

Dosljednost europske medijske politike: medijska koncentracija na primjerima Crne Gore i Srbije

Jovana Davidović*

SAŽETAK

Dugotrajno nastojanje Vijeća Europe i Europske unije za suzbijanjem dominacije na medijskom tržištu nije u potpunosti riješilo pitanje medijske koncentracije. Cilj je ovog rada ispitati u kojoj je mjeri europska medijska politika dosljedna u uklanjanju koncentriranoga medijskog vlasništva. U radu ispituje primjenjivost europskih standarda na dvjema postkomunističkim zemljama, Crnoj Gori i Srbiji, kojima je pluralno medijsko tržište jedan od neophodnih preduvjeta za pridruživanje Europskoj uniji. Analizom smo utvrdili kako je europska medijska politika imala periode diskontinuiteta koji su rezultat balansiranja između neoliberalne paradigme i demokratskog pluralizma, nadmetanja s američkim tržištem, naglih tehnoloških promjena i svjetske financijske krize iz 2008. godine. Također smo ustanovili kako Crna Gora i Srbija usklađuju svoje medijsko zakonodavstvo s europskim, ali da još uvijek imaju izražen problem s medijskom koncentracijom, osobito u području transparentnoga medijskog vlasništva, javnog financiranja i političkog utjecaja. Rezultati ovog rada time postavljaju implikacije za analizu europske medijske politike, a posebno medijskog ambijenta postkomunističkih zemalja koje se još uvijek nisu u potpunosti odrekle nasljeđa personaliziranih sustava.

Ključne riječi: medijska koncentracija, europska medijska politika, medijski pluralizam, Crna Gora, Republika Srbija

*Jovana Davidović, suradnica u nastavi na Fakultetu političkih nauka, Univerziteta Crne Gore. Kontakt: jovanad@ac.me

Uvod

Pravo na uravnoteženu i istinitu informaciju, koja je zasnovana na vjerodostojnim, relevantnim izvorima, kao i na provjerljivim činjenicama, predstavlja temeljno pravo konzumenata medija. Prijetnju takvom izvještavanju predstavlja medijska koncentracija, koja novinare čini ovisnim o komercijalnim i političkim utjecajima te nameće ograničenja u pogledu profesionalnih standarda novinarstva. U središtu je medijske koncentracije kontrola, dominantno nad vlasničkim strukturama i sadržajem koji se proizvodi (Noam, 2016: 16).

Još u ranim konceptualizacijama, medijska se koncentracija tumači kroz pojam horizontalne, vertikalne i dijagonalne medijske integracije (Meier, Trappel, 1998: 43). Horizontalna integracija predstavlja dominaciju nad jednom vrstom medijskog sektora (na primjer, tiska) (Meier, Trappel, 1998: 43); vertikalna ubrzava procese proizvodnje i distribucije sadržaja čime stvara prednost jedne tvrtke u odnosu na drugu; dijagonalna integracija podrazumijeva „međusektorsko vlasništvo“ (Peruško, Popović, 2008: 48) koje se istodobno odvija u različitim vrstama medija ili industrije (Peruško, Popović, 2008: 48).

Medijska koncentracija ima dalekosežne, ali i neizravne efekte, koji vrše utjecaj na „demokratske procese donošenja odluka [i to] na štetu građana“ (Prat, 2015: 5). Stoga moćan medijski mogul nije samo onaj koji stječe profit, već je u stanju „uvjeriti birače da glasaju za kandidata za kojeg nikada ne bi glasali da su imali nepristranu informaciju“ (Prat, 2015: 5). Medijska koncentracija prodire u svaku sferu života konzumenata medija i nerijetko predstavlja sredstvo za manifestaciju političke moći.

Istodobno, izmjene u medijskim tehnologijama i medijskoj publici nameću nove teme u okviru medijske koncentracije. Prvenstveno, pojmovi medijskog pluralizma i medijske diverzifikacije ističu se kao suprotnost medijskoj koncentraciji. Unatoč tomu što se nerijetko upotrebljavaju kao sinonimi, pluralizam i diverzifikacija u medijskom kontekstu predstavljaju dva različita koncepta. Medijski pluralizam tradicionalno je širi pojam od medijske diverzifikacije, a čine ga eksterni i interni pluralizam. Eksterni pluralizam podrazumijeva postojanje brojnih, raznolikih i neovisnih medija na jednom medijskom tržištu, odnosno pluralizam vlasništva i tržišnu kompetitivnost (Klimkiewicz, 2010: 906), dok interni pluralizam čini skup različitih „društvenih, političkih i kulturoloških vrijednosti, mišljenja, informacija i interesa“ unutar medija (Vijeće Europe, 1994 prema Klimkiewicz, 2010: 906). Ovakav koncept pluralizma, koji se odnosi na medijski sustav kao na jedinstvenu cjelinu, nerijetko nameće kauzalnu vezu između eksternog i internog pluralizma, gdje se pretpostavlja da će pluralizam u vlasničkoj strukturi nužno označiti pluralizam

sadržaja. Zato je i stvorena potreba za medijskom diverzifikacijom, koja mijenja fokus s vlasništva na sadržaj medija, odnosno na „medijsku prezentaciju“ (Raeijmaekers, Maesele, 2015: 1051), to jest na način izvještavanja – čija će gledišta biti zastupljena u priči, a čija ne. Medijskoj diverzifikaciji je, dakle, u središtu isključivo raznolikost sadržaja koji se plasira konzumentima, uz napomenu da pluralizam vlasništva ne dovodi uvijek do pluralizma sadržaja. Naime, uz razvoj digitalnih tehnologija i alternativnih medija, medijska diverzifikacija dobila je na važnosti pa je fokus prešao s kreatora i vlasnika medija na medijski sadržaj. Međutim, digitalna je revolucija samo prividno vlasničku strukturu stavila u drugi plan budući da je vrlo brzo postalo jasno da iako diverzifikacija raste i otvara se mogućnost za predstavljanje što većeg broja različitih informacija, medijska prezentacija istodobno biva sve sklonija manipulaciji (Lewandowsky, Ecker, Cook, 2017), dok medijska koncentracija opstaje (Noam, 2016: 9).

Složenosti i posljedice medijske koncentracije upućuju na ozbiljnost i dalekosežnost ovog fenomena. Mediji se počinju promatrati kao artikli kojih se sadržaj prodaje istom tržišnom logikom, kao i svaki drugi (Wasko, 2014: 262). Unatoč tomu što je komercijalizacija medija potaknula otvaranje medijskih tržišta, ona nužno nije rezultirala povećanjem novinarske neovisnosti i kvalitete sadržaja. Paradoks komercijalizacije (Hadland, Ivy Zhang, 2012: 316) upravo govori o tezi da su privatizacija i tržišno nadmetanje kao faze komercijalizacije, umjesto slobodom, rezultirale ekonomskom instrumentalizacijom, koncentracijom i tabloidizacijom sadržaja, posebno u zemljama postkomunističke Europe (Dobek-Ostrowska, 2019: 213). S obzirom na to da se medijska koncentracija odražava u nekoliko dimenzija svakoga društvenog poretka, ne čudi što europske krovne organizacije i institucije usmjeravaju svoju pozornost na prevladavanje moći u medijskom vlasništvu.

Medijska koncentracija ugrožava razvoj demokratskih vrijednosti i medijskih sloboda. Također ukazuje na učinkovitost europskih organizacija i institucija u suočavanju s kompleksnim izazovima. Stoga ovaj rad opisuje način na koji je medijska koncentracija dobila svoju formalnu dimenziju u najznačajnijim pravnim izvorima Vijeća Europe i dijela institucija Europske unije (EU), a potom i u zemljama kandidatkinjama za članstvo u Europskoj uniji, Crnoj Gori i Srbiji.

U radu promišljamo o istraživačkim pitanjima:

- Koji su faktori dominantno utjecali na promjene u europskoj medijskoj politici u kontekstu medijske koncentracije?
- Kako se opći europski standardi, u području medijske koncentracije, te promjene u europskoj medijskoj politici odražavaju na zemlje kandidatkinje za članstvo u Europskoj uniji?

U radu su korištene komparativna analiza sadržaja teorijskog i empirijskog okvira, kao i deskriptivna i eksplanatorna metoda, kojima se nastoji ispuniti dva cilja. Prvi je cilj analizirati diskontinuitet u europskoj medijskoj politici, osobito u kontekstu Rezolucije 1636 Vijeća Europe iz 2008. godine (Parliamentary Assembly, 2008), u odnosu na skorašnje europske napore za regulaciju medijske koncentracije. Drugi je cilj rada utvrditi koncentriranost medijskog tržišta u zemljama koje su u procesu pridruživanja Europskoj uniji, Crnoj Gori i Srbiji, kao i razinu usklađenosti normativnog okvira ovih zemalja s europskom regulativom.

Europska medijska regulativa – politika kontinuiteta i diskontinuiteta

Parlamentarna skupština Vijeća Europe 2008. godine donošenjem Rezolucije 1636 o medijskim indikatorima u demokraciji (Parliamentary Assembly, 2008), praćena Preporukom 1848, zauzela je znatno „mekši“ pristup u domeni medijske regulacije, u odnosu na godine koje su uslijedile nakon Rezolucije. Rezolucija se dominantno usredotočuje na razvijanje medija kroz slobodu izražavanja, pristupa informacijama, zaštitu izvora, slobodu udruživanja, radna prava, zabranu cenzure. Od 27 indikatora, šest se može tumačiti u kontekstu medijske koncentracije (Parliamentary Assembly, 2008):

- 1) Medijske kuće trebaju imati uređivačku neovisnost od vlasnika medija (na primjer, međusobnim dogovorom urednika i vlasnika o kodeksu djelovanja), kako bi se osiguralo da se vlasnici medija ne miješaju u svakodnevni urednički rad ili kompromitiraju nepristrano novinarstvo;
- 2) Regulatorna tijela za radiodifuzne medije moraju djelovati nepristrano i učinkovito prilikom izdavanja dopusnica. Tisku i online medijima ne bi trebalo zahtijevati zadržavanje državne dopusnice koja nadilazi poslovnu ili poreznu registraciju;
- 3) Mediji moraju imati pravedan i jednak pristup kanalima distribucije, bilo tehničke infrastrukture (na primjer, radijske frekvencije, prijenosni kablovi, sateliti) ili komercijalne (distributeri novina, poštanske ili druge usluge isporuke);
- 4) Vlasništvo nad medijima i ekonomski utjecaj na medije moraju biti transparentni. Zakonodavstvo mora djelovati protiv medijskih monopola i dominantnih tržišnih pozicija u medijima. Također, potrebno je poduzeti konkretne pozitivne akcije za poticanje medijskog pluralizma;
- 5) Ako mediji dobiju izravne ili neizravne subvencije, države moraju tretirati te medije pravedno i neutralno;

- 6) „Privatne“ medije ne bi trebala voditi ili posjedovati država i tvrtke pod državnom kontrolom.

