

HEIKKI HELLMAN

Vanhan mantereen vastaisku?

Eurooppalainen kiintiöpolitiikka ja Hollywood 1920- luvulta 1990- luvulle

Artikkelissa suhteutetaan nykyistä keskustelua television ohjelmistojen kiintiöstä kiintiöpolitiikan suureen linjaan ja pohditaan missä määrin audiovisuaalisten tuotteiden markkinoita voidaan ohjata kiintiöllä. Artikkelel jakeantuu kolmeen osaan. Ensinn tarkastellaan Hollywoodin ja eurooppalaisen yleisön riippuvuutta Hollywoodin tuotannosta. Toiseksi käydään läpi elokuva- alan protektionististen toimien historiaa ja erilaisten rajoitusten vaikuttimia sekä niiden seurauksia. Lopuksi esitellään EU:n nykyisen audiovisuaalisen politiikan ristiinajoja aukkoja.

■ ”Te heitte juuri kranaatin meidän alueellemme ja veditte sokan irti”, Yhdysvaltain elokuvateollisuuden etujärjestön MPAA:n (Motion Picture Association of America) johtaja Jack Valenti kommentoi EY:n komission päätettyä lokakuussa 1989 ns. tv- direktiivistään (lainaus Porter 1990, 69). Direktiivi muun muassa määrää, että vähintään puolet eurooppalaisien tv- kanavien ohjelmistosta on oltava eurooppalaista tuotantoa.

Kun EY:n/EU:n tv- direktiivin ja GATT:n ympärillä on viime vuosina keskusteltu Hollywoodin ylivallassa ja keinoista sen rajoittamiseksi, historian opetukset ovat usein unohtuneet. Länsi- Eurooppa ei suinkaan ole varustautunut suojelemaan kulttuurisia ja taloudellisia etujaan saati laatimaan kiintiöitä vasta 1980- luvulla. Kuten Swann (1985, 211- 212) muistuttaa, ”useimmat Euroopan maat olivat jo 1920- 30- luvuilla yhtä protektionistisia suhteessaan Hollywoodiin”. Yhdysvaltalaisen elokuvateollisuuden ekspansion varhaisvaiheita systemaattisesti tutkinut Thompson (1985, 211- 212) on jäljittänyt Euroopasta ainakin 35 erilaista Hollywoodiin kohdistettua protektionistista toimenpidettä vuosilta 1921- 1934. Kiintiöpolitiikkaa harjoittivat niin suuret maat, kuten Iso- Britannia, Ranska, Saksa ja Italia, kuin eräät pienetkin, kuten Unkari, Itävalta, Portugali ja Tšhekkoslovakia.

Italian luovuttua elokuvia koskeneesta kiintiöpolitiikastaan viime vuonna (ks. Atzeni 1994)¹ enää Espanjassa on käytössä sekä esitys- että levityskiintiö, joiden sanamuotoa vieläpä täsmennettiin viime vuonna. Uuden lain mukaan yksi kolmasosa jokaisen teatterin ohjelma- ajasta on omistettava espanjalaisille tai eurooppalaisille elokuville, ja vastaavasti elokuvien levittäjäyhtiöt saavat dubbausluvan vain kahdelle ei- EU- maan elokuvalle jokaisesta EU- maassa tuotettua elokuvaa kohden (Martin y Perez de Nanclares 1994). Espanja poislukien audiovisuaalisen alan protektionistiset maakiintiöt koskettavat Länsi- Euroopassa nykyisin siten vain tv- toimintaa.

Kiintiöllä on Euroopassa pitkät perinteet. Protektionismi väistyi tai lientyi vain lyhyeksi ajanjaksoksi 1960- luvulta 1980- luvun puoliväliin, jolloin Euroopan yhteisön komissio alkoi valmistella tv- direktiiviään (ks. Towards a European common market for television 1987,

41- 68).

Artikkelin tarkoitus on suhteuttaa nykyistä kiintiökeskustelua kiintiöpolitiikan suureen linjaan ja pohtia, missä määrin audiovisuaalisten tuotteiden markkinoita voidaan ohjata kansallisesti tai ylikansallisesti asetetuilla kiintiöillä eli kvotoilla (*quotas*). Artikkelin jakautuu kolmeen jaksoon. Aluksi tarkastelen, missä määrin yhtäältä Hollywood on riippuvainen Euroopan markkinoista ja toisaalta eurooppalainen elokuvayleisö Hollywoodista. Toiseksi teen historiallisen katsauksen elokuvien maahantuontiin, levytykseen ja esittämiseen sovellettuihin protektionistisiin toimiin 1920- luvulta 1980- luvulle. Tarkastelen etenkin rajoitusten vaikuttimia ja seurauksia. Lopuksi erittelen EU:n nykyisen audiovisuaalisen kiintiöpolitiikan risti-riitoja ja aukkoja.

Markkinajohtaja Hollywood

Yhdysvaltain elokuvateollisuus (jota jatkossa kutsutaan lyhyiden vuoksi useimmiten nimellä "Hollywood"), ytimeään muutamia ns. major- yhtiöitä², on hallinnut elävien kuvien kansainvälistä kauppaa ensimmäisen maailmansodan päättymisestä lähtien. Silloin etenkin Euroopassa podettiin pääomien puutetta, ja amerikkalaisten oli suhteellisen helppoa vallata markkinat (Thompson 1985, Tunstall 1977). Toisen maailmansodan jälkeen tilanne toistui ja vahvistui, kun amerikkalaisten mairinnousua Normandiaan seurasi amerikkalaisen kulttuurin ennennäkemättömän voimakas "vuorovesi" (Guback 1969, Tunstall 1977).

Hollywoodin suuret kotimarkkinat, kansainvälinen jakeluverkosto, käytössä olevat suuret pääomat, yksittäisiin elokuviin käytetyn rahan määrä sekä viihteen kaavojen taitava hyödyntäminen ovat yhdessä saaneet aikaan sen, että amerikkalaiset elokuvat yksinkertaisesti menestyvät kilpailussa muita paremmin.

Jos mahdollista yhdysvaltalaisen elokuvateollisuuden markkinajohtajuus on viime vuosina vain korostunut ja lähestynyt 1920- luvun huippua, kuten taulukko 1 osoittaa. Amerikkalaiset elokuvat muodostavat 50- 70 prosenttia Länsi- Euroopan maiden vuotuisista ensi-illoista. Näkyvin poikkeus on Ranska, jossa Hollywoodin osuus uusista elokuvista on vain runsas kolmannes. Suurin amerikkalaisten elokuvien osuus tarjonnasta on Kreikassa, kolme neljänestä ensi- illoista. (Taulukko 1.)

Hollywoodin todellinen suosio on ensi- iltaosuuttakin suurempi. On arvioitu, ettei major- yhtiöiden osuus minkään maailman maan elokuvaalipunmyynnin tuloista jää alle puolen ja että niiden markkinaosuus koko maailman elokuvakaupasta on 80 prosenttia (Sochay & Litman 1992, 32). Taulukko 2 näyttää, että Länsi- Euroopassa Hollywoodin osuus lipunmyyntituloista on Ranskaa lukuunottamatta vähintään kaksi kolmannesta. Isossa- Britanniassa, Irlannissa ja Kreikassa markkinaosuus on jopa yli 90 prosenttia. Katsojat ovat viime vuosina siten yhä useammin elokuvateatteriin mennessään valinneet amerikkalaisen elokuvan, ja niiden suosio lienee osapuilleen samalla tasolla kuin 1920- ja 1940- luvun huippuvuosina (ks. Guback 1969 ja Thompson 1985).

Näiden tietojen valossa eurooppalainen elokuvayleisö näyttää olevan hyvin riippuvainen Hollywoodista. Yhtä lailla voidaan kuitenkin sanoa, että yhdysvaltalaiset elokuvayhtiöt ovat tulleet viime aikoina yhä riippuvaisemmaksi menestyksestään Euroopan markkinoilla.

Gubackin (1969, 9- 11) mukaan Hollywoodin alkuperäinen ekspansio Eurooppaan oli ensimmäisen maailmansodan jälkeensä jättämän tyhjiön seuraus. Elokuvien kysyntä oli

Taulukko 1. Yhdysvaltaisten elokuvien osuus ensi- illoista Euroopassa, 1925- 1993 (%)

Maa	1925	1934	1947	1955	1965	1971	1985	1990	1992	1993
Belgia	..	80.0 ^a	59.6	54.5	52.7	47.1
Espanja	90.0	53.0	49.1	40.9	25.8	30.0	43.8	50.3	54.2 ^e	..
Hollanti	..	44.0	58.9	52.3	30.3	..	64.6	65.8	59.5	58.0
Irlanti	74.7	59.1
Iso- Britannia	95.0	70.0 ^b	68.0 ^c	61.1	34.7	52.0	56.0	61.7	58.6	57.2
Italia	65.0	65.0	63.9	62.0	52.6	53.0	44.1	49.7	45.2	..
Itävalta	70.0	30.0	22.8	48.8	30.5	..	50.0	52.7	51.0	53.0
Kreikka	..	57.0	77.7	75.0
Norja	..	56.0	56.6	48.1	45.1	..	56.6	63.5	55.0	59.0
Portugali	..	62.0 ^a	63.4	68.4	..
Ranska	70.0	42.0 ^a	40.0 ^d	26.5	37.3	31.5	35.1
Ruotsi	..	50.0	..	48.7	37.6	..	55.9	53.8	51.0	48.8
Saksa	60.0	31.0	..	46.1	30.7	35.0	47.2	50.0	45.3	49.4
Suomi	..	60.0	58.6	49.0	41.6	..	56.3	64.0	60.7	57.7
Sveitsi	49.4	55.6	51.1 ^e	..
Tanska	64.1	63.0	51.3	53.4	50.4	..	61.2	77.4	76.1	71.7

Notes:

a Tieto vuodelta 1933.

b Tieto vuodelta 1932.

c Tieto vuodelta 1949.

d Tieto vuodelta 1948.

e Tieto vuodelta 1991.

