

Izlaganje sa znanstvenog skupa
341.223.3:654.197>(497.5)
Primljeno: 29. lipnja 2004.

Analiza procesa dodjele koncesije za treću mrežu Hrvatske televizije

DARKO TOMORAD*
MARINA MUČALO**

Sažetak

Dodjela koncesije za treću mrežu Hrvatske televizije najvrjednija je koncesija koja je dosad uopće dodijeljena za radijsku ili televizijsku djelatnost u Republici Hrvatskoj. Njezine su kvalitete privukle brojne ponuđače pa su tako na natječaju konkurirala i ugledna svjetska i europska imena poput *News Corporation*, RTL, SBS *Broadcasting* i CME. Ovaj rad prati tijek donošenja odluke da se treća mreža izdvoji iz sustava HTV-a te ukupan postupak dodjele koncesije, od objave natječaja i analize dokumentacije do konačnoga odlučivanja o novom koncesionaru. Koncesija je dodijeljena pravnoj osobi "RTL d.o.o." temeljem njihova projekta pod nazivom "HRTL". Hrvatska je tako postala 24. zemlja u kojoj RTL Grupa, dio moćne njemačke kompanije Bertelsmann, emitira svoj program. Osam mjeseci od dobivanja koncesije, 30. travnja 2004. godine, nova je televizija počela s emitiranjem.

Ključne riječi: HRT, javni servis, komercijalne televizije, koncesija, treća mreža, natječaj

1. Pravni okvir rada elektroničkih medija u Republici Hrvatskoj

Elektronički mediji u Republici Hrvatskoj svrstani su, prema kriteriju vlasništva, u dvije skupine. Prvu čini Hrvatska radiotelevizija s pripadajućim programima (dva televizijska i tri radijska te osam lokalnih radijskih postaja) čiji je osnivač Republika Hrvatska, a osnivačka prava nosi Vlada Republike Hrvatske. Riječ je o javnoj ustanovi (nema status koncesionara) koja ima ulogu javnog servisa sa svrhom zadovoljavanja općeg interesa i s pravom prikupljanja pretplate. Na drugoj su strani koncesionari, odnosno različite pravne (a na lokalnim razinama i fizičke) osobe koje su putem natječaja dobile koncesiju odnosno dozvolu za emitiranje programa na određenom području (lokalnom, regionalnom, državnom), na određeno vrijeme i pod određenim uvjetima.

* *Darko Tomorad*, asistent Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu na istraživačkom projektu "Mediji i društvo".

** *Marina Mučalo*, docentica Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu na predmetu Radio.

Financiraju se isključivo iz vlastitih prihoda (oglašivanjem). U Hrvatskoj sada emitiraju 142 koncesionara za radijsku i 15 koncesionara za televizijsku djelatnost. Obje skupine imaju “svoje” zakone. Za koncesionare vrijedi Zakon o elektroničkim medijima (stupio na snagu 1. rujna 2003.), a za HRT vrijedi Zakon o HRT-u (od 15. veljače 2003.).

Za bolje razumijevanje teme rada, potrebno je ukratko predstaviti razvitak pravne regulative scene elektroničkih medija od osamostaljenja Hrvatske do danas.

1.1. Zakon o telekomunikacijama¹ iz 1994. godine

Ovaj je zakon bio od osobite važnosti jer je njime dopušteno tzv. *privatno* vlasništvo nad radijima i televizijama u Hrvatskoj, što u vrijeme postojanja SFRJ nije bilo moguće jer je država bila vlasnikom svih ondašnjih elektroničkih medija. Brojne gospodarske promjene nastale u vrijeme osamostaljenja Hrvatske uvjetovale su i početak demokratizacije elektroničkih medija koja se ponajprije odnosila na odmak od svakovrsnoga političkog utjecaja. Demokratizacija se očitovala kroz izmjenu vlasničkih odnosa nad medijima, uvođenje koncesija za emitiranje i njihovu dodjelu putem javnih natječaja, što je izravno utjecalo na znatno povećanje broja radijskih i TV postaja u Hrvatskoj.

Dobivanje koncesije za emitiranje bilo je uvjetovano brojnim odredbama pa tako i o dopuštenoj visini vlasničkih udjela u pravnoj osobi koja se natječe za koncesiju. Tako je bilo propisano da koncesionarom mogu biti samo trgovačka društva² u kojima svaka, pravna ili fizička, osoba može imati samo do jedne četvrtine ili manje osnivačkih udjela. Iznimka su bile izrazito lokalne koncesije (za područja do 10 tisuća stanovnika) kad je vlasnički udio mogao biti do 50 posto te jednog vlasnika na području do tri tisuće stanovnika. Ovim je ograničenjem zakonodavac kanio spriječiti moguće monopole, iako je takva odredba izravno kršila Ustavom proklamiranu slobodu poduzetništva i nepovredivost privatnoga vlasništva, a koja se iznimno dopušta samo u slučajevima zaštite interesa i sigurnosti Republike, prirode, ljudskog okoliša i zdravlja ljudi (Ustav Republike Hrvatske, članak 50, stavak 2).

Unatoč prigovorima, odredba je vremenom prihvaćena i vlasnici medija su je i poštovali, barem u službenim očitovanjima kroz javnopravne isprave (društveni ugovor) koje su svjedočile o vlasničkoj strukturi koncesionara. Taj je dokument bio i jedan od najvažnijih dokumenata u natjecanju za obnovu koncesije. Dakako, bile su dopuštene izmjene unutar vlasničke strukture (prodaja dijela vlasništva), ali opet pod uvjetom da nitko ne smije imati više od $\frac{1}{4}$ vlasništva.

Strani je kapital također bio ograničen u sudjelovanju u vlasništvu s dopuštenih 25 posto što je opet predstavljalo iznimku od općeg propisa, Zakona o trgovačkim društvima, ali u skladu sa Zakonom o telekomunikacijama. Naime, inozemni su ulagači izjednačeni s domaćima, što znači da se dopuštena visina ulaganja u elektroničke medije jasno morala odnositi i na njih.

¹ Zakon o telekomunikacijama, NN 53/94.

² Iznimka su nekomercijalni radiji i televizije.

