Prefaþã la ediþia originalã

Acest volum reprezintã o încercare de a identifica structurile de proprietate ºi efectele lor asupra pluralismului si independenþei în mass media din þãrile Europei de sud est, precum ºi în þãrile membre ale UE, din Europa Centralã si de Est. Cele optsprezece rapoarte de þarã reprezintã rezultatul unui proiect realizat de South East European Network for the Professionalization of the Media (SEENPM), care s-a derulat din iulie 2003 pâna în iunie 2004. Proiectul a fost coordonat de Peace Institute din Ljubljana, organizaþie membã a SEENPM.

Proiectul ºi-a propus sã studieze structurile de proprietate în aceste þãri, punând accent pe cadrul legislativ ºi mecanismele lui de implementare, pe privatizare, pe structura principalelor tipuri de proprietate si pe impactul lor asupra pluralismului si independenþei în mass media.

Intre octombrie 2003 si februarie 2004, optsprezece cercetãtori si jurnaliºti din Albania, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Cehia, Croatia, Estonia, Kosovo/a, Letonia, Lituania, Macedonia, Republica Moldova, Polonia, România, Serbia, Slovacia ºi Slovenia, au adunat si analizat informaþii relevante. Prin urmare rapoartele se refera la situaþia de la sfârºitul anului 2003 ºi începutul lui 2004. Tinând cont de faptul cã piaþa de media în aceste þãri este deosebit de dinamicã, ºi cã structurile de proprietate si numarul de titluri se modificã zilnic, iar legislaþia de media este ºi ea supusã unor frecvente schimbãri, în mod inevitabil, anumite informaþii cuprinse în aceste rapoarte vor fi depãºite la data publicãrii volumului. Acest lucru însã nu afectează în mod esenþial structrurile care guvernează funcþionarea pieþei de media, comportamentul proprietarilor sau al celor care reglementează piaþa, sau influenþa lor asupra pluralismului ºi independenþei mass media descrise în aceste rapoarte.

În ciuda utilizării unei metodologii unitare, există deosebiri inevitabile între aceste rapoarte. În primul rând, autorii au avut libertatea de a pune accent pe acele aspecte care caracterizează cel mai bine situaþia din þările lor. În al doilea rând, lipsa informaþiilor sau a transparenþei în ceea ce priveºte proprietatea de media în anumite þări, a avut drept rezultat o selectare ºi o structurare diferită a informaþiilor.

În cele din urmă, deºi pãrþi componente ale aceluiaºi stat, Serbia, Muntenegru ºi Kosovo/a au necesitat rapoarte separate, atât din cauza situaþiei post conflictuale ºi a protectoratului internaþional din Kosovo/a, cât ºi din pricina sistemelor media cu totul separate. Open Society Institute Network Media Program, the Guardian Foundation ºi FRESTA Program al Guvernului danez au fãcut posibilã derularea acestui program, alãturi de centrele ºi institutele media ce fac parte din South East European Network for the Professionalization of the Media. Acestora li se adaugã universitati sau fundaþii naþionale ale Open Society Institute din þările respective.

Lista instituþiilor ºi a raportorilor care au participat la realizarea acestui proiect:

Þara	Instituþia	Raportor
Albania	Albanian Media Institute - Tirana	Ilda Londo
Bosnia Herzegovina	Media Center - Sarajevo	Tarik Jusić
Bulgaria	Media Development Center	Velislava Stoianova Popova
Cehia	Open Society Foundation - Praga	Milan Šmid
Croaþia	International Center for Education of Journalists - Opatija	Stjepan Malović
Estonia	Media Center	Taivo Paju
Kosovo	Kosova Foundation for Open Society	Isuf Berisha
Letonia	Media Cente	Anita Kehre, Ilze Nagla

Lituania	Journalism Center	Audrone Nugarite
Macedonia	Macedonian Institute for the Media	Sneźana Trpevska
Moldova	Independent Journalism Center - Chiºinău	Tamara Cărăuº
Muntenegru	Montenegro Media Institute - Podgorica	Mladen Zadrima
Polonia	Institute for Journalism and Social Communication - Cracovia	Beata Klimkiewicz
Romania	Centrul pentru Jurnalism Independent - Bucuresti	Manuela Preoteasa
Serbia	Media Center - Belgrad	Dragan Đjoković
Slovacia	Center for Independent Journalism - Bratislava	Gabriel Šipoš
Slovenia	Peace Institute - Ljubljana	Sandra B. Hrvatin, Lenart J. Kučić
Ungaria	Center for Independent Journalism - Budapesta	Mihálz Gálik

Proiectul a beneficiat de contribuþia unui consiliu consultativ din care au fãcut parte: Poul Erik Nielsen, Universitatea din Aarhus, Ian Wright ºi Mark Milner, The Guardian, Algirdas Lipstas, Open Society Institute si Sandra B. Hrvatin, Universitatea din Ljubljana si Peace Institute. Brankica Petkovic, Sandra B. Hrvatin, Lenart J. Kucic, Olga Vukovic, Soren Kougart si Neva Nahtigal au fãcut parte din echipa de la Peace Institute care a condus acest proiect. Rapoartele din acest volum si efortul investit in realizarea si prezentarea lor s-au nãscut din convingerea cã structurile proprietãþii influenþeazã din ce în ce mai mult legãtura dintre mass media, interesul public ºi drepturile cetãþeneºti.

CUPRINS

Prefaþa la editia originala	iv.
Introducere - Sandra B. Hrvatin, Brankica Petkovic	1
România - Manuela Preoteasa	29
Republica Moldova - Tamara Cãrãuº	55

1. INTRODUCERE

(Sandra B. Hrvatin, Brankica Petkovic)

Noam Chosmky obiºnuia sã repete, ca o concluzie foarte simplã, cã nu e nevoie de nici o teorie a conspiraþiei ca sã analizezi deviaþiile presei din þãrile occidentale. O mânã de persoane ºi de corporaþii care deþin astãzi proprietatea asupra majoritãþii media ºi-au dobândit posesiunile sprijinind pe faþã elitele politice din þãrile în care funcþionează operaþiunile lor de presã. Când, cu ani în urmã, Chomsky a fost întrebat cum controlează elitele corporatiste media, a răspuns: "Este ca ºi cum ai întreba cum controlează elitele corporatiste General Motors. Nu trebuie sã le controleze. Le deþin." (citat de Halimi, 2002: 41-2)[1].

Pentru a putea analiza proprietatea de media ºi concentrarea de media ce rezultã din aceasta, trebuie sã ºtii sã pui întrebãrile corecte. Concentrarea de media, în sine, nu este un fenomen exclusiv al societãþilor contemporane, dar una dintre noile sale trãsãturi este legãtura "aproape incestuoasã dintre politicã ºi presã". Politicienii fac uz (ºi abuz) de media pentru atingerea propriilor scopuri politice. În ziua de azi pare aproape imposibil sã te menþii la putere fãrã sprijinul presei. Pe de altã parte, proprietarii de media îºi folosesc operaþiunile de presã pentru a-ºi promova ºi disemina propriile pãreri politice ºi exploatează politicienii pentru a-ºi atinge propriile scopuri (corporatiste). Rãspunzând întrebãrii "cine deþine media" răspundem, în egalã măsurã, la întrebarea "cine þine frâiele puterii".

Relaþia reciprocã dintre media, capitalul politic ºi cel economic (uneori în mâinile uneia ºi aceleiaºi persoane) este o trãsãturã comunã statelor din Uniunea Europeanã, ca ºi celor 18 þări analizate de prezentul studiu. Volumul reprezintã o încercare de a identifica unele dintre trãsãturile fundamentale ale pieþelor de media din þările post-socialiste din zonele centralã, de est ºi sud-est ale Europei (inclusiv noii membri ai UE) ºi de a le plasa în contextul unei dezbateri, ce durează deja de peste un deceniu, pe tema concentrării de media din Europa. El furnizează o vedere generalã a "tranziþiei" în domeniul media, a metodelor de privatizare, a cadrului legislativ, a stadiului actual al pieþelor de media, a celor mai mari proprietari de pe aceste pieþe ºi a legãturilor, oficiale sau nu, ale acestora cu politica. Încã ºi mai important, el scoate în evidenþã efectele concentrării de media asupra independenþei presei.

În procesul de transformare a sistemelor media, þările post-socialiste au avut nevoie de "standarde europene" clare în ceea ce priveºte restricþiile impuse concentrării, protejarea pluralismului media, libertatea jurnalisticã ºi independenþa presei. Astfel, ele s-au orientat către soluþiile ºi modelele utilizate în democraþiile europene consolidate. Dar care este, în realitate, "punctul de vedere european" în aceste chestiuni? Care este punctul de vedere al Parlamentului European (PE), al Comisiei Europene (CE) ºi al Consiliului Europei? Se constatã cã aceste trei instituþii au douã abordări diferite.