Iz prikaza ovih indikatora vidljivo je kako Vijeće Europe izričito ne spominje medijsku koncentraciju, već inzistira na medijskom pluralizmu koji se, u domeni europske regulative, tumači kao integracija eksternog i internog pluralizma, odnosno paralelna raznolikost medijskog vlasništva i informacija koje se objavljuju (Valcke, Sukosd, Picard, 2015: 3–4). Inzistiranje na medijskom pluralizmu nije slučajno. Naime, retorika ove Rezolucije je libertarijanska i pluralistička, bez izravnog osvrta na „(...) digitalnu dividendu, opasnosti koncentracije vlasništva između telekomunikacijskih operatora i tradicionalnih medija, prednosti konvergencije regulatora, građanskog novinarstva“ (Matić, 2012: 4–5). Takvoj retorici doprinio je i prodor digitalne revolucije, koje je nuspojava i širenje medijskog udjela novih digitalnih medija, čime se pitanje eksternog pluralizma ponovo nametnulo kao problem.

Fleksibilnost Rezolucije iz 2008. godine naročito je vidljiva kada se promatra napredak Vijeća Europe u domeni medijskog pluralizma, koji je rezultirao donošenjem sedam preporuka¹, Deklaracije o ulozi medija zajednice u promicanju društvene kohezije i interkulturalnog dijaloga (Council of Europe, 2009); osnivanja Centra za medijski pluralizam i medijske slobode (CMPF - 2011), uspostave projekta monitoringa nad medijskim pluralizmom (MPM - 2014) i privremenog Komiteta eksperata za medijski pluralizam i transparentnost medijskog vlasništva (2016-2017). U 2018. godini Vijeće Europe donijelo je dvije Preporuke (2018/1 i 2018/2), koje se preciznije osvrću na medijski pluralizam i transparentnost medijskog vlasništva, kao i na uloge i odgovornosti *online* posrednika informacija. Spominju se koncepti medijske pismenosti, korisničkog sadržaja, medijske koncentracije, vlasništva te generalni, posebni i institucionalni mehanizmi medijskog pluralizma. Preporukama iz 2018. godine napravljen je pomak u području medijske koncentracije budući da se eksplicitno prepoznaju njezini tipovi (horizontalna, vertikalna, dijagonalna) i detaljno izlažu kriteriji transparentnosti medijskog vlasništva, poput isticanja podataka:

(...) izravnih vlasnika s vlasničkim udjelima koji im omogućuju utjecaj na poslovanje i strateško odlučivanje medija; imena lica sa stvarnom uredničkom odgovornošću; promjena u vlasništvu i kontrolnim aranžmanima medija; informacije o prirodi i opsegu vlasništva nad dionicama ili glasačkih prava (...).

(Council of Europe, 2018)

Logično je zaključiti kako je značajno složeniji i sveobuhvatniji europski pristup medijskoj koncentraciji dijelom proizvod sve aktualnijih pitanja privatnosti, medijske manipulacije u eri post-istine, napretka u području medijskih tehnologija, kao i značajnog proširivanja mrežnih platformi u odnosu na 2008. godinu. Međutim,

problem medijske koncentracije nije novost posljednjeg desetljeća – za ovaj fenomen postoji interes Vijeća Europe još od sedamdesetih godina 20. stoljeća (Gálik, 2010: 234). Stoga se nameće pitanje zašto je u 2008. godini zauzet generaliziraniji pristup, odnosno zašto Rezolucija 1636 o medijskim indikatorima u demokraciji sadrži neprecizne preporuke u vezi s medijskom koncentracijom.

U ovom radu tvrdimo da je nedosljednost u medijskom pristupu, uočena 2008. godine, nuspojava četiriju usporednih tendencija.

Na razini Europske unije i Vijeća Europe, dugoročno je prisutan „sukob racionalnosti“ (Klimkiewicz, 2010: 45). Europska politika o medijskoj regulativi nalazi se između dva suprotstavljena trenda: jedan je održavanje snažnoga europskog medijskog tržišta, dok drugi predstavlja demokratizaciju medija, očuvanje medijskog pluralizma i kulturnog identiteta (Milutinović, 2018: 110). Nepopularnost regulacije medijske koncentracije datira još od devedesetih godina 20. stoljeća, kad je Europska komisija objavila Zelenu deklaraciju kojom se ističu tri potencijalna scenarija u području medijske koncentracije i pluralizma: „1) djelovanje bez posebnih regulacija, 2) djelovanje kroz reguliranje transparentnosti, 3) djelovanje kroz usklađivanje zakonodavstva“ (Gálik, 2010: 237). Od triju vrsta scenarija, odabran je prvi, što ukazuje na jasnu težnju Europske unije u zauzimanju suzdržana stava o medijskoj koncentraciji, odnosno da se kreće prema „dijagnozi, a ne terapiji“ (Valcke, Sukosd, Picard, 2015: 5). „Mekši“ pristup konkretiziran je 2007. godine, kad Europska komisija zauzima trodijelni mehanizam (Valcke, 2011: 188):

- 1) objavljivanje Radnog dokumenta o medijskom pluralizmu u zemljama članicama EU;
- 2) provođenje istraživanja radi stvaranja pokazatelja za medijski pluralizam u zemljama članicama;
- 3) pokretanje Monitoringa nad medijskim pluralizmom koji će zaživjeti 2014. godine.

Preporuka Vijeća Europe (2007/15), koja je prethodila Rezoluciji iz 2008. godine, prati trend „meke“ regulacije – u njoj je transparentnost medijskog vlasništva ograničena samo na činjenicu da se javnost mora informirati ako političke strukture posjeduju medij. U području uredničke neovisnosti, Preporuka propisuje da države članice treba da osiguraju djelotvorno i jasno razdvajanje između vršenja kontrole medija i donošenja odluka u vezi s medijskim sadržajem i vršenjem političke vlasti ili utjecaja“ (Council of Europe, 2007).

Preporuka iz 2007. godine, uz Rezoluciju iz 2008. godine, upućuje na težnju Europske unije i Vijeća Europe da konflikt između neoliberalne logike medijskog tržišta i

pluralističkog medijskog sadržaja pomire idejom o takozvanoj „unutarnjoj diverzifikaciji“ (Sjøvaag, 2016: 3), odnosno, u europskoj retorici – internim pluralizmom, to jest medijskom diverzifikacijom. Kako smo i istaknuli u uvodnom dijelu ovog rada, interni pluralizam podrazumijeva inzistiranje na raznovrsnome medijskom sadržaju, bez nužnog miješanja u eksterni pluralizam – vlasništvo i brojnost medijskih organizacija (Valcke, Sukosd, Picard, 2015: 5). Time se uspostavlja ravnoteža između jačanja europskoga medijskog tržišta i principa supsidijarnosti. Ovakva logika ne stvara pritisak medijskim industrijama i još uvijek čini europske medije konkurentnima, istodobno uvažavajući različite interese zemalja članica da ovisno o svojim potrebama (ekonomskim i kulturološkim) razvijaju interni pluralizam. To je posebno vidljivo u Radnom dokumentu o medijskom pluralizmu u zemljama članicama EU-a, gdje je jasno naznačeno kako „europsko pravo o konkurenciji ne može zamijeniti – niti namjerava to učiniti – nacionalne kontrole nad koncentracijom medija i mjere za osiguravanje medijskog pluralizma“ (European Council, 2007: 8). Europskoj se uniji upravo zbog ovakvog stava pripisuje kako medijima pristupa isključivo iz ekonomske perspektive, označavajući ih kao „čimbenike ekonomske transakcije“ (Cappello, 2020: 22). Dok Vijeće Europe inzistira na medijskom pluralizmu iz vizure ljudskih prava, Europska unija to čini iz ekonomske perspektive (Valcke, 2011).

Druga tendencija kojom objašnjavamo pristup iz 2008. godine povezana je s prvom tendencijom, odnosno tržišnom logikom najznačajnijih europskih tijela. Naime, težnja da se „odgodi“ regulacija medijske koncentracije temelji se na konkurentnosti europskih medija u odnosu na američko tržište (Komorek, 2009). Ova težnja eksplicitno je potvrđena na konferenciji *Audiovisual Conference – Between Culture and Commerce* održanoj u Liverpoolu 2005. godine (Reding, 2005). Europska povjerenica za informacijsko društvo i medije, Vivijen Reding, nedvosmisleno je iznijela tadašnji stav Europske komisije: „Dopustite mi da budem jasna: Uvjerena sam da bi nova tržišta i usluge trebale imati najveću moguću slobodu za razvoj“ (Reding, 2005).

Nesposobnost europskog tržišta da isprati razvoj američke kulture i naprednu televizijsku tehnologiju, Budući da se europsko tržište nije uspjelo izmaknuti razvoju američke kulture i napredne televizijske tehnologije, pojavila se želja europske regije za nadmašivanjem konkurenata. Ta je tendencija započela još u 20. stoljeću, kad se „Europska zajednica našla prinuđenom da razvija zajedničke strategije usmjerene na povećanje konkurentnosti u sektoru medijske industrije i primijenila je sljedeće mjere: uspostavu jedinstvenog unutarnjeg audiovizualnog tržišta; stimuliranje europske filmske i audiovizualne produkcije i propisivanje kvota europske produkcije na televizijama zemalja članica Europske zajednice (Stojković, 1995, 9–10 prema Milutinović, 2018: 110).

