

Okrugli stol o medijskom pluralizmu / Round Table on Media Pluralism

**Izazovi i potencijali za medijsku raznolikost i pluralizam:
nadziranje koncentracije i osiguranje transparentnosti**



**Challenges and Opportunities for Media Diversity and Pluralism:
Controlling Concentrations and Ensuring Transparency**

Zbornik radova / Reader

Zagreb, Hrvatska, 28. studeni 2003. / Zagreb, Croatia, 28 November 2003

Organizatori / Organized by:

Medijski odjel Vijeća Europe
The Council of Europe - Media Division



Institut za međunarodne odnose (IMO), Zagreb
Institute for International Relations - IMO, Zagreb

IMO

*Institut za međunarodne odnose
Institute for International Relations
Institut pour les relations internationales
Instituto para las relaciones internacionales*

SADRŽAJ / TABLE OF CONTENTS

PROGRAM / AGENDA	4
UVOD / INTRODUCTION	6
UVOD U OKRUGLI STOL O MEDIJSKOM PLURALIZMU	6
DR. ZRINJKA PERUŠKO, VODITELJICA ODJELA ZA KULTURU I KOMUNIKACIJE, INSTITUT ZA MEĐUNARODNE ODNOSE, ZAGREB	
INTRODUCTION TO THE ROUND TABLE ON MEDIA PLURALISM	8
DR. ZRINJKA PERUŠKO, HEAD OF THE DEPARTMENT FOR CULTURE AND COMMUNICATION, INSTITUTE FOR INTERNATIONAL RELATIONS, ZAGREB	
REFERATI / PAPERS	10
AKTIVNOSTI VIJEĆA EUROPE NA PODRUČJU MEDIJSKOG PLURALIZMA	10
MARIO OETHEIMER, MEDIJSKI ODJEL VIJEĆA EUROPE	
COUNCIL OF EUROPE WORK IN THE AREA OF MEDIA PLURALISM	10
MARIO OETHEIMER, MEDIA DIVISION, COUNCIL OF EUROPE	
EUROPSKA UNIJA I MEDIJI – DVOJNA STRUKTURA MEDIJA U EUROPSKOJ UNIJI	17
HERBERT UNGERER, VODITELJ ODJELA ZA MEDIJE, OPĆA UPRAVA ZA TRŽIŠNO NATJECANJE, EUROPSKA KOMISIJA	
EUROPEAN UNION AND MEDIA – DUAL STRUCTURE OF MEDIA IN THE EUROPEAN UNION	17
HERBERT UNGERER, EUROPEAN COMMISSION; COMPETITION DG; DIRECTORATE C - INFORMATION, COMMUNICATION AND MULTIMEDIA; MEDIA	
RAZNOLIKOST I STRUKTURALNI PLURALIZAM MEDIJA U DOBA RASTUĆE KONCENTRACIJE	20
PETER A. BRUCK, PROFESOR, INSTITUT ZA INFORMIRANJE, EKONOMIJU I NOVE MEDIJE, SALZBURG, AUSTRIJA	
MEDIA DIVERSITY AND PLURALISM OF STRUCTURES IN A TIME OF INCREASING CONCENTRATION	20
PETER A. BRUCK, PROFESSOR, INSTITUTE FOR INFORMATION, ECONOMY AND NEW MEDIA, SALZBURG, AUSTRIA	
ANTI-KONCENTRACIJSKE MJERE ZA OSIGURANJE STRUKTURALNE RAZNOLIKOSTI I PLURALIZMA MEDIJA – PRIMJER NORVEŠKE	26
SIGVE GRAMSTAD, GLAVNI DIREKTOR, NORVEŠKA AGENCIJA ZA MEDIJSKO VLASNIŠTVO, OSLO, NORVEŠKA	
ANTI-CONCENTRATION MEASURES TO ENSURE DIVERSITY AND PLURALISM OF MEDIA STRUCTURES: THE EXAMPLE OF NORWAY	26
SIGVE GRAMSTAD, DIRECTOR GENERAL, THE NORWEGIAN MEDIA OWNERSHIP AUTHORITY, OSLO, NORWAY	
GRAĐANI ISPRED KORPORACIJA	33
SANDRA BAŠIĆ HRVATIN, PROFESORICA, SVEUČILIŠTE U LJUBLJANI, SLOVENIJA	
CITIZENS BEFORE CORPORATIONS	33
SANDRA BAŠIĆ HRVATIN, PROFESSOR OF COMMUNICATION, UNIVERSITY OF LJUBLJANA, SLOVENIA	
KONTROLA KONCENTRACIJA U MEDIJIMA – HRVATSKO ISKUSTVO	37
TANJA RUŽIĆ, ZAGREB, HRVATSKA	
REGULATING MEDIA CONCENTRATION – THE CROATIAN EXPERIENCE	37
TANJA RUŽIĆ, ZAGREB, CROATIA	
IZAZOVI MEDIJSKOM PLURALIZMU	45
ZRINJKA PERUŠKO, ODJEL ZA KULTURU I KOMUNIKACIJE, IMO, ZAGREB	
CHALLENGES TO MEDIA PLURALISM	45

ZRINJKA PERUŠKO, DEPARTMENT FOR CULTURE AND COMMUNICATION, IMO, ZAGREB,
CROATIA

MATERIJALI ZA PODLOGU RASPRAVI / BACKGROUND INFORMATION	48
MEDIJSKA KONCENTRACIJA: IZAZOV PLURALIZMU MEDIJA U SREDNJOJ I ISTOČNOJ EUROPI	48
ZRINJKA PERUŠKO, ODJEL ZA KULTURU I KOMUNIKACIJE, IMO, ZAGREB, HRVATSKA	
MEDIA CONCENTRATION: CHALLENGE TO MEDIA PLURALISM IN CENTRAL AND EAST EUROPE	48
ZRINJKA PERUŠKO, DEPARTMENT FOR CULTURE AND COMMUNICATION, IMO, ZAGREB, CROATIA	
MEDIJSKA RAZNOLIKOST U EUROPI	59
IZVJEŠTAJ SAVJETODAVNOG TIJELA CDMM-A ZA MEDIJSKU KONCENTRACIJU, PLURALIZAM I RAZNOLIKOST	
MEDIA DIVERSITY IN EUROPE	59
REPORT PREPARED BY THE AP-MD (ADVISORY PANEL TO THE CDMM ON MEDIA CONCENTRATIONS, PLURALISM AND DIVERSITY QUESTIONS)	
POPIS SUDIONIKA / LIST OF PARTICIPANTS	61

Program / Agenda

Petak, 28. studeni 2003.

- 9:00 Registracija**
- 9:30 Otvaranje Okruglog stola**
Zrinjka Peruško, Odjel za kulturu i komunikacije, IMO
Mario Oetheimer, Vijeće Europe
Antun Vujić, Ministar kulture
- 9:45 Aktivnosti Europske unije i Vijeća Europe na području medijskog pluralizma**
Moderator: Zrinjka Peruško
Mario Oetheimer, Medijski odjel Vijeća Europe
“Aktivnosti Vijeća Europe na području medijskog pluralizma”
Herbert Ungerer, Voditelj Odjela za medije, Opća uprava za tržišno natjecanje, Europska komisija
“Europska Unija i medijska koncentracija”
Rasprava
- 11:00 Mjere protiv medijske koncentracije radi osiguravanja strukturalnog pluralizma (vlasništvo, javnost, tržišta) - Prvi dio**
Moderator: Sandra Bašić Hrvatinić
Peter A. Bruck, Profesor, Institut za informiranje, ekonomiju i nove medije, Salzburg, Austrija
“Antikoncentracijske mjere za osiguranje strukturalne raznolikosti i pluralizma medija – pregled”
Sigve Gramstad, Glavni direktor, Norveška agencija za medijsko vlasništvo, Oslo, Norveška
“Antikoncentracijske mjere za osiguranje strukturalne raznolikosti medija – primjer Norveške”
Rasprava
- 12:00 – 13:00 Ručak za sve sudionike
- 13:00 Mjere protiv medijske koncentracije radi osiguravanja strukturalnog pluralizma (vlasništvo, javnost, tržišta) - Drugi dio**
Moderator: Zrinjka Peruško
Sandra Bašić Hrvatinić, Profesorica, Sveučilište u Ljubljani, Slovenija
“Slovensko iskustvo u problemima medijske koncentracije i zaštiti pluralizma”
Tanja Ružić, Zagreb, Hrvatska
“Hrvatsko iskustvo reguliranja medijskih koncentracija”
Vesna Alaburić, Odvjetnica, Zagreb, Hrvatska
“The Hrvatski pristup reguliranju medijske koncentracije u medijskom zakonodavstvu”
Rasprava
- 14:30 – 14:45 Pauza za kavu
- 14:45 – 16:00 Suvremeni trendovi koji utječu na medijski pluralizam**
Moderator: Sigve Gramstad
Zrinjka Peruško, Odjel za kulturu i komunikacije, IMO, Zagreb
“Izvještaj o medijskoj raznolikosti u Europi – izazovi pluralizmu medija”
Adrian Fikentscher, Pravni savjetnik, Europska radiodifuzna unija (EBU), Odjel za pravne i javne poslove
“Uloga javnih medija u medijskom pluralizmu”
Rasprava
Završna riječ, zatvaranje Okruglog stola

Friday, 28 November 2003**9:00 Registration****9:30 Opening of the Round Table**

Zrinjka Peruško, Department for Culture and Communication, IMO

Mario Oetheimer, Media Division, Council of Europe

Antun Vujić, Minister of Culture

9:45 The work of the EU and the Council of Europe work in the area of media pluralism

Session chair: Zrinjka Peruško

Mario Oetheimer, Media Division, Council of Europe

“Council of Europe work in the area of media pluralism”

Herbert Ungerer, European Commission; Competition DG; Directorate C - Information, communication and multimedia; Media

“European Union and media concentration”

Discussion

11:00 Anti-concentration measures to ensure diversity and pluralism of structures (ownership, publics, markets, etc.) I

Session chair: Sandra Bašić Hrvatin

Peter A. Bruck, Professor, Institute for information, economy and new media, Salzburg, Austria

“Anti-concentration measures to ensure diversity and pluralism of structures: an overview”

Sigve Gramstad, Director General, Norwegian Media Ownership Authority, Oslo, Norway

“Anti-concentration measures to ensure diversity and pluralism of structures: the example of Norway”

Discussion

12:00 – 13:00 Lunch for all participants

13:00 Anti-concentration measures to ensure diversity and pluralism of structures (ownership, publics, markets, etc.) II

Session chair: Zrinjka Peruško

Sandra Bašić Hrvatin, Professor of communication, University of Ljubljana, Slovenia

“The Slovenian experience in media concentration and pluralism protection”

Tanja Ružić, Zagreb, Croatia

“The Croatian experience in regulating media concentration”

Vesna Alaburić, Lawyer, Zagreb, Croatia

“The Croatian approach to regulating media concentration in media specific legislation”

Discussion

14:30 – 14:45 Coffee break

14:45 – 16:00 Recent trends affecting media pluralism

Session Chair: Sigve Gramstad

Zrinjka Peruško, Department for Culture and Communication, IMO, Zagreb, Croatia

“The Report on Media Diversity in Europe - Challenges to pluralism”

Adrian Fikentscher, Legal Adviser, European Broadcasting Union, Legal and Public Affairs Department

“The role of public service broadcasting in media pluralism”

Discussion

Final remarks, Closing of the conference

Uvod / Introduction

Uvod u Okrugli stol o medijskom pluralizmu

Dr. Zrinjka Peruško, Voditeljica odjela za kulturu i komunikacije, Institut za međunarodne odnose, Zagreb

Okrugli stol *«Izazovi i potencijali za medijsku raznolikost i pluralizam: nadziranje koncentracije i osiguranje transparentnosti»* u organizaciji Medijskog odjela Vijeća Europe i Instituta za međunarodne odnose (IMO), Zagreb, ima za cilj pridonijeti boljem razumijevanju promjena u trendovima medijskih politika u Europi u odnosu na zaštitu i poticanje pluralizma i raznolikosti medijskog sustava, te mogućnosti primjene tih iskustava u hrvatskom slučaju.

Tržište i konkurencija u medijskom prostoru donijeli su povećani broj medija, vlasnika, i medijskih proizvoda, te su pridonijeli smanjenju utjecaja države i politike na sadržaje masovnih medija. Svjetski trendovi pokazuju, međutim, da ekonomska logika u medijskim industrijama rezultira povećanom koncentracijom medija, koja se pokazuje štetnom za pluralizam i raznolikost medija.

Trend medijske koncentracije koji u cijelom svijetu napreduje vrtoglavom brzinom mogao bi se pokazati kao osnovna prijetnja demokratskom razvoju i onoj ulozi koju bi mediji trebali imati u novim demokracijama. Pod utjecajem ekonomskih i tehnoloških interesa koji potiču koncentraciju medija, te pred izazovima globalizacije (koja svijet sve više povezuje istodobno ga komercijalizirajući), pitanje je kako osigurati pluralizam i raznolikost medija koji pogoduju daljnjem razvoju civilnog društva, i kako spriječiti nastajanje globalnog medijskog imperija koji zasigurno u tom smislu ne može biti od koristi. Trendovi transnacionalnih medijskih koncentracija neće se moći zaustaviti nacionalnim zakonodavstvom, nego će biti nužno donositi propise na globalnoj razini.

Medijski pluralizam i raznolikost jedan su od temeljnih pretpostavki demokratskog razvoja i razvoja civilnog društva. Stoga je razumijevanje mogućih negativnih posljedica pretjerane koncentracije u medijskom prostoru nužno za daljnji razvoj demokratske medijske politike u Hrvatskoj. Tema je to koja danas zauzima središnje mjesto u medijskoj politici svake europske zemlje, a također je u fokusu interesa Vijeća Europe.

Posljednjih desetak godina mi u Hrvatskoj, a također je slično bilo i u drugim post-komunističkim tranzicijskim zemljama, koncentrirali smo se na smanjenje moći države i politike nad medijima. Pitanje uspješnosti demokratske konsolidacije definirali smo smanjenjem i konačnim prestankom uplitanja «Politike» u uređivačku, vlasničku ili poslovnu politiku medija. Iako su najvažnije formalne prepreke nezavisnosti medija i slobodi govora u Hrvatskoj uklonjene već početkom 1990-ih godina (Ustavom iz 1990. godine, donošenjem Zakona o javnom informiranju 1992. koji je omogućio slobodno osnivanje medijskih organizacija, te zaštitio slobodu izražavanja i objavljivanja, i Zakona o telekomunikacijama 1994. koji je godinu kasnije donio i uvjete za emitiranje komercijalnih radio i televizijskih postaja), stvarna nezavisnost medija i demokratska medijska politika bile su još daleko. Na tom poslu mnogi su se ujedinili 90-tih godina – nezavisni mediji, profesionalne novinarske udruge, stručnjaci, organizacije civilnog društva. Ova zajednička aktivnost posebno je obilježila drugu fazu medijske politike u Hrvatskoj, čiji početak su obilježile masovne demonstracije podrške Radiju 101 u studenom 1996. godine. U godinama koje su slijedile sinergija civilnih inicijativa na demokratizaciji medijskog sustava privukla je i političke (tada opozicijske) stranke. 1999. godine, kad smo u suradnji s Hrvatskim novinarskim društvom i Hrvatskim pravnim centrom, organizirali okrugli stol «Nova medijska agenda: za europsku medijsku politiku u Hrvatskoj», studija koju smo izradili kao podlogu u suradnji s desetak stručnjaka u Hrvatskoj, te desetak točaka Agende, naišli su na široki konsenzus stručne javnosti i demokratskih političkih krugova. U studenom 2000. godine na međunarodnom okruglom stolu *«10 Years After - The Media in Transition Lessons in Central and Eastern Europe: A New Strategy for Independent and Pluralistic Media in Croatia»* koji je Institut za međunarodne odnose organizirao u suradnji s UNESCO-ovim programom za Slobodu izražavanja, demokraciju i mir, pluralizam i raznolikost medijskog sustava naglašeni su prvi puta kao cilj službene hrvatske medijske politike.

U međuvremenu su donoseni novi zakoni iz medijske sfere: Zakon o medijima, Zakon o elektroničkim medijima, Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji, Zakon o Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji, Zakon o potvrđivanju europske konvencije o prekograničnoj televiziji, te Zakon o pravu na pristup informacijama. U narednom razdoblju bit će prilike za stručnu evaluaciju zakona kao i za analizu njihove primjene.

U temeljnim pitanjima oko demokratizacije medijskog prostora, slobode javne riječi i izvještavanja, ukidanja državnog uplitanja u uređivačke politike, konsenzus je nastajao prirodno između novinara, vlasnika medija, stručnjaka te zainteresirane javnosti. U odnosu na pitanja medijske koncentracije i monopola, ni zakonska regulacija ni poticajne mjere medijske politike vjerojatno neće u Hrvatskoj (kao ni u drugim zemljama) moći

postići konsenzus. No čak i ako se u pitanjima koja se odnose na ograničenja koncentracije interesi medijskih kuća mogu razlikovati od interesa javnosti, otvaranje dijaloga o ovoj temi je neophodno.

U analizama medijske politike u post-komunističkim novim demokracijama toliko smo bili usredotočeni na odvajanje države od medija, da smo skoro zaboravili obratiti pažnju na ono što je zapravo u temelju tog odnosa. Pitanje smjenjivanja države s mjesta kontrolora medija, koje nas je najviše angažiralo u prvim analizama razvoja medijskih sustava u tranzicijskom periodu, odveklo nam je pažnju od činjenice da je u svim medijskim sustavima bitno osigurati da kontrola medija nije usmjerena iz jednog središta. Kontrola države jednako je loša kao i kontrola velike korporacije.

Zato je pitanje reguliranja, ograničenja i nadzora nad medijskim koncentracijama i sprečavanje monopola s ciljem osiguravanja strukturalnog pluralizma (koji treba pridonijeti i pluralizmu programa i ideja koje se pojavljuju u medijima) danas temeljno pitanje medijske politike i u Hrvatskoj. Pluralizam i raznolikost medija bitni su radi osiguravanja pravedne tržišne utakmice i ostvarivanja stvarnog tržišta, ali prije svega radi osiguravanja demokratskog razvoja kroz mogućnost da se u medijima kao javnoj sferi sučeljavaju ideje raznovolikih oblika i boja.

Nakon što je u proteklom periodu postignut konsenzus oko toga da je hrvatskim medijima osigurana urednička i programska autonomija (tj. država/politika je digla ruke od pokušaja uređivanja ili intervencija u medijske sadržaje), u Hrvatskoj nastupa novo razdoblje medijske politike (pod pretpostavkom da se postignuti standardi političke kulture neće umanjivati). Danas se demokratska medijska politika dokazuje zakonima o sprečavanju koncentracije i mjerama za poticanje pluralizma.

Organizacijom okruglog stola *«Izazovi i potencijali za medijsku raznolikost i pluralizam: nadziranje koncentracije i osiguranje transparentnosti»* želimo europska iskustva u zaštiti i poticanju pluralizma i raznolikosti medijskog sustava te ograničenju koncentracije i monopola približiti Hrvatskoj. Također želimo skrenuti pažnju na mogućnosti koje su na raspolaganju za aktivno poticanje uređivačke raznolikosti i pluralnosti medijskog sustava, na primjer, podupiranjem javnih radiodifuznih organizacija. Razgovorom o pitanjima koja su u središtu europskih medijskih politika želimo pridonijeti nastavljanju procesa demokratizacije javnog dijaloga o hrvatskoj medijskoj politici.

Introduction to the Round Table on Media Pluralism

Dr. Zrinjka Peruško, Head of the Department for Culture and Communication, Institute for International Relations, Zagreb

The Round table “*Challenges and Opportunities for Media Diversity and Pluralism: Controlling Concentrations and Ensuring Transparency*” was organized by the Media Department of the Council of Europe and the Institute for International Relations (IMO), Zagreb. It aims to increase the understanding of new trends in media policies in Europe regarding the promotion and protection of media pluralism and diversity, and the possibility of application of these experiences in Croatia.

The market and the competition in the media field contribute to the increase in the number of media, media owners and media products as well as to the decrease of the influence of governments and politics on the mass media content. International trends indicate, however, that the economic logic of the media industries produces an increase of media concentration that may be harmful to media pluralism and diversity, which, at the same time, are one of the key premises for the development of democracy and civil society. Understanding the possible negative effects of media concentration is crucial for the future development of a democratic media policy in Croatia.

The trend of rapid concentration could become one of the major threats to the development of democratic societies and the positive role of the media that is particularly important for emerging democracies. The challenges of globalization and influences of economic and technological interests that are promoting media concentration are making the world ever more commercialized and interconnected. In the face of these trends, how can we ensure media diversity and pluralism that contributes to the development of civil society, and avert the creation of a global media empire that would negatively influence this development? National legislation alone cannot overturn these trends of transnational media concentration; regulation or measures at the international level seem inevitable.

Media pluralism and diversity are one of the main prerequisites for further democratic development and the development of civil society. Understanding the possible negative consequences of media concentration is necessary for ensuring further development of a democratic media policy in Croatia. This topic is also central in media policies of all European countries, as well as being in the focus of interest of the Council of Europe.

During the last ten years, we focused, in Croatia and elsewhere in post-communist transition countries, on the weakening of the role of state and politics in the media. We defined successful democratic consolidation by the decrease and withdrawal of “Politics” from the editorial, ownership or business decision-making in the media. Even though the most important formal obstacles to the independence of the media and the freedom of speech were removed in early nineties (Constitution in 1990, the Law on public information in 1992, which enabled free establishment of media organizations and introduced the protection of the freedom of expression and information, the Law on telecommunication adopted in 1994, which determined rules for establishing private radio and television channels) the real independence of media and democratic media policy was still far away.

Independent media, professional associations of journalists, experts and civil society organizations joined the struggle for the freedom of expression and independent media in Croatia. Their shared activities became particularly visible in the second phase of media policy in Croatia, after mass demonstration in support of the Radio 101 in November 1996. In the years that followed, the synergy of civil initiatives for the democratization of the media also attracted (at that time) opposition political parties. In 1999, together with the Croatian Association of Journalists and the Croatian Law Center, IMO organized a Round table entitled “*New Media Agenda: For a European media policy in Croatia*”. This study of the problems in the media system was drafted in association with media experts in Croatia. The professional public and democratic political forces in Croatia supported the aims for the new policy included in the Agenda. In November 2000 the Institute for International Relations organized, in cooperation with UNESCO's Program for Freedom of Expression, Democracy and Peace, the Round table entitled “*10 Years After - The Media in Transition Lessons in Central and Eastern Europe: A New Strategy for Independent and Pluralistic Media in Croatia*”. On this occasion, media pluralism and diversity of the media system were for the first time highlighted as the main goals of the official Croatian media policy.

Since 2000, several media laws were adopted in Croatia: Law on the Media, Law on the Electronic Media, Law on the Croatian Radio-television, Law on the Croatian News Agency (HINA), Law on the Adoption of the European Convention on Trans-frontier Television, and the Law on the Right of the Access to Information. In the next period, we will have the opportunity to evaluate the content and success of the application of these laws.

The consensus about the fundamental principles of the democratization of media space, the freedom of expression and the withdrawal of state influence on editorial policy, emerged naturally between journalists,

media owners, media experts and the interested public. Reaching the consensus on legislation regarding media concentration and measures on the promotion of diversity in the media will not be so easy, in Croatia as elsewhere. A dialogue on these issues is crucial, even if the interests of the media in this issue may find themselves in opposition to the interest of the public.

In analyzing media policies in emerging democracies, we focused primarily on the de-linking of the media from the state, so much that we almost forgot the most important aspect of that relationship. In focusing on the state control over the media, we forgot that it is important to ensure that the media are not controlled from any one center. Control of the state is equally undesirable as the control of one big corporation.

This is why the question of regulating, limiting and monitoring of media concentration and preventing monopoly with the aim to ensure structural pluralism is today the key issue of Croatian media policy. Structural pluralism is a basis for content diversity and the pluralism of ideas in the media. Media diversity is crucial for ensuring fair competition and achieving a functional market, but primarily it is one of the prerequisites for democratic development because only diverse and pluralistic media can enable the democratic debate and questioning of different ideas in the public space.

The consensus exists today that the editorial and program autonomy is ensured in the Croatian media (the state and politics no longer attempt to edit or intervene in the media content). A new era of media policy is starting in Croatia (assuming the achieved standards of political culture are maintained). Democratic media policy for the future needs to be based on the laws for preventing concentration and on the measures for the promotion of pluralism.

With the organization of the Round table "*Challenges and Opportunities for Media Diversity and Pluralism: Controlling Concentrations and Ensuring Transparency*" we wish to familiarize the Croatian public with the European experiences in the protection and promotion of pluralism and media diversity. We would also like to draw attention to different models for the promotion of editorial diversity and pluralism of media systems such as promotion of public service broadcasting. With the debate about the issues that are at the center of European media policies, we wish to contribute to the continuation of the democratization of public dialogue about the Croatian media policy.

Referati / Papers

Aktivnosti Vijeća Europe na području medijskog pluralizma

Mario Oetheimer, *Medijski odjel Vijeća Europe*

– ♦ –

Council of Europe work in the area of media pluralism

Mario Oetheimer, *Media Division, Council of Europe*

(Referat je dostupan samo na francuskome. / The full paper is available in French language only.)

Summary

Article 10 of the European Convention on Human Rights provides the fundamental framework for media pluralism at the European level. It is considered under its terms that, States have a “duty to protect” and, when necessary, to take positive measures to ensure diversity of opinion in the media. The more recent judgments of the European Court of Human Rights show that Strasbourg still regards freedom of the media and diversity as part of the individual right of freedom of expression enshrined in Article 10 § 1 to the Convention.

The preservation and promotion of pluralism in the media sector has been a long-standing objective of the Council of Europe. For this purpose, the Council of Europe has collected data, commissioned studies and convened meetings of government experts to address the media concentration phenomenon on a regular basis. Throughout the years, it has become apparent within the Council of Europe that some processes of media consolidation may be harmful to freedom of expression and plurality of information, and that vigilant monitoring of concentration processes by national regulators is important.

Pluralism of media services and content is referred to as an essential axe of communication in the texts and declarations adopted at several Council of Europe ministerial conferences on mass media policy. In the European Convention on Transfrontier Television, the importance of maintaining media pluralism in the programming of broadcasters is also underlined, although no specific obligations are imposed.

The intergovernmental work of the Council of Europe in this area has so far led to the adoption of three legal instruments: Recommendations of the Committee of Ministers on the promotion of media pluralism, on media transparency, and on the democratic and social implications of digital broadcasting.

One of the more recent reports by a Panel of experts was published in December 2002 under the title of “Media diversity in Europe”. The report summarises media ownership regulations in several European countries and describes the measurements/criteria applied through them to determine dominance and unacceptable market concentration.

The future work of this Panel will focus on the question of media diversity and transnational concentrations. These topics are to be addressed during the forthcoming European Ministerial Conference which will take place in Kyiv in November 2004.

Les travaux du Conseil de l'Europe dans le domaine du pluralisme des media

1. Le pluralisme des media : une valeur reconnue du Conseil de l'Europe

Pour comprendre l'approche adoptée par le Conseil de l'Europe dans la défense du pluralisme dans les media, il est essentiel de se référer à l'esprit de l'article 10 de la Convention européenne des Droits de l'Homme (CEDH) car il s'agit du point de départ de son action dans ce domaine. L'article 10 paragraphe premier dispose que :

«1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les Etats de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations.

Aucune mention explicite n'est faite de la notion de pluralisme ; celle-ci n'est d'ailleurs pas plus prise en compte par la Cour européenne lorsqu'elle tente de définir le champ d'application de l'article 10 par. 1. Ce « flou protecteur » dans la définition du champ d'application, tel que nous avons pu l'appeler,¹ participe de manière active à une meilleure protection de la liberté d'expression au niveau international : l'absence de définition précise laisse la porte ouverte aux évolutions futures.

¹ OETHEIMER (2001), p. 62.

En fait, la protection de la liberté d'expression et donc la définition de ses contours passe par la mise en œuvre de l'article 10 par. 2, qui prévoit des restrictions en ces termes :

2. L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire. »

Une lecture littérale du texte révèle, là encore, l'absence de mention explicite du pluralisme. Or, cette notion est immanente à celle de la société démocratique, démocratie, à laquelle la Cour européenne des Droits de l'Homme (ci-après la Cour ou la Cour européenne) a rattaché, dès son arrêt de principe dans l'affaire *Handyside*, les concepts de pluralisme, tolérance et esprit d'ouverture.² Comment en serait-il d'ailleurs autrement puisque la démocratie, et donc le pluralisme, présuppose par définition l'existence d'opinions politiques et religieuses différentes dans la société. En d'autres termes, le pluralisme des media est à la liberté d'expression ce que la pluralisme politique est à la démocratie : un fondement essentiel.

