



Univerzitet Crne Gore
Fakultet političkih nauka

Medijska konvergencija i publika

Osmo i deveto predavanje – *Medijski pluralizam i medijsko vlasništvo*

4. decembar 2023. godine

Medijski pluralizam

Halin i Manćini

- Štampani mediji su oduvijek u dominantnom privatnom vlasništvu
- Prvi model izvještavanja o politici u štampanim medijima je prikazivanje jasnog stava o politici
- U kasnom 19. vijeku, favorizuje se “neutralnije” novinarstvo, što je povezivano sa razvojem komercijalne štampe, čiji je osnovni cilj bio zarada novca, a ne služenje političkim akterima
- Država je oduvijek bila manje zainteresovana da posjeduje štampane medije u odnosu na elektronske. Zbog čega?
- U elektronskim medijima je koncentracija novca veća, a medijski uticaj i domet medijskih poruka značajno širi nego u štampi
- Pošto država nije zainteresovana da posjeduje štampane medije, kontroliše ih na druge načine (cenzurom i finansijskim mehanizmima poput državne pomoći)

Halin i Manćini

- Centralni koncept o kojem govore Halin i Manćini je **politički paralelizam**
- Politički paralelizam je nivo do kojeg medijski sistem odražava karakteristike partijskog sistema
- Ako u politici imamo jasnu razdvojenost vlasti i opozicije, onda se mediji dijele na provladine i proopozicione. U tom slučaju govorimo o političkom paralelizmu

Komponente političkog paralelizma

1. Medijski pluralizam (eksterni i interni)
2. Organizaciona povezanost između medija i politike
3. Politički aktivizam zaposlenih u medijima (često se novinari/ke zapošljavaju u medijima koji odražavaju njihovu političku afilijaciju)
4. Medijska publika
5. U sistemima sa visokim političkim paralelizmom, novinari/ke nisu neutralni, što je slučaj u sistemima sa niskim paralelizmom

Medijski pluralizam

- Medijski pluralizam može biti eksterni i interni
- Eksterni pluralizam podrazumijeva postojanje brojnih, raznolikih i nezavisnih medija na jednom medijskom tržištu, odnosno pluralizam vlasništva i tržišnu kompetitivnost (Klimkiewicz, 2010: 906).
- Interni pluralizam podrazumijeva skup različitih „društvenih, političkih i kulturoloških vrijednosti, mišljenja, informacija i interesa“ unutar medija (Vijeće Europe, 1994 prema Klimkiewicz, 2010: 906).
- U društvima sa visokim političkim paralelizmom, koji pluralizam dominira?
- Eksterni.

Organizaciona povezanost između medija i politike

- U sistemima visokog političkog paralelizma organizaciona povezanost između medija i partija je jaka
- Mediji mogu biti u kontaktu i sa drugim organizacijama (crkve, sindikat, nevladine organizacije), koje takođe mogu biti povezane sa političkim partijama
- Tokom najvećeg dijela 20. vijeka mnogi mediji bili su povezani sa takvim organizacijama koje su ih finansirale i čiji su ciljevi bili da im mediji služe na različite načine.

Politički aktivizam zaposlenih u medijima

- Rijetko koji novinar/ka je otvoreno član/ica političke partije, ali preferira da radi u medijima koji odražavaju njegov politički stav

Medijska publika i “neutralnost” novinara/ki

- U sistemima visokog političkog paralelizma, medijska publika je pristrasna i bira samo one medije koji održavaju njihova uvjerenja (tzv. *konfirmacijska pristrasnost* – confirmation bias)
- U sistemima gdje je politički paralelizam jak, kultura i diskurzivni elementi novinarstva su usko povezani sa politikom.
- To dovodi do pojave tzv. *zagovaračkog novinarstva*

Modeli javnih servisa

- Halin i Manćini su definisali četiri modela javnih servisa:
 1. Vladin– javni servis u potpunosti kontroliše država ili politička većina – **politika iznad javnog servisa**
 2. Profesionalni (bez državne kontrole) – BBC – **formalno autonomni sistem**
 3. Parlamentarni – parlament kontroliše i postavlja ljude u javnom servisu – (RAI) – **politika unutar javnog servisa**
 4. Građanski model – nevladine organizacije kreiraju javni servis – ovaj model može da pređe u parlamentarni, ako nevladine organizacije imaju jake veze sa političkim partijama (Njemačka) – **politika unutar javnog servisa**

Nikada ovi modeli nijesu jasno razdvojeni niti se međusobno isključuju, najčešće je u pitanju kombinacija.

