

Regulacje prawne dotyczące koncentracji kapitału w przedsiębiorstwach medialnych w wybranych krajach Unii Europejskiej

Spis treści

- I. Wprowadzenie
- II. Pluralizm, koncentracja i struktura kapitałowa mediów
- III. Uregulowania dotyczące koncentracji mediów w wybranych państwach UE
- IV. Podsumowanie

Streszczenie

Opracowanie dotyczy kwestii pluralizmu, własności medialnej, koncentracji i struktury kapitałowej mediów, prezentując uregulowania dotyczące tego zagadnienia w wybranych państwach UE.

Słowa kluczowe: pluralizm mediów; własność przedsiębiorstw medialnych; koncentracja kapitału medialnego; wolność mediów.

JEL: K23

I. Wprowadzenie

Choć zwykle zagrożenie dla wolności słowa, gwarantowanej obecnie zarówno przez konwencje międzynarodowe¹, jak i przez art. 54 ust. 1 Konstytucji, upatrywano w określonych ingerencjach organów państwowych (Goban-Klas, 2001, s. 411), to środkiem ograniczającym wolność środków społecznego przekazu mogą być oddziaływania grup interesu, organizacji społecznych, kulturalnych, partii politycznych, instytucji finansowych oraz reklamodawców (Goban-Klas, 2001, s. 419). W związku z tendencjami obserwowanymi na rynkach prasowych począwszy od lat osiemdziesiątych, w doktrynie państw Unii Europejskiej dostrzega się problem koncentracji kapitału jako źródła ewentualnego zagrożenia wolności słowa w mediach (Reville, 1991, s. 78–82; Doyle 1995, s. 38). Stąd też formułowany jest pogląd, iż jednym z warunków wolności słowa, a w konsekwencji wolności prasy, jest zapewnienie mechanizmów uczciwej konkurencji na tym rynku (Pope, 1999, s. 193). Wystarczy bowiem przytoczyć dane z wielu rynków krajowych (Fontaine i Kevin, 2016, s. 10–16), które pokazują w sposób dobitny określone niepokojące tendencje (Fontaine i Kevin, 2017, s. 11).

* Profesor UAM doktor habilitowany, kierownik Zakładu Systemów Prasowych i Prawa Prasowego, Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu; e-mail: jedrzej.skrzypczak@amu.edu.pl.

¹ Przywołać tu można Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych (Dz.U. 1977 Nr 38, poz. 167), Europejską Konwencję o Telewizji Ponadgranicznej (Dz.U. 1995 Nr 32, poz. 160, art. 4).

Podobna sytuacja panuje także na polskim rynku prasy regionalnej i lokalnej (Kowalski, 2002, s. 28; Szynol, 2008, s. 44; Jurczyk, 2015, s. 139–140)². Oczywiście zjawisko koncentracji przedsiębiorstw nie jest wyłącznie specyfiką rynku medialnego. Przyczyn takich jest wiele: presja konkurencji, globalizacja, rozwój kosztownych technologii, ograniczony dostęp do zasobów, takich jak programy o odpowiedniej jakości. Powody ekonomiczne są tu zatem pierwszoplanowe. Na poparcie tej tezy przywołać można zjawisko określane mianem spirali nakładu. Oznacza to, iż dysponowanie coraz większym kapitałem przez wydawców, którzy dążąc do jego powiększenia poprzez odpowiednio duży udział w rynku, oferują odbiorcy gazetę bardziej atrakcyjną, skutkuje wzrostem liczby nabywców, co z kolei odbiera czytelników konkurencyjnym tytułom (Mrozowski, 2001, s. 162). Trzeba jednak zaznaczyć, że nieco inaczej pod tym względem kształtuje się rynek prasy drukowanej i mediów elektronicznych. Jak podkreśla się w doktrynie, o ile na rynku dzienników i czasopism proces koncentracji wywołany jest ograniczoną interwencją państwa w procesie tworzenia nowego tytułu, o tyle na rynku telewizyjnym proces koncesyjny właśnie do tego się przyczynia (Mrozowski, 2001, s. 162). Zwykle zresztą interwencja państwa wygląda inaczej na rynku radiofonii i telewizji, a inaczej – na rynku prasy drukowanej. W tym pierwszym przypadku wprowadza się ograniczenia prawne w postaci prawa antymonopolowego, limitów w ilości kapitału zagranicznego (dotyczy to zwykle inwestorów spoza Unii Europejskiej), standardach programowych oraz systemu koncesyjnego, w tym drugim – ingerencja pojawia się w formie pośredniej poprzez subsydia, preferencyjne kredyty, ulgi podatkowe lub pocztowe (Mrozowski, 2001, s. 168). Taki stan wynika głównie z faktu, że nadawanie programów radiowych lub telewizyjnych wiąże się z koniecznością uzyskania koncesji lub zezwolenia na taką działalność i uzyskanie dostępu do dobra rzadkiego, jakim są częstotliwości radiowe, a więc odpowiedniej decyzji kompetentnego organu państwa. Stąd też problem taki zwykle nie dotyczy przekazów internetowych, jak również prasy (drukowanej czy elektronicznej).

Od razu jednak trzeba zaznaczyć, że proces koncentracji kapitału w przedsiębiorstwach medialnych nie jest oceniany wyłącznie negatywnie (Flankowska, 2002, s. 124). Z jednej strony podnosi się, że zjawisko to może ograniczać, a przynajmniej spowalniać tendencję różnicowania oferty mediów, również pod względem ukazywania różnic społecznych, otwierania się na różne punkty widzenia określonych spraw oraz możliwości wyboru tematów (Mrozowski, 2001, s. 164) albo wręcz prowadzić do ograniczenia czy nawet zlikwidowania pluralizmu mediów (Doyle, 1995, s. 39). Z drugiej strony wskazuje się także na pozytywne aspekty tego procesu, do których można zaliczyć: obniżenie kosztów funkcjonowania podmiotu medialnego, możliwość lepszego rozłożenia ryzyka, dostęp do nowych kapitałów, zwiększenie wydajności pracy i nakładów na badania rozwojowe itp. (Miąsik, 2000, s. 92–93; Zielińska-Folcholc, 2003, s. 52–53). Na marginesie warto tu wspomnieć o inicjatywie podjętej w przeszłości w ramach Rady Europy w tzw. Grupie Specjalistów ds. Różnorodności Mediów (dalej: MM-S-MD) działającej z kolei jako zespół Komitetu Zarządzającego ds. Mediów (dalej: CDMC) Rady Europy. Zaproponowano wówczas, aby przeprowadzić badania i monitoring obejmujący następujące zagadnienia: strukturę własności mediów na poziomie krajowym i transgranicznym, różnorodność dostawców treści, ale i treści,