Natječaje za dodjelu koncesija raspisivalo je i provodilo novoosnovano Vijeće za telekomunikacije, izvršno tijelo koje je radilo pri Ministarstvu pomorstva, prometa i veza. Brojilo je devet članova koje je imenovao i razrješivao Sabor. Odluke su se donosile većinom glasova, odnosno za svaku je odluku trebala suglasnost najmanje pet članova Vijeća. Vijeće je predstavljalo najvišu razinu za dodjelu i/ili oduzimanje koncesija, davalo je suglasnost na izmjene u vlasničkim strukturama, promjene u programskim shemama itd. Koncesionar je smio imati samo jednu koncesiju na razini države (ili radija ili TV), dok je na nižim razinama mogao imati dvije (jednu za radio, drugu za TV). Političke stranke i tijela državne uprave nisu mogli biti koncesionari ni članovi koncesionara. Otvorenim je pitanjem ostao nadzor nad programskim sadržajima, budući da profesionalni nadzor nije ustanovljen. Vijeće je moglo zatražiti snimku programa (obveza čuvanja glasila je na 30 dana) te samo preslušati ili pregledati sporne sadržaje te utvrditi (ne)kršenje nekih zakonom određenih programskih kvota. Nema podataka da je to ikada i učinilo.

U prvi sastav Vijeća ušlo je čak šest aktivnih političara (od toga pet iz ondašnjega vladajućeg HDZ-a) među kojima su bili dvojica ministara, jedan savjetnik za gospodarstvo pri Vladi i tri saborska zastupnika. Nazočnost političara u Vijeću te očita politiziranost nekih odluka, izazivali su brojne prigovore pa i masovne proteste, kao što je bio skup potpore *Radiju 101* (studeni, 1996.) kad mu je to tijelo oduzelo koncesiju.

1.2. Zakon o telekomunikacijama³ iz 1999.

Nakon brojnih prigovora da je Vijeće ispolitizirano i da svoje odluke temelji na političkim simpatijama prema pojedinim koncesionarima, u srpnju 1999. godine, prihvaćen je novi Zakon o telekomunikacijama koji je, između ostaloga, bio i pravni okvir za dodjelu koncesije nad trećom mrežom HTV-a. Od izmjena valja istaknuti da članovima Vijeća (koje je preimenovano u Vijeće za radio i televiziju), više nisu mogli biti dužnosnici u izvršnoj, predstavničkoj i sudbenoj vlasti ni članovi neke stranke. Zadržan je isti broj članova (9), imenovao ih je Sabor na prijedlog Vlade, ali sada iz redova neovisnih stručnjaka sa svrhom izbjegavanja svakog sukoba interesa. Mandat im je trajao tri (tri člana), četiri (tri člana) i pet (tri člana) godina. Nisu bili profesionalno angažirani, ali su primali novčanu naknadu za svoj rad. Opseg i opis poslova Vijeća ostao je isti. Nadalje, vlasnički su udjeli povećani na jednu trećinu, kako za domaći tako i za strani kapital. Već postojeća zabrana sudjelovanja u kapitalu koncesionara koja je dotad vrijedila za političke stranke i tijela državne uprave proširena je i na marketinške agencije.

Umjesto Ministarstva pomorstva, prometa i veza sada se, kao neovisni regulator u telekomunikacijama, pojavljuje novoosnovani Zavod za telekomunikacije. Zavod za telekomunikacije samostalan je u obavljanju poslova iz svog djelokruga, a za svoj rad odgovara Vladi Republike Hrvatske kojoj podnosi godišnje izvješće o radu. Glede natječaja za koncesije, zadužen je za tehničku potporu Vijeću, a daje i pravno mišljenje o ponudama koje nije obvezujuće za Vijeće.

³ Zakon o telekomunikacijama, *NN* 76/99.

Natječaji za koncesije su javni i otvoreni za sve zainteresirane. Dokumentacija se zaprima u Zavodu za telekomunikacije te otvara na sljedećoj sjednici Vijeća. Sjednice su javne. Svaki član Vijeća dobiva svoj primjerak dokumentacije svakog od kandidata. U roku koji je određen u samom natječaju, obavezan je pročitati cjelokupnu dokumentaciju. Glasovanje o kandidatima je tajno, ali su sjednice otvorene za javnost. Koncesiju dobiva onaj kandidat koji dobije najmanje pet glasova (od mogućih devet) članova Vijeća. Koncesija se daje na vrijeme koje ne može biti dulje od deset godina, ovisno o razini za koju se koncesija daje.

Svaka ponuda na natječaj mora sadržavati što detaljniju programsku shemu te, prema slovu zakona, "uvjerljive dokaze" da kandidat (pravna osoba) može ostvariti programsku, tehničku, tehnološku, prostorne, financijske i kadrovske uvjete za obavljanje djelatnosti⁴. Zakon nije dao nikakva dopunska objašnjenja o tome što su to "uvjerljivi dokazi". Aktivni bi koncesionari, istekom koncesionarskog razdoblja, lakše ispunili dane uvjete stoga što su već raspolagali programom, tehnikom, prostorom i djelatnicima. Natječaji za potpuno nove koncesije bili su, kad su posrijedi zakonski uvjeti, znatno veći problem. Naime, kod koncesija koje se prvi puta pojavljuju na natječaju opravdano se postavljalo pitanje koji su to dokazi kojima neka pravna osoba dokazuje svoju programsku, tehničku, tehnološku, prostornu, financijsku i kadrovsku opremljenost za proizvodnju radijskog ili TV programa. Istodobno, niže koncesionarske razine (lokalne) nisu toliko zahtjevne (u materijalnom i svakom drugom smislu) kao koncesije na višim razinama, osobito na državnoj. Također, priprema radijskog emitiranja manje je zahtjevna od pripreme televizijskoga.

Novčane obveze koje proizlaze iz koncesionarskoga statusa propisane su Pravilnicima o naknadi za koncesije⁵ (*Tablica 1*) i o naknadi za frekvencije⁶ (*Tablica 2*). Naknade se uplaćuju Zavodu za telekomunikacije, a u korist državnoga proračuna.

Tablica 1. Godišnja naknada za koncesiju (u tisućama kuna)

	Državna razina	Više od 1.000.000 stanovnika (regija)	Do 1.000.000 stanovnika	Lokalne razine*
Radio	100	56	35	2 do 26
Televizija	300	180	130	4 do 80

* Ovisno o broju žitelja na koncesionarskom području.

Izvor: Pravilnik o naknadi..., NN 88/01, *Tablica 3.*

⁴ Zakon o telekomunikacijama, NN 76/99., članak 76., stavak 4.

⁵ Pravilnik o naknadi za obavljanje telekomunikacijskih usluga i drugih telekomunikacijskih djelatnosti, NN 88/01, 35/02, 37/02.

⁶ Pravilnik o naknadi za uporabu radijskih frekvencija i načinu plaćanja, NN 88/01, 24/02.