Nadalje, američka Federalna komisija za komunikacije (FCC) 2003. godine uspostavila je tzv. „indeks diverziteta“² (eng. *diversity index*), koji je jedinstvenom formulom mjerio dijagonalnu koncentraciju na američkom tržištu, odnosno jedan segment eksternog pluralizma (Karppinen, 2015). Monitoring za medijski pluralizam, kao završni korak trostupanjskog pristupa Europske unije, nastao je nekoliko godina kasnije. Indeks diverziteta kritiziran je zbog svoje nemogućnosti da realno izmjeri koncentraciju američkog tržišta (Karppinen, 2015), ali je europska regulativa morala odmaknuti od te vrste trenda razvijanjem vlastitih pokazatelja za praćenje medijskog pluralizma, koji su u velikoj mjeri povezani s američkim (Gálik, 2010: 241). Američki utjecaj bio je vidljiv i u tijelima Europske unije, kad je nakon novog proširenja 2004. godine počela intenzivnija diskusija o transparentnosti rada tijela EU.a, u skladu s principima američke administracije (Ward, 2016: 12). Ta vrsta pritiska rezultirala je zahtjevom tadašnjeg sustava Europske komisije da se lista formalnih i neformalnih ekspertskih komiteta učini javnom (Ward, 2016: 12).

Vanjski utjecaji potvrđuju tezu kako izgradnja medijske odgovornosti na europskoj razini, u okviru medijske koncentracije, uvijek podrazumijeva strateške i sukobljene interese, od kojih najmanje koristi ponovo imaju konzumenti medija. Kako je istaknuto u Komparativnoj analizi medijskih sloboda i pluralizma u članicama EU (2016), „tržište EU u cjelini treba ostati konkurentno na globalnom nivou“ (European Parliament, 2016: 32).

Vidljivo je kako se usporedno s američkim utjecajem počeo razvijati važan treći faktor koji je pridonio tržišnom zaokretu na razini europskih organizacija: ubrzana tehnološka promjena, odnosno procesi medijske konvergencije i razvoj digitalnih platformi. Konvergencija u svom osnovnom značenju, predstavlja „spajanje onih elemenata koji su prethodno bili razdvojeni“ (Meikle i Young, 2011: 2 prema Peil i Sparviero, 2017: 3). Medijska konvergencija stoga podrazumijeva presijecanje novih tehnologija i medija, koje rezultira raznolikošću medijskih formata i njihovom digitalizacijom. Proces nagloga tehnološkog razvoja i digitalizacije medija pogodio je fleksibilnosti u regulaciji medijskog tržišta. Naime, Europska unija osobito je bila zadovoljna činjenicom da se uz razvoj novih medija naizgled osigurao prostor za medijsku diverzifikaciju, što služi kao dodatno opravdanje za meku regulaciju medijskog tržišta (Valcke, 2011: 28). Europska unija 2002. godine usvaja regulatorni okvir za elektroničke komunikacije koji također tretira proces konvergencije, uz napomenu da je sveukupan cilj regulative „promicanje kompetitivnosti i maksimiziranje beneficija za konzumente medija“ (Reding, 2009). Središnje pitanje kojim se rukovodila Europska unija bilo je kako transformirati konvergenciju u ekonomski razvoj i biznis inovaciju u Europi (European Commission, 2013: 4). Princip supsidijarnosti ipak nije bio dovoljan za zaustavljanje ugrožavanja eksternog pluralizma, zbog čega od 2010. godine, donošenjem Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (Vijeće Europe, 2013),

počinju naponi za dodatnim uređenjem područja audiovizualnih medija. Među osnovnim načelima u Direktivi nalaze se: 1) neutralnost tehnologije (Direktiva se odnosi na sve audiovizualne medijske servise, neovisno o vrsti tehnologije kojom se distribuiraju publici), 2) transparentnost na temelju koje konzumenti u svakom trenutku imaju pravo znati osnovne informacije o davatelju usluga (European Commission, General Principles). Ubrzan razvoj digitalnih medija potaknuo je Vijeće Europske unije da 2014. godine u zaključcima o europskoj audiovizualnoj politici u digitalnom dobu kao cilj posebno naglasi očuvanje medijskog pluralizma (European Commission, 2014: 2). Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama imala je nekoliko revizija, od kojih se u posljednjoj, usvojenoj 2018. godine, posebno naglašava neovisnost audiovizualnih regulatora i obaveza država članica da „ograniče određene negativne trendove i prijetnje u kontekstu pluralizma“ (Cappello, 2020: 29).

Konvergencija i tehnološki razvoj predstavljaju jedan od primjera na kojima se vidi kronična tenzija između tržišne razvijenosti europskoga medijskog prostora i ljudskih prava - diverzifikacije i pluralizma. Kako smo i u uvodnom dijelu ovog rada naglasili, brojnost i dostupnost medijskih subjekata ne predstavlja jamstvo medijskom pluralizmu i diverzifikaciji. Naprotiv, rastuća potreba za eksplicitnim stavom krovnih europskih organizacija sugerira da svaki kompromis u korist tržišta, a na štetu sadržaja, zahtijeva mnogo veće i složenije napore da se uklone posljedice tržišne logike.

Posljednja tendencija koja je utjecala na europsku medijsku regulativu predstavlja globalnu financijsku krizu u periodu od 2007. do 2009. godine, koja je započela u Sjedinjenim Američkim Državama, a prelila se i na europsko tlo, kad su mnoge europske zemlje bile pred bankrotom i naglim mjerama štednje pod pritiskom Europske unije i Međunarodnog monetarnog fonda (Zestos, 2015: 1). Financijska nestabilnost dovela je do odlaska stranih vlasnika medijskih organizacija, rasta domaćih medijskih mogula i stvaranja „ranjivih medija“, koji su bili pod pritiscima oglašivača (Štětka, 2013:10–16). Dok su, s jedne strane, ovakve promjene stvarale otvorene prijetnje za profesionalno novinarstvo, posebno u Središnjoj i Jugoistočnoj Europi, one su također potaknule europska tijela na otvaranje medijskog tržišta neoliberalnom logikom samoregulacije (Polyakova, Fligstein, 2016: 19), koja bi spriječila daljnji odljev medijskih ulagača i oglašivača. Promjena europskog stava u ovom je kontekstu vidljiva kroz usporedbu Rezolucije iz 2008. godine koja ne sadrži izravan osvrt na oglašavanje, za razliku od Preporuke (2018/1), koja jasno sugerira:

Mediji i drugi akteri trebaju uvijek jasno prikazati kad je sadržaj osiguran političkim izvorima, zatim kad uključuje oglašavanje ili druge oblike komercijalnih komunikacija, kao što je sponzoriranje proizvoda i marketing.

(Council of Europe, 2018)

Također, orijentacija prema unutarnjemu, a ne vanjskom pluralizmu, rezultat je i krize europskog identiteta u godinama globalne financijske krize (Polyakova, Fligstein, 2016: 20). U trenucima kad su europske institucije inzistirale na štednji, građani europskih zemalja bili su sve nezadovoljniji pritiscima europskih tijela te su tražili zaštitu od vlastite države, što je značajno jačalo nacionalni identitet (Polyakova, Fligstein, 2016: 20). Europska unija i Vijeće Europe interni su pluralizam medija koristili kao modalitet za balansiranje između svoje tržišne kompetitivnosti i držanja „rastućih“ nacionalnih identiteta pod kontrolom.

Naposljetku, na temelju prikaza četiriju tendencija za koje smo tvrdili da predstavljaju glavne činioce u drugačijemu regulatornom pristupu europskih institucija, jasno je da je po pitanju medijske koncentracije značajno više pozornosti posvećeno u godinama koje su uslijedile nakon Rezolucije iz 2008. godine. Naime, dok je u 2008. godini bila dominantna zaokupljenost europskih institucija konkurentnost i tržišna kompetitivnost, deset godina kasnije, u 2018., Europska unija suočila se s još jednim problemom – rastom konzervativnih nacionalističkih vlada i neliberalnih demokracija (Zakaria, 1997), koje ugrožavaju njezinu kredibilnost. Veliki državni intervencionizam u području medijskog vlasništva i pluralizma u Mađarskoj i Poljskoj, uz izvješća Ekspertne grupe na visokoj razini za medijske slobode i pluralizam (*High Level Group on Media Freedom and Pluralism*)³, potaknuo je aktivniji pristup u europskoj medijskoj politici. Rezultat krize europskog kredibiliteta predstavljaju: Rezolucija Europskog parlamenta za medijske slobode u Europskoj uniji (European Parliament, 2013), osnivanje Europskog centra za tisak i slobodu medija, donošenje Rezolucije o medijskom pluralizmu i slobodama u Europskoj uniji (Europski parlament, 2018) i niz relevantnih preporuka i rezolucija na široj europskoj razini, odnosno na razini Vijeća Europe.

Europa se suočava sa situacijom u kojoj mora uravnotežiti svoj ekonomski položaj i očuvanje demokratskih vrijednosti, na kojima godinama gradi svoj autoritet. Kad je prevladala demokratska vjerodostojnost, pojačali su se napori europskih institucija i organizacija da se rigoroznije bave pluralizmom medija. Međutim, postoji zabrinutost da je diskontinuitet u europskoj medijskoj politici već ohrabrio medijski neliberalizam i da određena društva imaju problem s naglim prilagođavanjem rigoroznijima regulativnim okvirima. To ne znači da je poželjan fleksibilniji pristup, već kontinuitet u standardima i ispitivanje njihovih sposobnosti u odgovaranju na karakteristike različitih društava. Poglavlje koje slijedi stoga ispituje medijsku koncentraciju i učinak europskog pristupa u postkomunističkim zemljama koje su u važnom i dugotrajnom procesu izgradnje medijskih sloboda – Crnoj Gori i Srbiji.

Medijski pluralizam između teorije i prakse u Crnoj Gori i Srbiji

Crna Gora i Srbija, zemlje sa zajedničkim povijesnim, političkim i kulturološkim okvirom, u procesu su implementiranja europskih standarda u svima relevantnim područjima, a u kontekstu ovog rada, osobito u okviru medijske regulative. S obzirom na to da su u pitanju dvije zemlje postkomunističke tradicije, koje su dugotrajno obilježene autoritarnima političkim nasljeđem, ni iznenađuje što je pojačani državni utjecaj na medije, u objema zemljama, njihova prevladavajuća zajednička karakteristika. Crna Gora i Srbija vrlo posvećeno primjenjuju europske standarde u području pravne regulative, ali unatoč tomu, medijska je koncentracija prisutna u velikoj mjeri. Obje zemlje imaju problema s transparentnim vlasništvom, horizontalnom integracijom i netransparentnim financiranjem medija. Crna Gora i Srbija suočavaju se s neravnotežom između normativnog okvira i stvarne zastupljenosti medijske koncentracije.