Dès que la Cour européenne en a eu l'occasion, elle n'a pas hésité à faire valoir ce lien.³ Parmi les nombreux exemples jurisprudentiels à notre disposition, arrêtons-nous sur l'arrêt *Informationsverein Lentia et al.*,⁴ arrêt exemplaire qui, en quelques paragraphes, affirme non seulement l'importance du pluralisme des media dans une société démocratique mais fait également référence aux divers éléments du débat autour de la question du pluralisme : le rôle joué par l'Etat et le rôle joué par le marché.

Les faits de l'arrêt sont bien connus et peuvent se résumer ainsi : les requérants s'étaient heurtés au monopole de radiodiffusion autrichien entre les mains, à l'époque, du radiodiffuseur public (ORF). Alors qu'ils souhaitaient émettre des programmes de radiodiffusion, l'autorité chargée de l'octroi des licences avait toujours rejeté leurs demandes en se fondant sur la législation en vigueur.

La Cour européenne a certes estimé que l'Autriche pouvait légitimement organiser l'octroi de licences de radiodiffusion : la troisième phrase de l'article 10 par. 1 prévoit en effet un régime d'autorisations auquel les entreprises de radiodiffusion des Etats membres peuvent être soumises. Or, il appartenait à la Cour de contrôler si l'ingérence dans l'exercice de la liberté d'expression qui prenait la forme d'un monopole de radiodiffusion entre les mains de l'ORF, ne dépassait pas les limites prévues à l'article 10 par. 2. Sans doute l'ingérence était-elle légale et légitime au sens de l'article 10 par. 2. Elle était légale car prévue par la loi nationale et légitime car « le régime de monopole (...) contribuait à la qualité et à l'équilibre des programmes... »⁵.

Il restait à la Cour à vérifier si cette ingérence pouvait être considérée comme nécessaire dans une société démocratique. Après avoir rappelé le rôle fondamental de la liberté d'expression dans une société démocratique, la juridiction strasbourgeoise souligna qu'il est indispensable de garantir le pluralisme des media et que cette tâche revient, en ultime ressort, à l'Etat.⁶ Pour la Cour, le monopole public de radiodiffusion ne pouvait plus garantir le pluralisme car, à une époque où les progrès techniques permettent des moyens alternatifs de radiodiffusion, un tel monopole devenait une « ...des restrictions les plus fortes à la liberté d'expression », étant donné qu'elle imposait une restriction totale à la liberté d'expression des autres radiodiffuseurs et empêchait d'offrir au public une plus large gamme de programmes.

La Cour réfuta enfin l'argument du Gouvernement autrichien selon lequel le marché national ne serait pas suffisamment grand pour pouvoir « éviter les concentrations et la constitution de « monopoles privés » »⁷. Les juges de Strasbourg notèrent en effet que d'autres Etats, de taille similaire à celle de l'Autriche, avaient réussi à organiser un système dualiste de radiodiffusion tout en évitant des concentrations ou les positions monopolistiques.

L'arrêt *Informationsverein Lentia et al.* est particulièrement intéressant car il recèle tous les éléments du débat relatif à la question du pluralisme des media. Tout d'abord, la valeur essentielle du pluralisme pour la liberté d'expression y est clairement affirmée. Promouvoir le pluralisme peut en outre légitimer des restrictions à la liberté d'expression. L'arrêt laisse cependant entrevoir les limites de l'action d'une juridiction internationale

² Arrêt *Handyside* c. RU du 7.12.1976, Série A, vol. 24, § 49. Voir également: OETHEIMER (2001), pp. 81-82.

³ Voir notamment les références à la jurisprudence de la Cour européenne in RApPort (2002), p. 7.

⁴ Arrêt *Informationsverein Lentia et al.* c. Autriche du 24.11.1993, Série A, vol. 276.

⁵ *Ibid.*, § 33.

⁶ *Ibid.*, § 38.

⁷ *Ibid.*, § 40.

dans ce débat. La Cour insiste en effet sur le rôle essentiel de l'Etat, « ultime garant »⁸ du pluralisme. En d'autres termes, il appartient aux autorités nationales (et à elles seules nous serions tenté de dire) de préserver et garantir le pluralisme des media sur leur territoire. Cette idée est d'ailleurs reprise par la Cour lorsqu'elle indique que d'autres Etats membres du Conseil de l'Europe ont « organisé selon des modalités variables »⁹ la lutte contre les concentrations dans le domaine des media.

En somme, la Cour a pu condamner le monopole autrichien de radiodiffusion non seulement parce qu'il remettait en cause la liberté d'expression et était potentiellement dangereux pour le pluralisme mais surtout parce que les autres Etats membres du Conseil de l'Europe l'avaient banni de leur législation. Ce faisant, les juges de Strasbourg s'efforcent d'harmoniser le droit européen tout en reconnaissant la marge de manœuvre importante qui doit être laissée aux Etats membres. C'est la diversité juridique des législations nationales qui impose une telle approche. L'action du Conseil de l'Europe, dans le cadre de ses travaux intergouvernementaux, devra également tenir compte de cette limite auxquelles s'ajoute les désaccords sur l'approche à adopter entre les Etats. C'est ce que le paragraphe suivant met en lumière.

2. Une valeur difficile à protéger au niveau international

Les mesures propres à promouvoir le pluralisme des media sont au centre des travaux du Conseil de l'Europe depuis de nombreuses années. Dès 1974, le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe adoptait une Résolution sur les concentrations de presse.¹⁰ En 1982, le Comité des Ministres reprenait la question du pluralisme dans sa Déclaration sur la liberté d'expression et d'information, invitant les Etats membres à « adopter une politique susceptible de favoriser dans toute la mesure du possible la diversité des moyens de communication et la pluralité des sources d'information permettant, par là, celle des idées et des opinions ».¹¹ Six ans plus tard, la 2ème Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse appelle les Etats membres à « sauvegarder et promouvoir la liberté d'expression et d'information en garantissant le pluralisme de la télévision et le respect des droits de la personne humaine ;... »¹² Il est en effet utile d'évoquer le contexte économique de l'époque : le secteur de la radiodiffusion s'ouvre à la concurrence, le câble et le satellite sont promus par le développement technologique et l'ouverture des frontières permet la concurrence des investisseurs étrangers. Avec ces transformations, on assiste au développement de la concentration multimedia et transnationale ainsi qu'au développement du phénomène de l'intégration verticale. Toutefois, ce n'est qu'avec la Conférence ministérielle de Nicosie en 1991 que les ministres spécialisés lancèrent réellement les travaux du Conseil de l'Europe dans le domaine du pluralisme.¹³ Ces questions n'ont eu de cesse depuis lors de préoccuper les Ministres lors des Conférences ministérielles qui ont suivi. Outre la promotion du pluralisme des media « classiques », plusieurs résolutions et déclarations politiques adoptées ont tenu compte de l'impact des nouvelles technologies de l'information sur le pluralisme et la diversité des media.¹⁴

C'est sous l'impulsion de la volonté affirmée par les Ministres spécialisés que le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe a pu adopté un certain nombre de textes juridiques non contraignants présentés dans les paragraphes suivants.

La Résolution n°1 adoptée par la Conférence ministérielle de Nicosie présente le problème dans toute sa complexité ; le texte tente d'englober l'ensemble des intérêts en présence. Son libellé est exemplaire des textes du Conseil de l'Europe, où le consensus est nécessaire pour parvenir à un résultat. Mais comment pouvait-il en être autrement puisque le thème même nécessite la réconciliation d'intérêts difficilement conciliables. Voici les éléments de la dialectique : les concentrations, affirment les ministres, portent atteintes à la liberté de

⁸ Ibid., § 38.

⁹ Ibid., § 42, souligné par nous.

¹⁰ Comité des Ministres, Résolution (74) 43 sur les concentrations de presse. Voir pour une présentation du contexte dans lequel cette Résolution a été adoptée: MÖWES (2000), pp. 10-11.

¹¹ Déclaration adoptée le 29 avril 1982.

¹² Voir 2ème Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse (Stockholm, 23-24 novembre 1988) Politique européenne des communications de masse dans un contexte international, Résolution No. 1, Doc DH-MM (2004), p. 18.

¹³ Voir 3ème Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse (Nicosie, 9-10 octobre 1991), Quel avenir pour les media en Europe dans les années 1990 ?, Doc DH-MM (2004), pp. 23 ss.

¹⁴ Voir notamment la Déclaration politique adoptée lors de la 5ème Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse (Thessalonique, 11-12 décembre 1997) La société de l'Information : un défi pour l'Europe, Doc DH-MM (2004), pp. 53 ss. et la Déclaration "Une politique de la communication pour demain" adoptée lors de la 6ème Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse (Cracovie, 15-16 juin 2000), Doc. MCM (2000) 10, pp. 3 ss.

l'information, au pluralisme et à la diversité des cultures. Mais dans le même temps, elles peuvent aussi favoriser le développement des media en soutenant leur compétitivité sur le marché. Pourtant, « la question des concentrations des media ne devrait pas être régulée uniquement sur la base de critères économiques, mais devrait être traitée principalement sous l'angle des mesures visant à sauvegarder le pluralisme politique et culturel »¹⁵ Le message transmis aux services de la concurrence de la Commission européenne n'est pas dissimulé.

Compte tenu des éléments du problème, la Conférence décide d'évaluer la situation et de suivre l'évolution des concentrations au niveau national et transnational afin « d'étudier les moyens aptes à préserver, (...) la compétitivité [des media] (...), dans le respect du pluralisme et de la liberté d'information. » Les Ministres suggèrent en outre au Comité des Ministres du Conseil de l'Europe d'établir un mécanisme de consultation prévoyant des rapports périodiques sur l'évolution des concentrations des media. Analyses, études¹⁶ et recommandations, voilà le cadre de l'action du Conseil de l'Europe.

Le mandat du Comité d'experts sur les concentrations des media et le pluralisme (MM-CM), institué par le Comité des Ministres en décembre 1991, allait faire suite à la décision adoptée à Chypre. De sa propre initiative, la Comité n'a pas limité son champ d'action aux concentrations de media classiques (*mono-media concentrations*) ; il a également analysé le développement de nouvelles formes de concentration (*crossed media ownership*). Le Groupe a en outre pris en compte l'impact des nouvelles technologies sur la presse écrite et audiovisuelle.¹⁷

2.1 La transparence

Le premier résultat concret des travaux du Groupe a pris la forme d'une Recommandation du Comité des Ministres aux Etats membres sur des mesures visant à promouvoir la transparence des media.¹⁸ Il s'agissait de débiter par la question de la transparence suite à un raisonnement simple : afin de pouvoir contrôler les concentrations des media, il est essentiel d'en connaître les propriétaires et/ou les structures économiques assurant la gestion des entreprises de presse. Ce droit à l'information est non seulement destiné au public en général afin qu'il puisse « se former une opinion sur la valeur à accorder aux informations, aux idées et aux opinions diffusées par [les] media », mais il est également destiné aux chargés réguler les concentrations.

L'annexe à la Recommandation propose certaines mesures favorisant la transparence des media. Il revient aux législateurs de les intégrer dans les lois nationales. Outre les mesures spécifiques destinées à la régulation du secteur audiovisuel et du secteur de la presse (identité des personnes, montant des intérêts détenus etc.), le texte n'omet pas l'échange d'information entre autorités nationales. Ce faisant, la Recommandation fait référence au problème des concentrations transnationales existant à la fois dans le domaine de la presse écrite et de l'audiovisuel. Cet échange d'information se fait l'écho de l'article 6 de la Convention européenne sur la télévision transfrontière qui promeut la transparence et la circulation d'information relative au propriétaire de l'entreprise de radiodiffusion.¹⁹

¹⁵ Ibid., p. 23.

¹⁶ Le Conseil de l'Europe a élaboré de nombreuses études sur des sujets divers et plusieurs questionnaires ont été distribués aux Etats membres afin de mieux comprendre les réglementations et pratiques des Etats membres mais également pour mieux suivre les évolutions technologiques. Voir www.coe.int/media.

¹⁷ Voir pour un rapport intérimaire sur les travaux du MM-CM : Doc. MCM(94)5, 4ème Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse (Prague, 7-8 décembre 1994) Les media dans une société démocratique.

¹⁸ Rec. (94) 13 du 22 novembre 1994.

¹⁹ Article 6 stipule: « 1 Les responsabilités du radiodiffuseur seront spécifiées de manière claire et suffisante dans l'autorisation délivrée par l'autorité compétente de chaque Partie, dans le contrat conclu avec celle-ci, ou par toute autre mesure juridique. 2. Des informations concernant le radiodiffuseur seront données sur demande par l'autorité compétente de la Partie de transmission. De telles informations comprendront, au minimum, le nom ou la dénomination, le siège et le statut juridique du radiodiffuseur, le nom de son représentant légal, la composition du capital, la nature, l'objet et le mode de financement du service de programmes que le radiodiffuseur fournit ou s'apprête à fournir. »

2.2 *Le pluralisme*

C'est toutefois en 1999, avec l'adoption de la Recommandation sur des mesures visant à promouvoir le pluralisme des media²⁰ que le Comité des Ministres a marqué une étape importante dans ce domaine.

La Recommandation rappelle que le pluralisme n'est pas seulement favorisé par la « multiplicité de media autonomes et indépendants aux niveaux national, régional et local » mais également par « diversité politique et culturelle des types et des contenus des médias ». Fondée sur cette définition, l'annexe de la Recommandation propose des mesures spécifiques aux Etats membres afin qu'ils incluent dans leur législation des règles visant à limiter les concentrations tout en promouvant le pluralisme des media.

Avant tout chose, les Etats membres devraient **réguler la propriété des entreprises** en établissant des plafonds au volume des intérêts qu'une même entreprise peut détenir ou contrôler dans le secteur des media. Le pourcentage constitutif du plafond est laissé à l'appréciation de l'Etat, qui est le mieux placé pour définir une politique dans ce domaine, en fonction de l'état du marché et des concentrations sur celui-ci, de la capacité pour de nouveaux entrants à investir le marché et des objectifs politiques des pouvoirs publics. La Recommandation se contente donc de suggérer des méthodes de calcul du plafond. Celles-ci peuvent prendre en compte les parts d'audience ou le chiffre d'affaires. Dans le cas où le plafond serait dépassé, il est recommandé de ne pas octroyer de licences aux radiodiffuseurs contrevenants. Ainsi un rôle important est dévolu aux régulateurs dans le domaine de l'audiovisuel car ils leur appartiennent d'octroyer les licences. Consciente des limites du pouvoir des régulateurs, la Recommandation suggère aux Etats de créer des autorités spécialisées dans le secteur des media qui auraient pour fonction de lutter contre les concentrations. A défaut, les Etats devraient au minimum inciter les autorités générales chargées de la concurrence à prendre en compte la situation particulière des media.

Cela étant, les limitations de propriété ne sont pas suffisantes, quand bien même viseraient-elles les concentrations horizontales et verticales. Les rédacteurs de la Recommandation étaient conscients du fait qu'au-delà de la multiplicité des media, il est tout aussi important de préserver la **diversité des contenus**. Il va sans dire, que bien qu'une action positive de l'Etat soit suggérée, le respect de l'indépendance éditoriale des media reste un principe essentiel à préserver. Dans le domaine de l'audiovisuel, il est par conséquent recommandé d'envisager la mise en place de quotas visant à promouvoir la production et la diffusion de programmes originaux notamment pour les programmes d'information et d'actualité. Les législateurs nationaux sont également appelés à envisager le « partage des fréquences » pour faciliter l'accès à l'antenne de radiodiffuseurs diffusant dans des zones où des opérateurs ont acquis une position dominante. Enfin, afin de préserver le pluralisme, il est essentiel que les sources d'information et de production des programmes restent diversifiées.

La Recommandation (99) 1 tient compte également de l'apport spécifique que le **service public de radiodiffusion** apporte au pluralisme des media.²¹ Dans ce contexte, l'instrument adopté par le Comité des Ministres appelle les Etats membres à maintenir le service public de radiodiffusion et à garantir sa viabilité économique. Il incite en outre à soutenir son développement en tenant compte des possibilités offertes par les nouvelles technologies. Afin de répondre aux attentes variées des téléspectateurs, il est également suggéré d'organiser des méthodes de consultations des diverses tranches du public en, par exemple, développant la création de comités consultatifs de programmation au sein desquels le public pourrait exprimer ses attentes.

La promotion du pluralisme passe également par **des mesures de soutien aux media**. Ces mesures peuvent prendre diverses formes comme par exemple un soutien direct aux media minoritaires ou régionaux afin de promouvoir la production et la diffusion de programmes non rentables économiquement. Des aides sous la forme de taux réduits de TVA imposée à la presse font également partie des mesures préconisées pour favoriser la distribution d'une presse diversifiée. Il est précisé que ces aides financières devraient être accordées dans le respect des règles de concurrence. C'est la raison pour laquelle la Recommandation appelle les Etats à réviser, de manière régulière, les décisions prises en faveur de telle ou telle entreprise de presse afin de ne pas créer des rentes de situation et de ne pas fausser le jeu de la concurrence.

Au-delà des interventions directes de la part des autorités nationales, la Rec. (99) 1 appelle également les Etats membres à développer des outils de recherche et de veille sur les questions liées à la concentration des media. Le Conseil de l'Europe a d'ailleurs promu la publication d'études sur ces questions depuis le début des travaux dans ce domaine en établissant un réseau de correspondants nationaux qui contribua à la publication de plusieurs études comparatives dans le courant des années 1990.²²

²⁰ Recommandation No. R (99) 1 sur des mesures visant à promouvoir le pluralisme des médias adoptée le 19 janvier 1999.

²¹ Voir également RAPPORT (2002), §§ 45 ss.

²² Voir <http://www.coe.int/media>.

Enfin, la Rec. (99) 1 ne néglige pas de mentionner l'importance que les mécanismes d'autorégulation peuvent avoir pour préserver le pluralisme des media. Les statuts éditoriaux, les clauses de conscience ne sont que deux exemples susceptibles de réduire l'influence des propriétaires sur la ligne éditoriale d'un journal ou d'un radiodiffuseur.

Les travaux du Comité d'experts sur les concentrations des media et le pluralisme (MM-CM) ont également mené à l'insertion d'une disposition sur le pluralisme des media dans la version amendée de la Convention européenne sur la Télévision Transfrontière.²³ Son article 10 *bis* stipule :

« Dans l'esprit de coopération et d'entraide qui sous-tend la présente Convention, les Parties s'efforcent d'éviter que les services de programmes transmis ou retransmis par un radiodiffuseur ou par d'autres personnes physiques ou morales relevant de leur compétence, au sens de l'article 3, ne mettent en danger le pluralisme des médias. »

Bien que sans obligation particulière pour les Etats Parties à la Convention, la force symbolique d'une telle disposition ne doit pas être sous-estimé car elle réaffirme l'angle d'approche du Conseil de l'Europe dans ce domaine.

2.3 Nouvelles technologies

Conscient de l'importance de poursuivre des travaux dans le domaine du pluralisme et de la diversité des media, notamment au vu des évolutions technologiques, le Comité directeur sur les moyens de communication de masse (CDMM) a par la suite créé un Groupe de spécialistes (MM-S-PL) dont l'objectif était d'examiner l'impact global des nouvelles technologies et des nouveaux services de communication et d'information sur le pluralisme des media. Son mandat s'est achevé par l'adoption par le CDMM d'un rapport sur le pluralisme des media dans l'environnement numérique.²⁴ Dans ce rapport, le Groupe ne proposait pas d'action réglementaire immédiate mais suggérait des lignes d'action pour les futurs travaux du Conseil de l'Europe dans les domaines suivants : le renforcement du secteur de la production en Europe, le contrôle des intégrations verticales, la surveillance de l'accès aux contenus par les téléspectateurs, la promotion de la diversité des sources d'information, le soutien au service public de radiodiffusion et la poursuite de l'analyse des développements dans l'environnement Internet. Pour les rapporteurs en effet seule une multiplication de mesures dans des domaines différents rendrait possible le maintien de la pluralité et de la diversité dans l'environnement numérique car ni le droit à la concurrence, ni les règles de propriété des media ne sauraient à eux seuls suffire.

C'est en gardant à l'esprit ces conclusions que les questions de pluralisme et de diversité culturelle ont été largement prises en compte dans la Recommandation du Comité des Ministres Rec. (2003) 9 visant à promouvoir la contribution démocratique et sociale de la radiodiffusion numérique.²⁵ Ce texte a pour objet d'assurer un équilibre entre les intérêts économiques et les besoins sociaux dans le cadre de la transition en cours vers la radiodiffusion numérique. Dans ce contexte, la Recommandation note que, malgré la multiplication du nombre des chaînes (favorisée par le numérique), la concentration des media continue de s'accroître. Aussi, le texte appelle les Etats membres à préparer les conditions juridiques et économiques adéquates pour le développement du numérique tout en garantissant le pluralisme des services de radiodiffusion ainsi que l'offre de programmes divers et de qualité. Afin de sauvegarder le pluralisme, le Comité des Ministres recommande aux Etats d'adopter des mesures positives pour rééquilibrer la concentration croissante dans ce secteur.

2.4 La diversité des media

Les travaux du Groupe de spécialistes sur le pluralisme des media ont été poursuivis par un Panel consultatif sur la diversité des media (AP-MD) créé en 2001.²⁶ Le Panel d'experts a pour mandat de suivre les développements 1) en matière de diversité culturelle au niveau international, 2) les développements législatifs en matière de régulation de la propriété des media et 3) les échecs et les succès de la télévision numérique terrestre et leurs implications pour la propriété des médias et la concentration des médias.

²³ La Convention amendée est entrée en vigueur le 1er mars 2002 et a été ratifiée par 28 Etats membres et signé par 8 Etats membres (au 20 novembre 2003).

²⁴ Voir Doc. CDMM (2000)pde, Rapport sur le pluralisme des media dans l'environnement numérique, Strasbourg octobre 2000, www.coe.int/media.

²⁵ Recommandation adoptée le 28 mai 2003.

²⁶ Lors de la 6ème Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse (Cracovie, 15-16 juin 2000) les ministres spécialisés ont retenu « le pluralisme des services et des contenus dans le domaine des media » comme un axe essentiel de la dimension humaine et démocratique de la communication.

Conformément à son mandat, le Panel a préparé des rapports visant à tenir le CDMM informé et suggérant des lignes d'action pour les futurs travaux du Conseil de l'Europe dans ce domaine. On peut citer à ce stade le rapport relatif à la diversité des media en Europe, qui fait le point sur les questions de pluralisme des media qui se posent en Europe et présente les mesures qui, au niveau national, ont été ou pourraient être prises pour préserver le pluralisme et la diversité.²⁷

Le Panel a en outre préparé des commentaires sur le projet de Convention sur la diversité culturelle préparé par le réseau international sur la politique culturelle (RIPC).²⁸ Selon l'AP-MD, une telle convention pourrait contribuer à prévenir une libéralisation non souhaitée du commerce des biens et services culturels. Elle pourrait en outre garantir que les politiques et systèmes de soutien européens visant actuellement à favoriser le secteur audiovisuel puissent être maintenus dans le contexte des négociations sur la libéralisation des échanges commerciaux, sans que cela déroge au régime de l'Accord général sur le commerce des services (AGCS). Les rapporteurs estiment également qu'une convention de cette nature pourrait offrir un moyen de promouvoir et de soutenir la diversité culturelle dans le droit fil de la Déclaration sur la diversité culturelle que le Comité des Ministres a adoptée le 7 décembre 2000.²⁹ En somme, le rapport de l'AP-MD soutient le projet de Convention. Son rapport a été transmis au RIPC sans pour autant que ses prises de position puissent être considérées comme reflétant celles du CDMM. En effet, les représentants des Etats membres ne voulaient pas préjuger de la position de leur Etat respectif lors des négociations qui allaient s'ouvrir au sein de l'UNESCO dans le cadre de la préparation de cette Convention.

Ces thèmes particuliers de la diversité culturelle et de la diversité des media vont continuer d'occuper les travaux du Panel puisqu'ils feront partie des thèmes qui seront abordés par la Déclaration politique qui devrait être adoptée lors de la 7^{ème} Conférence ministérielle européenne qui se tiendra les 25-26 novembre 2004 à Kiev.

Toujours en vu de la Conférence Ministérielle à venir, le Panel concentrera ses travaux sur les **concentrations transnationales**. Ces dernières, à l'instar des concentrations des media au niveau purement national s'intensifient en Europe et risquent de porter atteinte au pluralisme dans les media et à la diversité culturelle.

3. Bibliographie

MÖWES (2000)	Bernd Möwes, <i>Document historique sur les activités et réalisations du CDMM</i> , Doc. MCM (2000) 3
OETHEIMER (2001)	Mario OETHEIMER, <i>L'harmonisation de la liberté d'expression en Europe – Contribution à l'étude de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme et de son application en Autriche et au Royaume-Uni</i> , Pédone, Paris 2001.
RAPPORT (2002)	<i>La diversité des media en Europe</i> , Doc. H/APMD (2003) 1, Strasbourg, décembre 2002 ; www.coe.int/media .

²⁷ RAPPORT (2002).

²⁸ Voir Doc. AP-MD (2003) 4; <http://www.coe.int/media>.

²⁹ <http://cm.coe.int/ta/decl/2000/f2000dec2.htm>

Europska Unija i mediji – dvojna struktura medija u Europskoj Uniji

Herbert Ungerer, Voditelj Odjela za medije, Opća uprava za tržišno natjecanje, Europska komisija

– ♦ –

European Union and Media – Dual Structure of Media in the European Union

Herbert Ungerer, European Commission; Competition DG; Directorate C - Information, communication and multimedia; Media

(Natuknice su prenesene iz MS PowerPoint prezentacije. /The outline was transferred from an MS PowerPoint presentation.)

1. Television in the EU

- Eighties: Initial structure of national public broadcasters based on licence fee system
- Nineties: Private broadcasters based on advertisement revenues
- End nineties: Pay TV, pay per view revenues as a third mainstream revenue line

2. Media

3. Audiovisual Revenue by segment

4. Diversification of platforms and products

- Free TV
- Pay TV / pay per view
- Interactive
- Broadband Internet

5. Market delineations have become moving target

6. Issues for this decade

- Digital platforms
- Access to content
- Media concentration

7. The Legal Framework in the EU

8. Objectives

- Pluralism
- Cultural diversity
- Choice

9. Pluralism

Basic public goal in the media sector

10. Cultural Diversity

Preservation of national identities

11. Choice

Access to the new media that innovations open up

12. Essentials of the Legal framework in EU

- Basic freedoms: freedom to provide services
- EC competition order
- Maastricht&Amsterdam Treaties:
 - the provisions relating to culture and
 - the protocol on public broadcasting
- The Charter of Fundamental Rights:
 - Freedom of expression and information (Article 11)
- European Convention of Human Rights (Article 10) / Council of Europe
- Integration of the Charter into the future European Constitution
- Title II / Article 11

13. Policies

- Television Without Frontiers (TWF) Directive
- Media concentration
- EU merger regulation and antitrust controls
- (p.m. liberalisation of the EU's telecommunications market)

14. Television without Frontiers Directive and related Directives**15. Television without Frontiers**

- Harmonises the definition of broadcasting
- Provisions concerning advertisement, sponsoring, protection of minors
- European content provisions
- Access rights to events of general public interest

16. Communication on Review foreseen for this year**17. Media concentration controls****18. Media concentration**

- Basic Treaty provision: ownership issues fall with Member States
- Green Paper on pluralism and media concentration of the mid-nineties
- Member States retain right to issue national media laws relating to limits on media ownership
- Plurality of the media is regarded as a legitimate interest of a Member State under EU law
- **but**

19. European Parliament

has requested effective measures to ensure media pluralism

20. Major EU controls

fall with Merger Regulation and control of public enterprises under Article 86 and State Aid provisions

21. EU Competition law

- Merger Regulation
- Antitrust (Articles 81 & 82)
- Article 86: EC Treaty public service provisions
- (Commission Green Paper on services of general interest)
- State aid control under EC Competition law

22. At issue

- Content rights
- Programmes
- Channels
- Distribution platforms

23. Commissioner Monti:

Exclusivity of a long duration and for a wide range of rights is unacceptable because it is **likely to lead to market foreclosure**

24. Rules for Public Broadcasting**25. Public broadcasting**

- EC Article 86, and State Aid scrutiny (Article 87)
- Commission Communication on the application of EC State Aid rules to public broadcasting and recent rulings by the EU Court of Justice

26. Member States have

- Authority to define public service goals in broadcasting

but

- Transparency requirement
- Fair competition when competing with the private sector
- Dual nature of market must not be tilted by public intervention
- Innovation and emergence of New Media (Internet and 3G) must not be strangled

27. Essentials

- True independence of regulation from operator(s) and government
- Proportionality of regulation
- Based on a dynamic assessment of actual audience and market power
- A fair and transparent regulatory framework
- Strong and sufficiently resourced antitrust regulators
- Independent and transparent Media regulator(s)

28. Effective Mechanisms for ensuring Media Pluralism are a must for acceding the European Union

Raznolikost i strukturalni pluralizam medija u doba rastuće koncentracije

Peter A. Bruck, Profesor, Institut za informiranje, ekonomiju i nove medije, Salzburg, Austrija

Media diversity and pluralism of structures in a time of increasing concentration

Peter A. Bruck, Professor, Institute for information, economy and new media, Salzburg, Austria

(Natuknice su prenesene iz MS PowerPoint prezentacije. /The outline was transferred from an MS PowerPoint presentation.)