Koncesionari neprofitnog⁷ radija i televizije plaćaju 20 posto naknade određene za svoje koncesionarsko područje. Zanimljivo je da je izmjenama i dopunama ovoga zakona⁸ iz srpnja 2001. godine, neprofitnim medijima dopušteno emitiranje komercijalnih sadržaja i to čak pet minuta u jednom satu (za državnu i regionalnu razinu) te 10 minuta za lokalne programe. To je svojevrsni presedan kojim se gubi smisao postojanja neprofitnih medija.

Koncesionari radija i televizija dužni su plaćati i uporabu frekvencija koja je također utvrđena pravilnikom, a odnosi se na svaku koncesionarsku godinu. Visina naknade utvrđuje se prema broju žitelja na koncesionarskom području (*Tablica 2*).

Tablica 2. Godišnja naknada za uporabu radijskih frekvencija (u tisućama kuna)

	Više od 3.000.000 stanovnika	od 1.000.000 do 3.000.000 stanovnika	od 500.000 do 1.000.000 stanovnika	od 3.000 do 500.000 stanovnika
Radio i TV	100	76 – 90	62	2 – 50

Izvor: Pravilnik o naknadi..., NN 88/01, *Tablica 3.*

Svaki je koncesionar dužan platiti ukupan iznos (koncesija i uporaba frekvencija) za svoje koncesionarsko područje i to za svaku koncesionarsku godinu, u četiri rate.

Iz *Tablica 1* i *2* vidljivo je da će koncesionar za televiziju na državnoj razini, za svaku godinu emitiranja, platiti koncesiju od 300 tisuća kuna te uporabu frekvencija u iznosu od 100 tisuća kuna. Ovaj iznos ne uključuje korištenje infrastrukture za emitiranje koja se plaća posebno, a prema cjeniku “Odašiljača i veza⁹”.

1.3. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji¹⁰ iz 2001. godine

Snažna potreba za pretvorbom HRT-a iz državnoga u medij od općega javnog značenja očitovala se sredinom devedesetih godina 20. stoljeća, nekoliko godina poslije osamostaljenja Hrvatske. Očekivalo se da će, poslije prvih višestranačkih izbora te ratnih i poratnih prioriteta, ondašnja pobjednička stranka Hrvatska demokratska zajednica (HDZ), krenuti u postupak približavanja HRT-a modelu europskih nacionalnih javnih televizija. Pokazalo se, ipak, da HDZ-u odgovara moć koju, kao većinska parlamentarna stranka, ima nad HRT-om te da ne namjerava potaknuti proces transformacije državne

⁷ U Hrvatskoj emitiraju tri neprofitna radija i nijedna televizija. Jedan je *Hrvatski katolički radio* (vlasnik je Hrvatska nadbiskupska konferencija), drugi je *Radio Marija* (udruga građana) a treći je *Radio student* (Fakultet političkih znanosti).

⁸ Izmjene i dopune Zakona o telekomunikacijama, NN 68/01., čl. 23.

⁹ Vidi Poglavlje 1.3.

¹⁰ Zakon o HRT-u, NN 17/01.

televizije u javni servis svih građana. Važnost HRT-a, osobito s njegova monopolističkog položaja, postaje još jasnijom kad se zna da je prva koncesija za komercijalnu televiziju na državnoj razini (NOVA TV) dodijeljena tek u svibnju 1999. godine, dok je tri naest prethodno osnovanih komercijalnih televizija bilo lokalnoga značenja.

Ovaj je zakon trebao dati jasan okvir stvarne transformacije HRT-a u javnu radioteleviziju. Pod pojmom “javnoga” očekivalo se i mislilo ponajprije na emitiranje programskih sadržaja od općega javnog značenja, koji su namijenjeni javnosti te od nje financirani i nadzirani. Takvi su sadržaji trebali biti izuzeti od svih političkih utjecaja (predsjednika države, sabora, vlade, stranaka te bilo kakvih privatnih interesa skupina ili pojedinaca.

Nova je vlast često isticala da je zakon dovršen nakon široke javne rasprave te očitovanja brojnih domaćih i inozemnih stručnih tijela i pojedinaca. Brojne su primjedbe i uvrštene, osobito primjedbe stručnjaka iz Vijeća Europe koje su se ponajprije odnosile na nadzor programa (Vijeće) i izbor rukovodstva. Rasprave koje su prethodile prihvaćanju zakona najčešće su se iscrpljivale na ulozu Vijeća HRT-a, izboru ravnatelja i Upravnog vijeća, pa je odredba o dodjeli koncesije za treću mrežu HTV-a nekako ostala u sjeni. Zakon je izrijekom odredio (članak 54.) da će se frekvencije za prijenos i odašiljanje programa u trećoj televizijskoj mreži na državnoj razini, dodijeliti koncesionaru u skladu s odredbama Zakona o telekomunikacijama i to najkasnije u roku od godine dana od dana stupanja na snagu ovog zakona, odnosno do veljače 2002. godine. Unatoč nekim inicijativama (uglavnom djelatnika HRT-a), odredba nije izazivala osobitu pozornost jer je, očito, smatrana tzv. “mrtvim člankom” zakona. Naizgled, tako je i bilo jer se gotovo dvije godine ništa nije promijenilo. Treća je mreža i dalje bila u sastavu HRT-a.

Odredba o izdavanju dotadašnje sastavnice HRT-a, organizacijske jedinice “Odašiljači i veze”, u posebno trgovačko društvo također nije privukla veću pozornost. Objasnjenje izdavanja “Odašiljača i veza” (članak 47.) našlo se u jedinstvenosti njihove djelatnosti (odašiljačka mreža) koja bi, pod komercijalnim uvjetima, trebala biti podjednako dostupna kako javnim tako i privatnim TV i radiopostajama. Ta je odredba i realizirana krajem iste godine. “Odašiljači i veze” postali su trgovačko društvo čiji je većinski vlasnik Republika Hrvatska. Iako i nadalje postoji bojazan za moguću zlouporabu ove iznimno važne djelatnosti, pozitivan je pomak napravljen s aspekta definiranih cijena telekomunikacijskih usluga te uvjeta za njihovu realizaciju.

1.4. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji¹¹ iz 2003. godine

Novi je zakon o HRT-u stupio na snagu u ožujku 2003. godine, kao dio tzv. medijskog paketa¹² što ga je pripremila hrvatsko Ministarstvo kulture. Bilo je potrebno pospješiti započetu transformaciju HRT-a u javni medij te jasnije definirati odnose, osobito ovlasti i funkcije rukovodećih HRT-ovih tijela. Među razlozima za izmjenu postojećeg zakona navodio se “pad profesionalizma, osobito u informativnim emisijama,

¹¹ Zakon o HRT-u, NN 25/03.

