

ristiriitoja, eivät Angin mukaan ne eivätkä niiden naishahmot kuitenkaan koskaan aseta tuota järjestystä kyseenalaiseksi; Dallasin melodramaattista tunteellisuutta motivoi tunne onnettomuutta aiheuttavien rakenteiden perustavasta muuttumattomuudesta. Ang päättyy varoittamaan mielihyvän ylipolitisoinnista: tärkeämpää kuin ylistää melodraaman tuottamaa mielihyvää vain siksi että se on suosittua naisten piirissä tai ihmetellä tuon suosion syitä olisi Angin mielestä kysyä, mitä seurauksia traagiseen tunnerakenteeseen samastumisen tuottamalla mielihyvällä on sille, miten naiset jäsentävät ja arvioivat asemaansa yhteiskunnassa. Melodramaattisen mielikuvituksen tarjoama mielihyvä ei perustu Angin mukaan tyytyväisyyden illuusion, vaan siihen että se tekee tyytymättömyyden hyväksyttäväksi, siedettäväksi - mutta vain sietämätön tyytymättömyys voi olla muutoksen pohjana.

Angin tutkimus ei pyri kattavaan teoreettiseen kehukseen Dallasin ja sen katsojien tulkitsemiseksi, eikä sillä ole uutta annettavaa korkean teorian alueella. Mutta hänen tulkintansa ja kiteytyksensä ovat siksi terävänäköisiä ja tervejärkisiä, että niistä on hyötyä ja iloa populaarikulttuurin tutkijoille.

Erkki Astala

Television kilpailijat

NOAM, Eli M. (toim.). Video Media Competition. Regulation, Economics, and Technology. New York, Columbia University Press, 1985. 468 s.

Perinteinen, eetteriteitse lähetetty televisio horjuu kilpailijoidensa paineessa. Kuvaruudun lumo ei kuitenkaan heikkene, sillä myös kilpailijat tarvitsevat kodeissa jo olevaa vastaanotinta. Kilpailu katsojien suosiosta on samalla kilpailua viestinnän rahavirroista ja lainsäätäjien myötätunnosta.

Video Media Competition on amerikkalaisesta näkökulmasta koottu katsaus television uusiin kilpailijoihin. Tiedotustutkimuksen kannalta kirjan tekee mielenkiintoiseksi se, ettei sen kirjoittajien

joukossa ole yhtään tiedotustutkijaa. Enemmistö kirjoittajista on taloustieteilijöitä, jotka arvioivat oman tieteenalansa menetelmillä television kilpailijoiden elinkelpoisuutta. Loput ovat viestintälakimiehiä, jotka arvioivat Yhdysvaltain viestintäneuvoston FCC:n politiikkaa.

Television kilpailijoista kaapelitelevisio on jo vakiinnuttanut asemansa Yhdysvalloissa. Lähes puolet maan kodeista on kaapeliverkkojen ulottuvilla. Maan 4.800 kaapelitelevisioyhtiöllä on noin 37 miljoonaa asiakasta, joista 23 miljoonaa on ostanut yhden tai useampia maksullisia kanavia. Myös videonauhurit ovat vakiinnuttaneet asemansa ja niiden määrä kasvaa jatkuvasti, vaikka penetraatio onkin alhaisempi kuin Euroopassa. Silti taloustieteilijät eivät pidä videoita ja kaapelitelevisiota kilpailijoina, vaan toisiaan täydentävinä välineinä. Elokuva-teattereiden kannalta ne saattavat olla kilpailijoita, mutta kokonaisuudessaan Yhdysvaltain elokuvateollisuus on hyötynyt sähköisen viestinnän kasvusta: elokuvien tuotanto on nousussa muun muassa maksutelevision ansiosta.

Videot ja kaapelitelevisio kilpailevat perinteisen television kanssa katsojien huomiosta, ja ne ovat todellakin vähentäneet Yhdysvaltain televisioverkkojen katsojamääriä. Toistaiseksi näiden talous ei kuitenkaan ole kärsinyt. Katsojamäärien lievästä laskusta huolimatta valtakunnallinen televisio on suurten mainostajien kannalta välttämätön väline. Kiristynyt kilpailu on pakottanut televisioyhtiöt sijoittamaan enemmän rahaa ohjelmatuotantoon, mutta ne ovat pystyneet siirtämään kustannukset suurelta osin mainostajille. Tilanne saattaa kuitenkin muuttua, jos kaapelitelevisiosta joskus kehittyy merkittävä mainosväline.