Problema concentrării de media a scos la luminã diferenþele de opinii ºi interese dintre PE ºi CE. La începutul anilor 1990, PE a emis pentru prima oarã anumite condiþii în ceea ce

privește concentrarea de media. Această mișcare a fost urmată de redactarea a două proiecte de directive, de consultări largi și un număr de dezbateri publice, dublate de un lobby intens din partea industriei de media. În cele din urmă, în 1997, CE a trebuit să-și recunoască eșecul acestei politici.

În Rezoluția asupra preluărilor și fuzionărilor din media, din 1990, PE a subliniat în mod explicit că "restricțiile în ceea ce privește concentrarea sunt esențiale în sectorul media, nu numai din rațiuni economice, ci și, mai presus de orice, ca un mijloc de a garanta varietatea surselor de informație și libertatea presei". Această poziție a fost cofirmată de o altă rezoluție, în 1994, în care Parlamentul cerea Comisiei Europene să propună o directivă care să reglementeze atât structura de proprietate, cât și conținutul industriei la nivel pan-european. PE considerã pluralismul presei "un element esențial în construcția Uniunii Europene, în conformitate cu cerințele democrației (PE, 1994: §N). În opinia PE, consolidarea competitivității presei europene ar trebui să fie însoțită de consolidarea pluralismului economic și cultural în acest domeniu. PE a subliniat în repetate rânduri că această concentrare de media poate afecta libertatea de exprimare, atât pe cea a presei, cât și pe cea a persoanei. Parlamentul a atenționat, încă o dată, Comisia în această chestiune în aprilie 2004, când a publicat raportul referitor la riscurile de violare a libertății de exprimare și informare existente în UE și în special în Italia. Raportul, care descrie nivelul pluralismului de media în opt țări, cu un accent deosebit asupra situației dramatice din Italia, a fost elaborat de către Comisia pentru Drepturi și Libertăți cetățenești, Justiție și Afaceri Interne a Parlamentului European. El a provocat dezbateri aprinse în Parlament, pe data de 21 aprilie 2004, care s-au încheiat cu apelul făcut CE de a elabora proiectul unei directive pentru protejarea pluralismului media în Europa.

În acest domeniu există standarde și ele nu sunt specifice Europei, ci universale. Articolul 10 al Convenției Europene a Drepturilor Omului garantează libertatea de exprimare și informare, cu respectul cuvenit principiului independenței media. Prevederi asupra pluralismului media sunt conținute și în Protocolul Adițional la Convenția privind televiziunea transfrontalieră. Articolul 11, paragraful 2 al Cartei Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene (2000/C 364/01) stipulează:"libertatea și pluralismul media trebuie să fie respectate". Recomandarea No, R(99)1 a Comitetului de Ministri a Consiliului Europei către statele member referitoare la Măsuri de promovare a pluralismului media recomanda ca "statele membre trebuie să aibă în vedere introducerea unei legislații menite să prevină sau să contracareze concentrarea care poate periclita pluralismul media la nivel național, regional și local".

Libertatea de exprimare este un drept fundamental al fiecărei persoane. Ea nu cunoaște nici o limitare geografică. Ea "aparține" în același timp tuturor cetățenilor statelor membre UE, ca și cetățenilor altor state. Nu există democrație fără libertatea de exprimare sau fără o presă liberă.

De ce este necesar să reglementăm proprietatea de media? De ce trebuie instaurate anumite restricții? Proprietarii de media au, prin poziția lor, capacitatea să influențeze conținutul

media ºi simpla eventualitate cã ei vor alege sã transpunã în practicã aceastã capacitate justificã instituirea restricþiilor. Motivele lor pot sã fie politice, ideologice, personale sau comerciale, dar rezultatul este acelaºi. Proprietarii de media sunt aceia care dictează conþinutul articolelor de presã. În lucrarea sa "Les nouveaux chiens de garde", Serge Halimi se întreabã dacã este de imaginat o persoanã care sã cumpere un instrument care sã-i ofere posibilitãþi de influenþã ºi care sã rateze ºansa de a influenþa orientarea unui atare instrument (Halimi, 2002: 52). Un numãr redus de proprietari înseamnã o mai micã diversitate a conþinutului de media. Diversitatea proprietarilor este o pre-condiþie pentru diversitatea conþinutului, ceea ce înseamnã cã pluralismul presei poate fi garantat numai prin pluralismul proprietãþii. Concentrarea de media are impact nu numai asupra conþinutului, dar ºi asupra manierei de relatare din presã. Presa este copleºitã de jurnalism "servil" (Halimi) ºi orientat cãtre cerinþele pieþei (McManus), un jurnalism în care interesele proprietarului ºi cele ale publicitarului au prioritate în faþa intereselor cititorilor. Anumite tipuri de conþinut media sunt folosite numai ca o mascã pentru promovarea unor texte sponsorizate sau a unor articole publicitare. În acest caz, "cenzura este cu mult mai eficace, pentru cã interesele proprietarului coincid miraculos cu cele ale "informãrii"" (Halimi, 2002: 13). Jurnalismul de investigaþie, anchetele sunt din ce în ce mai rare. Proprietarii de media tind sã priveascã jurnaliºtii ca pe niºte piese ne-esenþiale în planul de cheltuieli, aºa cã preluãrile de media sunt adeseori însoþite de concedieri, micºorãri de salarii ºi ignorarea pe scarã largã a contractelor colective de muncã. Astãzi, independenþa – atât cea a presei, cât ºi cea a jurnaliºtilor – este în mâna proprietatilor de media, ºi odatã cu ea – ºi libertatea de exprimare a fiecãrei persoane.

Rapoartele adunate în acest volum analizează situaþia media în optsprezece þãri: Albania, Bosnia ºi Herzegovina, Bulgaria, Croaþia, Cehia, Estonia, Kosovo/a, Letonia, Lituania, Macedonia, Moldova, Muntenegru, Polonia, România, Serbia, Slovacia, Slovenia ºi Ungaria.

Multe dintre aceste rapoarte scot în evidenþã ameninþãrile la adresa pluralismului din partea concentrării de media, o problemã prezentã în toate þãrile europene. Pentru cei care considerã cã situaþia Europei occidentale nu este nici pe departe atât de proastã precum cea din þãrile post-socialiste, avem un mesaj foarte important: De te fabula narratur (Povestea vorbeºte despre tine).

2. LEGISLAÞIA – PROTECÞIE PENTRU INTERESELE STATULUI SAU ALE CETÃÞEANULUI?

După schimbarea regimurilor politice de la sfârºitul anilor 1980 ºi începutul anilor 1990, þãrile post-socialiste a trebuit sã-ºi schimbe legislaþia ºi sã înlocuiascã vechile legi restrictive în materie de media. O chestiune fundamentalã a fost aceea a trecerii cãtre noi proprietari a operaþiunilor de presã care aparþinuserã până atunci statului sau partidelor politice. Statul ºi partidele politice nu au fost niciodatã "proprietari de media" în sensul propriu-zis al cuvântului, pentru cã genul acesta de proprietate nu era unul bazat pe câºtigul de capital. Statul nu era

interesat în profit, ci exclusiv în controlul asupra conþinutului de media. În lumina acestui obiectiv, exercitarea drepturilor de proprietate a luat forma însuºirii dreptului la liberã informare. De aceea, pieþele de media din aceste þãri nu erau "pieþe" propriu-zise, aºa cum sunt cunoscute acestea în restul lumii. Legile pieþei erau dictate ºi controlate de stat, iar instrumentele folosite pentru aceasta mergeau de la stabilirea preþului pentru hârtia de ziar ºi al publicaþiilor pânã la stabilirea politicilor de distribuire ºi la monopolul asupra alocãrii licenþelor în audiovizual. Cifrele privind tirajele sau cele referitoare la numãrul aparatelor de radio ºi televiziune aveau numai valoare statisticã ºi erau folosite pentru a demonstra cã cetãþenii aveau acces la media (fie ºi numai la nivel declarativ).

În timp ce statul nu era interesat în câºtiguri comericale, câºtigul pe plan politic, adicã influenþa, constituia cu siguranþã centrul atenþiei autoritãþilor. În majoritatea acestor þãri, persoanelor fizice le era interzis sã fondeze organe de presã (în majoritatea cazurilor, ziarele erau supuse unui regim de licenþiere foarte strict); numirea editorilor era un mecanism proiectat sã asigure loialitatea politicã, iar în domeniul audiovizualului, radioul ºi televiziunea de stat deþineau un monopol extrem de puternic. Trebuie sã adãugãm acestei liste de obstacole restricþiile la adresa libertãþii de exprimare (în realitate, statul deþinea monopolul asupra exprimãrii publice), care erau aplicate prin intermediul diferitelor imixtiuni, oficiale sau informale, în procesul editorial. În practicã, cenzura era exercitatã prin mijlocirea unui sistem complicat de mãsuri care mergeau de la "interzicerea prin lege a ' propagandei duºmãnoase' ºi diseminarea 'ºtirilor care pot crea nelinişte în rândul populaþiei' pânã la ameninþãrile ideologice ºi ºantajul psihologic asupra jurnaliºtilor ºi celor ce se exprimau în public etc".