² Por. Informacja Prezesa UOKiK z 25 października 2016 r. skierowana do Przewodniczącej Sejmowej Komisji Kultury i Środków Społecznego Przekazu na temat działań podejmowanych przez Prezesa UOKiK w latach 2014–2016 na rynku medialnym, DKK1-071-594/16/RK; zob. także Raport UOKiK Delegatura we Wrocławiu, Konsolidacja i zmiany własnościowe na rynku prasy regionalnej w Polsce w latach 1990–2014 (tekst dołączony do powyżej przywołanej Informacji Prezesa UOKiK).

zachowania słuchaczy, widzów i czytelników, czyli konsumentów. Projekt miał obejmować prasę drukowaną media elektroniczne, a także, w miarę możliwości, tzw. nowe media.

Wydaje się zatem, że istota problemu sprowadza się do skali koncentracji. Paradoksalnie bowiem zasady wolnego rynku umożliwiają osiągnięcie takiej pozycji, iż w rezultacie jeden podmiot ogranicza konkurencję innym. Stąd też, jako w pełni uzasadnioną, wzorem zresztą pozostałych rodzajów rynków, należy ocenić ingerencję organów państwa w te procesy. Zadaniem państwa na tej płaszczyźnie jest bowiem stworzenie mechanizmów zabezpieczających przed ograniczeniem konkurencji oraz zapewniających pluralizm w mediach (Sobczak, 2001, s. 443; Piątek, Dziomdziora i Wojciechowski, 2014, s. 82–83). Trzeba tu jednak zauważyć, że problematyczne może być także określenie i ustalenie właściwych rynków, na których dokonuje oceny, a mianowicie czy istotnym jest wielkość obrotów, sprzedaży (nakładu, widowni, odbiorców, reklam). Choć z punktu widzenia pluralizmu mediów z pewnością istotniejszym byłby wskaźnik rynku przekazywanych idei, a więc wpływu na odbiorców (stąd też przykładowo należałoby odróżniać na rynku dzienników tytuły opiniotwórcze od tabloidów). Pojawia się jednak podstawowa wątpliwość, jak mierzyć to zjawisko. Z pewnością dziś mniejsze znaczenie ma potencjalny zasięg (np. regionalny czy krajowy). Przykładowo, zwykle czasopisma naukowe, które mają zasięg ogólnopolski czy nawet międzynarodowy ukazują się najczęściej w bardzo niewielkich nakładach (formalnie są jednak prasą ogólnokrajową). Stąd też rozwiązania ograniczające się do zakazu posiadania więcej niż jednego tytułu krajowego czy też stacji radiowej lub telewizyjnej są dziś przestarzałe i niedostosowane do obecnych wymagań rynkowych. Kluczową kwestią jest ustalenie rynków właściwych. Z pewnością także problemem jest koncentracja międzysektorowa. Choć w tym akurat przypadku postęp technologiczny również może utrudniać tworzenie właściwych regulacji prawnych. Przecież dekadę temu, takie przedsięwzięcia, jak Facebook czy Google nie miały większego znaczenia, a dziś są największymi graczami światowymi.

II. Pluralizm, koncentracja i struktura kapitałowa mediów

Przy tej okazji warto zauważyć, że sporne jest samo pojęcie pluralizmu środków społecznego przekazu. Mówiąc bowiem o tym terminie, można mieć na myśli jego aspekt wewnętrzny lub zewnętrzny. W zasadzie panuje zgoda, że „pluralizm środków masowego przekazu polega na dostępie do rynku mediów oraz swobodzie wyboru między programami reprezentującymi różne prądy społeczno-polityczno-ekonomiczne” (Miąsik, 2000, s. 94). Pojęcie to może być jednak rozumiane w aspekcie wewnętrznym jako sytuacja, gdy nadawca (czy też wydawca) oferuje program bądź pismo otwarte na zróżnicowane poglądy, i to właśnie jest kluczem do budowy zawartości programu czy pisma. Możliwe jest również rozumienie skoncentrowane na aspekcie zewnętrznym, rozumianym jako zapewnienie możliwości powstawania i funkcjonowania wielu kanałów informacyjnych, czy też gazet prezentujących odmienne opcje (Miąsik, 2000, s. 94).

Także pojęcie „koncentracja” może być wieloznaczne. Wyjaśnić zatem należy, że wyróżnia się tzw. koncentrację monomedialną, zwaną także poziomą, horyzontalną oraz koncentrację multimedialną (inaczej intermedialną lub pionową). W tym pierwszym przypadku chodzi o zjawisko łączenia mediów z tego samego sektora. Natomiast przy tym drugim typie obserwuje się połączenia przedsiębiorstw medialnych działających w różnych sektorach (prasa codzienna, czasopisma, telewizja naziemna, satelitarna, kablowa, operatorzy Internetu, wideo, producenci filmowi; zob.

Zielińska-Folcholc, 2003, s. 163). Niekiedy przez pojęcie „koncentracji wertykalnej” rozumie się proces łączenia przedsiębiorstw medialnych z podmiotami współpracującymi z tym rynkiem, np. dystrybucja, reklama (Doktorowicz, 2002, s. 57–58). Wskazuje się także przypadki koncentracji multisektorowej (diagonalnej, konglomeratowej), gdy dochodzi do połączenia przedsiębiorstw medialnych i instytucji z innych sektorów gospodarki (np. instytucje finansowe). W tym ostatnim przypadku należy także rozważyć jaki typ koncentracji może być zagrożeniem dla wolności słowa w erze cyfrowej.