Modeli medijskih sistema

- Halin i Manćini koriste četiri kriterijuma da klasifikuju svjetske medijske sisteme:
 1. Cirkulacija štampanih medija
 2. Politički paralelizam
 3. Profesionalizacija medija
 4. Intervencija države – mehanizam regulacije

Prvi kriterijum

- Jedna od glavnih razlika među medijskim sistemima odnosi se na cirkulaciju štampanih medija, odnosno na tiraž štampe
- U sistemima sa visokom cirkulacijom, štampa je samoodrživa jer se dobro prodaje i dopire do svih stanovnika
- U sistemima sa niskom cirkulacijom, nema tolikog interesovanja za štampu, štampani mediji postaju neodrživi, zbog čega su podložniji finansijskom uticaju države

Treći kriterijum

- Dimenzije profesionalizacije medija:
 1. Autonomija
 2. Profesionalne norme
 3. Orijehtacija ka javnom servisu
 4. Instrumentalizacija
 5. Edukacija
- U sistemima visokog političkog paralelizma, profesionalizacija medija je niska

Četvrti kriterijum

- U pojedinim medijskim sistemima, država u potpunosti kontroliše i reguliše medije (autoritarna i komunistička teorija štampe)
- U drugim, uloga države je svedena na minimum (libertarijanska teorija štampe, medijsko tržište se samoreguliše)
- Sredina između ova dva ekstrema je tzv. teorija društvene odgovornosti medija
- **Teorija društvene odgovornosti**, polazi od liberalnih vrijednosti, ali naročito ističe koncept **odgovornosti**
- **Prema ovoj teoriji**, mediji moraju služiti javnosti i javnom interesu, u suprotnom država ima pravo da interveniše
- Država nije isključena, ali je njen uticaj kontrolisan
- Teorija društvene odgovornosti se razvija nakon tzv. **Hačinsove komsije o slobodi štampe 1947. godine u SAD-u**
- Komsiju je osnovala grupa čikaških intelektualaca koji su istraživali najpovoljniji model odnosa između medija i države
- Preovladalo je mišljenje da država treba da ima minimalan uticaj, a da je potrebno da se mediji samoregulišu

Četvrti kriterijum

- Slabija uloga države može da dovede do “politike koja favorizuje tržišne snage ili do neuspjeha političkog sistema da uspostavi i sprovodi medijsku politiku, ovaj fenomen je česta pojava u radiodifuziji Južne Evrope i tretira se kao **divljačka deregulacija**” (Malešević 2019, 20).

Modeli medijskih sistema

Mediterranski – polarizovano-pluralistički

Sjeverno-evropski – demokratsko-korporativistički

Sjevernoatlanstki - liberalni

Mediterranski – polarizovano pluralistički model	Sjeverno-evropski – demokratsko korporativistički model	Sjevernoatlantski ili Liberalni
Eksterni pluralizam	Eksterni pluralizam	Interni pluralizam (sa izuzetkom Velike Britanije)
Visok politički paralelizam	Srednji politički paralelizam	Nizak politički paralelizam
Nizak profesionalizam, državna (samo)regulacija	Visok profesionalizam i samoregulacija	Jak profesionalizam, samoregulacija
Vladin model javnih servisa ili parlamentarni model	Parlamentarni model	Profesionalni model
Politika iznad javnog servisa kao pristup	Politika unutar javnog servisa	Autonoman sistem
Divlja deregulacija, jaka kontrola države, mala cirkulacija štampanih medija	Limitirana uloga države, velika cirkulacija štampanih medija	Srednja cirkulacija štampanih medija

Medijsko vlasništvo

Medijska koncentracija

- Medijska koncentracija predstavlja “nadzor nad proizvodnjom, zapošljavanjem, distribucijom i publikom u medijima” (McQuail, 1994, nav prema: Peruško 2003).
- Koncentracija označava trend “smanjenja raznolikosti na medijskom tržištu i razvoj medijskog tržišta u kojem ne postoji dovoljna konkurencija” (Malinić 2019, 9).
- Koncentracija podrazumijeva **mali** broj medijskih kompanija ili medija na nekom medijskom tržištu koji kontrolišu **veliki** dio publike ili tržišta.