1. Advisory Panel on Media Diversity

1.1 Advisory Panel on Media Diversity

Six member panel set up following the 6th Ministerial Conference on Mass Media Policy (June 2000) with following mandate:

AP-MD requested to inter alia:

- Identify media concentrations which could endanger plurality
- Examine impact on pluralism of new CT&S
- Assess new types of ownership restrictions
- Examine pluralism importance of preserving the diversity of sources of information
- Follow debates/developments on cultural diversity at international levels

Time Table: First report - November 2001

Final report - November 2002

Extension of Mandate – November 2004

1.2 Advisory Panel on Media Diversity

Panel met with following members:

- Prof. Dr. Peter A. Bruck – Austria
ICNM-International Center for New Media /
Austrian Research Centers
- Doc.Dr. Zrinjka Perusko Culek – Croatia
Institute for International Relations, Zagreb
- Prof. Dr. Dieter Dörr – Germany
European and International Media Law, Univ. of Mainz
- Mme. Maria Rosaria Monaco – Italy
Bureau des conseils juridiques de RAI, Roma
- Mr. Sigve Gramstad – Norway
Media Ownership Authority, Oslo
- M. Jacques Favre – Switzerland
Commission de la concurrence, Bern

2. Media Diversity and Pluralism Structures

Structure of Presentation :

1. The Nature of the Beast:
General theses on media diversity and pluralism structures
2. A Garden of Weeds:
Concentration and Anti-concentration measures in Austria
3. New Rules for the Zoo:
Council of Europe – CDMM – Advisory Panel on Media Diversity
4. Sun Shine and Many Clouds:
Further Anti-concentration measures

3. The Nature of the Beast

3.1 *Nature of Beast: Markets tend towards concentration*

Theses on Market Development :

- All markets tend towards concentration
- Logic of capitalism: to grow and the gain market share in order to increase profitability
- Paradox of capitalism: Competition leads ultimately to monopoly
- Markets fail on their own
- Markets need regulation in order to function
- State function to provide a regulatory frame for markets: not only for social or cultural, but also for economic reasons

3.2 *Double Beast: Media Markets tend also towards concentration*

Media Market Issues :

- Concentration in Media markets lead to concentration in public opinion
- Democratic states require open access to information, diversity of sources, pluralism of perspectives in order to function
- Paradox of capitalistic media markets: concentration in media markets undercuts functioning of the state
- Media Markets fail their societies
- Media need regulation in order to function
- State function to provide a regulatory frame for media: not only for democratic, but also for economic & functional reasons

3.3 *Domesticating the Beast: Anti-concentration Issues :*

Anti-concentration measures

- Anti-Concentration measures are a necessary function of the state
- Open access to information, diversity of sources, pluralism of perspectives require consistent and continuous anti-concentration measure
- Need of capitalistic media markets: anti-concentration measures in order to guarantee the functioning of state and society
- Anti-concentration measures are core of regulation of Media Markets
- Diversity and pluralism of media are artificial products of anti-concentration measures not natural results

3.4 *The Rebellling of the Beast: Problems of Anti-concentration*

Counter forces to anti-concentration :

- Legitimation problems of the state: Bodies and structures; national jurisdictions in age of supranational associations
- Effectivity problems of anti-concentration measure: impact and results; prevention of crises vs. crisis politics
- Economic problems: viability of companies and size in internationalised and globalised industry
- Technological problems: Digitisation and Convergence
- Conceptual problems: measurements and delimitations of markets

4. A Garden of Weeds

4.1 *Austria: a Garden of Weeds*

Concentration elements:

- Monopoly of Public Broadcasting till mid-nineties in Radio and 2003 in TV:
- Democratisation of the press by Allied Forces after WWII lead to dominance of party press till end of sixties
- Creation of sheeted monopolies in daily newspaper markets: regional market leaders, format market leaders, subject market leaders -> segmented concentration
- Multinational concentration: WAZ and Mediaprint
- Smallness of domestic book and film market

4.2 Austria: a Garden of Weeds

Anti-concentration measures:

- Human Rights challenge to monopoly of Public Broadcasting
- Press subsidy policies in daily and periodical markets
- Focus on journalism training and support for quality projects
- Rewriting of competition laws
- Independent Authority for licencing private radio and TV, integrated with telecom regulation
- Support programs for domestic book and film industries

5. New Rules for the Zoo

5.1 Issues in Media Diversity Policy

The efforts of the Council of Europe on Media Diversity are important but not known to a wider public. The effectivity of the policies and recommendations suffers from:

- Remoteness from public discourse in member states
- After the fact assessments of media developments
- Redundant statements and information
- Declaratory deluge of common insights with little pertinence to specific situations
- A highly bureaucratic and paper orientated approach

Goal of AP-MD: to focus on issues where the CoE can have an impact

5.2 Report on Media Diversity - Structure

- Part A: Freedom of expression and information as a basis of media diversity
- Part B: Media Ownership Regulation ensuring diversity in the private sector
- Part C: Public Service Broadcasting: an essential element for media diversity
- Part D: New Technologies and Diversity Issues
- Part E: Trade liberalisation and audio-visual services
- Part F: Conclusions and Recommendations

5.3 Report on Media Diversity – Structure Details I

- Part A: Freedom of expression and information
 - I. Article 10 ECHR - Reading the convention in a new way: from freedom of expression to freedom of information and beyond
 - II. Diversity of Culture as an aspect of pluralism
 - III. Diversity of content and sources as an Aspect of Pluralism
 - IV. How to regulate the media market – by special regulation or through competition regulation
- Part B: Media Ownership Regulation
 - I. Introduction to ownership limits
 - II. Ownership Limits in seven European countries: Key features for competent authorities to safeguard Pluralism
 - III. Recent Trends in Media Ownership Provisions: Future Regulatory Proposals for anti-concentration Measures
 - IV. Foreign Ownership Limits of Media in the New Democracies

5.4 Report on Media Diversity - Structure Details II

- Part C: Public Service Broadcasting: essential element for media diversity
- Part D: New Technologies and diversity issues
 - I. Challenges and opportunities of convergent media
 - II. Digital terrestrial television (DTT)
- Part E: Trade liberalisation and audio visual services
- Part F: Conclusions and recommendations

5.5 Report on Media Diversity - Structure Details III

APPENDIX

- I. Structural evolution of the media sector

- II. New trends towards cross-media ownership: the emergence of the multimedia multinational
- III. Cross country mergers: the lowering and erosion of national media market boundaries
- IV. The example of telecommunications
- V. The Vodafone case

5.6 Report on Media Diversity – Executive Summary I/III

Article 10 of the European Convention on Human Rights is the basic framework for media pluralism on the European scale. Under its effect, States are under a “duty to protect” and, when necessary, to take positive measures to ensure diversity of opinion in the media. The European Court of Human Rights has stated that without plurality of voices and opinions in the media, the media cannot fulfill their contributory role in democracy.

Thus, European States are under the obligation of safeguarding and promoting pluralism in the media.

Report examines factors and points to measures which are specific and sensitive to varying contexts.

Given the significant differences in culture, in the size and characteristics of media markets, and in legal and administrative traditions within Europe, no common or single regulatory model will be suitable for all European countries.

5.7 Report on Media Diversity – Executive Summary II/III

Given this, it is nonetheless clear that a competition law approach alone is not sufficient. Sector-specific media ownership measures and regulations are necessary and will contribute positively to media pluralism objectives.

Different indicators and thresholds are used in European countries to monitor and control media concentrations. This report recalls that the audience share approach is one of the possible models, which presents the advantage of reflecting the real influence of a broadcaster in a given market and at the same time is neutral on the number of licences which the broadcaster can hold and allows its international development. Whichever the indicator employed, permissible thresholds vary at around 1/3 of the audience, 1/3 of revenues or 1/3 of the network capacity, implying a general European understanding that controlling one third of the market is tolerable, but that going beyond that level could infringe upon freedom of expression and information.

5.8 Report on Media Diversity – Executive Summary III/III

Media ownership rules need to be complemented by other measures which favour media pluralism: public service broadcasting has an essential role to play in this respect and ensuring diversity at the level of sources is also important.

The development of digital technology poses new challenges to pluralism which results from, among others, the use of proprietary systems by operators. The trend towards media concentration is strengthened with digital convergence.

Liberalisation and globalisation of markets increase the pressures for concentration on the national scale.

States need to strengthen national regulators and authorities responsible for ensuring and protecting media pluralism. Constant monitoring and proactive policy-making by States are required.

5.9 Report on Media Diversity – Conclusions and Recommendations I

- 90. Article 10 of the European Convention on Human Rights and the judgments of the European Court of Human Rights are conclusive that States are under the duty to protect, and if need be, to take positive measures to safeguard and promote media pluralism. Today, this necessitates that governments act concretely and decisively to counter increasing concentration in the media.
- 91. Ongoing concentration and convergence in the media field necessitates a strong and independent public service broadcasting to guarantee the dissemination of diverse information and opinions to the public.
- 92. The goal of any regulatory or control system on media concentrations should be to counteract market dynamics and operations, whether horizontal or vertical, that are detrimental to political and cultural pluralism, and thus avoid that a single or few companies control all opinion-forming media and the media culture within a given country.

93. Taking into account the specificities of each country, sector-specific rules should be designed to safeguard and ensure plurality and diversity in the media. General competition law can only have a complementary role as regards concentration in the media sector.

5.10 Report on Media Diversity – Conclusions and Recommendations II

94. Amongst the indicators frequently used to control market concentration in the media sector are: turnover/revenues, shareholding, voting rights, audience share/share of voice, etc. The audience share indicator is one of the most relevant and useful since it reflects the real influence of an operator in a given media market, is neutral on the number of licenses which the broadcaster can hold and allows the international development of the broadcaster.
95. The up-to-date collection and public access to economic information on providers and operators (turnover, audience share, etc) are absolutely necessary. Only on the basis of appropriate data is it possible to determine if media pluralism is vibrant or endangered. Such data should be collected and used in monitoring and as the basis for regulation and controls of media concentrations.
96. The development of an open and competitive television market in which citizens benefit from pluralism needs to ensure that public service broadcasting remains accessible to all: public service broadcasters should have a visible and easily accessible presence on as many delivery platforms and navigation systems as possible.

5.11 Report on Media Diversity – Conclusions and Recommendations III

97. Given the pressures towards concentration stemming from, among others, digital convergence, the widest interoperability of digital television equipment in the interest of citizens and consumers is necessary.
98. The authorities regulating concentration in the media market should be entrusted with powers to enforce sanctions on companies that cross the permissible thresholds (for example, disinvestments, reducing influence in related markets, granting airtime to independent third parties, establishing independent programming councils, or the extreme sanction of the withdrawal of a licence).
99. The impact of trade policy on the media sector and the threats to cultural diversity/pluralism which would result from further liberalisation in this sector should be recognised, and member States should carefully consider the possibility of adopting a convention on cultural diversity, taking into account the work of the International Network on Cultural Policy (INCP).

6. Sun Shine and Many Clouds

6.1 Media Diversity and Pluralism Structures

Structures of Diversity – Sources of Revenue :

1. Private media enterprises I:
Commercial TV & Radio -> Free TV financed by advertising
2. Private media enterprises II:
Print Media -> Journals financed by subscription –
Pay for content in TV, film or books
3. Public Service media:
Broadcasters -> Pay for my licences or public allocation
4. Community Media:
Newspapers or radio -> paid for my members and sponsorship

6.2 Media Diversity and Pluralism Structures

Structures of Diversity – Anti concentration:

1. Private media enterprises I:
Commercial TV & Radio -> Internal pluralism in companies,
competition regulation according audience/adv share
2. Private media enterprises II:
Print Media -> Public incentive payments for quality content;
professional trainings for staff; contests for excellence

3. Public Service media:
Broadcasters → extension of mandate to digital platforms;
specification of tasks; de-politisation of boards
4. Community Media:
Newspapers or radio → Redistribution of permit revenues; creative content funds; tax incentives

7. Media Diversity and Pluralism Structures

Conclusion of Presentation :

1. The Nature of the Beast:
General theses on media diversity and pluralism structures
2. New Rules for the Zoo:
Council of Europe – CDMM – Advisory Panel on Media Diversity
3. A Garden of Weeds:
Concentration and Anti-concentration measures in Austria
4. Sun Shine and Many Clouds:
Further Anti-concentration measures

7.1 Media Diversity and Pluralism Structures

Conclusions:

- Media concentration is a beast:
it is natural to capitalistic markets, will not go away and needs an ongoing effort and attention
- Anti-concentration is a political zoo:
Media are part of the power reproduction system of society; power interests seduce politicians; self-interest and short term dominate
- Technological sun has many clouds:
Digitisation and proliferation of channels are not a solution; but will adjust to market structures and concentration

7.2 Media Diversity and Pluralism Structures

Conclusions:

- Media is a beast:
the tension between information and entertainment
→ cultural diversity and identity
- The political zoo will transform in Information society:
Information is a public good; knowledge is a key resource
- The clouds of multinational concentration grow:
Global integrated media enterprises poach on all profitable sectors of media in any country in the world
- New provisions:
One has to pay for diversity and quality of contents

8. We welcome your comments, input and directions:

Advisory Panel on Media Diversity

bruck@research.at

Antikoncentracijske mjere za osiguranje strukturalne raznolikosti i pluralizma medija – primjer Norveške

Sigve Gramstad, Glavni direktor, Norveška agencija za medijsko vlasništvo, Oslo, Norveška

– ♦ –

Anti-concentration measures to ensure diversity and pluralism of media structures: the example of Norway

Sigve Gramstad, Director General, The Norwegian Media Ownership Authority¹, Oslo, Norway

The main national goals for Norwegian media policy are to promote

- *Freedom of expression and information*
- *Media pluralism*
- *Norwegian culture and language².*

These goals are similar to those of many European countries. The means by which to reach the goals vary, also the content of various mechanisms. Many such differences reflect the differences in media structures, legal traditions and development of political and social institutions. It is therefore in most cases very difficult – and probably unwise – to blueprint one set of mechanisms from one country to another. Measures should be adapted to each country's own environment. That does not leave each country at total liberty to design its own regulation. A number of international legal instruments have to be taken into account. Therefore it is important to be aware of the ways by which other countries are working to reach the media policy goals. Both successes and failures may give valuable input to one's own work.

1. The basic notion of freedom of expression

The notion of freedom of expression is a relatively modern concept. The normal situation, historically speaking, has been that the authorities controlled the texts of the society and those who interpreted the texts (the clergy, the judiciary). Communication was not free. The purpose of this control was primarily to construct and establish authoritative truths or interpretations of reality. Through-out history the defence of the authorities' positions has always been the greatest obstacle against freedom of expression.

The Norwegian Constitution is from 1814 and is one of the oldest in Europe. Its Article 100 introduced the freedom to print, and to express opinions. The right to express oneself instituted in the Norwegian Constitution of 1814 was executed in conformity with the contemporary prevailing ideologies and policies in society. It worked primarily as a ban on prior censorship from the outset. However, it would be wrong to regard Article 100 as something trailing after political development. It was a constant bone of contention, and the debates it gave rise to paved the way for reforms, and widened gradually the scope of the freedom of expression. The experiences during the World War II, when this freedom was suspended, illustrated to most Norwegians how vital the right is in a democratic society.

The classic concept of freedom of expression is freedom from undue interference and censorship from the state and the authorities against expressed ideas and opinions, a guarantee against the abuse of power. This concept has been broadened in accordance with the development of modern society. The duties of the authorities are extended from not to hinder free expressions to also actively creating a basis for exchange of opinions and ideas and the free flow of information in the public domain. Today, the authorities have a duty to act in order to secure that the freedom of expression in the classic definition, can be used. The freedom of expression has developed to also include freedom of information.

The European Convention of Human Rights Article 10 and the case law established by the Human Rights Court in Strasbourg are important factors in the development of the right to freedom of expression to also include the right to freedom of information. Article 10 states that “*everyone has the right to freedom of expression. This right shall include freedom to hold opinions and to receive and impart information and ideas without interference by public authority and regardless of frontiers*”. The idea is, broadly speaking, that in order for the individual to be able to “*receive and impart information and ideas*” the authorities have a duty to create favourable conditions for this right to be implemented.

The implications for the media are evident. The media are active in the public domain where opinions and ideas live, both as actors and as channels into and out of the public domain. The implications for the authorities are

¹ www.eierskapstilsynet.no

² including the cultures and languages of national minorities

equally evident. It is not enough to remove obstacles, they have to create suitable conditions for the media to function as channels and arenas for opinions and ideas. The challenge for the authorities is to create conditions which do not infringe upon the freedom of expression or the independent position of the media.

2. The media landscape in Norway

Norway has a rich flora of newspapers. Last year 220 newspapers were published. Newspaper consumption averages more than 1,5 newspapers per household. In addition there has been a growth of free newspapers. There are three large newspaper owners, Schibsted (30% of total circulation), A-pressen (16% of total circulation) and Orkla (15% of total circulation), controlling more than 60% of total copies circulated.

The press structure is pluralistic. There are large tabloid national newspapers, regional newspapers and small local newspapers. In addition there are newspapers that represent political ideologies, language policy or business policy interests, and that are circulated nationwide. In the larger cities there are normally two or more newspapers in direct competition.

Television is dominated by two companies. The state owned Norwegian Broadcasting Corporation (NRK) transmits two national channels and the privately owned TV2 (owned by Schibsted, A-pressen and Danish Egmont) transmits one national channel. A Swedish company (Modern Times Group) owns a satellite channel (TV3) which is transmitted from United Kingdom but directed towards the Norwegian audience. Lastly, there is one TV-company (TVNorge), owned by Scandinavian Broadcasting Systems (TV2 is the other big owner), which transmits a channel to a majority of the Norwegian audience, and a number of channels from other countries are available through cable networks or via satellite dishes. Norway is divided into 26 areas for local television, where one company in each area is licensed to produce and transmit local programmes.

Radio is dominated by the Norwegian Broadcasting Corporation, which transmits a number of national channels. Two private radio companies recently got licence to nationwide radio transmissions. Likewise, around 230 local radio stations broadcast within their areas.

In the new media there is a rapid growth of Internet connections, around 160 newspapers and all major broadcasting companies have Internet services. Norwegian Internet portals are established (and quite popular). There are also exclusively Internet newspapers.

3. Political measures in relation to the media

The press has historically speaking had very little special regulation, while broadcasting was regulated almost from the beginning. The main reasons for regulating broadcasting were that frequency space was limited, and that politicians regarded broadcasting, especially television, as a medium with a very strong influence on people and with virtually unlimited access to all homes. Broadcasting has therefore become more regulated than the press.

The regulation through general legislation affects both broadcasting and the press. The editor's legal responsibility for the content and the limits to what can be published or transmitted, for instance in relation to defamation and pornography, is applied to all media. The copyright legislation regulates the use and protection of intellectual works regardless of what media they appear in. An important piece of legislation is the right to access documents in public administration. This right applies to all documents unless they are positively excluded, and quite a few categories of documents are excluded. Nevertheless the legislation creates transparency and makes it possible for journalists and others to investigate how the authorities exercise their powers, and to report their findings publicly.

Ethical standards, the independent position of the editor and the protection of sources have been outlined mainly through self regulation within the press, but is to a large extent common for all media. The content control mechanisms (apart from advertising) are also to a large extent a part of this self-regulatory system. The press and the broadcasters prefer to solve their own problems without any interference from the authorities. The balance between internal and external control mechanisms depends of course on the weight of society's interests on the one hand and the autonomy and independence of the media on the other. A fruitful guideline is that external regulation or control should not be exercised unless there is a special need to do so.

There are well working labour unions and interest organisations across the different media areas.

- the press

In the 1950s and 1960s the number of newspapers in the Scandinavian countries was reduced substantially, especially in Denmark and Sweden. This led to a discussion about possible measures to stop the similar development in Norway, where the number of newspapers had been reduced from 191 to 160 in the period 1950-1965. Various support mechanisms were introduced, such as subsidy on telecommunications to reduce

geographical differences, support for the press offices of the political parties and subsidy on the use of paper. The support mechanisms have changed over the years. Today these are the most important:

- *zero-rate on VAT (value added tax)*

VAT means that you pay an extra tax on top of the “ordinary” price on most products and services. If the product or service you produce or offer is object to VAT, you get reimbursed the so-called incoming VAT. Newspapers are a part of the system, and incoming VAT is therefore reimbursed, but since the rate is zero, no VAT is added on the price of the newspaper copies. This measure subsidises the press with more than 1 billion NOK per year (120 million EURO). This measure does not distinguish between newspapers, and the large newspapers receive the largest subsidies. It has been argued, however, that the weakest newspapers benefit most from this measure. They cannot afford to lose many subscribers, something they might do if they were forced to increase the price of subscriptions due to the VAT. The zero-VAT on newspapers was introduced to underline the special position that the production and dissemination of ideas, opinions and information had in society, and to improve the conditions for the Norwegian language. Books have the same status as newspapers, while weekly magazines are subject to VAT.

- *production support*

This support scheme is targeted towards newspapers that are in a difficult economic position, and the aim is to maintain a pluralistic daily³ press. The requirements defining which newspapers are eligible for economic support are detailed. I mention some of them:

- it must contain news and current affairs of a daily press character
- it must have a responsible editor and follow the “Editor Placard”
- it must charge real payment for subscriptions, sale and advertising in accordance with a publicly available price list
- advertisements cannot exceed 50 per cent of total volume the previous year, and in addition the newspaper must, in order to be eligible for support
 - either be a “number-2” newspaper with printed copies between 2 000 and 80 000,
 - or be a small local newspaper with printed copies between 1 000 and 6 000.

The support is given in accordance with certain objective criteria, primarily linked to the different types of newspapers, verified number of copies and verified number of editions. If a newspaper receives support, the owners cannot take out any profit from the company.

The support is decisive in maintaining newspaper competition in major cities, in maintaining nationwide newspapers which uphold pluralism with regard to ideology and views on society and in making it possible to maintain many small, local newspapers. The total support amounts to 245 million NOK (30 million EURO) yearly, and around 120 newspapers receive support.

- *support for Sami newspapers*

The Sami is a national minority in Norway, with its own language. The definition of a Sami newspaper is that the Sami population is its target group. The requirements for support are similar to the requirements for the production support scheme. The basis for deciding on the size of the support is also quite similar, with the addition that the support will increase in accordance with the percentage of Sami language used in the newspapers.

This year the support scheme amounts to 12 million NOK (1,4 million EURO). Three newspapers and one religious magazine receive support.

- *support for immigrant publications*

The aim of this scheme is to support the establishment and maintenance of immigrant newspapers, to give immigrants information about Norwegian society and about their own situation. In addition the aim is to promote understanding and tolerance between the various immigrant groups.

The requirements for support are based on the same concept as the other support schemes, but the required level regarding the frequency of publication and the number of printed copies is lower than for the other support schemes.

³ “daily” includes newspapers with one edition per week or more.

Publications in immigrant languages received a total of 1,25 million NOK last year (140 000 EURO). Also some special minority interest publications receive support.

- *reduced postal fees*

Newspapers benefit from cheaper postal fees than ordinary letters and packages. However, after the “privatisation” of the Norwegian Mail the prices have risen, and the newspapers maintain that they now pay very close to market price. I do not have figures to illustrate what the cheaper postal fees amounts to. However, Norwegian Mail recently announced a 17% rise in the price. Newspaper organisations warn that the result may be a reduction of newspapers, and the newspaper owners are currently investigating alternative distribution channels.

- *free establishment*

There are no specific barriers to start a newspaper, unlike broadcasting.

- **broadcasting**

The Norwegian Broadcasting Corporation (NRK) had monopoly on broadcasting from 1933 to 1981, when the Ministry of Culture granted licences to local broadcasting, first based on an exemption clause in the Act on Broadcasting, later on a permanent basis. A new private national TV-channel (TV2) was established in 1992 and a new private national radio channel (P4) was established in 1993. In 2003 the Government gave licences for two nationale private radio channels (P4 got one of those).

- *licence fee*

The NRK is financed by a licence fee that is paid by all who own a television set. The yearly licence fee is NOK 1 715 (200 EURO) per household, generating a 3 billion NOK yearly income (350 million EURO).

- *advertising*

TV2 is financed through a monopoly on advertising in national terrestrial television. Local television is partly financed by advertising, partly through an agreement with a satellite television company (TVNorge). The satellite television company rents the terrestrial local networks for transmission of its programmes when they are not reserved for local programmes. In that way the satellite programmes can be received by around 85% of the population, an audience which is large enough to attract advertisers.

The radio channel P4 is also financed through an advertising monopoly on national terrestrial radio. The two new national radio licences will be financed by advertising.

- *The Audio-visual Fund*

The Fund shall support co-productions of film and television producing companies/groups, and support to some extent local broadcasting. The support given amounts to around 70 millions NOK yearly (8 million EURO), including a 10 million NOK grant from TV2.

- *licence to broadcast*

The NRK has a legal right to broadcast based on the Broadcasting Act. All others need a licence in order to broadcast. The exemptions are satellite broadcasts from other countries (Norway has ratified the TV without frontiers Convention and has implemented the EU’s TV Directive) and overspill from neighbouring countries.

Licences to national broadcasting are decided upon by the Ministry of Culture. There are two licences for radio (from 2004) and one for television. Licences to local radio and television are decided upon by the Mass Media Authority, a subordinate body under the Ministry of Culture.

- *advertising regulation*

There are special rules concerning advertising (and sponsorship) in the Broadcasting Act (Chapter 3). Advertisements shall not exceed a total of 15 per cent of the broadcaster’s daily transmission time and may not be broadcast in connection with children’s programmes or be especially targeted towards children. Religious and political advertisements are forbidden in television, but allowed in radio. Advertisements shall normally be broadcasted in blocks between programmes, and they shall be clearly separated from ordinary programmes.

There are also limitations on sponsorship. News and current affairs programmes cannot be sponsored. Sponsors cannot influence the content or presentation of the sponsored programme, nor can the programme promote the purchase or rental of any of the sponsor’s products or services.

- *content regulation*

There are two kinds of content regulation. One is stated in the Broadcasting Act and applies to all who broadcast. The other is connected to the licence to broadcast.

The Broadcasting Act regulation:

- prohibits television programmes which may seriously impair the physical, mental or moral development of minors, in particular programmes which involve pornography or excessive violence. Programmes which may cause such harm are only to be shown in periods when minors normally do not watch.
- states that there shall be a quota of European programme material.
- imposes upon the broadcasters the duty to broadcast announcements from government authorities when such announcements are of major importance.
- institutes the right for any person whose rightful interests have been infringed by incorrect information to be entitled to rectify the assertions made (right of reply).

The national broadcasting licences also contain conditions related to content, especially the duty to perform public service broadcasting. The NRK is a public service broadcaster, and in the tender for a new licence period for private national television there was not only a demand for regular news programmes, current affairs, documentaries, children's programmes in Norwegian and religious programmes, but also programmes in Sami for the Sami population, programmes on culture, drama and entertainment in Norwegian, use of both Norwegian written languages, tele-text in Norwegian and Norwegian-language programmes in more than half of the transmission time.

4. Specific action against media concentration

The special support schemes for the daily press and the licences to broadcast are important measures to maintain and develop media pluralism. However, this is not considered sufficient. The commercialisation of the media and the concentration of ownership of media companies endanger the pluralism in the sense that it may limit the freedom of expression and information.