Natomiast całkowicie odrębnym zagadnieniem jest kwestia „narodowości” kapitału przedsiębiorstw medialnych. Podobnie jak w przypadku analizy koncentracji mediów, brakuje dziś wiarygodnych badań, a tym samym i dowodów, że czynnik ten wpływa bezpośrednio lub nawet pośrednio na przekazywane treści, a już z pewnością na wolność i pluralizm mediów. W tej sytuacji kwestia ta powinna zostać poddana pogłębionym badaniom, choć należy od razu zastrzec, że z punktu widzenia prawa Unii Europejskiej, takie rozwiązania ograniczające uprawnienia inwestycyjne podmiotów prawnych z krajów UE naruszałyby jeden z fundamentów Unii, a zwłaszcza art. 63 Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej³ – zgodnie z którym „w ramach postanowień niniejszego rozdziału zakazane są wszelkie ograniczenia w przepływie kapitału między Państwami Członkowskimi oraz między Państwami Członkowskimi a państwami trzecimi”. Ewentualnie takie rozwiązania mogłyby dotyczyć inwestorów pochodzących z państw nie należących do UE. W tym kontekście warto przypomnieć art. 35 ustawy o radiofonii i telewizji, gdzie w ust 1 stanowi się, że koncesja może być udzielona osobie fizycznej, posiadającej obywatelstwo polskie i stałe miejsce zamieszkania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, osobie prawnej lub osobowej spółce handlowej, które mają siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. W ust. 2 tego przepisu wskazuje się, że koncesja dla spółki z udziałem osób zagranicznych może być udzielona, jeżeli: 1) udział kapitałowy osób zagranicznych w spółce lub udział osób zagranicznych w kapitale zakładowym spółki nie przekracza 49%⁴. Trzeba jednak pamiętać o ust. 3 art. 35 tej ustawy, który stanowi, iż koncesja może być również udzielona: 1) osobie zagranicznej lub 2) spółce zależnej, w rozumieniu k.s.h., od osoby zagranicznej – których siedziba lub stałe miejsce zamieszkania znajduje się w państwie członkowskim Europejskiego Obszaru Gospodarczego – bez stosowania jakichkolwiek ograniczeń, o których mowa była powyżej (Piątek, Dziomdziora i Wojciechowski, 2014, s. 375–376).

III. Uregulowania dotyczące koncentracji mediów w wybranych państwach UE

Niniejsze opracowanie analizuje rozwiązania regulacyjne wybranych krajów UE. Problematyka koncentracji mediów uregulowana jest w prawie krajowym wielu państw członkowskich Unii Europejskiej. Obserwuje się jednak duże zróżnicowanie w tym zakresie. Szczegółowej analizie

³ Wersje skonsolidowane Traktatu o Unii Europejskiej i Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej – Traktat o Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana) – Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana) – Protokoły – Załączniki – Deklaracje dołączone do Aktu końcowego konferencji międzyrządowej, która przyjęła Traktat z Lizbony podpisany w dniu 13 grudnia 2007 roku (Dz. Urz. C 326, 26/10/2012 P. 0001 – 0390).

⁴ W pkt 2 tego przepisu ubiegającemu się o przyznanie koncesji stawia się dodatkowo wymóg, aby w umowie lub statucie spółki przewidziano, że: a) osobami uprawnionymi do reprezentowania lub prowadzenia spraw spółki albo członkami zarządu spółki będą w większości osoby posiadające obywatelstwo polskie i stałe miejsce zamieszkania w Polsce; b) w zgromadzeniu wspólników lub w walnym zgromadzeniu udział głosów osób zagranicznych i spółek zależnych, w rozumieniu k.s.h. od osób zagranicznych nie może przekroczyć 49%; c) osoby zagraniczne nie mogą dysponować bezpośrednio lub pośrednio większością przekraczającą 49% głosów w osobowej spółce handlowej; d) członkami rady nadzorczej spółki będą w większości osoby posiadające obywatelstwo polskie i stałe miejsce zamieszkania w Polsce.

poddane zostaną rozwiązania legislacyjne w Wielkiej Brytanii, Republice Federalnej Niemiec, we Włoszech i Francji.

W pierwszej kolejności przywołać można przykład Wielkiej Brytanii, gdzie nie występują jakiegokolwiek ograniczenia w zakresie własności dzienników, czasopism czy też platform internetowych, jeżeli chodzi o inwestorów z krajów Unii Europejskiej, Norwegii i Szwajcarii. Natomiast istnieją przepisy nakazujące dokonać stosownej notyfikacji w The Competition and Market Authority (CMA) dotyczących przypadków fuzji obejmującej przedsiębiorstwa o łącznym obrocie przekraczającym 70 mln GBP lub też przekroczenia 25% udziałów w rynku⁵. Trzeba tu też wspomnieć, że w przypadkach próby koncentracji kapitału na rynku prasy drukowanej, istnieje odrębna procedura odwołująca się do kryterium oszacowania zagrożenia interesu publicznego. W takich przypadkach Sekretarz Stanu może ingerować w proces fuzji, jeżeli dwa lub więcej przedsiębiorstw osiąga pozycję znaczącą lub jeżeli łączące się podmioty przekroczą 25% udziału w rynku⁶. Odrębne przepisy dotyczące ograniczenia koncentracji kapitału medialnego pojawiły się w ustawie o radiofonii i telewizji w 1990 r. (Reville, 1991, s. 78–82), a następnie zostały znowelizowane w 1996 r. Pierwszy projekt zawierający pozycje wprowadzenia mechanizmów ograniczających procesy koncentracji pojawił się w 1993 r. (Doyle, 1995, s. 38–43), a kolejny w 2003 r. Do momentu utworzenia zintegrowanego regulatora rynku medialnego Ofcom w 2003 r. przewidywano tu ograniczenie koncentracji przy przekroczeniu pułapu 15% oglądalności programu (Doyle, 1995a, s. 82). Interesującym rozwiązaniem był przepis zakładający, że posiadaczowi koncesji przypisywano cały wskaźnik oglądalności, podobnie jak podmiotowi, który sprawuje kontrolę nad nadawcą. Natomiast podmiotowi posiadającemu co najmniej 20% udziałów przypisywano połowę tego wskaźnika. Przekroczenie tej granicy powodowało, iż nie można było się ubiegać o kolejne koncesje oraz angażować kapitału w inne media. Powyższe ograniczenia nie dotyczyły jednak nadawcy publicznego (Miąsik, 2000, s. 99). W przypadku koncentracji multimedialnej podmioty, które posiadały koncesję na rozpowszechnianie programu telewizyjnego ogólnokrajowego nie mogły posiadać koncesji na nadawanie programu radiowego o zasięgu ogólnokrajowym. To samo dotyczyło telewizji o zasięgu lokalnym czy regionalnym i radia na tym terenie. Z kolei wydawcy prasy drukowanej, których udział w rynku w zakresie wielkości sprzedawanego nakładu przekraczał 20%, nie mogli posiadać koncesji na rozpowszechnianie programów regionalnych i krajowych, a ich udział w podmiotach działających na tych rynkach nie mógł przekraczać 20% (Miąsik, 2000, s. 99). Podmioty wydające lokalne dzienniki i czasopisma nie mogły kontrolować podmiotu posiadającego koncesję na rozpowszechnianie programów telewizyjnych regionalnych lub krajowych na rynku, w którym ich udział przekracza 20%. Jeżeli jednak ich udział w rynku nie przekraczał tego progu, możliwość koncentracji istniała wówczas pod warunkiem, że nie stała w sprzeczności z interesem publicznym. Organem właściwym do rozstrzygania tych kwestii był Independent Television Commission, składający się z 10–12 członków powoływanych na 5-letnią kadencję przez Sekretarza Stanu ds. Dziedzictwa Narodowego (Miąsik, 2000, s. 99). Na gruncie radiofonii organem właściwym do spraw koncesji było Radio Authority (Scholes i Woods, 1996, s. 7). Z kolei do kompetencji Office of Fair Trading należała kwestia oceny fuzji na rynku dzienników i czasopism (Miąsik, 2000, s. 99; Crane i Calleja, 2002, s. 116–121). Jak wyżej wspomniano,