Vrste medijske koncentracije

Horizontalna koncentracija

Vertikalna koncentracija

Dijagonalna koncentracija

Monopoli

Horizontalna koncentracija

- Horizontalna se koncentracija odnosi na kontrolu, odnosno na vlasništvo nad medijima iste vrste.
- Recimo, ista kompanija posjeduje dva portala

Vertikalna koncentracija

- Vertikalna koncentracija označava koncentraciju vlasništva nad “cijelim procesom proizvodnje i distribucije medija te na posjedovanje iste vrste medija na različitim prostornim nivoima (od lokalnih do nacionalnih ili međunarodnih)” (Malinić 2019, 11).
- Recimo, neko posjeduje televiziju u Crnoj Gori, Hrvatskoj i Sloveniji

Dijagonalna koncentracija

- Dijagonalna koncentracija podrazumijeva “udruživanje medijskih korporacija sa korporacijama iz nemedijskih sektora (turizam, svijet zabave)” (Kurtić 2014, 305).

ISSUE #03

INSIDE SHELDON ADELSON'S JOURNALISTIC GAMBLE

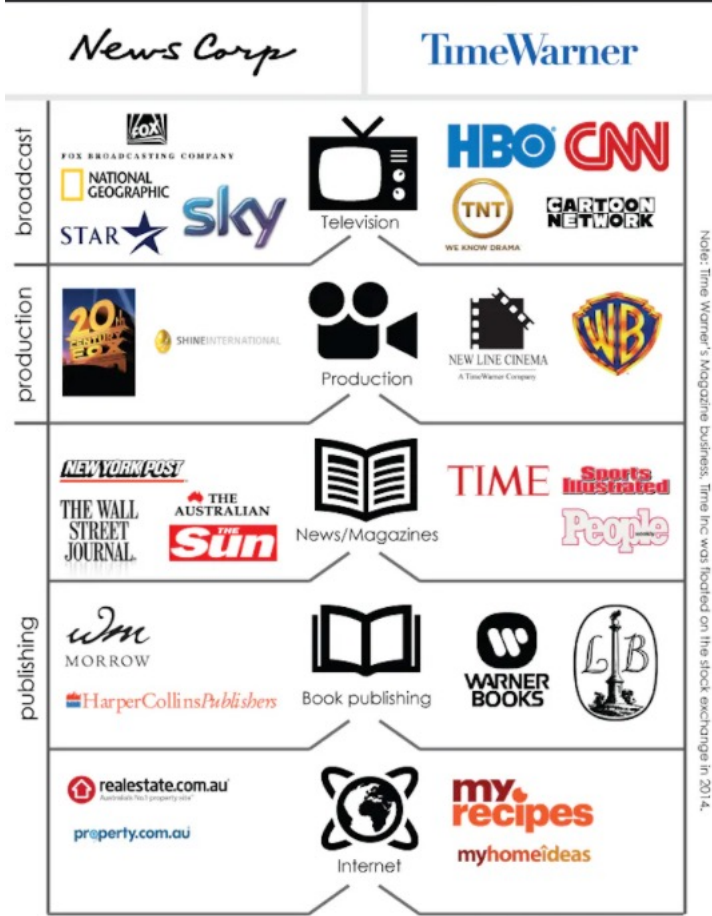
BY [REM RIEDER](#) ILLUSTRATION BY LUCIE BIRANT JULY 2017



Monopol

- Monopol predstavlja “nemogućnost konkurencije na medijskim tržištima tih dobara i usluga te trajno formiranje monopolskih cijena” (Malinić 2019, 10-12).
- Monopol podrazumijeva “isključivo pravo, potpuno prisvajanje, odnosno situaciju gdje jedno preduzeće ili grupa njih ima moć nad tržištem” (Malinić 2019, 10-12).
- Monopol onemogućava slobodu, inovacije, napredak i dovodi do rasta cijena i pada kvaliteta medijskog sadržaja

News Corp and Time Warner: major entities



Izvor: <https://www.cnbc.com/2023/02/09/news-corp-layoffs-company-will-cut-1250-positions-in-2023.html>

 [News Corp](https://www.news-corp.com)

Nedozvoljena medijska koncentracija

Član 132

Nedozvoljena medijska koncentracija postoji kada emiter:

1) koji ima odobrenje za emitovanje sa nacionalnom pokrivenošću:

- učestvuje u osnovnom kapitalu drugog emitera kome je izdato takvo odobrenje sa više od 25% kapitala ili glasačkih prava,