Lähteet: Tunstall 1977, 282- 284 (vuodet 1925 ja 1971); Thompson 1985, 219- 222 (vuodet 1925 ja 1934); Guback 1969, 37- 67 (vuodet 1947, 1955 ja 1965); Film releases and market shares 1993, 279- 280 (vuodet 1985, 1990 ja 1992); Lange 1994, 86- 91 (vuodet 1992 ja 1993).

valtavaa mutta kansallinen tuotanto raunioina. Thompson (1985, 61- 99) on kuitenkin osoittanut, että Hollywood käytti tilaisuutta hyväkseen jo sodan vielä kestäessä valloittamalla esimerkiksi Australian ja Etelä- Amerikan elokuvamarkkinat ja murskaamalla eurooppalaisen elokuvan kansainvälisen kysynnän. Äänielokuvaan siirtyminen lisäsi tuotantokustannuksia ja teki entistä välttämättömämmäksi myydä tuotteita mahdollisimman laajasti (Guback 1969). Ensimmäisen maailmansodan kuluessa luotu strategia käydä kauppaa suoraan mahdollisimman monien kansallisten markkinoiden kanssa osoittautui siten kestäväksi ja loi pohjan Hollywoodin ylivallalle.

Toisen maailmansodan jälkeen Hollywoodin kansainväliset laajentumispaineet vain kasvoivat. Kun antitrustilainsäädäntö ensin pakotti amerikkalaiset elokuvayhtiöt luopumaan kotimaassaan omistamistaan elokuvateattereista 1940- luvun lopussa (ks. esim. Conant 1960 ja Gamham 1990) ja kun televisio sittemmin alkoi kaventaa elokuvateatterien yleisöä (ks. esim. Docherty ym. 1986 ja Jowett & Linton 1989), elokuvateollisuuden oli orientoitettava uudelleen. Riskien ja epävarmuuden kasvaessa markkinoinnin merkitys korostui. Elokuvatuotanto laski määrällisesti, mutta samanaikaisesti tuotantokustannukset lähtivät jyrkkään nousuun, mikä entistäkin selvemmin pakotti hakemaan menestystä paitsi maantieteellisesti mahdollisimman monilta markkinoilta (ks. esim. Guback 1969) myös hyödyntämään tv:tä levityskanavana (ks. esim. Balio 1990, Gamham 1990 ja Guback & Dombkowski

Taulukko 2. Yhdysvaltaisten elokuvien markkinaosuus Länsi- Euroopan elokuvateattereissa, 1930- 1993 (%)^a

Maa	1930 ^b	1950	1960	1980	1990	1993
Belgia	70.0	47.0	73.5	75.8
Espanja	85.0	35.0	72.5	75.7
Hollanti	75.0	74.3 ^c	40.0	46.2	85.8	78.8 ^f
Irlanti	88.0	87.0	91.5 ^g
Iso- Britannia	75.0	88.0	88.0	94.2
Italia	65.0	67.4	41.1	33.7	69.4	68.0 ^f
Itävalta	50.0	51.8 ^e	..
Kreikka	50.0	58.0	87.0	92.0 ^f
Norja	40.0	70.0	68.0 ^g
Portugali	80.0	46.0	63.5	68.4 ^f
Ranska	48.0	36.8 ^d	28.0	35.2	56.9	57.1 ^h
Ruotsi	75.0	78.6	67.5 ^h
Saksa	32.0	..	30.4	54.9	83.8	87.8
Suomi	60.0	70.0	70.0 ^f
Sveitsi	50.0	76.1	75.1 ^h
Tanska	58.0	61.9	45.9	44.5	77.0	74.1

Selityksiä:

- a Ellei toisin mainita, luvut viittaavat yhdysvaltaisten elokuvien osuuteen lipunmyyntituloista.
b Vuoden 1930 tiedot perustuvat Film Daily Yearbookin kansainväliseen markkinatutkimukseen, jonka laskentaperusteet eivät ole kirjoittajan tiedossa.
c Tieto vuodelta 1949.
d Tieto vuodelta 1952.
e Tieto vuodelta 1989.
f Tieto vuodelta 1992.
g Tieto vuodelta 1991.
h Markkinaosuus elokuvissakäynneistä.

Lähteet: Thompson 1985, 219- 222 (vuosi 1930); Guback 1969, 37- 67 (vuodet 1950 ja 1960); Film production 1992, 84 (vuosi 1980); Film releases and market shares 1993, 279- 280 (vuodet 1990 ja 1992); Lange 1994, 103- 106 (vuodet 1992- 93).

1976). Sittenmin video, kaapeli- ja maksu- tv, elokuvien pelisovellutukset jne. ovat entisestään globalisoineet elokuvan markkinointia (ks. esim. Wasko 1994).

Vaikka Hollywoodin läsnäolo on tuntunut Euroopan markkinoilla elokuvan lähes koko satavuotisen historian ajan, amerikkalainen elokuvateollisuus on varsinaisesti ollut riippuvainen vanhan mantereen tuloista vasta 1950- luvun alusta alkaen. Ennen toista maailmansotaa vienti muodosti noin kolmanneksen Hollywood- yhtiöiden liikevaihdosta (Phillips 1975, 177; Thompson 1985, 164), mutta kuten taulukosta 3 käy ilmi, 1950- luvulla ulkomaisten tulojen osuus vakiintui pitkäksi ajaksi 50 prosentin tuntumaan. 1980- luvun alussa kotimarkkinoiden merkitys lisääntyi tilapäisesti, mikä yhtäältä johtui elokuvissakäynnin kääntymisestä nousuun (Garnham 1990, 205) ja toisaalta siitä, että video- ja kaapelilevitys yleistyivät nopeammin Yhdysvalloissa kuin Euroopassa (Hellman & Soramäki 1994). 1990- luvulle tultaessa viennin merkitys Hollywoodin tuloista on taas kasvanut. Suosituimpien amerikkalaiselokuvien, kuten *Leijonakuninkaan*, myynnistä 60 prosenttia kertyy nykyisin ulkomailta, ja majors- yhtiöt ilmoittavat ulkomaisten tulojen keskimääräiseksi osuudeksi puolet (Klady

Taulukko 3. Kotimarkkinoiden ja viennin osuus Yhdysvaltain elokuvateollisuuden tuloista, 1938- 1994 (%)

Vuosi	Kotim.	Ulkom.	Vuosi	Kotim.	Ulkom.
1938	65.0	35.0	1984	71.8	28.2
1952	58.0	42.0	1986	69.1	30.9
1963	44.9	55.1	1988	62.3	37.7
1968	52.3	47.7	1990	58.9	41.1
1975	51.5	48.5	1991	57.3	42.7
1980	69.9	30.1	1992	56.8	43.2
1982	69.8	30.2	1994	50.0	50.0

Lähteet: Dickinson & Street 1985, 94 (vuosi 1938); Phillips 1975, 177 (vuosi 1952); Tunstall 1977, 299 (vuodet 1963- 1975); US studio revenues 1992, 10 (vuodet 1980- 1992); Klady 1995b, 1 (vuosi 1994).

1995, 1).

Hollywood pitää Eurooppaa Kaukoidän ohella tärkeimpänä kasvualueenaan (Sochay & Litman 1992, 42- 50). Käynnissä on elokuvateattereiden nopea modernisointi rypäteattereiksi (Wasko 1994), ja etenkin myyntivideomarkkinat ovat huimassa kasvussa (Hellman & Soramäki 1991). Vuonna 1991 77 prosenttia Hollywoodin viennistä suuntautui Eurooppaan (European Commission 1994b, 20), ja täältä kertyvien vientitulojen lasketaan kaksinkertaistuvan vuosikymmenen kuluessa (Wasko 1994, 224).

Sen seikan, että keskustelun ja suojautumistoimien painopiste on siirtynyt elokuvateattereista television puolelle, selittää osittain markkinoiden rakennemuutos. Taulukko 4 näyttää, että elokuvateatterilevitys muodostaa nykyisin enää vajaan kolmanneksen Hollywoodin ohjelmamyynnin tuloista. Videolevityksen osuus lähestyy puolta, ja lienee ajan kysymys, milloin televisio ja maksu- tv ohittavat elokuvateatterien osuuden. Eurooppalaisten tv- kanavien määrä on moninkertaistunut ja moninkertaistuu edelleen lähivuosina, ja uuden — tai uudelleen käytetyn vanhan — televisio- ohjelmiston kysyntä avaa valtavan kasvupotentiaalin.

Eric Johnstonin, MPAA:n edesmenneen johtajan, lähes puolen vuosisadan takainen toteamus elokuvateollisuudesta pätee yhä: ”Yhdysvaltain teollisuudenhaaroista mikään muu ei ole yhtä riippuvainen viennistä.” Elokuvateollisuus on maan toiseksi suurin vientiteollisuuden haara³, eikä siksi ole ihme, että myös maan hallitus on puolustanut voimakkaasti Hollywoodin etuja kansainvälisillä näyttämöillä.

Protektionismin pitkä perintö

Eurooppalaisten suhde Hollywoodin oli 1920- luvulla kaksinainen. Amerikkalaisten elokuvien suosiosta kertoo se, että ne muodostivat jopa 95 prosenttia Britannian, 85 prosenttia Skandinavian ja 70 prosenttia Ranskan elokuvamarkkinoista, ja Saksan ja Italian markkinaosuudet olivat vain jonkin verran pienempiä (ks. Thompson 1985, 100- 137). Toisaalta hallitukset huolestuivat Hollywoodin ylivallasta ja siitä, että kansallinen elokuvateollisuus miltei kaikkialla oli alamaissa.

