

**Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Манфред Копс

**Национальные барьеры концентрации
для телевизионных организаторов
при возрастающей глобализации
экономики средств массовой информации**

**публикации
института экономики средств массовой информации
при Кёльнском университете**

**Номер 119-R
Кёльн, май 2001г.**

Публикации института экономики средств массовой информации

ISSN публикаций: 0945-8999

ISBN данной публикации 119-R: 3-934156-36-3

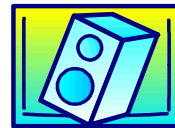
Пошлина защиты 11,--

Рабочие документы можно просмотреть и переписать из Интернета
<http://www.rundfunkoekonomie.uni-koeln.de/>

Сообщения и заказы посылайте, пожалуйста, электронной почтой:
rundfunkinstitut@cs.com
или на нижеуказанный почтовый адрес.

Замечания и комментарии к данному проекту можно получить по вышеуказанно-
му адресу или, непосредственно, электронной почтой автора:

Manfred.Kops@Uni-Koeln.de



**Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Hohenstaufenring 57a

D-50674 Köln

Telefon: (0221) 23 35 36

Telefax: (0221) 24 11 34

Манфред Копс
Институт экономики средств массовой информации
при Кёльнском университете

**Национальные барьеры концентрации
для телевизионных организаторов при возрастающей глобализации
экономики средств массовой информации**

1. Формы и причины концентрации в телевизионном секторе	1
1.1. Формы концентрации в телевизионном секторе	1
1.2. Причины концентрации в телевизионном секторе.....	3
1.3. Перспектива повышения концентрации в телевизионном секторе	5
2. Преимущество и недостатки национальных барьеров концентрации	11
2.1. Преимущество национальных барьеров концентрации	11
2.2. Национальные барьеры концентрации немецкого права средств массовой информации.....	13
2.3. Недостатки национальных барьеров концентрации.....	17
2.4. Необходимость взвешивания преимуществ и недостатков национальных барьеров концентрации	22
3. Национальные барьеры и глобальные рынки средств массовой информации	29
3.1. Установление национальных барьеров концентрации при наличии пространственных внешних эффектов	29
3.2. Внешние факторы как обоснование отказа от международных национальных барьеров концентрации	32
3.3. Замена национальных барьеров концентрации наднациональными...35	
3.4. Оптимальная величина режима для установления наднациональных барьеров концентрации	38
4. Резюме	43
Литература	47

Список изображений

№.	Содержание	Страницы
1	Формы концентрации в (традиционном) секторе средств массовой информации	2
2	Динамика создания прибавочной стоимости цифровых ассортиментов средств массовой информации	7
3.	Отдельно-экономические аспекты ограничения удельного веса на рынке	20
4	Польза, издержки и польза общего (суммарного) ограничения концентрации в зависимости от ее интенсивности	23
5	Разногласие оценки пользы, издержек и пользы суммарного ограничения концентрации	25
6	Пространственная симметрия (слева) и пространственная асимметрия (справа) пользы и пользы общего (пользы нетто) ограничения концентрации	29
7	Расхождение между внутренней и суммарной пользой общего национального ограничения концентрации как причина политического ложного решения	31
8	Пространственная асимметрия пользы ограничения концентрации как причина отрицательней внутренней общей пользы	32
9	Издание национальных ограничений концентрации как дилемма зависимости(разногласий)	34
10	Оптимальная величина режима для установления наднациональных преград концентрации	39

Манфред Копс
Институт радиоэкономики при Кёльнском университете

Национальные барьеры концентрации для телевизионных организаторов при возрастающей глобализации экономики средств массовой информации*

1. Формы и причины концентрации в телевизионном секторе

1.1. Формы концентрации в телевизионном секторе

Об экономической концентрации говорят в том случае, когда предложение или спрос на товары ограничивается немногими участниками рынка, или некоторые из них располагают на рынке весьма высокими долями совокупного предложения или совокупного спроса. При этом *горизонтальная* концентрация относится к удельному весу на рынке по мере создания стоимости товара, *вертикальная* концентрация - к удельному весу на рынке друг за другом последующих этапов создания прибавочной стоимости товара, а *диагональная* концентрация к удельному весу (те же этапы создания прибавочной стоимости) нескольких похожих (но друг друга заменяющих) товаров.

В средствах массовой информации можно наблюдать все эти формы концентрации (причем, только концентрация *предложения* принимается проблематичной). На рисунке 1 эти различные формы концентрации ограничено представлены «классическими» средствами массовой информации: «телевидение», «радио», «газеты и журналы», причем для каждого сектора заложена в основу упрощенная модель создания прибавочной стоимости, состоящая из 3 элементарных ступеней: «продукция», «мероприятия», «распространение» и телевизионный сектор в соответствии темой данной статьи ставится в эпицентр рассмотрения.

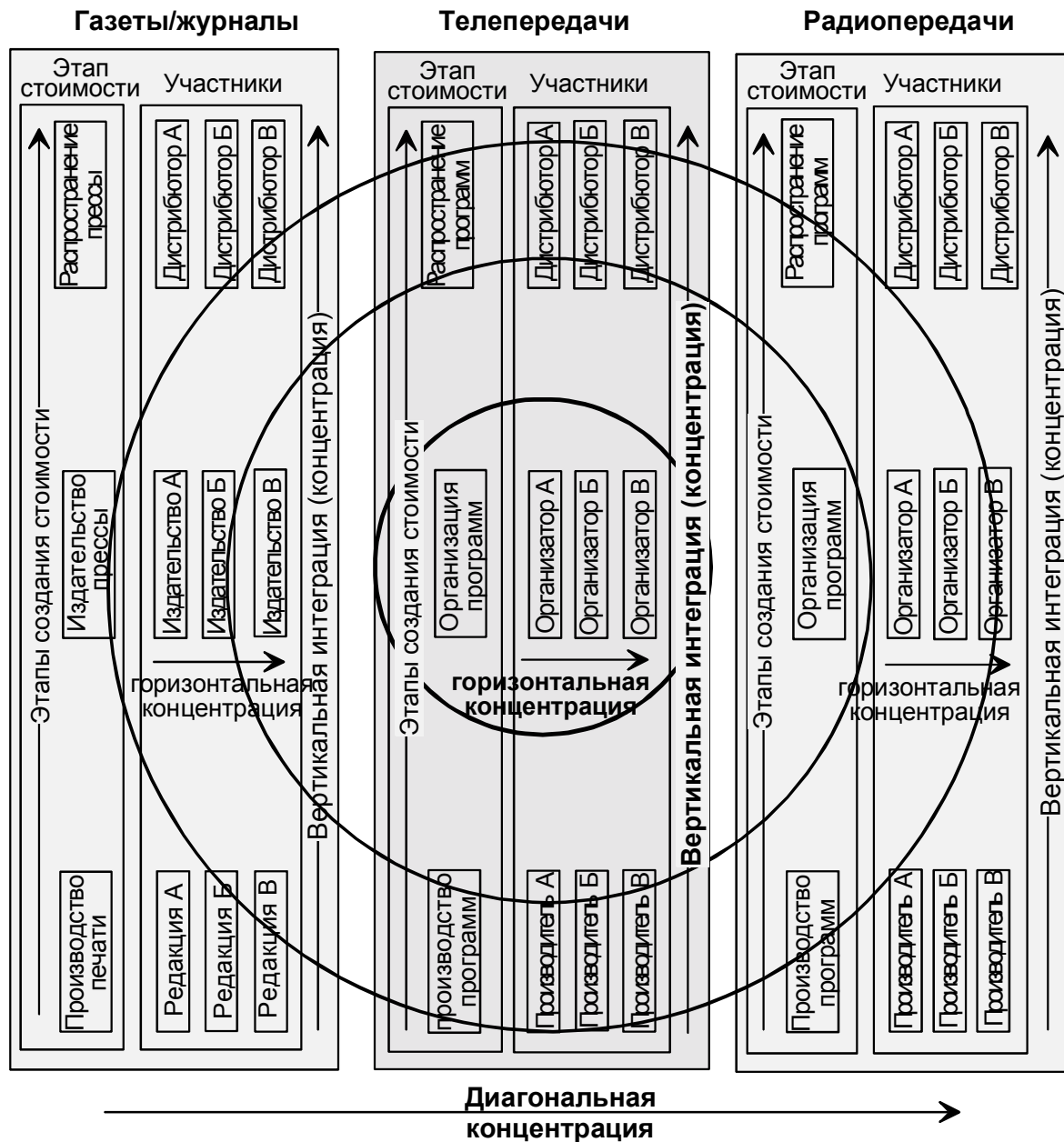
При этом *горизонтальная* концентрация (предложения) в телевизионном секторе относится к удельному весу на рынке предприятия в порядке различных этапов создания прибавочной стоимости (так называемые этапы стоимости или этапы рынка). При этом горизонтальная концентрация в пределах этапа «организация программ» традиционно принимается особенно проблематичной; она относится в Германии к центру законного регулирования, связанного с концентрацией (см. ниже, часть 2.3.). К примеру, вследствие успешной деловой политики (= внутренний рост) удельный вес организатора А на рынке растет по отношению к его конкуренции (здесь: организаторам Б и

* Расширенная версия доклада, с которой автор выступал на Международной конференции «International Conference on the Challenges of Globalization» в Thammasat University, Bangkok, Thailand, 21-22 октября 1999. Английская версия доклада вышла под названием «Combating Media Concentration in a Globalising World Economy» как публикация Nr. 118, Кёльн 1999г. Русская версия доклада была переведена работником института средств массовой информации Алексеем Хаб`юком.



В), в данном случае горизонтальная концентрация повышается в пределах этого этапа создания прибавочной стоимости. То же самое считается, если организатор А целиком или частично скупает организаторов конкуренции (= внешний рост) возможно с капиталом, который он получил благодаря предыдущей хозяйственной деятельности на последующих этапах рынка, или на совершенно других рынках средств массовой информации, на прочих рынках товаров. -- Похожие процессы концентрации, какие здесь описаны для горизонтальной концентрации на этапе организации программ, могут встречаться также на последующих этапах (производство программ) и (распространение программ).

Изображение 1:
Формы концентрации в (традиционном) секторе
средств массовой информации





Вертикальная концентрация (предложения) в телевизионном секторе в соответствии с этим относится к удельному весу предприятий рынка, которые содействуют друг другу при создании прибавочной стоимости. К примеру, программный организатор может распространять свою деятельность на расположенный после него этап повышения стоимости таким образом, что он создает собственную фирму производства (или покупает существующую); или он принимает активное участие в последующих этапах повышения стоимости посредством распространения своих программ (или программ других организаторов) через передатчики, спутники или кабельные сети, собственных или купленных им предприятий.

Диагональная концентрация (предложения), которую также называют межмедиальной концентрацией или cross-Ownership, содержит на рынке удельный вес предприятий, которые выступают на одном (или также на различных) этапе(ах) создания стоимости различных средств массовой информации. К примеру, телевизионная фирма может объединиться с предприятием, которое производит кинофильмы, компьютерные игры или видео клипы; и возможно соединение с предприятиями, которые действуют на втором этапе создания прибавочной стоимости этих средств массовой информации, (например, соединение с издательством газеты или с владельцем кабельной сети).

1.2. Причины концентрации в телевизионном секторе

Для средств массовой информации традиционно характерны сравнительно высокие тенденции концентрации. Независимо от актуально наблюдаемых мер, направленных против слияний и концентрации, которые, по существу, нужно приписывать техническим изменениям¹, основным экономическим стимулам для оферентов средств массовой информации. Они состоят в горизонтальных, вертикальных и диагональных слияниях, определены экономикой средств массовой информации и принципиально были признаны экономической политикой как основание для законных контрмер, которые связаны с конкуренцией, картелями и средствами массовой информации.