⁵ Raport przygotowany dla Izby Wydawców Prasy przez Kancelarię Chajec, Don-Siemion&Żyto, Media ownership regulations, 2016, s. 6 (dalej: CDZ Raport).

⁶ CDZ Raport, op. cit., s. 13.

istotna zmiana została dokonana przez The Communications Act z 2003 r.⁷, na mocy którego utworzono instytucję zintegrowanego regulatora rynku medialnego Ofcom. Ten akt normatywny upoważnił Ofcom do działania w interesie konsumentów na relewantnych rynkach poprzez zapewnienie właściwej konkurencji. W dokumencie przygotowanym przez Ofcom z 19 czerwca 2012 r. zdefiniowano powyższą kompetencję (tym samym pojęcie „pluralizmu medialnego”) jako konieczność zapewnienia zróżnicowanego punktu widzenia przez przedsiębiorstwa medialne, działania zapobiegające temu, aby jeden właściciel lub idea miały zbyt duży wpływ na opinię publiczną i programy polityczne⁸. Stworzono także koszyk wskaźników (elementów) wykorzystywanych do mierzenia pluralizmu medialnego, obejmujący różne formy działalności medialnej, w tym na rynku gazet drukowanych, radia, telewizji i mediów internetowych zarówno w ujęciu detalicznym, jak i hurtowym. Cechą charakterystyczną tej metody jest ustalanie różnicy pomiędzy udziałem dostawców treści w sprzedaży detalicznej i hurtowej. Wspomniany mechanizm zastąpił poprzednio stosowany wskaźnik Herfindahla-Hirschmana, używany powszechnie jako użyteczne narzędzie przez urzędy antymonopolowe na innych rynkach właściwych.

W przypadku Republiki Federalnej Niemiec gwarancje ochrony różnorodności opinii zostały zamieszczone w art. 5 (1)(2) ustawy zasadniczej Grundgesetz⁹. Brakuje tu także jakiegokolwiek ograniczeń w zakresie własności dzienników, czasopism czy też platform internetowych, jeżeli chodzi o inwestorów z krajów Unii Europejskiej oraz Norwegii i Szwajcarii. W przypadku fuzji przedsiębiorstw medialnych na rynku prasy drukowanej stosuje się, po pierwsze, przepisy ogólne operujące kryterium wielkości obrotów rocznych. I tak obowiązek notyfikacji takich połączeń istnieje wówczas, gdy istnieje podejrzenie przekroczenia obrotu na rynkach światowych 500 mln EUR, a w RFN 25 mln EUR oraz 5 mln EUR wyłącznie na rynku niemieckim¹⁰. Organem dysponującym kompetencją w tym obszarze jest Bundeskartellamt. Z kolei istniejące odrębne regulacje dotyczące ograniczenia koncentracji kapitału na rynku mediów drukowanych są wyjątkowo liberalne¹¹. Natomiast przepisy antykoncentracyjne w zakresie radiofonii i telewizji znajdują się przede wszystkim na poziomie ustawodawstwa państw związkowych. Na płaszczyźnie federalnej postanowienia dotyczące tej materii znajdują się w trzech międzyzwiązkowych traktatach o radiofonii i telewizji z lat 1987, 1991 i 1996¹². Zmiany w tym stanie prawnym wprowadzono kilkakrotnie nowelami z lat 1997 i 2002, kiedy to udział w rynku zastąpił wcześniejsze ograniczenia oparte na liczbie koncesji oraz ostatnio w 2016 r.¹³ (Petri, 2016, s. 51; Grünwald, 2002, s. 138). Trzeba jednak zaznaczyć, że mimo istnienia tych regulacji, doprowadzono do dużego stopnia koncentracji na tym rynku. Podaje się, że około 60% widowni i 85% wpływów reklamowych należy do trzech podmiotów SAT 1, RTL i Pro7 (Grünwald, 2002, s. 138; Miąsik, 2000, s. 96). Z kolei z orzecznictwa Federalnego Trybunału Konstytucyjnego wynika wniosek, iż jednym z podstawowych

⁷ Communications Act, tekst dostępny na stronie <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents> (dostęp 27.5.2017).

⁸ Ofcom, Statement on Measuring Media Plurality, https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0031/57694/measuring-media-plurality.pdf.

⁹ Basic Law of the Federal Republic of Germany, 23 May 1949, Basic Law for the Federal Republic of Germany in the revised version published in the Federal Law Gazette Part III, classification number 100-1, as last amended by Article 1 of the Act of 23 December 2014 (Federal Law Gazette I p. 2438), https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gg/englisch_gg.html.