Ar fi fost de aºteptat ca schimbãrile în sistemul politic sã atragã dupã sine schimbãri rapide în legislaþia de media, dar realitatea a fost alta. Adoptarea unei noi legislaþii de media s-a dovedit a fi un proces anevoios ºi îndelungat ºi, încã ºi mai important, s-a vãdit cã legislatorii nu au o viziune asupra modului în care aceastã legislaþie trebuie sã arate. Acest lucru poate fi atribuit, în parte, factorilor istorici precum experienþa unei legislaþii restrictive, prin care sã fie reglementat orice aspect al organizãrii, funcþionãrii ºi conþinutului instituþiilor de presã, ca ºi rolul pe care presa (ca voce a societãþii civile), l-a jucat în schimbãrile politice. A existat, în fapt, o scurtã perioadã în care interesul public nu a mai fost în conflict cu interesul statului. Drept urmare, opinia conform cãreia nou dobândita libertate de exprimare nu trebuie limitatã prin legi restrictive a avut cîºtig de cauzã în majoritatea acestor þãri. S-au purtat dezbateri publice în jurul premizei cã legislaþia de media este complet inutilã, ceea ce ar însema cã presa trebuie sã fie lãsatã sã fie reglatã "liber" de o piaþã "neutrã" din punct de vedere politic ºi ideologic (aºa cum era vãzutã piaþa de media la acea vreme). De aceea, majoritatea acestor þãri au intervenit în sectorul media numai atunci când efectul forþelor active pe piaþã a devenit manifest. Din pãcate, aceastã intervenþie a venit uneori prea târziu.

Pendularea între aceºti doi poli, reglementarea strictã ºi dereglementarea totalã (liberalizarea) poate fi demonstratã de cãtre amendamentele repetate la legile existente. În

Bulgaria, de exemplu, Legea Audiovizualului din 1998 a fost amendatã de nouã ori - de douã ori în 1999, o datã în 2000, de trei ori în 2001, de douã ori în 2002 ºi o datã în 2003. Aceste intervenþii demonstreazã cu claritate dorinþa statului de a (re)stabili controlul asupra media. Croaþia a amendat legislaþia ei de presã de unsprezece ori în ultimii zece ani, numai legea privind serviciile publice de radio ºi televiziune fiind amendatã de opt ori. Actualul director al serviciilor publice de radio ºi televiziune, Hrvatska Radio Televizija (HRT), a asistat la trei modificãri ale legii în timpul mandatului sãu. Unele dintre acestea au modificat radical compoziþia consiliului de conducere al HRT, organismul suprem de conducere ºi supraveghere al instituþiei – acesta s-a schimbat dintr-un consiliul ai cãrui membri erau numiþi de partidele politice într-un organism format din persoane numite de diferite asociaþii civice (ca reprezentanþi ai interesului public), apoi într-un organism rezultat ca un compromis al intereselor politice reprezentate în Parlamentul croat. Pe de altã parte, Estonia a fost martora elaborãrii a patru proiecte de lege având ca subiect presa, dar nici unul nu a fost adoptat. Aceste proiecte au fost elaborate pornind de la diferite obiective – unele încercând sã defineascã ce trebuie sã facã presa, altele stabilind condiþii stricte asupra obiectivitãþii ºi reprezentãrii interesele diferitelor grupuri sociale. Deºi mediile din Estonia sunt reglementate (indirect) prin intermediul altor zece legi, numai Legea Audiovizualului (1994) se referã strict la domeniul media. Legea a fost adoptatã la doi ani dupã înfiinþarea majoritãþii instituþiilor de presã aflate în prezent pe piaþã ºi, asemenea legilor din alte þãri, a suferit multiple amendãri. Proiectul elaborat de Ministerul Culturii din Estonia în 1995, care propunea un mecanism de acordare a licenþelor pentru noile publicaþii cu proprietar strãin este doar un exemplu de încercare nereuºitã de a introduce noi legi în domeniul media. Opoziþia venitã din interiorul sectorului media a fost atât de puternicã încât proiectul nu a ajuns niciodatã la Parlament. În Moldova, Legea Presei adoptatã în 1994 a suferit opt procese de amendare. Multe dintre aceste schimbãri se refereau la reglementarea relaþiilor de proprietate. Legea moldoveneascã a Presei , ca ºi cea a Audiovizualului, nu includ conceptul de proprietar, ci folosesc termenul de fondator ºi co-fondator, ceea ce înseamnã cã aceste legi nu au deloc în vedere ideea de proprietate ºi concentrare de media. Din totalul de 17 amendamente, numai unul vizeazã direct chestiunea proprietãþii, interzicând proprietatea încruciºatã între operatorii de telecomunicaþii ºi cei din Audiovizual. Acest articol a fost ulterior invalidat de cãtre Curtea Constituþionalã, cu argumentul cã ar limita libertatea de exprimare. Capitolul al 12-lea al Legii Presei , intitulat “Finanþãri”, a fost amendat în patru rânduri (în 1995, 1998, 1999 ºi 2001). În virtutea primului amendament (1995), era permis sprijinul financiar furnizat de persoane fizice ºi juridice din afara þãrii. Cu toate acestea, amendamentul din 2001 interzice guvernelor altor þãri sã sprijine direct presa scrisã din Moldova, cu excepþia cazului în care un atare sprijin este reglementat prin acorduri colaterale. Iniþiativa legislativã a fost depusã de noua majoritate parlamentarã. Legea Audiovizualului (adoptatã în 1995) a fost amendatã de ºapte ori. Cele mai semnificative modificãri au fost cele din 1999, care stipulau cã 65 la sutã din programele de radio ºi televiziune trebuie sã fie în limba oficialã a statului.

Se poate argumenta cã, în multe cazuri, aceste numeroase amendamente aduse legislaþiei de media nu au avut o viziune clarã asupra efectelor pe care le vor produce. Dar unele dintre modificări au avut la bazã lipsa voinþei politice de a implementa legile existente, îngreunând ºi mai mult efortul de creare a unor condiþii favorabile funcþionării eficiente a instituþiilor responsabile de implementarea legilor.

Când vorbim de dificultãþile întâmpinate de aceste þări, nu trebuie sã trecem cu vederea faptul cã ele nu erau pregãtite sã înfrunte noile condiþii apãrute în urma schimbãrilor din sfera politicã ºi cã acest lucru a creat probleme suplimentare. Unele þări au îmbrãþiºat convingerea cã nu este nevoie de nici un fel de legi pentru presã, în timp ce în altele, legislaþia de media a devenit un amestec de prevederi ºi soluþii din þări europene "comparabile". Nici variile instituþii europene nu au fost mai bine pregãtite sã facã faþã acestei situaþii. Din perspectiva lor, þările post-socialiste apãreau ca un fel de "sistem estic" uniform. Cu toate cã majoritatea acestor þări aveau un trecut comun de socialism sau comunism, în practicã sistemele lor sociale erau radical diferite, cum diferite erau ºi sistemele de legi sau de media ºi, în ultimã instanþã, guvernele ºi ritmul democratizării presei. Ca urmare, modelele oferite acelor þări care cãutau "ajutor" în formularea noilor legi de media au fost de cele mai multe ori neadecvate. Am asistat, de fapt, la încercări de a transplanta în þările post-socialiste diferite soluþii individuale (sau legislaþii de media în întregul lor) folosite in statele membre ale UE. Dar aceste propuneri legislative erau neadecvate ºi, ºi mai grav, neadaptate nevoilor acestor þări.Cazul Albaniei este un exemplu tipic de o astfel de soluþie neadecvatã, un model care opereazã fãrã probleme în þara de origine, dar care poate cauza probleme în þara în care a fost transplantat. Legea albanezã a presei a fost adoptatã în 1993 ºi a fost pregãtitã cu ajutorul fundaþiei germane "Friedrich Ebert". A avut la bazã recomandãrile unor experþi independenþi ºi a luat drept model legea dintr-unul din landurile germane. Cu toate acestea, autorii acestei legi nu au luat în considerare dezvoltarea istoricã ºi trãsãturile specifice societãþii albaneze, în speþã un sistem media rudimentar, care fusese supus, în trecut, unui control absolut. A rezultat o lege pe care comunitatea de media (care a fost exclusã din procesul de elaborare a legii) a evaluat-o ca restrictivã. Aceastã lege a fost înlocuitã cu un nou text, în 1997, care includea doar o singurã prevedere generalã: "Presa scrisã este liberã. Libertatea presei este garantatã prin lege." În lumina acestor împrejurări, sunt lesne de înþeles cuvintele poetului ºi parlamentarului albanez Prec Zogaj, care spune cã presa din Albania s-a trezit în situaþia cã "existã libertate a presei, dar nu existã libertate" (Indexmedia, 2002 (1)39).