Rajoituksiin ja suojautumiseen tähtäävän politiikan vaikuttimet ovat olleet ainakin kolmenlaisia: (a) Useimmissa tapauksissa kyse oli nimenomaisesti kansallisen elokuvateolli-

Taulukko 4. Yhdysvaltain elokuvateollisuuden tulojen jakauma levitysmuodon ("ikkunan") mukaan, 1980- 1992 (%)

"Ikkuna"	1980	1984	1988	1990	1992
Elokuvateatterit	75.6	50.8	35.1	33.9	30.0
Maksu- tv	4.8	11.3	8.6	9.3	9.0
Video	1.0	26.3	43.3	42.6	44.1
Televisio	17.0	10.2	11.3	11.8	13.0
Muut	1.6	1.4	1.7	2.4	3.9
Yhteensä	100	100	100	100	100
Milj. dollaria	2495	5320	8610	11007	12692

Lähde: US studio revenues 1992, 10.

suuden suojaamisesta eli puhtaasta *protektionismista*. (b) Eräissä tapauksissa rajoituksia säädettiin *ideologisin* (tai kulttuurisin) perustein. (c) Etenkin toisen maailmansodan jälkeisinä vuosina amerikkalaisten elokuvien tuontia haluttiin hillitä *kansantaloudellisista* syistä. — Palaan kohta esimerkkien avulla siihen, miten ne ilmenivät eräissä Euroopan maissa.

Mitä tulee itse suojautumiskeinoihin, käyttöön sovellettiin ainakin seitsemää eri menetelmää:

(1) *Tuontikiintiöllä* voitiin suoraan rajoittaa maahan tuotavien elokuvien määrää. Vaihtoehtoisia malleja oli käytössä useita: saatettiin määrätä lukumääräisiä ja tuontimaakohtaisia kiintiöitä tai määritellä ulkomaisten elokuvien osuus suhteessa kotimaisten elokuvien määrään. Tuontikiintiöön saatettiin myös sitoa vastavuoroisuusperiaate eli vaatimus ostaa vientiä varten tietty määrä vastaanottajamaan elokuvia. Tuontikiintiötä ovat eri vaiheissa soveltaneet mm. Iso- Britannia, Saksa, Ranska, Italia ja Espanja.

(2) *Levityskiintiö* koski elokuvien maahantuojia eli elokuvatoimistoja. Se määritteli yleensä, kuinka suuri osuus toimiston tarjoamasta ohjelmistosta oli oltava kotimaista tuotantoa. Vuoden 1947 GATT- sopimus kielsi levityskiintiöt, joita sitä ennen oli sovellettu pitkään Isossa- Britanniassa ja lyhyemmän aikaa Ranskassa.

(3) *Esityskiintiö* kohdistui elokuvateattereihin. Se yleensä määritteli minimiajan (prosentteissa koko ohjelma- ajasta), joka tuli varata kotimaiselle ohjelmistolle. Pisin yhtäjaksoinen kokemus (vuodesta 1927 vuoteen 1983) esityskiintiöstä on Britannialla, jossa kvootti vaihteli vuosikymmenten kuluessa viiden ja 45 prosentin välillä. Myös Ranskassa ja Italiassa on kokeiltu esityskiintiön tehoa.

(4) Amerikkalaisyhtiöiden lipunmyynnistä keräämien *tulojen maastavientiä rajoitettiin* tai se suorastaan estettiin sodanjälkeisinä poikkeusvuosina mm. Isossa- Britanniassa, Saksassa ja Ranskassa. Normaalioloissa Länsi- Euroopan maat eivät ole keinoon turvautuneet.

(5) *Tuontitullin* tehoa testattiin Isossa- Britanniassa huonolla menestyksellä vuonna 1947. Kokeilu johti siihen, että Hollywood julisti Britannian markkinat vientiboikottiin, kunnes tämä suostui peruuttamaan tullimääräyksen.

(6) *Ulkomaisia elokuvia kotimaisia ankarammin kohteleva verotus* (esimerkiksi huvitai leimavero) lienee ollut hyvin yleistä eri puolilla Eurooppaa mutta näyttää olevan protektionismin keinoista heikoimmin kartoitettu.

(7) Toisen maailmansodan jälkeisinä vuosina luotiin myös *kansallisen elokuvateollisuuden julkiset tukijärjestelmät*. Länsieurooppalaisena edelläkävijänä pidetään Ranskaa,

jossa elokuva- ala on Haywardin (1993) mukaan saanut nauttia valtion avokätisestä rahoituksesta enemmän kuin missään muualla. Ranska esitteli 1948 elokuvaverojärjestelmän, jossa tietty osa pääsylippituloista ohjattiin rahastoon, josta puolestaan tuottajille jaettiin rahaa uusiin tuotantoihin. Samantapainen järjestelmä luotiin Italiassa 1949 ja Isossa-Britanniassa 1950⁴, ja se vakiintui 1960-luvulla käytännöllisesti katsoen kaikissa Länsi-Euroopan maissa, Suomea myöten. Myöhemmin Ranska ja Italia veivät tukijärjestelmiään valikoivaan suuntaan, kun taas Britanniaasta tuli ”automaattisen” tuotantotuen koekenttä. (Ks. esim. Dickinson & Street 1985, 224-226.) — Käsillä oleva artikkeli sivuuttaa paljolti ”positiiviset” suojautumiskeinot.

Hollywood on 1920-luvulta asti taistellut eurooppalaista kiintiöpolitiikkaa vastaan, koska jokainen yritys asettaa esteitä vapaan kaupankäynnin tielle on Yhdysvalloissa tulkittu elokuvateollisuuden tulojen leikkaamiseksi. Poliittisessa debatissa argumentti on yleensä käännetty päinvastaiseksi: jokainen yritys puuttua Hollywoodin tuloihin on hyökkäys vapaa-kauppaa sekä siten taloudellista ja poliittista liberalismia vastaan. Taloudellisia etuja on siis puolustettu ideologisin argumentein, kuten Gubackin (1969) ja Thompsonin (1985) lukuosat esimerkit osoittavat.

Erittäin aggressiivisesti Hollywood on reagoinut tuontikiintiöihin, jotka ovat johtaneet boikotteihin ainakin Ranskassa 1929 (Thompson 1985, 119-121) ja Espanjassa 1954 (Guback 1969, 27-32). Britannian Hollywood julisti saartoon 1947 tämän määrättyä ankaran 75 prosentin tuontitullin elokuville (Dickinson & Street 1985, 186-195). Useimmiten tuontikiintiöt on kuitenkin määritelty vastaamaan yhtäältä kysyntää ja toisaalta kansallisen elokuvatuotannon voimavaroja. Esimerkiksi Itävallan 1920-luvulla soveltama määräys joka salli 20 tuontielokuvaa yhtä kotimaista elokuvaa kohden (ks. Thompson 1985, 211) ei sanottavammin voinut vahingoittaa Hollywoodin etuja.

Elokuvatoimistoihin suunnattua levityskiintiötä amerikkalaiset eivät ole pitäneet kovin vahingollisena toimenä, koska sen vaikutus elokuvien kulutukseen on lopulta vähäinen (ks. esim. Dickinson & Street 1985, 177-178). Esityskiintiötkin Hollywood saattoi niellä välttämättömänä pahana, sillä useimmiten ne asetettiin osapuilleen markkinoilla vallitsevan kysynnän tasolle.

Sikäli kuin amerikkalaisen elokuvateollisuuden ja sen vientikohteiden edut ovat ajautuneet ristiriitaan Yhdysvaltain hallitus on rientänyt Hollywoodin avuksi. Kun Ranska vuonna 1929 tiukensi tuontikvoottiaan, Yhdysvaltain ulkoministeriö lähetti Ranskan hallitukselle protestin, ja varoitti samanlaisilla kirjelmillä myös Berliiniä, Roomaa, Madridia, Wieniä, Prahaa ja Budapestia. Hallitus oli huolissaan siitä, että ”elokuvakiintiöt voisivat muodostua ennakkotapauksiksi, joiden perusteella myös muiden amerikkalaistuotteiden virtaa Euroopan markkinoille voitaisiin alkaa rajoittaa” (lainaus Thompson 1985, 121).

Guback (1969, 92) kutsuukin Hollywoodin vientijärjestöä MPEA:ta (Motion Picture Export Association of America) ”pikku-ulkoministeriöksi”, koska se on saanut Yhdysvaltain kauppapolitiikassa puolivirallisen aseman. Virallisimmillaan MPEA:n asema oli sodanjälkeisessä Saksassa, jossa se toimi läntisen miehitysvyöhykkeen sotilashallinnon mandaatilla sen tiedotuspalveluyksikkönä, virallisena propagandatorvena.

Seuraavaksi tarkastelen lähemmin suojautumisen vaikutimia sekä sitä, millaisiin seurauksiin protektionistiset toimet johtivat eri tapauksissa.

Kansallisen elokuvateollisuuden suosiminen. — Kun Saksa ensimmäisenä eurooppalaisena maana sääti ulkomaisille elokuville tuontikiintiön vuonna 1921, sen keskeinen tavoite oli vahvistaa maan oman elokuvateollisuuden asemaa. Aluksi tuontikiintiön määräksi määrättiin 15 prosenttia Saksassa tuotetusta filmiaineistosta. Kiintiömääräyksiä muutettiin tuhkatihään, kunnes vuosikymmenen puolivälissä korkeintaan puolet Saksan markkinoilla tarjolla olevista elokuvista saattoi olla ulkomaisia. Tuontikiintiön sijasta oli tullu levityskiintiön, jonka mukaan jokaisen elokuvatoimiston tarjonnasta puolet oli oltava saksalaista tuotantoa.

Saksalainen kiintiöpolitiikka esti tehokkaasti amerikkalaisten elokuvatoimistojen tunkeutumisen Saksaan, koska nekin olisivat joutuneet välittämään saksalaisia elokuvia. Kiintiöpolitiikka onnistui Saksassa myös siltä osin, että kotimaisten elokuvien osuus ensi-illoista säilyi lähellä puolta amerikkalaisen joutuessa tyytymään noin kolmannekseen (Thompson 1985, 107 ja 125). Elokuvateollisuutta kiintiöpolitiikka ei kuitenkaan pelastanut velkaantumiselta; siitä selviämiseen tarvittiin Hollywoodin apua (mt., 107- 111).