¹⁰ Por. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen in der Fassung der Bekanntmachung vom 26. Juni 2013 (BGBl. I S. 1750, 3245), das zuletzt durch Artikel 6 Absatz 33 des Gesetzes vom 13. April 2017 (BGBl. I S. 872) geändert worden ist". Por. <https://www.gesetze-im-internet.de/gwb/BJNR252110998.html>).

¹¹ CDZ Raport, op. cit., s. 6.

¹² Tekst ustawy dostępny jest w wersji angielskiej na internetowych stronach: www.iuscomp.org/gla/statutes/GG.htm.

¹³ Patrz także http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Rechtsgrundlagen/Gesetze_aktuell/RSiV_19_medienanstalten_Layout_en.pdf.

fundamentów demokratycznego państwa prawa jest zasada wolności mediów. Natomiast jedną z gwarancji realizacji tej reguły jest zapisany w ustawie o radiofonii i telewizji postulat zapewnienia pluralizmu i różnorodności w środkach masowego przekazu (Grünwald, 2002 s. 138). W przywołanych powyżej aktach normatywnych w art. 25–34 stanowi się zasadę pluralizmu środków społecznego przekazu. Na mocy tych przepisów powołano organ zajmujący się tą problematyką, tj. Komisję do Spraw Badania Koncentracji Mediów (dalej: KEK)¹⁴, która analizuje wszystkie fuzje obejmujące 30% udziału w rynku. Kompetencje KEK dotyczą przede wszystkim nadawców programów telewizji komercyjnej. Komisja ta składa się z 6 osób wybieranych przez premierów landów spośród osób będących specjalistami w dziedzinie mediów i biznesu, przy czym trzy osoby z tego grona winny legitymować się uprawnieniami sędziowskimi. Kadencja trwa pięć lat, decyzje podejmowane są większością 4 głosów. Decyzja tego organu jest jednak zaskarżalna do Konferencji Dyrektorów Krajowych Rad Radiofonii i Telewizji, który to podmiot może zmienić decyzję Komisji większością $\frac{3}{4}$ głosów (Miąsik, 2000, s. 96–97). To właśnie KEK ma uprawnienia do definiowania tzw. rynków właściwych, przy czym wyodrębnianie tych rynków opiera się na kryterium wpływu na opinię publiczną. Trzeba tu zaznaczyć, iż zezwala się na posiadanie dowolnej liczby koncesji na rynku zarówno radiowym, jak i telewizyjnym oraz na obu tych rynkach. W przypadku jednak przekroczenia granicy 30% średniorocznej oglądalności bądź słuchalności, albo w szczególnych przypadkach już przy udziale w rynku na poziomie co najmniej 25%, jeżeli Komisja uzna, że nadawca ma pozycję dominującą, organ ten może zmusić nadawcę do zbycia części udziałów albo zrezygnowania z prowadzenia działalności na innych rynkach medialnych, aż do obniżenia poziomu oglądalności do wskazanego powyżej. Istnieje także możliwość udostępnienia części czasu antenowego niezależnym stronom trzecim¹⁵ (Grünwald, 2002, s. 139) albo powołania tzw. doradczej rady programowej. Istnieje jednak możliwość uzyskania swoistego bonusu w postaci dodatkowych 2% udziału w rynku, jeżeli nadawca transmituje regionalne programy i dalszych 3%, jeżeli równolegle transmituje audycje trzeciej niezależnej strony. Taki obowiązek dotyczy nadawców, którzy osiągają przeciętny roczny odbiór przez 10% publiczności lub jeśli wszystkie założenia przypisane do niego osiągną łączną wartość nominalną 20%. Nadawcy posiadający co najmniej dwa programy o najszerszym zasięgu w skali krajowej, zobowiązani są do włączenia takich „okienek” z regionalnymi programami. Traktat rozstrzyga także kwestię przypisywalności oglądalności danego programu do konkretnego podmiotu. Zaznaczyć jednak należy, że zadanie ustalenia wielkości widowni powierzono niezależnemu podmiotowi Gesellschaft für Kommunikationsforschung¹⁶ (skrótowo określanego jako GfK) (Grünwald, 2002, s. 139). Zgodnie z art. 28 Traktatu o radiofonii i telewizji oglądalność zalicza się na poczet danego podmiotu wówczas, gdy podmiot ten posiada w nim co najmniej 25% kapitału. W przypadku mniejszego poziomu udziału niż 25%, podmiot ten uważa się za niezależny. Rozwiązanie to poddaje się krytyce, wskazuje się bowiem przypadki, iż mimo posiadania kapitału mniejszego niż 25% akcji, pakiet taki okazuje się wystarczający do sprawowania efektywnej kontroli tego podmiotu, a więc mimo nie przekroczenia ustalonych progów, można osiągnąć pozycję dominującą na rynku (Grünwald, 2002, s. 14; Miąsik, 2000, s. 96).

¹⁴ Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich. Więcej na stronie <http://www.kek-online.de> (dostęp 4.7.2017).

¹⁵ Sytuację taką określa się mianem „window programming”.

¹⁶ Więcej informacji dostępnych na stronie <http://www.gfk.media> (dostęp 4.7.2017).