Главной причиной для *горизонтальной концентрации* в средствах массовой информации принимаются, т. н. *преимущественные величины*, т.е. с количеством продукции, падающие средние издержки. Они следуют с их стороны из-за недостающего соперничества пользователей средств массовой информации: расширение круга пользователей средств массовой информации («публики») не снижает пользу отдельного потребителя (телевизионная передача приносит отдельному зрителю пользу, которая существует независимо от числа людей, которые смотрят одну и ту же передачу с ним одновременно; и пользу, которую ежедневная газета приносит отдельному читателю, не зависит от того, сколько других экземпляров этой газеты читаются). Вследствие этого, предельные издержки *использования* содержания средств массовой информации являются почти равными нулю; и так называемая оп-

¹ См. внизу, часть 1.3



тимальность предприятия (как минимум средних издержек)¹ производителя средств массовой информации достигается высоким спросом количества продукции. К этому добавляется, что и предельные издержки *производства* содержания средств массовой информации, если не падают сплошь, то, по крайней мере, при больших количествах - понижаются, как и типографские расходы за экземпляр газеты и журнала в зависимости от издания и издержек производства в минуту телевизионной программы и от длины и количества передач. Горизонтальная концентрация объясняется стремлением к расширению продукции (т.е.: в зависимости от средства информации, количества экземпляров или процентуальной популярности передачи), при постоянно равных предельных издержках использования и пропорционально растущих предельных издержках производства, (торговая или рекламная), выручка растёт. Эта горизонтальная концентрация ограничивается тем, что содержание средств массовой информации с растущим количеством продукции *ceteris paribus* все сильнее отличается от предпочтения потребителя средств массовой информации. Поэтому она заканчивается там, где связанная с этим экономия издержек будет ниже, чем одновременно выступающие убытки пользы.² Если (парализующие концентрацию) разнообразие предпочтений прибавляется в последовательности времени сильнее чем (увеличивающие концентрацию) преимущества величины вследствие недостающего соперничества использования, то горизонтальная концентрация предприятий средств массовой информации *ceteris paribus* (т.е. при пренебрежении возможных других влияющих факторов концентрации)³ даже сокращается.

Главной причиной *вертикальной* концентрации предприятий различных этапов прибавочной стоимости средств массовой информации являются т. н. *преимущества соприкосновения*. Они следуют из того, что некоторые ресурсы могут использоваться на нескольких этапах создания прибавочной стоимости, без более высоких издержек, чем при использовании их только на первом этапе создания стоимости. Таким образом, не конкурентоспособные ресурсы (к примеру: программное обеспечение персонального компьютера, ноу-хау, учреждения защиты предприятия) или ресурсы со скачкообразными издержками (например, определенные работы отделов менеджмента, сбыта, рекламы, финансирования & разработки) остаются при вертикальной концентрации/интеграции предприятий до определенного размера константными, вследствие чего вертикально интегрированные предприятия средств

¹ Сравни описания в соответствующих учебниках по микроэкономике, например таких авторов как KREPS 1990г. или LIPSEY/CRYSTAL 1995г. Там разрабатываются варианты представленной здесь основной модели, которые следуют для олигополистических или монополистических форм предложения, или из различия постоянных и переменных издержек (и с этим связанные, короткие и долгосрочные планы сбыта).

² При учете этой формы «соперничества» средства массовой информации надо классифицировать не как полностью общественные товары, а как ограниченные общественные товары (т.н. клубные товары). См. KOPS/HANSMEYER 1996г., HANSMEYER/KOPS 1998г. Ср. также часть 2.3., в которой ожидается при этих условиях кривая средних издержек, имеющая форму латинского U.

³ См. внизу, часть 1.3



массовой информации владеют более благоприятной структурой издержек, чем предприятия, которые ограничиваются деятельностью в пределах единственного этапа создания прибавочной стоимости.

Диагональная концентрация предприятий, которые являются активными в пределах одного или на этапах создания прибавочной стоимости различных средств массовой информации, образовывается из *преимуществ соприкосновения*. Ресурсы (на основе недостающего соперничества или кривой издержек со скачкообразным сдвигом) могут использоваться для производства, организации или распространения *различных* средств массовой информации, без создания более высоких издержек, чем при использовании их отдельными средствами массовой информации. Таким образом, могут использоваться редакционные услуги, которые были сделаны для производства радиопередач, из-за их недостающего соперничества в производстве сопровождающих программ печатных средств массовой информации. Аналогично можно использовать для распространения одного вида средств массовой информации (например, телепрограмм) необходимые ресурсы: передатчики и кабельные сети, без дополнительных издержек для распространения других средств массовой информации (например, радиопрограмм). Диагональной концентрации способствует также то, что качество ассортимента средств массовой информации может оцениваться пользователями только после потребления («товары опыта») или, вообще, не может («товары доверия») и, поэтому предпочитают assortименты таких предприятий, которые уже известны клиентам на других рынках, которые имеют там хорошую репутацию.

1.3. Перспектива повышения концентрации в телевизионном секторе

Перспективные технические изменения сектора средств массовой информации сильно увеличат в будущем названные интра- и интермедиарные выгоды величин и соприкосновения. Таким образом, с этим увеличатся тенденции горизонтальной, вертикальной и диагональной концентрации предложения средств массовой информации в дальнейшем.¹

Первая важная техническая причина для этого является дигитализация производства и распространение средств массовой информации, которая позволяет запоминать, обрабатывать и транспортировать любое содержание в гомогенной форме, независимой от способа передачи и аппаратов. С этим связана, с одной стороны, экономия издержек производства, которая увеличивает оптимальные величины предприятия (и поэтому при условии *ceteris paribus* все тенденции усиливаются в направлении горизонтальной концентрации); но с другой стороны, вследствие этого усиливаются существующие величины соприкосновения и создаются новые величины соприкосновения (в результате этого, *ceteris paribus* увеличиваются тенденции в направлении вертикальной и горизонтальной концентрации).

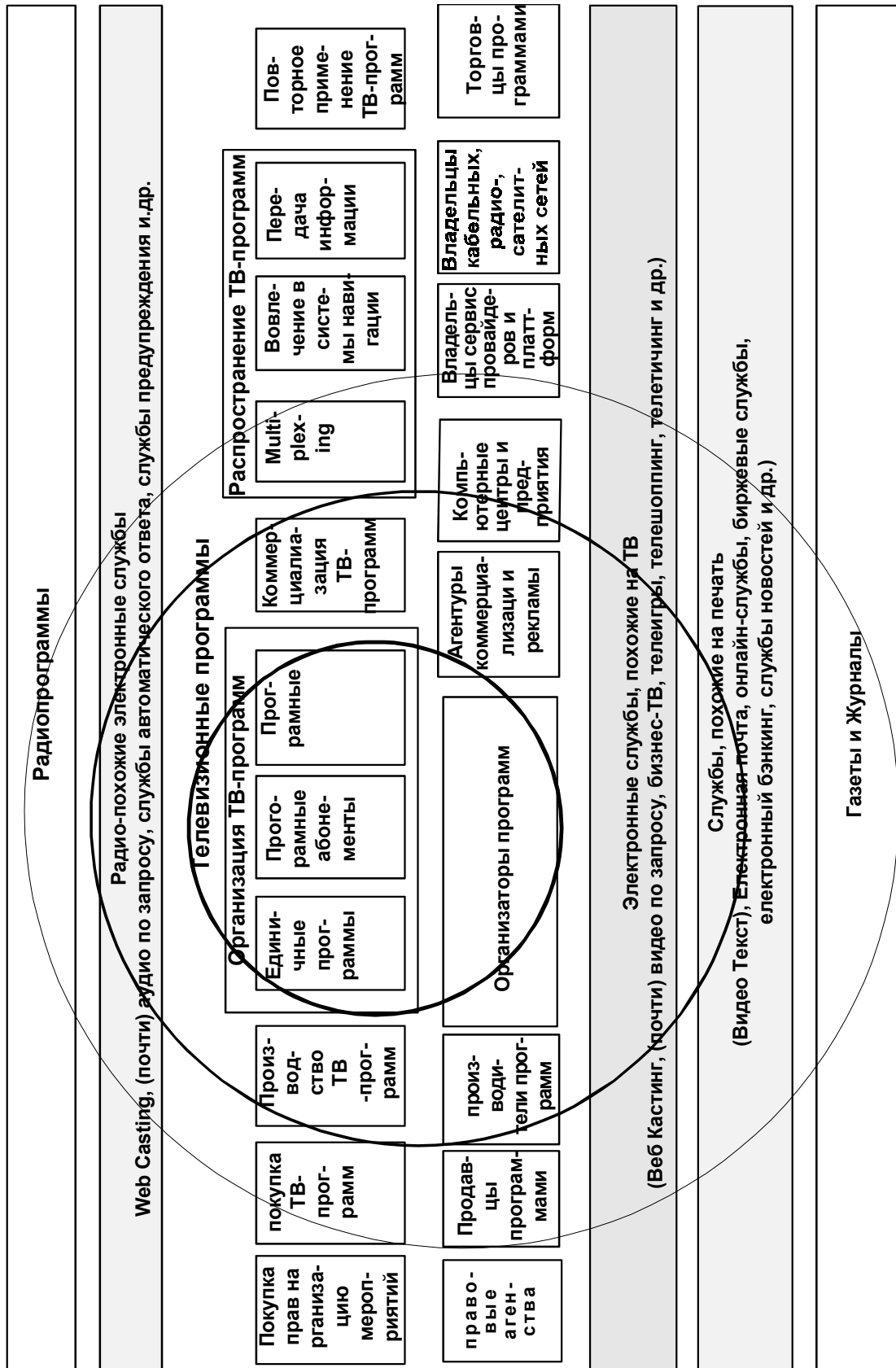
¹ См. подробнее KOPS 1999г., стр. 6 и т. д.



Но дигитализация ведёт также к тому, что элементы традиционных массовых средств информации: служба, сеть и аппарат, всё больше разъединяются и возможность их соединения к новообразным, дифференцирующимся средствам массовой информации растёт. Таким образом, между традиционными печатными и традиционными электронными средствами информации, такими как радио и ТВ протискиваются разнообразные новые формы предложения, которые похожи больше друг на друга и, между которыми существуют более сильные преимущества соприкосновения, чем среди традиционных средств массовой информации, в частности, среди газет и журналов, ТВ и радио (см. изображения 2). Между печатными средствами информации и телевидением возникают новые электронные службы, похожие на печатные средства информации (например видеотекст, электронная почта, электронные книги, онлайн-службы, биржевые службы, электронный бэнкинг, службы новостей и т. п.) и новые, похожие на телевизионные, электронные службы (например видео веб-кастинг, видео по запросу, бизнес-ТВ, телеигры, телешоппинг, телетичинг и т.д.). А между теле- и радиопрограммами возникают подобные на радио электронные службы (например, аудио веб-кастинг, аудио по запросу, службы автоматического ответа и предупреждения и т.п.). Переходы между этими службами становятся плавными и пользователи не будут различать в будущем никакой разницы, при условии наличия подходящих аппаратов, каналов передачи, стандартов программного обеспечения компьютеров и сетевой технологии. Это слияние техники и содержания разнообразного ассортимента средств массовой информации усиливает возможность общего, безривализирующего (не соперничающего) пользования ресурсами, как внутри ново создавшихся, отделившихся от других видов средств массовой информации (усиленная вертикальная концентрация), так и между этими средствами информации (усиленная диагональная концентрация), увеличенная разнообразность видов ассортимента средств массовой информации в состоянии приостановить тенденциозное направление в сторону вертикальной концентрации.