Kansallisen elokuvateollisuuden edut ovat olleet vaikuttimena käytännöllisesti katsoen aina, kun kiintiötä on säädetty. Kun Ranska sääti ensimmäisen tuontikiintiönsä 1928, se salli maahantuojille eli elokuvatoimistoille seitsemän tuontilupaa yhtä vietyä ranskalaiselokuvaa kohden. Tuoduista elokuvista puolestaan vain osa, neljä seitsemästä, sai olla amerikkalaisia. Määräyksellä tähdättiin samanaikaisesti siis paitsi amerikkalaisen osuuden vähentämiseen Ranskassa myös ranskalaisten elokuvaviennin edistämiseen. (Mt., 120- 121.)

Ranskan yritys tiukentaa kiintiöpolitiikkaansa osoittautui kuitenkin kohtalokkaaksi. Kun tuontilupien määrää 1929 aiottiin laskea neljään yhtä vietyä elokuvaa kohden, seurauksena oli kuusi kuukautta kestänyt boikotti, jonka aikana Hollywood kieltäytyi myymästä Ranskaan yhtään elokuvaa. Amerikkalaiset voittivat kiistan, koska elokuvateatterit olivat niin riippuvaisia heidän tuotteistaan. Kun Ranska vuonna 1931 sääti Hollywood-tuonnille vuotuisen tuontikatkon, 130 elokuvaa, amerikkalaiset eivät protestoineet. Se vastasi kysyntää, enemmän ei ollut tarvettakaan. (Mt., 119- 121, 125- 126.)

Ison-Britannian vuonna 1927 säätämä 7,5 prosentin levitys- ja 5 prosentin esityskiintiö oli alun alkaenkin matillinen keino rajoittaa amerikkalaisen elokuvan valtaa saarivaltakunnassa, mutta toimenpiteenä mitä ilmeisintä protektionismia. Suurimmat maassa toimivat elokuvatoimistot olivat amerikkalaisia, ja ennen kiintiöiden säätämistä niistä harvat levittivät brittiläisiä elokuvia. Amerikkalaisen elokuvan osuus markkinoista olikin 85- 95 prosenttia. Kiintiötä oli määrä tiukentaa asteittain, kunnes sekä jokaisen teatterin esittämistä että jokaisen elokuvatoimiston tarjoamista elokuvista 20 prosenttia olisi brittiläisiä. Poliitiikka onnistui sikäli, että brittiläisen ohjelmiston osuus ensi-illoista nousi vuoden 1926 viidestä prosentista 24 prosenttiin vuonna 1932. Toisaalta huomattava osa ”kotimaisista” elokuvista oli amerikkalaisten Britanniassa tuotamia ”kiintiöhalpiksia” (*quota quickies*), jotka oli tuotettu lain kirjaimen muttei hengen täyttämiseksi. (Dickinson & Street 1985, 5- 52; Thompson 1985, 124- 127.)

Porterin (1985, 80) mukaan Britannian soveltaman kiintiöpolitiikan päävaikuttimena olikin itse asiassa yritys saada amerikkalaisyhtiöt investoimaan maan elokuvateollisuuteen. Siinä myös onnistuttiin. Brittiläinen elokuvateollisuus joutui Hollywoodin talutusnuoraan ja riippuvaiseksi sen rahoituksesta, mikä jätti pysyvät jälkensä niin maan elokuvaan kuin elokuvapolitiikkaan (ks. myös Dickinson & Street 1985 ja Walker 1986). Hill (1993) kutsuukin Britannian elokuvateollisuutta ”Hollywoodin siirtokunnaksi”.⁵

Vuonna 1947 syntynyt tullitariffeja ja kauppaa koskenut kansainvälinen yleissopimus eli GATT kielsi kotimaisia tuotteita ulkomaisiin nähden suosivat kiintiöt ja siten esimerkiksi elokuvatoimistoille asetetun levityskiintiön. Sen sijaan elokuvateattereita koskeva esityskiintiö nimenomaisesti sallittiin poikkeuslausumalla, joskin samalla edellytettiin sen asteittaista purkamista (ks. *Towards a European common market for television* 1987, 44). GATT-velvoitteista huolimatta Britannian vuonna 1951 säätämä 30 prosentin esityskvootti säilyi voimassa yli kolme vuosikymmentä, kunnes konservatiivihallitus ensin puolitti sen 1982 ja lakautti kokonaan seuraavana vuonna (Dickinson & Street 1985, 196- 198 ja 247; Guback 1969, 34).

Britannia ei lopulta ollut ainoa maa, joka päätyi käyttämään hyväkseen Hollywoodin kiinnostusta Euroopan markkinoihin. Ranska liberalisoi tuontikiintiöitään tuntuvasti 1960- luvulla, koska majors- yhtiöt olivat vähitellen muuttuneet maahantuojista yhteistyökumppaneiksi, jotka rahoittivat tuntuvan osan maan elokuvatuotannosta. Samasta syystä Italia poisti 1962 käytännöllisesti katsoen kaikki tuontirajoitukset, mihin Gubackin (1969, 27) tulkinnan mukaan vaikutti myös se, että Hollywood- tuotteiden tulva oli laantunut ja eurooppalaisen elokuvan tuotanto puolestaan elpynyt.

Guback (mt., 19- 20) on myös arvellut, että kansallisen elokuvatuotannon merkityksensä asema selittäisi sen, miksi Euroopan pienistä maista vain harvat päätyivät kiintiöihin tai rajoituksiin. Johtopäätöstä on syytä epäillä, sillä jopa Suomi vapautti vuonna 1930 kotimaiset elokuvat leimaverosta mutta langetti ulkomaisille elokuville 35 prosentin veron. Kotimaisen elokuvan suosituimmuusasema poistettiin lainsäädännöstä vasta vuoden 1964 leimaverolaissa, koska sen arveltiin olevan ristiriidassa GATT- sopimuksen kanssa. (Ks. Elokuva- poliittisen komitean I osamietintö 1973, 30- 31; Keto 1974, 58- 60.)

Kiintiöiden ja rajoitusten avulla kansalliselle elokuvateollisuudelle saatiin monissa maissa rauhoitettua hieman suurempi siivu markkinoista kuin mihin muuten olisi pystytty. Tämä pätee etenkin 1920- luvulta 1940- luvun lopulle, kun taas 1950- luvulta alkaen markkinoiden muutokseen vaikutti pikemminkin amerikkalaisen elokuvan tarjonnan väheneminen ja kansalliset tukijärjestelmät kuin protektionismi. Samanaikaisesti Hollywood myös siirsi osan tuotannoistaan taloudellisista syistä vanhalle mantereelle (ks. etenkin Guback 1969, 142- 163).

Se että Euroopan kansalliset elokuvat 1970- luvulta alkaen jälleen menettivät asemiaan, tuskin johtui markkinoiden vapautumisesta. Pikemminkin muutos oli seurausta elokuvissakäynnin vähäisyydestä ja siten entistä kovemmasta kilpailusta. Sikäli kuin kansallinen elokuvateollisuus pystyi säilyttämään asemansa ja yritysrakenteensa — kuten kenties Britanniaassa, Ranskassa ja Italiassa — se johtui yhtäältä julkisesta tuesta ja toisaalta Hollywoodin tarjoamasta tuotanto- ja markkinointiyhteistyöstä (vrt. Hill 1993, 215).

Ideologiset ja kulttuuriset syyt. — Kansallissosialistien noustua valtaan Saksassa amerikkalaisien elokuvien osuutta ensi- illoista onnistuttiin laskemaan entisestään, ja esimerkiksi 1937 se oli enää 18 prosenttia (Tunstall 1977, 284). Sodan aikana Saksa ja sen useimmat liittolaismaat — Italia, Romania, Unkari, Bulgaria ja Kroatia — kielsivät amerikkalaiselokuvat kokonaan.

Ideologiset syyt vaikuttivat myös Suomessa vuosien 1942- 44 ns. filmiriitaan. Suomen Filmikamari, joka kuului saksalaismieliseen Kansainväliseen filmikamariin (IFK), joutui käsit-

telemään Saksan tekemää esitystä amerikkalaisten elokuvien kieltämisestä kokonaan "kieltoisfilmienä". Kiellon kannattajat hävisivät asiasta käydyin äänestyksen ja perustivat uuden, rinnakkaisen keskusjärjestön, Suomen Filmiliiton.⁶ Vaikka osa elokuvatoimistoista ei tuonut maahan enää uusia amerikkalaisia elokuvia, niiden osuus filmiriidan syvimpänäkin vuotena 1943 oli edelleen kaikkein suurin, kolmannes ensi-illoista. Saksalaisten osuudeksi jäi 24 prosenttia. (Uusitalo 1977, 19-27.)

Kenraali Francon Espanja onnistui viisikymmentluvulla asettamaan amerikkalaiselle elokuvalle poikkeuksellisen lujan tuontikiintiön ns. baremo- järjestelmän avulla. Vuonna 1958 käynnistynyttä kiintiöintiä edelsi kolme vuotta kestänyt boikotti, joka johti Hollywoodin tappioon: brittiläiset, italialaiset ja ranskalaiset elokuvat valloittivat Espanjan markkinat, ja amerikkalaiset menettivät jopa maassa olleet elokuvatoimistonsa espanjalaisiin käsiin. Baremo- järjestelmässä myönnettiin tuontilupia mutkikkaan laskutavan perusteella, jossa elokuvatoimistot keräsivät pisteitä levittämällä mahdollisimman paljon espanjalaisia elokuvia. (Guback 1969, 29-36.) Hollywood alistui lisensseihin, koska katsoi paremmaksi saada edes jonkin verran tuloja Espanjasta kuin olla kokonaan niitä ilman.