We Włoszech pluralizm mediów wynikający z prawa do informacji i do bycia informowanym wynika z art. 21 Konstytucji (Mastroianni i Arena, 2016, s. 73). Dyskusja na temat koncentracji mediów rozpoczęła się od orzeczeń Sądu Konstytucyjnego z lat 1974 i 1976, uznających za niezgodny z konstytucją Republiki Włoskiej z 1948 r. monopol telewizji RAI (Miąsik, 2000, s. 97). Później wydano kilka orzeczeń, które kwestionowały kolejne propozycje legislacyjne (Mastroianni i Arena, 2016, s. 73). Nie występują jakiegokolwiek ograniczenia w zakresie własności dzienników, czasopism czy też platform internetowych, jeżeli chodzi o inwestorów z krajów Unii Europejskiej, Norwegii i Szwajcarii. Natomiast próby koncentracji podlegają badaniu przez włoski urząd antykoncentracyjny (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato¹⁷) w sytuacji osiągnięcia określonych obrotów (ponad 495 mln EUR obrotu globalnego i 50 mln EUR we Włoszech). W przypadku radiofonii i telewizji ustawa dotycząca tego problemu została przyjęta dopiero 31 lipca 1997 r., to jest właściwie wówczas, gdy rynek medialny został już zdominowany przez RAI i stacje Berlusconi. Wzbudzało to zresztą zaniepokojenie ze strony organizacji europejskich, czego dowodem była rezolucja nr 1387 (2004) Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy¹⁸. W art. 2 wymienionej wcześniej ustawy zakazuje się osiągnięcia pozycji dominującej na określonym rynku medialnym tzn. rynku radiofonii, telewizji niekodowanej, płatnej, analogowej i cyfrowej (Miąsik, 2000, s. 98), przy czym wprowadzono ograniczenie zezwalające jednemu podmiotowi na dysponowanie jedynie nie więcej niż 20% częstotliwości telewizyjnych lub radiowych albo nakładu prasy. Ponadto za podmiot osiągający pozycję dominującą uważa się tego przedsiębiorcę, który uzyskuje ponad 30% przychodów z reklam w danym segmencie rynku, a w przypadku podmiotów działających na wielu rynkach medialnych (multimedia) próg ten wynosi 20% wartości wszystkich rynków. W przypadku przekroczenia tych pułapów, powołany do tego zadania organ Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni¹⁹ składający się z 9 członków (czterech wybieranych przez Izbę Deputowanych, kolejnych czterech przez Senat oraz przewodniczącego powoływanego przez Prezydenta Republiki na wniosek Prezesa Rady Ministrów w porozumieniu z Ministrem Łączności), może nakazać podział przedsiębiorstwa, chyba że uzna się, że mimo niewielkiego przekroczenia tego pułapu, nie ma zagrożenia dla pluralizmu mediów.

Na szczególną uwagę zasługuje przykład Francji, chociażby z tego powodu, że pojawiają się w Polsce obecnie głosy, iż projekt tzw. repolonizacji mediów mógłby się odbyć według scenariusza francuskiego. Na wstępie warto wspomnieć, że wolność wypowiedzi zagwarantowana została już w art. 11 Deklaracji Praw Człowieka i Obywatela z 26 sierpnia 1789 r.²⁰ (Kaminam, 2016, s. 85). Powyższa zasada jest obecnie również chroniona poprzez ustawę nr 86–1067 z 30 września 1986 r. tzw. Loi Léotard²¹. Tu także nie występują jakiegokolwiek ograniczenia w zakresie własności dzienników, czasopism czy też platform internetowych, jeżeli chodzi o inwestorów z krajów Unii Europejskiej, Norwegii i Szwajcarii. To samo dotyczy rynku radiofonii i telewizji, o czym mowa będzie poniżej. Procesy fuzji przedsiębiorstw medialnych podlegają, co do zasady, prawu antymonopolowemu

¹⁷ Więcej na stronie <http://www.agcm.it> (dostęp 4.7.2017).

¹⁸ Assembly debate on 24 June 2004 (23rd Sitting) (see Doc. 10195, report of the Committee on Culture, Science and Education, rapporteur: Mr Mooney; and Doc. 10228, opinion of the Committee on Legal Affairs and Human Rights, rapporteur: Mr Ates). Text adopted by the Assembly on 24 June 2004 (23rd Sitting). Tekst dostępny na stronie: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=17237&lang=en>.

¹⁹ Zob. więcej na stronie: <https://www.agcom.it> (dostęp 4.7.2017).

²⁰ La Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, tekst deklaracji w j. angielskim na stronie: http://www1.curriculum.edu.au/units/downloads/pdf/dec_of_rights.pdf.

²¹ Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard). Version consolidée au 09 septembre 2017. Tekst w wersji oryginalnej dostępny na stronie <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930> (dostęp 9.9.2017).

operującemu kryterium wielkości obrotu (150 mln EUR globalnego i 50 mln we Francji), a tym samym kontroli Urzędu Antymonopolowego (Autorite de la Concurrence). W art. 3 ust. 1 ustawy nr 86–1067, w brzmieniu nadanym nowelizacją z 4 lipca 2004 r.²², wśród zadań Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (dalej: CSA), umieszczono obowiązek zapewnienia wolności ekspresji w sferze audiowizualnej oraz zagwarantowanie jakości i pluralizmu programów radiowo-telewizyjnych. Przepisy tego aktu normatywnego zmieniały się ze względu na zmiany technologiczne i wprowadzenie wielokanałowej telewizji cyfrowej i różnych kanałów dystrybucji sygnałów (naziemnie, satelitarnie, kablowo, mobilnie, internetowo). Początkowo ustawa nr 82–652 z 29 lipca 1982 r. przewidywała rozwiązanie pozwalające na posiadanie wyłącznie jednej koncesji ogólnokrajowej naziemnej radiowej lub telewizyjnej oraz dwóch koncesji na przekaz satelitarny. Jak wspomniano, część przepisów została zakwestionowana i złagodzona na mocy orzeczeń Rady Konstytucyjnej w wyroku z 18 września 1986 r. (nr 86–217²³), a następnie kilkakrotnie zmieniane (Kamina 2016, s. 89). Obecnie przepisy antykoncentracyjne w obszarze radiofonii i telewizji są bardzo rozbudowane i skomplikowane. Na szczególną uwagę zasługuje art. 39 cytowanego aktu normatywnego w brzmieniu nadanym przez nowelizację z 5 marca 2009 r.²⁴, gdzie przewidziano, że jedna osoba fizyczna lub prawna, może posiadać, bezpośrednio lub pośrednio, nie więcej niż 49% kapitału lub praw głosu w spółce posiadającej koncesję telewizyjną naziemną na program, którego średnia roczna oglądalność przekracza 8% całkowitej widowni rynku telewizyjnego. Przy czym przepis ten zawiera dokładne kryteria obliczania widowni (uwzględniając m.in. powtórki audycji itp.). Przepisy francuskie zawierają także szczególne rozwiązania odnoszące się do zagranicznych inwestycji, ale co należy podkreślić z całą mocą, dotyczy to inwestorów pochodzących z krajów spoza Unii Europejskiej. Otóż zgodnie z art. 40 ustawy nr 86–1067, żaden taki zagraniczny podmiot gospodarczy wchodzący na rynek francuski, nie może dokonać zakupu, w wyniku którego uzyskałby bezpośredni lub pośredni wpływ na więcej niż 20% kapitału lub udziału w prawie głosu na zgromadzeniu wspólników lub akcjonariuszy we władzach nadawcy radiowego lub telewizyjnego nadającego programy naziemnie w języku francuskim. W takim przypadku inwestycje w sektor audiowizualny winny uzyskać wcześniejszą akceptację Ministrów Skarbu i Finansów. Co więcej, sprecyzowano tu, że dla celów tej regulacji za „osobę zagraniczną” uważa się jakąkolwiek osobę fizyczną o zagranicznym obywatelstwie, jakkolwiek osobę prawną lub jednostkę organizacyjną nie posiadającą osobowości prawnej, której kapitał nie należy bezpośrednio lub pośrednio do francuskiej osoby fizycznej lub prawnej. Należy tu jednak podkreślić, że powyższe zasady nie odnoszą się do dostawców usług, których co najmniej 80% kapitału albo prawa głosów należy do nadawców w sektora publicznego przynależącego do państw będących członkami Rady Europy i w których udział w kapitale lub prawa głosu należą do spółki francuskiego sektora publicznego co najmniej w 20%. Dodatkowo art. 41 ustawy nr 86–1067 stanowi, że ma przeciwdziałać koncentracji monomedialnej na rynku radiofonii i telewizji. W przypadku nadawców telewizyjnych nie można posiadać dwóch koncesji na telewizję naziemną. Osoba posiadająca jedno lub więcej zezwoleń dla każdej z usług telewizyjnych, nadawanych drogą naziemną w sposób cyfrowy o zasięgu innym