În contrast cu presa scrisã, care a fost aproape în întregime lãsatã în voia forþelor economiei de piaþã, sectorul audiovizual a continuat sã fie influenþat de cãtre stat. Multe dintre þările vizate de prezentul studiu au introdus autoritãþi speciale responsabile de alocarea licenþelor în spiritul interesului public ºi cu supervizarea staþiilor de radio ºi televiziune, în ceea ce priveºte respectarea legilor din domeniu. Problema este cã în multe þări aceste autoritãþi au fost create prea târziu, numai dupã ce un numãr de decizii importante fuseserã deja luate de cãtre stat. De

exemplu, până în 2000, când a fost înființată Comisia Lituaniană de Radio și Televiziune, sectorul audiovizual public din Lituania a fost strict reglementat, în contrast cu cel privat-comercial, care nu a fost supus aproape nici unei restricții. Până la instalarea Comisiei, majoritatea stațiilor de radio și televiziune au funcționat în baza certificatelor de înființare, care nu acopereau însă activitatea lor de bază – emisiile radio si TV. În Slovenia, din 1990 și până la adoptarea legii Mass media, în 1994, autoritatea națională responsabilă de frecvențele de emisie (Biroul de telecomunicații) a alocat licențe de emisie chiar dacă nu exista bază legală pentru această activitate. Eliberarea de licențe a început în 1993 ca un act de democratizare și sub presiunea opiniei publice și majoritatea licențelor au fost acordate unor posturi comerciale. Toate licențele importante, adică cele care acoperă cea mai mare parte a teritoriului, au fost distribuite înainte de adoptarea legii. De aceea, nou creatul Consiliu al Audiovizualului, care, în virtutea legii, este responsabil de acordarea licențelor, a moștenit un fond de frecvențe aproape epuizat, relații de proprietate haotice și concepte de programe lisite de validitate (sau chiar non-existente), deși licențele ar fi trebuit emise în baza lor. Cu alte cuvinte, legea a instituit o autoritate de reglementare care nu mai putea influența dezvoltarea pe viitor a sistemului audiovizual al țării.

Evident, aceste instituții aparent independente cu o largă autoritate, care merge de la acordarea licențelor, la adoptarea de hotărâri și supravegherea activităților operatorilor, se confruntă cu numeroase probleme. Modul în care sunt numiți membrii acestor organe – unul dintre criteriile de bază în evaluarea independenței lor – este doar unul dintre multele aspecte controversate. În Albania, cei șapte membri ai consiliului sunt confirmați de Parlament – un membru este recomandat de către șeful statului, ceilalți șase de către partidele politice (atât cel de guvernamânt, cât și de cele din opoziție). În Bulgaria, membrii Consiliului Mediilor Electronice sunt nominalizați de partidele parlamentare și de către președinte. În Slovenia, consiliul format din șapte membri este numit de instituții civile (universitate, asociația jurnaliștilor, camerele de cultură și comerț), dar aprobat de Parlament. În Serbia, aplicarea legii Audiovizualului (adoptată în 2002) a fost amânată din cauza disputelor legate de numirea membrilor Agenției Audiovizualului. La numirea a doi dintre aceștia, fostul Parlament sârb a încălcat prevederile legii adoptate chiar de el. Autoritățile de reglementare numite de actorii politici sunt răspunzătoare în primul rând în fața politicienilor și doar mai apoi publicului ale cărui interese ar trebui să le reprezinte. Independența lor poate fi restrînsă în felurite moduri: prin restrângerea fondurilor (Croația, Slovenia), prin refuzul de a le aproba rapoartele anuale (Albania, Polonia) sau prin obstrucționarea implementării monitorizării publice (lispa de personal).

3. PRIVATIZĂRILE ÎN MASS MEDIA

Una dintre întrebările fundamentale în legătură cu sistemele de media este dacă se cunosc proprietarii de presă. Mediile (sistemele de radio și televiziune) au fost proprietatea statului, a partidelor politice, a asociațiilor și, în cazul fostei Iugoslavii, în proprietate colectivă.

De°i a existat o decizie politicã de principiu de a lãsa mijloacele de comunicare în masã sã fie dirijate de forþele pieþei, nu a existat nici un fel de consens în ceea ce prive°te modalitãþile de privatizare. În majoritatea acestor þãri, privatizarea a început spontan, pentru a fi reglementatã de cãtre stat doar mai târziu. În cele din urmã, operaþiunile de media au fost fie vândute, fie au sfâr°it în proprietatea statului sau a unor fonduri ale proprietãþii de stat. Cu alte cuvinte, în acele state în care mijloacele de informare în masã au fost în proprietate colectivã, mediile aflate sub controlul statului s-au transformat în medii aflate în proprietatea statului.

În Cehia, de exemplu, majoritatea companiilor de media ale þãrii au fost privatizate în perioada „privatizãrii spontane" (între 1990 °i 1992), iar ceea ce mai rãmãsese, în perioada privatizãrii controlate de stat (1992-1994). În 1993, nici mãcar o singurã companie de media nu mai rãmãsese în mâinile statului. Cehia a fost de asemenea prima þarã din Europa centralã °i de est care a acordat o licenþã de emisie cu acoperire naþionalã unei companii private (TV Nova a primit licenþa naþionalã în 1993). Noii patroni de media, care î°i dobândiserã acþiunile în perioada privatizãrii spontane aveau nevoie disperatã de parteneri strategici care sã investescã bani în aceste operaþiuni de media., pentru cã ei nu aveau capital propriu. Jurnali°tii °i fo°tii angajaþi care au dobândit acþiuni în aceastã perioadã, le-au vândut atunci când preþul lor pe piaþã a început sã creascã.

În Estonia, de exemplu, procesul de privatizare a mediilor de stat a durat aproximativ cinci ani (1992-1996). În 1997, statul mai deþine numai câteva operaþiuni de presã scrisã, cu public specializat. Cursul iniþial al privatizãrii a fost indus de cãtre lipsa de acþiune a statului. În momentul în care statul nu a mai putut furniza publicaþiilor elementele fundamentale ale producþiei (hârtia de ziar), companiile de media °i-au stabilit propriile departamente însãrcinate cu generarea de venituri din publicitate, care au furnizat banii pentru cumpãrarea celor necesare de pe piaþa gri. Aceste operaþiuni de media gestionate dupã model privat °i-au dorit, firesc, o privatizare oficialã. Dar de°i statul î°i neglijase obligaþiile faþã de propriile operaþiuni de media, nu a renunþat complet °i la posibilitatea de a le influenþa – °i presiunile asupra jurnali°tilor au continuat. La vremea aceea, a prevalat în rîndul jurnali°tilor ideea cã cea mai bunã soluþie pentru a proteja liberatea de expresie °i a asigura independenþa era vânzarea operaþiunilor de media cãtre staff-ul editorial. A°a a fãcut Postimes, un ziar care avea sã devinã mai târziu cea mai mare companie de presã din Estonia, Eesti media. În contrast cu cotidianele naþionale, cele locale °i regionale au avut o soartã diferitã. Multe dintre acestea au fost pur °i simplu „transferate" cãtre autoritãile locale, pentru a fi conduse °i gestionate de cãtre acestea. Privatizarea lor (pânã la sfâr°itul lui 1996) a fost însoþitã de un numãr de conflicte. Politicienii locali au intervenit pe faþã în munca jurnali°tilor. În unele locuri s-a mers atât de departe încât au fost numiþi politicieni locali pe posturile de editori °efi. În final, aceste publicaþii au fost vândute pe mai nimic, cele mai multe ajungând în proprietatea unor companii strãine.

Privatizarea în Letonia a cunoscut acelea°i douã faze: una iniþialã, de privatizare spontanã, °i una mai târzie, reglementatã de cãtre stat. Privatizarea spontanã a ridicat chestiunea stabilirii

drepturilor formale de proprietate. „Noul stat” a preluat toate proprietãþile „fostului stat” (inclusiv mediile de stat), dar chestiunea proprietãþilor fostului Partid Comunist ºi a organizaþiilor afiliate a rãmas nesoluþionatã. Privatizarea operaþiunilor de media deþinute anterior de Partidul Comunist a început ºi s-a încheiat încã înainte ca statul sã fi determinat cui aparþineau în fapt aceste proprietãþi. Al doilea val al privatizãrii a început în 1992, cu adoptarea Legii privatizãrii. Cel mai mare cotidian leton, Diena, a fost privatizat în baza acestei legi. De abia ºase ani mai târziu, în 1996, statul a procedat la privatizarea celei mai mari tipografii din þarã. Concentrarea de proprietate a continuat sã se manifeste exact în zona distribuþiei, deºi monopolul statului în acest domeniu nu a fost niciodatã total eliminat.