<https://www.paragraf.me/propisi-crnegore/zakon-o-medijima.html>

47/59

3/19/2020

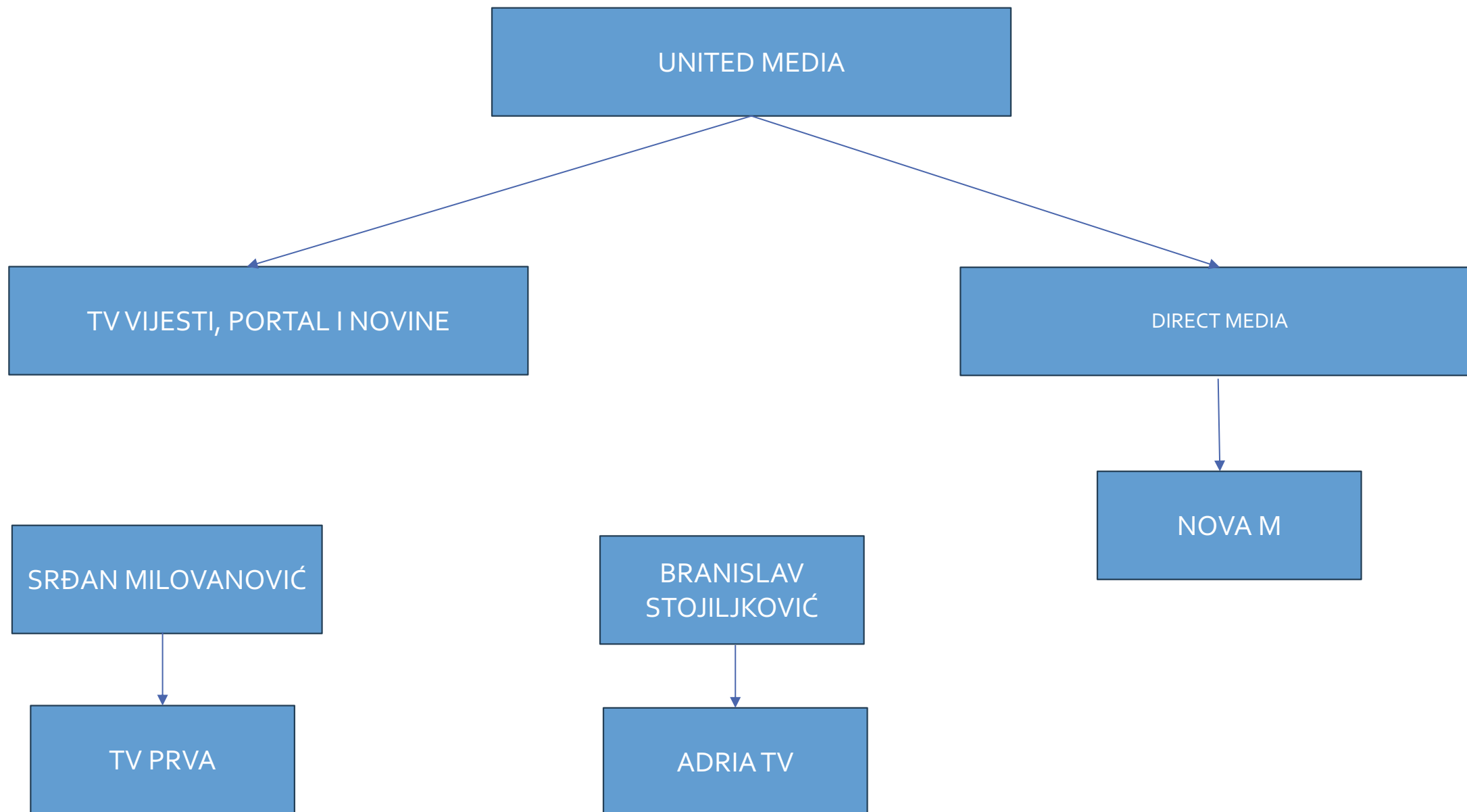
Zakon o elektronskim medijima | Crne Gore | Paragraf

- učestvuje u osnovnom kapitalu pravnog lica koje izdaje dnevne štampane medije koje se štampaju u tiražu većem od 3.000 primjeraka, sa više od 10% i obrnuto,
 - učestvuje u osnovnom kapitalu pravnog lica koje obavlja djelatnost informativne agencije sa više od 10% i obrnuto,
 - istovremeno izdaje dnevne štampane medije koje se štampaju u tiražu većem od 3.000 primjeraka;
- 2) osim nacionalnog javnog emitera, na istom području emituje više od jednog televizijskog i jednog radijskog programa sa istom ili sličnom programskom osnovom;
- 3) radijskog ili televizijskog programa koji ima odobrenje za emitovanje sa lokalnom ili regionalnom pokrivenošću:
- učestvuje u osnovnom kapitalu drugog emitera sa regionalnom ili lokalnom pokrivenošću na istom području sa više od 30%,
 - istovremeno, u istoj ili u susjednim oblastima, izdaje dnevni štampani medij lokalnog karaktera.

