1984-1985. Myös ostetun feature-materiaalin suhteellinen osuus on noussut. Kyseessä ovat yleensä amerikkalaiset elokuvat ja sarjat. (Hugh 1986).

Open market käytännössä

Koska Euroopassa ja Iso-Britanniassa kaapeli/satelliittitelevision on vielä varsin nuori ilmiö, on tv-järjestelmien kokonaisuutosta vaikea arvioida. Brittiläistä elokuvateollisuutta voidaan kuitenkin käyttää esimerkkinä tutkittaessa, miten avoimet markkinat vaikuttavat eurooppalaisittain suureen, mutta Yhdysvaltoihin verrattuna pieneen kansantalouteen.

Hollywood-filmien leviäminen Eurooppaan oli helppoa vuosisadan alussa, koska Eurooppa oli raunioina sekä ensimmäisen että toisen maailmansodan jäljiltä.

Amerikkalaisilla elokuvilla oli laajat kotimarkkinat (kuten nyt televisio-ohjelmilla), joten amerikkalaiset pystyivät tuottamaan Eurooppaan halvalla ja runsaasti elokuvia.

Elokuva oli osa amerikkalaisten taloudellista mihinnousua Eurooppaan ja tapahtui - kuten Guback todistaa - Yhdysvaltain hallituksen myötävaikutuksella (Guback 1974, 7).

Vuonna 1926 Iso-Britanniassa esitetyistä filmeistä oli 95 prosenttia amerikkalaisia. Ranskassa vuosina 1922-1924 esitetyistä elokuvista oli 77 prosenttia amerikkalaisperäi-

siä. (Guback 1974, 2). Vuosina 1945-1970 taas Iso-Britanniassa levitykseen hyväksytyjen elokuvien määrä ei laskenut koskaan alle 324:n ja po. aikana brittiläisten elokuvien lukumäärä ei koskaan ylittänyt sataa (Collogan 1983, 26).

Tuoreimmat luvut kertovat, että vuonna 1972 tehtiin 103 brittiläistä elokuvaa, vuonna 1977 51 ja vuonna 1982 vain 24 (Hollyns 1984, 346).

Vuosina 1984 ja 1985 brittielokuva on kokenut uuden nousun, joka johtuu muun muassa siitä, että Channel 4 on rahoittanut uusia pienen budjetin elokuvia (Park 1984, 74).

Amerikkalaisten elokuvien dominanssiin ja suosioon on tuki olemassa "luonnollisiakin" syitä. Yleisön miellyttäminen on perinteisesti ollut mieluummin hyve kuin pahe amerikkalaisessa elokuvatuotannossa. Eurooppalaiset elokuvantekijät kääntyivät jo ensimmäisen maailmansodan jälkeen - kuin protestiksi Hollywood-elokuville - usein älymystön ja koulutettujen ihmisten puoleen.

Myös jakelujärjestelmä on suosinnut amerikkalaiselokuvaa. Amerikkalaiset jakeluyhtiöt tulivat Eurooppaan levittämään Hollywood-filmejä, mutta ottivat sitten myös eurooppalaisten elokuvien rahoitusta ja jakelua haltuunsa.

Amerikkalaisen elokuvan aseman vahvuutta on pönkittänyt tuotannon, jakelun ja rahoituksen keskinäinen yhteys. Vuonna 1970 Iso-Britanniassa meni 84 prosenttia filmiuutuuksista amerikkalaisille levittäjille (Porter 1974, 3). Brittielokuvaa on yritetty suojata erilaisilla kvoottijärjestelyillä, mutta puolinaisella menestyksellä. Brittiläinen elokuva ei ole pystynyt hankkimaan lisärahoitusta tunkeutumalla amerikkalaisille markkinoille, koska

Aina kun amerikkalainen elokuvatuotanto levisi ja esitteli uuden ja kallistyyliemmän elokuvan, amerikkalaisilla markkinoilla ei ollut samaa kysyntää brittiläisiä halvempia ja vähemmän valovoimaisia elokuvia kohtaan (PEP-report - Collins 1983, 283).

Parin viime vuoden aikana ilmennyt brittielokuvan uusi nousu on perustunut osittain siihen, että Yhdysvalloissa on löytynyt markkinarakoa main stream -tuotannon ulkopuolelta pienen budjetin elokuville (*Chariots of Fire, Local Hero, Killing Fields, The Dresser, jne.*) *The Revolution* -elokuvan aiheuttamat suuret taloudelliset ongelmat brittiläisille tuottajilleen kertovat kuitenkin, kuinka hauraalte ja riskialttiille perustalle viime vuosien brittielokuvan renessanssi on perustunut.