În Lituania, privatizarea presei scrise a început în anii 1990, când Guvernul a acceptat, discret, sã înceteze interferenþa în domeniul presei. Majoritatea instituþiilor de presã au fost transferate cãtre jurnaliºti ºi alþi angajaþi. Câþiva ani mai târziu, când preþurile au crescut, majoritatea ºi-au vândut participaþiile unor mari case de editurã sau unor investitori strãini.

Privatizarea în Ungaria a urmat un traseu similar, cu privatizarea spontanã urmatã de privatizãri în baza legislaþiei recent adoptate. Cu toate acestea, privatizarea spontanã, adeseori etichetatã drept „scandaloasã”, a dovedit ulterior cã a implicat mult mai puþine fraude ºi nereguli decât privatizarea controlatã de stat; cele mai grave scandaluri au însoþit privatizarea în baza legii a marilor companii de presã aflate pe atunci în proprietatea statului.

Spre deosebire de majoritatea celorlalte state post-spocialiste, Polonia a recurs la privatizarea controlatã de stat încã de la bun început. Privatizarea celei mai mari edituri RSW (Editura Cooperatistã a Muncitorilor, Press-Book-Ruch) care domina piaþa polonezã a presei scrise de peste 40 de ani, poate constitui un model al privatizãrilor de presã din Polonia. La sfârºitul anilor 80, RSW era una dintre cele mai mari companii de media din Europa centralã. Cadrul legal al privatizãrii RSW a fost creat în 1990, prin legea privind privatizarea Editurii Cooperatiste a Muncitorilor „Press-Ksiazka-Ruch”. Procesul de privatizare a fost derulat de cãtre o comisie de lichidare numitã de primul ministru. În derularea acestui proces, comisia a urmat trei strategii de bazã: „alocarea ziarelor ºi revistelor cãtre cooperativele angajaþilor (acest lucru necesita aprobarea a cel puþin jumãtate dintre angajaþi, care trebuiau sã investeascã salariul pe trei luni în achiziþie), vânzarea titlurilor de presã cãtre proprietari privaþi ºi întoarcerea proprietãþii care a rãmas cãtre fondul de stat. La începuturile activitãþii sale, comisia a controlat privatizarea a 178 de ziare ºi periodice, dintre care 71 au fost cedate echipelor editoriale (inclusiv douã sãptãmânale de ºtiri importante), 104 au fost vândute cãtre proprietari privaþi iar trei s-au întors sub controlul statului. În 2000, Comisia a depus raportul final (acceptat de cãtre Ministerul de Finanþe) ºi ºi-a încheiat oficial misiunea. S-a dovedit cã principalul rezultat al acestui proces a fost dezmembrarea acestui gigant mediatic, dar scopul salvgardãrii pluralismului de media nu a fost atins.

În cazul Slovaciei, nu se poate vorbi de un anume model specific de privatizare. Toate operaþiunile de presã scrisã au fost nevoite sã lupte cu interesele puternice ale Guvernului, atât

la începutul privatizării, cât și în etapele mai târzii, în ceea ce privește accesul la rețelele de distribuție și la facilitățile de tipărire. Cea mai mare rețea de distribuție, care se bucura de o poziție de monopol pe piață, a fost privatizată în 1998, (cu doar șase luni înainte de alegeri). Ea a fost vândută unui grup de investitori privați apropiați partidului de guvernământ.

Albania nu a beneficiat de nici un fel de privatizare a sectorului de media, așa că printre proprietarii de media de azi pot lesne găsi jurnaliști, editori și foști angajați din domeniul presei. Zerri i Populit, cel mai mare ziar al partidului în fostul regim se află azi în proprietatea Partidului Socialist. Direcția albaneză de Concurență Economică, în ale cărei atribuții intră controlul prețurilor la ziare, nu poate exercita acest control asupra publicațiilor de partid, pentru că acestea sunt considerate excepții la legea Concurenței.

Privatizarea timpurie din Bosnia și Herzegovina s-a derulat în afara oricărui control, iar procesul continuă și astăzi. Autoritățile locale și cantonale încă mai dețin acțiuni la companiile de media locale și adeseori folosesc aceste poziții pentru a exercita presiuni asupra ziariștilor.

Conform datelor oficiale, în 2003 Guvernul croat era cel mai mare proprietare de media, deși privatizarea în acest sector a început foarte devreme, încă la sfârșitul anilor 1980. Guvernul încă mai deține 83 de companii de media, printre care două cotidiane, zeci de publicații locale și regionale, o agenție de presă, o tipografie, serviciile publice de radio și televiziune, Hrvatska RadioTelevizija și compania publică de telecomunicații (ce deține transmițătoarele).

4. PIEȚELE DE MEDIA

Când comparăm piețele de media din țările post-socialiste, nu comparăm numai piețe de dimensiuni diferite. Ci piețe care oferă condiții fundamental diferite pentru operațiunile de media. În anumite țări, informațiile referitoare la operațiunile de media nu sunt transparente – fie nu există nici un registru comercial centralizat, fie datele referitoare la cotele de proprietate oferite de companiile de media nu sunt verificate independent, fie cifrele referitoare la tiraje nu sunt disponibile, în pofida obligațiilor legale de a fi date publicității (în unele țări, datele de tiraj sunt considerate secrete comerciale), fie nu există studii independente de audiență și penetrare.

În pofida acestor diferențe, se pot găsi unii numitori comuni. Majoritatea acestor piețe sunt de mici dimensiuni și fragmentate, adăpostind un mare număr de operațiuni de media, în special în audiovizual. În unele cazuri, există piețe paralele, divizate după criterii lingvistice. O altă trăsătură comună a acestor piețe este existența unei puternice legături între cele mai mari și mai influente medii, pe de o parte, și proprietarii locali de capital și partidele politice, pe de alta. Această stare de lucruri subliniază cât de urgentă este instituirea unei transparențe a datelor privind proprietatea. Accesul public la datele privind proprietatea de media și legăturile economice și politice ale patronilor de presă vor permite cetățenilor să-și formeze o opinie informată în ceea ce privește politica editorială a oricărei operațiuni de media. Din păcate, numai datele privind acționariatul de media nu pot releva alte posibile forme de legături corporatiste între companii

care nu au fuzionat în mod oficial, deºi exact aceste legãturi „neoficiale” (care nu figureazã în nici un registru comercial) pot indica adevãratele conflicte de interese sau, în mod indirect, dependenþa editorialã a unei anumite companii de presã.

Pieþele locale de media, la nivelul fiecãrei þãri, introduc probleme deosebite. Aceste pieþe suferã cele mai drastice consecinþe ale concentrãrii de media ºi a jocului conjugat al puterii politice, economice ºi de presã concentrate în mâinile unei singure persoane. Pieþele locale de media sunt în mod deosebit sensibile la tot felul de presiuni exterioare. Potenþialul de publicitate fatalmente limitat (iar anunþãtorii de publicitate locali sunt ºi ei, la rândul lor, oameni de afaceri ºi politicieni locali) ºi dependenþa de veniturile din publicitate fac ca tocmai jurnaliºtii din presa localã sã fie cei mai vulnerabili ºi mai expuºi presiunilor externe.

Operaþiunile private de presã nu sunt cel mai adesea percepute ca afaceri, ci exclusiv ca instrumente care garanteazã accesul la puterea economicã sau politicã. De exemplu, presa scrisã din Macedonia nu are drept motor forþele pieþei libere. Agenþii de publicitate nu cumpãrã spaþiul publicitar în funcþie de cifrele de tiraj sau audienþã, ci pe baza relaþiilor pe care diferitele publicaþii le au cu cercurile politice ºi de afaceri influente din þarã. Acele companii ai cãror preºedinþi sau directori executivi sunt apropiaþi cercurilor guvernamentale sau partidelor politice îºi plaseazã publicitatea în acele ziare care sprijinã linia politicã a Guvernului. Aceste contracte de publicitate distribuite „pe prietenii politice” menþin artificial pe piaþã publicaþii care altfel nu ar fi capabile sã supravieþuiascã prin forþe proprii.

Astfel, în persoana unui singur proprietar se poate gãsi întrupatã o combinaþie de capital de media, economic ºi politic. Unul dintre cei mai puternici oameni de afaceri macedoneni, Ljubisav Ivanov, este proprietarul postului Sitel Television. În mod oficial, proprietarul staþiei este RIK SILEKS, o companie acþionarã în care Ivanov deþine majoritatea, fiind în acelaºi timp preºedinte ºi director general. Aceeaºi companie este fondatoarea altor unsprezece companii active în diverse domenii, de la minerit, industrie ºi agriculturã pânã la bãnci ºi finanþe. Exemplul fostului ministru al Finanþelor din Macedonia, care este patronul uneia dintre cele mai mari companii de televiziune din þarã, Kanal 5, demonstreazã în egalã mãsurã strânsele legãturi dintre politicã ºi sectorul media.