The Council of Europe has engaged itself in the question of media pluralism. The Council adopted in 1999 a recommendation⁴ to member states on measures to promote media pluralism and published in October last year a report on media pluralism in the digital environment⁵. An Advisory Panel on media diversity has been established. The panel produced in 2002 a report on media diversity in Europe.⁶

At the European Ministerial Conference on Mass Media Policy 2000 a Declaration on "media policy for tomorrow" was adopted. The Ministers agreed that the human and democratic dimension of communication should be at the core of present and future activities in the media policy field, focusing around four essential axes:

- the balance between freedom of expression and information and other rights and interests
- pluralism of media services and content
- the promotion of social cohesion
- the adaptation of the regulatory framework for the media in the light of the ongoing changes.

Most European countries are aware of the dangers of media concentration. The awareness is based on the fact that an owner of a media company - be it the state or a private person - has the possibility to influence the content and messages of the company, and there have been examples of media owners doing that. Unreasonable concentration of ownership is therefore a potential danger towards our democratic institutions, because a single person or entity may exercise more influence in the public domain than political parties or democratic elected assemblies are able to, either through focussing on or ignoring specific issues, opinions or ideas. Concentration of media companies will also reduce the number of independent channels into the public domain and the public arena for opinions and ideas, thus in many cases reducing the possibility to publish ideas and opinions that differ from the mainstream truths.

Legislation with the aim to prevent undue media concentration differs from competition legislation. Competition authorities shall secure healthy competition, while media legislation is more related to human rights; the aim is

⁴ Recommendation No. R (99) 1

⁵ This document and other documents dealing with media policy matters can be found on www.humanrights.coe.int/media.

⁶ The report is available at the Council of Europe website (footnote 5)

to promote the rights of the individual to receive and impart information and ideas, as is stated in the European Human Rights Convention.

Norway has tried to cope with the question of media concentration through *The Act relating to supervision of the acquisition of newspaper and broadcasting enterprises* from June 1997 (the Media Ownership Act⁷). The purpose of the Act is “to promote freedom of expression, genuine opportunities to express one’s opinions and a comprehensive range of media”. The Media Ownership Authority is established to supervise acquisitions of newspaper and broadcasting enterprises, and to intervene against an acquisition if the person acquiring the ownership interest has or gains a significant ownership interest in the national, regional or local market. The significant ownership interest must in addition be contrary to the purpose of the Act. If a person controls around one third of the national market, he has normally a significant ownership interest.

5. Self-regulation

In 1953 the editors and the owners of newspapers agreed upon a set of guidelines to regulate the relationship between the two, the so-called “Editor’s Placard”. The declaration underlines the editor’s full responsibility for the content of the newspaper and his duty to promote freedom of expression and information. The editor is supposed to share the newspaper’s basic views and goals, but within that framework he is entitled to lead his staff in a free and independent manner and to form and publish the newspaper’s opinions, even if they in concrete cases do not fully coincide with the views of the owner or the board. However, if the editor should be faced with an “unsolvable” conflict with the newspaper’s basic views, he has a duty to resign.

This declaration is also applied to broadcasting.

There is also a special commission for the treatment of complaints against newspapers if someone believes that the newspaper has gone beyond the ethical standards of the press. The commission also deals with complaints against national broadcasters. Both the NRK and the two private national broadcasters have had such commissions, but those commissions now tend to concentrate on the obligation of the national broadcasters to supply public service broadcasting.

In addition there is a well functioning system of agreements dealing with employment and dismissal, salaries and other items related to employment for all working groups in media enterprises, including editors and journalists.

6. The system of implementation

There are two main bodies implementing the provisions and deciding on the distribution of economic support; one is an independent body, the other is a subordinate body under the Ministry of Culture.

The Media Ownership Authority is independent from the Government in exercising its powers under the Media Ownership Act. This is explicitly stated within the Act (Section 6). The authority surveys and if necessary intervenes against acquisitions of ownership interests in newspaper or broadcasting enterprises. Decisions of the Authority may be brought before a special Appeals Board, and may afterwards be brought before the Courts.

The Mass Media Authority is a subordinate body under the Ministry of Culture. Decisions in the Mass Media Authority may be appealed to the Ministry of Culture and may afterwards be brought before the Courts. The authority grants licences to local broadcasting, while the Ministry grants licences to national broadcasting. The authority also decides on the applications for economic support from newspapers. All decisions are based on written regulation and applications are evaluated by advisory boards with broad representation, also from the media.

The regulation administered by each authority differs according to the different status in relation to the governmental authorities. The Media Ownership Act empowers the Media Ownership Authority with substantial discretionary powers. This was possible partly because the political goals of media policy, which are listed in Article 1 of the law, act as a basis for the authority’s decisions, partly because of the independent status of the authority. The regulation administered by the Mass Media Authority on the other hand, is very precise, with politically neutral conditions, and gives very little room for discretion. The structure of the regulation, combined with the use of advisory boards with a broad representation, gives a certain assurance against any abuse of power. However, the independent status of regulatory bodies gives generally the best defence against unreasonable intervention from the state authorities. The Council of Europe adopted in December 2000 a recommendation which deals with this issue⁸.

⁷ an English version of the Act is available at <http://www.eigarskapstilsynet.no/regelverk/eierskapsloven-engelsk.doc>

⁸ Recommendation rec (2000) 23

7. Working conditions for the media

Norway is fortunate to be a small country with a long tradition of freedom of expression, an independent daily press, public service broadcasting and strong organisations for the editors and journalists. Those elements have been decisive in making the Norwegian society a relatively open society, with a well founded broad political consensus regarding the value of free and independent media, also in the context of maintaining and strengthening our democracy.

The basic problems for the media in relation to the state are:

- censorship
- ban on political and other criticism against the authorities
- political pressure related to specific issues
- authorities that are non-transparent
- regulation that makes it very difficult to maintain independent media enterprises.

These problems are to a large extent non-existing in Norway. The state is on the contrary trying to improve the working conditions for the press. The various support schemes, the legally based access to documents and regulation to secure media pluralism are examples of the positive approach from the authorities.

The Norwegian Government, through the Ministry of Culture and its subordinate body the Mass Media Authority, decides which entities shall receive licences to private broadcasting nationally and locally. In practice there have been few protests against this system, and there are elements which secure transparency and democratic involvement. From a principal point of view, however, the granting of broadcasting licences should not be exercised through political decisions.

There is presently in Norway a lively debate on the balance between freedom of expression on the one hand and protection of privacy and the borders of illegal defamation on the other. The press organisations claim that the position of freedom of expression is too weak in relation to the other two. Norway's Supreme Court has been overruled by the Human Rights' Court in Strasbourg in three cases where media is involved. In all cases the Supreme Court had found newspapers guilty of trespassing the borders of defamation. The Human Rights' Court concluded in all cases that the Norwegian Supreme Court had laid too little emphasis on the right to freedom of expression, and ruled in favour of the newspapers.

Three main difficulties for the media in Norway today, in relation to media's role in maintaining and promoting freedom of expression and information, are

- the commercialisation of the media
- the reduction of independent media companies
- sources (or "informants") trying to exploit or manipulate the media.

But those issues deserve more space than what is possible in this presentation.

8. Is there anything to learn from the Norwegian experience?

The Norwegian media structure and media policy has developed over a long period of time. The main lesson is therefore that it takes time to develop media structures which are sufficiently consistent to withstand external pressure, and sufficiently accurate, open and trustworthy to gain confidence from the readers. Generally speaking there are nevertheless certain factors which may facilitate the work towards a free and independent position of the media enterprises in relation to the State:

- a legislation with the ultimate aim to promote freedom of expression and information
- a media regulation which gives equal possibilities for participation regardless of political views or economic power
- independent regulatory bodies
- strong media enterprises, which are independent from the state and independent of each other
- strong journalists' and editors' unions.

The free and independent position of the media is never won permanently, neither is media pluralism. Efforts will always be made to exploit the media for personal or political purposes, to create media monopolies in order to raise profits, to concentrate content to what sells the best or to sweeten, change or ignore content to favour the owners, the authorities, the sources or others. The struggle to make favourable conditions for freedom of expression and information is therefore an important and neverending story in all societies. Positive results are vital to the maintenance and development of our democracies.

Građani ispred korporacija

Sandra Bašić Hrvatin, Profesorica, Sveučilište u Ljubljani, Slovenija



Citizens before corporations

Sandra Bašić Hrvatin, Professor of communication, University of Ljubljana, Slovenia

Sandra B. Hrvatin, Sandra.Hrvatin@guest.arnes.si

Lenart J. Kučić, Lenart.Kucic@guest.arnes.si

One simple assertion repeatedly found in Noam Chomsky's books, articles and public appearances is as follows: no conspiracy theory is needed to explain the deviation of the media in western countries. Indeed, a handful of individuals and corporations that today own the majority of the media got hold of their stakes in media corporations with the help of an open support from the political elites. In return, politicians, who mainly pass media-friendly legislation, enjoy the kind of power that is invaluable –the presence in the media, or rather, unlimited access to media content. When answering a naïve journalistic question “How does the elite control the media?” Chomsky replied: “How does it control General Motors? This is no question. The elite does not need to control General Motors, since it owns it.”¹

Undoubtedly, one needs to know the right questions in order to be able to analyze media ownership. Media concentration is not a new phenomenon characteristic of modern societies. What is actually new is an almost “incestuous relationship between politics and the media.” Politicians use (and abuse) media for their own political promotion. Today it is virtually impossible to seize power without the help from the media. Media owners, on the other hand, use media in their possession to promote and advocate their own political standpoints, and exploit politicians to realize their private (corporate) interests. By answering the question of who the biggest media owners are we answer the question of who holds the reins of power. The question “To whom today’s media and politicians are accountable” is linked to the question of whose interests are more important – the interests of corporations or the interests of citizens? The most recent calls to liberalize the existing ownership restrictions in the media field point to the fact that the interests of corporations have priority over the interests of citizens. The operation of the global media industry transcends the borders of individual countries. But media regulations – particularly that part that covers ownership restrictions and ensuring of pluralism – is the issue that continues to be the domain of individual nations. It is paradoxical that trans-national media corporations, when entering new markets, put pressure on individual countries to adjust their local legislation to the needs of global media companies. The logical conclusion is that global corporations can be regulated only globally. But the nearly one-decade-long debate on the adoption of a common EU Directive on media regulation and media pluralism clearly demonstrates that the interests of nation-states and those of media corporations are very similar. Both oppose all attempts to regulate media concentration and ensure pluralism.

The adoption of the Directive on the Television without frontiers (1989) which laid the foundation for the common television market inside the EU, was followed by numerous mergers in the media field. 81 mergers and takeovers were announced within just one year (1989-1990); of these, 37 in the television sector. Concentration within media industry was rapidly followed by demands for the overall regulation of media ownership on the EU level. The earliest such demands were put forward by the European Parliament (EP) in the early 1990s; these were followed by two working versions of the Directives, numerous consultations, public debates and extremely strong lobbying on the part of the media industry. Finally, in 1997, the European Commission had to admit a complete failure of its media policy. The public announcements (press releases) that appeared at the beginning of 1998 made it clear that Commissioner Monti, at that time the commissioner responsible for the issues of internal market operation, decided to withdraw support for the directive “leaving the way open for a much weaker option of a code of conduct or a set of guidelines» and that media ownership regulation would remain a matter for Member States and European competition authorities, rather than sector specific Community regulation (Johnstone 1998).²

It was precisely the issue of media concentration which provoked the strongest clashes of opinions and interests of the EP and the European Commission. In its 1990s resolution on media takeovers and mergers³, EP placed special emphasis on restrictions explaining that »restrictions on concentration are essential in the media sector, not only for economic reasons but also, and above all, as a means of guaranteeing a variety of information and

¹ Quoted in Halimi, Serge. 2002. **Novi psi čuvaji**. Mediawatch/Maska, Ljubljana. (pp. 41-42)

² Johnstone, C, 1998. »Media moguls escape harsh new regulation« in **European Voice** 4, 5:1.

³ »Resolution on Media Takeovers and Mergers«, OJ C 68/137-138. 15. February 1990

freedom of the press«. This standpoint was reaffirmed in the 1994 resolution by the EP in which it invited the Commission to propose a directive regulating both the ownership structure and the content of this cultural industry at a pan-European level. The EP considered media pluralism as »an essential element in the construction of the European Union in accordance with the requirements of democracy (EP, 1994: §N).⁴ In the opinion of the European Parliament, the strengthening of competition among the European media should be accompanied by the strengthening of the economic and cultural pluralism in this field.

As a result, in 1992 the Commission issued the first document relating to this issue, a Green Paper, entitled »Pluralism and Media Concentration in the Internal Market (An Assessment of the Need for Community Action)».⁵ In this document, the emphasized standpoint was almost completely opposite to that advocated by the European Parliament: the EU intervention in the field of media ownership can be justified only by the aim to ensure efficient operation of the internal market (the area to which the Commission's authority extends) and NOT by the aim to protect pluralism (this is an area that would be left to local regulation rules).⁶

The Green Paper was a prelude to a long period of public consultations which made it clear that consensus on these issues would be very difficult to reach. It was immediately evident that the largest member states openly opposed any common Directive on media concentration. The then German Chancellor Kohl openly opposed any common legislation in this area. The idea was also rejected by the media industry, but its motives were completely different from those that were behind EP's opposition. The Parliament was of the opinion that media concentration jeopardized media pluralism, while media industry held that the existing non-harmonized local legislations forestalled the development of and competitiveness among European media companies. The gap between the two views was unbridgeable.

The Parliament, however, continued to call on the Commission to issue a Directive. After many consultations, in 1997 the Commission submitted to the public debate a new text.⁷ The very change of the Directive's title from "Concentration and Pluralism" to "Media Ownership" suggested a change in the future goal of regulation – it was the ensuring of the common market and, through it, pluralism. By introducing the "flexibility clause, that would enable the member states to individually set the thresholds of concentration," the new Directive completely invalidated the fundamental idea that envisaged the common, harmonized legislation that would apply to all. Many commentators believed that it was precisely the power of 145-billion ECU worth media corporations that stifled the Commission's initiative to ensure media pluralism.

In 2003 the issue of media concentration and pluralism was again placed on the EP's and Commission's agenda with the arguments remaining practically the same. The competition Commissioner Mario Monti thinks that "regulation in the media field is essentially economic regulation," or in other words, that any kind of regulation of this field is dependent on competition policies.⁸ As a Commissioner for the internal market (during the previous mandate) and for the competition (the present mandate), Monti prepared the Directive and then "withdrew" it waiting for better times. At the moment, one of the "most powerful men in Europe" according to Guardian⁹, deals with the English Premier League and their 1.1 billion pounds worth deal with Murdoch's BskyB. In Monti's opinion, a system of selling TV rights for the televising of live matches collectively is uncompetitive and keeps the price of football rights artificially high. Monti thus consistently protects the smooth operation of the market. Viviane Reding, a member of the European Commission responsible for education and culture, refers to audiovisual industry as cultural industry. »The audiovisual media play a central role in the

⁴ Resolution on the Commission Green Paper »Pluralism and Media Concentration in the Internal Market«, OJ C 44/179, 14. February 1994

⁵ CEC. 1992. »Pluralism and Media Concentration in the Internal Market (An Assessment of the Need for Community Action)«, Green Paper, COM(92)480 final

⁶ »safeguarding pluralism of the media is neither a Community objective nor is it in the Community's jurisdiction« (CEC, 1992: 58-60)

⁷ Explanatory Memorandum (Media Ownership in the Internal Market), DGXV, February, 1997

⁸ »as soon as market conditions allow for doing away with regulation, the new Framework enables us to apply competition law alone.... The term 'sector-specific regulation' becoming obsolete« speech on public workshop, Brussels, 15 July 2003 (comm/competition/speeches/text/sp2003_015_en.pdf). The Commission's position on this issue changed completely in last decade. In 1990 the Commission estimated that »the application of Community competition law, in particular Articles 85 and 86 of the Treaty, (cannot) cover all situations in which a threat to pluralism is posed, notably in the case of multimedia ownership. Likewise the Regulation on mergers, adopted on 21 December 1989, covers only large mergers which affect competition on the market in question. (CEC, 1990: 21). Two years later in 1992 we could read that »the rate of mergers and concentration is faster in the media sector than in the rest of the economy as stated by the Commission (CEC, 1992: 27).

⁹ MediaGuardian.co.uk

functioning of modern democratic societies. Without the free flow of information and pluralism such societies cannot function. (...) The audiovisual and media industry is therefore not an industry like any other and does not simply produce goods to be sold on the market«. ¹⁰ She places particular stress on the significance of the media for the shaping and protection of national identity. Reding also advocates the significance of “cultural exceptions” on the market. In the Report on the situation of human rights in the EU, in the part referring to the media, the European Parliament expressed its concerns regarding threats to media freedom and pluralism arising from media concentration. From the end of 80s the Parliament consistently advocates media freedom based on pluralism. The Council of Europe and OSCE also draw attention to the issue of media concentration.

Attempts at the liberalization of media ownership are not limited to Europe only. In the US, for example, the masses staged protests in front of the head office of one among 1400 stations owned by the Clear Channel corporation demanding more voices and more choice. Nearly 750,000 people filed written protests with the FCC in anticipation of the liberalization of the existing restrictions on ownership. These will enable a handful of owners to further expand their properties. The protests were joined by various civil society organizations and individuals ranging from extremist right-wing groups (like National Rifle Association) to extremist left-wing political options.¹¹ But although it was obvious that various corporations dedicated huge sums of money to lobbying FCC,¹² and although some media revealed that many educational seminars and trips for FCC members were paid by various telecommunications companies¹³, nothing could prevent the adoption of legislation. These revelations only succeeded in provoking a few isolated congressional debates. In Great Britain, not elected members of the House of Lords enforced the Labour Party to adopt the standpoint according to which a “public interest test¹⁴” should be run in the case of large mergers and takeovers. In Italy, all three branches of the government (executive, legislature and judiciary) are under the influence of one man, who is at the same time the owner of almost the entire fourth estate (the media). Silvio Berlusconi, the Italian PM and the biggest media owner, became something of a synonym for the unacceptable merging of political and media power. In Russia, the portfolios of powerful oil companies include a number of media stakes. However, thanks to various scandals, recently media shares have begun to reappear on the free market. Since Russia hasn't got any proper strategy how to handle the media, or rather, since capital still seems to be an alternative that is better than state control which directly and indirectly holds at bay Russian television networks, the old patterns are being reproduced: Gazprom is selling the majority stake in the biggest national television network NTV, and the most likely buyer is reportedly - Rupert Murdoch.¹⁵ Owing to the deficient media legislation, wild privatization, corruption and pressures by the states from which large media corporations come, the countries of Eastern and Central Europe have literally sold out their media.

At the beginning of 2003 Murdoch took over the American satellite operator Direct TV - the transaction was worth more than 4 billion pounds. With this takeover the paid-television empire of this media mogul was extended to cover 110 million viewers on four continents. For many governments of the countries in which Murdoch is present, he is the only serious partner in negotiations concerning the issues of media legislation. As a “relevant” partner in conversation Murdoch was even invited to US Congress where he presented to the senators the consequences of changes in the legislation aimed at eliminating the restrictions on media ownership. He was invited not because of his direct involvement in these changes, but primarily because he so obviously embodies the power of the media.¹⁶ An investigation by Columbia Journalism Review and the Center for Public Integrity found that since 1996, the fifty largest media companies (defined as companies that derive half or more of their revenues from broadcasting, cable operations, publishing, online media, and their content providers) and four of their trade associations have spent \$ 111,3 million to lobby Congress and the executive branch of the government. The number of registered, media related lobbyists has increased from 234 in 1996, the year the Telecommunication Act was passed into law to 284 in 1999. What issues are lobbied by the media? Since 1996, the leading position on the list of most lobbied issues is occupied by intellectual property, violent programming restrictions, satellite systems, tax issues, telecommunications, political ads/campaign finance, cable issues,

¹⁰ Speech on 5th Conference on Competition Law, Madrid, 27. 3. 2003 (<http://europa.eu.in/rapid/start/cgi/guesten>)

¹¹ Frank Ahrens, »Unlikely Alliances Forged in Fight Over Media Rules«, **Washington Post**, 20. 5. 2003

¹² Charles Pope, »Media groups spent millions lobbying the FCC«, **Seattle Post**, 3. 6. 2003

¹³ Daniel Sokolov, »US-Regulierungsbehörde unter Korruptionsverdacht«, <http://www.heisenews.de>, 1. 6. 2003

¹⁴ Steve Barnett, »Sky's the limit if Channel 5 is sold to Rupert«, **The Observer**, March 23, 2003

¹⁵ Erin E. Arvedlund, »Murdoch eyes Russia's NTV«, **International Herald Tribune**, 10. 11. 2003

¹⁶ James Fallows, »The Age of Murdoch«, **The Atlantic Monthly**, September 2003

tobacco/alcohol advertising, antitrust/ownership issues and broadband/spectrum issues.¹⁷ Obviously, these are the issues in which politics largely took into consideration the wishes (and interests) of media industry.

Why media ownership should necessarily be regulated? Why is it necessary to introduce certain restrictions? Because the owners could – since mere possibility is dangerous enough – they could influence media content. Their motives may be political, ideological, personal or commercial, but the result is just the same. The owners are those who define content offered by the media. In his book entitled *New watchdogs*, Serge Halimi asks how at all it is possible to imagine that anyone would buy a tool that enables him to exert influence and reject the opportunity to influence orientations (Halimi, 2002: 52). Fewer owners means lesser diversity of content. So, it is not surprising that all of the 170 newspapers owned by Rupert Murdoch advocated war in Iraq. And why should it be necessary to regulate pluralism? Because the plurality of opinion cannot be left exclusively to market regulation. The market in the role of a regulator regulates media in the way that it serves the interests of corporations and not those of citizens. It is true that the owners' influence cannot be regulated through content regulation. The rules prescribing the mandatory proportions of specific contents, independent production and unbiased approach can apply exclusively to those contents present in the media, but those contents that will never appear in the media because they are not in harmony with the media owner's interests remain out of their reach. The diversity of content begs for the presence of various owners, meaning that media pluralism can be ensured only through the plurality of ownership. And, as already said, it is precisely the segment in which there is no political will to allow nation states or the EU to deal with the issues of media concentration.

Media concentration has impacts on the media content and journalism as such. The media are dominated by "obedient" (Halimi) and "market-driven" journalism (McManus), in which the interests of the owner and advertisers have priority over the interests of citizens. Certain contents serve just as a backdrop against which are set messages promoting sponsors' or advertisers' products or services. In this case, censorship is much more effective, since the interest of the owner is the same as that of "information". Global media corporations changed their "media worlds" into a mass of local and regional events. For example, RTL has only four regular correspondents outside Europe and no correspondents in Africa, Asia or Latin America. Investigative journalism and investigative articles are pursued only by few media. In Eastern and Central Europe, media owners consider journalists to be an unnecessary expenditure. The streamlining of media operation is usually accompanied by the shrinking of journalistic jobs, reduction in salaries and circumvention of collective contracts with journalists. As Karl Marx noted almost 150 years ago, "press freedom primarily consists in it not being a trade. A writer who degrades it to material means deserves a punishment for this internal non-freedom in the form of outer censorship, or better still, its very existence is his punishment".¹⁸

What is the situation in Slovenia? During the last decade, the state made two attempts at regulating the issue of media ownership and, consequently, of media pluralism. The 1994 Mass Media Act introduced the clause which restricted the ownership of any single legal or private person to a 33% stake. The loose definitions in this law and a failure to include penalty clauses for the violators led to the present situation in which a handful of owners controls the majority of the media. The 2001 Mass Media Act introduced very detailed definition of restrictions and laid down high penalties for the violators, but it could not stop the process of concentration. Ownership influences the autonomy of the media and plurality of opinions. Thanks to numerous warnings the importance of this issue was recognized by the prime minister. The government thus began to point out the need for more elaborate mechanisms that would enable more efficient control, since the present state of affairs is a threat to media pluralism. The government also pointed out the danger of the media coming under the control of the owners and executives of big companies which are also the biggest advertisers, of advertising agencies which buy and sell advertising space, and presidents of executive boards of the biggest companies in Slovenia (mainly owned by the state) as well as hidden representatives of political interests. Another danger is the monopolization of the print media distribution network and distribution of radio and television broadcast signals through cable networks. In the opinion of the government, all of this can be a threat to pluralism. The government, the public and journalists hold that media concentration in Slovenia threatens pluralism. And what is the position of media owners and presidents of big companies? In his latest public statement, the president of the executive board of the biggest media owner in Slovenia (the statement was formulated by a PR company which itself has stakes in media companies) expressed his view that "for the time being there is no significant ownership concentration in Slovenia."

¹⁷ Charles Lewis. 2000. »Media Money: How Corporate Spending Blocked Political Ad Reform and Other Stories of Influence« v *Columbia Journalism Review*, september/october 2000: 20-28

¹⁸ Karl Marx. 1984. »Debatten über Pressfreiheit und Publikation der Landständischen Verhandlungen« v **Cenzura in svoboda tiska**. Ljubljana: Krt. (pp. 93-94)

Kontrola koncentracija u medijima – hrvatsko iskustvo

Tanja Ružić, Zagreb, Hrvatska



Regulating media concentration – the Croatian experience

Tanja Ružić, Zagreb, Croatia

(Referat je dostupan samo na hrvatskome. / The paper is available in Croatian language only.)

1. Uvod

Zakonodavni okvir tržišnog natjecanja Republike Hrvatske temeljno je određen Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja ("Narodne novine", br. 122/2003; dalje: ZZTN) koji se počeo primjenjivati 1. listopada 2003. do kada se primjenjivao "stari" ZZTN ("Narodne novine", br. 48/95, 52/97, 89/98). Za tržišno natjecanje Republike Hrvatske značajne su i odredbe drugih propisa koje dodatno uređuju neka pitanja tržišnog natjecanja u određenim djelatnostima – Zakon o bankama ("Narodne novine", br. 84/02), Zakon o telekomunikacijama ("Narodne novine", br. 76/99, 128/99, 68/01, 109/01), Zakon o tržištu električne energije ("Narodne novine", br. 68/01), Zakon o tržištu plina ("Narodne novine", br. 68/01)...Pravila koja utječu na tržišno natjecanje sadržana su i u Zakonu o osiguranju ("Narodne novine", br. 46/97, 116/99), Zakonu o posredovanju i zastupanju u osiguranju ("Narodne novine", br. 27/99), Zakonu o komunalnom gospodarstvu ("Narodne novine", br. 36/95, 70/97, 128/99, 57/00, 129/00, 59/01), Zakonu o trgovini ("Narodne novine", br. 11/96, 30/99, 75/99, 62/01, 109/01)...

Tijela za zaštitu tržišnog natjecanja su Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, koja obavlja stručne i upravne poslove u svezi sa zaštitom tržišnog natjecanja temeljem odredbi Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja, te Vijeće za telekomunikacije i Vijeće za regulaciju energetske djelatnosti. Značajnu ulogu u zaštiti tržišnog natjecanja u području obavljanja bankarskih djelatnosti ima Hrvatska narodna banka, a u području obavljanja djelatnosti osiguranja - Direkcija za nadzor društava za osiguranje. Moglo bi se ustvrditi da sličnu ulogu ima i Komisija za vrijednosne papire. Osim navedenih tijela iznimno važnu ulogu u provedbi propisa tržišnog natjecanja imaju i sudovi (prioritetno Upravni sud i prekršajni sudovi).

2. Regulatorni okvir kontrole koncentracija

Kontrola koncentracija je određena odredbama ZZTN. Budući da se do 1. listopada 2003. primjenjivao "stari" ZZTN, a da se od 1. listopada 2003. primjenjuje "novi" ZZTN u nastavku se prvo obrađuje prethodni regulatorni okvir kontrole koncentracija, a potom trenutni.

2.1 Kontrola koncentracija po "starom" ZZTN

Članak 21. stavak 1. ZZTN određivao je pojam koncentracije kao priključivanje, povezivanje, pripajanje ili spajanje poduzetnika, stjecanje većinskog udjela ili većinskog prava odlučivanja sukladno odredbama Zakona o trgovačkim društvima i drugim propisima. Stavak 2. članka 21. ZZTN zabranjivao je koncentraciju poduzetnika kojom se stvara novi i jača postojeći monopolistički ili vladajući položaj poduzetnika na tržištu, na način da se značajno ili trajno ograničava ili ukida slobodno tržišno natjecanje.