- Član 133. istog Zakona opisuje „nedozvoljenu medijsku koncentraciju“ kada *“u osnovnom kapitalu drugog emitera, osnivača dnevnog štampanog medija ili novinske agencije, preko utvrđene visine osnovnog kapitala, učestvuje fizičko lice koje je osnivač emitera ili lica koja su njegovi srodnici u pravoj liniji do drugog stepena srodstva ili lice koje je njegov bračni drug”*.

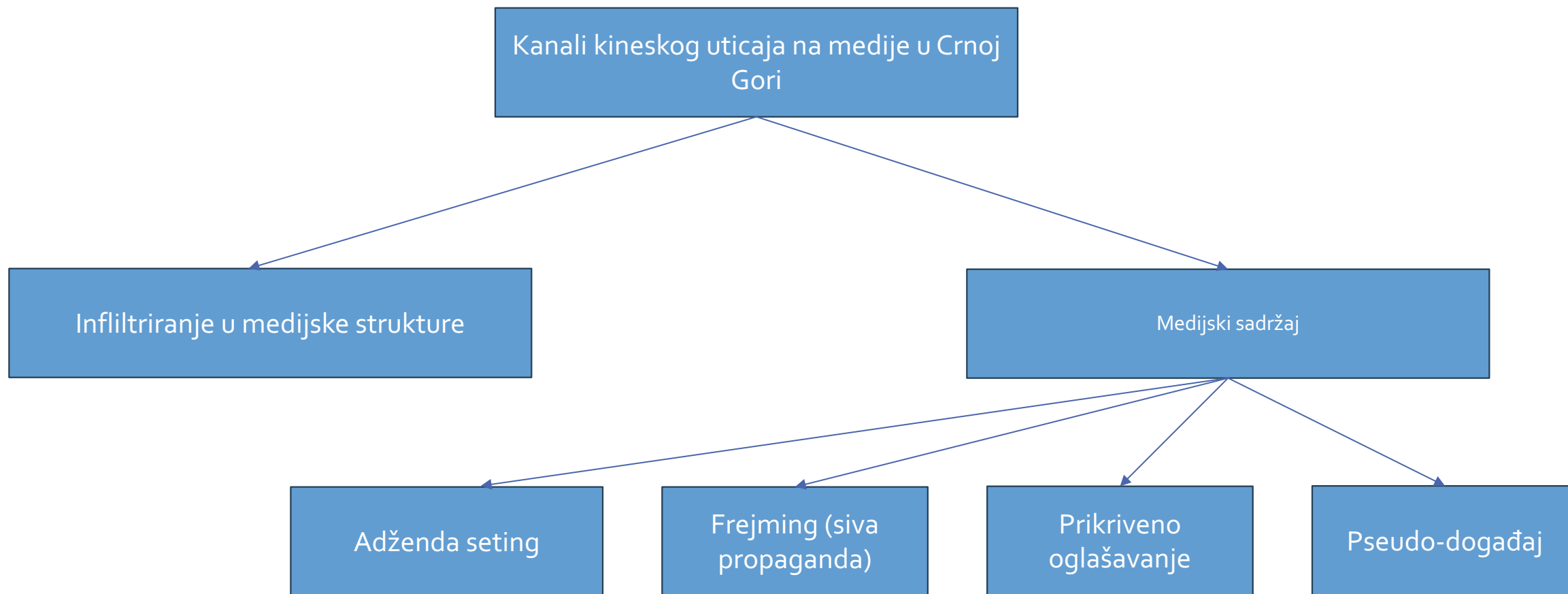
Strano vlasništvo

- U Crnoj Gori **ne** postoje zakoni koji se odnose na pitanje stranog vlasništva nad medijima, odnosno **ne** postoji zakon koji ograničava prekomjernu koncentraciju stranog vlasništva nad medijima.
- Crna Gora ima **pet** televizija sa nacionalnom frekvencijom. Od tih pet jedna je javni servis RTCG, a preostale **četiri** su komercijalne televizije u većinskom ili punom stranom vlasništvu.
- U Crnoj Gori su djelovala dva najznačajnija ruska medija koja se emituju van Crne Gore – Russia Today i Sputnik. Odlukom Savjeta Agencije za elektronske medije, u Crnoj Gori je zabranjeno emitovanje ova dva medija od aprila 2022. godine (Gilić, Živković i Vujović 2023, 17).