Co-proprietarul ºi preºedintele staþiei de radio SWH din Letonia, care a fost criticat pentru sprijinul deschis pe care l-a acordat liberalilor din partidul Calea Letoniei în timpul alegerilor, a susþinut cã la radioul sãu „poate face ce vrea”, atâta timp cât nu îºi alungã publicul. Proprietarii strãini care cumpãrã instituþii de presã în þãrile post-socialiste sunt perfect conºtienþi de importanþa „sprijinului” politic local. Martin Pompadur de la News Corporation al lui Murdoch a declarat în sãptãmânalul bulgãresc Capital (din 6 februarie 2000): „Nu ne pot imagina investind în ziare. Deþinem ziare în Australia, Regatul Unit ºi un cotidian în SUA, dar în afara lumii anglofone ne-am simþi foarte sânjeniþi în afacerile de presã. În multe þãri ziarele au afilieri politice, dar noi mereu am insistat asupra independenþei 100%”.

Bodo Hombah, CEO al concernului german WAZ, a declarat sãptãmânalului macedonean

Dnevnik (din 3 noimebrie 2003) cã WAZ asigurã independenþa editorilor ºi jurnaliºtilor care lucrează pentru ziarele companiei. „Situaþia presei în sud-estul Europei este mai degrabã dificilã, dar, oriunde am pãtruns noi, ziarele sunt stabile. Noi „le þinem spatele" jurnaliºtilor, astfel încât ei sã se poatã concentra asupra muncii lor." WAZ l-a numit pe Srdan Kerim, un fost diplomat ºi fost ministru de externe în coaliþia guvernamentalã ca membru în consiliul de conducere al celor trei ziare pe care compania germanã le deþine în Macedonia.

Zeljko Mitrovic, proprietarul TV Pink, cea mai popularã staþie regionalã de televiziune din fosta Iugoslavie, a fost membru în fostul Parlament federal ºi a candidat pe listele partidului soþiei lui Slobodan Milosevic, Mirjana Markovic. El ºi-a caracterizat propria carierã politicã drept o miºcare pragmaticã de afaceri. Conform spuselor lui, nu a fost niciodatã interesat sã joace un rol politic, dar l-a acceptat din raþiuni de afaceri – pentru protejarea propriilor interese.

Printre cei mai importanþi proprietari ai televiziunii albaneze TV Koha se gãsesc ministrul Agriculturii ºi primarul unuia dintre cele mai mari oraºe ale þãrii. Majoritatea proprietarilor de media „locali" deþin ºi alte afaceri, ºi aceste alte afaceri sunt sursa de fonduri care þin în viaþã operaþiunile de media. De aceea, veniturile din publicitate nu sunt o problemã pentru aceste companii de media. Principalul avantaj al deþinerii de operaþiuni de media este posibilitatea de a exercita influenþã politicã. Puterea media este putere politicã, aºa cã proprietarii de media, operaþiunile de media sunt, înainte de orice, o pârghie de influenþã politicã.

Unii proprietari cumpãrã afaceri de media pentru a-ºi asigura sprijin pentru celelalte afaceri ale lor. În Kosovo/a, de exemplu, Ekrem Luka deþine cel mai popular post de radio, Radio Dukagjini, TV Dukagjini, Editura Dukagjini ºi tipografia Dukagjini, o echipã de baschet, o companie de tutun, una de construcþii ºi una de asigurări.

În Bosnia ºi Herzegovina, subvenþiile de stat ºi donaþiile, mai degrabã decât vânzările ºi veniturile din publicitate constituie principalele surse de supravieþurie ale companiilor de media. Din 1996 încoace, numai guvernul SUA a investit circa 34 milioane de dolari pentru sprijinirea audiovizualului ºi presei independente. Dacã adãugãm la aceastã sumã donaþiile Comisiei Europene ºi ale variilor ONG-uri (Ex, Open Society), devine evident cã aparentul pluralism de media, deºi preponderent extern, se bazează în principal pe diferite forme de asistenþã. „Rãmâne întrebarea câte dintre aceste operaþiuni de media ar fi capabile sã supravieþuiascã fãrã aceste ajutoare. Una dintre consecinþele dependenþei lor de donaþii este demonstratã de dependenþa lor specificã de þãrile sau instituþiile care le furnizează aceste fonduri. Experienþa a demonstrat cã majoritatea mediilor sponsorizate au fost create ca proiecte politice, eºuând în încercarea de a deveni succese comerciale."

În Moldova, Legea Sponsorizãrii ºi Donaþiilor nu face nici o deosebire între operaþiunile de media ºi alþi beneficiari ai mecanismelor de sponsorizare. Proporþia banilor proveniþi de la sponsori se ridicã, în cazul anumitor operaþiuni de media, la o treime din bugetul total. Dar sponsorii de media, deºi aºteaptã, probabil, favoruri în schimbul sprijinului lor, rãmân ascunºi. Prin definiþie, sponsorizarea înseamnã finanþare directã sau indirectã a unei operaþiuni de media

în scopul de a promova numele sponsorului, marca sau imaginea acestuia. O operaþiune de media sponsorizatã, dar care refuzã sã facã public numele sponsorului sau sã marcheze clar materialele jurnalistice care sunt sponsorizate, nu poate pretinde nici un fel de credibilitate.

O altã formã de interferenþã cu mecanismele pieþei este distribuirea sau redistribuirea unor forme variate de ajutoare de stat. În Albania, de exemplu, nu existã nici o linie în bugetul de stat care sã fie rezervatã sprijinirii pluralismului în media, dar statul intervine în acest domeniu prin închirierea de spaþii de birouri la preþuri sub cele practicate pe piaþã. Cu toate acestea, din cauza lipsei de criterii clare ºi a lipsei de transparenþã a metodelor de selecþie, acest tip de intervenþie poate da naºtere la abuzuri. Atunci când selectează operaþiunile de media pentru distribuirea publicitãþii de stat, care reprezintã o parte considerabilã din veniturile de publicitate de pe piaþa de media din Albania, statul optează pentru acele voci care nu sunt critice la adresa Guvernului ºi politicilor sale.

Ungaria are ºi ea o „zonã gri a subvenþiilor de stat" care constã în contracte de publicitate pentru organizaþii de stat, companii aflate în proprietatea statului, primării, etc. Deºi suma unor astfel de contracte este greu de estimat, majoritatea experþilor sunt de acord cã ele reprezintã 8-10 % din totalul cheltuielilor de publicitate (aproximativ 500 de milioane de euro in 2002). Acest tip de publicitate nu are la bazã criteriile pieþei ºi, datã fiind valoare totalã a veniturilor astfel generate, publicitatea „gri" este mai importantã ºi cu mai mare putere de influenþã decât alte surse de ajutor de la stat.

Una dintre problemele fundamentale ale pieþelor de media din þãrile post-socialiste este monopolul asupra sistemelor de distribuþie. În majoritatea acestor þãri, tocmai privatizarea sistemelor de distribuþie este cea care a demonstrat cã prin restrângerea accesului la distribuþie se poate controla intrarea pe piaþã a unor noi actori. În Bulgaria, de exemplu, reþeaua de distribuþie se aflã în mâinile câtorva proprietari. Doi distribuitori au relaþii de proprietate cu cei mai mari editori (WAZ este unul dintre ei), aºa cã, prin impunerea de termeni nefavorabili în contractele de distribuþie, aceºtia pot influenþa poziþia pe piaþã a celorlalþi actori. O a treia reþea de distribuþie a fost cumpãratã de un consorþiu de publicaþii bulgare creat special în copul acestei achiziþii, în vederea asigurãrii de condiþii mai bune pentru difuzarea propriilor publicaþii. În Albania, reþelele de distribuþie acoperã marile oraºe. Dacã adãugãm la aceasta faptul cã un abonament lunar la un ziar reprezintã cam 13% din salariul mediu, devine evident cã piaþa, ºi aºa restrânsã, este supusã unor noi limitări.

Am spus deja cã pieþele de media nu sunt guvernate în principal de forþele economiei de piaþã. Un numãr relativ mare de cotidiane au fost lansate cu intenþia clarã de a proteja anumite interese politice. Ungaria, de exemplu, are patru cotidiane politice. Potrivit analiºtilor industriei, piaþa ungarã poate susþine numai douã titluri: Nepszabadsag, de centru-stânga (deþinut în proporþie de 49,97% de Ringier A.B, 17,68% de BertelsmanA.G ºi 26,5% de Fundaþia Presa Liberã) ºi Magyar Nemzet, de centru-dreapta (acþionar majoritar fiind un cetãþean maghiar care este ºi redactor ºef).