Изображение 2:
Динамика создания прибавочной стоимости цифровых ассортиментов средств массовой информации





Параллельно к повышению разнообразия разновидностей ассортимента средств массовой информации добавляется дифференцирование моделей создания прибавочной стоимости, как (цифровых) классических, так и, по-новому, возникающих цифровых средств массовой информации: Уже существующие этапы создания прибавочной стоимости, расширяются на новые товары и службы, которые производят прибавочную стоимость (=углубление в цепи прибавочной стоимости), до и после, и, частично между существующими этапами ее создания возникают новые товары и службы, которые производят прибавочную стоимость (= удлинение цепей создания стоимости). В иллюстрации 2 эти изменения объясняются на примере телевидения: на рис.1 демонстрируется простая цепь создания прибавочной стоимости с тремя ее этапами: производство, организация и распространение, здесь значительная дифференцированная цепь создания прибавочной стоимости. Перед (собственным) производством телепередач оценивается, например торговля правами на организацию мероприятий (действующие лица: правовые агентства) и чужим производством (действующие лица: торговцы фильмами и программами) как новый этап стоимости, этап организации мероприятий разделяется на несколько различных заданий (например: организация отдельных программ, программных абонементов и букетов), похоже распадается этап стоимости распространения (например: на т.н. Multiplexing, вовлечение в системы навигации и собственную передачу данных), до и после программного распространения возникают дополнительные этапы прибавочной стоимости (например: коммерциализация программ и повторное применение - утилизация). Похожее дифференцирование можно наблюдать для цепей создания добавочной стоимости других средств массовой информации (не показано в иллюстрации 2).

Из-за горизонтального дифференцирования цепей создания прибавочной стоимости, произведённые товары и услуги на отдельных этапах стоимости становятся более похожими. Вследствие аналогичного, предыдущего описанного (вертикального) дифференцирования ассортимента средств массовой информации возрастают преимущества величины и соприкосновения и для активно действующих лиц на отдельных этапах стоимости и таким образом повышаются стимулы к горизонтальной, вертикальной и диагональной концентрации.

Но горизонтальное дифференцирование цепей создания прибавочной стоимости ведет к тому, что действующие лица на отдельных этапах стоимости становятся более зависимые от экономических решений действующих лиц, которые работают на предыдущих и последующих этапах. Эта зависимость объясняется техническими дефицитами (bottlenecks) и необходимостью унификации технических норм; но важным обоснованием является и то, что на основе представленных экономических причин, частичных упущений в сфере политики конкуренции в прошлом, в пределах отдельных этапов стоимости, возникли монополистические или олигополистические структуры предложения и спроса, которые представляют действующим лицам по отношению к предыдущим и последующим этапам большую власть на рынке. На



основе этой высокой зависимости в средствах массовой информации, прежде всего, для цифровых средств информации наряду с высокими преимуществами величины и соприкосновения, выступает ещё одна экономическая причина для незаурядных стимулов к концентрации: (вертикальная) интеграция становится здесь подходящим инструментом, чтобы застраховать себя действительно и трансэкономично от оппортунистического поведения действующих лиц смежных этапов стоимости.

Этим можно объяснить множество слияний и союзов, которые можно наблюдать в данный момент, прежде всего между провайдерами содержаний (т.н. Content Provider) (например, предприятиями, которые продают право на содержание и которые производят фильмы, а также редакциям, телеорганизаторами) и сервис провайдерами (например, владельцами и эксплуатационщиками сетей и технических платформ).

При сооружении цифрового телевидения и других цифровых средств массовой информации оба взаимозависимы: для сбыта программного обеспечения нужны эффективные и малозатратные способы и системы продажи, они имеют для потребителя только тогда значение, если с ними можно получить привлекательное содержание (программное обеспечение).

Наконец, повышается ненадежность, которая следует из технических изменений и изменений пользователя для амортизации (традиционно высоких) инвестиций,¹ стимулирование к вертикальной и диагональной концентрации, которая распределяет инвестиционные риски на несколько предприятий с отличающимся содержанием и способами продажи средств массовой информации.

¹ Для этого характерны разные оценки возможных (цифровых) предложений: Пэй-ТВ- или Пэй-Пер-Вью, по сравнению с шансами Веб-Кастинга. В то время как в Германии Кирш-объединение инвестирует миллиарды в первый вариант коммерциализации, Бертельсманн ушёл полностью с этого рынка и занимается в основном Интернетом. См. JAKOBS 1999г.

2. Преимущество и недостатки национальных барьеров концентрации

2.1. Преимущество национальных барьеров концентрации

При высокой концентрации ассортиментов средств массовой информации несколько продавцов располагают высокой властью рынка, которая позволяет им, с помощью договоренностей о цене, количестве, дискриминации поставщиков и покупателей, ограничивать экономическую конкуренцию или отменять её. Вследствие этого, цены предложенных товаров выше, их качество ниже, чем при более интенсивной конкуренции, которая господствует при менее сконцентрированном предложении. Это уменьшает благосостояние пользователей средств массовой информации и соответственно потребителей - и вместе с тем, всей экономики. Размеры потерь общего блага при этом зависят как от абсолютной и относительной концентрации, именно от числа продавцов и их удельного веса на рынке, так и от ряда других, факторов, которые сложно предвидеть.

Эти недостатки экономической концентрации предложения являются более весомыми в области средств массовой информации, так как уже при условиях дееспособной экономической конкуренции товарные специфические особенности средств массовой информации ведут к тому, что предложенные возможности являются менее разнообразными, чем при других товарах.¹ Концентрация ассортимента ущемляет, поэтому не только экономическую, но и публицистическую конкуренцию (как конкуренцию альтернативных идей и мнений). Если средства массовой информации в функции распространения «Разнообразие тем и мнений..., которые вообще в обществе играют роль»,² соответствующего задания не в состоянии исполнить, то это значит, что они не могут выполнять важные общественные функции или считается, что работают недостаточно оптимально.

¹ Эта тенденция в сторону «more of the same» была доказана одной из дисциплин экономики средств массовой информации, так называемой «ТВ-экономикой» (См. ВЕЕВЕ 1977г., GERBNER 1991г., NOAM 1987г., OWEN et al 1974г., SPENCE/OWEN 1977г.). Главное высказывание о низком разнообразии предложения, если спрос концентрируется на несколько «main stream»-течений, что объясняется на простом примере: если, 67% спроса предпочитает «развлечение», 11% «культуру», «информацию» и «образование» в качестве теле-содержания, то тогда 6 первых коммерческих телеорганизаторов будут иметь в своём ассортименте только «развлечения», так как они таким способом могут достичь каждый по одной шестой пользователей, предпочитающих эти телепередачи (11,2% всех пользователей). Только каждый седьмой на этом рынке оферент будет предлагать «культуру», «информацию» и «образование» потому что, таким образом, он сможет успешно привлечь более широкую публику (11%), чем бы он предлагал «развлечения», чью публику ему бы пришлось делить с шестью другими развлекательными каналами (он смог бы рассчитывать на одну седьмую из 66% или на 9,4% телезрителей). В том случае, если число оферентов ограничено на шесть единиц, например при терестрическом (земном) распространении, все оференты будут предлагать «the same» (развлечения) и никто не будет удовлетворять спрос других программных направлений.

² Эти и похожие формулировки Федерального конституционного суда можно найти в BVerfGE 57, 295, 319 и сл., 73, 118, 152 и сл.; 74, 297, 320; 83, 238, 320.



Кроме недостатков низкой экономической конкуренции (негативных ценовых и качественных эффектов, см. выше), которая охватывает пользователей средств массовой информации, существуют ещё косвенные недостатки (экономические, речь идет о так называемых «негативных внешних эффектах»): Ограничивается свобода слова, политическая контрольная и общественная интеграционная функция исполняется средствами информации в недостаточном объеме, политическое и культурное разнообразие содержания средств массовой информации (прежде всего для меньшинств) уменьшается. Такие косвенные последствия также создают общественные издержки концентрации средств массовой информации. Они являются, прежде всего, более вескими, если вытекают из рыночной власти публичного влияния собственников средств массовой информации, что используется в целях поддержки близких политиков или политических партий, например, в Италии,¹ а также при занятии политических должностей.²

В правовой литературе средств массовой информации эти последствия подробно описывались и обсуждались. Также федеральный конституционный суд указывал на политические и общественные опасности концентрации средств массовой информации. При этом телевидение стояло из-за его высокой дальности действия и его силы внушения в центре интереса, а для радио, газет и журналов, как и для других «классических» средств массовой информации, теоретическое право достаточно подчеркивает необходимость правового контроля концентрации средств массовой информации, превышающего картельное право, и правовой контроль вертикальной и диагональной концентрации средств массовой информации.

Поэтому имеется существование общих барьеров конкуренции и картелей для частных продавцов средств массовой информации в Германии, в частности, закона против ограничения конкуренции (GWB³) и закона против недобросовестной конкуренции (UWG⁴), и это не только правильно, но и кроме этого, есть правовые барьеры концентрации радио- и телевидения средств массовой информации, которые предотвращают ограничение публицистиче-

1 В Италии контролирует бывший глава правительства и теперешний руководитель оппозиции Silvio Berlusconi три из шести телевизионные станции, которые транслируются в стране. См. с этим связанную проблематику WEBER 1997г.

2 Внешние издержки недоступной публицистической конкуренции (которые можно назвать «agency costs» издержками фрустрации, используя терминологию школы Public Choice) состоят не только в том, что пользователи (т. н. принципалы) не только не получают нужную информацию от средств массовой информации (так называемых агентов), но и в том, что правительства, обязаны своим (ложным демократическим или диктаторским) господством, силой внушения средств массовой информации, присутствовать в других областях политики и быть в состоянии, навязать гражданам своей стороны нежелательные и невыгодные для них решения. Ср. KOPS 1999г., стр. 76 и на последующих страницах, с дополнительными указаниями.

3 «Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung»

4 «Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb»

ской конкуренции и возникновение «преобладающей власти мнения»¹. Вследствие этого, достигнутое сохранение или повышение разнообразия ассортимента средств массовой информации способствует общественному разговору (дискуссии) и, вместе с этим, также политической конкуренции, политическому контролю власти и общественной интеграции.

2.2. Национальные барьеры концентрации немецкого права средств массовой информации

Правовые барьеры концентрации средств массовой информации, которые возвышаются над общим экономическим правом, можно встретить по этим причинам во многих государствах.² В Германии их можно найти в законах о средствах массовой информации отдельных федеральных земель, а также в Документе о государственном радио- и телевидении (Rundfunkstaatsvertrag) (RfStV). К «законодательному признанию веры»³ стала при этом следующая формулировка, которую можно найти как в RfStV,⁴ так и, почти, во всех законах земель ФРГ, касающихся средств массовой информации: «В частном радио- и телевидении нужно выражать по содержанию разнообразие мнений. Знаменательные политические, всемирные общественные силы и группы должны соответственно получать в полных программах слово; а мнение меньшинства должно учитываться. Возможность предлагать отраслевые программы остается неприкосновенной. Отдельная программа не должна влиять на образование общественного мнения дисбалансирующим способом».

Бывший до 1996г. в силе Закон RfStV⁵ пытался достичь эту цель с помощью так называемой модели соучастия. Согласно с этим мог допускаться организатор общенемецких полных или частичных телепрограмм с основной информацией только тогда, когда его долевое участие в капитале или в праве голоса составляло менее 50 %, он также не имел ни на кого «похожего преобладающего влияния» (внутренне-плюральный элемент)⁶, или он транслировал не больше двух радио- и двух телепрограмм и, соответственно, только одну полную программу, или одну частичную программу с основной информацией (внешне-плюральный элемент)⁷. Оба элемента были скомби-

1 Этот термин используется впервые «как новое ключевое понятие права, связанного с концентрацией» (STOCK 1997г., стр. 23) в RfStV 1997г. (§ 26). Его надо понимать по STOCKу (там же) «как форму руководства односторонне-дисфункционального воздействия».

2 См. для обзора HOFFMANN-RIEM 1996г.

3 SCHELLENBERG 1997г., стр. 38

4 §§ 25 абзац 1 и 2 третьего государственного договора о поправках правовых государственных договоров, связанных с радио- и телевидением от 26. 8/11. 9. 1996г. (третий исправленный государственный договор о радио- и телевидении), вступивший в силу 1. 1. 1997г., в дальнейшем цитируется из RfStV 1997г.

