

tui vuoden 1931 loppuun mennessä ja vaikka USA:lla oli vielä lamakausikin niskoillaan, ei sen asema elokuvan maailmanmarkkinoilla pysyvämmin horjunut. Tuo asema säilyi stabiilina toisen maailmansodan päättymiseen asti, jolloin alkoi uusi huomattava nousukausi. Vasta televisio merkitsi seuraavaa suurta muutosta.

Exporting Entertainment osoittaa selvästi, miten riippuvaisia kansalliset elokuvamarkkinat ovat kansainvälisistä. Niinpä jokaisen kansallisen elokuvahistorian taustana onkin aiheellista muistaa, ettei se millään tavalla ole ollut riippumaton ja eheä kokonaisuus koskaan. Päinvastoin useimmissa tapauksissa amerikkalaisten tuontielokuvien määrä on ollut esityskertoja ajatellen selvästi suurin ja aivan ilmeisesti vaikuttanut sekä katselutapoihin ja -tottumuksiin että itse omaan elokuvatuotantoon. Kuten Thompson toteaa, elokuvantekijät ja -katsojat useimmissa maapallon maissa ovat parhaiten tutustuneet juuri klassisen Hollywood-elokuvan normeihin ja tästä näkökulmasta jokainen "vaihtoehtoinen" elokuvatyyli on reaktiota klassista käytäntöä vastaan.

Thompsonin tutkimus luonnollisesti vilisee nimiä ja vuosilukuja eikä sitä mitenkään "helppona" kirjana tässä suhteessa voikaan pitää. Monet kaaviot ja taulukot selkiyttävät kokonaiskuvaa ja auttavat tehtäessä vertailuja esim. eri maiden kesken. Ja vaikka lukijan lohtuna ei olekaan yhtään valokuvaa, silti teos viehättää eksaktisuudessaan ja ennen muuta tavassaan nähdä tapahtumaketjujen vaiheet ikään kuin kertomuksina, joilla on oma sisäinen logiikkansa, oma juonensa.

Enemmän kuin luku- ja katselukirjaksi, **Exporting Entertainment** on laadittu käsikirjaksi, hakuteokseksi ja taustamateriaaliksi. Esim. Douglas Gomeryn **The Hollywood Studio-System** -teoksen (BFI, 1986) lisänä se avaa mainiosti näkymiä studioiden ja USA:n tilanteen ulkopuolelle, elokuvakaupan maailmanmarkkinoille. Tässä suhteessa se osoittautuu lajissaan korvaamattomaksi apuvälineeksi.

Jukka Sihvonen

Kuvalevy vai kuvanauhuri

GRAHAM, Margaret B.W. RCA and the VideoDisc: the business of research. Cambridge University Press, 1986. 258 s.

RCA, Radio Corporation of America, on yksi maailman suurimmista viestintäalan yrityksistä. Vuonna 1919 perustetun yhtiön toimialana oli aluksi langaton lennätin, mutta se laajensi pian toimintaansa radiovastaanotinten valmistukseen, yleisradiotoimintaan (NBC), levytuotantoon (RCA Victor), elokuvaan (osuus RKO-yhtiössä) sekä sotilaalliseen elektrooniikkaan. Yhtiön pitkäaikainen pääjohtaja David Sarnoff voidaan lukea niihin Edisonin ja Fordin tapaisiin teollisuusjohtajiin, jotka loivat kokonaisia teollisuudenhaaroja uusien keksintöjen ympärille. Toisessa maailmansodassa Sarnoff sai kenraalin arvon kiitokseksi RCA:n panoksesta sotapommituksiin.

Professori Margaret Graham on taloushistorioitsija, joka on erikoistunut tutkimaan uuden tekniikan vaikutuksia yritystoimintaan. Hänen kirjansa RCA:sta lienee ensimmäisiä, jossa on yksityiskohteisesti selvitetty suuryrityksen roolia uuden viestintäteknologian kehittäjänä. Jo vuonna 1924, kun radio oli lapsenkengissään, Sarnoff antoi RCA:n tutkimusosastolle määräyksen ryhtyä kehittämään televisiota. Vuonna 1939 yhtiö aloittikin sekä laitteiden valmistuksen että säännölliset lähetykset, jotka sota kuitenkin katkaisi. Kun mustavalkoiset lähetykset sodan jälkeen taas alkoivat, RCA:ssa käynnistettiin jo väritelevisiön kehitystyö.

Graham näkee RCA:n esimerkkinä siitä, miten suuryritykset pystyvät yksittäisten tuotteiden lisäksi kehittämään uusia **systemejä**. Television keksiminen ei sinänsä riittänyt, samanaikaisesti oli käynnistettävä vastaanotinten sarjavalmistus, organisoitava huolto, rakennettava lähettimet ja aloitettava lähetykset.

Muut yritykset tulivat pian mukaan (ja maksoivat RCA:n patenttien käytöstä), mutta vain RCA:n kokoisella suur-yrityksellä oli mahdollisuus koko systeemin, **televisiotoiminnan** luomiseen.