Missä määrin baremon taustalla vaikuttivat ideologiset, "amerikkalaisvastaiset" vaikuttimet, on kuitenkin epäselvää. Järjestelmä hyödytti Espanjan omaa elokuva-alaa, joka sai itse hallita markkinoita ilman amerikkalaistoimistojen määräysvaltaa.

Ideologisia syitä on käytetty perusteena myös kiintiöitä vastustettaessa. Kun britit yrittivät vuonna 1938 tiukentaa kiintiömääräyksiään, Yhdysvaltain ulkoministeriö taivutti Britannian pitäytymään maltillisessa 15 prosentin levitys- ja 12,5 prosentin esityskiintiössä. Yhdysvallat halusi painostamalla pitää eurooppalaisen liittolaisensa paitsi taloudellisen myös poliittisen liberalismiin rintamassa. (Dickinson & Street 1985, 94-100.)

Myös sodanjälkeinen Saksa koettiin tärkeäksi markkina-alueeksi. Elokuvateollisuuden vientijärjestön MPEA:n julistettua, että "olisi epäloogista rajoittaa amerikkalaisten elokuvien voimallista viestiä läntisellä miehitysvyöhykkeellä" (lainaus Guback 1969, 104), Länsi-Saksaan ei koskaan säädetty virallisia tuonti- tai esityskiintiötä. Vuonna 1950 amerikkalaiset sen sijaan oma-aloitteisesti ehdottivat "herrasmiehsopimusta", jolla maahantuotujen Hollywood-elokuvien määrää rajoitettiin. Eteen tarkoitus oli estää virallisten kiintiöiden asettaminen. (Mt., 103-104 ja 130-133.)

Ideologiset syyt ovat olleet Hollywoodiin kohdistuneiden rajoitusten motiivina vain poikeusoloissa eli lähinnä viime sotien aikana. Lakien ja määräysten tasolla amerikkalaisia elokuvia on vain harvoin vastustettu niiden "amerikkalaisuuden takia", vaikka anti-amerikanismi onkin vaikuttanut esimerkiksi Ranskan elokuvapolitiikan taustalla 1920-luvulta alkaen (ks. esim. Benson 1987 ja Strauss 1977).

Kansantaloudelliset syyt. — Myös kansakunnan elintärkeät taloudelliset edut vaikuttivat elokuva-alan rajoituksiin lähinnä vain toisen maailmansodan aikana ja sen jälkeisinä jälleerakennusvuosina. Esimerkiksi Saksasta kertyneet vientitulot jäivät pitkäksi aikaa suljetuille tileille odottamaan talouden vapautumista. Dollaripulasta kärsinyt Ranska pidatti vuosina 1946-48 osan amerikkalaisyhtiöiden tuloista. Hollywood ei kuitenkaan protestoinut, koska se katsoi vahingot vähäisiksi. (Guback 1969, 21-23 ja 130.) Vakavampaan konfliktiin amerikkalaiset elokuvayhtiöt ajautuivat Britanniassa saarivaltakunnan jouduttua talousvaikeuksissaan punnitsemaan, "valitako Bogart vai pekoni".⁷

Jo sodan alkuvaiheissa maat olivat sopineet, että vain osa amerikkalaisten elokuvien lipunmyyntituloista voitaisiin siirtää pois maasta. Yhdysvaltain liittyttyä sotaan kaikki maksurajoitukset kuitenkin poistettiin, kunnes ne sodan päätyttyä tulivat uudelleen ajankohtaisiksi. Nyt päämotiivina oli jättiläismäinen vaihtotasevaje: dollareita ei ollut tuhlattavaksi toisarvoiseen, esimerkiksi elokuvien tuontiin. Voimassa oleva maltillinen kiintiö, jonka mukaan 15 prosenttia elokuvateatterien ohjelmistosta oli oltava brittiläistä, oli kahdessakin mielessä ongelmallinen. Yhtäältä kiintiö oli liian korkea; monet teatterit eivät pystyneet täyttämään vaatimusta, koska kotimaisia elokuvia ei yksinkertaisesti ollut riittävästi. Toisaalta kiintiö oli liian alhainen jättäessään valtaosan markkinoista kalliille dollarielokuville. (Dickinson & Street 1985, 120- 129 ja 179- 186; Swann 1987, 84- 85.)

Labour- hallitus punnitsi kolmea eri keinoa pysäyttää elokuvarahojen virta maasta. Yksi mahdollisuus olisi ollut pidättää osa elokuvatoimistojen myyntituloista Britanniaan ja tulkita ne osinkotuloksi, jolle voitaisiin asettaa korkea vero. Toinen mahdollisuus oli elokuvien valtiollinen tuontimonopoli. Kolmas keino oli suora tuontitulli, mikä lopulta valittiin ratkaisuksi. Tuontitullin määrääminen filmin tullessa maahan oli vaikeaa, koska elokuvan todellinen arvo määryytyy vasta markkinoilla, kysynnän mukaan. Siksi kehitettiin järjestelmä, jossa elokuvatoimistot joutuisivat maksamaan takuusumman jokaisesta elokuvasta, ja lopullinen tulli määrättäisiin vasta elokuvan menestyksen selvittyä. (Dickinson & Street 1985, 184.)

Dickinsonin ja Streetin (mt., 185- 187) mukaan tuontitulliepisode on koko Britannian elokuvapolitiikan kohtalokkain virhe. Britit uskoivat Hollywoodin alistuvan määräkseen. Niinpä kun pääministeri Clement Atlee elokuussa 1947 ilmoitti, että tuontielokuvia rangastaisiin peräti 75 prosenttiin tullilla, MPAA kokoontui jo seuraavana päivänä pohtimaan vastakeinoja ja julisti nopeasti Britannian markkinat boikottiin. Britanniassa oli 1930- luvulta asti ollut korkea huvivero, joka söi osan elokuvatoimistojen tuloista, mutta koskaan aiemmin maan hallitus ei ollut suoran tullin keinoin puuttunut amerikkalaisten etuihin näiden tärkeimmällä eurooppalaisella markkina- alueella.

Boikottia kesti puoli vuotta, ja se päättyi brittihallituksen tappioon. Syitä oli kolme. Ensimmäkin tullimääräys ei koskenut niitä kymmeniä amerikkalaisia elokuvia, jotka jo olivat maassa odottamassa ensi- iltaansa. Toiseksi amerikkalaiset käyttivät hyväkseen elokuvien suosiota ja elokuvissakäynnin suurinta buumia tuomalla teattereihin myös uusintoja. Hollywoodin rahavirta Britanniasta ei siten ehtynyt. Kolmanneksi brittihallitus ei ollut valmistellut minkäänlaisia toimia kotimaisten elokuvien saamiseksi markkinoille tyydyttämään valtavaa elokuvannälkää, saati taivutellaakseen elokuva- alaa toimenpiteidensä tueksi. Elokuvatoimistot ja teatterit painostivat hallitusta luopumaan tullista voidakseen tarjota yleisön kaipaamaa ohjelmistoa. (Mt., 187- 188.)

Maaliskuussa 1948 tullimääräys peruutettiin. Uusi sopimus tosin rajoitti rahojen siirtoa ulkomaille mutta salli niiden käytön brittiläisessä elokuvateollisuudessa tapahtuviin investointeihin, esimerkiksi oikeuksien ostoon, tuotantoon jne. (Mt., 190; ks. myös Guback 1969, 19; Swann 1987, 101- 102.) Määräys pikemminkin hyödytti kuin haittasi Hollywoodia.

1950- luvulta alkaen dollarivirtojen määrällä sen paremmin kuin suunnalla ei ollut enää merkitystä. Hollywoodin oma tuotanto väheni ja amerikkalaiset sitoutuivat yhä lujemmin yhteistuotantoihin Britanniassa ja muualla Länsi- Euroopassa.

Vapaiden sisämarkkinoiden linnoitus

EY:n komission lokakuussa 1989 hyväksymän *Televisio ilman rajoja* -direktiivin tavoitteena oli muodostaa Länsi-Euroopasta yhtenäinen ja vapaa markkina-alue, mutta vastoin otsikkonsa ilmisäältä se loi samalla Euroopan ympärille muurin, jonka yli ulkopuolisten olisi enintään vaikeampi tunkeutua (ks. esim. Papathanassopoulos 1990, Porter 1990, Soramäki & Okkonen 1993). Lokakuussa 1991 voimaan tulleen protektionistisen direktiivin päämaalina on Hollywood.

Direktiivin määräys, jonka mukaan jäsenmaiden tv-ohjelmistosta enemmistön on oltava eurooppalaista tuotantoa, on muodostunut viime vuosien keskeiseksi jännityksen aiheuttajaksi Hollywoodin ja Brysselin välisissä suhteissa. Kolme viikkoa direktiivin hyväksymisen jälkeen Yhdysvaltain kongressin edustajainhuone tuomitsi sen ei-toivottavaksi kaupanrajoitustoimeksi.⁸ Sittemmin direktiivi vaikeutti vakavasti GATT:n Uruguayn kierroksen neuvotteluja, kun EU ajoi — siinä onnistumatta — GATT-sopimukseen audiovisuaalisia tuotteita ja palveluita koskevaa poikkeuslausumaa.

Direktiivin nostama häly on osittain yllättävääkin, koska Euroopan audiovisuaaliset markkinat — kuten edellä on nähty — ovat jo vuosikymmenien ajan tavalla tai toisella varustautuneet Hollywoodia (tai ylipäänsä ulkomaista tarjontaa) vastaan. Sekä yleisradiotoiminnassa että elokuvatuotannossa maanosien traditiot ovat syvästi vastakkaiset: Yhdysvalloissa on vallinnut vapaa kaupallinen kilpailu,⁹ minkä ovat mahdollistaneet suuret markkinat ja yksi hallitseva kieli. Eurooppa taas on perinteisesti ollut suojattu markkinaympäristö, kuten Dupagne (1992b, 14-15) ja Porter (1985, 115-116) korostavat; maanosa on ollut kielen ja kansallisvaltioiden pirstoma, ja yleisradiotoiminta on pääsääntöisesti ollut julkisesti rahoitettua kuten enenevästi myös elokuvatuotanto. Tämä vastakkaisuus selittää paljolti sen, miksi eurooppalaiset ovat perustelleet kiintiöpolitiikkaansa kulttuurisin argumentein, kun taas amerikkalaisten perustelut ovat nojanneet vapaakauppaan.