¹² U to su vrijeme u nastajanju bili i novi Zakon o telekomunikacijama, Zakon o elektroničkim medijima i Zakon o medijima.

političko-komentatorska pristranost nasuprot potrebi objektivne informiranosti, privatizacija pojedinih segmenata programa, nepoštivanje profesionalnih kriterija pri izboru urednika, izostanak civilizacijski potvrđenih vrednovanja pojedinih događaja, pretvaranje pojedinih u glasnogovornike političkih opcija, komercijalizacija dijela programa izvan zakonom predviđenih ograničenja itd.”¹³.

Ovaj je zakon također podržao izdvajanje treće mreže iz sustava HRT-a. Izrijekom je, u prijelaznim i završnim odredbama, odlučio da će se frekvencije treće mreže dodeliti nekom koncesionaru i to u skladu s odredbama Zakona o telekomunikacijama, i to najkasnije do 31. prosinca 2003. godine¹⁴.

2. Dodjela koncesije za treći program HRT-a

Upravo slijedom odredbi iz Zakona o HRT-u, pravni je okvir za dodjelu koncesije za treću mrežu HTV-a činio aktualni Zakon o telekomunikacijama (1999.), odnosno njegovo 12. poglavlje pod nazivom “Radio i televizija”.

2.1. Natječaj

Natječaj¹⁵ je raspisan u prosincu 2002. godine i nije se svojim sadržajem i uvjetima razlikovao od svih drugih dotad objavljenih natječaja za sve koncesije za radio i TV u Hrvatskoj. Pravo sudjelovanja imale su sve pravne osobe koje su registrirane u Hrvatskoj.

Svi podnositelji prijave morali su zatražiti od Zavoda za telekomunikacije natječajnu dokumentaciju. Rok za pribavljanje dokumentacije bio je 60 dana, a zahtjev za dostavu dokumentacije plaćao se 15.000 kuna. Krajnji rok za podnošenje prijave bio je 20. svibnja 2003. godine. Naknada za prijavu na javni natječaj iznosila je 30.000 kuna, a dokumentacija se morala predati u deset istovjetnih primjeraka (devet za članove Vijeća, deseti za Zavod za telekomunikacije). Prijava na natječaj trebala je sadržavati dokumente o sjedištu i pravnoj osobnosti kandidata, detaljnu programsku shemu te već prethodno spomenute “dokaze” kako koncesionar ima programske, tehničke, tehnološke, prostorne, financijske i kadrovske uvjete za obavljanje te djelatnosti. Natječaj je sadržavao i odredbu u kojoj se Vijeće obvezivalo na donošenje odluke o davanju koncesije najkasnije do 1. listopada 2003. godine.

Kandidati su (kroz otkup natječajne dokumentacije) upućeni na kontakt i dogovor oko mogućnosti i cijene zakupa odašiljačke mreže za emitiranje. Odašiljačka se mreža nalazi u vlasništvu “Odašiljača i veza”, poduzeća u vlasništvu Republike Hrvatske.

U otkupnoj su se natječajnoj dokumentaciji nalazili detaljni podatci za 48 odašiljača koji čine osnovnu mrežu za pokrivanje državnog teritorija i koja predstavlja tehničku in-

¹³ Iz pisma ministra kulture Republike Hrvatske Antuna Vujića, *Novinar*, HND, Zagreb, br. 9-10, 2002: 9.

¹⁴ Zakon o HRT-u (2003.), članak 65.

¹⁵ Javni natječaj br. 14, *NN* (oglasne stranice) 151/2002.

frastrukturu budućeg koncesionara treće mreže. “Odašiljači i veze” temeljem svojeg cjenika, korištenje toga sustava godišnje naplaćuju otprilike 17 milijuna kuna.¹⁶ Istodobno upozoravaju kandidate kako s 48 odašiljača ne mogu postići razinu pokrivenosti koju, primjerice, ima HTV na svoja dva ostala programa te nude mogućnost pokrivanja od 98 posto stanovnika RH s pomoću 289 objekata dopunske mreže. Cijena usluge odašiljanja programa uporabom 337 objekata (osnovna i dopunska mreža) iznosi približno 35 milijuna kuna¹⁷ godišnje.

2.2. Kandidati

Natječaj je izazvao veliko zanimanje pa su čak 22 pravne osobe otkupile dokumentaciju. Ipak, na natječaj se prijavilo sedam kandidata među kojima su se našla ugledna i poznata imena iz Europe i svijeta. Zbog ograničenja udjela stranog kapitala u kapitalu koncesionara, inozemne su tvrtke potražile domaće partnere, osnivajući s njima nove pravne osobe, u skladu sa zakonom.

Prijave su javno otvorene na sjednici Vijeća početkom lipnja. Zbog velikog zanimanja javnosti, Vijeće je odlučilo da će kandidati moći i javno prezentirati svoje ponude u trajanju do 30 minuta. Prezentacija je zakazana za desetak dana u Novinarskom domu gdje je šest kandidata (sedmi se nije odazvao pozivu) pred brojnim novinarima, ali i članovima Vijeća, ukratko predstavilo svoje projekte. *Tablica 3* donosi pregled kandidata s nekim relevantnim podacima iz njihovih ponuda.

Uz već poslovičnu osobnu promidžbu (što se može i očekivati od aspiranata na komercijalnu televiziju), većina kandidata strukturirala je programske sadržaje prema uobičajenoj podjeli na informativne, obrazovne, zabavne i sportske. Isticala se važnost vlastite produkcije, napose udio programa koji bi se otkupljivao od nezavisnih domaćih produkcija. Potencijalni su koncesionari obećavali program u skladu s općim javnim interesom, usmjeren prema zaštiti hrvatske kulture i jezika, jednak tretman svih uz puno uvažavanje različitosti, novinarsku nepristranost i apsolutnu nezavisnost te distanciranost od mogućih političkih utjecaja.

Prezentacije su bile različite, od usmenog elaboriranja do osmišljenih kratkih promocijskih filmova o budućoj televiziji, projiciranih na video-zidu. Tako se, primjerice, okupljenima obratio osobno (iako ne i izravnim prijenosom) Rupert Murdoch koji je, kratko i biranim riječima, predstavio svoju ulogu u ponudi Rovite d.o.o.