5 См. RfStV от 31. августа 1991г., второго государственного договора о поправках правовых государственных договоров, связанными с радио- и телевидением от 22. июня 1995г., в дальнейшем цитируется в RfStV 1991г.

6 § 21 абзац 2 RfStV 1991г.

7 § 21 абзац 1 RfStV 1991г.

нированы через определение, по которому предприятие, имеющее 25 % или больше долевых организатора общенациональных полных теле- и информационных программ, не имело права быть причастным к больше чем к двум организаторам подобных программ и, только, не более чем на 25 %¹.

Из-за различных недостатков (в частности стимулов к образованию сообществ оферентов, в которых распределение публицистической ответственности глубоко не исследовалось) модель участия в новой формулировке RfStV 1997г. была заменена т.н. моделью удельного веса на рынке или, соответственно, долевой моделью зрителей. Она содержит только ещё больше внешне-плюральных элементов, и это позволяет предприятию в организации неограниченного числа общенациональных телепрограмм до тех пор, пока этим не достигается «преобладающей власти мнения». Такое предполагается согласно § 26 абзац 2 предложение 1 RfStV 1997г., в том случае, если программы предприятия в среднегодовом достигают 30-процентного участия зрителей, причем предприятию причисляются все им организованные программы, а также все программы других организаторов, в которых он владеет долей участия капитала и голосов, по меньшей мере, на 25 % (т.н. «предел незначительности»)². Преобладающая власть мнения предполагается, кроме этого, при «незначительной» нехватке до 30-процентного предела, если предприятие на существенном родственном рынке средств массовой информации имеет преобладающее положение на рынке, или общая оценка в итоге влияет на мнение, которое соответствует 30-процентному участию зрителя³.

Если предприятие владеет в этом случае преобладающей властью мнения, то это значит, что ему нужно запретить дальнейшее внешнее увеличение;⁴ исходя из этого, оно должно принимать меры по устранению его преобладающей власти мнения, чтобы предотвратить аннулирование своих лицензионных передач. В расчёт принимается ликвидация причисляемых долей участия других организаторов,⁵ сокращение доминирующего положения на определенных для средств массовой информации родственных рынках,⁶ а также предоставление времени трансляции для независимых третьих лиц и учреждений общественных плюралистических программных комиссий с действительным программным влиянием.⁷

Главным параметром управления немецкого права концентрации средств массовой информации является, таким образом, в § 26 абзац 2 предложение 1 в RfStV 1997г., т.н. верхний предел доли рынка. Хотя интенсивность барьеров концентрации и варьируется с другими величинами, например, с

1 § 21 абзац 2 RfStV 1991г.

2 § 28 абзац 1 предложение 1 RfStV 1997г.

3 § 26 абзац 2 предложение 2 RfStV 1997г.

4 § 26 абзац 3 RFSTV 1997г.

5 § 26 абзац 4 предложение 1 номер 1 RFSTV 1997г.

6 § 26 абзац 4 предложение 1 номер 2 RFSTV 1997г.

7 § 30 абзац 1, § 31 RFSTV 1997г. и § 31 абзац 2, § 32 RFSTV 1997г.

разграничением существенных для средств массовой информации родственных рынков согласно § 26 абзац 2 предложение 2 RfStV, с пределом незначительности согласно § 28 абзац 1 RfStV и с толкованием понятия «незначительной» недостачи верхнего предела доли рынка согласно § 26, абзац 2, предложение 2 RfStV. Но иначе, чем эти величины, интерпретируется верхний предел доли рынка сознательно как политический установочный винт интенсивности национальных барьеров концентрации.¹

В RfStV 1997г. верхним пределом доли рынка было установленное значение 30 %, которое находится, следовательно, также в центре дискуссии, связанной с политикой средств массовой информации. Так как это значение, существующих в Германии «семей-организаторов» достигло даты новелирования RfStV 1991г., т.е. в 1996 году утверждалось неоднократно, что это устроено в интересе «концерн-дружелюбной, стимулирующую концентрацию тенденции» (STOCK 1997а, стр. 32) «и так: (в результате для Кирш и Бертельсман свыше 30 % составляющий), предел доли в какой-то мере является несущей колонкой». История возникновения RfStV 1997г. поставляет для этого предположения в действительности важные улики (см. STOCK 1997а, стр. 16 и сл., стр. 30 и сл.; тот же. 1997b, стр. 164ff.; DÖRR 1996г., S. 526).

Критиковалась модель удельного веса рынка в RfStV 1997г., и, прежде всего, то, что она направлена слишком сильно на одну форму концентрации (горизонтальную) и на единственное средство информации (телевидение) (RÖPER 1996г., стр. 620). В иллюстрации 1 эта фиксация выражается внутренним, проведённой жирной линией кругом. Там становится ясно, что рыночной долевым модели RfStV 1997г., в действительности, так же как в модели участия RfStV 1991г., не хватает действенных и юридических барьеров вертикальной концентрации в телевизионном секторе (например, приобретением дополнительной рыночной власти, которую телевизионный организатор получает в результате участия в обществах, производящие телепродукции или предприятий-владельцев кабельных сетей и спутников) и она не в состоянии предотвратить диагональную концентрацию с продавцами других средств массовой информации.²

Для этого законодателю рекомендуется необходимое расширение перспективы за пределы горизонтальной концентрации ТВ-организаторов (имеется ввиду средний и внешний круг в иллюстрации 1), прежде всего с оглядкой на ч. 1.3 с описанными изменениями ландшафта средств массовой информа-

¹ Поэтому это также обосновывает то, что в модельно-теоретическом исследовании, которое проводится в следующей части, и которое связанное с последствиями национальных ограничений концентрации для международной конкурентоспособности предприятий средств массовой информации упрощённо предполагается, что верхний предел доли рынка является единственной величиной для определения интенсивности национальных ограничений концентрации. Ну и, конечно, было бы возможно с там представленной исходной точкой, наоборот, обращаться с верхней границей долей рынка как с постоянной величиной и исследовать прочие, с вариантами величины определения интенсивности национальных барьеров концентрации, а также последствия для международной конкурентоспособности.

² См. RÖPER 1996г., стр. 620; LEHR 1995г., стр. 669 и сл.; STOCK 1997а, стр. 35 и сл.



ции (см. еще раз иллюстрацию 2 и там, показанной кругами характеристикой состоящего, суженного способа взгляда и его необходимого расширения). В будущем рыночная власть телеорганизатора будет ещё меньше измеряться, чем до сих пор, только посредством доли рынка телепрограмм из-за полагаемой усиленной вертикальной и диагональной концентрации. Вернее, нужно усиленно учитывать его участие в мероприятиях, располагающих предыдущими и последующими этапами создания прибавочной стоимости телевидения и его доли участия в печатных и электронных средствах информации.

Правило, которое занесено в § 26, абзац 2, предложения 2 RfStV 1997г. гласит, что преобладающая власть мнения предприятия может также предполагаться при «незначительной» недостачи до 30 %-маржи, «поскольку предприятие имеет на родственном рынке средств массовой информации господствующее положение и в итоге общей оценки имеет влияние на общественное мнение, которое соответствует 30-процентному долевному участию зрителя», хотя и открывает законную основу для такого расширения перспективы, но не имеет смысла применения в практике, так как оно имеет значение только для организаторов, которые уже владеют при ТВ-программах 30-процентной или близкой до этого долей рынка.¹ Чтобы устранить этот недостаток, рекомендуется существенно расширить понимание термина «незначительной недостачи», что можно было ожидать при соответственном истолковании. Кроме того, следует избегать определения понятия как твердый комплект процента, так как вследствие этого дополнительный масштаб «незначительной недостачи» длительно квантифицируется (вместе с тем: несмотря на предвидимый со временем убыток значения первоначального масштаба «доля ТВ-рынка») и, ввиду необходимости создания неопределённого юридического понятия, которое можно приспособлять к обозримым техническим и экономическим изменениям рынков средств массовой информации, и не рекомендуется допускать.

Отказ от квантификации «клаузулы незначительности», разумеется, не значит, что законодатель мог бы отказаться от развития более точных и юстицибельных критериев. Скорее он сам должен разрабатывать масштабы того, какие «родственные рынки» ТВ-организаторов являются «существенными для средств массовой информации» (качественная значимость), насколько сильная власть мнения исходит от родственных для средств массовой информации рынков (количественная значимость). К тому же нужно расширить нынешний контроль концентрации, который из-за доминирующего участия ТВ-организаторов на рынке также называют «моделью удельного веса на ТВ-рынке», к «модели удельного веса на рынке средств массовой информации». Хотя из этого последуют новые, трудные методические проблемы, связанные с измерением, и при большинстве средствах массовой информации не будет (ещё) такой возможности, использовать данные, иначе, чем в ТВ-секторе, которые были уже собраны и без того для других целей. Требуется такое дальнейшее развитие (национального) права концентрации, чтобы

¹ Так правильно RÖPER 1996г., стр. 618.



выше названные преимущества барьеров концентрации оставались в перспективных изменениях рыночных обстоятельств.



2.3. Недостатки национальных барьеров концентрации

Дальнейшее развитие национальных ограничений концентрации находит там границы, где вместе с этим связанные недостатки (издержки) будут выше, чем достигнутые преимущества (польза), а экономическая максима признается юриспруденцией (принципом соответствия). Это касается издержек транзакций, которые возникают у участвующих носителей суверенного права¹ и у предприятий средств массовой информации² для измерения и проверки концентрации средств массовой информации, и которые, в конечном счете, несутся гражданам (через налоги и цены товаров). Таким образом, запрещается нерациональное или неустойчивое распределение компетентности так же, как излишние высокие требования действительности и надежности измерительных и контрольных методов, которые создают высокие дополнительные издержки, но вызывают только незначительную (или совершенно негативную) дополнительную пользу; и здесь оправдываются прагматичными решениями, при которых высокая экономия в расходах противостоит незначительному ущербу пользы.

Дальнейшая форма издержек национальных преград концентрации возникает и на основе национальных ограничений концентрации, когда максимально допустимое количество продукции является меньше, чем при оптимальных показателях предприятия. В этом случае издержки за единицу продукции выше, чем индивидуально-хозяйственные возможные (и реализованные без национальных барьеров концентрации). Прежде всего, «глобальные актёры» в отрасли средств массовой информации указывают снова на то, что национальные преграды концентрации препятствуют им в том, чтобы создавать производственно-экономическое оптимальное количество продукции и принимать фирменное политически рациональное сотрудничество и слияние с другими предприятиями средств массовой информации.³ Это уменьшает

¹ В Германии это по существу учреждения средств информации федеральных земель (LMAs), конференция директоров учреждений средств информации федеральных земель (KDLM) и комиссия по выяснению концентрации в области средств информации (КЕК); специально в процессе законодательства, также гос. канцелярии, парламенты и правительства федеральных земель.

² Также от предприятий к исполнению суверенных требований сделанные услуги (вообще называются издержками бюрократического круговорота) нужно учитывать как транзакционные издержки. По существу, в это входят израсходованные ресурсы, которые дают результат из сбора, обработки и передачи данных для оценки имущественных отношений, удельного веса на рынке и прочих индикаторов концентрации средств массовой информации.