²² Por. LOI n°2014-873 du 4 août 2014.

²³ Conseil constitutionnel, jeudi 18 septembre 1986 – Décision N° 86–217 DC, ECLI:FR:CC:1986:86.217.DC, Loi relative à la liberté de communication, Journal officiel du 19 septembre 1986, p. 11294, tekst dostępny na stronie <https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriConst.do?oldAction=rechJuriConst&idTexte=CONSTEXT000017667436&fastReqId=2132315839&fastPos=1> (data 4.9.2017).

²⁴ Zob. LOI n°2009-258 du 5 mars 2009.

niż krajowy, może uzyskać nowe zezwolenie dla podobnej usługi, pod warunkiem nieprzekroczenia progu dwunastu milionów zarejestrowanych odbiorców podobnych usług. Podmiot posiadający pozwolenie na prowadzenie bezprzewodowej naziemnej telewizji cyfrowej na określonym obszarze, może uzyskać nowe zezwolenie na podobne usługi transmitowane cyfrowo w całości na taki sam obszar, pod warunkiem nieprzekroczenia pułapu 20% udziału w rynku. Podobnie nikt nie może posiadać jednej lub większej liczby koncesji na nadawanie telewizji mobilnej, jeżeli łącznie publiczność tego sektora przekracza 20% całego rynku odbiorców.

Pewne ograniczenia występują także w Irlandii, Grecji, Austrii, Hiszpanii, Portugalii, Luksemburgu, Danii, na Cyprze. Przykładowo w Hiszpanii ustawa²⁵ ogranicza wielkość udziałów posiadanych w podmiocie, którego działalność polega na emitowaniu programu radiowego lub telewizyjnego. Wymaga się upublicznienia takich danych, jak struktura udziałowców, wysokość ich udziałów w tym przedsiębiorstwie, sprawozdań finansowych i struktury kapitału. Nie powstały natomiast dotychczas regulacje dotyczące koncentracji mediów w Szwecji i Finlandii (Zielińska-Folcholc, 2003, s. 58–60).

IV. Podsumowanie

1. Jak w powyższego wynika, odpowiednie odrębne przepisy w zakresie regulacji koncentracji kapitału w środkach społecznego przekazu wydają się niezbędne, gdyż obecne ogólne uregulowania antymonopolowe okazują się niewystarczające. Takie rozwiązania funkcjonują w wielu krajach UE. Należy jednak podkreślić, że podstawowym i jedynym celem tego rodzaju ograniczeń winna być chęć zapewnienia pluralizmu w mediach. Stąd też, mimo lobbingu niektórych grup interesu, należy powtórzyć tezę wynikającą z debaty, która toczyła się praktycznie w całej Europie, że określona skala koncentracji kapitału w przedsiębiorstwach medialnych może stać się zagrożeniem dla wolności słowa. Najbardziej problematyczne jednak w tej kwestii jest wyważenie i ustalenie stosownej proporcji pomiędzy ingerencją ustawodawcy ograniczającą możliwości połączeń podmiotów gospodarczych, a możliwością swobodnego rozwoju, zwłaszcza krajowych nadawców. Stąd też ewentualny kolejny projekt ustawy w tej kwestii jest materią na tyle skomplikowaną i delikatną, iż winien być poprzedzony szeroką debatą na ten temat, a najlepiej – osiągnięciem konsensusu pomiędzy najważniejszymi instytucjami i podmiotami rynku medialnego. Możliwe są różne modele i rozwiązania. Najważniejsze jednak chyba jest, aby, działając przy otwartej kurtynie dialogu społecznego, tym razem nie utracić szansy na osiągnięcie konsensusu pomiędzy wszystkimi zainteresowanymi. Należy ufać, że kompromis, w imię konstytucyjnie gwarantowanej zasady wolności słowa, jest ciągle możliwy do osiągnięcia dla wszystkich głównych podmiotów rynku medialnego.

2. Problemатyczne okazuje się określenie i ustalenie rynków właściwych, na których dokonuje się oceny skali koncentracji. Możliwe jest tu analizowanie takich elementów, jak wielkość obrotów, sprzedaży (nakładu, widowni, odbiorców, reklam). Choć z punktu widzenia pluralizmu mediów z pewnością istotniejszym byłby wskaźnik rynku przekazywanych idei, a więc wpływu na odbiorców. Pojawia się jednak podstawowa wątpliwość jak mierzyć to zjawisko.

²⁵ Real Decreto-ley 1/2009, de 23 de febrero, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones. Tekst dostępny na stronie <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2009-3022> (data 4.9.2017).