Odredbe članka 22. ZZTN odnosile su se na prijavu namjere provedbe koncentracije. Prijava namjere provedbe koncentracije podnosila se u pisanom obliku, a podnosili su ju «svi sudionici koncentracije ili poduzetnik koji bi provedenom koncentracijom stekao prevladavajući utjecaj».¹ Naime, poduzetnici su bili dužni Agenciji prijaviti namjeru provedbe koncentracije, a ne nastalu koncentraciju. Članak 22. stavak 1. ZZTN postavljao je kriterije veličine koncentracije čija namjera provedbe treba biti prijavljena Agenciji.

Prijava namjere provedbe koncentracije poduzetnika iz članka 22. ZZTN podnosila se Agenciji radi ocjene i upisa u Upisnik o koncentracijama,² u obliku propisanom čl. 7. Pravilnika o načinu vođenja Upisnika o koncentracijama.³

¹ Članak 22. stavak 2. ZZTN.

² Članak 23. stavak 1. ZZTN.

³ Prema odredbama članka 7. Pravilnika o načinu vođenja Upisnika o koncentracijama prijava sadrži slijedeće podatke:»

1. Tvrtku ili ime, sjedište i predmet poslovanja podnositelja prijave;

2. Tvrtku, sjedište i predmet poslovanja svih sudionika koncentracije;

3. Ime i ovlasti zastupnika ili opunomoćenika koji podnosi prijavu kao predstavnik podnositelja prijave;

Pri ocjeni dopuštenosti koncentracije polazilo se od:

1. «potrebe zaštite i razvoja slobodnog tržišnog natjecanja,
2. strukture tržišta robe i usluga svih poduzetnika sudionika koncentracije,
3. postojeće i moguće buduće natjecateljske snage na tržištu poduzetnika sudionika koncentracije,
4. interesa potrošača,
5. ciljeva i učinaka namjeravane koncentracije, kao što su:
 - osvajanje međunarodnog tržišta,
 - smanjivanje cijene roba i usluga,
 - skraćivanje tijekom distribucije,
 - smanjenje troškova prijevoza i distribucije te drugih troškova,
 - unapređenje poslova nabave i opskrbe sirovinama,
 - specijalizacija proizvodnje, i
 - druge pogodnosti koje su u izravnoj svezi s djelatnostima poduzetnika sudionika koncentracije.»⁴

Članak 25. ZZTN je određivao da se «ne smatra zabranjenom koncentracijom, kada bankarska i druga financijska organizacija ili osiguravajuće društvo, kojih djelatnost uključuje poslove kupnje i prodaje dionica za svoj račun ili za račun drugih osoba, dionice stekne privremeno, radi daljnje prodaje, pod uvjetom da ih u roku 24 mjeseca izlože prodaji».

Odredba članka 26. ZZTN odnosila se na privatizaciju i određivala je da Agencija na zahtjev Hrvatskog fonda za privatizaciju daje mišljenje da li bi prodaja dionica, odnosno udjela određenom kupcu, mogla dovesti do stvaranja koncentracije koja bi mogla ograničavajuće utjecati na tržišno natjecanje.

2.2 Kontrola koncentracija po "novom" ZZTN

Odredbe članka 18. određuju zabranjene koncentracije kao koncentracije kojima se stvara novi ili jača vladajući položaj jednog ili više poduzetnika, pojedinačno ili skupno, ako mogu značajno utjecati na sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja osim u slučaju ako sudionici koncentracije dokažu da će ta koncentracija dovesti do jačanja tržišnog natjecanja na tržištu koje će biti značajnije od negativnih učinaka stvaranja ili jačanja njihovog vladajućeg položaja.

-
4. Ime, adresu, broj telefona i telefaksa osobe kojoj se obraća Agencija ako se radi o osobi različitoj od osobe koja podnosi prijavu;
 5. Pravni oblik koncentracije;
 6. Kopiju izvornika pravnog temelja stjecanja prevladavajućeg utjecaja: ugovor o spajanju, ugovor o pripajanju ili odgovarajuće odluke organa poduzetnika, ugovor o stjecanju (kupnji dionica ili udjela, ugovor o vođenju poslova, ugovor o prijenosu dobiti, odluke o izmjeni statuta, ugovor o zakupu imovine koji daje prevladavajući utjecaj, prijedlozi zakona ili propisi kojim se stječe prevladavajući utjecaj, ponuda za stjecanje dionica/udjela ili dr.
 7. Godišnje financijsko izvješće za godinu koja je prethodila koncentraciji svih sudionika koncentracije i izvješće o stanju poduzetnika sudionika koncentracije;
 8. Ukupan godišnji promet svih poduzetnika sudionika koncentracije ostvaren prodajom roba i usluga, prije oporezivanja; (banke - bilancu, osiguravajuća društva doprinose visinu uplaćenih premija);
 9. Izvješće uprave kojim se pravno i gospodarski obrazlaže koncentracija;
 10. Popis drugih poduzetnika na mjerodavnom tržištu u kojima poduzetnici sudionici koncentracije svaki pojedinačno ili skupno imaju 10% ili više prava glasa ili udjela u temeljnom kapitalu;
 11. Popis poduzetnika na mjerodavnom tržištu u kojima su članovi uprave ili nadzornog odbora sudionika koncentracije istodobno članovi uprave ili nadzornog odbora;
 12. Broj zaposlenih u poduzetnicima sudionicima koncentracije;
 13. Istraživanja i ulaganja u razvoj provedena u poduzetnicima sudionicima koncentracije;
 14. Struktura vlasništva nakon koncentracije u poduzetniku u kojem se stječe prevladavajući utjecaj u postocima, dijagramima ili sl.;
 15. Udjel u tržištu sudionika koncentracije i nakon provedene koncentracije poduzetnika koji stječe prevladavajući utjecaj;
 16. Mreža distribucije i maloprodaje na mjerodavnom tržištu i mreža distribucije i maloprodaje sudionika koncentracije, vlastita, ugovorna i dr.;
 17. Opis i obrazloženje očekivanih pogodnosti koncentracije sa stanovišta interesa potrošača.»

⁴ Članak 24. stavak 1. ZZTN.

Člankom 19. ZZTN je određen pojam koncentracije:

"Koncentracija poduzetnika nastaje:

1. pripajanjem ili spajanjem poduzetnika,
2. stjecanjem kontrole ili prevladavajućeg utjecaja jednog, odnosno više poduzetnika nad drugim, odnosno više drugih poduzetnika ili dijelom drugog poduzetnika, odnosno dijelovima drugih poduzetnika i to:
 - stjecanjem većine dionica ili udjela, ili
 - stjecanjem većine prava glasa, ili
 - na drugi način u skladu s odredbama Zakona o trgovačkim društvima i drugim propisima."

Stjecanje kontrole se ostvaruje putem prava, ugovora ili drugih sredstava kojima jedan ili više poduzetnika, bilo posebno, bilo zajednički, uzimajući u obzir sve pravne i činjenične okolnosti, stječe mogućnost ostvarivanja prevladavajućeg utjecaja nad jednim ili više poduzetnika (stavak 3. članka 19. ZZTN).

Novi ZZTN kao koncentraciju prepoznaje i stvaranje joint-venturea (zajedničkog pothvata) koji na trajnijoj osnovi djeluje kao neovisan gospodarski subjekt (stavak 2. članka 19. ZZTN). Stvaranje joint-venturea (zajedničkog pothvata) koji kao cilj ima koordinaciju tržišnog natjecanja između poduzetnika koji ostaju nezavisni ne smatra se koncentracijom, a ocjenjuje se kao sporazum (stavak 5. članka 19. ZZTN).

Način prijave i kriterije za ocjenu koncentracije propisuje Vlada Republike Hrvatske na prijedlog Vijeća za tržišno natjecanje (stavak 4. članka 19. ZZTN).

Članak 20. ZZTN određuje da se ne smatra koncentracijom stjecanje dionica ili udjela, koje je posljedica restrukturiranja poduzetnika pod kontrolom drugih poduzetnika (pripajanje, spajanje, prijenos imovine i slično).

Sukladno odredbama članka 21. ZZTN ne smatra se koncentracijom kada banke ili druge financijske institucije, investicijski fondovi ili društva za osiguranje, u svojem redovnom poslovanju, koje uključuje promet i posredovanje vrijednosnim papirima, za vlastiti račun ili račun trećih, privremeno drže udjele s namjerom njihove daljnje prodaje, ako ne koriste pravo glasa s obzirom na te udjele na takav način da to utječe na konkurentno ponašanje tog poduzetnika, odnosno ako ostvaruju pravo glasa samo u svrhu pripreme prodaje cijelog ili dijela poduzetnika ili njegovih udjela, odnosno prodaju njegovih dionica, te ako istodobno ispunjavaju sljedeće uvjete:

1. da ni na koji način ne poduzimaju mjere kojima se narušava, ograničava ili sprječava tržišno natjecanje,
2. da rečene prodaje obave u roku od jedne godine od opisanih stjecanja.⁵

Članak 22. "novog" ZZTN se odnosi na prijavu namjere provedbe koncentracije i određuje da su poduzetnici obvezni prijaviti Agenciji namjeravanu koncentraciju kada su kumulativno ispunjeni sljedeći uvjeti:

1. da ukupan prihod svih poduzetnika sudionika koncentracije, ostvaren prodajom robe i/ili usluga na svjetskom tržištu, iznosi najmanje jednu milijardu kuna, u financijskoj godini koja je prethodila koncentraciji, i
2. da ukupan prihod svakog od najmanje dva sudionika koncentracije, ostvaren prodajom robe i/ili usluga u Republici Hrvatskoj, iznosi najmanje 100.000.000,00 kuna, u financijskoj godini koja je prethodila koncentraciji.

Ukupni prihod se utvrđuje uzimajući u obzir prihode svih povezanih društava poduzetnika koji stječe prevladavajući utjecaj ili kontrolu (na razini koncerna), osim prihoda ostvarenog prodajom robe i usluga, između društava unutar koncerna.

U slučaju kad se koncentracija odnosi na pripajanje ili spajanje dijela ili dijelova jednog ili više poduzetnika, neovisno o tome imaju li ti dijelovi pravnu osobnost, pri izračunu prihoda na strani prodavatelja bit će obračunat samo prihod onih dijelova koji su predmet koncentracije. Dvije ili više transakcija u tom smislu koje su provedene u razdoblju od dvije godine, smatrat će se jednom koncentracijom, izvršenom na dan posljednje transakcije.

Prijava namjere koncentracije se podnosi Agenciji na ocjenu bez odgode, a najkasnije u roku od osam dana od dana objave javne ponude ili dana sklapanja ugovora kojima se ostvaruje kontrola ili prevladavajući utjecaj nad poduzetnikom, ovisno o tome što nastupi ranije.

⁵ Agencija može, na zahtjev, izuzetno odobriti produženje navedenog roka, ako poduzetnici dokažu da transakcija nije moguća u utvrđenom roku.

Prijavom namjeravane koncentracije nastupa zabrana provedbe koncentracije za sve sudionike koncentracije, do donošenja konačnog rješenja Agencije kojim se koncentracija dopušta, odnosno do isteka rokova iz članka 26. stavka 1. i stavka 3., te članka 56. stavka 5. ovoga Zakona.

Odredbe članka 23. i 24. "novog" ZZTN odnose se na računanje ukupnog prihoda za banke i druge financijske institucije, te za društva za osiguranje.

Odredbe članka 25. "novog" ZZTN određuju postupak ispitivanja prijave koncentracije. Stavak 2. članka 25. "novog" ZZTN određuje da Agencija prilikom ocjene koncentracije razmatra moguće prednosti i učinke koje bi nastupile provedbom koncentracije, te moguće zapreke za pristup tržištu, a naročito:

1. strukturu mjerodavnog tržišta, postojeće i moguće buduće konkurente na mjerodavnom tržištu, opskrbu i mogućnosti opskrbe tržišta, troškove, rizike, tehnološke, ekonomske i pravne uvjete potrebne za pristup ili izlazak s mjerodavnog tržišta, moguće učinke koncentracije na tržišno natjecanje na mjerodavnom tržištu,
2. tržišni udjel i položaj, ekonomsku i financijsku snagu, poslovanje poduzetnika na mjerodavnom tržištu, unutarnje i vanjske prednosti sudionika koncentracije u odnosu na konkurente, te moguće izmjene poslovanja sudionika koncentracije nakon provedene transakcije,
3. učinke koncentracije na ostale poduzetnike, a osobito s obzirom na pogodnosti za potrošače, te ostale ciljeve i učinke namjeravane koncentracije, kao što su: smanjivanje cijene robe i usluga, skraćivanje tokova distribucije, smanjenje troškova prijevoza i distribucije te drugih troškova, specijalizacija proizvodnje, te druge pogodnosti koje su u izravnoj svezi s provedbom koncentracije.

Sudionici koncentracije su sukladno odredbama stavka 3. članka 25. "novog" ZZTN dužni Agenciji dostaviti dokumentaciju koju smatraju bitnom za utvrđivanje gore navedenih činjenica.

Odredbe članka 26. "novog" ZZTN odnose se na rješenje o koncentraciji. Odredbe stavka 1. članka 26. određuju da ako Agencija na temelju pravovaljanih dokaza dostavljenih uz prijavu koncentracije, te na temelju drugih raspoloživih podataka i saznanja, utvrdi da se može razumno pretpostaviti da provedba prijavljene koncentracije nije zabranjena u smislu članka 18. ZZTN te ako, u roku od 30 dana od dana dostave potpune prijave koncentracije podnositelju prijave ne dostavi zaključak o pokretanju postupka ocjene koncentracije, smatrat će se da je koncentracija dopuštena. U tom slučaju, Agencija će na poseban zahtjev sudionika koncentracije, rješenjem utvrditi koncentraciju dopuštenom.

Ako Agencija smatra da bi provedba koncentracije mogla imati za posljedicu značajno sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu, donijet će zaključak o pokretanju postupka radi ocjene njene dopuštenosti, te će u roku od tri mjeseca od dana donošenja zaključka o pokretanju postupka, donijeti rješenje:

1. kojim se koncentracija ocjenjuje dopuštenom,
2. kojim se koncentracija ocjenjuje nedopuštenom, ili
3. kojim se koncentracija ocjenjuje uvjetno dopuštenom ako se ispune određene mjere i uvjeti u rokovima koje odredi Agencija.

U smislu gore navedene točke 3., Agencija će u rješenju kojim se ocjenjuje koncentracija uvjetno dopuštenom, odrediti mjere, uvjete te rokove njihova ispunjenja, kako provedba koncentracije ne bi imala za posljedicu značajno sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu. U tom slučaju, sudionici koncentracije mogu, u pravilu, nastaviti radnje radi provedbe koncentracije tek nakon što ispune utvrđene mjere i uvjete, osim ako Agencija iz naročito opravdanih razloga ne utvrdi drukčije.

Odredbama članka 27. "novog" ZZTN određeno je da će Agencija po službenoj dužnosti ili na zahtjev stranke ukinuti rješenje doneseno u smislu članka 26., u slučajevima:

1. ako je rješenje bilo doneseno na temelju netočnih ili neistinitih podataka koji su bili od odlučujućeg utjecaja za njegovo donošenje, i
2. ako stranka nije ispunila uvjete i mjere određene rješenjem Agencije.

Stavak 2. članka 27. "novog" ZZTN određuje da Agencija može po službenoj dužnosti ili na zahtjev stranke izmijeniti rješenje doneseno u smislu članka 26. kada stranke ne mogu ispuniti neki od uvjeta ili krše neku od mjera određenih rješenjem Agencije, zbog okolnosti koje ne ovise o volji stranke.

Odredbe članka 28. "novog" ZZTN određuju da će Agencija po službenoj dužnosti posebnim rješenjem odrediti sve neophodne mjere za osiguranje učinkovitog tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu, te odrediti rokove za njihovo izvršenje u slučajevima:

1. kada je koncentracija provedena protivno rješenju Agencije kojim se ista ocjenjuje nedopuštenom, ili
2. kada je koncentracija provedena bez podnošenja prijave namjere koncentracije i bez odluke Agencije, a dovela je do sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja.

Takvim rješenjem Agencija naročito može:

1. naložiti da se stečene dionice ili poslovni udjeli prenesu (otuđe),
2. zabraniti ili ograničiti ostvarivanje prava glasa vezanog uz dionice ili udjele u poduzetnicima - sudionicima koncentracije i prestanak kontrole zajedničkog pothvata (joint ventura) ili drugih oblika iz članka 19. ZZTN koji su doveli do nedopuštene koncentracije.

3. Predmeti iz područja koncentracija u medijima

3.1 Vjesnik d.d. i Hrvatska Tiskara d.d.

Poduzetnik Vjesnik d.d. novinsko nakladničke djelatnosti i poduzetnik Hrvatska tiskara d.d., oba sa sjedištem u Zagrebu, Slavenska avenija 4, podnijeli su 4. studenoga 1998. Agenciji prijavu koncentracije poduzetnika.

Navedena koncentracija nastala je spajanjem rečenih poduzetnika u novo društvo koje će poslovati pod tvrtkom Vjesnik d.d. tiskarsko izdavačke djelatnosti, sa sjedištem u Zagrebu, Slavenska avenija 4.

U postupku ocjene prijavljene koncentracije analiziran je pravni temelj predmetne koncentracije (Ugovor o spajanju sklopljen 8. listopada 1998.), mjerodavno tržište, učinci provedbe predmetne koncentracije na mjerodavno tržište, obrazloženje Uprava sudionika koncentracije, pogodnosti predmetne koncentracije za potrošače, kapitalna i personalna povezanost sudionika koncentracije s drugim poduzetnicima na mjerodavnom tržištu...

U ovom postupku mjerodavno tržište je utvrđeno kao tržište izdavanja i tiskanja dnevnih tiskovina na području Republike Hrvatske. Udjeli sudionika koncentracije na mjerodavnom tržištu su analizirani po:

- ukupnoj prodaji dnevnih tiskovina poduzetnika Vjesnik d.d. tijekom 1998. u odnosu na ukupnu prodaju dnevnih tiskovina svih poduzetnika tijekom 1998.:

Nakladnik dnevnih novina na području RH	Ukupno prodano dnevnih tiskovina u kom.	Tržišni udjel
Medijski centar Glas Slavonije d.d. OSIJEK	2.852.646	2,25%
Slobodna Dalmacija d.d. SPLIT	23.400.000	18,45%
Novi list d.d. RIJEKA	12.359.093	9,75%
VJESNIK d.d. ZAGREB	6.919.633	5,46%
EUROPAPRESS HOLDING d.o.o. ZAGREB	31.250.000	24,64%
Večernji list d.d. ZAGREB	50.038.605	39,46%
UKUPNO	126.819.977	100%

- po ukupno tiskanim dnevnim tiskovinama tijekom 1998. od strane poduzetnika Hrvatska Tiskara d.d. u odnosu na ukupno tiskane dnevne tiskovine svih tiskara tijekom 1998.:

Tiskare velike rotacije na području RH	Ukupno tiskano dnevnih tiskovina u kom.	Tržišni udjel
Medijski centar Glas Slavonije d.d. OSIJEK	4.156.754	2,35%
Slobodna Dalmacija d.d. SPLIT	28.800.000	16,28%
Novi list d.d. RIJEKA	16.187.626	9,15%
HRVATSKA TISKARA d.d. ZAGREB	61.086.958	34,53%
VEKON d.o.o. ZAGREB	31.250.000	37,68%
UKUPNO	176.884.882	100%

Razmatrajući utvrđene činjenice vezane uz ocjenjivanje prijavljene koncentracije poduzetnika, Savjet Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja, na 28. sjednici, održanoj 10. svibnja 1999, predmetnu koncentraciju je ocijenio dopuštenom.

Pri donošenju ove odluke Savjet je osobito uzeo u obzir da je u predmetnoj koncentraciji riječ o spajanju poduzetnika koji su obavljali različite gospodarske djelatnosti, odnosno poduzetnik Vjesnik d.d. novinsko-nakladničke djelatnosti obavljao je izdavačku djelatnost, a poduzetnik Hrvatska tiskara d.d. obavljao je tiskarsku djelatnost. Provođenjem koncentracije nastale spajanjem poduzetnika, zadržani su dotadašnji tržišni udjeli koje

su poduzetnici, sudionici koncentracije imali i prije rečene koncentracije, odnosno i prije rečenog spajanja poduzetnika.

Dakle, društvo nastalo spajanjem, poduzetnik Vjesnik d.d. tiskarsko-izdavačke djelatnosti, zadržao je i nakon spajanja tržišni udjel od 4,6% na mjerodavnom tržištu izdavanja dnevnih tiskovina, odnosno na tržištu tiskarske djelatnosti zadržan je tržišni udjel od 34,53%.

Budući da su zadržani dotadašnji tržišni udjeli sudionika koncentracije, poduzetnika Vjesnik d.d. novinsko-nakladničke djelatnosti, i Hrvatska tiskara d.d., Savjet Agencije je ocijenio da se spajanjem poduzetnika u novo društvo Vjesnik d.d. tiskarsko-izdavačke djelatnosti na mjerodavnom tržištu ne stvara novi ili jača postojeći vladajući položaj poduzetnika Vjesnik d.d. tiskarsko-izdavačke djelatnosti, osobito ne na način da bi se spajanjem poduzetnika znatno ili trajno ograničilo ili ukinulo slobodno tržišno natjecanje.

U cilju praćenja ove koncentracije, Agencija je propisala mjere praćenja. Poduzetnik Vjesnik d.d., nastao spajanjem poduzetnika Vjesnik d.d. i Hrvatske tiskare d.d. obavezan je Agenciji prijaviti svaku odluku o povećanju cijene tiskanja dnevnih tiskovina, svaku promjenu uvjeta pružanja usluga tiskanja, osobito promjenu uvjeta za tiskanje dnevnih tiskovina.

Rečeni poduzetnik, uključujući sva sadašnja i buduća s njim povezana društva, obvezni su Agenciji dostaviti obavijesti o namjeri svakog novog stjecanja udjela u drugim poduzetnicima na mjerodavnom tržištu izdavačke i tiskarske djelatnosti na području Republike Hrvatske.

3.2 Europapress holding d.o.o. i KuK

Poduzetnici Europapress holding d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Odranska b.b. (dalje: EPH) i K. und K. Medien Beteiligungsgesellschaft m.b.H., sa sjedištem u Muthgasse 2, Beč, Austrija (dalje: KuK), podnijeli su 2. srpnja 1999. Agenciji prijavu koncentracije poduzetnika koja je nastala stjecanjem većinskog udjela i većinskog prava odlučivanja u EPH od strane KuK.

U postupku ocjene prijavljene namjere koncentracije analiziran je pravni temelj koncentracije (Ugovor o prijenosu poslovnog udjela sklopljen 30. studenoga 1998. između poduzetnikâ EPH i KuK), mjerodavno tržište, tržišni udjeli na mjerodavnom tržištu, kapitalna i personalna povezanost sudionika koncentracije s drugim poduzetnicima, obrazloženje Uprava....

Između ostalog je utvrđeno i da je:

Poduzetnik EPH imao većinske udjele u slijedećim društvima (dalje: Grupa EPH):

- Globus international d.o.o.,
- Planet media d.o.o.,
- Arena d.d.,
- Hil d.o.o.,
- EPH trgovina d.o.o.,
- EPH inženjering d.o.o.,
- Europapress produkcija d.o.o.,
- Marketing centar d.o.o.,
- Emina d.o.o.

Poduzetnik KuK jedan je od članova koncerna Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlag (dalje: WAZ) koji posjeduje udjele u više od trideset dnevnih listova i specijaliziranih časopisa u Njemačkoj, ali i Austriji, Bugarskoj i Mađarskoj, kao i u više od trideset televizijskih i radijskih postaja. Utvrđeno je da niti jedan poduzetnik - član koncerna WAZ nije imao udjela na mjerodavnom tržištu u Republici Hrvatskoj.

Sudionici koncentracije nisu imali vlastite mreže distribucije i maloprodaje, već su se koristili distribucijskom ugovornom mrežom poduzetnika Tisak d.d. i Distripress d.o.o.

Poduzetnik EPH kontinuirano ulaže znatna sredstva u razvoj postojećih i pokretanje novih tiskovina. Valja izdvojiti pokretanje izdavanja dnevnih novina Jutarnji list, u što je poduzetnik EPH početkom 1998. uložio iznos od 35 milijuna kuna.

Mjerodavno tržište utvrđeno je kao tržište izdavačke djelatnosti na području Republike Hrvatske. Tržišni udjeli poduzetnika EPH utvrđeni su s obzirom na ukupnu prodanu nakladu ostvarenu na mjerodavnom tržištu u 1998. godini. Analiza mjerodavnog tržišta je pokazala da se poduzetnik EPH nalazio u vladajućem položaju na sljedećim dijelovima mjerodavnog tržišta: politički tjednici (Globus), tjednici za žene (Gloria i Mila), mjesečnici za žene (Cosmopolitan), mjesečnici za astrologiju (Astro magazin), mjesečnici za muškarce (Playboy), obiteljski tjednici i mjesečnici (Arena), mjesečnici za djecu (Dječji klub), mjesečnici za kulturu (Cicero) i autorevije (Autoklub).

Razmatrajući utvrđene činjenice vezane uz ocjenjivanje prijavljene koncentracije poduzetnika nastale stjecanjem većinskog udjela i većinskog prava odlučivanja u poduzetniku EPH stjecanjem poslovnog udjela od strane poduzetnika KuK, Savjet Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja, na 29. sjednici, održanoj 6. srpnja 1999., ocijenio je predmetnu koncentraciju dopuštenom.

Pri donošenju takve ocjene Savjet je naročito uzeo u obzir sljedeće razloge:

- Mjerodavno tržište relativno je dobro strukturirano i segmentirano. Također, cijena mogućeg ulaska na tržište je relativno niska, što omogućuje velikom broju poduzetnika pokretanje novih izdanja čija profitabilnost ovisi najviše o prihvaćanju istih od strane potencijalnih čitatelja. Iako u tome značajnu ulogu ima i navika čitatelja na određenu tiskovinu unutar pojedinog profila, ona se ipak može neutralizirati izdavanjem tiskovine koja svojom kvalitetom i cijenom odgovara dotadašnjim standardima ili ih nadilazi. Broj takmaca i raznolikost ponude na mjerodavnom tržištu kao relativno niske zapreke pristupa tržištu tiskovina osiguravaju natjecanje i nakon provedene koncentracije.
- Predmetnom koncentracijom stvaraju se uvjeti za daljnji razvoj i profitabilno poslovanje poduzetnika EPH. Također, na taj način osigurava se i povećanje kvalitete hrvatskog medijskog prostora, kao i mogućnost izvoza poduzetnika EPH na tržišta susjednih zemalja, prije svega Slovenije i Bosne i Hercegovine.
- Budući da poduzetnik KuK, niti s njim povezana društva, prije provođenja predmetne koncentracije nisu imali udjele na mjerodavnom tržištu, ocijenjeno je da provođenjem ove koncentracije ne dolazi do stvaranja novog ili jačanja postojećeg vladajućeg položaja poduzetnika KuK na mjerodavnom tržištu, osobito ne na način da bi se provođenjem ove koncentracije znatno ili trajno ograničilo ili ukinulo slobodno tržišno natjecanje.
- Međutim, s obzirom na vladajući položaj poduzetnika EPH na dijelovima mjerodavnog tržišta, tržišna snaga poduzetnika KuK nakon provedene koncentracije koja se očituje kroz preuzete udjele na tržištu, njegovu financijsku snagu, povezanost s drugim poduzetnicima, mogućnost prilagodbe i izmjene ponude te njegove sposobnosti uklanjanja takmaca na tržištu, razlog je što je Agencija propisala mjere praćenja ove koncentracije.

3.3 Večernji list d.d. i Styria Medien AG

Poduzetnik Večernji list d.d. sa sjedištem u Zagrebu, Slavenska avenija 4, u ime poduzetnika Styria Medien AG, sa sjedištem u Schönaugasse 64, A-8010 Graz, Austrija, podnio je 31. kolovoza 2000. Agenciji prijavu koncentracije poduzetnikâ nastalu stjecanjem većinskog udjela i većinskog prava odlučivanja u poduzetniku Večernji list d.d. od strane poduzetnika Styria Medien AG.

U postupku ocjene prijavljene koncentracije utvrđeno je da je pravni temelj koncentracije Kupoprodajni ugovor sklopljen 6. travnja 2000. između poduzetnika Styria Medien AG (dalje: Styria) i poduzetnika Caritas Fund Limited. Predmetnim ugovorom Styria je stekla 150.108 dionica poduzetnika Večernji list d.d., što je predstavljalo 59,57% temeljnog kapitala tog društva.