³ CLT-UFA (1997г., стр. 6) защищало сотрудничество с Кирш-группой аргументом, что вследствие этого «(возникает) большой европейский отечественный рынок, который будет (вести) к международной конкурентоспособности европейских предприятий. Имеется ещё вторая возможность: предприятия, политика и хранители конкурса... не видят этой связи и создают таким образом предпосылку для преобладания конкурентов из Соединенных Штатов.» Похоже, указывает АО Бертельсманн (1995г., стр. 117) на то, что «Бертельсманн и другие немецкие предприятия средств... (соперничают) сегодня и в будущем в области электронных средств информации - также в классическом, финансируемом рекламой телевидением - с большими мультинациональными конгломератами средств массовой информации как TIME/WARNER, VIACOM/PARAMOUNT, Murdoch, Berlusconi или CLT.» Требование по отношению к немецкой политике средств массовой информации «сделать

шансы и доли сбыта за границей, что в свою очередь сокращает национальные и международные выручки и число доходных рабочих мест в этом (особенно в будущем)¹ секторе. Процесс глобализации угрожает тем, что местные рабочие места теряются, так как предприятия средств массовой информации с незаурядно высоким процентом рабочих мест могли бы легко переместить их место работы за границу. Наконец следует опасаться, что ослабление конкурентоспособности немецких предприятий средств массовой информации и числа, существующих в этой ключевой отрасли промышленности рабочих мест, может косвенно невыгодно отразиться на других экономических секторах, например на международную репутацию немецкой индустрии, которая за границей существенно создается средствами массовой информации, на мощностные индустрии уведомлений и телекоммуникации, которая зависит от в разделе 1.3 описанных высоких эффектов синергии с экономикой средств массовой информации, или от скорости, с которой Германия превращается по сравнению с другими государствами в «информационное общество»².

однозначное признание к Cross Ownership: принести «гарантию развития» для частных предприятий средств массовой информации» (там же, стр. 128) и «выступить против наблюдающийся в Германии анти-концентрационной истерии.» (Там же). -- Интересными являются в этой связи также изложенное в MAI (1998a, стр. 100), который как министерский советник в гос. канцелярии Северного Рейна-Вестфалии ознакомлен с политическими процессами принятия управленческих решений: «На повестке дня классической политики средств массовой информации стояло предотвращение монополий в прессе и радио совершенно сверху. Сегодня политика по существу заботится о том, как бы сделать немецкую индустрию средств достаточно сильной, чтобы она могла держаться вместе с другими действительно большими фирмами этой отрасли (Time Warner, Disney, Viacom, News Corporation и другими) в глобальной конкуренции. Указания на возможные опасности монополий сталкиваются все больше с аргументами экономического местоположения Германии. Только сильными немецкими концернами массовых средств информации, что является теперь расчётом политики средств массовой информации, можно предотвратить американские концерны из США, которые входили в немецкий телевизионный и радиовещательный рынок.» (Похоже тот же 1998b, стр. 14, 34). Это соответствует пониманию (тогдашнего) министра экономики Северного Рейна-Вестфалии, Вольфганга Клемента, который в интервью с «Зюддойче Цайтунг» (Süddeutsche Zeitung) от 18. 10. 1995 («Нельзя привязывать предприятия средств массовой информации») в том числе он сказал: «Мы должны заботиться о том, чтобы немецкие предприятия, которые играют международную роль, также в дальнейшем принимали активное участие в глобальном телевидении. Интерес немецкой политики средств информации нельзя привязать к нашим собственным предприятиям и освободить рынок, к примеру, для американских гигантов.» См. комментарий Klaus OTT 1995г.

1 FÄSSLER 1995, стр. 545

2 Ср. примерно соответствующую аргументацию в документах АО Бертельсманн, CLT или Кирш-группы в KRESSE 1995b; похоже FAESSLER 1995, стр. 545; ZMECK 1995, стр. 548; к требованиям и возможностям, которые связаны с развитием информационного общества, а также к значению, которое при этом имеет международная конкуренция, также HARMS 1996. -- Эту аргументацию можно найти также в других государствах, например Department of National Heritage в Великобритании обратил внимание на конкурентоспособность британской экономики средств массовой информации на мировом рынке, что издатели газет и оференты радиовещания могли бы совместными инвестициями извлечь пользу от новой техники. «Кроме того, Великобритания имеет в международном сравнении, как при электронных, так и при печатных средствах массовой информации чрезмерный потенциал творческого таланта, которому не угрожают повышенные жесткие концентрационные права.» (HOLZNAGEL/GRUENWALD 1997, стр. 145 и сл., по отношению к Department of National Heritage 1995г., §§ 5.18 и 5.20). Аналогично нужно оценивать положение интересов



Сначала этой аргументированной цепочке, стоящие единичные экономические недостатки концентрационного правового обоснованного ограничения удельного веса на рынке, мотивируются изображением 3 с помощью начерченных функций средних издержек обоих предприятий П⁹⁶ и П⁰⁵.¹ Обе функции выглядят графически в виде латинского U, так как принимается, что средние издержки, прежде всего, (первоначально вследствие недостающего соперничества в потреблении) с возрастающим количеством продукции сначала убывают, с определенного количества продукции и снова поднимаются (прежде всего, из-за того, что затраты, которые необходимы для организации и распространения, растут сильнее за дополнительную минуту зрителя в связи с возрастающим разнообразием предпочтений зрителя).² У предприятия П⁹⁶ эти недостатки возникают раньше (например, из-за того, что для этого предприятия культурные, языковые или региональные особенности содержания играют более существенную роль): Самая высокая оптимальность предприятия лежит при 3.000 млн. минутах зрителя (при этом минимальных средних издержках составляющих 0,80 ДМ/минуту зрителя). У предприятия П⁰⁵ средние издержки поднимаются снова с более высокого количества продукции, в частности, от 7.500 млн. минут зрителя (и минимальных средних издержек от 0,60 ДМ/минуту зрителя). От графической формы функции спроса С зависит, сколько продавцов могут при этих издержках удержаться на рынке. При сравнительно низком спросе, каким он описывается в С*, где средние издержки во всей области значимого спроса падают, может держаться только одно из предприятий (естественный монополист), в этом случае предприятие П⁹⁶, которое может производить сбываемое количество продукции по более низкой цене чем П⁰⁵.

Напротив, при спросе, как описывает N, могут существовать несколько предприятий, так как их произведенные количества продукции в оптимальности предприятия покрывают только часть всего спроса. Таким образом, произведенные П⁹⁶ 3.000 млн. минут зрителя в оптимальных показателях предприятия составляют только 20 % и 7.500 млн. минут зрителя П⁰⁵ только 50 % всего спроса от 15.000 млн. минут зрителя,³ так что при этих условиях необходимо ожидать дуополию или тесную олигополию.

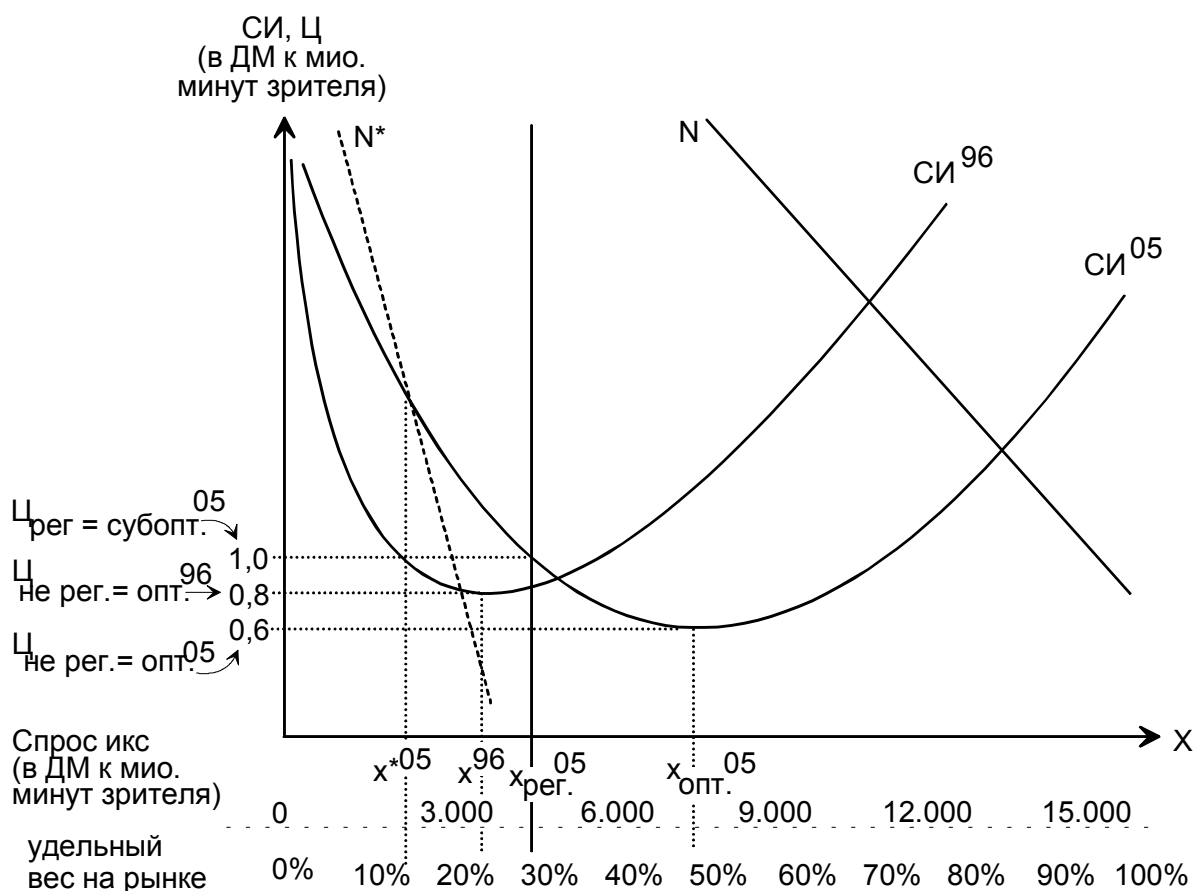
для Франции: «Вообще тема концентрации средств массовой информации и сплетения о политическом споре в Франции уступает в настоящее время отчетливо вопросу отношения, европейской и специально французской индустрии средств информации к вызову США и Японии. Защита собственной культуры и индустрии средств массовой информации от англо-американского импорта стоит на политической повестке дня.» (ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ 1995г., стр. 185).

¹ Прежде высказанные трансакционные издержки не включены в иллюстрации 3, так как их объем варьирует меньше с той независимой переменной действующей интенсивностью контроля концентрации, ...а с другими, зависящими по существу от административно-экономических факторов (иллюстрация 3, они были внесены как параллель к абсциссе).

² Ср. выше, часть 1.2.

³ В иллюстрации 3, данные цифровые показатели для абсолютного спроса удельного веса на рынке и издержек производства по дидактическим причинам соответствуют только приблизительно фактическим величинам на немецком телевизионном рынке. Весь спрос упущенно устанавливался тем, что общее число немецких телевизионных зрителей (80

Изображение 3:
Отдельно-экономические последствия ограничения
удельного веса на рынке



Индивидуальные производственные издержки, вызванные барьерами концентрации - при немецкой модели удельного веса на рынке, в основном, ограничиваются удельным весом рынка на 30 % (вследствие чего состоят малорегулирование § 26, абзац 2 в RfStV и другие тормозящие концентрацию меры из RfStV остаются вне рассмотрения)¹ - появляются в изображении 3 предположенного изгиба кривой только тогда, когда предприятие, которое находится в оптимальной ситуации, лежит по ту сторону верхнего предела, т.е. предприятие своей индивидуально-хозяйственной деятельностью стре-

млн.) было умножено на среднее ежедневное телевизионное использование (190 минут). Издержки производства за млн. минуты зрителя были установлены приблизительно, т. к. упомянутые ARD средние издержки производства первой телевизионной программы за минуту передачи (5.984 ДМ; ARD-ежегодник 1998г., стр. 365) были разделены на миллион. Значительные различия между издержками производства различных видов передачи (Sendearthen) остаются вне конкуренции, низкие издержки производства частных ТВ-программ. Спрос здесь, в основе заложенной простой модели, варьируется с ценой за минуту зрителя (при преобладании Free-TV, в Германии получается нулевая цена в итоге на базе которой запрашиваемое количество других факторов зависит, прежде всего, от издержек целесообразности телевизионного потребления). Это оправдывается, с другой стороны тем, что здесь при определенном рассмотрении был не учтен, расчет удельного веса на рынке, весь спрос в зависимости от цены будет (также варьировать от количества продукции).