¹⁶ Točan iznos je 17.103.720,00 kuna.

¹⁷ Točan iznos je 34.921.320,00 kuna.

Tablica 3. Pregled kandidata za koncesiju za treću mrežu HRT-a

Naziv pravne osobe	Naziv projekta	Vlasnička struktura	Investicijski plan	Dnevno emitiranje	Planirani djelatnici
FINA-MUR d.o.o.	Kanal 3	1. Carthage I B.B. (33,33%) 2. Večernji list d.o.o. (30,00%) 3. HGU (24,17%) 4. HOO (2,5%) 5. Intel d.o.o (10,00%)	17.000.000 EUR (u dvije godine)	18 sati	120 do 160
HMTM d.o.o.	TV 3	1. Ferenc Tolvaly (35%) 2. Robert Prokopp (35%) 3. Gyorgy Habsburg (15%) 4. Karl von Habsburg (15%)	(nije navedeno)	17 sati	(nije navedeno)
Medijska kuća d.o.o.	(nema)	1. CME Media Enterprises B.V. Nizozemska (33,33%) 2. Radionica d.o.o. (33,33%) 3. FAM-RIČKO d.o.o. (33,33)	do 40.000.000 EUR	17 sati	do 300
ROVITA d.o.o.	CTV	1. TDR d.d. (33,33%) 2. HT d.d. (33,33%) 3. NEWS CORP EUROPE Ltd (33,33%)	(nije navedeno)	18 sati	200
RTL d.o.o.	HRTL	1. CLT-UFA S.A. Luksemburg (33,33%) 2. PINTA TV TRI d.o.o.(25 %) 3. Agrokor d.d. (11,50%) 4. Atlantic grupa d.o.o. (11,50%) 5. Podravka d.d. (11,50%) 6. HVB Bank Croatia d.d. (7,5%)	79.000.000 kn (u prvoj godini) 30.000.000 EUR (u tri godine)	24 sata	80 (u prvoj godini) 140 (ukupno)
Televizija Moslavina d.o.o.	NET 3	9 pravnih osoba 8 fizičkih osoba	74.000.000 kn	24 sata	150
UCD-DISTRIBUCIJA d.o.o.	(nema)	(nije navedeno)	(nije navedeno)	24 sata	(nije navedeno)

Izvor: Natječajna dokumentacija

a) FINA-MUR d.o.o.: Naziv projekta KANAL 3

CARTHAGE I B.B. u ovoj ponudi predstavlja SBS *Broadcasting S.A.*¹⁸, drugu po veličini medijsku grupu u Europi. SBS je društvo sa sjedištem u Luksemburgu i koje,

¹⁸ <http://www.sbsbroadcasting.com> (listopad, 2003.).

unatoč tomu što ga je osnovala grupa američkih investitora, posluje isključivo u Europi. SBS ima u vlasništvu i upravlja s 12 televizija i 16 radijskih postaja u deset zemalja. U Nizozemskoj ima tri komercijalna televizijska kanala, u Danskoj i Poljskoj dva, a u Belgiji, Mađarskoj, Švedskoj, Norveškoj i Rumunjskoj po jedan. Radijske postaje ima u Danskoj (3), Švedskoj (5), Finskoj (7) i Grčkoj (1).

Večernji list d.o.o. drugo je po veličini medijsko poduzeće u Hrvatskoj (iza HRT-a) i dio *Styria Medien AG*, trećega po veličini medijskog koncerna u Austriji. Ima osam regionalnih, dva inozemna te *on-line* izdanje.

Hrvatska glazbena unija (HGU) dobrovoljna je i neprofitna strukovna udruga glazbenih djelatnika svih profila u Hrvatskoj. Ima oko četiri tisuće članova većinom izvođača, ali i tekstopisaca, skladatelja, diskografa i drugih djelatnika u glazbenoj industriji.

Hrvatski olimpijski odbor neprofitna je i nevladina udruga sportaša, najviše nacionalno sportsko tijelo u koje se udružuju sportski savezi i zajednice. Član je Međunarodnoga olimpijskog odbora.

Intel d.o.o. savjetodavna je (*consulting*) tvrtka za područje međunarodnih financija, poreza, investicija i računovodstveno-knjigovodstvenih poslova. Vlasnik i direktor tvrtke je pravnik Marijan Kostrenčić.

Kanal 3 je kao svoju osnovnu programsku orijentaciju istaknuo informativne, sportske i zabavne sadržaje namijenjene urbanoj populaciji u dobi od 12 do 45 godina. Vrijeme emitiranja bilo bi od 08,00 do 02,00, ukupno 18 sati dnevno.

b) HMTM d.o.o.: Naziv projekta TV 3

Ovu su pravnu osobu osnovali dva njemačka državljanina (F. Tolvaly i R. Prokopp), jedan mađarski državljanin (G. Habsburg) i jedan hrvatski državljanin (K. von Habsburg).

Njihova osnovna programska orijentacija bila je usmjerena na otvaranje dijaloga (interaktivnu televiziju) s gledateljima. Dijalog su namjeravali realizirati emisijama “u živo”, u studiju s publikom te uključivanjem što većeg broja gledatelja. Stavili su naglasak na promicanje europske i hrvatske kulture te mlade ljude kao jednu od najpoželjnijih gledateljskih struktura.

c) Medijska kuća d.o.o.

Društvo je osnovano kao podružnica *Central European Media Enterprises*¹⁹ (CME), nezavisne medijske kuće nastale 1994. godine. Danas CME i njezini lokalni partneri vode šest postaja u četiri zemlje: Rumunjskoj (PRO TV i Acasa), Slovačkoj (Markiza TV), Sloveniji (POP TV i Kanal A) i Ukrajini (Studio 1+1).

¹⁹ <http://www.cetv-net.com> (listopad, 2003.).

Iako je na početku bio jedini i potpuni vlasnik Medijske kuće d.o.o., CME je preko svoga ovlaštenog zastupnika prenio 2/3 vlasništva na dvije domaće pravne osobe. Jedna je registrirana za usluge, a druga za trgovinu na veliko i malo te uvoz i izvoz. Ponuda nije sadržavala nikakva dodatna objašnjenja o tim pravnim osobama.

Medijska kuća u svojoj programskoj orijentaciji daje prednost programu domaće proizvodnje, namjeravajući ga emitirati onoliko koliko je to tehnički i komercijalno moguće. Program je trebao biti uravnotežena mješavina zabavnog i informativnoga. Kao sastavni dio ponude uključili su i “Kodeks etičkoga i profesionalnoga ponašanja” koji je obavezan za sve novinare koji rade u CME.

d) ROVITA d.o.o.: Naziv projekta CTV

Društvo je osnovano s ravnopravnim vlasničkim udjelima raspoređenim između dviju velikih hrvatskih kompanija i stranoga partnera, eksponirane i moćne kompanije *News Corporation*²⁰ u vlasništvu Ruperta Murdocha.