Styria je krovno društvo grupacije koja objedinjuje više dnevnih i tjednih listova i specijaliziranih časopisa u Austriji, te društava koja djeluju na tržištu izdavaštva i elektronskih medija u Austriji i Njemačkoj (dalje: Grupa Styria). U tijeku postupka ocjene predmetne koncentracije Styria se očitovala da niti jedno društvo – član Grupe Styria nije imalo udjele na mjerodavnom tržištu u Republici Hrvatskoj. Prema podacima koji su bili dostupni Agenciji, društva – članovi Grupe Styria nisu bili ni na koji način povezani s poduzetnikom Europapress holding d.o.o., odnosno s drugim društvima – članovima koncerna Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlag, kao glavnim konkurentima na mjerodavnom tržištu.

Mjerodavno tržište u ovom postupku je utvrđeno kao tržište izdavanja dnevnih novina političkog profila na području Republike Hrvatske. Tržišni udjel poduzetnika Večernji list d.d. utvrđen je s obzirom na ukupnu prodanu nakladu ostvarenu na mjerodavnom tržištu u 1999. godini:

- dnevne tiskovine (politički profil, nacionalna razina)

Ukupna prodana naklada u Republici Hrvatskoj (1999. godina) – 133.591.801		
TISKOVINA (IZDAVAČ)	KOLIČINA	UDJEL
Večernji list (Večernji list)	66.379.430	49,69%
Jutarnji list (EPH)	36.673.308	27,45%

Slobodna Dalmacija (SD)	18.054.241	13,51%
Novi list (Novi list)	10.442.310	7,82%
Vjesnik (Vjesnik)	2.042.512	1,53%
Ukupno	133.591.801	100%

Sukladno članku 16. ZZTN, poduzetnik Večernji list d.d. nalazio se u vladajućem položaju na mjerodavnom tržištu, s obzirom da je njegov tržišni udjel na mjerodavnom tržištu, mjeren prodanom nakladom, bio veći od 30%.

Također je utvrđeno da sudionici koncentracije nisu imali vlastite mreže distribucije i maloprodaje, već su se koristili distribucijskom ugovornom mrežom poduzetnikâ Tisak d.d. i Distripress d.o.o.

Utvrđeno je da poduzetnik Večernji list d.d. ulaže znatna sredstva u zaokruživanje proizvodnog ciklusa izdavanja novina, te da je u tu svrhu osnovao i vlastitu tiskaru (poduzetnik Vekon d.o.o.), u koju je zajedno s drugim partnerima do tada uložio više od 70 milijuna kuna. Večernji list d.d. je planirao modernizirati vlastiti redakcijski računalni sustav, modernizirati strojeve u tiskari i proširiti svoje Internet poslovanje. Također, planirao je i pokretanje novih novinskih izdanja u skladu s potrebama tržišta i potrošača. S druge strane, Styria je u posljednje tri godine prije predmetne koncentracije u modernizaciju vlastitog poslovanja investirala oko 37 milijuna kuna.

Razmatrajući navedene činjenice vezane uz ocjenjivanje prijavljene koncentracije poduzetnika nastale stjecanjem većinskog udjela i većinskog prava odlučivanja u poduzetniku Večernji list d.d., Savjet Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja, na 37. sjednici, održanoj 24. listopada 2000., predmetnu koncentraciju je ocijenio dopuštenom. Pri donošenju takve ocjene Savjet je naročito uzeo u obzir sljedeće razloge:

- Mjerodavno tržište relativno je dobro strukturirano i segmentirano. Iako se poduzetnik Večernji list d.d. nalazi u vladajućem položaju na mjerodavnom tržištu, njegova snaga i potencijal ne dovode do toga da bi se mjerodavno tržište smanjivalo, već je, upravo suprotno, pojavom nove konkurencije došlo do značajnog povećanja ukupno prodane naklade na mjerodavnom tržištu. Štoviše, postoje velike rezerve za povećanje prodaje dnevnih tiskovina, i to u relativno niskoj razini prodaje s obzirom na broj stanovnika. Nadalje, cijena mogućeg ulaska na tržište je relativno niska, što omogućuje zainteresiranim poduzetnicima pokretanje novih izdanja čija profitabilnost ovisi najviše o prihvaćanju istih od strane potencijalnih čitatelja. Iako u tome značajnu ulogu ima i navika čitatelja na određenu tiskovinu unutar pojedinog profila, ona se ipak može neutralizirati izdavanjem tiskovine koja svojom kvalitetom i cijenom odgovara dotadašnjim standardima ili ih nadilazi. Broj takmaca i raznolikost ponude na mjerodavnom tržištu kao relativno niske zapreke pristupa tržištu tiskovina osiguravaju djelotvorno tržišno natjecanje i nakon provedene koncentracije.
- Predmetnom koncentracijom stvaraju se uvjeti za daljnji razvoj i profitabilno poslovanje poduzetnika Večernji list d.d., koje je bilo i još uvijek je ugroženo poteškoćama koje su nastale u distribuciji dnevnih novina. Također na taj način osigurava se i povećanje kvalitete hrvatskog medijskog prostora, jer se očekuje kako će Styria, sukladno namjerama iznesenim u predmetnom postupku, tržištu ponuditi i nove proizvode. Budući da podnositelj prijave, niti bilo koji član Grupe Styria, prije provođenja predmetne koncentracije nisu imali udjele na mjerodavnom tržištu, ocijenjeno je da provođenjem ove koncentracije ne dolazi do stvaranja novog ili jačanja postojećeg vladajućeg položaja podnositelja prijave na mjerodavnom tržištu, osobito ne na način da bi se provođenjem ove koncentracije znatno ili trajno ograničilo ili ukinulo slobodno tržišno natjecanje.

4. Zaključak

Tržišno natjecanje (konkurencija) znači vrijednost za potrošače i veću kompetitivnost unutar industrije. Konkurencija na tržištu jednostavno je i efikasno sredstvo garantiranja potrošačima proizvoda i usluga odgovarajuće kvalitete po kompetitivnim cijenama. Tržišno natjecanje nastoji osigurati širi izbor roba i usluga za potrošače, tehnološke inovacije i efektivno cjenovno natjecanje, pridonoseći i potrošačima i kompetitivnosti industrije.

Televizija, radio i ostali mediji imaju izuzetno važnu kulturnu, socijalnu i društvenu ulogu. Zbog specifičnosti medijske industrije i zbog izuzetnog i dalekosežnog utjecaja iste (posebice u tranzicijskim zemljama) zaštita tržišnog natjecanja u sektoru medija je vrlo osjetljivo i složeno područje. Cilj je osigurati raznolikost, pluralizam, transparentnost, kompetitivnost i budućnosti orijentirani razvoj unutar sektora što predstavlja izazov i za regulatorno tijelo (tijela), ali i za društvo u cjelini.

Izazovi medijskom pluralizmu

Zrinjka Peruško, *Odjel za kulturu i komunikacije, IMO, Zagreb*



Challenges to media pluralism

Zrinjka Peruško, *Department for Culture and Communication, IMO, Zagreb, Croatia*

(Referat je dostupan samo na hrvatskome. Natuknice su prenesene iz MS PowerPoint prezentacije. / The paper is available in Croatian language only. The outline was transferred from an MS PowerPoint presentation.)

1. Uvod

- ▶ medijska raznolikost i pluralizam medija
 - demokracija i civilno društvo
 - kritička javnost i tolerantan dijalog
 - kulturna raznolikost
 - raznolikost i pluralizam ideja
- ▶ opasnosti za pluralizam u tranzicijskom kontekstu
 - prošlost: politički/ državni utjecaj
 - budućnost: trendovi koncentracije medija

2. Medijsko tržište

Na strukturu medijskog tržišta utječu

- ▶ Tehnološki faktori (ograničenje frekvencijskog spektra, digitalizacija, kablovska i satelitska distribucija)
- ▶ Državna regulacija (dozvole za emitiranje i/ili distribuciju)
- ▶ Konkurencija
- ▶ Globalizacija (integracija tržišta)

3. Globalni trendovi medijskih industrija

- ▶ Koncentracija- posebno vertikalna integracija/konglomeracija medijskog vlasništva
- ▶ Tehnološka konvergencija
 - Digitalizacija svih oblika medija i oblika komunikacije
- ▶ Liberalizacija komunikacijskih politika
- ▶ Hiperkomercijalizacija medijskih industrija i smanjenje sadržaja koji su javna usluga

4. Medijska koncentracija: termini

- ▶ medijska koncentracija – kontrola nad proizvodnjom, zapošljavanjem, distribucijom, publikom
- ▶ Industrijska koncentracija - okrupnjavanje izdavača
- ▶ Koncentracija tiraža - dominantna pozicija na tržištu
- ▶ Uređivačka koncentracija - smanjivanje broja različitih uredničkih jedinica
- ▶ Horizontalna koncentracija – ista vrsta medija– monopol ili oligopol
- ▶ Vertikalna koncentracija/integracija – cijeli proces proizvodnje i distribucije (smanjenje transakcijskih troškova, veća kontrola nad okolinom, bolji pristup cijelom tržištu za svoje proizvode)
- ▶ Dijagonalna koncentracija/integracija – diverzifikacija u drugu vrstu medija (npr. telekomunikacije i TV ili tisak)
- ▶ Trans-nacionalna koncentracija - konglomeracija

5. Šest najvećih medijskih kompanija u svijetu

(<http://www.mediachannel.org/ownership/front.shtml#world>)

6. Izvještaj o medijskoj raznolikosti u Europi

Report on Media Diversity in Europe

by

Peter A. Bruck, Institute for Information Economy and New Media, Salzburg

Dieter Dörr, Professor for Public Law, Johannes Gutenberg-Universität, Mainz

Jacques Favre, Competition Commission, Berne

Sigve Gramstad, Director General, Norwegian Media Ownership Authority, Oslo

Rosaria Monaco, Head of Legal Advice Department, RAI, Rome
Zrinjka Peruško Čulek, Head of Department for Culture and Communication, IMO, Zagreb

Assisted by the Secretariat of the Media Division of the Council of Europe

Media Division, Directorate General of Human Rights
Strasbourg, December 2002

7. Temeljna polazišta

- ▶ Sloboda izražavanja i informiranja kao temelj medijskoj raznolikosti
 - Članak 10. Europske konvencije o zaštiti ljudskih prava: kroz sudsku praksu razvijena je obaveza država da osiguraju pluralizam ideja i kulturnu raznolikost u interesu demokracije
- ▶ Kulturna raznolikost kao aspekt medijskog pluralizma
 - integralni dio europskog kulturnog identiteta
 - Kulturna raznolikost kao cilj nacionalnih kulturnih i medijskih politika
 - Izazovi globalizacije kulturnoj raznolikosti
- ▶ Raznolikost sadržaja i izvora kao aspekt medijskog pluralizma
 - Raznolikost vlasništva nije dovoljan uvjet za osiguranje pluralizma sadržaja
 - Nepostojanje različitih izvora informacija negativno utječe na raznolikost sadržaja, te oslabljuje demokratsku ulogu medija
 - Istraživačko novinarstvo neophodno za raznolikost sadržaja
 - Konkurencija u medijima pridonosi suženoj selekciji informacija – objavljuje se samo ono što osigurava veliku publiku
- ▶ Reguliranje medijskog tržišta
 - zakoni koji štite tržišnu utakmicu nisu dovoljni za osiguravanje medijskog pluralizma (to nije cilj ove vrste zakonodavstva)
 - Posebno zakonodavstvo za zaštitu medijskog pluralizma – osnovni cilj je osiguravanje slobode izražavanja i informiranja

8. Reguliranje medijskog vlasništva: osiguranje raznolikosti u privatnom sektoru

- ▶ Ne postoji jedan zajednički obrazac reguliranja medijskog vlasništva u zemljama članicama Vijeća Europe
- ▶ Neke zemlje koriste samo opće zakone o zaštiti konkurencije, a u nekima postoji i posebna sektorska regulacija (mono i kros medijska)
- ▶ Generalni trend u radiodifuziji: osigurati barem 3 operatera na tržištu – dva privatna i jedan javni
- ▶ Ne zagovara se novi zajednički regulatorni model – kriterij udjela u publici pretpostavlja se kriteriju broja mogućih koncesija
- ▶ Postojeći kriteriji za određivanje nedozvoljene koncentracije: udjel u publici, udjel u vlasništvu, glasačka prava, ukupni promet

9. Trendovi reguliranja medijskog vlasništva u Europi

- ▶ Digitalizacija i konvergencija povećava broj kanala za raznolike sadržaje
- ▶ Digitalne platforme (digitalna terestrijalna televizija – DTT) zahtijevaju nove načine reguliranja, iako se u većini zemalja na njih primjenjuju postojeće odredbe
- ▶ Fleksibilni sustavi ograničenja vlasništva radi osiguravanja raznolikosti i slobode izražavanja – harm test svake pojedine koncentracije – opasnosti i prednosti

10. Javna radiodifuzija - bitan dio medijske raznolikosti

- ▶ Tržište ne može samo garantirati pluralizam medijskog krajolika
- ▶ Uloga javnih radiodifuznih servisa kao ravnoteža i radi osiguranja društvene i demokratske kohezije
- ▶ nezavisni od države, unutrašnja pluralnost

11. Nove tehnologije i raznolikost

- ▶ Tehnologija omogućava kreiranje barijera protiv interoperabilnosti, protokolima koji nisu otvoreni i standardizirani u cijeloj Europi
- ▶ Tehnološka konvergencija radiodifuzije, kompjutera i telekomunikacija otvara mogućnosti za raznolikost
- ▶ Isti trend može predstavljati i opasnost – liberalizacija pravila konkurencije (koja pogoduje tehnološkom razvoju) može biti negativna za raznolikost - privatni oligopoli
- ▶ Globalna koncentracija potaknuta tehnološkom konvergencijom, smanjuje izbor davatelja usluga

- ▶ Digitalna terestrijalna televizija – izazov državama da definiraju uvjete za period prelaska i buduće djelovanje sustava

12. Liberalizacija trgovine i audiovizualne usluge

- ▶ Međunarodna trgovinska politika utječe na raznolikost i pluralizam medija – negativna liberalizacija
- ▶ GATT – General Agreement on Tariffs and Trade – pay TV dekoderi; moguće filmske kvote za strane filmove; zabrana ograničenja u uvozu ili izvozu
- ▶ GATS – General Agreement on Trade in Services – radio i televizijska produkcija i difuzija često na listi izuzetaka
- ▶ International instrument on cultural diversity – mogućnost zaštite raznolikosti

13. Identificirani trendovi i novi izvještaj

- ▶ Kros-medijsko vlasništvo – multimedijske multinacionalne kompanije
- ▶ Trans-nacionalne koncentracije
 - U okviru Europske Unije porast spajanja i preuzimanja – razvoj zajedničkog tržišta pogoduje
 - Izvan EU tržišta su jasnije odvojena
 - Prekonacionalno širenje uglavnom unutar posebnih medijskih područja: kabel, satelitska TV, mobilni telefoni, tisak, digitalna televizija i interaktivne usluge
 - Srednja i Istočna Europa – koncentracija stranog vlasništva u medijskim tržištima
- ▶ Novi izvještaj AD-MD o transnacionalnim medijskim koncentracijama u Europi (tehnološka razina, ekonomska razina, zakonodavna razina, publike, sadržaj)

14. Preporuke

- ▶ Države trebaju aktivno djelovati na ograničenju koncentracija koje mogu negativno utjecati na politički ili kulturni pluralizam
- ▶ Jaki javni radiodifuzni operateri su nužni radi osiguravanja raznolikosti informacija i stavova
- ▶ Donošenje posebne sektorske regulacije protiv medijske koncentracije
- ▶ Sakupljanje i javnost ekonomskih informacija (promet, udjel u publikama, itd.) o operaterima je nužna kao podloga odlučivanju o reguliranju koncentracija
- ▶ Osigurati da javna radiodifuzija ostane dostupna svima bez obzira na promjene platformi
- ▶ Najšira operabilnost digitalne televizijske opreme
- ▶ Regulatorna tijela zadužena za koncentraciju trebaju imati mogućnost sankcije nad kršiteljima koncentracijskih odredbi (npr. smanjenje udjela u vlasništvu, smanjene utjecaja u tržištu, davanje prostora nezavisnim producentima, nezavisni programski savjeti, i kao najdrastičnije mogućnost oduzimanja dozvole za emitiranje)
- ▶ Razmotriti prednosti usvajanja Konvencije o kulturnoj raznolikosti

Materijali za podlogu raspravi / Background information

Medijska koncentracija: izazov pluralizmu medija u Srednjoj i Istočnoj Europi

Zrinjka Peruško, Odjel za kulturu i komunikacije, IMO, Zagreb, Hrvatska

– ♦ –

Media concentration: Challenge to media pluralism in Central and East Europe

Zrinjka Peruško, Department for Culture and Communication, IMO, Zagreb, Croatia

Summary

The article discusses media concentration which threatens media pluralism and diversity in the contemporary globalized world. In media policies pluralism usually understood as the consequence of structural diversity of the media system. The main aim here is to stop or control the monopolies or concentration of ownership in the media. The past decades have shown a declining number of media companies which control the production and distribution of entertainment and information content. In the countries of Central and Eastern Europe the trends of concentration and konglocentracija are clear. What is the impact of globalization on these processes? Is there a real pluralism in the media in the Central and Eastern European countries, which have in the past decade experienced a large increase in the types of media, and have opened their markets to the diversity of ownership? How much have these developments contributed to the real pluralism of ideas that serves the public and the development of civil society? The article poses these questions and answers some of them.

Keywords: media pluralism, monopolisation of the media, civil society, Central Europe, Eastern Europe

(Članak je dostupan samo na hrvatskome. Izvorno je objavljen u časopisu Medijska istraživanja. / The full paper is available in Croatian language only. It was originally published in the journal Medijska istraživanja.)

Medijska istraživanja (god. 9, br. 1) 2003. (39-58)

PREGLEDNI RAD

UDK: 321.7(4-11)

316.77(4-11)

321.7(497.5)

Primljeno: 7. lipnja 2003.

Sažetak

Članak govori o medijskoj koncentraciji koja u suvremenom globaliziranom svijetu prijeti medijskoj raznolikosti i pluralizmu. Pluralizam je u medijskim politikama najčešće shvaćen kao posljedica strukturalne raznolikosti medijskog sustava, gdje je najčešće osnovna briga politika u sprečavanju ili nadzoru monopola ili koncentracije vlasništva u medijima. Posljednja desetljeća pokazala su da se sve više smanjuje broj medijskih kompanija koje nadziru proizvodnju i emitiranje zabavnog i informativnog sadržaja. I u zemljama Srednje i Istočne Europe trendovi koncentracije i konglocentracije medija su jasni. Kakav je u tome utjecaj globalizacijskih kretanja? Postoji li stvarni pluralizam u medijima zemalja Srednje i Istočne Europe, koje su u proteklom desetljeću imale velik porast raznolikosti medija u vrstama i oblicima, te su otvorile svoja tržišta raznolikosti vlasništva. Koliko takav razvoj pridonosi stvarnom pluralizmu ideja, onom koji pogoduje javnosti i razvoju civilnoga društva? U članku se ta pitanja postavljaju, a na neka od njih se daje i odgovor.

Ključne riječi: medijski pluralizam, monopolizacija medija, civilno društvo, Srednja Europa, Istočna Europa

1. Uvod

Kad je George Orwell pisao svoju "1984"¹, nije vjerojatno niti slutio da bi se situacija u kojoj jedna svobuhvaćajuća medijska institucija potpuno definira što je realno, istinito i dobro, mogla ostvariti u nekoj od zemalja liberalno demokratskog poretka. Još manje je mogao zamisliti da takva jedna, ili nekoliko (međusobno povezanih) megakorporacija, distribuiraju informacije i zabavu na cijeloj zemaljskoj kugli. Trendovi medijske koncentracije koji se očituju posljednjih desetljeća mogli bi dovesti do takvih posljedica, čime bi bili ugroženi sami temelji demokratskog razvoja.

¹ Bagdikian (2000) također počinje svoje prvo poglavlje u knjizi *The Media Monopoly* tematiziranjem Orwellove "1984"; iako moja ideja za početak ovog teksta nije svjesni citat Bagdikiana, zapravo ne začuđuje jer je metafora Velikog brata paradigmatična za totalitarnu kontrolu medija.

Vrtoglavi razvoj medija posljednjih desetljeća događa se, pod utjecajem tehnološkog napretka, sve više na globalnoj razini. Pod utjecaj ekonomskih i tehnoloških interesa koji potiču koncentraciju medija, te pred izazovima globalizacije (koja svijet sve više povezuje i istodobno ga komercijalizira), danas se postavlja pitanje u kojem smjeru ide taj razvoj: hoćemo li u budućnosti imati jedan medijski imperij ili globalno civilno društvo?

U novim demokracijama Srednje i Istočne Europe nove medijske politike u 90. godinama usmjerene su uspostavi neovisnih i demokratskih medijskih sustava. Neovisnost smo uglavnom definirali kao prestanak moći države nad medijima. Danas se pak, ne samo u Hrvatskoj, potpuno mijenjaju dosadašnji odnosi moći između medija i politike/države.

Prvih deset godina tranzicijskog razdoblja, tj. 90. godina dvadesetog stoljeća, što zbog naslijeđa socijalističkog sustava koji je medije držao institucijama od javnog interesa od kojih se očekivalo da promiču državne/partijske interese, što zbog sličnog stajališta autoritarne države u postsocijalističkom razdoblju, moć smo običavali tražiti na strani države ili vladajuće političke elite. Pitanje uspješnosti demokratske konsolidacije definirali smo smanjenjem i konačnim prestankom upletanja politike s velikim P u uređivačku, vlasničku ili poslovnu politiku masovnih medija. U trenutku, pak, kad je u Hrvatskoj uglavnom uspostavljen konsenzus između politike i medija o tome da današnja vlast više ne pritišće medije i ne pokušava uređivati novine ili televizijske emisije kao ona ranija, moramo se ipak suočiti s potpunom promjenom paradigme moći.

U analizama medijske politike u postkomunističkim novim demokracijama previše smo bili zavedeni pogledom na dramaturgiranu separaciju države od medija, te smo gotovo zaboravili obratiti pozornost na ono što je zapravo u temelju tog odnosa. Pitanje smjenjivanja države s mjesta kontrolora medija, koje nas je najviše zabavljalo u prvim analizama razvoja medijskih sustava u tranzicijskom razdoblju, odvuklo nam je pozornost s činjenice da je u svim medijskim sustavima važno osigurati da kontrola medija nije usmjerena iz jednog središta. Kontrola države isto je tako loša kao kontrola velike korporacije.

Zato se pitanje reguliranja, ograničenja i nadzora nad medijskim koncentracijama i sprečavanje monopola danas pokazuje kao temeljno pitanje medijske politike, i to ne samo radi osiguravanja pravedne tržišne utakmice i ostvarivanja pravog tržišta, nego ponajprije radi osiguravanja demokratskog razvoja. Suvremeni razvoj komunikacijskih politika ne govori u prilog pozitivnom razrješavanju tog očekivanja. Pitanje koncentracije i monopolizacije medijskih kuća te stvaranje transnacionalnih medijskih imperija dovodi u pitanje neovisnost medija i u liberalnim demokracijama. Na novinarstvo utječe tržište (cf. Chalaby, 1996) a ne više demokratski ideal sudjelovanja građana u vlasti ili liberalni o ograničenju državnog utjecaja. Ako se trend komodifikacije vijesti nastavi kao što neki predviđaju (McManus, 1994), uloga medija u demokraciji postat će upitna (ili ćemo je barem morati redefinirati). Tako i odgovor na pitanje obavljaju li mediji u novim demokracijama demokratske funkcije, danas više nije povezan samo sa stupnjem odvojenosti države i političkih elita od kontrole medija, nego sve više ovisi o tome postoji li (privatno) vlasnički i uređivački pluralizam.

U ovom članku analiziram trendove medijske koncentracije i konglocentracije te njihov mogući utjecaj na razvoj pluralističkih medijskih sustava u novim demokracijama Srednje i Istočne Europe.

2. Koncentracija vs. raznolikost

Glavni izazov pluralizmu i raznolikosti u medijskim sustavima demokratskih zemalja danas je medijska koncentracija i konglocentracija. Ben Bagdikian u svojoj je knjizi *The Media Monopoly* još 1983. godine opisao neumoljivi trend koncentracije medijskih industrija, te upozorio na njegove negativne posljedice u vezi sa slobodom izražavanja i demokratskim razvojem. U šest naknadnih izdanja koliko ih je knjiga doživjela do godine 2000., i s novim poglavljima u kojima je opisivao nove medijske fenomene kao što je primjerice internet, koncentracija nije posustala nego je još ubrzana, te je od SAD-a prešla na cijeli svijet.

Koncentracija općenito znači nadzor nad proizvodnjom, zapošljavanjem, distribucijom i publikom (McQuail, 1994). Humphreys (1996) govori o industrijskoj koncentraciji koja označava trend koncentracije i okrupnjavanja izdavača tiska, o koncentraciji naklade koja se povezuje s dominantom pozicijom na tržištu, te na kraju o uređivačkoj koncentraciji koja nastaje smanjivanjem broja uredničkih jedinica unutar medijskog koncerna ili lanca. Kako koncentracija vlasništva i pozicija što bliže monopolnoj znatno povećava marginu dobiti u medijima (Bagdikian, 2000) (čak i za tisak dobit u monopoloskoj poziciji doseže vrtoglavih 40% – tako visoki postoci profita češće se vežu uz trgovinu oružjem ili drogom, a ne uz zakonit posao kulturnim proizvodima), jasan je ekonomski motiv za što dominantniju poziciju na tržištu.

Horizontalna koncentracija odnosi se na kontrolu nad medijima iste vrste koji su inače u međusobnoj konkurenciji (na primjer dva gradska lista) na jednom tržištu, ali i na vlasništvo nekog koncerna nad različitim medijima, a kojemu to inače nije osnovna djelatnost. Horizontalna koncentracija u prostornom smislu očitovala bi se kad bi isti vlasnik imao novinsku kuću, radio i televizijsku postaju na jednom određenom tržištu. Osim horizontalne koncentracije, medijske industrije poznaju i vertikalnu koncentraciju tj. integraciju.

Vertikalna koncentracija odnosi se na koncentraciju cijelog procesa proizvodnje i distribucije medija, i na kontrolu iste vrste medija na različitim prostornim razinama, tj. od lokalnih do nacionalnih ili međunarodnih. Iako se ta vrsta koncentracije (koja obuhvaća na primjer vlasništvo nad novinama, tiskarom, distribucijskom mrežom, ili studio za proizvodnju filmova, kino dvorane, distribucijsku mrežu) u razvijenim demokracijama ne smatra toliko opasnom za pluralizam, u tranzicijskim zemljama nije tako. U Hrvatskoj je poznat primjer koji je u devedesetim godinama pokazao da se upravo tim putem može spriječiti konkurentske medije od izlaženja ili distribucije, i tako narušiti pluralizam (Peruško Čulek, 1999b). Poseban oblik koncentracije predstavljaju *monopoli*. Oni označavaju takvu situaciju u kojoj na tržištu postoji samo jedna tvrtka. Monopoli u medijskom sustavu proizvode ograničenje pristupa i opcija posebno u političkoj sferi: i državni/politički i privatni/vlasnički monopoli jednako su štetni za pluralizam. Prva faza medijskih politika u novim demokracijama rješavala je pitanje političkih monopola, a danas pitanje ekonomskih monopola sve više dolazi u središte pozornosti. Medijske kompanije uglavnom su u oligopolističkom položaju (McChesney, 2000)

Kad se koristimo terminom koncentracija, odmah pokazujemo da govorimo iz normativnog aspekta medijske politike ili iz analitičkog aspekta analize medijskih sustava. Medijske kuće, naime, nikad ne govore o koncentraciji, nego o “diverzifikaciji”. Vertikalna diverzifikacija prema gore nastaje kad medijski konglomerat kupi primjerice produkcijske komponente, a prema dolje kupnjom distribucijskih lanaca (na primjer kino dvorana, ili lanaca videoteka). U istom smislu govorilo bi se i o horizontalnoj “diverzifikaciji”.

Terminološka razlika nije slučajna, te odaje dublju podjelu i različite interese između medijskih korporacija i javnosti. Ta se razlika u interesima preslikava i na područje kreiranja javnih politika radi zaštite pluralizma medijskih sustava. Na europskoj razini medijske korporacije imaju interes da se usklade pravila o medijskom vlasništvu u različitim zemljama (članicama Europske unije) kako bi se olakšao prodor na strana tržišta. U tome teže liberalizaciji vlasništva u medijima, a protive se koliko god mogu uvođenju specifičnog zakonodavstva kojim se štiti pluralizam (Doyle, 1997).