¹ Ср. выше, стр. 15, сноска 1



мится к минимизации издержек и установлению высшего предела прибыльности количества продукции, из которого получается более высокий максимально допустимый удельный вес на рынке, чем при концентрационном праве. Этот случай демонстрируется на изображении 3 (при предположении, что кривая спроса S является в силе) только при кривой средних издержек P^{05} . Для этого предприятия индивидуально-хозяйственное количество продукции величиной в 7.500 млн. единиц было бы рациональным (и при спросе S также находило бы сбыт), при этом минимизируются издержки производства за единицу производства (здесь: до 0,60 ДМ за млн. минут зрителя). Верхний предел доли рынка запрещает P^{05} такое индивидуально-хозяйственное оптимальное решение: вместо этого предприятие может сбывать максимально 4.500 млн. минут зрителя (равно 30 % удельного веса на рынке), причем средние издержки за 1 млн. минут зрителя создаются в размере 1,00 ДМ, выше на 0,40 ДМ чем в оптимальном варианте.¹

Напротив национальные преграды концентрации не вызывают у предприятия P^{96} никаких индивидуально-хозяйственных издержек: оптимальность предприятия достигается при количестве продукции 3.000 млн. минут зрителя (и издержками производства 0,80 ДМ за млн. минут зрителя); повышение этого количества продукции выше 20 % (или вообще выше допустимого верхнего предела 30 % удельного веса на рынке) было бы бессмысленным, так как средние издержки тогда были выше, чем в оптимальности предприятия, а индивидуально-хозяйственно достигнутый удельный вес на рынке от 20 % лежит *ниже* его максимально допустимого удельного веса на рынке.²

Кривая средних издержек SI^{96} возможно подталкивала средние издержки телевизионных организаторов в 1996г, в котором вырабатывался RfStV 97г.

¹ Этот способ изображения и аргументации представляет собой (здесь использован по дидактическим причинам) упрощение, так как потере общего благосостояния для потребителей (т.е. по отношению к оптимальному количеству продукции для предприятия более низкой пользе потребителя) противостоит более высокая польза продавцов. В этом отношении ограничивается общеэкономический ущерб общего благосостояния на (негативную) разницу обеих форм ренты, т.е. на низший барьер концентрации отменяющегося социального избытка.

² У P^{05} также не возникло бы каких-либо индивидуально-хозяйственных издержек национальных барьеров концентрации, если кривая запроса N^* была бы актуальной: P^{05} можно лишь тогда сбывать количество продукции x^{*05} , но не количество продукции x_{opt}^{05} . Этим обосновываются усилия предприятий средств массовой информации не только в потере издержек предприятия, но и в повышении спроса на их продукты, примерно усиленным предложением привлекательных для многих программ, примерно таких, которые не имеют никаких региональных или культурных особенностей и (вследствие этого частично достигнутой) унификацией предпочтений потребителей. Смогут ли они этого достичь, по меньшей мере, в иллюстрации 3 описанные масштабы (перенос от N^* на N), спорны. Хотя, с одной стороны, идет приспособление предпочтений зрителя к международным кино- и ТВ-продуктам, специально в азиатских и южноамериканских государствах, (заглавное слово: культурный североамериканский империализм), с другой стороны - «количество продуктов средств массовой информации, которые можно было бы во всем мире сбывать,... до сих пор относительно ограниченное. К тому же относятся музыкальные товары, большая часть голливудских фильмов и несколько литературных мировых бестселлеров. Остальной ассортимент средств массовой информации до сих пор рассчитан, в основном, на отдельные языковые и культурные регионы и поэтому с ним связаны проблемы продажи, даже если он переступит эти границы.» (SEUFERT 1999г., стр. 121.)

Тогда допустимая верхняя маржа 30 % доли рынка не имела при таких средних издержках никаких мер управления, так как она не повлияла бы на индивидуально-хозяйственные решения организаторов телепередач. По словам критиков, в действительности он был бы «бумажным тигром»¹. Это бы изменилось, если бы минимум средних издержек на основе представленных в разделе 1.3 растущих преимуществ величин по истечении времени, примерно в течение десяти лет после нивелирования RfStV 97, т.е. до 2005 года, сместился несколько влево, к более большим количествам продукции, причем верхний предел удельного веса лежал бы ниже удельного веса на рынке, который телевизионные организаторы из индивидуально-хозяйственных соображений пробовали бы реализовать. Ход средних издержек телевизионных организаторов 2005г. можно бы, по всей видимости, в этих условиях описать с помощью СИ⁰⁵. В RfStV 1997г. выбранный верхний на рынке предел удельного веса, таким образом, к сроку ввода был бы и не действенным, со взглядом на измененный ландшафт средств массовой информации, все же необходимым и через несколько лет после утверждения материально подходящим базисом дальновидного решения законодателя.

2.4. Необходимость взвешивания преимуществ и недостатков национальных барьеров концентрации

Ссылка на недостатки национальных преград концентрации не означает, что от таких следует отказываться. Связанные с ними издержки нужно, однако, взвесить против прежде указанных, приносящих знаменательную пользу национальных преград концентрации и общественный соответствующий уровень этих преград (или общественную соответствующую интенсивность национального контроля концентрации) нужно устанавливать на базе этого взвешивания в политической дискуссии.

Изображение 4 описывает это взвешивание товаров как экономический анализ затрат и результатов в двумерной форме представления. При этом интенсивность национального контроля концентрации отмечается (упрощенно измерено уровнем верхнего предела доли рынка) на абсциссе, а польза и издержки национального контроля концентрации (как позитивные или негативные суммы) на ординате. -- Предполагается, что если кривая средних издержек СИ⁰⁵ (изображение 3) соразмерно воспроизводит производственно-экономический ход издержек, то национальные ограничения концентрации (изображение 4) зафиксированных верхних пределов долей рынка ниже чем на 50 %, приносят *общественную пользу*².

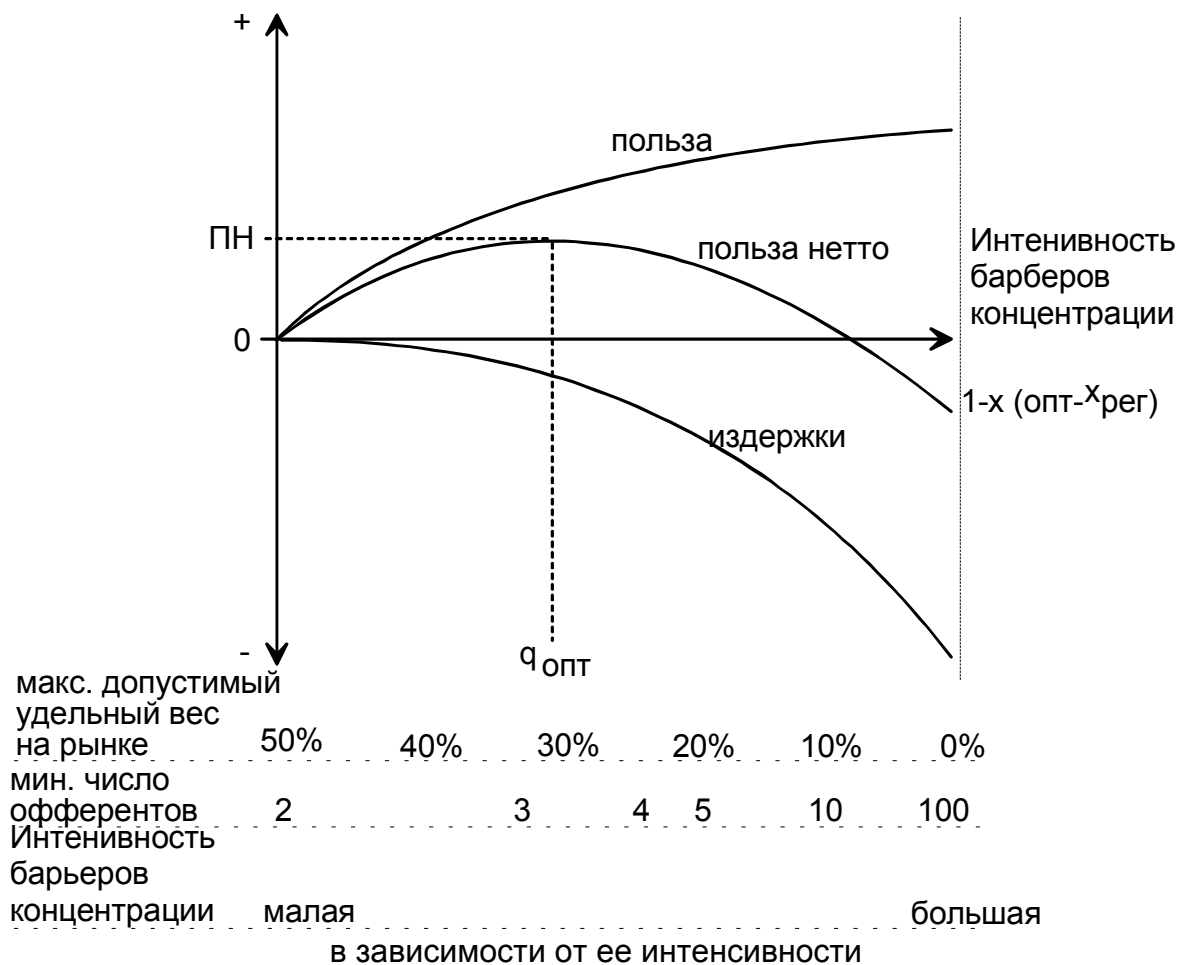
1 HEGE 1994г., стр. 248

2 Если существует верхняя граница доли рынка от 50 %, то она не изменяет индивидуально-хозяйственные решения (так как в иллюстрации 3 СИ⁰⁵ описанном пробеге издержек организаторами вовсе не ожидается высокое участие рынка); общественная польза национального ограничения концентрации была бы поэтому (так же как общественные издержки) равна нулю. - При других индивидуально-хозяйственных структурах издержек, примерно описанных в иллюстрации 3 СИ⁹⁵, была(ли) бы общественная(ые) польза (и издержки) национального ограничения концентрации соответственно другой(ими). При



Изображение 4:

Польза, издержки и польза общего (суммарного) ограничения концентрации



Эта польза поднимается с возрастающей интенсивностью ограничения концентрации. В изображении 4 предполагается при этом надпропорциональный подъем, т.е. в экономике обычно принимается для товаров - также для национальных ограничений концентрации с возрастающей интенсивностью этих ограничений падающая предельная польза: предельная польза, которая, например, возникает из-за того, что (урегулированный) удельный вес на рынке самого большого организатора является на 10% ниже, чем по производственно-экономическим расчётам образующихся (нерегулируемым) удельным весом на рынке, оценивается при уменьшении удельного веса на рынке от 50 % до 40 % (и вследствие этого достигнутое повышение числа продавцов от 2 до 3) как более высокой, чем при убыли от 40 % до 30 % (и вместе с тем достигнутое повышение числа продавцов от 3 до 4), и она сно-

СИ95. например, общественная польза была бы уже охвачена при верхнем пределе доли рынка от $\leq 30\%$.