Crna Gora

Reforma medijskog sustava u Crnoj Gori počela je kao nastojanje crnogorskih vlasti da slijede standarde Europske unije i Vijeća Europe, osobito u području javnih servisa i audiovizualnih komunikacija (Smokvina et al., 2017: 25). Stvaranje novog zakonodavstva počelo je 2002. godine, kad je donesen Zakon o medijima koji je trebao regulirati postupak privatizacije medija u državnom vlasništvu (Brkić, 2015: 2), koja je završila tek 2014. godine (Brkić, 2015: 2). Privatizaciji medija, kao prvom stupnju komercijalizacije, prethodilo je osnivanje Agencije za elektroničke medije (AEM) 2003. godine i donošenje Zakona o elektronskim medijima 2010. godine⁴, u kojem se prvi put spominje medijska koncentracija (Smokvina et al, 2017: 74). Otvaranje teme medijske koncentracije u Crnoj Gori događalo se usporedno s izmjenama pristupa u europskoj medijskoj politici koja, kako smo i prethodno pokazali, od 2009. godine zauzima eksplicitniji pristup u odnosu na regulaciju medijskog tržišta. Imajući u vidu važnost novih propisa za crnogorski medijski prostor, članak 132. spomenutog Zakona⁵ prenosimo u cijelosti:

Nedozvoljena medijska koncentracija⁶ postoji kada emiter:

- 1) koji ima odobrenje za emitovanje sa nacionalnom pokrivenošću:
 - sudjeluje u osnovnom kapitalu drugog emitera kome je izdato takvo odobrenje sa više od 25% kapitala ili glasačkih prava,

- sudjeluje u osnovnom kapitalu pravnog lica koje izdaje dnevne štampane medije koje se štampaju u tiražu većem od 3.000 primjeraka, sa više od 10% i obrnuto,
- učestvuje u osnovnom kapitalu pravnog lica koje obavlja djelatnost informacijske agencije sa više od 10% i obrnuto,
- istodobno izdaje dnevne tiskane medije u nakladi većoj od 3.000 primjeraka;

2) osim nacionalnog javnog emitera, na istom području emitira više od jednog televizijskog i jednog radijskog programa sa istom ili sličnom programskom osnovom;

3) radijskog ili televizijskog programa koji ima odobrenje za emitovanje sa lokalnom ili regionalnom pokrivenošću:

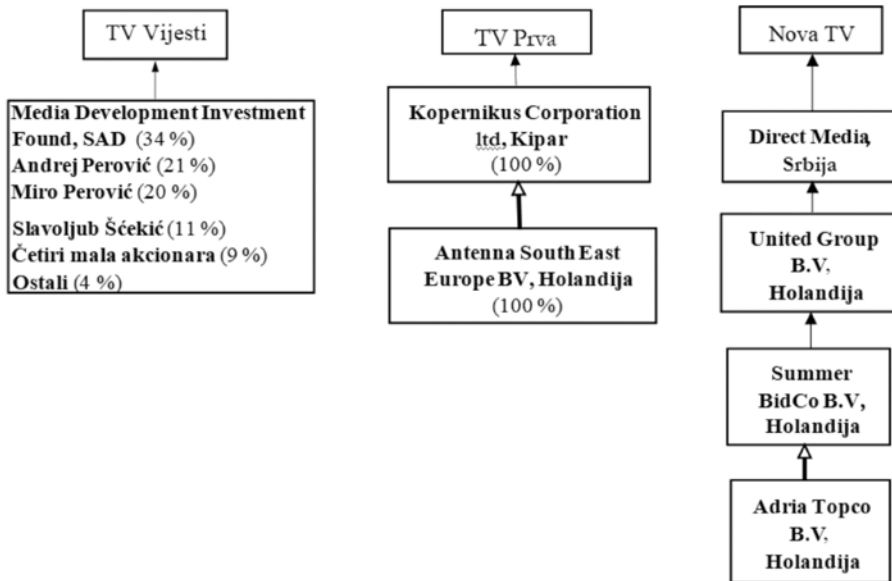
- sudjeluje u osnovnom kapitalu drugog emitera sa regionalnom ili lokalnom pokrivenošću na istom području sa više od 30%,
- istodobno, u istoj ili u susjednim oblastima, izdaje dnevni tiskani medij lokalnog karaktera.

Članak 133. istog Zakona opisuje „neovlaštenu medijsku koncentraciju“ kao sudjelovanje u osnovnom kapitalu (preko utvrđene visine iz članka 132.) fizičkog lica koje je osnivač pružatelj medijskih usluga; njegovih najbližih srodnika ili supružnika; kao i sudjelovanje drugog pružatelja medijskih usluga, koji je osnivač drugoga tiskanog medija ili novinske agencije. Postavlja se stoga važno pitanje o tome u kojoj se mjeri poštuju ova pravila o nedopuštenoj koncentraciji vlasničkog udjela nakladnika ili pružatelja medijskih usluga u kapitalu drugog nakladnika u Crnoj Gori.

Prije svega, važno je naglasiti kako crnogorsko medijsko tržište, prema podacima Agencije za elektronske medije Crne Gore (AEM, 2019), čini pet televizijskih kuća s nacionalnom pokrivenošću⁷, 51 radijska postaja, četiri dnevne novine i 41 portal, koje konzumira gotovo 630 000 građana i građanki. Osim dva kanala Radio i Televizije Crne Gore (RTCG), koji su u državnom vlasništvu, mijenjala se vlasnička struktura komercijalnih televizijskih emitera.

Grafikon 1. Vlasnička struktura nacionalnih TV emitera u Crnoj Gori.⁸

Graph 1 Ownership structure of the National TV Broadcasters in Montenegro.



Izvor: AEM, 2018; AEM, 2019; Brkić 2015: 4.

Trenutna vlasnička struktura TV Vijesti uspostavljena je 2013. godine nakon što je AEM utvrdio nedopuštenu koncentraciju u ovoj medijskoj kući, pozivajući se na prethodno spomenuti članak 133. Zakona o elektronskim medijima (AEM, 2013: 1). Kao što pokazuje Tablica 1, AEM je ustanovio kako su Željko Ivanović, Katarina Perović i Ljubiša Mitrović istodobno imali vlasnički udio u osnovnom kapitalu TV Vijesti i Daily Pressa, izdavača dnevnog lista *Vijesti*:

Tablica 1. Koncentracija u vlasničkom udjelu u TV Vijesti i dnevnim novinama *Vijesti*.

Table 1 *Cross-media Ownership in TV and Daily News Vijesti.*

Ime vlasnika	Vlasničko učešće u “Televizija Vijesti” d.o.o	Vlasničko učešće u „Daily press” d.o.o.
Željko Ivanović	6.40%	16%
Ljubiša Mitrović	6.05%	12.07%
Katarina Perović	6.68%	16%

Izvor: AEM, 2013: 1–2.

Rukovodstvo TV Vijesti na zaključke je Agencije odgovorilo promjenom u vlasničkoj strukturi, u kojoj, kako pokazuje Grafikon 1, Katarina Perović i Ljubiša Mitrović više nemaju vlasnički udio, ali su ga prenijeli na svoje rođake (Andreja Perovića i Mira Perovića), kao i najbliže suradnike (Brkić, 2015: 10). Slučaj medijske koncentracije u vlasništvu zabilježen je i u tiskanim medijima, unutar kojih ne postoji regulacija medijske koncentracije (Brkić, 2015: 11), a jedna tvrtka Media Nea posjeduje dva dnevna lista u Crnoj Gori – *Pobjedu* i *Dnevne novine* (Brkić, 2015: 11; Smokvina et al., 2017: 76). Također, crnogorska Prva TV od 2018. godine u vlasništvu je Kopernikus korporacije s Cipra, koja je u istoj godini kupila Prvu TV i TV O2 u Srbiji, nakon prodaje svojeg udjela u kablovskom operateru Kopernikus Technology, Telekomu Srbije (Vučić, 2018). Vlasnik Kopernikus korporacije, Srđan Milovanović, time je postao regionalni vlasnik triju televizija u Crnoj Gori i Srbiji, šest kablovskih kanala, triju portala i jednog radija (rs.n1info.com). Širenje Kopernikusa, kao i sporna kupovina i spajanje TV Prva i TV O2⁹, potiču koncentraciju vlasništva onih lica čiji mediji imaju velik udio u gledanosti u objema zemljama.

Istodobno, Nova TV (prethodno Pink M), nastala je u 2018. godini kada j Pink International Company, sa sjedištem u Beogradu (na čelu sa Željkom Mitrovićem), prodao Pink M grupi Direct Media iz Srbije (AEM, 2018). Kako je i naznačeno u Grafikonu 1., iste je godine vlasnički udio u kapitalu Nove TV s Adria Tropicop korporacije prenijet grupi Summer BidCo iz Nizozemske, dok je kablovski operater Pink M, u vlasništvu Mitrovića, nastavio svoje poslovanje u Crnoj Gori.

Promjene u vlasničkim strukturama spomenutih medija bile su u skladu s pozitivnim pravom, ali prvenstveno ukazuju na dvije tendencije – prva je ka „unakrsnom medijskom vlasništvu“ (Smokvina et al, 2017: 76), koje je prepoznato kao izrazito rizično u Monitoringu za medijski pluralizam, osnovanim uslijed inicijative Europ-

ske unije, a provedenim u Crnoj Gori 2016. godine (Vuković, 2017: 5; Smokvina et al., 2017: 76). Druga predstavlja težnju balkanskih mogula za ostvarenjem regionalnoga medijskog utjecaj uz što više profita, a manje potrošnje. TV Prva i TV Pink M (do transformacije u Novu TV) dominirale su u gledanosti na temelju strane produkcije i emitiranja „rijaliti programa i talent emisija za natjecanje pjevača (...) [i informativnih emisija] sa prorežimski orijentiranom uredničkom politikom i niskom razinom povjerenja publike“ (Brkić, 2015: 3). Dakle, vlastita produkcija ovih medija bila je minimalna.

Ambijent u kojem mediji prikupljaju prihode od oglašivača i gledanosti, a istovremeno imaju minimalne troškove vlastite produkcije, pogoduje razvijanju medijske koncentracije. AEM je zato 2012. godine donio Pravilnik o uvjetima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju vlastitom produkcijom (Brkić, 2015: 4). Pravilnikom se u članku 11. naglašava da je „emiter opšteg televizijskog programa dužan da obezbijedi da djela koja se u smislu ovog pravilnika smatraju programima u vlastitoj produkciji čine najmanje 10% njegovog mjesečnog vremena emitovanja“. Prema podacima iz 2019. godine, svi crnogorski nacionalni TV pružatelji medijskih usluga ispunili su ovu obavezu (AEM, 2019: 1–6).