Piaþa de presã scrisã din Polonia, dominatã de proprietari strãini, este caracterizatã de un intens proces de consolidare. În anul 2000 s-au înregistrat 25 de cazuri de fuziuni, numãr care a crescut la 31 în 2001. Potrivit raportului pe 2002 al lui Arthur and Andreson (Raport asupra pieþei de media din Polonia), aceasta reprezintã 7, respectiv 8% dintre toate fuziunile la nivel european. Investiþiile necesare pentru lansarea unui nou cotidian sunt estimate în momentul de faþã la 22 milioane de euro, o sumã de aproximativ 12 ori mai micã decât cea necesarã lansãrii unui post de televiziune cu acoperire naþionalã. Pieþele de media locale ºi regionale sunt cele care suferã cele mai grave efecte ale concentrãrii, fuziunilor ºi consolidãrii. Drept urmare, piaþa regionalã se aflã aproape în întregime în mâinile a doi mari actori, grupul norvegian Orkla ºi cel polonez Press.

În Cehia, investitorii strãini au utilizat iniþial strategia expansiunii proprietãþii. Deosebit de activi au fost editorii germani mai mici care au dobândit un control cvasi-total asupra pieþei presei locale ºi regionale. De ce au decis operatorii mai mari, precum WAZ sau Axel Springer sã nu intre pe piaþa cehã? O posibilã explicaþie ar fi aceea cã „ marii jucãtori” erau în primul rând interesaþi de cumpãrarea cotidianelor naþionale, dar cã la vremea aceea ele erau fie neprofitabile, fie aveau deja proprietari care nu voiau sã vândã pachetele majoritare. Cam prim preajma anului 2000, investitorii germani au ajuns la o înþelegere mutualã asupra viitorului presei regionale din Cehia. Astãzi, editura Vltava-Labe-Press, proprietate a comapaniei germane Verlagsgruppe Passau, controleazã aproape toate ziarele locale ºi regionale din Cehia. Divizia din Bohemia a VLP scoate, de asemenea, ºi ziarul de seara din Praga, Vecernik Praha, 17 sãptãmânale ca suplipente ale unor cotidiane regionale ºi un sãptãmânal regional independent. Orice noi titluri sunt împiedicate sã intre pe piaþa regionalã a publicaþiilor.

Ziarul cu cel mai mare tiraj din Kosovo este Koha Ditore, scos de grupul privat Koha Group, proprietatea lui Veton Surroi. Portofoliul lui Koha Group mai include tipografia Koha Print, Koha Vision Television (KTV), cu acoperire naþionalã, ºi Koha Net – servicii furnizare de Internet. Koha Ditore se poate auto-susþine, în timp ce televiziunea Koha este sprijinitã financiar de diferite ONG-uri (ex. Open Society) ºi organizaþii guvernamentale (USAID). Radio Television 21 (RTV 21) este o companie multimedia privatã aflatã în proprietatea familiei Saraciuni/Kelmendi, care conþine Televiziunea 21, Radio 21 ºi radioul pe Internet Radio 21.net. Nici una dintre cele douã staþii de televiziune (KTV ºi Televiziunea 21) nu ar putea supravieþui pe piaþã fãrã ajutorul strãin. Aºa cum nici piaþa de tipãrituri nu ar putea susþine cele 5 ziare care apar în Kosovo/a (numai Koha Ditore este profitabil). De asemenea, nici unul dintre sãptãmânale nu produce profit. Din cele cinci sãptãmânale, numai Zeri ar avea ºanse sã supravieþuiascã pe piaþã.

Pentru a recapitula, pieþele de media incluse în studiul de faþã se caracterizeazã prin prezenþa puternicã a investitorilor strãini ºi a persoanelor care deþin puterea economicã ºi politicã. Alte trãsãturi comune sunt piaþa în expansiune a tabloidelor, concentrarea pieþelor locale ºi regionale ºi un mare numãr de staþii de radio ºi televiziune care funcþioneazã pe pieþe de audiovizual haotice, în prezenþa unor slabe servicii publice de radio ºi televiziune.

În deceniul trecut, piaþa audiovizualului s-a modificat într-un ritm mai lent ºi a fost mai strict reglementatã de cãtre stat. Majoritatea acestor þãri au moºtenit de la regimurile trecute monopoluri de stat în sectorul radio-TV. Dar aceste companii de radio ºi TV, programate sã fie transformate în servicii publice, nu erau gata pentru aceastã transformare. Majoritatea lor dispun de structuri organizaþionale ineficiente, de staff-uri supradimensiunate, aveau un management defectuos ºi le lispea atât viziunea, cât ºi dorinþa de a se schimba. Promisiunile noilor guverne s-au oprit numai la nivel declarativ, iar autoritãþile nu au creat condiþiile esenþiale pentru transformarea companiilor de stat în servicii publice. De aceea, acest deceniu de schimbãri în piaþa audiovizualului se poate rezuma la înlocuirea monopolului de stat cu monopolul sectorului comercial.

În Slovacia, TV Markiza a sfârºit prin a nu avea nici un fel de competiþie realã. Slovacia a adoptat legislaþia anti-concentrare în 2000, dar implementarea acestor legi s-a dovedit a fi problematicã. Nici una dintre deciziile emise pânã în 2003 de Consiliul de Emisii ºi Retransmisii nu evidenþia încãlcarea vereuneia dintre prevederile legii anti-concentrare. Consilul este ales de Parlament, aºa cã grupurile de media puternice pot influenþa selecþia candidaþilor ºi pot împiedica efectele negative asupra afacerilor lor.

În Ungaria, cele doua canale comerciale de televiziune, TV 2 (80% deþinute de SBS) ºi RTL Klub (49% deþinute de CLT-Ufa S.A/Bertelsman, 25% Matav RT ºi 20% Pearson Netherlands B.V.) au avut, în 2003, o cotã de piaþã combinatã de aproape 60% ºi aproape 90% din piaþa de publicitate. Situaþia de pe piaþa de radio nu era cu mult diferitã. Cotele deþinute de cele douã canale private de radio care emit sub marca Danubius (deþinut 100% de Advent International) ºi Slager (Emmis Broadcast International Corporation – 54%, Credit Suisse First Boston Radio Operation B.V. – 20% ºi Syuper Express Kft – 15%) sunt estimate la la aproape 50% din cotele de audienþã ºi 60% din piaþa de publicitate. Legea Audiovizualului din Ungaria a fost adoptatã, la capãtul a lungi dezbateri parlamentare, în 1995. Singurele amendamente relevante la lege au fost adoptate în 2002, dar ele nu se refereau la mãsuri anti-concentrare. Legea Concurenþei din 1996 a fost amendatã de mai multe ori.

Piaþa audiovizualului din Polonia este divizatã între un radiodifuzor public puternic (53% cotã de piaþã) ºi mai mulþi operatori comerciali (cotã de piaþã 47%). Peisajul televiziunilor poloneze a prins contur în timpul primei perioade de acordare a licenþelor (1992-1994). Scopul principal a fost, într-o primã etapã, asigurarea pluralismului diferiþilor operatori, care sã se adreseze diferitelor segmente de public, mai degrabã decât sã se concureze între ei. Astfel, au fost acordate licenþe pentru 12 operatori locali (una naþionalã – Polsat, una supra-regionalã – Telewizja Wisla, ºi nouã locale) ºi una pentru un operator strãin (televiziunea cu platã Canal Plus). Aceastã strategie avea la bazã dezvoltarea echilibratã a pieþei de televiziune în care dominaþia serviciului public, care oferea deja douã canale naþionale (TVP I, TVP II), 11 canale regionale, un canal prin satelit (Polonia) ºi un canal de tip magazin (Telegazeta) ar fi fost limitatã de un sector privat puternic. În 2000, Polonia numãra 40 de canale de televiziune, printre care douã platforme

digitale, opt canale poloneze naþionale ºi supra-regionale, ºi nouã canale locale. În 2003, raportul Consiliului Naþional al Audiovizualului nota o creºtere a concentrãrii de capital pe piaþa de radio, în particular intensificarea acþiunilor a doi dintre proprietarii de reþele locale – Agora (28 de staþii locale, în 2003) ºi ZPR (24 de staþii locale în 2003, dintre care 22 incorporate în reþeaua Eska). Mai mult de jumãtate din staþiile de radio care operau pe ºapte dintre cele mai mari pieþe locale din Polonia sunt concentrate în mâinile acestor doi proprietari.

Legislaþia de media din Cehia nu restrânge participaþia strãinilor. Singura limitare a proprietãþii încrucinate impuse în Cehia se referã la domeniul audio-vizualului – în baza legii Audiovizualului din 2001, o companie poate deþine numai o singurã licenþã naþionalã de televiziune sau de radio.În conformitate cu criteriile Oficiului ceh pentru Protecþia Concurenþei, toate mijloacele de informare în masã formeazã o singurã piaþã. În piaþa astfel definitã, nici un editor, radiodifuzor sau companie de media nu poate avea o poziþie dominatã pe „piaþa relevantã” (limita este stabilitã la 30%).