Videonauhurit ja kaapelitelevisio ovat jo juurtuneet Suomeenkin, mutta meidän kannaltamme on mielenkiintoista katsoa, mitä taloustieteilijät sanovat muista uusista viestinnän muodoista. Suoraan lähetettävien satelliittien mahdollisuuksiin he eivät yllättäen usko lainkaan. Satelliittitelevisio ei pysty kilpailemaan kaapelin kanssa, sen kustannukset ovat liian suuret. Satelliittitelevisio jää syrjäseutujen tiedotusvälineeksi, mutta Yhdysvaltain mittasuhteissa sille löytyy pitkällä aikavälillä neljä miljoonaa katsojaa.

Taloustieteilijät eivät myöskään usko perinteistä lähetystekniikkaa käyttävään maksutelevisioon, jota Suomeenkin on suunniteltu kolmoskanavalle. Yhdysvalloissa "tilaajatelevisiolla" (STV = Subscription Television) on runsas miljoona katsojaa, mutta määrä on laskussa. STV on siirtymäkauden ilmiö, joka häviää kaapelitelevision ja uusien kilpailijoiden tieltä.

Sen sijaan kaapelitelevision kilpailijaksi on nousemassa MMDS (Multichannel Microwave Distribution Service). Mikroaaltoja on televisiotekniikassa toistaiseksi käytetty lähetykspuolella, lähettimien välisiin linkkiyhteyksiin, mutta uuden tekniikan ja lisälaitteiden ansiosta mikroaaltoilla voidaan välittää yksityisille tilaajille (tai kerrostaloille) samanaikaisesti 12-20 televisiokanavaa. 1990-luvulla ennustetaan MMDS-television katsojamäärän nousevan yli kahdeksan miljoonan. Euroopassa järjestelmää ei ole kokeiltu, mutta on mielenkiintoista, että kansanedustaja ja radiotekniikan professori Martti Tiuri on hiljattain viitanut siihen eräessä yleisönosastokirjoituksessaan (HS 9.6.1987).

Pienitehoinen paikallistelevio LPTV (Low Power TV) ei varsinaisesti perustu uuteen tekniikkaan vaan vanhan halpeneemiseen ja uusiin säännöksiin. FCC:n insinöörit ovat löytäneet suuren määrän uusia lähetystaajuuksia, jotka riittävät noin 10 kilometrin säteellä toimiville pienille asemille, ja toimilupia myönnettään arpomalla. Tekniikan kehityksen ansiosta on mahdollista perustaa pieni televisioasema halvimmillaan vain 50.000 dollarin eli noin 200.000 markan sijoituksella, suunnilleen suomalaisen paikallisradioasen hinnalla. Low Power -television ei ennusteta saavan mainittavampaa taloudellista merkitystä. Se palvelee syrjäseutuja ja vähemmistöjä, viestintäsatelliittien avulla asemat voivat myös ketjuuntua.

Video Media Competition käsittelee myös muuttuvan tekniikan valtiovallelta asettamaa haastetta. Yhdysvalloissa on 30-luvulta asti säädelty yksityiskohdaisesti sekä kaupallista että ei-kaupallista yleisradiotoimintaa (sivumennen sanoen näistä kokemuksista olisi voitu saada oppia kaupallisen radion käynnistyksestä Suomessa). Vaikka viime aikoina onkin pyritty purkamaan säätelyä (de-

regulation), FCC:n asioihin puuttuminen katsotaan yhä välttämättömäksi m.m. teknisistä syistä.

Uusi tekniikka aiheuttaa kuitenkin Euroopastakin tutun tilanteen. Vuosikymmenien mittaan säätelijät ovat pyrkineet löytämään tasapainoa sananvapauden, kilpailun ja monipuolisen ohjelmatarjonnan vaikeasti määriteltävien ja usein ristiriitaistenkin tavoitteiden välille. Uusi tekniikka horjuttaa vaivalla aikaansaattua tasapainoa, ja historiallisista syistä eri tekniikkaa käyttävät mutta samoja tehtäviä suorittavat välineet eivät saakaan tasapuolista kohtelua. Kirjan juristit etsivät kaikille tasapuolisen "tasaisen pelikentän" ihannetta.

Nämä ongelmat ovat eurooppalaiselle lukijalle enimmäkseen etäisiä, mutta poimin kuitenkin esiin yhden. Yhdysvalloissa on kilpailun turvaamiseksi kielletty puhelinlaitoksia sekaantumasta millään tavoin kaapeliteleviotoimintaan. Suomessa ja monissa muissa Euroopan maissa tämä on pikemminkin sääntönä. Olemmeko menneet halpaan, vai onko tästä puhelimen ja television pakkoavioitosta odotettavissa todellista etua joskus tulevaisuudessa, lasikuitujen aika-kaudella?

Suomalaisen tiedotustutkimuksen paradigmana on edelleen yleisradiomonopoli. Kaikista hyvistä puolistaan huolimatta se kuuluu auttamatta menneisyyteen. Onko uusi paradigma löytymässä, vai onko meilläkin parempi antaa uusi viestintätekniikka muiden tieteenalojen tutkittavaksi?

Pekka Gronow