Unatoč tomu što se crnogorski elektronički mediji prilagođavaju važećim propisima, i dalje opstaju sporna područja u domeni medijske koncentracije. Osim koncentriranoga medijskog vlasništva i činjenice da su tiskani mediji izostavljeni iz regulacije medijske koncentracije, također se primjećuje nereguliranost transparentnosti javnog financiranja medija u Crnoj Gori (Glavaš, 2018). Neadekvatan nadzor nad sistemom financiranja medija događao se paralelno s evolucijom u europskoj politici, koja se kretala od fleksibilnog koncepta „financijskog utjecaja na medije“ (Parliamentary Assembly, 2008) do jasno definiranog sistema financiranja medija (Preporuka Vijeća Europe CM, 2018/1). Naime, u periodu od 2013. do 2016. godine više od osam milijuna eura potrošeno je na financiranje crnogorskih medija iz javnih fondova (Nenezić, Vuković, 2017: 81). Najveći pojedinačni korisnici sredstava za promatrano razdoblje s: dnevni list *Pobjeda*, Javni servis RTCG i portal *Analitika* (Nenezić, Vuković, 2017: 81–87), mediji koji se u polariziranome medijskom ambijentu svrstavaju u podržavaoce vladine politike (Nenezić, Vuković, 2017: 92). Statistički podaci, usporedno s netransparentnim i nereguliranim sistemom javnog financiranja i sufinanciranja, ostavljaju sumnju da se na medije u Crnoj Gori vrši posredan politički utjecaj. Nedostatak političke i financijske neovisnosti osobito je vidljiv u slučaju RTCG-a, koji je kao dominantno financiran iz budžeta Crne Gore, najveći nosilac rizika (97 %) kad je u pitanju neovisnost upravljanja i financiranja javnih servisa, prema posljednjem Monitoringu za medijski pluralizam (Vuković, 2017: 7).

Ovakva statistika s progresivnijom regulacijom Vijeća Europe u 2018. godini stvorila je svojevrstan pritisak na crnogorske vlasti, imajući u vidu da Nacrt Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore, iz siječnja 2019. godine, dodaje novi stav članku 16. Zakona o financiranju RTCG-a, kojim se naglašava da „način i uvjeti obezbjeđivanja sredstava iz budžeta Crne Gore ne smiju utjecati na uredničku neovisnost i samostalnost RTCG“¹⁰. Ova pravna intervencija odvija se istovremeno s revizijom Zakona o medijima, gdje je preporučeno usklađivanje članka 1. Zakona, o javnosti vlasništva nad medijima, s principima transparentnosti u najnovijoj Preporuci (2018/1) Vijeća Europe (Glavaš, 2018: 2).

Unatoč težnji za usklađenjem s europskom regulativom, u Izvješćima Europske komisije Crna Gora ne bilježi značajan napredak u području medija, osobito u kontekstu koncentriranoga medijskog vlasništva, netransparentnog financiranja i političke ovisnosti medija (European Commission, 2019a: 65). Nepodudarnost između normativnog okvira i medijske prakse vidljiva je i u sljedećoj analiziranoj zemlji, Srbiji.

Srbija

Srbijanski je medijski sustav od 2000. godine, nakon smjene Miloševićeva režima, ušao u proces reizgradnje (Milutinović, 2017). Medijska regulativa u Srbiji, relevantna za pitanje medijske koncentracije, stvorena je na bazi triju reformskih razdoblja: prvog, do 2003. godine, kad je usvojen prvi set medijskih zakona, među kojima i Zakon o radiodifuziji kojim je prvi put obrađena medijska koncentracija; osnovana Republička radiodifuzna agencija (RRA), te Radio televizija Srbije (RTS) i Radio televizija Vojvodine (RTV) prvi put uspostavljeni kao javni servisi s pretplatničkim sustavom (Valić-Nedeljković, 2012: 36). Drugi reformski period trajao je od 2005. do 2006. godine, a obilježila ga je revizija postojećih medijskih zakona, osobito Zakona o javnom informiranju i donošenje Zakona o zaštiti konkurencije (izmijenjenog 2009. godine u skladu s preporukama Europske unije), koji će poslužiti kao pravna osnova za uspostavu Komisije za zaštitu konkurencije (Stojanović et al, 2016: 16). Treće razdoblje medijskih reformi nastupilo je 2014. i 2015. godine kad su donesena tri medijska zakona: Zakon o elektroničkim medijima (kojim je RRA preimenovana u Regulatorno telo za elektroničke medije – REM), Zakon o javnom informiranju i medijima te Zakon o javnim medijskim servisima (Balkan Investigative Reporting Network-BIRN, 2017).

Spomenuta medijska regulativa primjenjuje se za 2034 registrirana medija u Srbiji, koje čine: 863 tiskanih medija (među kojima je deset dnevnih listova: *Politika*,

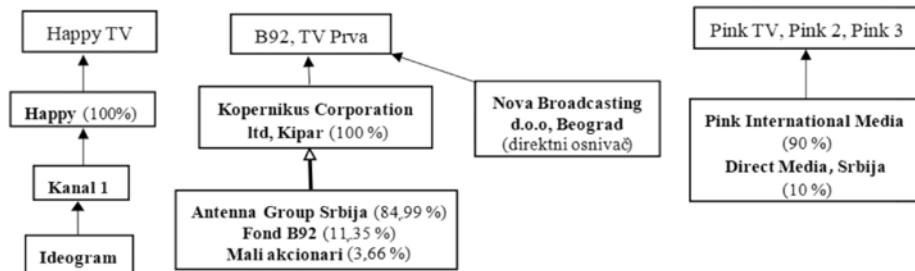
Novosti, Danas, Blic, Alo, Kurir, Informer, Srpski telegraf, Dnevnik i Magyar Szo), 211 televizijskih stanica (među kojima njih pet s nacionalnom pokrivenošću – RTS, Pink, B92, Prva i Happy), 309 radijskih postaja i 432 portala (Ranković, 2019).

Najveći udio u publici, prema podacima iz 2018. godine (Balkan Investigative Reporting Network-BIRN, 2019), imaju nacionalni emiteri i to: RTS s gotovo 20 %, TV Pink s 15,88 %, kao i O2 i TV Prva s 13,99 %. U tiskanim medijima dominiraju *Blic* i *NIN* s 12,22%, *Informer* s 10,45 % i *Kurir* s 7,45 %. Kod radijskih emitera najveći udio u publici imaju TDI, Hit FM, Karolina i JAT s 9,74%, kao i radio S1, S2 i S3 s 9 % (Balkan Investigative Reporting Network-BIRN, 2019). Može se uočiti brojnost srpskih medija, ali to nužno ne podrazumijeva pluralizam medija.

Kako pokazuje Grafikon 2., komercijalni televizijski mediji u Srbiji dominantno su koncentrirani oko nekoliko skupina koje, osim RTS-a, imaju uvjerljivo najveće udio u gledanosti:

Grafikon 2. Vlasnička struktura nacionalnih TV pružatelja medijskih usluga u Srbiji.¹¹

Graph 2 The Ownership Structure of the National TV Broadcasters in Serbia.



Analiza prikazane vlasničke strukture otkriva problematična područja u medijskoj koncentraciji Srbije. Grafikon 2 pokazuje kako Kopernikus korporacija i Direct Media grupa sudjeluju u osnovnom kapitalu kako crnogorskih¹², tako i najutjecajnijih medija u Srbiji. Posebno je značajno djelovanje Kopernikusa nakon čije je kupovine televizija TV Prva i O2 Antena grupa, jedini strani vlasnik nacionalnih televizija, otišao s tržišta (Miladinović, 2018). Spajanje televizija TV Prva i O2, dovodi u pitanje članak 103. Zakona o elektroničkim medijima Srbije¹³, kojim je propisano da se narušenim medijskim pluralizmom smatra „objedinjavanje osnivačkih, odnosno upravljačkih prava u dva ili više izdavača elektroničkih medija, odnosno unakrsno sticanje učešća čiji je sudionik najmanje jedan elektronički medij“. REM je, međutim, u prosincu 2018. godine utvrdio da u slučaju kupovine spomenutih televizija

nije došlo do nedozvoljene medijske koncentracije, pozivajući se na članak 45. stav. 2. i članak 46. stav 1. Zakona o javnom informiranju i medijima¹⁴, koji glase:

Članak 45.

Radi sprečavanja nastanka ili jačanja pretežnog utjecaja u oblasti javnog informiranja, koji značajno ograničava medijski pluralizam, nije dozvoljeno objedinjavanje:

- osnivačkih odnosno upravljačkih prava u dva ili više izdavača koji pružaju audio, odnosno audio-vizualne medijske usluge, čiji zbirni udio u slušanosti, odnosno gledanosti prelazi 35% od ukupne slušanosti, odnosno gledanosti u zoni pokrivanja, u kalendarskoj godini koja prethodi objedinjavanju.

Članak 46.

Nije dozvoljeno sticanje učešća preko 50% u osnivačkom kapitalu između izdavača dnevnih novina, koje objavljuju informacije iz svih oblasti društvenog života, s prosječnim dnevnim realizovanim tiražom većim od 50.000 primjeraka godišnje i izdavača koji pruža audio i audio-vizualne medijske usluge.

REM je uočio kako Kopernikus Corporation kupovinom i spajanjem dviju televizija nije prekršio citirane odredbe Zakona o javnom informiranju i medijima jer promjenom vlasničke strukture neće doći do promjene izravnog osnivača medija (koji ostaje Nova Broadcasting d.o.o.), niti nova vlasnička struktura ima dozvolu za pružanje medijskih usluga (REM, 2018).

Unatoč odluci REM-a da se medijski pluralizam ne narušava, činjenica je da se on djelovanjem Kopernikus grupe ne razvija, što bi trebao biti cilj. Naprotiv, spajanjem medija i kupovinom televizijskih stanica s nacionalnom pokrivenošću, mala televizijska tržišta u Crnoj Gori i Srbiji postaju koncentriranija. Argumentacija REM-a, u kojoj tumače kako Kopernikus nije izravni osnivač i nema pravo pružanja usluga, ne jamči da vlasnička struktura ove korporacije neće vršiti utjecaj na uređivačku politiku. Problem utjecaja osobito je vidljiv u okviru identifikacije vlasnika medija – kao formalni vlasnici prikazuju se pravna lica, „a ne stvarni pojedinci iza njih“ (Matić, Valić-Nedeljković, 2013: 333).