Piaþa audiovizualului din Macedonia este puternic segmentatã. Prevederile legale au împiedicat concentrarea proprietãþii de media. În virtutea legii macedonene, pãrþile deþinute în audiovizual nu pot fi transferate unei terþe persoane. În practicã, aceasta înseamnã cã nu este posibil sã cumperi o operaþiune existentã de media, iar cei interesaþi trebuie sã înfiinþeze una nouã (ºi sã aplice pentru obþinerea unei licenþe). Lesne de înþeles, presiunile asupra Consililului Audiovoizualului au fost foarte puternice. Se poate spune cã în acele þãri în care au fost introduse prevederi legale care sã restrângã concentrarea de proprietate ºi unde organismele de reglementare au respectat aceste prevederi ºi le-au susþinut, nu se manifestã o concentrare semnificativã de media.

Printre instrumentele cheie care pot preveni concentrarea pe pieþele de media se numãrã legislaþia generalã privind concurenþa (ºi, încã ºi mai important, implementarea acestei legislaþii) ºi restricþiile speciale impuse prin legile care reglementeazã domeniul mass-media. Majoritatea acestor þãri au legislaþie generalã privind concurenþa ºi „supape de siguranþã” speciale implementate în legislaþia de media. Dar locul în care apar dificultãþile este aplicarea legilor concurenþei în sectorul media (definirea pieþelor relevante, poziþia dominantã ºi abuzul de atare poziþie). Aceastã problemã nu este decât agravatã de ineficienþa instituþiilor specializate al cãror rol este protecþia concurenþei.

Multe dintre legile privind protecþia concurenþei definesc concentrarea drept cazurile în care companii individuale, împreunã cu persoanele cu care se aflã în legãturã, controleazã 40% din pieþele relevante. În Albania, de exemplu, existã prevederi care interzic expres reducerea preþurilor dacã scopul este eliminarea concurenþei; stricarea reputaþiei (de exemplu, afirmaþii false la adresa concurenþei, fãcute cu scopul de a le aduce prejudicii); convingerea unor angajaþi ai concurenþei sã-ºi încalce contractele ºi angajarea acestor persoane pentru a câºtiga un avans în faþa concurenþei. În realitate, încãlcarea acestor prevederi þine de practica curentã.

5. PIEÞELE PARALELE

Una dintre trãsãturile pieþelor de media din þãrile post-socialiste este existenþa pieþelor paralele delimitate de "frontiere" lingvistice (ºi etnice). Pieþele paralele lucrează ca parte a pieþei interne dar, în anumite cazuri, ele sunt rezultatul unei forme speciale de "intruziune" a unei alte þãri (de regulã vecine). Sã luãm, de exemplu, piaþa de media din Moldova, care este împãrþitã între mediile de limbã românã ºi cele de limbã rusã. Komsomolskaia Pravda Moldova este o publicaþie de opt pagini inseratã în periodicul publicat la Moscova ºi distribuit în Republica Moldova. Staþiile de radio ruseºti din Moldova "îi informează pe ascultãtorii moldoveni despre starea vremii în regiunea Moscovei, despre deciziile liderilor ruºi, despre cãrþi publicate la Moscova ºi pe care cei din Moldova nu au cum sã le cumpere... ba chiar despre blocajele de trafic de pe strãzile Moscovei". Cu toate acestea, audienþa acestor staþii de radio este din Moldova, mulþi dintre ascultãtori n-au fost niciodatã la Moscova ºi nici nu vor ajunge acolo vreodatã. Suplimentele ºi secþiunile speciale din ziare, programele de radio ºi televiziune difuzate de staþii strãine ºi retransmise în Moldova constituie trãsãturile caracteristice ale pieþei paralele de media din aceastã þarã. O altã trãsãturã este dezvoltarea "cu douã viteze": dezvoltarea lentã a cotidianelor naþionale ºi a reþelelor de radio/TV cu acoperire naþionalã, ºi cea cu ritm mai alert a sãptãmânalelor, a presei locale ºi a publicaþiilor de partid. Una dintre convingerilor oamenilor de afaceri din Moldova (în majoritate de etnie rusã) este cã "o afacere bunã nu poate fi decît un ziar rusesc". Dar polarizarea pieþei de media între cea de limbã rusã ºi cea de limbã românã mai are o consecinþã: pune în umbrã prezenþa altor minoritãþi etnice, a cãror voce nu se poate face auzitã.

În unele þãri, existenþa pieþelor paralele (pe criterii lingvistice) nu promovează pluralismul, efectul fiind chiar cel contrar: excluderea sau "ghettoizarea presei". În Estonia, de exemplu, aproape 400.000 de mii de cetãþeni rusofoni au de ales între circa 20 de titluri de ziare în limba rusã. După ce guvernul a decis, în 1993, sã înceteze traducerea programelor de televiziune în limba rusã, populaþia rusofonã a creat cooperative de consumatori, care au cumpãrat antene de satelit ºi au început sã urmãrească programele ruseºti disponibile pe satelit. Se poate spune cã în Estonia sectorul televiziunii este divizat între grupul estonian ºi cel rusofon, fiecare dintre acestea urmãrind exclusiv programele în limba maternã. Informaþia ºi piaþa de media din Letonia sunt divizate de linii lingvistice (etnice) de demarcaþie. Numãrul titlurilor publicaþiilor de limbã rusã este în creºtere, în contrast faþã de cele în letonã, care trec printr-un proces de consolidare. Presa scrisã din Bosnia ºi Herzegovina trebuie sã facã faþã unei puternice concurenþe din partea publicaþiilor editate în Croaþia sau Serbia ºi distribuite pe teritoriul acestei þãri. Piaþa de radio ºi televiziune din Muntenegru este direct influenþatã de evoluþiile politice, în speþã de relaþiile dinte Muntenegru ºi Serbia. În 1990 exista un singur radiodifuzor, cel de stat. Singura concurenþã căreia trebuia sã-i facã faþã era cea a posturilor italiene RAI UNO ºi RAI DUE, care se bucurau de o audienþã mai mare decât televiziunea de stat. Astãzi, Muntenegru dispune de propriile sale

staþii de radio ºi televiziune, iar cea mai acerbã concurenþã este cea a canalelor sârbeºti. De fapt, toate televiziunile din Serbia, cu excepþia lui B92, sunt prezente în Muntenegru, fie emiþând pe frecvenþe temporare, fie cu programe retransmise de radiourile ºi televiziunile din Muntenegru. Mai trebuie adãugat cã publicaþiile editate în Serbia sunt difuzate cu regularitate pe piaþa din Muntenegru. În schimb, nici un program radio sau TV din Muntenegru nu este distribuit în Serbia.

Serviciile publice de radio ºi televiziune din Macedonia emit în limbile albanezã, turcã, romani, sârbã, valahã ºi bosniacã, în speþã în toate limbile minoritãþilor naþionale din þarã. Dintre cele 54 de televiziuni comerciale, 13 au programe în albanezã ºi doua în romani. Dintre cele 67 staþii de radio comerciale, zece difuzeazã programe în albanezã, trei în romani ºi douã în turcã. O staþie de radio din Skopje emite un program bilingv (în macedoneanã ºi albanezã). Este evident cã existã mai multe pieþe lingvistice paralele în Macedonia. Dar cînd a trebuit sã decidã dacã o companie a abuzat de poziþia dominantã pe piaþa de presã scrisã, Autoritatea macedoneanã anti-monopol a decis cã "piaþa relevantã" trebuie sã includã ºi ziarele în limba albanezã, argumentând cã cititorii ziarelor în albanezã pot citi ºi ziarele scrise în macedoneanã. Autoritãþile au ignorat astfel caracteristica fundamentalã a pieþelor paralele, anume diferenþierea lingvisticã, precum ºi faptul cã este discutabil dacã populaþia vorbitoare de limbã macedoneanã poate citi publicaþiile în albanezã.

În final, sã menþionãm cazul Kosovo/a, unde pieþele paralele sunt formate în principal de publicaþii în sârbã ºi albanezã. Zeri ºi Java sunt cele douã sãptãmânale în albanezã care au cel mai mare tiraj; Jedinstvo este singurul sãptãmînal în limba sârbã, Alem este singurul sãptãmânal în bosniacã, iar Yeni Donem este sãptãmînalul în limba turcã. Nevoile cititorilor de limbã sârbã au fost satisfãcute prin intervenþia OSCE, care a asigurat distribuirea unor cotidiane ºi a altor publicaþii editate la Belgrad cãtre populaþia sârbã din provincie.

Se poate spune cã, în afara serviciilor publice de radio ºi televiziune, pieþele paralele, care funcþionează ca niºte sisteme separate (închise), sunt singurele care mai furnizează servicii þintite exclusiv asupra unor grupuri etnice. Problemele apar datoritã faptului cã þãrile vecine ("þãrile-mamã") invadează pieþele cu produsele lor, care sunt susþinute de o audienþã mai numeroasã ºi, prin urmare, de o piaþã de publicitate mai mare.