Brittielokuvan uusi nousu kertoo jotakin tulevaisuuden kuvaohjelmien tuotannon luonteesta. Anglo-amerikkalainen yhteisrahoitus on ollut usean brittiläiseksi mainostetun elokuvan takana. Yhteistyöprojektit ovat tuottaneet elokuvia ja tv-sarjoja (*Gandhi, Winds of War, Thorn-Birds jne.*). Brittien yhteistyökumppaneita ovat olleet Columbia, Warner ja HBO. Yhteistyöprojektit ovat tuottaneet laatutuotteitakin, mutta varjopuolena on se, että ohjelmat ja elokuvat suunnitellaan miellyttämään mahdollisimman laajoja yleisöjä Atlantin molemmin puolin. Eurooppalaisten tekemiä käsikirjoituksia on jouduttu muuttamaan amerikkalaista yleisöä tyydyttämään. "Teemme filmejä Iso-Britanniassa, mutta niiden täytyy sisältää teemoja ja henkilöitä, jotka ovat kansainvälisiä ja kiinnostavia", sanoo Thorn Emin Verity Lambert (Hollyns 1984, 352).

Yhteistyöelokuvia tutkinut Timothy Hollyns arvioi, että vaikka yhteistyönä (siis yhteisrahoituksena) syntyy laatu-elokuviakin, on epäto-

dennäköistä, että Liverpoolin työläisten ja työttömien elämästä kertovia elokuvia tai sarjoja tehdään koskaan yhteisrahoituksella (eml.).

Ja juuri *Boys from the Blackstuff* (Pikipojat) on ohjelma, jonka kaltaiset kulttuurituotteet ovat tärkeitä brittiläisen yhteiskunnan kulttuurisen ja sosiaalisen itseymmärryksen kannalta.

Yksi brittiläisen yhteiskunnan kulttuuriongelma, yhteys Yhdysvaltoihin, näkyy selvimmin juuri elokuvateollisuudessa. Anthony Smith sanoo: "Kulttuurisesti epäitsenäiselle maalle (Iso-Britannialle, I. S.) ohjelmien ja ohjelmaideoiden myyminen voi olla yhtä petollista kuin niiden ostaminen" (Smith 1983, 34).

Elokuvakriitikko Derek Malcolm tiivistää brittel elokuvan tilan:

Tässä me olemme 1980-luvun puolivälissä kysymässä... onko brittiläisellä elokuvalla tulevaisuutta kansallisesti ja kansainvälisesti lainkaan - jos me nyt ylipäättään pystymme ratkaisemaan, mitä se brittelokuva loppujen lopuksi on (Malcolm 1986).

Brittiläinen public service -televisio on pystynyt näihin päiviin saakka kehittämään brittiläistä televisio-ohjelmistoa. Tuotannon ja jakelun välinen yhteys ja säätelyn mahdollisuus on tarjonnut suojaisan sataman brittihenkiselle (joskus tosin sisäänpäinlämpiävälle) ohjelmatyölle. 1980-luvun televisiota eivät enää säätele kansalliset hallitukset. Brittitelevisio seuraa brittifilmin jälkiä ja muutoksen tahdin säätävät markkinat. Puhtaassa avoimessa kilpailussakin brittiläisillä televisioyhtiöillä on paremmat asemat kuin pienillä eurooppalaisilla yhtiöillä, mutta brittienkin on karsittava public service -idealismiaan - kuten on jo tapahtunut - ja lähdeittävä kilpailuun suurista yleisöistä. Tästä voisi olla vaikkapa pahoillaan.

Kirjallisuus

BFI-Yearbook. London, 1985.

CHANNEL 4 -report. Reports and accounts for the year ended 31. 3, 1985.

COLLIGAN, Philip. Film, Ideology, Pleasure, A preliminary approach to the History of Audience. Curran James-Porter Vincent. British Cinema History. London, 1983.

COLLINS, Richard. Broadband Black Death cuts queues. The Information Society and the U.K. Media, Culture and Society. 1983:5.

CURRAN, James & SEATON, Jean. Power without responsibility. The press and broadcasting in Britain. Second edition. Arrowsmith Ltd., Bristol, 1985.

GUBACK Thomas. Cultural Identity in the European Economic Community. Paper for the conference: Film in Europe. The Polytechnic of Central London, 21-23 February 1974. BFI-Library.

HOLLYNS, Timothy. Beyond Broadcasting: into the Cable Age. London, 1984.

HUGH, Hubert. The game of inconsequences. The Guardian, 3.1. 1986.

MALCOLM, Derek. The Survival of the British. The Guardian, 21.1. 1986.

MELLERSH, Nicolas. The BBC can stand it. The Times. 24.11. 1985.

NEW Media Market. Vol 3:23, 26.11., 1985. London. PARK, James. Learning to dream. The New British Cinema. Faber and Faber Ltd., 1984. London.

SAMPSON, Anthony. Television, end of patronising. The Changing Anatomy of Britain. 1983. London.

SCREEN Digest. November 1985. London.

SMITH, Anthony. Listener 3.3., 1983.

WAR and Peace News (Glasgow University Media Group). Philadelphia, Milton Keynes, 1985.