Istodobno, iako štiti medijski pluralizam, srbijansko zakonodavstvo ne nudi odgovarajuću zaštitu od medijske dominacije (Matić, Valić-Nedeljković, 2013: 333). Primjer predstavlja poslovanje Mitrovićevog Pink International Companyja, koji razvija dominantan medijski utjecaj s trima nacionalnim kanalima u Srbiji, šezdeset kablovskih kanala (koji dominiraju u gledanosti u regiji), te s filmskom i glazbenom produkcijom (Balkan Investigative Reporting Network-BIRN, 2017). U Srbiji je prisutna visoka medijska koncentracija budući da četiri vodeća vlasnika (Radio-te-

levizija Srbije, Pink Media Group, Antenna Group i Happy TV) kontroliraju više od 50 % televizijskog tržišta, što Srbiju svrstava u C4 skupinu indeksa koncentracije, prema Neovisnoj studiji o indikatorima medijskog pluralizma, rađenoj za potrebe Europske komisije 2009. godine, koja se još uvijek smatra pouzdanim vodičem za mjerenje koncentracije medijskog tržišta (Furnemont, Trpevska, 2020: 10). Situacija je slična i u drugim medijima u kojima četiri skupine, Ringier Axel Springer Media, Insajder Tim, Novosti&Politika AD i Adria Media Group, imaju većinu tiskanih medija u Srbiji sa skoro 71,08 % udjela u čitanosti (Balkan Investigative Reporting Network-BIRN, 2019). Ilustrativan primjer predstavlja i srbijanska grupacija Color Press Group, koja posjeduje preko sedamdeset magazina s nacionalnom, regionalnom i međunarodnom pokrivenošću (color.rs).

Usporedno s koncentriranim (nedopuštenim) medijskim vlasništvom i horizontalnom medijskom koncentracijom, mediji u Srbiji imaju problema s državnim utjecajem na medije, u okviru vlasništva i financiranja. Naime, srbijanske su se vlasti do „2012. godine odupirale privatizaciji, jer je državno vlasništvo bilo osnovni mehanizam financijske i političke kontrole medijskih sadržaja“ (Matić, 2018: 57). Privatizaciji u 2012. godini prethodilo je usvajanje Strategije razvoja sistema javnog informiranja u Republici Srbiji do 2016. godine (OSCE, 2013), koje je cilj bio uskladiti zakonodavstvo u Srbiji s europskim standardima, dovršiti i formalizirati proces privatizacije, transparentnosti vlasništva nad medijima, medijsku koncentraciju i sve to u „općem interesu“ (REM, 2012). U Strategiji se eksplicitno ističe da je „opredeljenje države da ne bude vlasnik javnih glasila“ (REM, 2012), osim u slučaju novinskih agencija koje se mogu osnovati posebnim zakonskim propisima i u slučaju javnih servisa (RTS i RTV), u također „specifičnom statusu koji se određuje zakonom“ (REM, 2012). Interpretacija u finalnoj verziji ovog dokumenta drugačija je od prethodnih nastojanja Radne skupine za izradu Strategije da jasno pozove na povlačenje države iz „vlasništva nad javnim glasilima primjenom važećih zakonskih odredbi koje su u skladu sa ovim ciljem, kao i izmjenom i ukidanjem onih zakona ili odredbi koji nisu usklađeni sa ovim ciljem“.¹⁵

Koliko je implementacija Strategije sporna svjedoči podatak da su pojedine medijske kuće, poput Novosti, Politike, Dnevnika, dijelom ostale u državnom vlasništvu (Matić, 2018: 58). Dakle, iako se provodi usklađenje s europskim standardima, implementacija je regulative odgođena ili neadekvatna. Raskorak između normativnog okvira i stanja u praksi opravdano ukazuje na težnju srbijanskih vlasti za prolongiranjem procesa koji mogu značajno smanjiti njihov utjecaj na medije. Tome u prilog govori i politika državnog financiranja medija koja je, kao i u slučaju Crne Gore, netransparentna. U Srbiji i u Crnoj Gori postoji mehanizam državne potpore kojim se mediji mogu sufinancirati u cilju „zaštite javnog interesa u oblasti informiranja“

(Teofilović, Zahirović, Stojanović, Popović, 2018: 13). Pravila u vezi s državnom pomoći podliježu usklađenju s propisima Europske unije, koji ne dozvoljavaju više od tri uzastopna sufinanciranja istoga pravnog lica (Teofilović, Zahirović, Stojanović, Popović, 2018: 13). Međutim, neodgovarajuća implementacija regulative zabilježena je i u najnovijem Izvješću o napretku (2019) u kojem je Europska komisija ocijenila da nije ostvaren napredak u pogledu usklađenosti zakonodavstva i primjene pravila o državnoj pomoći (European Commission, 2019b: 63).

Važno je naglasiti da osim državne potpore, država ima druge mehanizme financijskog utjecaja poput reprograma, oprostjenja poreznog duga, netransparentnih donacija¹⁶ i oglašavanja. Tako je novinska agencija Tanjug, iako odlukom države ugašena 2015. godine, nastavila dobivati neizravne državne subvencije, i to u iznosu od 114,4 milijuna dinara do 2017. godine (Teofilović, Zahirović, Stojanović, Popović, 2018: 10). Drugi primjer predstavlja Pink International Company koji je 2014. godine bio na listi najvećih poreznih dužnika u Srbiji, sa skoro pet milijuna eura duga (NUNS, 2019). Istoj je tvrtki do 2017. godine odobreno „više od 10 milijuna eura kredita od Agencije za osiguranje i financiranje izvoza“ (Teofilović, Zahirović, Stojanović, Popović, 2018: 13).

Snažan državni utjecaj na medije ne predstavlja povremene tendencije, već dugoročan trend. Naime, u prvoj sveobuhvatnoj analizi primjenjivosti Rezolucije Vijeća Europe iz 2008. godine zaključeno je da Srbija, iako intenzivno provodi usklađenje s europskom regulativom, ima problem upravo s „medijskom ekonomijom [i] neovisnošću medija od političkih utjecaja“ (Matić, 2012: 6). Noviji podaci to i potvrđuju. Monitoring za medijski pluralizam (2017) pokazao je da u Srbiji postoji 65 % rizika u odnosu na političku neovisnost medija, odnosno jak utjecaj vladajuće stranke i nepostojanje „bilo kakvih [zakonskih] ograničenja ili konflikta interesa između medijskog vlasništva i rada u vladi“ (Brogi, Nenadić, Parcu, de Azevedo Cunha, 2018: 42). Snažna uloga države u poslovanju medija u Srbiji postavlja rizik od „ekonomske cenzure“ (Ognjanov, 2017:43), gdje se sadržaj medija dominantno prilagođava interesima glavnih financijera, što predstavlja problem koji je primijećen i u slučaju Crne Gore.

Iz predstavljenih analiza vidljivo je da su i Crna Gora i Srbija provele određene postupke kako bi uskladile svoja zakonodavstva s europskim standardima, ali više kao strateški potez približavanja Europskoj uniji nego li potez rješavanja medijske koncentracije. Potvrda su tome uočene teškoće u primjeni europskih standarda i sve očitiji primjeri medijske koncentracije, dok rigorozniji standardi Europe rezultiraju novim naporima u dodatnoj regulaciji ovog područja. U skladu s novim regulativama, novinarske su udruge u Srbiji kao osnovne ciljeve Strategije razvoja sistema javnog informiranja u Republici Srbiji do 2025. godine predložile upravo rad

na medijskom pluralizmu, koncentraciji, transparentnosti vlasništva i dovršavanju privatizacije.

Zaključak

Medijska koncentracija važan je segment europske medijske politike koja Crnoj Gori i Srbiji, zemljama koje su u procesu pridruživanja Europskoj uniji i članice Vijeća Europe, predstavlja vodič za dostizanje medijskog pluralizma. Europska regulativa zbog svojih strateških interesa nije bila dosljedna u području medijske koncentracije, što značajno utječe na kontinuitet rješavanja ovog fenomena. Također, suočena sa sve ozbiljnijim primjerima medijskog monopola i državnog kontroliranja medija, Europa je uslijed demokratskog deficita bila prisiljena učiniti standarde medijskog pluralizma što preciznijima i rigoroznijima. Međutim, usvajanje je tih standarda problematično u analiziranim zemljama.

U Crnoj Gori i Srbiji istovremeno se odvijaju dvije tendencije. Jedna je težnja za usklađenjem s europskom regulativom u kojoj se potiče medijski pluralizam i usvajaju progresivniji mehanizmi nadzora nad medijskim tržištem. Druga je svjesno odmicanje od reguliranja „sivih zona“ medijske koncentracije, poput jasne identifikacije vlasnika medija i kriterija javnog financiranja. Nuspojave teškog balansiranja između dviju suprotstavljenih tendencija jesu koncentrirano medijsko vlasništvo, djelovanje medijskih mogula, netransparentnost državne potpore i snažan politički pritisak na uređivačku politiku, koji postoji i u Crnoj Gori i u Srbiji.

Indikativna je neusklađenost između normativnog okvira i medijske prakse. Pitanje koje se logično postavlja jest imaju li institucije u spomenutim zemljama demokratski kapacitet da se nose s novim standardima, odnosno, jesu li europski kriteriji primjenjeni zemljama postkomunističke tradicije. Kako smo i prethodno naglasili, riječ je o državama koje imaju povijest autoritarnoga političkog ambijenta, gdje je snažan državni pritisak na medije bio osnovni mehanizam održavanja legitimiteta. Kad su politički režimi promijenjeni, a novi institucionalni mehanizmi predstavljeni, postkomunističke države imale su problem s brzim prilagođavanjem novim okolnostima. Europski standardi stoga moraju locirati najosjetljivija područja medijskog tržišta u postkomunističkoj regiji te se prilagoditi deficitima i potrebama tih zemalja.

U radu smo pokazali kako posebnu pažnju treba obratiti na regulaciju koncentracije u svim vrstama medija (ne samo elektroničkim), ograničenje i regulaciju financiranja medija iz javnih fondova (osobito državne potpore), dodatnu regulaciju i dosljednu primjenu načela o uredničkoj neovisnosti u odnosu na medijske vlasnike. Europska inicijativa mora biti praćena spremnošću institucija, novinara/ki i nevladinog sektora

na koordinirano rješavanje spomenutih problema. U suprotnom, europski standardi mogli bi postati prostor za manevriranje medijskih mogula, koji prilagođavanjem pravilima izbjegavaju pravnu odgovornost, ali ostaju društveno neodgovorni.