Toimiluvilla ja lainsäädännöllä kansalliset yleisradiolaitokset on Euroopassa valjastettu vaalimaan kansallisen ohjelmatuotannon etuja (ks. esim. *Towards a European common market for television* 1987, 49-68). EU:n langettamat lisävaatimukset eivät siten sanottavammin mullistaneet yleisradiolaitosten perinteisiä julkisen palvelun, kansallisen ohjelmatuotannon ym. velvoitteita. Eräissä maissa, kuten Italiassa ja Ranskassa ohjelmatarjonnan kotimaisuusasteesta oli säädetty laissa jo ennen direktiiviä. Toisaalta audiovisuaalisen alan säädöksiä oli harmonisoitu Euroopassa jo vuodesta 1966, jolloin EEC ulotti elokuvateatterien esityskiintiöt kattamaan kaikkien jäsenmaiden tuotannot (ks. Guback 1969, 95-96).

Maaliskuussa 1995 EU:n komissio teki pitkään kiistellyn esityksen, jonka mukaan nykyisen direktiivin voimassaoloaikaa tulisi jatkaa vielä kymmenellä vuodella sekä tiukentaa eräin osin (ks. esim. Raivio 1995a ja Williams & Stern 1995). Uudesta direktiivistä on määrä päätätä kesäkuussa.

Mitä tähänastinen direktiivijupakka on opettanut eurooppalaisille? Noudatettuun kiintiöpolitiikkaan sisältyy ainakin seuraavat kahdeksan ristiriitaa tai aukkoa:

(1) Eurooppa ei koskaan ole ollut yksimielinen kiintiöasiassa. Vuoden 1989 direktiivi oli kompromissi "interventionistien" ("dirigistilobbyn") ja "liberaalien" ("vapaakauppalobbyn") kesken, kuten Collins (1993) on asetelmaa kuvannut. Selvimmin asetelma on ilmennyt Ranskan ja Ison-Britannian välisenä jännitteenä. Italia, Espanja ja Belgia ovat esiintyneet Ranskan rintamassa, samoin viime kädessä Saksa; Hollanti ja Tanska ovat Britannian rin-

tamassa. Komission esittäessä maaliskuussa direktiivin jatkamista kiintiöleiriin liittyi myös Suomi (Raivio 1995b). On varmaa, että EU:n yritykset luoda yhtenäistä audiovisuaalista politiikkaa tulevat jatkossakin jakamaan mielipiteitä jäsenmaiden kesken.

(2) Direktiivikeskustelussa ilmenee *ristiriitaisen "kaksoispuheen"* sävyjä. Yhtäältä EU:n audiovisuaalisen politiikan ydintavoitteet ovat taloudellisia: saattaa maanosan ohjelmateollisuus vapaan kaupan ja yhtenäisten sisämarkkinoiden piiriin. Toisaalta EU:n ulkopuolisten maiden tuotantoa halutaan rajoittaa kulttuurisista syistä. Kaupan rajoituksia (kuten kiintiö) perustellaan kulttuuripoliittisin perustein, kun taas eräitä EU:n käynnistämiä puhtaasti kulttuuripoliittisia hankkeita (kuten audiovisuaalisen alan tueksi luotu MEDIA- ohjelma) puolustetaan teollisuuspoliittisin tai taloudellisin argumentein. (Porter 1992.)

(3) Itse asiassa EU:n omaksuma 50 prosentin *kiintiö on varsin maltillinen* tai jopa "vesitetty", kuten Dupagne (1992a, 114- 115) sitä luonnehtii. Alun perin komissio ehdotti eurooppalaiselle ohjelmistolle 60 prosentin osuutta. Määräystä on kuvattu myös "pehmeäksi" ja "liberaaliksi" (ks. Hirsch & Petersen 1992, 44- 45), velvoittaahan se jäsenmaita noudattamaan kiintiötä vain "mahdollisuuksien mukaan ja soveltuvin keinoin". On myös arveltu (mt., 49), että EU:n harmonisoiu mutta "pehmeä" kiintiöpolitiikka veisi pohjan eräiden maiden pyrkimyksiltä noudattaa vielä tiukempaa kiintiöintiä. Toisaalta direktiivi asettaa vain vähimmäistason, ja esimerkiksi Ranskassa 50 prosenttia tarjonnasta on oltava kotimaista ja peräti 60 prosenttia eurooppalaista tuotantoa (ks. esim. Hayward 1993).

(4) Tv- direktiivin kiintiö *kattaa vain televisiotoiminnan*, ei esimerkiksi ohjelmien levitystä elokuvateattereissa tai videokasetteina. Elokuvateatterit ja video kuitenkin muodostavat valtaosan, 70 prosenttia, Hollywoodin ulkomaisesta myynnistä. Elokuvateattereissa amerikkalaisen elokuvan yleisömäärä on pysynyt ennallaan, mutta eurooppalaisen elokuvan katsojaluku laskenut vuosikymmenessä alle puoleen (European Commission 1994b, 21, 83). Markkinoiden valtavirtaan direktiivi ei siten ole koskettanut.

(5) Tv- direktiivin kiintiömääräys *ei ole sanottavammin vaikuttanut Hollywoodin asemaan Euroopassa*. Negrine ja Papathanassopoulos (1990, 76) jopa arvioivat direktiivin kääntyvän "Yhdysvaltain etujen selväksi voitoksi". Siihen on nähtävissä kolme syytä. Ensimmäkin kuten esimerkiksi Sepstrup (1990, 55- 57) on osoittanut, kvootti tuskin muuttaa amerikkalaisen ohjelmiston perinteisesti maltillista osuutta Euroopan tv- kanavilla. Toiseksi kymmenien uusien tv- kanavien syntyminen Eurooppaan lisää Hollywood- yhtiöiden kokonaismarkkinoita, vaikka kiintiö rajoittaisikin niiden täyttää riistämistä. Hollywood- lähteisiin nojaten Sochay ja Litman (1992, 51) arvioivat, että "Yhdysvaltain elokuvateollisuuden ulkomaisten tulojen arvioitu kasvu ylittää selvästi kauppajarjoitusten aiheuttamat menetykset". Kolmanneksi elokuvateattereissa ja videomarkkinoilla Hollywoodin ylivalta jatkuu ja jopa kasvaa.

(6) Nykyisessä muodossaan kiintiö *ei kykene estämään Hollywoodin investointeja audiovisuaaliseen ohjelmatuotantoon Euroopassa* — eikä ilmeisesti edes tähtää siihen. Major- yhtiöt ovat tunnustaneet, että yhteistuotannot ja yhteisyritysten perustaminen Länsi- Eurooppaan on niiden lähivuosien tärkein toimintamalli (ks. Gershon 1993, 6; Sochay & Litman 1992, 42- 43). Molemmat tekevät mahdolliseksi "kiertää" kiintiösäännöksiä ja ikään kuin "eurooppalaistaa" amerikkalaisia tuotantoja.

(7) Kiintiö *ei ole auttanut vahvistamaan eurooppalaista ohjelmatuotantoa*. Kuten EU:n komission viimevuotinen strategiapaperi (ks. European Commission 1994a, 26) myönsi, kvootti on vastoin tavoitettaan johtanut kaksinaipaiseen ohjelmapolitiikkaan, joka on sekoitus

kansallista ja amerikkalaista tuotantoa. Eurooppalainen televisiotoiminta on ytimeltään yhä kansallista tai vähintäänkin kieleen sidottua. Toiseksi säännös suosii suuria EU- maita, joilla on suuret kotimaiset markkinat ja paremmat mahdollisuudet ylläpitää laajaa ohjelmatuotantoa. Pienet maat ovat aina olleet riippuvaisempia amerikkalaisesta ohjelmistosta (ks. Sepstrup 1990). Kolmanneksi Ranskan ajama tiukka kiintiöpolitiikka heijastelee paljolti sen omia intressejä kohota Britannian rinnalle Euroopan toiseksi ohjelmatuotannon keskuksesi ja päästä hyötymään eurooppalaisista markkinoista (Burgelman & Pauwels 1992).

EU:n hyvistä pyrkimyksistä huolimatta Euroopan ohjelmateollisuus on yhä pirstaleista, sen tuotteet ovat taipuvaisia jäämään vain kansallisille markkinoille, eikä sen tukena ole kattavaa levitysjärjestelmää.¹⁰ Eurooppalainen ohjelmavienti Yhdysvaltoihin on kasvanut, mutta Hollywoodin tuonti EU- maihin on volyymiltaan yhä nelinkertainen siihen nähden (Soramäki 1995, 183.) On myös väitetty, että EU:n mekanismit ovat poikineet ohjelmahankkeita, jotka on tarkoitettu pikemminkin joko lypsämään tukirahoja tai täyttämään kiintiövelvoitteita kuin aidosti levitettäväksi ja yleisön nautittaviksi (ks. esim. Hayward 1993, 387).

(8) Lopuksi on huomautettava, että koska audiovisuaalisille tuotteille ei lopulta myönnetty GATT- neuvotteluissa poikkeusasemaa, ohjelmakaupan nykyiset *rajoitukset on asteittain purettava*. Vaikkei EU suostunutkaan Yhdysvaltain vaatimiin välittömiin liberalisointitoimiin, rajoitusten poistamiseen on vähitellen mukauduttava, kuten EU komission asiantuntijaryhmäkin myöntää (ks. European Commission 1994b, 32). Vaikka EU kesäkuussa päättäisikin jatkaa tv- direktiivinsä kiintiömääräysten voimassaoloaikaa, kiintiöpolitiikan aika on auttamatta kulumassa umpeen.