Strani uticaj na medije u Crnoj Gori

studija slučaja - Kina





INFILTRIRANJE U MEDIJSKE STRUKTURE

RTCG ima značajnu ulogu u jačanju saradnje

Radio-televizija Crne Gore kao nacionalni javni servis ima značajnu ulogu u promociji odnosa, ali i saradnji Kine i Crne Gore. To je saopštio kineski ambasador Liu Jin, nakon razgovora sa menadžmentom RTCG-a.



- Kina i kineske kompanije još uvijek nemaju zvanično vlasništvo nad medijima u Crnoj Gori, ali na indirektno načine ostvaruju kontakt sa upravljačkim strukturama medija.

- Kineski javni emiteri su 2008. godine potpisali memorandume o saradnji sa crnogorskim javnim servisom, Radio-televizijom Crne Gore

“Ambasador Kine Jin poručuje da će tokom mandata raditi na jačanju saradnje naše dvije države i u oblasti medija, kroz organizovanje posjeta novinara i razmjenu medijskih sadržaja RTCG-a i kineske državne televizije.”

Montenegrin president: China is playing a more important role on the international stage

Share



Montenegrin President Jakov Milatovic, in an interview with China Media Group, said that

<https://news.cgtn.com/news/2023-05-23/Milatovic-China-plays-a-more-important-role-on-international-stage-1k2dxTWxjC8/index.html>

Kineska medijska grupa (China Media Group) je osnivač Kineskog nacionalnog i međunarodnog radija, kao i Kineske centralne televizije.

Kineska medijska grupa angažuje novinare i novinarke iz Crne Gore, kako bi izvještavali o temama koje su od strateškog značaja za Kinu.

Kineska novinska agencija Xinhua i Novinska agencija Patria ozvaničile saradnju

<https://nap.ba/qpost/245737>

Strani mediji o novoj crnogorskoj Vladi

Kineska državna novinska agencija Ksinhua /Xinhua/ prenosi sastav 41. Vlade Crne Gore. i ističe da su u njoj samo tri člana prethodne Vlade.

<https://www.antenam.net/politika/18860-strani-mediji-o-novoj-crnogorskoj-vladi>

ADŽENDA SETING



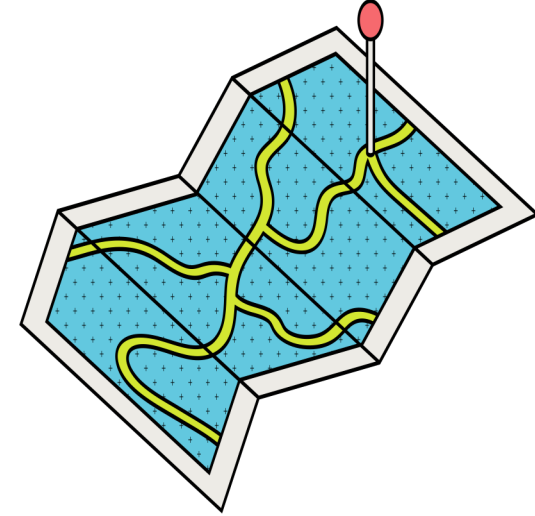
Mediji i propaganda

- “Propaganda je smišljeno, sistematsko i kontrolisano širenje simbola od neke **političke grupe**, koja tim simbolima prikriva svoj **politički interes**, prikazujući ga kao **interes svih članova društva**, kako bi ih, **bez upotrebe fizičke prinude**, navela da **osjećaju, misle i čine** ono što odgovara političkim ciljevima te grupe, a da pri tome **vjeruju da slobodno donose odluke**” (Šušnjić 2001, 58).

Mediji i propaganda

- **Siva propaganda** odgovara savremenoj propagandnoj praksi. Može se odrediti kao prilagođena istina. Ona se zasniva na istinitim informacijama, ali je prezentovana i usmjerena prema određenoj grupi, u željenom smjeru. Najčešće se ne daju sve činjenice, tj. biraju se, ali one koje se daju su istinite.