BILJEŠKE

- ¹ CM/Rec 2011; CM/REC 2012/1; CM/REC 2012/3; CM/REC 2015/6; CM/REC 2016/1; CM/REC 2016/4; CM/REC 2016/5.
- ² Diverzitet i medijska diverzifikacija nisu sinonimi u ovom kontekstu.
- ³ Koja je preporučila nužan „aktivniji pristup” europskih institucija: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf>, posjećeno: 17. veljače 2019. godine.
- ⁴ Zakon o elektronskim medijima iz 2010. godine je zamijenio Zakon o radio-difuziji iz 2002. godine; Smokvina et al., 2017: 25.
- ⁵ (“Sl. list RCG”, br. 46/2010, 40/2011 - dr. zakon, 53/2011, 6/2013, 55/2016, 92/2017 i 82/2020 - dr. zakon).
- ⁶ Usp.: Prema hrvatskom Zakonu o elektroničkim medijima, riječ je o nedopuštenoj koncentraciji u kapitalu drugog nakladnika (Hrvatski sabor, 2013).
- ⁷ Dva kanala Javnog servisa RTCG 1 i RTCG 2, TV Vijesti, TV Prva i Nova TV.
- ⁸ Crno-bijela strelica označava promjene u strukturi.
- ⁹ Vidi str. 16.
- ¹⁰ https://www.paragraf.me/nacrti_i_predlozi/nacrt-zakona-o-izmjenama-i-dopunama-zakona-o-nacionalnomjavnom-emiteru.pdf, posjećeno: 20. veljače 2019. godine.
- ¹¹ Grafikon je napravljen na osnovu prikaza BIRN-ovog prikaza Medijskog vlasništva u Srbiji, <https://serbia.mom-rsf.org/rs/mediji/tv/>, posjećeno: 27. veljače 2019. godine i Rješenja REM-a br. 05-2458/18.
- ¹² Vidi str. 13.
- ¹³ (Sl. glasnik RS, br. 83/2014).
- ¹⁴ (Sl. glasnik RS, br. 83/2014, 58/2015).
- ¹⁵ Vidi: <https://www.osce.org/sr/serbia/78415?download=true>, str. 5.
- ¹⁶ Vidi: <http://mcvojvodine.org/wp-content/uploads/2018/06/PRILOZI-ZA-IZRADU-STRATEGIJE-RAZVOJASISTEMA-JAVNOG-INFORMISANJA-DO-2023-GODINE.pdf>, str. 5, posjećeno: 20. veljače 2019. godine.

LITERATURA

Brkić, D. (2015) “Izveštaj o integritetu medija: vlasništvo medija i finansiranje u Crnoj Gori; Slabo sprovođenje propisa i upornost kontrole medija”, *Medijska opservatorija za Jugoistočnu Evropu*.

- Dobek-Ostrowska, B. (2019) "How the media systems work in Central and Eastern Europe", 259–279. U: E. **Polońska** i C. **Beckett**, Charlie (ur.): *Public service broadcasting and media systems in troubled European democracies*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Furnemont, J. i S. Trpevska (2020) *Pluralism of Media Ownership in the New Media Environment: a Study for the Agency for Audio and Audiovisual Media Services*. Council of Europe.
- Gálik, M. (2010) *Regulating Media Concentration within the Council of Europe and the European Union*. Central European University Press.
- Hadland, A. i S. I. Zhang (2012) "The "paradox of commercialization" and its impact on media-state relations in China and South Africa", *Chinese Journal of Communication*, 5 (3), 316–335.
- Karppinen, K. (2015) "The limits of empirical indicators: Media pluralism as an essentially contested concept", 287–296. U: P. Valcke, M. Sükösd i R. G. Picard (ur.): *Media pluralism and diversity: Concept, Risk and Global Trends*. London: Palgrave Macmillan.
- Klimkiewicz, B. (ur.) (2010) *Media freedom and pluralism: media policy challenges in the enlarged Europe*. Central European University Press.
- Komorek, E. (2009) "The European Commission's Three-Step Approach to Media Pluralism-A Conduit for the Protection of Freedom of Expression in the European Union", *Amsterdam LF*, 2, 49.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. i J. Cook (2017) "Beyond misinformation: Understanding and coping with the "post-truth" era", *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6 (4), 353–369.
- Matić, J. (2018) "Medijska politika vlasti SNS-a u Srbiji 2014-2018. godine", 39–53. U: D. Pralica (ur.): *MEDIJI Balkana : zbornik u čast prof. dr Dubravki Valić Nedeljković*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Matić, J. (2012) *Medijske slobode Srbije u evropskom ogledalu-izveštaj baziran na Indikatorima Saveta Evrope za medije u demokratiji*. Beograd: Asocijacija nezavisnih elektronskih medija-ANEM.
- Meier, W. A. i J. Trappel (1998) "Media concentration and the public interest", 38–59. U: D. McQuail, K. Siune (ur.): *Media Policy. Convergence, Concentration and Commerce*. SAGE Publications Ltd.
- Milutinović, I. (2017) "Media ownership and democratic capacity of transitional society: The case of Serbia", *European Journal of Communication*, 32 (4), 367–380.

- Milutinović, I. (2018) “Contradictions of the European media policy”, *CM: Communication and Media*, 13 (42), 105–132.
- Noam, E. M. (ur.) (2016) *Who owns the world's media? media concentration and ownership around the world*. Oxford University Press.
- Ognjanov, G. (2017) “Ekonomija medija i medijska regulativa u Srbiji”. U: M. Jakšić, A. Praščević i G. Ognjanov (ur.): *Strukturne reforme i uloga regulatornih tela u Srbiji*. Beograd: Ekonomski fakultet u Beogradu.
- Peil, C. i S. Sparviero (2017) “Media convergence meets deconvergence”, 3–30. U: S. Sparviero, C. Peil, G. Balbi (ur.): *Media convergence and deconvergence. Global Transformations in Media and Communication Research - A Palgrave and IAMCR Series* Palgrave Macmillan, Cham. doi: 10.1007/978-3-319-51289-1_1.
- Peruško, Z. i H. Popović (2008) “Media concentration trends in Central and Eastern Europe”, 165–189. U: K. Jakubowicz i M. Sükösd (ur.): *Finding the right place on the map: Central and Eastern European media change in a global perspective*. Bristol, UK; Chicago, SAD: Intellect.
- Polyakova, A. i N. Fligstein (2016) “Is European integration causing Europe to become more nationalist? Evidence from the 2007–9 financial crisis”, *Journal of European Public Policy*, 23 (1), 60–83.
- Prat, A. (2015) “Media capture and media power”, 669–686. U: *Handbook of Media Economics*, Vol. 1. North-Holland.
- Raeijmaekers, D. i P. Maesele (2015) “Media, pluralism and democracy: what’s in a name?”, *Media, Culture & Society*, 37 (7), 1042–1059.
- Sjøvaag, H. (2016) “Media diversity and the global superplayers: operationalising pluralism for a digital media market”, *Journal of Media Business Studies*, 13 (3), 170–186.
- Štětka, V. (2013) “Media ownership and commercial pressures. Final Report for the Pillar 1 of the project Media and Democracy in Central and Eastern Europe”. *Media and Democracy in Central and Eastern Europe in a Comparative Context’ at the European Studies Centre*. Oxford: St. Antony’s College, University of Oxford.
- Valcke, P. (2011) “A European risk barometer for media pluralism: why assess damage when you can map risk?”, *Journal of Information Policy*, 1, 185–216.
- Valcke, P., Sükösd, M. i R. Picard (ur.) (2015) *Media pluralism and diversity: concepts, risks and global trends*. London: Palgrave Macmillan.

- Valić-Nedeljković, D. (2012) “Transformacija državocentrične Radio televizije Novi Sad u javni servis Vojvodine”, 35. U: R. Veljanovski (ur.): *Radio-difuzija u Srbiji – sadašnjost i budućnost*. Beograd: Čigoja štampa.
- Vuković, D. (2017) *Media pluralism monitor (2016): Monitoring risks for media pluralism in EU and beyond: country report Montenegro*. Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF).
- Ward, D. (ur.) (2016) *The European Union and the culture industries: Regulation and the public interest*. Routledge.
- Wasko, J. (2014) “The study of the political economy of the media in the twenty-first century”, *International Journal of Media & Cultural Politics*, 10 (3), 259–271.
- Zakaria, F. (1997) “The rise of illiberal democracy”, *Foreign Aff.*, 76, 22.
- Zestos, G. K. (2015) *The global financial crisis: from US subprime mortgages to European sovereign debt*. Routledge.

Mrežni izvori

- Agencija za elektronske medije Crne Gore (2018) *Pregled podataka o transparentnosti vlasništva pružalaca AVM usluga u Crnoj Gori*, <http://aemcg.org/wp-content/uploads/2018/05/Pregled-podataka-o-transparentnosti-vlasni%C5%A1tva-pru%C5%BEalaca-AVM-usluga-za-2017.-godinu.pdf>.
- Agencija za elektronske medije Crne Gore (2019) *Pregled sopstvene produkcije nacionalnih TV emitera u Crnoj Gori*, <https://aemcg.org/obavjestenje/izvjestaji-o-monitoringu/>.
- Agencija za elektronske medije Crne Gore (2013) *Zaključak u predmetu utvrđivanja postojanja nedozvoljene medijske koncentracije zbog unakrsnog vlasništva fizičkih lica*, <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2018/06/Zaklju%C4%8dak-o-obustavljanju-postupka-protiv-emitera-TV-Vijesti.pdf>.
- Balkan Investigative Reporting Network-BIRN (2017) *Media Ownership Monitor Serbia*, <https://serbia.mom-rsf.org/rs/sadrzaj/pravni-sistem/>.
- Balkan Investigative Reporting Network-BIRN (2019) *Media Ownership Monitor Serbia*: <http://serbia.mom-rsf.org/rs/mediji/>.
- Balkan Investigative Reporting Network-BIRN (2019) *Podaci o udjelu medija u Srbiji*, <https://serbia.mom-rsf.org/en/media/>.
- Brogi, E., Nenadic, I., Parcu, P. L. i M. V. de Azevedo Cunha (2018) *Monitoring*