Hrvatske telekomunikacije d.d. (HT) najveća su hrvatska telekomunikacijska tvrtka i dio je globalne telekomunikacijske zajednice budući da je u većinskom vlasništvu *Deutsche Telekom*. Tvornica duhana Rovinj d.d. (TDR) jedan je od vodećih poslovnih subjekata u Hrvatskoj i regiji koja svoje poslovanje širi i na područje hotelijerstva i turizma.

News Corporation Ltd, međunarodno je društvo koje se bavi medijima i zabavom, a posluje na područjima filma, televizije, kabelaške televizije, radija, novina, izdavaštva, marketinga itd. Posluje u Sjedinjenim Američkim Državama, Velikoj Britaniji, kontinentalnoj Europi, Australiji, Aziji i pacifičkom bazenu. *News Corp.* omogućio bi emitiranje sadržaja koje proizvode tvrtke iz obitelji, osobito *Fox Broadcasting Company* (FOX). *FOX TV* pokriva gotovo 45 posto američkog tržišta, *FOX Cable* u svojem sastavu ima *Fox News*, *Fox Movie Channel*, *National Geographic Channel*, *Fox Sports* itd. FOX ima u vlasništvu i brojna poduzeća²¹ za produkciju i distribuciju cjelovečernih filmova.

Spremnost i ozbiljnost partneri su pokazali tvrdnjom da bi mogli pokrenuti program u roku od osam tjedana nakon moguće dodjele koncesije. Programska strategija usmjerena je na “televiziju za svakoga” slijedeći načela: informirati, zabaviti, obrazovati i razvijati društvene i estetičke nazore. Visok postotak domaće produkcije (otprilike 60%), policentrični izvori informiranja, dugoročna posvećenost projektu te posjedovanje potrebne financijske snage bili su neki od glavnih argumenata ovog ponuđača.

²⁰ <http://www.newscorp.com> (listopad, 2003.)

²¹ *Twentieth Century Fox*, *Fox Filmed Entertainment*, *Fox Television Studios*, *Fox Library* (filmska prava na otprilike 3.250 filmova) itd.

e) RTL d.o.o. : Naziv projekta HRTL

Konzorcij RTL d.o.o. čine ugledne hrvatske tvrtke te najveći europski medijski koncern RTL Grupa²² što ga u ponudi predstavlja CLT-Ufa iz Luksemburga. RTL Grupa ima 23 TV i 22 radijske postaje u osam²³ europskih zemalja. Grupa je osnovana u proljeće 2000. godine, spajanjem CLT-Ufa s TV i radiokompanijom u vlasništvu njemačkog Bertelsmanna, belgijsko-kanadskom grupom Bruxelles Lambert (GBL) i britanskom produkcijskom kućom Pearson TV. Sjedište joj je u Luksemburgu.

Pinta TV tri d.o.o. domaća je pravna osoba čiji su djelatnici bili glavni inicijatori i nositelji cjelokupnoga projekta HRTL d.o.o. Dugogodišnje radijsko i televizijsko iskustvo omogućilo im je dobar uvid u stanje na tržištu elektroničkih medija, a partneri su se naknadno zainteresirali za projekt. Agrokor d.d. najveće je i u cijelosti privatno hrvatsko poduzeće za maloprodaju, proizvodnju i distribuciju hrane. Posluje u devet zemalja i zapošljava otprilike 10.000 ljudi. Atlantic grupa d.o.o. jedan je od vodećih hrvatskih distributera poznatih robnih marki široke potrošnje. Podravka d.d. jedan je od najvećih hrvatskih proizvođača hrane s međunarodnim ugledom. Posluje u 16 zemalja, zapošljava gotovo osam tisuća ljudi, u potpunosti je u privatnom vlasništvu. Splitska banka d.d. jedna je od kvalitetnih hrvatskih banaka u cijelosti u privatnom vlasništvu i zapošljava oko tisuću ljudi.

Programski sadržaj HRTL-a usmjeren je, kako su naveli u ponudi, prema tzv. “mislećoj publici” odnosno onima koji zaprimaju medijske poruke, iščitavaju ih i procjenjuju. Namjera mu je obuhvatiti što širi krug publike. Naglašuju kvalitetu, inovativnost i raznolikost svojih programskih sadržaja.

f) Televizija Moslavina d.o.o. : Naziv projekta NET 3

Jedini je ponuđač bez stranih partnera. Utemeljena je 1995. godine, kao lokalni koncesionar (na razini grada Kutine) za televiziju. Danas je regionalna televizija s 36 stalno zaposlenih koja emitira više od 14 sati programa dnevno, od toga više od 50% vlastite proizvodnje. Programski je usmjerena na sve generacije s visokim postotkom domaće produkcije. Naglašuje kako odmah može početi s radom na državnoj razini. Istodobno, ističe važnost domaćeg kapitala i transparentnost vlasništva, upozoravajući na opasnosti od “medijskih tajkuna” i globalizaciju medijskoga tržišta.

g) UCD-Distribucija d.o.o.

Ovaj je ponuđač, unatoč prijavi, plaćenim naknadama i dostavi natječajne dokumentacije, očito odustao još prije konačne odluke o koncesionaru jer nije prihvatio poziv na javnu prezentaciju svojeg projekta. Vlasnička mu je struktura nejasna budući da se nije očitovao o vlasničkim udjelima u tvrtki ponuđaču. Ponuda je manjkava i u dijelu očitovanja o prostornim, financijskim i kadrovskim mogućnostima.

²² <http://www.rtl.com> (listopad, 2003.).

²³ Luksemburg, Njemačka, Francuska, Španjolska, Belgija, Nizozemska, Velika Britanija i Mađarska.

2.3. Glasovanje i izbor

Poslovnik o radu Vijeća utvrđuje da se odluke donose većinom glasova ukupnog broja članova. Budući da Vijeće broji devet članova, odluka postaje pravovaljanom ako dobije pet glasova. Ako nakon provedena glasovanja ni jedan natjecatelj ne dobije potrebnih pet, glasovanje se ponavlja s tim da se u drugom krugu glasuje o dvama natjecateljima koji su dobili najveći broj glasova. Ako ih je više s istim brojem glasova, svi prelaze u drugi krug. Ako ni nakon drugoga kruga nitko ne dobije potrebnih pet glasova, u trećem se krugu glasuje o onom natjecatelju koji je u drugom krugu dobio najviše glasova. Ako ih je više s istim (najvećim) brojem glasova, glasuje se o svima. Ako ni nakon trećega kruga glasovanja ni jedan natjecatelja nema potrebnih pet glasova, utvrđuje se da nitko nije dobio koncesiju.