ва будет выше оценена, чем при убыли от 30 % до 20 % (и вместе с тем повышение числа продавцов от 4 до 5) и т.д.¹

С другой стороны, также в разделе 1.2 возникают описанные издержки национального ограничения концентрации границы удельного веса на рынке ≤ 50 %. На графическом изображении 4 видно, что они растут с возрастающей интенсивностью ограничения концентрации *надпропорционально*. Этот надпропорциональный подъем объясняется тем, что как в графическом изображении 3 описано, средние издержки с возрастающим количеством продукции прежде всего поднимаются надпропорционально, вследствие чего связанный с национальными преградами концентрации запрет реализации индивидуально-хозяйственного оптимального количества продукции вызывает тем более высокие индивидуально-хозяйственные (и вместе с тем связанные общественные) дополнительные издержки, в соответствии с концентрационным правом максимально допустимого удельного веса на рынке отличается от его индивидуально-хозяйственного существующего.

Если предположить, что СИ⁰⁵ правильно воспроизводит относительный размер индивидуально-хозяйственных издержек ТВ-организаторов, то выдвинутая предприятиями средств массовой информации, уже выше объявленная критика национального верхнего предела удельного рыночного веса RfStV 1997 справедлива, если не для срока вступления, то все же со взглядом на те сегодняшние или будущие возможности рынка. Значительно (на изображении 3 предположенные пробеги издержек около 40 %) тормозят международную конкурентоспособность немецких предприятий средств массовой информации, которые должны конкурировать как на местном так и на иностранных рынках с многонационально действующими, а именно, с американскими концернами средств массовой информации, более высокие издержки по отношению к иностранным конкурентам, которые на основе более больших рынков сбыта (Северная Америка) или несуществующих (или менее строгих) национальных преград концентрации (Франция, Италия, Япония) в достижении их оптимальности не препятствуются. Вместе с тем, связанное *ceteris paribus* уменьшение продажи и выручки приводит в действительности к жалкому сокращению доходов производственных сил немецких предприятий средств массовой информации (а также немецких и иностранных владельцев этих предприятий). И это приводит также к тому, что в немецкой экономике средств массовой информации имеется в распоряжении меньше доходных рабочих мест, чем могло бы быть в распоряжении без национальных преград концентрации. Такие и возможные дальнейшие недостатки национальных преград концентрации нельзя выпускать ввиду высокой безработицы и политики, следует с полным основанием достичь укрепления международной конкурентоспособности немецких предприятий, несмотря на

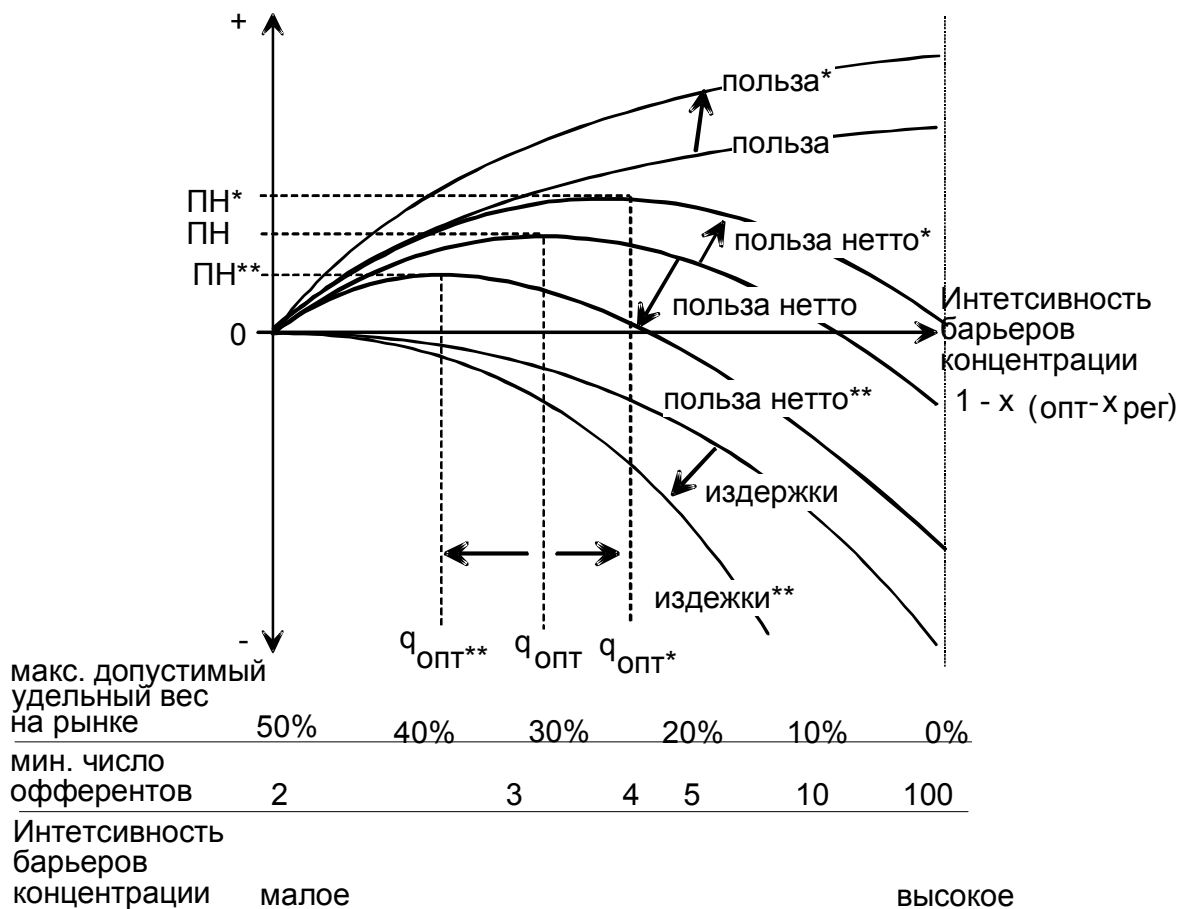
¹ Это является убедительным, так как к первому монополистическому oferенту подходящий второй oferент мог бы сильнее способствовать исполнению функций радио- и телевидения, чем к дуополу подходящий третий oferент, к триополу - четвертый oferент или примерно к девяти oferентам - десятый oferент.

трудно квантифицируемые, как прежде упоминалось, прибыли национальных преград концентрации.

Сальдированием пользы и издержек можно исчислить т.н. пользу нетто национального ограничения концентрации. На основе предположения с интенсивностью концентрации дегрессивно поднимающейся пользы и прогрессивно поднимающихся издержек эта польза нетто, прежде всего, поднимается с возрастающей интенсивностью ограничения концентрации, она падает с определенной интенсивностью, и становится, наконец, даже отрицательной.

До тех пор пока верхний предел удельного веса на рынке лежит слева от максимума кривой пользы нетто, рекомендуется его понижение (т.е. интенсификация ограничения концентрации), так как вместе с этим связанные предельные издержки более малы, чем вследствие этого достигнутая предельная польза. Если верхний предел удельного веса на рынке, лежит наоборот справа от максимума кривой пользы нетто, значит, её повышение является необходимым (т.е. уменьшение интенсивности ограничения концентрации), так как посредством этого сэкономленные предельные издержки выше чем одновременно ускользающая предельная польза.

Изображение 5:
Разногласие оценки пользы, издержек и пользы суммарного (пользы нетто) ограничения концентрации



На изображении 4 предполагаемый изгиб кривой достигается максимальной пользой нетто при верхнем пределе удельного веса на рынке от 30 %; законодателем в RfStV 997г. выбранный верхний предел удельного веса не мог быть лучше выбран из экономических, общественно-экономических преимуществ и недостатков национального ограничения концентрации балансирующей точки зрения. Если польза национального ограничения концентрации в противоположность этому будет выше оценена, чем на изображении 4 - то становится необходимым (при неизменных издержках) более интенсивное ограничение концентрации (т.е. более низкий верхний предел доли рынка). Изображении 5 отмечено * (звёздочкой), обозначенной кривой пользы, кривая пользы нетто имела бы максимум при верхнем пределе удельного веса на рынке от $q_{opt}^* = 35\%$. Наоборот требовалось бы уменьшение верхнего предела доли рынка, если бы кривая пользы с возрастающей интенсивностью ограничения концентрации не так сильно росла, чем это показано на графическом рисунке 4, когда издержки росли бы более сильно, чем предполагалось. При (изображении 5) ** отмеченном движении издержек кривая пользы нетто передвинулась бы налево вниз, и из этого следовал бы новый верхний предел удельного веса на рынке q_{opt}^{**} от 25 %.

Изображениями 4 и 5 заложенная логическая модель показывает, что с максимумом кривой пользы нетто существует теоретически однозначная, максимирующая интенсивность национальных ограничений концентрация. Вместе с тем, она имеет общие преимущества, и также слабости абстрактных, упрощающих реальность модельных рассуждений. Прежде всего, это не должно способствовать созданию мнения, что пользу и издержки (вместе с тем и пользу нетто) национальных ограничений концентрации можно было бы измерить эмпирически точно, так что это не подвергалось бы сомнениям. О невозможности этого уже упоминалось при качественном изложении этих видов пользы и издержек в разделах 1.1 и 1.2: в зависимости от идеологического отношения, распределительно-политических соображений и других факторов. Общественное значение обеих величин может быть совершенно по-разному оценено; следовательно, к тому же встреченные коллективные решения в сильной мере зависят от (изложено в следующем разделе) регулирования применяемых способов решения.

С другой стороны, выражаемая изображениями 4 и 5 логическая модель, правильно воспроизводит принципиально необходимый образ действий для рационального контроля концентрации средств массовой информации: необходимым является политический процесс принятия управленческих решений, при которых по-разному интенсивные ограничения концентрации с общественными преимуществами и недостатками взвешиваются друг против друга. Кроме этого, необходима также квантификация, даже если её и нельзя провести с точностью до копейки и с помощью убедительных изображений.

Так как преграды концентрации, которые влияют как на разнообразие оферруемых программ средств массовой информации и на их степень ограждения частного мнения, так и на объем международной конкурентоспособно-



сти и национальных возможностей доходов, создания рабочих мест, - в конечном итоге касается всех граждан, представительная демократия, при которой все граждане могут оказывать равное влияние, кажется, с первого взгляда предназначенным методом. И это правильно, так как интенсивность национальных ограничений концентрации, аналогично Германии, устанавливается парламентами.¹

Преференции граждан должны претворяться представительной демократией, по возможности, с незначительными издержками трансакций в политические (большинства) решения. Граждане являются при этом методе т.н. принципалами, политики - т.н. агентами.² Тем, что первые уполномачивают последних в выполнении политических и административных заданий, используется преимущество разделения труда: граждане могут концентрироваться на преследовании (частных) целей и, одновременно, использовать преимущества специализации политиков и бюрократов.³ Последние действуют при этом, только, как доверенные лица, которые тем более успешны, чем лучше они оценивают преференции граждан и претворяют их в политические программы.⁴ Политика в этом смысле является, по терминологии BRETON/SCOTT (1980г.), «design by machine», в которой самостоятельных, от гражданских пожеланий, отклонений политиков не существует и не разрабатываются политиками из собственных интересов (максимизация голосов). Если при этих предположениях политические решения отличаются от пожеланий граждан, то это нельзя приписывать влиянию политиков, а дефицитам коллективных способов решения, например, в последнем разделе упомянутая разная способность и готовность к политическому участию различных групп населения. Преференции граждан остаются, таким образом, масштабом для политических решений неприкосновенными, гражданину присуждается в экономической терминологии «суверенитет потребителя» - возможность решать самому политическими методами максимизировать свою пользу нетто. И поскольку удаётся устранить дефицит коллективных способов решения, представительная демократия претворяет преференции граждан в общественные оптимальные решения.

Совершенно другой результат достигается, если гражданину в таком суверенитете потребителя отказывают. То, что гражданин приблизительно может оценивать издержки⁵ и пользу национальных ограничений концентрации, подвергается сомнению ввиду сложности связей. Особенно спорно то, понимает ли он, похоже федеральному конституционному суду превышение

¹ Является это как в Германии, где земельные парламенты руководствуются предназначенными корпоративными решениями, в части 3.3 обсужд. вопрос.