- Media Pluralism in Europe Report: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey*. 2018 Policy Report. European University Institute, Center for Media Pluralism and Media Freedom, Robert Schuman Centre for Advanced Studies. http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/60773/CMPF_PolicyReport2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Cappello M. (ur.) (2020) *Media pluralism and competition issues*. IRIS Special. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, <https://rm.coe.int/iris-special-1-2020en-media-pluralism-and-competition-issues/1680a08455>.
- Council of Europe (2009) *Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue*, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d1bd1.
- Council of Europe (2018) *Guidelines on Media Pluralism and Transparency of Media Ownership*, https://www.epra.org/news_items/council-of-europe-issues-guidelines-on-mediapluralism-and-transparency-of-media-ownership.
- Council of Europe (2007) *Recommendation CM/Rec(2007)15 of the Committee of Ministers to member states on measures concerning media coverage of election campaigns*, [https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/Reference%20texts/CoE%20-%20Media%20Freedom%20and%20Pluralism/REF%20COE-CM-Rec\(2007\)15.pdf](https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/Reference%20texts/CoE%20-%20Media%20Freedom%20and%20Pluralism/REF%20COE-CM-Rec(2007)15.pdf).
- Council of Europe (2018) *Recommendation CM/Rec (2018/2) of the Committee of Ministers on media pluralism and transparency of media ownership*, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e13.
- European Commission (2007) *Media pluralism in the Member States of the European Union*, http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf.
- European Commission (2013) *Green Paper*, Green Paper “Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values” | Shaping Europe’s digital future (europa.eu).
- European Commission (2014) *Council conclusions on European Audiovisual Policy in the Digital Era*, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/council-conclusions-european-audiovisual-policy-digital-era>.
- European Commission (2019a) *COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT: Montenegro 2019 Report*, <https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/20190529-montenegro-report.pdf>.

- European Commission (2019b) *COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT: Serbia 2019 Report*, <https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/20190529-serbia-report.pdf>.
- European Parliament (2013) *European Parliament resolution of 21 May 2013 on the EU Charter: standard settings for media freedom across the EU (2011/2246(INI))*, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-7-2013-0203_EN.html.
- European Parliament (2016) *A Comparative Analysis of Media Freedom and Pluralism in the EU Member States*, https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU%282016%29571376.
- Europski parlament (2018) *Rezolucija Europskog parlamenta od 3. svibnja 2018. o medijskom pluralizmu i slobodi medija u Europskoj uniji (2017/2209(INI))*, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0204_HR.html.
- Furnemont, J. F. i S. Trpevska (2020) *Pluralism of Media Ownership in the New Media Environment: A Study for the Agency for Audio and Audiovisual Media Services*. Europska Unija, Vijeće Europe, <https://rm.coe.int/hf37-study-media-ownership-eng/16809f0272>.
- General Principles of the AVMSD*. European Commission, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/general-principles>.
- Glavaš, D. (2018) *NACRT ZAKONA O MEDIJIMA. Pravno mišljenje i komentari*. Organization for Security and Co-operation in Europe, Mission to Montenegro, <https://www.osce.org/me/representative-on-freedom-of-media/403655?download=true>.
- Hrvatski sabor (2013) *Zakon o elektroničkim medijima*. NN 153/09, 84/11, 94/13, 136/13, <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima>.
- Kerševan Smokvina, T. (ur.) (2017) *Analiza medijskog sektora u Crnoj Gori sa preporukama za usklađivanje sa standardima Vijeća Europe i Europske unije*. Europska unija, Vijeće Europe: <https://rm.coe.int/analiza-medijskog-sektora-u-crnoj-gorisa/16807b4d7d>.
- Magazini*. Color Press Group, <http://www.color.rs/cmi/magazini.html>.
- Matić, J. i D. Valić Nedeljković. *Serbia*. Media observatory, <http://mediaobservatory.net/sites/default/files/serbia.pdf>.
- Miladinović. A. (2018) *Ko su vlasnici nacionalnih TV frekvencija u Srbiji*. BBC, <https://www.bbc.com/serbian/lat/srbija46455534>.
- N1 Srbija, <https://rs.n1info.com/>.
- NUNS (2015) *TV Pink izmirio milionski dug za porez*, <http://www.nuns.rs/info/news/23267/tv-pink-izmiriomilionski-dug-za-porez.html>.

- Odluke o statusnim promenama/promenama vlasničke strukture.* REM Regulatorno tijelo za elektroničke medije Srbije, <http://www.rem.rs/sr-lat/odluke/odluke-o-statusnim-promenama-promenama-vlasnicke-strukture>.
- Organization for Security and Co-operation in Europe OSCE (2013) *Finalna verzija Strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine*. <https://www.osce.org/sr/serbia/88325>
- Parliamentary Assembly (2008) *Resolution 1636 Indicators for Media in Democracy*. Council of Europe, <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-DocDetails-en.asp?FileId=17684>.
- Prilozi za izradu Strategije razvoja sistema javnog informiranja do 2023. godine u Srbiji*,
https://transformator.bos.rs/vesti/563/prilozi-za-izradu-nove-medijske-strategije-srbije-do-2023_-godine.html
- Nacrt strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine*. Radna grupa za izradu nacrtu medijske strategije, <https://www.osce.org/files/f/documents/7/0/78415.pdf>
- Ranković, J. (2019) *Serbia – Media Landscape*. European Journalism Centre, <https://medialandscapes.org/country/pdf/serbia>.
- Reding, V. (2005) “Better regulation for Europe’s media industry: the Commission’s approach”. *Audiovisual Conference – Between Culture and Commerce*. Europska unija, Liverpool, 25. rujna 20005. http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-05-532_en.htm?locale=FR.
- Reding, V. (2009) *II International meeting: “Regulation in a convergent environment”*, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_09_551.
- Savjet Agencije za elektronske medije (2012) *Pravilnik o uslovima za određivanje programskih sadržaja koji se smatraju sopstvenom produkcijom*. Podaci.net, http://www.podaci.net/_gCGO/propis/Pravilnik_o_uslovima/P-uopsss04v1211.html.
- Štetin-Lakić, J. (2018) *Kopernikanski obrt: Država se preko Prve i O2 vraća u vlasništvo medija?*. RS.N1INFO, <http://rs.n1info.com/Vesti/a441613/Drzava-se-preko-Prve-i-O2-vraca-u-medije.html>.
- Teofilović, I., Zahirović, T., Stojanović, M. i D. Popović (2018) *Sloboda izražavanja i medijske slobode u Srbiji u procesu EU integracija*. Građanska inicijativa, <https://www.gradjanske.org/wp-content/uploads/2018/12/Slobodaizra%C5%BEavanja-i-medijske-slobode-u-Srbiji-u-procesu-EU-integracija.pdf>.

- Uljarević, D. (2017) *Jednake šanse za sve medije u Crnoj Gori: godišnji izvještaj za 2016*. Podgorica: Centar za građansko obrazovanje. <http://media.cgocce.org/2017/06/Jednake-sanse-za-sve-medije.pdf>.
- Valcke et al. (2009) *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach*. K.U.Leuven – ICRI, Jönköping International Business School – MMTC, Central European University – CMCS, Ernst & Young Consultancy Belgium, https://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/pfr_report.pdf.
- Vijeće Europe (2013) *Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama (AVMSD 2010/13/EU)*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=celex:32010L0013>.
- Više - Freiberga, V., Däubler Gmelin, H., Hammersley, B. i L. M. P. P. Maduro (2013) *A free and pluralistic media to sustain European democracy: The Report of the High Level Group on Media Freedom and Pluralism*. European Commission, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digitalagenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf>.
- Vlada Republike Srbije (2016) *Strategija razvoja sistema javnog informisanja do 2016. godine u Srbiji*, Microsoft Word - Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Sr_1.doc (osce.org).
- Vlada Republike Srbije (2020) *Strategija razvoja sistema javnog informiranja u Republici Srbiji 2020–2025. godina*. Ministarstvo kulture Republike Srbije, Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period od 2020 do 2025. (kultura.gov.rs).
- Vučić, M. (2018) *Ofšor firma sa Kipra kupuje TV Prvu i O2*. Raskrinkavanje, <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=327>.
- Zakon o elektronskim medijima Crne Gore. *Službeni list Crne Gore*, br. 46/2010, 40/2011 - dr. zakon, 53/2011, 6/2013, 55/2016, 92/2017 i 82/2020 - dr. zakon, <https://www.paragraf.me/propisi-crnegore/zakon-o-medijima.html>.
- Zakon o elektronskim medijima Republike Srbije. *Službeni list glasnik Republike Srbije*, br. 83/2014 i 6/2016 - dr. zakon, https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_elektronskim_medijima.html.
- Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore. *Službeni list Crne Gore*, br.079/08, 045/12, 043/16 i 054/16), https://www.paragraf.me/nacrti_i_predlozi/nacrt-zakona-o-izmjenama-i-dopunamazakona-o-nacionalnom-javnom-emiteru.pdf.

Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore. *Službeni list Crne Gore*, br. 079/08 od 23.12.2008, 045/12 od 17.08.2012, 043/16 od 20.07.2016, 054/16 od 15.08.2016, <http://www.hracion.org/wp-content/uploads/Zakon-o-nacionalnom-javnomemiteru-Radio-i-Televizija-Crne-Gore.pdf>.

Consistency of the European Media Policy: Media Concentration in Montenegro and Serbia

Jovana Davidović

SUMMARY

The long-standing efforts of the Council of Europe and the European Union to prevent monopoly in the media market have failed to fully resolve the issue of media concentration. This paper aims to examine the consistency of the European media policy in eliminating media consolidation. It also analyses the suitability of European standards for two post-communist countries, Montenegro and Serbia, for which media pluralism is required as one of the priorities for EU accession. The analysis demonstrated inconsistency in European media policy. More precisely, the discontinuity has been caused by the tension between the neoliberal paradigm and democratic pluralism, competitiveness with the US media market, sudden technological development, and the global financial crisis of 2008. The results further indicate that Montenegro and Serbia have harmonized their media legislation with European regulations. However, both countries still have profound problems with media concentration, especially in the domain of media ownership, public media funding, and political influence. The results of this paper provide implications for the analysis of European media policies and the media environment of post-communist countries, which have not entirely renounced the legacy of personalized systems.

Keywords: media concentration, European media policy, media pluralism, Montenegro, the Republic of Serbia