Bagdikian (2000) opisuje razvoj moći korporativnih medija u SAD-u, te pokazuje da se njihova sprega s velikim korporativnim biznisom nije dogodila temeljem neke urote kojom bi korporacije željele zavladati svijetom, nego temeljem ekonomske i logike moći, kojoj teže “prirodno”, a vlasništvom nad medijima zadovoljavaju obje težnje. U Hrvatskoj imamo, pak, situaciju u kojoj se u nekoliko navrata javno govorilo upravo o takvoj uroti. Iako te optužbe nisu nikad dokazane, i danas prevladava mišljenje da je stvarno vlasništvo nad medijima u Hrvatskoj u puno manjem broju ruku negoli to izgleda temeljem službenih isprava. Kako Hrvatska ovdje nije iznimka (pa čak nisu to ni same nove demokracije, ni u svim dugogodišnjim demokracijama nije uvijek sve poznato o medijskim vlasnicima), osiguravanje transparentnosti informacija o vlasništvu u medijima smatra se jednom od najvažnijih mjera kojima se može zaštititi pluralizam (AP-MD, 2002).

Opasnosti koncentracije oduvijek su u *smanjenju raznolikosti*, i mogućnosti izbora naslova, programa ili ideja. Uređivačka koncentracija tako je izravno opasna za pluralizam ideja u medijima, jer se lako može dogoditi da se unutar jedne velike medijske korporacije koja u vlasništvu ima tiskane i elektroničke medije, informacije odabiru i prerađuju u samo jednom uređivačkom središtu. Tad nam je svedjedno jesmo li čitali novine, gledali televizijske vijesti ili slušali radijske – informacije su nam uvijek iste.²

Spominju se i pozitivni efekti koncentracije i okrupnjavanja medijskih industrija. Osim evidentne ekonomske prednosti koju daje veličina (smanjenje jediničnih cijena), kao moguće prednosti veličine navodi se i manja izloženost utjecaju privatnog vlasnika medija, te mogućnost osiguranja uredničke neovisnosti (Humphreys, 1996). Koncentracija vlasništva i *kvaliteta programa* često se dovode u vezu, i to uglavnom negativnu. Nedavno istraživanje kvalitete programa na komercijalnim televizijskim mrežama u SAD-u pokazalo je homogenizaciju, te pad standarda pod utjecajem koncentracije vlasništva (Einstein, 2002) Takvi nalazi nisu opće prihvaćeni, pa neki osporavaju negativan utjecaj koncentracije na kvalitetu programa i pluralizam (Potter, 1998). To stajalište zanemaruje širi korporativni karakter medijskih konglomerata, čije su uređivačke politike nerijetko u suglasju s ciljevima i društvenim vrijednostima njihovih korporativnih vlasnika (Bagdikian, 2000). Tako se u optjecaju javne sfere teško probija niz stajališta koja su tomu suprotna, te pitanja koja zanimaju one koji ne pripadaju korporativnom dijelu društva (o tome piše i McChesney, 2000).

Osim što smanjuje mogućnost izbora različitih medijskih proizvoda, koncentracija također vodi i *standardizaciji kulturnog sadržaja*³ koji se nudi, a u tisku vodi i standardizaciji novinskih formata (Humphreys, 1996). Nasuprot

² Takva situacija podsjeća na doba prije političkog i ekonomskog pluralizma u zemljama Srednje i Istočne Europe, kad je dominantno političko stajalište plasirano u svim medijima bez razlike.

³ Čak je i u Velikoj Britaniji ova tema došla na dnevni red, kad je u srpnju 2003. u Chatham Houseu u Londonu održan međunarodni seminar s naslovom “Ubrzava li medijska koncentracija gubitak kulturnog identiteta”, u kojem je između ostalih stručnjaka sudjelovao i lord David Puttnam, član Doma lordova koji je nedavno postao

pretpostavkama da konkurencija u medijskom sektoru uvodi raznolikost, razvoj događaja pokazao je da se sve konkurentne kuće služe istim strategijama. Kako im je jedini cilj što veća naklada ili gledanost, nude upravo one proizvode koji imaju najviše publike. U televizijskom programu to su sapunice ili serije, filmovi (oboje u najvećem postotku uvezeno po najpovoljnijoj cijeni iz SAD-a, gdje veliko domaće tržište omogućuje mnogo niže cijene u izvozu), razni kvizovi i show programi – danas je u ovoj kategoriji sigurno najzastupljeniji reality show. Ne samo da ti programi postižu najveću gledanost pa su tako najbolji za povećanje prihoda od reklamiranja, oni su i najjeftiniji. Filmovi i serije se uvoze, a kvizovi i showovi su poznati kao najjeftinija vrsta produkcije – potreban je samo studio, nema ni pisaca scenarija, ni glumaca, ni ostalih kreativnih zanimanja koja su inače potrebna za proizvodnju programa.

Nove *komunikacijske i informacijske tehnologije* imaju također utjecaj na pitanje koncentracije i monopola. Od novih tehnologija tiskanja (foto slog koji je zamijenio starinski olovni slog) očekivalo se smanjenje ulazne cijene na novinsko tržište. Od kabelaške i satelitske televizije očekivalo se povećanje pluralnosti i raznolikosti programa, a isto se još uvijek očekuje i od digitalne, uz smanjenje ograničenja i kontrole države koju nameće ograničeni frekvencijski spektar. Iako su do sada nove tehnologije omogućile povećanje broja različitih medijskih proizvoda, upitno je jesu li povećale raznolikost (u smislu programske raznolikosti), a znamo da uglavnom nisu povećale pluralizam. Jedino je internet još uvijek medij koji omogućuje jeftin ulaz na tržište, no i to je samo pitanje vremena (van Cuilenburg i McQuail, 2003) govore o kontroli i nadzoru kao o jednom od aspekata nove paradigme komunikacijskih politika, koja će biti sve više primijenjivana na Internet).

3. Konglocentracija: globalna medijska koncentracija

Suvremeni trendovi medijske koncentracije na *globalnoj razini* koji uključuju i širenje medijskih kompanija u različitim zemljama, izaziva još i dodatne moguće negativne učinke u malim zemljama. Takva globalna koncentracija uključuje i horizontalnu i vertikalnu koncentraciju, pa je zapravo potreban novi termin kojim bi je označili – *konglocentracija*. Globalizacija kulturnih industrija, koja se manifestira prodorom uglavnom američkih proizvoda (serija, filmova, glazbe) na tržišta i u kulturu drugih zemalja potiče različite, uglavnom negativne, reakcije zemalja primateljica. U Europi je primjer najglasnijeg protivnika globalizacijskih efekata u medijskom području svakako Francuska, no na globalnoj razini Kanada vodi u ostvarivanju međunarodnih instrumenata koji bi omogućili državama zaštitu kulturne raznolikosti i pluralizma.⁴ U slučaju malih zemalja, opasnost od medijske kolonizacije je golema. Tržišta koja nisu dovoljno velika da sama generiraju velike domaće medijske koncerne, u kojima je ukupni reklamni “kolač” premali da omogući razvoj pluralističke i konkurentne medijske industrije, lak su plijen izvoznicima jeftinih proizvoda. Humphreys (1996) opisuje procjep u kojem se našla Nizozemska u trenutku deregulacije televizijskog emitiranja: da bi zaštitila domaće novinsku indus- triju propisala je obvezatno sudjelovanje tiskanih medija u svakom komercijalnom televizijskom projektu. Time je zaštitila domaći kulturni proizvod i osigurala preživljavanje novinske industrije (osiguravajući da imaju udjela u dobiti koju televizija generira usisavajući dio novinskih reklamnih prihoda), ali je s druge strane smanjila unutarnji pluralizam ideja i uređivački pluralizam.

Težnja za koncentriranjem medijskih industrija proteže se na sve vrste medija, tako da najveće svjetske kompanije posjeduju sve masovne i nove medije (tj. usluge na internetu). AOL Time Warner s 38 milijardi dolara, Viacom Inc. s 23 milijarde, Vivendi Universal s 18 milijardi, The Walt Disney Company i Bertelsmann AG s po 15 milijardi, News Corporation s 13 milijardi, Sony Corporation s 9 milijardi, Reed Elsevier, Gannett Co. Inc., i Pearson PLC s po 6, su u 2001 godini prvih deset medijskih kompanija na svijetu (Media in the World, 2002). Iako su i posljednje tri od prometa medijskim proizvodima u 2001. godini ostvarile više od 6 milijardi dolara, ni jedna od njih u svojem vlasništvu nema više od dvije vrste medijskih industrija. Za razliku od njih, šest prvih (i prvih) medijskih globalnih mega kompanija, ili medijskih carstava, uključuju sve ili gotovo sve oblike medijskih aktivnosti: radio, televiziju, film, glazbu, dnevni tisak, magazine i tjednike, te knjige. AOL Time Warner i Bertelsmann AG imaju sve vrste masovnih medija, News Corpu nedostaje glazba a Viacomu dnevni tisak. Te kompanije vlasnici su mnogih drugih medijskih kompanija koje poznajemo.

Najveća svjetska medijska kompanija je *AOL Time Warner* nastala je spajanjem America Online (AOL), Internet portalom i e-mail servisom koji obuhvaća više od 27 milijuna pretplatnika u SAD-u s kompanijom Time Warner

poznat medijskim krugovima po svojem angažmanu u vezi s amandmanom na, prema njegovom mišljenju, previše liberalizirani zakon o medijskim i kros-medijskim koncentracijama.

⁴ Na Santoriniju je godine 2000. osnovana Međunarodna mreža za kulturnu raznolikost (International Network for Cultural Diversity – INCD), koja je u tri godine rada i u suradnji s mrežom ministara kulture International Network for Cultural Policy (INCP) uspjela potaknuti da se ozbiljno razmatra u međunarodnim forumima (vjerojatno u UNESCO-u) Međunarodna konvencija o zaštiti kulturne raznolikosti. U Opatiji će u listopadu 2003. biti održana Treća konferencija obje mreže, a usklađeni tekst konvencije bit će poslan u proceduru međunarodnog pregovaranja.

koja je u svojem posjedu već imala produkcijski studio i tematske parkove Warner Bros, Hanna-Barbera, CNN i 28 drugih televizijskih mreža u svijetu, magazine Time, Fortune; 24 marke knjiga, 52 diskografske marke, i cijelu korporaciju Turner Entertainment (New internationalist on-line).

Viacom je vlasnik produkcijskih studija Paramount i United Cinemas International, distribucijskog lanca videoteka Blockbuster (vrlo raširena u SAD-u, ali i u još 27 zemalja svijeta); američke televizijske mreže CBS (kupnjom CBS-a Viacom je potaknuo promjenu tj. liberalizaciju zakona o kros-medijskom ograničenju vlasništva) (New internationalist on-line). U njihovu je vlasništvu i MTV koji ima publiku od 340 milijuna ljudi diljem svijeta, Nickelodeon, te 180 radio postaja u SAD-u.

Vivendi Universal je europska (francuska) mega kompanija u tipu AOL Time Warnera, a nastala je integracijom francuske vodovodne kompanije s medijskom kompanijom Seagram. Uz Vodafon kao poznatog operatera mobilnih telefona, vlasnik je i Canala + u Francuskoj (uz dvije glavne francuske mreže mobilnih telefona, te u drugim zemljama Europe i svijeta), Universal Studios, i MP3.com-a koji je konkurentski site Napsteru. Također je vlasnik izdavačke grupe Havas (magazin L'Express itd.)

The Walt Disney Co. posjeduje ABC američku televizijsku i radio mrežu (deset televizijskih i 29 radio postaja), Disney Channel, ESPN (sportski satelitski kanal koji se distribuira u 165 zemalja); produkcijske studije Touchstone, Walt Disney, Miramax Films; zabavne parkove i 720 Disney dućana u cijelom svijetu.

Bertelsmann AG je europska (njemačka) mega kompanija, koja posjeduje britanski Channel 5, a uz druge interese u televiziji diljem Europe ističe se RTL mreža, s 22 televizijske i 18 radio postaja u 10 zemalja. Time se RTL pokazuje kao najveća radiodifuzna korporacija u Europi (New internationalist on-line). Bertelsmann posjeduje 90,2% RTL-a (od toga 37% kroz holding kompaniju BW TV u kojoj Bertelsmann sudjeluje s 80% a njemački WAZ s 20%)⁵, a 9,8% posto je dostupno za javno trgovanje na burzi. U vlasništvu Bertelsmanna je i Random House izdavačka kuća, reklamna agencija, 200 glazbenih marki, internet portal Lycos, mreža knjižara Barnes & Noble (te .com varijanta), izdavačka kuća Gruner & Jahr, i još osam novina u Njemačkoj i Istočnoj Europi (New internationalist on-line).

News Corporation International, u vlasništvu Ruperta Murdocha, posjeduje Fox News (kabelska televizija s 24 satnim programom vijesti u SAD-u), Fox TV ima u SAD-u 22 postaje, Sky satelitski program sa 150 kanala, Harper & Colins izdavačku kuću, znatan broj dnevnih novina u zemaljama engleskoga govornog područja: *The New York Post* (SAD), *The Times*, *The Sun*, *News of the World* (Velika Britanija), 100 nacionalnih ili regionalnih naslova u Australiji. U svojem vlasništvu ima i Australisku nacionalnu rugby ligu, te poznati bejzbol klub LA Dodgerse (u SAD-u), produkcijski studio 20th Century Fox, a ima udjele u vlasništvu u televizijskim kompanijama u Istočnoj Europi i Aziji.

Veliki nisu samo konkurenti, nego su i suradnici. Zajedničke vlasničke udjele u nekim medijskim kućama imaju na primjer AOL Time Warner i Viacom u Comedy Centralu, The Walt Disney Company ima manjinski udjel u Tele-Munchen Germany i RTL-2 (u kojem je 35%ni vlasnik Bertelsman), a s Bertelsmanom dijeli udjele u Super RTL-u. Bertelsman je pak zajednički s News Corporation pokrenuo televiziju VOX u Njemačkoj. Viacom (vlasnik CBS televizijske mreže u SAD-u) zajedničko ulaganje s Vivendi Universalom ima u United Cinemas Internationalu, distribucijskoj mreži koja u vlasništvu ima 104 kina u Europi, Japanu i Južnoj Americi. (Bestriding the World. By Granville Williams, prepared for *New Internationalist* magazine. <http://www.mediachannel.org/ownership/granville.shtml>). Šest medijskih konglomerata tako su zapravo povezani u mrežu čije impresivno carstvo već danas zahvaća najveći dio svijeta.

4. Koncentracija medija u Srednjoj i Istočnoj Europi

Trend medijske koncentracije evidentan je i u novim demokracijama Srednje i Istočne Europe, iako ima ponešto različitu dinamiku. Dok su na zapadu europskog kontinenta godine nakon II. svjetskog rata bile godine ekspanzije u tiskanim medijima (ne treba zaboraviti da je deregulacija elektroničkih medija koja je zapravo omogućila privatne radio i TV postaje počela tek u 80. godinama, a prije toga su u tim medijima vladali javni monopoli), u Srednjoj i Istočnoj Europi nastupilo je doba najvećega državnog uređivačkog projekta. Pluralizam i raznolikost ne samo da nisu bili norma, nego su ponekad bili i po život opasni. Pluralizam u tim zemljama postaje norma prelaskom na demokratske sustave, ali uz demokratske ciljeve medijskih politika javljaju se i ekonomski, tj. tržišni. Marketizacija (kao jedan od tranzicijskih procesa, vidi Županov, 1995) medija u Srednjoj i Istočnoj Europi u 90. godinama i nakon početka 21. stoljeća reflektira u mnogim elementima isti proces koji se dogodio u zapadnoj Europi deregulacijom televizijskog i radio emitiranja u 80. godinama. I u Hrvatskoj, kao već ranije u zemljama liberalne demokracije te u novim demokracijama Srednje i Istočne Europe, mediji su danas u

⁵ Podaci o vlasništvu javno su dostupni na internetu <http://www.bertelsmann.com>

prvom redu biznis, koji kao i svaki drugi gospodarski subjekt, ima jedan dominantan cilj: dobit. Tome prirodno teže i medijske kompanije koje su u 90. počele ulaziti na tržišta Srednje i Istočne Europe.

Najnoviji izvještaj o stranom vlasništvu u medijima zemalja Srednje i Istočne Europe (iako nepotpun) pokazuje stalno širenje transnacionalnih medija u tim zemljama (EFJ, 2003). Podaci govore da su glavni ulagači kompanije iz Njemačke, Švicarske i skandinavskih zemalja, posebice u tiskanim medijima, dok stvarne globalne kompanije (s uglavnom američkim sjedištima ili kapitalom) sve više ulaze na tržišta tih zemalja u televizijskom i radio emitiranju. Kompanije o kojima je riječ su WAZ (Westdeutsche Allgemeine Zeitung), koji kao njemačka kompanija s dominantnom pozicijom u tiskanim medijima na svojem domaćem tržištu ima značajnu poziciju na tržištima na primjer, Hrvatske (50% vlasništva u Europa Press Holdingu koji ima premoć na tržištu magazina te prvu ili drugu poziciju na tržištu dnevnih novina) i Bugarske (dva glavna dnevnika 24 Časa i Trud, kao i dominaciju nad tržištem magazina). Češkim tržištem tiskanih medija također dominiraju njemačke kompanije, koje u suradnji s jednom švicarskom i jednom finskom nadziru 80% tržišta dnevnih i tjednih novina, a još opasnija je mogućnost da u budućnosti kontroliraju i distribuciju (EFJ, 2003:23). Mađarsko tržište tiskanih medija u 2001 godini bilo je pretežno u stranom vlasništvu (83%), dok je u Poljskoj pedeset posto tržišta magazina pod kontrolom velikih njemačkih izdavača.

Tablica 1 pokazuje koje strane medijske kompanije djeluju na tržištima u srednjoj i istočnoj Europi.⁶

Tablica 1. Strane medijske kompanije na tržištima zemalja u Srednjoj i Istočnoj Europi

	Tisak	Televizija	Radio
Bosna i Hercegovina			Radio Jugoslavija
Bugarska	WAZ (Njemačka) Springer (Njemačka)	Antenna TV SA (Grčka) News Corporation (US) Eurocom (kabel)	
Češka	Vltava-Labe-Press (VLP) Ringier (Švicarska) Rhenische Post group Sanoma Magazines (Finska) Passauer Neue Presse (PNP) (Njemačka) Burda (Njemačka) Springer (Njemačka) Bauer (Njemačka) Bertelsmann (Njemačka)	Central European Media Enterprises (CME) (bez koncesije)	Lagardere (Francuska)
Estonija	Schibsted (Norveška) Marieberg (Švedska) Bonier (Švedska)	Schibsted (Norveška) Modern Times Group (MTG) (Švedska)	
Hrvatska	WAZ (Njemačka) Burda (Njemačka) Sanoma Magazines International (Finska) Styria Media Group (Austrija)	**	
Letonija	Bonnier (Švedska)	Modern Times Group (MTG) (Švedska)	
Litva	Orkla (Norveška) Bonnier (Švedska)	Bonnier/ Marieberg (Švedska) Modern Times Group (Švedska)	
Mađarska	Bertelsman (Njemačka) Axel Springer Verlag (Njemačka) WAZ (Njemačka) Heinrich Bauer Verlag (Njemačka) Sanoma Magazines (Finska) Ringier (Švicarska)	Scandinavian Broadcasting System (SAD) Bertelsman (RTL) (Njemačka) Tele-Munchen Gruppe (Njemačka) Scandinavian Broadcasting Systems (SAD) Modern Times Group (MTG)	Marquard Media AG (Švicarska) Lagardere Group (Francuska)

⁶ Vidljiva je razlika u broju i vrsti kompanija i medija u kojima je prisutno strano vlasništvo između srednjo i istočno europskih zemalja te zemalja bivše Jugoslavije, u kojima je najslabije zastupljeno strano ulaganje u medijskom sektoru. No, ta tema zaokupit će nas u nekom drugom članku.

	Tisak	Televizija	Radio
		(Švedska)	
Poljska	Orkla (Norveška) Passauer neue Presse (PNP) (Njemačka) Bauer (Njemačka) Springer Bertelsmann (Gruner+Jahr) (Njemačka) Edipresse (Švicarska) Marquard (Švicarska) Bonnier (Švedska)	Bertelsmann (RTL) (Njemačka) Vivendi Universal (Francuska) Scandinavian Broadcasting Systems – SBS (SAD)	Lagardere Group (Francuska)
Rumunjska	WAZ (Njemačka) Burda (Njemačka) Ringier (Švicarska) Edipresse (Švicarska) Sanoma (Finska)	News Corporation Central European Media (CME) Scandinavian Broadcasting Systems – SBS/ (SAD&Luksemburg)	Legardere Group (Francuska)
Slovačka	Passauer Neue Presse (PNP) (Njemačka) Bertelsmann (Gruner+Jahr) (Njemačka) Bauer (Njemačka) Holtzbrinck (Njemačka) Ringier (Švicarska) Sanoma (Finska)	Millenium Electronics Lt.d (Velika Britanija) Central Media Enterprises (CME) (SAD)	
Slovenija	Motopresse (Njemačka) Burda (Njemačka) Bonnier (Švedska) Leykam (Austrija) <i>Central European Media Enterprises (CME)</i>	*	
Srbija	WAZ (Njemačka) Burda (Njemačka) Bertelsmann (Gruner+Jahr) (Njemačka) Holtzbrinck (Njemačka)		

Izvor: Podaci u tablici su prema izvještaju *European Federation of Journalists "Eastern Empires. Foreign Ownership in Central and Eastern European Media"*, Brussels 2003. Kurzivom su označeni medijski vlasnici koji nisu navedeni u izvještaju EFJ 2003.

* Izvor: <http://www.cetv-net.com/>

** U Hrvatskoj su se u 2003. godini na natječaj za drugu nacionalnu komercijalnu TV mrežu (za takozvani "treći kanal") prijavile dvije od svjetskih mega kompanija: News Corporation i Bertelsmann (tj. RTL), te dvije kompanije s velikom prisutnošću u europskim razmjerima: Scandinavian Broadcasting Systems (SBS) i Central European Media Enterprises (CME). Preko Večernjeg lista, koji je član jednoga od konzorcija, u ponudi je posredno i njegov austrijski vlasnik, Styria.

Među europskim mega kompanijama s vlasničkim interesima u više od jedne europske zemlje, osim RTL grupe (u vlasništvu Bertelsmanna) koja danas posjeduje televizijske stanice u najviše europskih zemalja, ističe se *Scandinavian Broadcasting System*, koji je osnovao te i dalje nadzire Harry Sloan ("News Corp. Backs out of Tandberg". <http://www.satnews.com/stories/2june2001-6.html>). Udjel (manjinski, oko 19%) u vlasništvu SBS-a imao je krajem 1990. i jedan od velikih, tj. Disney. Godine 2001. SBS se povezao s News Corpom te su zajednički uložili u stvaranje "Nordijskoga produkcijskog centra" radi središnje proizvodnje televizijskog programa za postaje diljem Europe koje kontrolira SBS, te je tako još osnažio centralnu proizvodnju i programski management za stanice u svojoj mreži. Osim uglavnom skandinavskih zemalja u kojima je uspostavio svoju mrežu, SBS ima televizijske kanale u Rumunjskoj, Poljskoj i Mađarskoj.

U televizijskom emitiranju u Srednjoj i Istočnoj Europi djeluje i *Central European Media Enterprises (CME)*, nova kompanija osnovana 90. godina američkim kapitalom kozmetičke industrije Este Lauder. CME je posljednjih godina poznat po sudskim procesima koje vodi s državama u kojima ima televizijske postaje: nedavno je Češka Republika sudskom presudom obvezatna platiti štetu CME-u jer nije zaštitila njegovu

investiciju (naime, njegov češki partner, kontroverzni Vladimir Železni, odlučio je otkazati im suradnju) (<http://finance.lycos.com/home/news/>). CME na svojoj internetskoj stranici (<http://www.cetv-net.com>) ističe visoku gledanost svojih TV postaja: 47% u Slovačkoj, ukupno 21% u Rumunjskoj (dva kanala), ukupno 40 % u Sloveniji (Kanal A i POP TV), i 22 % u Ukrajini.

U trenutku kad se medijske industrije povezuju i s velikim korporacijama, moć i utjecaj vrtoglavo im raste. Moć politike nad medijima u tom je trenutku sve manja, a snaga medija nad politikom raste. Ta je tvrdnja istinita i u onim situacijama (koje poznajemo iz hrvatske povijesti u devedesetima) u kojima je politika “dodjeljivala” medije svojim klijentima ili političkim istomišljenicima. To je činila putem koncesija za radijsko ili televizijsko emitiranje (ne treba zaboraviti ni kabelsku televizijsku distribuciju, o kojoj se kod nas premalo govori a još manje zna; kabelska televizija u svijetu naime ima značajno mjesto u medijskoj arhitekturi, a kod nas je javnosti nepoznato tko su vlasnici kableske mreže koja se vrlo brzo širi i po kojim kriterijima), privatizacijskim modelima (na primjer slučaj Slobodne Dalmacije, Večernjeg lista), pristupu povoljnim bankarskim kreditima. Iako je zahvalnost vlasnika tako stečenih medija osigurana za neko vrijeme, u određenom trenutku (kad dovoljno okrupne) njihova moć i utjecaj nadrastu ranije pokrovitelje.

Možemo li se uopće obraniti od koncentracije medija, koji više nije specifična samo za SAD nego je globalna?

5. Od strukturalnog do stvarnog pluralizma medija

Zaštita i poticanje pluralizma i raznolikosti medija dio je europskih medijskih politika od njihova nastanka u poslijeratnom razdoblju. Pluralizam medija najčešće se promatra kao očekivana i željena posljedica strukturalne raznolikosti medija: po vrstama, vlasnicima, publikama, te po pristupu.

Dva su osnovna načina zaštite pluralizma: ograničenjem koncentracije ili sprečavanjem monopola, te pozitivnim aktivnostima kao što su izravne ili neizravne subvencije medijima. Najpoznatiji primjer subvencije radi zaštite pluralizma svakako je javna radiotelevizijska difuzija (bez obzira radi li se o izravnom financiranju iz državnih proračuna ili o obaveznoj pretplati). Drugi uobičajeni primjeri indirektnih državnih poticaja su ukidanje PDV-a na tisak ili knjige (tako je u najviše europskih država), i jeftiniji poštanski troškovi za tiskovine.

U Europi je nadzor i sprečavanje koncentracije u medijima obično ili u ovlasti regulatora u radio i televizijskom emitiranju, ili pak u kompetenciji tijela koje je zaduženo za sprečavanje koncentracije općenito. U Hrvatskoj postoji kombinirana nadležnost, tj. s obzirom da je ograničenje vlasništva u radio i televizijskom emitiranju jasno i nedvosmisleno⁷, provođenje ograničenja je u ovlasti Vijeća za radio i televiziju. Kros-medijska koncentracija nije posebno zapriječena, nego podliježe Zakonu o zaštiti tržišnog natjecanja (1995, 1998), a provodi je Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja. Slično je i u drugim europskim zemljama, tj. tamo gdje koncentracija nije jasno određena ovlast je obično u rukama onih koji se brinu o općenitoj zaštiti tržišne utakmice (EPRA, 2000). Agencija je do sada bila angažirana u procjeni dopuštenosti koncentracije dviju najvećih novinskih grupa u Hrvatskoj: kad je WAZ ulazio u EPH, i kad je Styria ulazila u Večernji list. Oba ulaganja su dopuštena, kao i spajanje Vjesnika i Tiskare.

I danas mjere za sprečavanje medijske koncentracije i monopola⁸ djeluju na razinama država. Tako je moguće (te poznato iz prakse) onemogućiti prvom igraču u tiskanim medijima da ostvare utjecaj i na televizijski medij. U Hrvatskoj se tek očekuje takvo kros-medijsko ograničenje koncentracije (npr. radiotelevizija i tisak)⁹, a danas je situacija kao u polovici europskih zemalja: ograničenja nema. Pitanje stranog vlasništva također nije u europskim zemljama jednoznačno riješeno: neke zemlje uopće nemaju ograničenja, a druge ograničavaju strano vlasništvo. No, što je s transgraničnim koncentracijama?