Keskustelua

Historiallinen tarkastelu osoittaa, että halu rajoittaa amerikkalaisen elokuvateollisuuden vaikutusvaltaa on pääpiirteissään noudattanut kansainvälisen elokuvakaupan rakenteissa tapahtuneita muutoksia. Protektionismilla on taipumus yltyä Hollywoodin valtakausina; rajoitukset taas lientyvät kansallisen elokuvan parantaessa asemiaan eri maissa. Aktiivisen kiintiöpolitiikan kausia ovat olleet 1920- luku, 1940- luku ja — viime vuodet 1980- luvun jälkipuoliskolta alkaen. Pitkä jakso 1950- luvulta 1970- luvulle oli liberalisoinnin kautta, jolloin amerikkalaisen elokuvan osuus eri Euroopan maiden markkinoista oli alhaisimmillaan.

1960- luvulta alkaen amerikkalaisen elokuvan tie elokuvateattereihin on ollut varsin vapaa. 1980- luvulla sääntelyn painopiste siirtyi televisiotoimintaan, jolla jo aiemminkin oli pitkälle vietyjä julkisia velvoitteita. Markkinoiden uuteen valtavirtaan, videoon, EU:n audiovisuaalinen politiikka ei ole puuttunut.

Kiintiöillä on ollut korkeintaan rajallinen kyky vaikuttaa kansallisen — ja nyttemmin eurooppalaisen — elokuva- ja ohjelmateollisuuden elintilaan. Etenkin elokuvateattereissa kotimaisen/eurooppalaisen elokuvan markkinaosuus vaihtelee pienimpien maiden parista prosentista Ranskan runsaaseen kolmannekseen (Lange 1994, 103- 106). Kiintiö ei ole muuttanut myöskään kansallisten tv- kanavien perinteisesti korkeaa kotimaisuusastetta, jos kohta sillä on kenties ollut uusien kaupallisten kanavien ”amerikanisoitumista” hillitsevä vaikutus. Kansallisella kielellä tehty kotimainen ohjelmisto on Länsi- Euroopan tv- kanavilla yhä suosituinta (Biltreyt 1992, Sepstrup 1990) — eikä se ole kiintiöiden ansiota.

Hollywoodin havaittiin aina suhtautuneen kielteisesti Euroopan yrityksiin rajoittaa sen

markkinoita. MPAA:n ja sen vientijärjestön MPEA:n ”ulkopolitiikka” on tähänny rajoittamattomaan vapaakauppaan, joskin useimmiten kiintiöt on jouduttu hyväksymään ”välttämättömänä pahana”. Etenkin esitysikiintiöt — jollaiseksi myös tv- direktiivin määräys on tullut — on yleensä tulkittu protektionismin lievimmiksi sovellutuksiksi, koska ne ovat tehneet Hollywoodin markkinoihin vain vähäisiä lovia. Jopa Yhdysvalloista katsoen kiintiöt on mahdollista nähdä myönteisessä valossa: ne ovat vakauttaneet markkinoita ja lisänneet niiden ennustettavuutta. Samalla kun ne ovat määritelleet kotimaisen (tai eurooppalaisen) ohjelmiston minimitason, ne ovat auttaneet Hollywoodia määrittelemään markkinoidensa ylärajan.

Hollywoodin vahvaa asemaa kiintiöpolitiikalla ei ole kyetty murtamaan. Sitä yhdistävät MPAA- yhtiöiden kiistattomat yhteiset intressit. Euroopassa elokuva- alan edut ovat hajonneet: tuottajat, maahantuojat, elokuvateatterit ja viestintäpoliitikot tuntuvat kaikki vetävän eri suuntiin. Elokuvateatterit ovat aina halunneet amerikkalaisten elokuvien vapaata virtaa, ja viestintäpolitiikan suunnasta käydään jatkuvaa kiistaa ”dirigistien” ja ”vapaakauppalobbyn” kesken.

Pahimmillaan eurooppalainen kiintiöpolitiikka on, kuten Mattelart ym. (1984, 17- 18) väittävät, luonut keinotekoisia ja diskriminoivia rajoja, palvellut sektorikohtaisia tuottajaintressejä ja synnyttänyt vain näennäisesti ”kansallisia” tai ”eurooppalaisia” ohjelmia. Kvootit yksin ilman ohjelmatuotannon ja koko ohjelmateollisuuden lujaa tukijärjestelmää, jollaiseksi uutta MEDIA- ohjelmaa toki yritetään kehittää (ks. Soramäki 1995), ovat pikemminkin haitaksi kuin hyödyksi. Ilman massiivista julkista tukea eurooppalainen ohjelmatuotanto jää pysyvästi kansallisiin lokeroihinsa.

Viitteet

1. Vuoden 1965 elokuvalakiin sisällytetyn kiintiömääräyksen sanamuoto edellytti jokaisen elokuvateatterin esittämään jokaisen vuosineljänneksen 25 päivänä (eli satana päivänä vuodessa) italialaisia tai eurooppalaisia elokuvia (Sochay & Litman 1992, 40). Käytännössä se tarkoitti, että jokaisen elokuvateatterin ohjelma- ajasta noin 27 prosenttia piti varata italialaiselle (tai EU:n alueella tuotetulle) elokuvalle. Uudistettu elokuvalaki astui voimaan tammikuussa 1994.
2. Major- yhtiöiksi lasketaan nykyisin seuraavat kuusi Hollywood- studiota: Walt Disney, Warner Bros., Paramount, Universal, Fox ja Sony. Niiden osuus Yhdysvaltain elokuvateatterien lipunmyynnistä vuonna 1994 oli 80,4 prosenttia (Klady 1995a).
3. Arvio on Yhdysvaltain ulkomaankauppaministeriön (ks. esim. Sochay & Litman 1992, 31; Wasko 1994, 222.)
4. Ison- Britannian ns. Eady- vero (Eady Levy) perustui aluksi sopimus pohjaiseen järjestykseen. Lakisääteiseksi se tuli 1957. (Ks. esim. Swann 1989, 135- 136.)
5. Esimerkiksi 1960- luvun lopulla jopa 80- 90 prosenttia ”brittiläisistä” elokuvista tehtiin amerikkalaisen rahoituksen turvin (Dickinson & Street 1985, 233- 134).
6. Tämän mitä ilmeisimmän pragmaattisista syistä saksalaisia myötälleen järjestön vaikutusvallasta kertoo, että sen hallitukseen kuuluivat sekä Suomen Filmitoimikunnan T.J. Särkkä että Suomi- Filmin Risto Orko.
7. Lausahdus on Robert Boothbyn, alahuoneen jäsenen, marraskuulta 1945 (lainaus Dickinson & Street 1985, 180).
8. Yhdysvaltalaisista reaktioista direktiiviin, ks. esim. Brown 1991, Kleinstuber 1990.
9. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö Yhdysvaltain yleisradiotoimintaa tai elokuvateolli-

suutta säädeltäisi poliittisin välinein. FCC:n rooli esimerkiksi tv- toiminnan ohjaajana on yleisesti tunnettu. Vähemmän yleensä tiedetään niistä veropoliittisista säädöksistä, joilla Hollywood- yhtiöitä on tosiasiallisesti subventoitu (ks. Guback 1987).

10. Vain joka viides Euroopassa tuotettu elokuva nähdään jossain muualla kuin vain tuottajamaassaan. — Eurooppalaisen ohjelmateollisuuden kriisi on kenties parhaiten kartoitettu EU:n komission asiantuntijaryhmän raportissa, jossa on 31- kohtainen "kriisin kromologia" (ks. European Commission 1994b).

KIRJALLISUUS

- Azzeni, Paola (1994) New Film Laws in Europe: Italy. *Sequentia* 1(1994):1, 13.
- Balio, Tino (1990) Responding to Network Television: Introduction. Teoksessa: Balio, Tino (toim.) *Hollywood in the Age of Television*. Boston: Unwin Hyman, 1- 40.
- Benson, Edward (1987) Leisure and Monopoly Capital. Concentration and Standardization in Franco- U.S. Trade in Film. Teoksessa: Austin, Bruce (toim.) *Current Research in Film: Audiences, Economics, and Law*, 3. Norwood, N.J.: Ablex, 121- 135.
- Bilteyst, Daniël (1992) Language and Culture as Ultimate Barriers? An Analysis of the Circulation, Consumption and Popularity of Fiction in Small European Countries. *European Journal of Communication* 7(1992):4, 517- 540.
- Brown, Duncan (1991) Citizens or Consumers: U.S. Reactions to the European Community's Directive of Television. *Critical Studies on Mass Communication* 8(1991):1, 1- 12.
- Burgelman, Jean- Claude & Pauwels, Caroline (1992) Audiovisual Policy and Cultural Identity in Small European States. The Challenge of a Unified Market. *Media, Culture & Society* 14(1992):2, 169- 183.
- Collins, Richard (1993) *Broadcasting and Audio- Visual Policy in the European Single Market*. London: John Libbey.
- Conant, Michael (1960) *Antitrust in the Motion Picture Industry: Economic and Legal Analysis*. Berkeley: University of California Press.
- Dickinson, Margaret & Street, Sarah (1985) *Cinema and the State. The Film Industry and the British Government*. Lontoo: BFI.
- Docherty, David & Morrison, David & Tracey, Michael (1986) The British Film Industry and the Declining Audience. Demythologizing the Technological Threat. *Journal of Communication* 36(1986):4, 27- 39.
- Dupagne, Michel (1992a) EC Policymaking: The Case of the "Television without Frontiers" Directive. *Gazette* 49(1992):2, 99- 120.
- Dupagne, Michel (1992b) Factors Influencing the International Syndication Marketplace in the 1990s. *Journal of Media Economics* 5(1992):3, 3- 30.
- Elokuvapoliittisen komitean I osamietintö (1973). Komiteamietintö 121. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- European Commission (1994a) *Strategy Options to Strengthen the European Programme Industry in the Context of the Audiovisual Policy of the European Union*. Green paper. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- European Commission (1994b) *The Report by the Think- Tank on the Audiovisual Policy in the European Union*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Film Production: Signs of European Recovery (1992). *Screen Digest*, April, 81- 88.
- Film Releases and Market Shares (1993). *Screen Digest*, December, 273- 280.
- Garnham, Nicholas (1990) *Capitalism and Communication. Global Culture and Economics of Information*. Lontoo: Sage.
- Gershon, Richard (1993) International Deregulation and the Rise of Transnational Media Corporations. *Journal of Media Economics* 6(1993):2, 31- 56.
- Guback, Thomas (1969) *The International Film Industry. Western Europe and America since 1945*. Bloomington ja Lontoo: Indiana University Press.
- Guback, Thomas (1976) *Hollywood's International Market*. Teoksessa: Balio, Tino (toim.) *The American Film Industry*. Madison: The University of Wisconsin Press, 387- 409.
- Guback, Thomas (1987) *Government Financial Support to the Film Industry in the United States*. Teoksessa: Austin, Bruce (toim.) *Current Research in Film: Audiences, Economics, and Law*, 3. Norwood, N.J.: Ablex, 88- 104.
- Guback, Thomas & Dombkowski, Dennis (1976) *Television and Hollywood. Economic Relations in the*