(Vujović 2021)



FREJMING (SIVA PROPAGANDA)

Pet godina Konfucije Instituta u Crnoj Gori: Učenje kineskog jezika kao put do sigurne budućnosti



PRATITE NAS
I NA TELEGRAM KANALU



Hadžić: Kina je prva velika sila koja je priznala suverenitet Crne Gore, ne vidim dužničko ropstvo kod Exim banke

U jeku mnogobrojnih investicija koje Kina realizuje u našoj zemlji, posebno se ističe auto-put Bar-Boljare, koji prema njegovim riječima ni u jednoj osnovi nema mana, jer je građen po svim pravilima i standardima Evropske unije

[Portal Analitika](#) / [Abiznis](#) / Evropska unija i Kina: Dva velika resursa i dva velika tržišta

Autorski tekst ambasadora NR Kine u Crnoj Gori

Evropska unija i Kina: Dva velika resursa i dva velika tržišta

Za Crnu Goru će razvoj bilateralnih odnosa sa Kinom biti od pomoći da ubrza dinamiku pristupanja EU.

VRIJEDNE NAGRADE

Nagradni konkurs za video o Kini i Crnoj Gori

U očima mnogih Kineza, Crna Gora je poput bisera ugraviranog u safirno plavu obalu na Balkanskom poluostrvu. Nekadašnji kultni jugoslovenski film "Most", koji je sniman upravo u Crnoj Gori, veoma je poznat širom Kine, a most na Đurđevića Tari iz pomenutog filma i dalje privlači ogroman broj kineskih turista.



(/)

A šta je za vas u Crnoj Gori prva pomisao i asocijacija kada je riječ o Kini? Da li su to crveni zidovi Zabranjenog grada, ili veoma razvijena brza pruga, ili možda drevna i misteriozna umjetnost Pekinške opere, ili bi to bili prostrani autoputevi, ili pak brojni specijaliteti kineske kuhinje?

Kreiraj originalni video do 5 minuta koji zadovoljava visok kvalitet zvuka i slike. Možeš koristiti naraciju na engleskom, crnogorskom ili kineskom jeziku.

Tema videa je tvoja lična priča o Kini i tvoje razumijevanje njene ljepote i šarma. Pokušaj da kroz svoj objektiv prikažeš kineskom narodu čari Crne Gore.

Pošalji svoj video sa pratećim opisom na adresu: paike@thepaper.cn a kopiju (cc) takođe pošalji na chinaemb_me@hotmail.com. U meglu obavezno navedi svoje ime, prezime i kontakt informacije.



Uz video, napiši prateći opis na engleskom jeziku koji ne prelazi 100 karaktera.

Nagrađujemo 10 najboljih radova Xiaomi tablet računarom. Pobjednički radovi će biti prikazani na kineskoj online platformi The Paper. Svi učesnici će dobiti elektronski sertifikat.

Konkurs traje do 13. septembra 2023. godine.

Organizator: Grupa "The Paper"

Podrška: Ambasada Narodne Republike Kine u Crnoj Gori

Suorganizatori: Institut Konfucije UCG i

Kineske studije i Turizam Konfucijeva učionica UDG



SKENIRAJ ZA VIŠE INFORMACIJA

PRIKRIVENO OGLAŠAVANJE

Samsung, LG, Huawei, Nokia predstavili nove uređaje

Mobile World Congress na kojemu organizatori ove godine očekuju više od 100.000 ljudi, završava se u četvrtak u katalonskoj prijestonici

👁 137 pregleda 💬 0 komentar(a)



Vijesti online

Ažurirano: 26.02.2018. 07:54h 26.02.2018. 07:54h

I kineski tehnološki div Huawei predstavio je najnovije modele prenosnog računara - Matebook X Pro i novi tablet MediaPad M5.

Huawei prestigao Apple u prodaji telefona

Postignuti rezultati kompanije Huawei se posebno pripisuju konstantnim investicijama u istraživanje i razvoj, zajedno sa agresivnim marketingom i proširenjem kanala prodaje

👁️ 80 pregleda 💬 1 komentar(a)



huawei, apple, telefoni



Mina Business

Ažurirano: 09.09.2017. 15:31h 09.09.2017. 15:31h

Huawei sada, sedam godina nakon što je ušao u tržišnu trku na polju smartfona, prodaje više telefona širom svijeta nego Apple, pokazalo je najnovije istraživanje Counterpoint Researcha.



Naslovna » Društvo » Ambasada Kine: Mi store i kineski proizvodi u Podgorici

Društvo

0

Ambasada Kine: Mi store i kineski proizvodi u Podgorici

Autor: Antena M

04.08.2021. 14:46 → 14:52



Kina je vodeća zemlja u svijetu u istraživanju, razvoju i proizvodnji visokotehnoloških proizvoda, a u Podgorici, nedavno je otvorena "Mi Store", prodavnica kineskih uređaja brenda "Xiaomi", saopšteno je iz kineske ambasade u Crnoj Gori.