S obzirom na to da su nacionalni zakoni po prirodi stvari tako definirani da se odnose na nacionalna tržišta, nacionalni zakoni o kros-medijskoj koncentraciji ne mogu spriječiti ulazak europskog diva koji u vlasništvu ima tiskane medije, televiziju, radio, nakladu knjiga, itd, ako na dotičnom medijskom tržištu ne posjeduje sporne medije. Posljednjih 20 godina razvoja zajedničkoga europskog tržišta nastoje se smanjiti tržišne barijere unutar

⁷ Prema Zakonu o telekomunikacijama iz 1999. godine maksimalno je dopuštena jedna trećina u koncesionaru televizije ili radija na nacionalnoj ili regionalnoj razini, dok je na lokalnoj razini moguće imati jednu trećinu i radijske i televizijske postaje. Strani kapital dopušten je također do jedne trećine.

⁸ U mjerama pak za zaštitu pluralizma i raznolikosti, osim vlasništva kao kriterija uzimaju se i publike, marketinški udjeli, naklade ili ukupni promet koji ostvaruju pojedine kompanije na određenim tržištima. Tako se procjena koncentracije radi njihova ograničenja u različitim zemljama definira na primjer prema broju vlasnika (radiodifuzija), udjelu u tržištu, postotku dosegnute publike. (AP-MD, 2002) Detaljnija analiza tretiranja i zaštite pluralizma u Europi i svijetu zahtijeva više prostora, te će biti obrađena u posebnoj članku.

⁹ U Hrvatskoj je sredinom 2003. godine upravo pred donošenjem i novi Zakon o elektroničkim medijima kao i Zakon o telekomunikacijama, koji bi trebali onemogućiti i kros-medijsku koncentraciju.

EU. I na području komunikacijskih industrija ovo je u tom razdoblju glavni cilj, iako se pitanje pluralizma i raznolikosti kontinuirano navodi kao važan zadatak medijskih politika.¹⁰ No, zakonodavstvo EU u području medija uglavnom potiče transgraničnu suradnju, a brigu o ograničenju koncentracije ostavlja nacionalnim državama. Jedini postojeći mehanizam Europske komisije kojim ona može utjecati na medijske koncentracije i monopole jest kroz opće zakone o zabrani monopola i zaštiti konkurencije. Do sada na europskoj razini ne postoji ozbiljna namjera da se to promijeni (iako je Europski parlament tijekom godina i nekoliko puta upozoravao na problem i potrebu zaštite pluralizma i raznolikosti na europskoj razini, – prema Humphreysu 1996.). To je pitanje danas na dnevnom redu u raspravama koje se o medijskoj koncentraciji i pluralizmu vode u sklopu Vijeća Europe, posebice u sklopu rada i s njima povezanih aktivnosti Savjetodavnog vijeća za medijsku raznolikost¹¹.

Trendovi koncentracije u oštrijem reljefu ističu kontroverzna pitanja koja se uvijek pojavljuju u medijskoj politici – komercijalizam vs. sociokulturne vrijednosti, zaštita kulturnog identiteta (McQuail, 1994). Tenzija između komercijalizma i socio-kulturnih vrijednosti, te koliki se utjecaj smije dopustiti tržištu (čiji utjecaj ide najčešće kroz plaćene reklame) za koji se drži da negativno djeluje na obrazovnu ili kulturnu ulogu medija, pojačava se koncentracijom i transnacionalizacijom medijskih konglomerata. Komercijalni interes suprotstavlja se u ovom pitanju javnom interesu, koji se u mnogim europskim (ali i izvaneuropskim zemljama uključujući i SAD) nastoji zadovoljiti posredstvom javnog emitiranja (public service). Pitanje zaštite identiteta i kulturnih posebnosti sve se više shvaća kao bitno u odnosu prema procesima globalizacije tj. dotoka stranog audiovizualnog programa. Liberalizacija trgovine audiovizualnim uslugama može negativno utjecati na pluralizam i raznolikost. Takve bojazni izražavaju sve europske zemlje (prema američkim programima), male europske zemlje prema većima, osobito ako govore istim jezikom (Austrija i Njemačka), zemlje u razvoju (prema američkim i drugim zapadnim programima za koje smatraju da ugrožavaju njihov kulturni identitet). To pitanje ne samo da je uređeno u njihovim zakonima (Europska konvencija o televiziji bez granica koja kvotama štiti europsku produkciju), nego je bilo jedno od najtežih pitanja u sklopu pregovora u GATT-u¹², na kojima se Amerika zalagala za slobodan protok i audiovizualnih proizvoda, dok su europske zemlje (posebice Francuska) isticale potrebu njihovoga izuzeća zbog kulturnog značenja.

Raznolikost zbog rasta broja medija koji su dostupni publikama u pojedinim zemljama, jedan je od prvih vidljivih pokazatelja medijskog pluralizma u postkomunističkim zemljama Srednje i Istočne Europe. Kako je u prijašnjima sustavima mogućnost osnutka novih medija bila isključivi prerogativ političkih elita, prvi pomak prema pluralizaciji medijskih prostora u ovim zemljama je ubrzano osnivanje novih medijskih organizacija. Dijagnoza strukturalne pluralnosti medijskih sustava u postkomunističkim državama Srednje i Istočne Europe govori o znatno većem broju i vrstama medijskih kanala i vlasnika (domaćih i stranih). U tiskanim medijima uglavnom je vrlo visoka koncentracija, a televizijska je koncentracija različita po zemljama – komercijalni kanali imaju prevagu i u publikama i u reklamnim udjelima. U svim tim zemljama postoji barem jedna, a u većini i više od jedne komercijalne televizije na nacionalnoj razini (Statistical yearbook, 2000:150), dok u najvećem broju zemalja postoji i znatno strano vlasništvo u televiziji i tisku.

U tranzicijskom razdoblju te u sadašnjim konsolidacijskim procesima u zemljama Srednje i Istočne Europe, raznolikost u medijskom prostoru očekivala se od novih, privatnih medija. Tako su komercijalizam i privatizacija bili dominantni načini da bi se postigla raznolikost. I u drugim se europskim zemljama kao glavni kriterij medijske raznolikosti uzima osiguravanje nesmetanog tržišnog natjecanja. Za razliku od postkomunističkih zemalja koje još uvijek nisu postigle željenu poziciju svojih novih javnih, a starih državnih radiotele- vizijskih sustava, uloga javnih radio televizija u zapadnoeuropskim zemljama istaknuta je upravo u osiguravanju raznolikosti i pluralizma u medijskim prostorima. I “Izvještaj o medijskoj raznolikosti u Europi” ističe važnost javnih radija i televizija za pluralizam, te potrebu njihove uključenosti u nove tehnološke pomake (digitalizacija i konvergencija).

¹⁰ Za pregled audiovizualne politike Europske unije i Vijeća Europe vidi poglavlje “Međunarodni standardi medijskih politika” str. 111-141. u Zrinjka Peruško Čulek, Demokracija i mediji. 1999. Poglavlje “The European Community and pan-European broadcasting” u Peter J. Humphreys, Mass media and media policy in Western Europe, 1996., str. 256-297. opisuje i proces pregovaranja oko usvojenih rješenja.

¹¹ AP-MD – “Advisory Panel on media diversity” je radna skupina Vijeća Europe osnovana nakon 6. Europske ministarske konferencije o politikama masovnih medija (Krakov, 2000), s mandatom da prati pitanja medijske koncentracije, pluralizma i raznolikosti te o njima savjetuje CDMM (Steering Committee on the Mass Media). Autorica članka članica je AP-MD-a od njegova osnutka.

¹² General Agreement on Trade and Tariffs, međunarodna organizacija koja uređuje pitanja međunarodne trgovine, čiji članovi s jedne strane teže ukinuti trgovinske barijere, a s druge zaštitu vlastitu proizvodnju.

6. Zaključak

Cijelo pitanje koje se postavlja u vezi s raznolikošću medija (u vlasnicima i vrstama), te s tim povezano ograničenje koncentracije koje se regulira medijskim politikama ili politikama tržišnog natjecanja, povezano je s pretpostavkom da raznolikost medija i njihov pluralizam utječe na pluralizam i raznolikost sadržaja medija, koji je pak pretpostavka ostvarenja uloge medija u demokraciji. Iako je samo pitanje utjecaja medija kontroverzno u sklopu discipline medijskih studija (te u njega nemamo prostora ovdje ulaziti), općenito je pretpostavka da mediji imaju važnu ulogu u oblikovanju javne sfere i političkom odlučivanju općenito (Keane, 1991, Donsbach, 1996). O raznolikosti programske ponude¹³ ili stvarnoj raznolikosti ideja koje su dostupne u medijskim sustavima novih demokracija Srednje i Istočne Europe ne znamo dovoljno. U zemljama Srednje i Istočne Europe, uključujući Hrvatsku, takve su analize izuzetno rijetke.¹⁴ Najčešći, i dosta parcijalni uvid, u raznolikost političkih tema na agendi u pojedinom trenutku su analize koje se rade u predizbornom razdoblju. Iako je tradicija analize sadržaja medija s ciljem analize širih društvenih pitanja duga i raznolika u zemljama Zapada, u novim demokracijama još nije uzela maha. Ne treba niti isticati da prije sustavnog istraživanja i empirijskih pokazatelja ne možemo točno odgovoriti na pitanje o tome kakav je stvarni pluralizam u medijskim sustavima novih demokracija Srednje i Istočne Europe.

Orwellova priča s početka ovog teksta smještena je u totalitarno okruženje, u kojem je pojedinac i u svojim privatnim mislima neslobodan i pod nadzorom Velikog brata. U klasičnoj je definiciji totalitarnog poretka da je upravo cijeli komunikacijski proces na svim razinama (od privatne do javne – na primjer, od mobilnog telefona, elektroničke pošte, do televizije i tiska) u vlasti jedne te iste moći (Arendt, 1968). Isto tako u klasičnoj definiciji totalitarizma nije važno koji se razlozi ili izgovori navode za totalnu kontrolu. Ona ne mora biti temeljena na ideologiji, nego samo na težnji za uspostavljanjem totalne moći i kontrole. Vodi li sadašnji trend koncentracije medija nekoj takvoj sveobuhvatnoj kontroli, sad temeljenoj na ekonomskim ciljevima? Ovaj tekst naravno ne može odgovoriti na to pitanje, no ipak može problematizirati temu koja se u današnjem svijetu globalnih medijskih divova pokazuje kao jedna od temeljnih za razvoj demokracije (iako je u pozadini svijesti pitanje može li komunikacijski kompleks današnjice uopće pridonijeti razvoju demokracije, što su ga već ranije postavili na primjer Blumler i Gurevitch (1995) apostrofirajući krizu građanske/civilne komunikacije).

7. Literatura

“News Corp. Backs out of Tandberg”. <http://www.satnews.com/stories/2june2001-6.html>

AP-MD (2002) Media diversity in Europe. Report prepared by the AP-MD. Media Division, Directorate General of Human Rights. Strasbourg: Council of Europe.

Arendt, H. (1968) *The Origins of Totalitarianism*. Cleveland: World Publishing Company.

Bagdikian, B. H. (2000). *The Media Monopoly*. Sixth Edition With a New Preface on the Internet and Telecommunications Cartels. Boston: Beacon Press.

Blumler, J. G., Gurevitch, M. (1995) *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.

Chalaby, J. K. (1996) “Twenty Years of Contrast: The French and British Press During the Inter-War Period”, *European Journal of Sociology*, 27(1) 143-159.

Donsbach, W. (1996) “The role of media analyses in adopting new media tasks”, *Balkan Media*, 4 (4) 34-44.

Doyle, G. (1997) “From “Pluralism” to Ownership: Europe’s emergent policy on Media Concentrations navigates the doldrums”, *The Journal of Information, Law and Technology (JILT)* 1997 (3). http://elj.warwick.ac.uk/jilt/commsreg/97_3doyl/doyle.htm 25.05.01

EFJ (2003) *Eastern Empires. Foreign Ownership in Central and Eastern European Media: Ownership, Policy Issues and Strategies*. Brussels: European Federation of Journalists.

Einstein, M. (2002) *Program diversity and program selection process on broadcast network television*. FCC, Media Ownership Working Group.

EPRA, *Workshop on Ownership*, Paris, 2000. mimeo.

¹³ U ovim zemljama također nije do sada provedeno istraživanje koje bi bilo slično onom s početka 1990. koje je istraživalo unutarnju i vanjsku raznolikost televizijskih kanala u Kanadi, Velikoj Britaniji, Japanu, Švedskoj, i SAD-u. Vidi u Hillve at al. (1997).

¹⁴ Rijetko istraživanje u ovom dijelu svijeta koje je pokazalo tko smije govoriti o čemu, provedeno je krajem 90. godina u Hrvatskoj (Puls & Peruško Čulek, 1998).

- Herman, E. S., Chomsky, N. (1994) *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. London: Vintage.
- Hillve, P., Majanen, P. and Rosengren, K. (1997). *Aspects of Quality in TV Programming. Structural Diversity Compared over Time and Space*. *European Journal of Communication*, 12(3), 291-318
- Humphreys, P. J. (1996) *Mass media policy in Western Europe*. Manchester and New York: Manchester University Press.
- Keane, J. (1991) *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- McChesney, R. W. (2000) *Rich Media, Poor Democracy. Communication Politics in Dubious Times*. New York: New Press.
- McManus, J. H. (1994) *Market-driven Journalism: Let the citizen beware*. London: Sage.
- McQuail, D. (1994) *Mass Communication Theory: An Introduction*, 3 Edition. London: Sage.
- Peruško Čulek, Z. (1999) *Demokracija i mediji*. Zagreb: Barbat.
- Peruško Čulek, Z. (1999b) "Nova medijska agenda: za europsku medijsku politiku u Hrvatskoj", *Medijska istraživanja*, 5(2) 285-305.
- Peruško Čulek, Z. & Puls (1998) "Monitoring of HTV News and Current Affairs Programs". unpublished manuscript. 15 p.
- Potter, J. W. (1998) *Media Literacy*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Raboy, M. (ed.) (1996) *Public Broadcasting for the 21st Century*. John Libbey Media & University of Luton Press.
- van Cuilenburg, J.; McQuail, D. (2003) "Media Policy Paradigm Shifts. Towards a New Communications Policy Paradigm", *European Journal of Communication*, 18 (2) 181-207.
- von Feilitzen, C. & Carlsson, U., Eds. (2002) "Media in the World". in *Children, Young People, and Media Globalisation. Yearbook 2002. The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media*. Nordicom, Gotenborg University.
- Williams, Granville. "Bestriding the World". prepared for *New Internationalist* magazine. <http://www.mediachannel.org/ownership/granville.shtml> 2003
- Županov, J. (1995) *Poslije potopa*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.

Medijska raznolikost u Europi

Izveštaj Savjetodavnog tijela CDMM-a za medijsku koncentraciju, pluralizam i raznolikost

– ♦ –

Media Diversity in Europe

Report prepared by the AP-MD (Advisory Panel to the CDMM on media concentrations, pluralism and diversity questions)

*Media Division, Directorate General of Human Rights
Council of Europe, Strasbourg, December 2002*

Report on Media diversity in Europe
by

Peter A. Bruck, Institute for Information Economy and New Media, Salzburg

Dieter Dörr, Professor for Public Law, Johannes Gutenberg-Universität, Mainz

Jacques Favre, Competition Commission, Berne

Sigve Gramstad, Director General, Norwegian Media Ownership Authority, Oslo

Rosaria Monaco, Head of Legal Advice Department, RAI, Rome

Zrinjka Peruško Čulek, Head of Department for Culture and Communication, IMO, Zagreb

Assisted by the Secretariat of the Media Division of the Council of Europe

The Advisory Panel on media diversity – AP-MD – is a Council of Europe working group which was established after the 6th European Ministerial Conference on mass media policy (Cracow, 15-16 June 2000) with a view to monitoring developments in the area of media diversity and pluralism. This report has been drawn up by the AP-MD and presented to the Council of Europe Steering Committee on the Mass Media (CDMM), which has approved it. This being said, the CDMM is not bound by the conclusions and information presented in the report, which is the full responsibility of its authors.

Executive Summary

Article 10 of the European Convention on Human Rights is the basic framework for media pluralism on the European scale. Under its effect, States are under a “duty to protect” and, when necessary, to take positive measures to ensure diversity of opinion in the media. The European Court of Human Rights has stated that without plurality of voices and opinions in the media, the media cannot fulfil their contributory role in democracy.

Thus, European States are under the obligation of safeguarding and promoting pluralism in the media.

This report examines factors and points to measures which are specific and sensitive to varying contexts.

Given the significant differences in culture, in the size and characteristics of media markets, and in legal and administrative traditions within Europe, no common or single regulatory model will be suitable for all European countries.

Given this, it is nonetheless clear that a competition law approach alone is not sufficient. Sector-specific media ownership measures and regulations are necessary and will contribute positively to media pluralism objectives.

Different indicators and thresholds are used in European countries to monitor and control media concentrations. This report recalls that the audience share approach is one of the possible models, which presents the advantage of reflecting the real influence of a broadcaster in a given market and at the same time is neutral on the number of licences which the broadcaster can hold and allows its international development. Whichever the indicator employed, permissible thresholds vary at around 1/3 of the audience, 1/3 of revenues or 1/3 of the network capacity, implying a general European understanding that controlling one third of the market is tolerable, but that going beyond that level could infringe upon freedom of expression and information.

Media ownership rules need to be complemented by other measures which favour media pluralism: public service broadcasting has an essential role to play in this respect and ensuring diversity at the level of sources is also important.

The development of digital technology poses new challenges to pluralism which results from, among others, the use of proprietary systems by operators. The trend towards media concentration is strengthened with digital convergence.

Liberalisation and globalisation of markets increase the pressures for concentration on the national scale.

States need to strengthen national regulators and authorities responsible for ensuring and protecting media pluralism. Constant monitoring and proactive policy-making by States are required.

The full Report is available at

http://www.coe.int/t/e/human_rights/media/5_Documentary_Resources/2_Thematic_documentation/Media_pluralism/PDF_H_APMD_2003_001%20E%20Media%20Diversity.pdf

Popis sudionika / List of participants

	Name/Function	Institution	Address	Tel. / Fax	E-mail
1.	Alaburić, Vesna Odvjetnica	Odvjetnički ured	Ignjata Đorđića 9 10000 Zagreb	t: +01/4920771	vesna.alaburic1@zg.hinet.hr
2.	Bahtijari, Hašim Urednik	Tim Press d.o.o.	Marjanovićeve prilaz 2 10000 Zagreb	m:+0912501777 f: +01/6685149	tim.press@zg.htnet.hr
3.	Balić, Naima Pomoćnica ministra	Ministarstvo kulture RH	Runjaninova 2 10000 Zagreb	t: +01/4866301 f: +01/4866380	naima.balic@min-kulture.hr
4.	Bašić Hrvatinić, Sandra	University of Ljubljana	Slovenia		sandra.hrvatini@guest.arnes.si
5.	Benković, Tibor Rukovoditelj marketinga	Hrvatski radio	Dežmanova 10 10000 Zagreb	t: +01/4807230 f: +01/4807134	tibor.benkovic@hrt.hr
6.	Bolfek, Mirko Ravnatelj	HINA	Marulićev trg 16 10000 Zagreb	t: +01/4808700 f: +01/4808820	mirko.bolfek@hina.hr www.hina.hr
7.	Bošnjak, Mario Glavni tajnik	Hrvatski novinarski dom			mbosnjak@hnd.hr www.hnd.hr
8.	Bruck, A. Peter General Manager	Institute for Information, Economy and New Media	Leopoldskornstrasse 30 A-5020 Salzburg Austria	t: +43/662834602 f: +43/66283460222	bruck@research.at www.researchstudio.at
9.	Butković, Hrvoje	Institut za međunarodne odnose	Lj. F. Vukotinovića 2 10000 Zagreb	t: +01/4826522 f: +01/4828361	butkovic@irmo.hr www.imo.hr
10.	Denkovski, Davor Načelnik službe za odnose s javnošću	Ministarstvo obrane RH	Stančićeva 6 10000 Zagreb	t: +01/4568025 f: +01/4568246	ddenkovs@inet.hr www.morh.hr
11.	Devčić Torbica, Iskra Voditelj nacionalnog opservatorija	.n.o. national observatory - Croatia	Ilica 49 10000 Zagreb	t: +01/4806692 f: +01/4806680	iskra@national-observatory.org www.national-observatory.org
12.	Dokić-Marković, Snežana Pravni savjetnik	Delegacija Europske komisije u RH	Masarykova 1 10000 Zagreb	t: +01/4896 525 f: +01/4896 555	Rima.Joujou@cec.eu.int www.delhrv.cec.eu.int
13.	Fracassetti Alessandro Glasnogovornik	OESS	10000 Zagreb	t: +01/3096620 f: +01/3096297	pau@oscecro.org www.osce.org/croatia
14.	Gavranović, Ante Predsjednik uprave	Privredni vjesnik	Kačićeva 9 10000 Zagreb	t: +01/4846663 f: +01/4846656	ante.gavranovic@privredni-vjesnik.hr
15.	Gladovac, Nebojša	Ministarstvo kulture RH	Runjaninova 2 10000 Zagreb	t: +01/4866315	
16.	Gramstad, Sigve Direktor	The Media Ownership Authority / Eigarskapstilsynet	Øvre Slottsgate 29 N-0157 Oslo Norway	t: +4722476880 f: +4722476890	sg@eierskapstilsynet.no

	Name/Function	Institution	Address	Tel. / Fax	E-mail
17.	Gregurić, Franjo Direktor i glavni urednik	Obiteljski radio	Avenija Dubrovnik 15 10000 Zagreb	t: +01/6550580 f: +01/6550375	melita@obiteljski-radio.hr
18.	Jakovac, Aleksandar	Ministarstvo kulture RH	Runjaninova 2 10000 Zagreb	t: +01/4866315	
19.	Jelić, Tomislav Viši upravni savjetnik	Ministarstvo kulture RH	Runjaninova 2 10000 Zagreb	t: +01/4866216 f: +01/4866385	tomislav.jelic@min-kulture.hr
20.	Jelinčić, Daniela Angelina	Institut za međunarodne odnose	Lj. F. Vukotinića 2 10000 Zagreb	t: +01/4826522 f: +01/4828361	daniela@irmo.hr www.imo.hr
21.	Kolarević, Jadranka Predsjednica društva "Potrošači" Članica vijeća HRT-a	Društvo "Potrošači" Hrvatska radio televizija - HRT	Ilica 48/ III 10000 Zagreb	t: +01/4835889 f: +01/4835888	drustvoz@inet.hr www.potrosac.org
22.	Lalić, Željko Voditelj marketinga	Nika d.o.o.	Stjepana Radića 24 Šibenik	t: +022/212852 t: +098303702 f: +022/212858	nika1@si.hinet.hr
23.	Malović, Stjepan Profesor	Fakultet političkih znanosti	Lepušićeva 6 10000 Zagreb	t: +01/4655430 f: +01/4655316	stjepan.malovic@hnd.hr www.fpzg.hr
24.	Marić, Jasna Savjetnica ministra za odnose s javnošću	Ministarstvo vanjskih poslova RH	Trg N. Š. Zrinskog 7-8 10000 Zagreb	t: +01/4597437 f: +01/4569973	jasna.maric@mvp.hr www.mvp.hr
25.	Matanić, Željko Glavni tajnik	Hrvatska udruga radija i novina - HURIN	Klanjčić 15 10000 Zagreb	t: +01/2430632 f: +01/2430633	zeljko_02@net.hr
26.	Morić, Ivana Opunomoćena ministrica (članica CDMM CoE)	Ministarstvo vanjskih poslova RH	Trg N. Š. Zrinskog 7-8 10000 Zagreb	t: +01/4569933 f: +01/4569971	ivana.moric@mvp.hr
27.	Morina, Elvis Urednik Hrvatske redakcije	BBC	Perkovčeva 2/III 10000 Zagreb	t: +01/4826940 f: +01/4838188	elvis.morina@bbc.co.uk www.bbc.co.uk
28.	Novak, Božidar Predsjednik Vijeća za medije	Hrvatski helsinški odbor - HHO	Dobri Dol 56/VII 10000 Zagreb	t: +01/2348050 f: +01/2348050	
29.	Novoselec, Maja Samostalna upravna referentica za kulturu	Gradski ured za kulturu – Grad Zagreb	Ilica 25, 10000 Zagreb	t: +01/6100473 f: +01/6100590	
30.	Obuljen, Nina	Institut za međunarodne odnose	Lj. F. Vukotinića 2 10000 Zagreb	t: +01/4826522 f: +01/4828361	nina@irmo.hr www.imo.hr
31.	Oetheimer, Mario Programme Adviser	The Council of Europe Directorate General II – Human Rights	F-67075 Strasbourg Cedex	t: +33(0)388412918 f: +33(0)388412705	mario.oetheimer@coe.int www.coe.int/media
32.	Peruško, Zrinjka Voditeljica odjela za kulturu i komunikacije	Institut za međunarodne odnose	Lj. F. Vukotinića 2 10000 Zagreb	t: +01/4826522 f: +01/4828361	zrinjka@irmo.hr www.imo.hr
33.	Pešut, Nina		Kurelčeva 4/II	m:+0917616784	npesut@hotmail.com

	Name/Function	Institution	Address	Tel. / Fax	E-mail
			10000 Zagreb		
34.	Primorac, Jaka	Institut za međunarodne odnose	Lj. F. Vukotinića 2 10000 Zagreb	t: +01/4826522 f: +01/4828361	jaka@irno.hr www.imo.hr
35.	Prosinečki, Sven Daniel Direktor	Radio Croatia	Av. Dubrovnik 15 10000 Zagreb	t: +01/6520200 f: +01/6520220	prosinecki@narodni-radio.hr www.narodni-radio.hr
36.	Radić, Duško Privremeni direktor programa Hrvatskoga radija	Hrvatska radio televizija -HRT	Prisavlje 3	t: +01/6343522 f: +01/6343311	dusko.radic@hrt.hr
37.	Ružić, Tatjana				truzic@hnb.hr
38.	Slunjski, Željko v.d. tajnik	Savez samostalnih sindikata Hrvatske - SSSH	Krešimirov trg 2 10000 Zagreb	t: +01/4655013 f: +01/4655040	
39.	Stantić, Geza Glasnogovornik	Vijeće za medije Hrvatskog helsinškog odbora -HHOa	Ilica 15/III 10000 Zagreb	t: +01/9669028 m:+0989141834 f: +01/4812324	geza.stantic@zg.hinet.hr
40.	Tanasković, Ljiljana Vanjski suradnik	III program Hrvatskog radija	Dežmanova 6 10000 Zagreb	t: +01/4807321 f: +01/4807187	
41.	Ungerer, Herbert Chief of Division	The European Commission, Competition DG; Directorate C – Information, communication and multimedia	200, rue de la Loi B-1049 Bruxelles (J70 1/74)	t: +3222968623 f: +3222969804	Herbert.Ungerer@cec.eu.int
42.	Uzelac, Aleksandra	Institut za međunarodne odnose	Lj. F. Vukotinića 2 10000 Zagreb	t: +01/4826522 f: +01/4828361	sandra@irno.hr www.imo.hr
43.	Uzelac, Slobodan Član vijeća HRT-a	Hrvatska radio televizija - HRT	M.Jurić Zagorke 6 10000 Zagreb	t: +01/6143285	slobodan.uzelac1@zg.htnet.hr
44.	Vuksanović, Irena Profesor	Hrvatska radio televizija - HRT	Turinina 9 10000 Zagreb	t: +01/6671726	
45.	Zgrabljic, Nada Glavna urednica	Časopis "Medijska istraživanja"	Vinogradska 130 10000 Zagreb	t: +01/3769004 f: +01/3769004	nadahope@yahoo.com www.mediaresearch.cro.net

Novinari / Journalists

	Name/Function	Institution	Address	Tel. / Fax	E-mail
1.	Jelovac, Milan	Vjesnik	Slavonska avenija 4 10000 Zagreb		
2.	Jerbić, Vedran	Slobodna Dalmacija	Palmotičeva 10000 Zagreb		
3.	Perak, Sandra	Hrvatska radio televizija - HRT		t: +01/6342660	sperak@hrt.hr
4.	Rubić, Tomislav	HINA	Maruličev trg 16 10000 Zagreb	t: +01/4808600 f: +01/4808822	

	Name/Function	Institution	Address	Tel. / Fax	E-mail
5.	Moskaljov, Vanja	Večernji list		t: +01/6300454 m: +0981862257	
6.	Trgovčić, Ilijana	Otvorena televizija - OTV		t: +01/4878331	