- 1970's. *Journal of Broadcasting* 20(1976):4, 511- 527.
- Hayward, Susan (1993) *State, Culture and the Cinema. Jack Lang's Strategies for the French Film Industry 1981- 93*. *Screen* 34(1993):4, 380- 391.
- Hellman, Heikki & Soramäki, Martti (1991) Kilpailu ja erikoistuminen videomarkkinoilla. Myynti- ja vuokra- kasettimarkkinoiden eriytymisestä Yhdysvalloissa. *Lähikuva* (1991):4, 5- 16.
- Hellman, Heikki & Soramäki, Martti (1994) Competition and Content in the U.S. Video Market. *Journal of Media Economics* 7(1994):1, 29- 49.
- Hill, John (1993) Government Policy and the British Film Industry 1979- 90. *European Journal of Communication* 8(1993):2, 203- 224.
- Hirsch, Mario & Petersen, Vibeke (1992) Regulation of Media at the European Level. Teoksessa: Siune, Karen & Truetzschler, Wolfgang (toim.) *Dynamics of Media Politics. Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. Lontoo: Sage, 42- 56.
- Jowett, Garth & Linton, James M. (1989) *Movies as Mass Communication*. Toinen laitos. Newbury Park: Sage.
- Keto, Jaakko (1974) Elokuvalippujen kysyntä ja siihen vaikuttaneet tekijät Suomessa 1915- 1972. *Acta Academiae Oeconomicae Helsinkiensis*, A:10. Helsinki: The Helsinki School of Economics.
- Klady, Leonard (1995a) Disney Takes Lion's Share of '94 Boffo B.O. *Variety*, January 9- 15, 13, 20.
- Klady, Leonard (1995b) Earth to H'wood: You Win. Overseas Rentals Explode for Majors as Local Films Fade. *Variety*, February 13- 19, 1, 63.
- Kleinstauber, Hans (1990) Unfaire Handelspraktiken oder Kulturpolitik? Die Reaktion in den USA auf die Eigenproduktionsquote der EG- Fernsehrichtlinie. *Media Perspektiven*, 9, 549- 557.
- Lange, André (toim.) (1994) *Statistical Yearbook: Cinema, Television, Video and New Media in Europe, 1994- 1995*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- McAnany, Emile & Wilkinson, Kenton (1992) From Cultural Imperialists to Takeover Victims. Questions on Hollywood's Buyouts from the Critical Tradition. *Communication Research* 19(1992):6, 724- 748.
- Martin y Perez de Nancrales, Jose (1994) New Film Laws in Europe: Spain. *Sequentia* 1(1994):1, 12.
- Mattelart, Armand & Delcourt, Xavier & Mattelart, Michèle (1984) *International Image Markets. In Search of an Alternative Perspective*. Lontoo: Comedia.
- Negrine, Ralph & Papatjanassopoulos, Stylianos (1990) *The Internationalisation of Television*. Lontoo: Routledge.
- Papathanassopoulos, Stylianos (1990) *Broadcasting and the European Community: The Commission's Audiovisual Policy*. Teoksessa: Dyson, Kenneth & Humphreys, Peter (toim.) *The Political Economy of Communications. International and European Dimensions*. Lontoo: Routledge, 107- 124.
- Phillips, Joseph (1975) Film Conglomerate "Blockbusters". *Journal of Communication* 25(1975):2, 171- 182.
- Porter, Vincent (1985) *On Cinema*. Lontoo ja Sidney: Pluto Press.
- Porter, Vincent (1990) The Janus Character of Television Broadcasting. Teoksessa: Locksley, Gareth (toim.) *The Single European Market and the Information and Communication Technologies*. Lontoo ja New York: Belhaven Press, 59- 72.
- Porter, Vincent (1992) Film and Television in the Single European Market — Dreams and Delusions. *Media Law & Practice* 13(1992):4, 148- 157.
- Raivio, Jyri (1995a) Kymmenen vuotta enimmäkseen eurooppalaista tv- ohjelmaa. EU- komissio teki kiistaa herättävän tv- kiintiöehdotuksen. *Helsingin Sanomat* 23.3.1995, D11.
- Raivio, Jyri (1995b) Ranska taktikoi tv- kiintiöiden käsittelyn kesään. Av- ala saanee roimasti eurotukea koulutukseen ja jakeluun. *Helsingin Sanomat* 4.4.1995, D11.
- Sepstrup, Preben (1990) *Transnationalization of Television in Western Europe*. Lontoo: John Libbey.
- Sochay, Scott & Litman, Barry (1992) Export Markets and the U.S. Motion Picture Industry. *Journal of Media Economics* 5(1992):3, 31- 55.
- Soramäki, Martti (1995) Viestintäpolitiikka. Teoksessa: Sana, Elina (toim.) *Tieto- opista mediapeliin. Journalismin tutkimuksen näkökulmia*. Porvoo, Helsinki ja Juva: WSOY, 173- 200.
- Soramäki, Martti & Okkonen, Kirsi- Marja (1993) EY, ETA — audiovisuaalinen politiikka ja viestintäpolitiikka. Teoksessa: Sauri, Tuomo (toim.) *Joukkoviestintätalasto 1993. Kulttuuri ja viestintä 1993:8*. Helsinki: Tilastokeskus, 17- 30.
- Strauss, David (1977) The Rise of Anti- Americanism in France: French Intellectuals and the American Film Industry, 1927- 1932. *Journal of Popular Culture* 10(1977):4, 752- 759.
- Swann, Paul (1987) *The Hollywood Feature Film in Postwar Britain*. Lontoo ja Sydney: Croom Helm.

- Thompson, Kristin (1985) Exporting Entertainment. America in the World Film Market, 1907- 1934. Lontoo: BFI.
- Towards a European Common Market for Television (1987). Contribution to the Debate. Media Monograph 8. Manchester: The European Institute for the Media.
- Tunstall, Jeremy (1977) The Media Are American. Anglo- American Media in the World. Lontoo: Constable.
- U.S. Studio Revenues from Feature Films (1992). Screen Finance, April 8, 10.
- Walker, Alexander (1986) Hollywood, England. The British Film Industry in the Sixties. Lontoo: Harrap.
- Wasko, Janet (1994) Hollywood in the Information Age. Beyond the Silver Screen. Cambridge: Polity Press.
- Williams, Michael & Stern, Andy (1995) Quotas Find Brussels Musclic. EC backs French Proposal, Sets up Heated Debate. Variety, March 27- April 2, 39, 42.
- Uusitalo, Kari (1977) Ruutia, riitoja, rakkautta. Suomalaisen elokuvan sotavuodet 1940- 1948. Helsinki: Suomen elokuvasaatiö.



Filosofinen aikakauslehti

niin & näin

4 kertaa vuodessa.

Vielä rajoitetusti saatavilla irtonumeroja

2/94

• Martin Heidegger: *Tekniikan kysyminen ja Paluu* • Terry Eagletonin haastattelu • Isokrates: *Sofisteja vastaan* • Deleuze & Guattari filosofiasta • Kuusi totuutta totuudesta: keskiäika, Heidegger, hermeneutiikka, Gramsci, Foucault ja Putnam • Ajattelutilan säilyttäminen • Poliittikan paluu vuosisadan alkuun • jne •

3/94

• Jonathan Rée: *Englantilainen filosofia 1950-luvulla* • Nihilismin historia • Friedrich Nietzsche: *Traagisen ajattelun synty ja Sokrateen ongelma* • Elokun filosofian uudet oppikirjat • Tutkijat – kyklooppia vai kojootteja? • Kasvatuksen kadonnut lupaus • Psykoanalyysin ihmiskäsitys • jne •

1/95

• Venäläinen "eksistentiaalismi" • Venäläinen fenomenologia • Venäläinen apokalyptis • Tapas Meier • Neuvostomarxismi ja dialektiikka • Onko venäjällä filosofiaa? • Hegel • *Sofian maailma* • Russellin haaste • Tutkijat ja Suomen henkinen tila • jne •

Tulossa

• G.H. von Wrightin haastattelu • Hermeneutiikka • Spinoza • Oikeusfilosofia • Leibniz • Martin Heideggerin Der Spiegel-haastattelu • Espanjalainen filosofia • Rousseau • Urheilun ihmiskäsitys ja etiikka •

Tilaa nyt

Vuosikerta 130 mk (4 numeroa). Irtonumerot 36 mk. Tilausosoite: niin & näin, PL 730, 33101 Tre. Puhelintilaukset: 931-345 2760. Faksi: 931-345 2960. Sähköposti: fitowa@uta.fi