Glasovanje o koncesionaru provedeno je na javnoj sjednici Vijeća 16. rujna 2003. godine, koja je izazvala veliku pozornost javnosti. Glasovanje u prvom krugu donijelo je RTL-u tri glasa, TV Moslavini također tri glasa, potom "Roviti" dva glasa, dok je jedan član Vijeća bio suzdržan, odnosno nije glasovao ni za jednog od kandidata. U drugi krug glasovanja ušli su RTL i TV Moslavina. Ponovno je glasovanje donijelo RTL-u pet glasova, TV Moslavini dva, a dva su listića bila bez zaokruženih kandidata. Time je, s minimumom potrebnih glasova, RTL d.o.o. postao pobjednikom natječaja te ostvario prvi uvjet za stjecanje koncesionarskog statusa. Status koncesionara stječe se tek potpisivanjem ugovora o koncesiji, a dotad treba ispuniti još neke uvjete među kojima je najvažniji tehnički pregled mreže za emitiranje.

Protiv odluke Vijeća nije dopuštena žalba, ali se može pokrenuti upravni spor tužbom kod Upravnog suda Republike Hrvatske u roku od 30 dana. Na odluku Vijeća, a u zakonskom roku, istaknute su dvije žalbe: jednu je podnijela "Televizija Moslavina d.o.o.", a drugu "Fina-Mur d.o.o.". Žalbe su, kao i odgovori na njih, prosljeđene Upravnom sudu Republike Hrvatske, ali ne zadržavaju izvršenje.

Tijekom procedure samog natječaja i odabira koncesionara, više nije bilo upitno zašto se uopće raspisala ta koncesija nego isključivo koliko su i kako poštovane zakonske odredbe te sami kriteriji natječaja.

Najsporniji dio natječaja i same odluke o koncesionaru proistekao je zbog toga što se ukupan postupak vodio prema odredbama "starog" Zakona o telekomunikacijama (1999.) i na način predviđen tim Zakonom. Objašnjenje jest u tome što je postupak pokrenut u vrijeme kad je na snazi i bio taj zakon iz 1999. godine. To što je neposredno prije donošenja konačne odluke o koncesionaru, a gotovo deset mjeseci od raspisivanja natječaja, na snagu stupio novi Zakon o elektroničkim medijima, nije bilo obvezujuće za ukupan postupak. Treba spomenuti da je zakonodavac, u svojim Prijelaznim i završnim odredbama²⁴ novoga Zakona, zatražio od koncesionara da u roku od šest mjeseci, računajući od dana njegova stupanja na snagu, usklade rad, poslovanje i opće akte s novim odredbama. Time je jasno dao do znanja da računa s tim da se rad svih, kako "starih" tako i novih koncesionara, mora prilagoditi novim uvjetima.

²⁴ Zakon o elektroničkim medijima, NN, 122/03, čl. 73, stavak 1.

Bilo bi pogrešno mijenjati uvjete postupka u vrijeme dok se on još odvijao. Da se to, kojim slučajem doista i dogodilo, to bi tek bila opravdana pravna osnova za brojne žalbene postupke. Vodeći računa o tome da su mnogi kandidati na natječaju svjetski respektabilna medijska imena, svaka bi pogreška u proceduri imala dalekosežne posljedice.

2.4. Emitiranje

RTL Televizija, kako glasi sadašnji naziv jer je HRTL izmijenjen zbog sličnosti s HRT-om, počela je emitirati nepunih osam mjeseci od dodjele koncesije. Tomu su prethodile još neke radnje poput tehničkog pregleda što su ga obavile stručne službe Zavoda za telekomunikacije te potpisivanja koncesionarskog ugovora krajem travnja 2004. godine. Potpisivanjem ugovora koji glasi na deset godina, RTL d.o.o. konačno je stekao status koncesionara za televiziju na državnoj razini. Prema odredbama iz ugovora, trebao je početi emitirati najkasnije šest dana po potpisivanju, što je i poštovano jer se u hrvatskom eteru pojavio 30. travnja 2004. godine.

3. Zaključak

Prvi prijedlozi za oduzimanjem treće mreže HRT-u te njezino davanje u koncesiju pojavili su se u drugoj polovini devedesetih godina. Prvi je put javno istaknut u "Rezoluciji o elektroničkim medijima" iz listopada 1997. godine. Rezolucija se pojavila kao plaćeni oglas u šest vodećih dnevnih novina. Autori su bili članovi Foruma 21, odnosno novinari nekih elektroničkih medija (većim dijelom upravo s HRT-a) koji su se organizirali pod okriljem Hrvatskoga novinarskog društva. Između ostaloga, smatrali su da je treća televizijska mreža svojevrsni "višak" te bi HRT trebalo svesti na veličinu primjenjivu hrvatskom tržištu. Valja naglasiti da je u to vrijeme HTV imala apsolutno monopolistički položaj na tržištu jer je jedina emitirala televizijski program na državnoj razini. Nepunih sedam godina od prvih inicijativa, treća mreža HTV doista je i dana u koncesiju. HRT je, umjesto nje, pokrenuo svoj satelitski program "Program Plus".

Dodjela ove koncesije donijela je (a) uspostavu novih tržišnih i konkurentskih odnosa u medijskom prostoru Hrvatske, (b) ubrzavanje preobrazbe HRT-a u javnu radioteleviziju te (c) pravo izbora gledatelja na izbor sadržaja.