3. Całkowicie odrębnym zagadnieniem jest kwestia „narodowości” kapitału przedsiębiorstw medialnych. Trzeba tu po pierwsze zaznaczyć, że obecnie na rynku międzynarodowych inwestycji trudno jest ustalić w istocie, co oznacza „narodowość” kapitału, bowiem z reguły inwestorami są fundusze międzynarodowe posiadające skomplikowaną, a na pewno wielonarodową strukturę akcjonariatu. Ponadto należy zastrzec, że z punktu widzenia prawa Unii Europejskiej, rozwiązania, które miałyby ograniczać uprawnienia inwestycyjne podmiotów prawnych mających siedzibę na obszarze UE, naruszałby jeden z fundamentów Unii, a zwłaszcza art. 63 Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej – zgodnie z którym zakazane są wszelkie ograniczenia w przepływie kapitału między państwami członkowskimi oraz między państwami członkowskimi a państwami trzecimi. Ewentualnie takie rozwiązania mogłyby dotyczyć inwestorów pochodzących z państw niebędących członkami UE, co zresztą w Polsce już funkcjonuje w obowiązującej ustawie o radiofonii i telewizji. Gdyby próbować podobne rozwiązania (odnośnie do inwestorów spoza UE) rozszerzyć na inne rynki medialne (np. rynek prasowy, internetowy), to powstają pytania, jaki organ byłby do tego uprawniony i jakimi środkami miałyby takie uprawnienia wykonywać. W przypadku przekazów internetowych wprowadzanie takich regulacji i mechanizmów byłoby zadaniem jeszcze bardziej karkołomnym, chociażby ze względu na globalny charakter sieci i obecną pozycję graczy światowych.

Bibliografia

- Barta, J., Markiewicz, R. i Matlak, A. (2005). *Prawo mediów*. Warszawa: LexisNexis.
- Crane, T. i Calleja, R. (2002). The Communications Bill – new dawn or false dawn? *Communication Law*, 7(4).
- Czarny-Drożdziejko, E. (2014). *Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz*. Warszawa: LexisNexis.
- Czarzasty, W. (2002). Dostosowanie prawa medialnego do norm Unii Europejskiej i standardów obowiązujących w niektórych krajach członkowskich. *Biuletyn Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji*, 5–6.
- Doktorowicz, K. (2002). Koncentracja mediów – aspekt zagraniczny. *Studia Medioznawcze*, 5.
- Doyle, G. (1995a). Media ownership: an assessment of the proposal, *Media Law & Practice*, 16(3).
- Doyle, G. (1995). The cross media ownership debate. *Media Law & Practice*, 16(2).
- Feintuck, M. (2009). Regulating Media Markets in the Public Interest: Principles Beyond Competition. *Journal of Media Business Studies*, 6(3).
- Flankowska, J. (2002). Zalety i wady obecności kapitału zagranicznego w polskich mediach drukowanych – próba systematyzacji problemów. *Studia Medioznawcze*, 5.
- Fontaine, G. i Kevin, D. (2017). Introduction: media ownership in European markets. W: *Media ownership – Market realities and regulatory responses*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Goban-Klas, T. (2001). Granice wolności mediów. W: Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków: Universitas.
- Grünwald, A. (2002). Media ownership control in Germany – an inventory review in the light of Kirch insolvency. *Communications Law*, 7(4).
- Jurczyk, Z. (2015). Procesy koncentracji i monopolizacji na rynku prasy regionalnej w Polsce. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, Nr 405, s. 139–140.
- Kaminam, P. (2017). Media concentration in France. W: *Media ownership – Market realities and regulatory responses*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Klimkiewicz, B. (2009). Structural Media Pluralism and Ownership Revisited: The Case of Central and Eastern Europe. *Journal of Media Business Studies*, 6(3).

- Klimkiewicz, B. (2005). *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm i niezależność mediów*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Klimkiewicz, B. (2009). Structural Media Pluralism and Ownership Revisited: The Case of Central and Eastern Europe. *Journal of Media Business Studies*, 6(3).
- Klimkiewicz, B. (2010). *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*. Budapeszt: CEU Press.
- Klimkiewicz, B. (2010a). Introduction: Structural Media Pluralism. *International Journal of Communication*, 4.
- Kowalski, T. (2002). Ekonomia polityczna obecności kapitału zagranicznego w mediach w Polsce, *Studia Medioznawcze*, 5.
- Mastroianni, R. i Arena, A. (2016). Media concentration in Italy, w: *Media ownership – Market realities and regulatory responses*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Miąsik, D. (2000). Kontrola koncentracji kapitału w środkach masowego przekazu. *Rejent*, 4.
- Mrozowski, M. (2001). *Media masowe, władza, rozrywka i biznes*. Warszawa: Aspra-Jr.
- Petri, M. (2016). Media concentration in Germany. W: *Media ownership – Market realities and regulatory responses, European Media Observatory*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Piątek, S., Dziomdziora, W. i Wojciechowski, K. (2014). *Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz*. Warszawa: C.H. Beck.
- Piccard, R.G. i Harcour, A. (2009). Policy, Economic, and Business Challenges of Media Ownership Regulation. *Journal of Media Business Studies*, 6(2).
- Piccard, R.G. i Weezel, A. (2008). Capital and Consequences of Different Forms of Newspaper Ownership. *The International Journal on Media Management*, 10.
- Pope, J. (1999). *Rzetelność życia publicznego. Metody zapobiegania korupcji*. Warszawa: C.H. Beck.
- Reville, N.J. (1991). The new regulatory regime for programmes broadcast in the UK. *Media Law & Practice*.
- Scholes, J. i Woods, L. (1996). Media Ownership; The UK Government's Proposal. *Entertainment Law Review*, 1.
- Sobczak, J. (2001). *Radiofonia i telewizja. Komentarz do ustawy*. Kraków: Zakamycze.
- Szynol, A. (2008). Piętnaście lat obecności Passuer Neue Presse (Polskapresse) i Orkla Media na polskim regionalnym rynku prasy. *Studia Medioznawcze*, 2.
- Valcke, P. (2009). From Ownership Regulations to Legal Indicators of Media Pluralism: Background, Typologies and Methods. *Journal of Media Business Studies*, 6(3).
- Zielińska-Folcholc, M. (2003). Procesy koncentracji w działalności prasowej w Unii Europejskiej. Zagadnienia materialnoprawne. *Państwo i Prawo*, 2.