Vuonna 1964 väritelevisiovastaanotinten myynti oli Yhdysvalloissa huipussaan. RCA:n oli korkea aika ryhtyä kehittämään seuraavaa tuotetta. Videotallennin oli television veroinen haaste, johon liittyi uuden systeemin luominen. Seuraavien viidentoista vuoden aikana RCA:n tutkimusosastolla kehitettiin peräti kolme menetelmää liikkuvan kuvan tallentamiseksi: holografiaan perustuva kuvanauha, valokuvamenetelmään perustuva kuvalevy ja kapasitanssiperiaatteella toimiva kuvalevy, josta sitten kehittyi vuonna 1981 markkinoille tuotu kuvalevysoitin, Selectavision VideoDisc. Jo varhaisessa vaiheessa yhtiö teki kohtalokkaan päätöksen hylätä magneettinen kuvanauha, ehkä siksi, että se oli 50-luvulla hävinnyt Ampex-yhtiölle kilvan yleisradiokäyttöön tarkoitettun kuvanauhurin kehittämistä.

Teknisenä ratkaisuna RCA:n kuvalevy oli onnistunut. Laite oli halvempi kuin samoihin aikoihin markkinoille tulleet videonauhurit, levyille mahtui kaksi tuntia ohjelmaa ja kuvan laatu oli parempi kuin nauhalla. Kuvalevystä tuli kuitenkin jättiläiskatastrofi. Soittimia myytiin vain muutamia satoja tuhansia, ja huhtikuussa 1984 laite poistettiin markkinoilta. RCA:n tappiot olivat miljardin markan luokkaa. Yhtiö oli tehnyt kolme vakavaa virhettä. VideoDisc tarjosi yleisölle vain valmista ohjelmaa, kun taas yleisö halusi laitteen tv-ohjelmien tallentamiseen. RCA myi levyjään, kun taas yleisö halusi vuokrata ohjelmia. Ja kaiken lisäksi videomarkkinoiden ensimmäiset suurmenestykset olivat seksifilmejä, joita RCA ei yrityskuvansa vuoksi voinut tarjota.

Kuvalevyn historia osoittaa, että yksi yritys ei kilpailutilanteessa sittenkään voi miehin määrin ohjata viestinnän kehitystä. Mutta toisaalta on selvää, että useissa elektroniikka-alan suuryrityksissä tehtiin 60-luvun puolivälissä päätös tuoda markkinoille jonkinlainen videotallennin, kuten sitten tapahtuikin. Tällä kertaa japanilaiset vain onnistuivat paremmin sekä tuotekehittelyssä että koko systeemin rakentamisessa.

Graham keskittyy kirjassaan televi-sioon ja erityisesti kuvalevyyn RCA:n näkökulmasta. Mutta yleisemmin ottaen näyttää ilmeiseltä, että suurin osa niistä viestinnän myrskyistä, joiden aallot ovat huuhtoneet meidänkin maattamme, olisi kohtuullisella tarkkuudella voitu ennustaa ainakin 5-10 vuotta etukäteen. Myös uuden viestintäteknikan yhteiskunnalliset vaikutukset ovat ennakoitavissa. Meiltä vain puuttuvat tämän alan säänennustajat, hädin tuskin saadaan pelastusmiehistö kootuksi kun myrsky on jo lyönyt maihin.

Pekka Gronow

Haarukkapaloja kaapelitelevisiosta

NEGRINE, Ralph M. (ed.). Cable Television and the Future of Broadcasting. London, Croom Helm, 1985. 223 s.

Tuskin kukaan enää asettaa kyseenalaiseksi sitä, että tekniikan kehitys on perusteellisesti muuttamassa joukko- viestintää. Mutta toisaalta harva uskaltaa väittää ymmärtävänsä, mitä todella on tapahtumassa. Ei ole suurten teorioitten aika. Helpoin ratkaisu tässä tilanteessa on kirjoittaa - ja lukea - artikkelikokoelmia. *Cable Television and the Future of Broadcasting* on eurooppalaisesta näkökulmasta kirjoitettu katsaus kaapelitelevisiion kehitykseen. Johdantoa seuraavat maakohtaiset artikkelit, joiden aiheena on USA, Kanada, Belgia, Hollanti, Iso-Britannia, Ranska, Saksan liittotasavalta, Australia ja Japani. Artikkelit antavat hyvän kuvan kaapelitelevisiion tilasta kussakin maassa, mutta otsikon jälkiosa haikahtaa lähes lukijan huiputtamiselta. Yleisradiotoiminnan tulevaisuutta eivät useimmat kirjoittajat edes yritä pohtia, nykytilanteen kartoittamisessakin on tarpeeksi työtä.

Vernone Sparkesin artikkeli kaapelitelevisiosta Yhdysvalloissa on kirjan paras. Kirjoittaja on ihailtavalla tavalla