- (a) Budući da je RTL Televizija već četvrti (zemaljski) TV program koji se može vidjeti na području Hrvatske, možemo govoriti o nadmetanju za gledateljstvo. Budući da HRT ima pravo i na devet minuta reklama po svakom satu emitiranja (što je itekako važan izvor financiranja), unatoč pretplati koja je stavljena u povlaštenu položaj, ona se mora ravnopravno nositi s ponudama drugih televizija. Međutim, s Novom TV i RTL TV, oglašivači više nisu isključivo usmjereni programima HRT-a, niti ucijenjeni njegovim monopolizmom. U novonastaloj situaciji presudni će biti sami sadržaji kojima će svaka od tih televizija pokušati izboriti čim veću gledanost, a time i potreban broj oglašivača.
- (b) Upravo zbog gubitka monopola, osobito u središnjim informativnim emisijama, HRT postaje manje važan politički instrument što, posve sigurno, može dovesti do

brže transformacije u javni servis. Smatramo da je upravo to prilika za ponovnu afirmaciju Hrvatske radiotelevizije. Redoviti i zajamčeni priljev novca (pretplata) daje HTV-u priliku da isplanira svoj rad, obuhvati neusporedivo više tema od konkurencije te podupre profesionalno novinarstvo u puno većoj mjeri nego njegova, tržištu izložena, konkurencija. Dakako, osnovni uvjet jest odvajanje od svake politike te osiguravanje takvog ustrojstva u kojemu samozvani politički moćnici ne mogu intervenirati.

- (c) Gledateljstvo je ostvarilo svoje pravo izbora iz ponude većeg broja TV programa. Tako iz domaćih televizijskih sadržaja, mogu birati između dvaju zemaljskih programa HTV-a i jednoga satelitskog, potom dva komercijalna programa na državnoj razini te čak 13 lokalnih (ubrzo i 14²⁵) i 25 kabelskih televizija. Dodamo li tomu i bogatu satelitsku ponudu svih vrsta inozemnih programa, možemo zaključiti da se gledatelj može brzo i lako informirati iz velikog broja izvora.

Hrvatska je tako ušla u krug 24 zemlje u kojima RTL emitira svoj program. Budući da je RTL u sastavu njemačkoga medijskog diva Bertelsmanna, druge po veličini medijske kompanije na svijetu, jasno je da smo ušli u sustav medijskog mogula koji raspolaže vertikalnom koncentracijom kapitala. Kompanija Bertelsmann AG ima u vlasništvu brojne radije, televizije i novine, nakladničke kuće, filmske, glazbene i TV produkcije, *on-line* službe i cijeli niz sličnih pratećih djelatnosti za koje sama i proizvodi te distribuira sadržaje i usluge. Njihovi proizvodi, pa tako i medijski sadržaji, predstavljaju robu čiji je glavni cilj maksimiziranje dobiti za svojeg vlasnika. Ta jednostavna ekonomska logika funkcionira i obratno: svaka roba nije podjednako dobra (funkcionalna) da bi se ispunio cilj maksimiziranja dobiti. Ta pravila vrijede kod svih sadržaja, bez obzira na komunikacijske standarde i/ili kriterije, osim ako nisu zakonom propisani ili nekako drukčije uvjetovani.

Sprečavanje koncentracije u medijima najčešće je propisano zakonima, čiju provedbu i poštovanje odredbi provode posebna regulatorna tijela. Pokušaj hrvatskog zakonodavca da ograniči vlasničke udjele, kako stranih tako i domaćih, na jednu četvrtinu, odnosno potom na jednu trećinu, nije iznimka u europskom zakonodavstvu. Većina zemalja u tranziciji u svojim zakonima s područja medija ima slično ograničenje koje nije dalo osobite rezultate. Razlog tomu jest da u trenutku kad strana tvrtka osnuje pravnu osobu na području zemlje domaćina te uredno izvršava sve svoje obveze prema pozitivnim propisima te zemlje, više se pravno ne tretira stranim kapitalom. Ograničenje vlasničkih udjela u elektroničkim medijima izuzeto je iz Zakona o elektroničkim medijima, ali je uvedena zabrana nedopuštene koncentracije.²⁶

Polazak novih komercijalnih televizija na državnoj razini uvjetovan je prelaskom na digitalno emitiranje, koje još uvijek nije zaživjelo ni u puno razvijenijim zemljama. Budući da su frekvencije ograničeni resurs, može se očekivati da se, do daljnjega, broj televizija u Hrvatskoj neće mijenjati. Jedino se može promijeniti vlasnička struktura koncesionara.

²⁵ Istodobno kad je dodijeljena koncesija HRTL-u, dovršen je natječaj za novu zagrebačku televiziju koja bi ubrzo trebala početi s radom.

²⁶ Zakon o elektroničkim medijima, NN, 122/03, čl. 45-55.

Literatura

Iz pisma ministra kulture Republike Hrvatske Antuna Vujića, *Novinar*, HND, Zagreb, br. 9-10, 2002.

Izmjene i dopune Zakona o telekomunikacijama, *NN* 68/01

Javni natječaj br. 14, *NN* 151/02. (oglasne stranice)

Pravilnik o naknadi za obavljanje telekomunikacijskih usluga i drugih telekomunikacijskih djelatnosti, *NN* 88/01, *NN* 35/02, *NN* 37/02

Pravilnik o naknadi za uporabu radijskih frekvencija i načinu plaćanja, *NN* 88/01, *NN* 24/02

Zakon o elektroničkim medijima, *NN* 122/03

Zakon o HRT-u, *NN* 17/01

Zakon o HRT-u, *NN* 25/03

Zakon o telekomunikacijama, *NN* 53/94

Zakon o telekomunikacijama, *NN* 76/99

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

<http://www.mediaweek.com>

<http://www.newscorp.com>

<http://www.sbs.broadcasting.com>

<http://www.rtl.com>

Darko Tomorad
Marina Mučalo

*ANALYZING THE PROCESS OF GRANTING CONCESSION FOR THE
CROATIAN TELEVISION THIRD NETWORK*

Summary

The concession for the third network of the Croatian TV is the most substantial concession that has been granted for the radio or television broadcasting in the Republic of Croatia. It attracted a number of big-time bidders from all over the world e.g. News Corporation, RTL Group, SBS Broadcasting and CME Group. The article outlines how the decision to disaffiliate the third network from the HTV system was eventually reached, and describes the entire procedure of grant concession, from inviting the tenders and their analysis to the final decision. The concession was granted to the corporation "RTL Ltd" on the basis of the project they had submitted called "HRTL". Thus Croatia became the 24th country in which the RTL Group, a division of the German broadcasting giant Bertlesmann, broadcasts its programmes. On 30 April 2004, eight months after the concession had been granted, the new TV-station went on the air.

Key words: HRT, public service, commercial televisions, concession, third network, bid



Mailing address: Darko Tomorad, Fakultet političkih znanosti, Lepušićeva 6, HR 10000 Zagreb. *E-mail:* datomorad@yahoo.com



Mailing address: Marina Mučalo, Fakultet političkih znanosti, Lepušićeva 6, HR 10000 Zagreb. *E-mail:* marina.mucalo@zg.htnet.hr