PSEUDO-DOGAĐAJ

Naslovna • Vijesti • Politika

Program 16+1 otvara nove mogućnosti za saradnju

Sagovornici su posebno apostrofirali mogućnosti za saradnju u oblasti željezničke infrastrukture, šumarstva, proizvodnje hrane, turizma, energetike, novih tehnologija i zaštite životne sredine

 66 pregleda  0 komentar(a)



Sastanak ministra zdravlja i ambasadora Kine

Šćekić – Fan Kun: Prijateljstvo i solidarnost neraskidive karike Crne Gore i Kine



Zbog čega je ovo važno?

- Prema istraživanju javnog mnjenja koje je sproveo Centar za međunarodno privatno preduzetništvo (CIPE) u junu 2020. godine, Evropska unija uživa najveću naklonost crnogorskih građana, Kina je **drugorangirana**, ali je i dalje **ispred** drugih zapadnih zemalja (CIPE, nav. prema: Centar za demokratsku tranziciju).

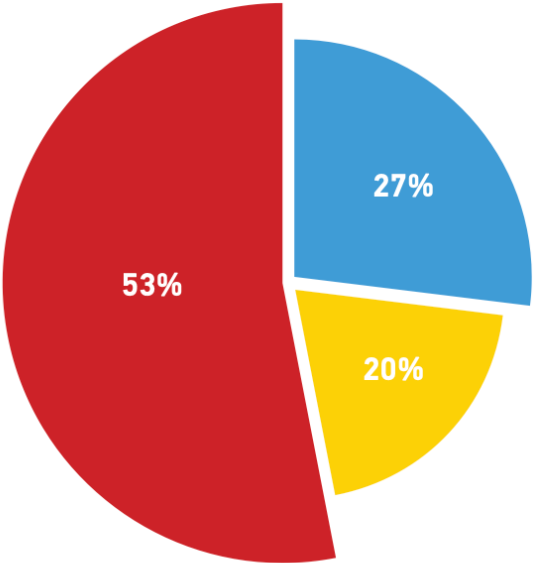
Zbog čega je ovo važno?

- 43% građana/ki Crne Gore posmatra Kinu u pozitivnom svjetlu, a svega 8% njih vidi Kinu kao prijetnju svojoj državi (Nacionalni demokratski institut 2021 i IRI 2022).

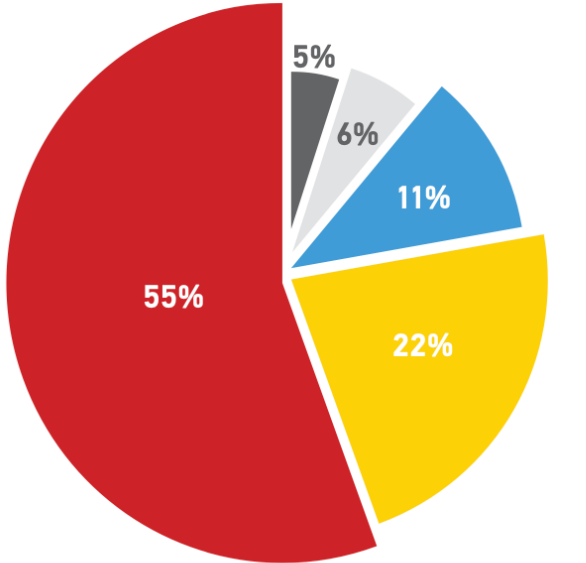
Zbog čega je ovo važno?

- Analize medijskog sadržaja pokazuju da je slika Kine u medijima u Crnoj Gori "njegovana - radi se o skromnoj, korisnoj i dobroćudnoj globalnoj sili koja djeluje suptilno iz kulturnih razloga, a ne iz loše namjere" (Ramusović 2021).

TON IZVJEŠTAVANJA **TEME**



POZITIVNO NEGATIVNO
NEUTRALNO



KORONA EKONOMIJA SPORT
GEOPOLITIKA AUTO-PUT

Izvor: Jovanović 2022, 34.

Zbog čega je ovo važno?

- Mediji o Kini izvještavaju bez kritičkog tona, a sa izraženim pozitivnim frejmom, pomjerajući fokus sa stvarnih političkih motiva koje Kina želi da ostvari na Balkanu.