² См. к этой точке зрения Prinzipal-Agent-теории, например, BLANKART 1994г. или KOPS 1999г., стр. 16 и последующие.

³ См. там же.

⁴ С этой точки зрения политики действуют как предприниматели, целью которых является максимизация выборных голосов. См. в основном DOWNS 1968г.

⁵ Самые важные причины, которые затрудняют гражданину осознать трансакционные издержки контроля концентрации средств массовой информации, были уже указаны в части. 2.3.



мают ли он, похоже федеральному конституционному суду превышение его предпочтений, разнообразие программ средств массовой информации фактически приносящих пользу; и также спорно, оценивает ли он долгосрочные выступающие и тяжело открываемые недостатки коммерческих ассигнований средств массовой информации, разнообразие которых не превышает желаемую меру потребления, по сравнению с краткосрочными выступающими и денежно заметными прибылями повышенной международной конкурентоспособности национальных предприятий средств массовой информации.¹ Если предполагать, что у него нет этих способностей, то тогда в политическом процессе решения продемонстрированные предпочтения не должны использоваться как масштабные, и не должны делаться, по меньшей мере, единственным масштабом политических решений. Скорее эти решения должны тогда приниматься (лучше проинформированными) «экспертами», (куда в первую очередь следует относить политиков и бюрократов).² Политика была бы, таким образом, снова в терминологии BRETON/SCOTTA, больше не «design by machine», а «design by politicians». При этом граждане в сведении недостаточного информационного положения не только допускали бы толерантность - расширение полномочий эксперта (от преобразования к установлению предпочтений граждан), но даже ожидали бы от политиков вследствие этого, только общественных оптимальных решений.

Каким образом делать решения и пользоваться при решениях, связанными с контролем концентрации средств массовой информации по модели «design by machine», предпочтениями граждан выбора или, по модели «design by politicians», представлениями политиков и других экспертов, является спорно обсуждаемым, здесь не находящим ответа на вопрос, на который только можно найти ответ при взвешивании относительной мощности обоих методов и, в зависимости от сферы политики, по-разному высоких недостатков в передаче прав.³

Вероятно, что для контроля средств массовой информации лучше всего подходит смесь обеих форм, и возможно, является способом решения в Федеративной Республике и практикуется de facto, при котором de jure действительный «design by machine» дополняется фактически сильной различной способностью участия, и готовностью различных групп населения «design by politicians», близкой этой оптимальной смеси.

¹ См. подробнее KOPS 1996г., стр. 24 и последующие.

² В финансовой науке право таких «некоммерческих» вмешательств спорно. См. стр. 7 и сл.; специально к некоммерческому регулированию средств массовой информации VENTURELLI 1998г.

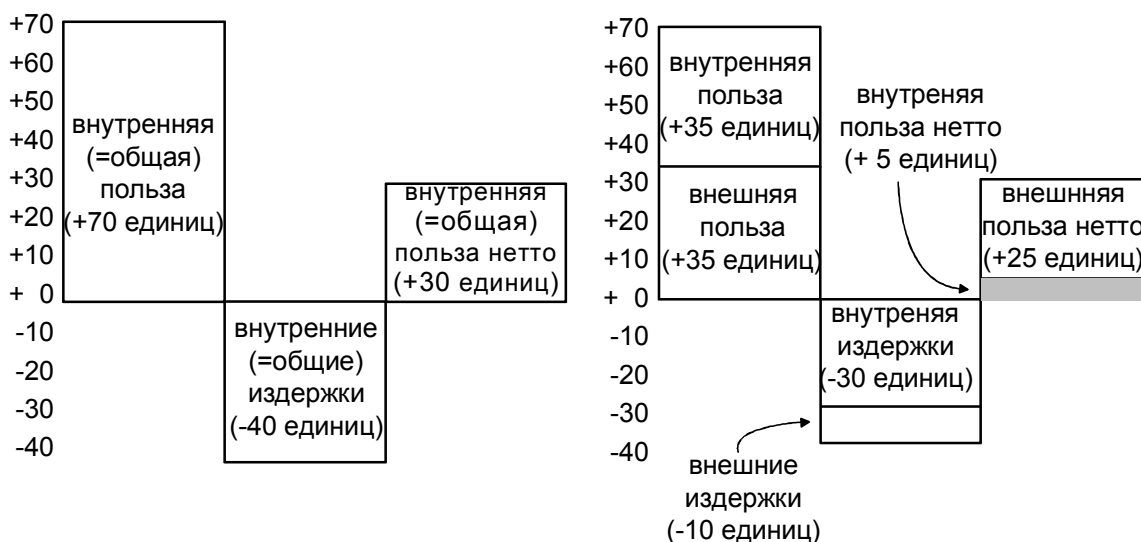
³ См. KOPS 1999г., стр. 16 и сл., стр. 75 и сл.

3. Национальные барьеры и глобальные рынки средств массовой информации

3.1. Установление национальных барьеров концентрации при наличии пространственных внешних эффектов

Независимо от того, устанавливается ли интенсивность ограничений концентрации гражданами или политиками и, соответственно, «экспертами», выбранная интенсивность контроля концентрации оказывается субоптимальной в том случае, если часть их издержек или их пользы являются «внешними», т.е. в решении отпадает на не участвующих (граждан или экспертов), а на не решающих третьих лиц. При отмежевании коллективных решений посредством пространственных и, соответственно, административных критериев, следует принимать преимущественно не связанных с решением территориальных округов, избирателей или политиков. Как территориальные округа, которым может вменяться в обязанность компетентность законодательства для установления барьеров концентрации, должны учитываться при этом в первую очередь (стоящих в центре следующих изложений) национальные государства, а также компетентность государств-членов или государств-союзов.

Иллюстрация 6:
Пространственная симметрия (слева) и пространственная асимметрия (справа) пользы и пользы общего (пользы нетто) ограничения концентрации



Таких «внешних эффектов» барьеров концентрации можно избежать в случае, когда предприятия, которых это касается, действуют исключительно в пределах государства, устанавливающего барьеры концентрации, то общая польза и общие издержки (и вместе с тем также польза суммарного) барьеров концентрации ограничены национальным пространством этого государства (и, соответственно, проживающими гражданами этой страны). --Левая



часть иллюстрации 6 описывает этот случай - пространственной тождественности обеспечения (симметрии), связанной с последствиями барьеров концентрации, причем при там фиктивно предполагаемых величинах внутренней (= общей) пользы (+ 70 единиц) и внутренних (= общих) издержек (-40 единиц), из чего следует положительная внутренняя (= общая) польза нетто величиной в 30 единиц.

Если все, или только некоторые из предприятий средств массовой информации активно действуют также вне страны, устанавливающие барьеры концентрации, то на базе раздела 2.3., описанная уменьшенная конкурентоспособность ограничивает удельный рыночный вес и открывает другим предприятиям соответственно более высокую долю рынка - вместе с соответствующими (см. раздел. 1.2) преимуществами (более высокого разнообразия, обеспечения публицистической и политической конкуренции и т.д.). Тогда национальные барьеры концентрации приносят международную (внешнюю) пользу, которая тем выше - чем выше удельный вес на рынке предприятий, которые регулируются концентрационным правом за границей.

Издержки барьеров концентрации в форме производственно-экономических неэффективных количеств продукции и цен, которые содержатся потребителями продуктов, показывают себя также в отношении удельного веса на рынке в пределах страны и за границей. Вследствие этого, обусловленная уменьшенная прибыль предприятий и доходы акционеров распределяются по отношению к их месту жительства, страны и за границу. Напротив связанные с уменьшенной конкурентоспособностью издержки последствия показывают себя в форме ущемленного сбыта, уменьшенной прибыли отечественных акционеров, уменьшенных национальных налоговых доходов и повышенной внутренней безработицы, (а также с этим связанные национальные социальные расходы). Негативные внешние эффекты внутренних барьеров концентрации для заграницы описаны, но они являются значительно малыми, чем с ними связанные положительные внешние эффекты.¹

Правая часть иллюстрации 6 описывает эту ситуацию посредством фиктивного примера, причем предполагается, что общие из пользы барьеров концентрации возникают + 35 единиц в пределах страны и + 35 единиц за границей, издержки напротив возникают в совершенно преобладающей части (- 30 единиц) в пределах страны и только в незначительной части (- 10 единиц) за границей. Вместе с тем, для жителей, устанавливающих барьеры концентрации, государства следует внутренняя польза нетто величиной в + 5 еди-

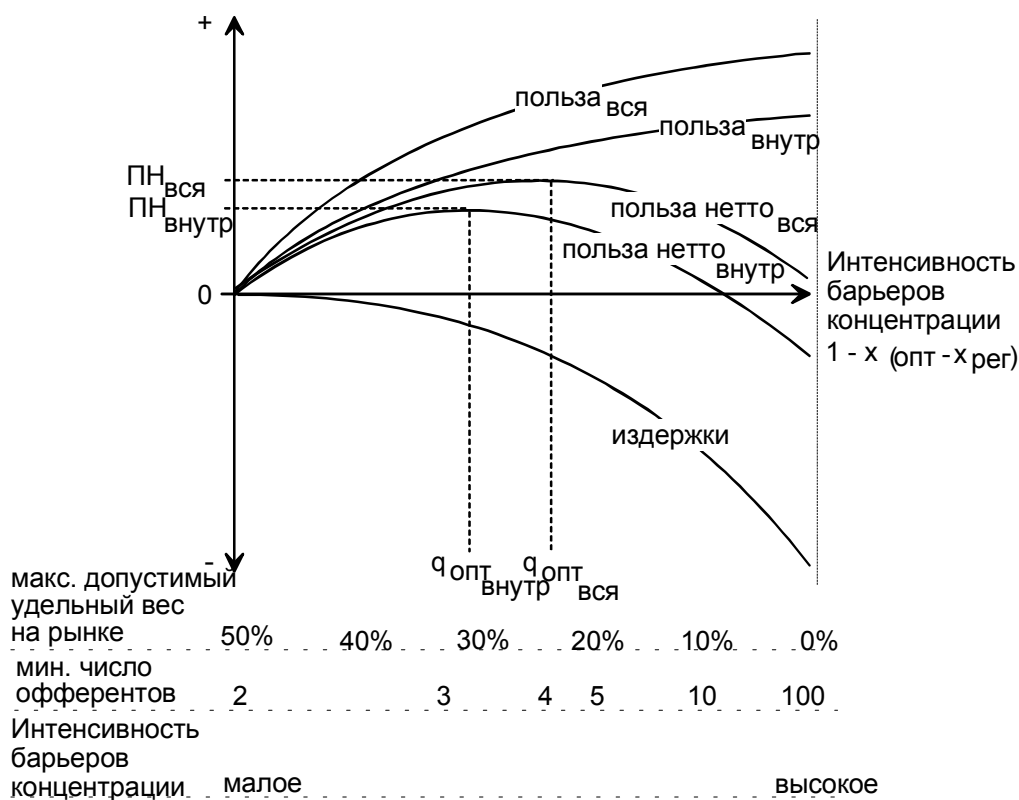
¹ Эта асимметрия устраняется только тогда, когда в процессе дальнейшей глобализации, во-первых, доходы международных предприятий не будут больше поступать по принципу страны происхождения отдельным национальным государствам (или государствам-членам), а по принципу государства назначения для тех государств, в которых товар продается, и во-вторых с низкой международной конкурентоспособностью связанные недостатки (в частности в форме повышенной безработицы) будут уравновешенными не национальными социальными системами, а международной социальной системой, которая должна финансироваться отдельными государствами по мере того, насколько сопутствуют внутренние преимущества.

ниц и для жителей других государств внешняя польза нетто величиной в + 25 единиц.

Так как политические актёры национальных государств ориентируются исключительно конечными результатами, которые они получают для «своих» государств (и, соответственно, для живущих в нем избирателей), то пространственная асимметрия выгод и недостатков национальных ограничений концентрации ведет к решениям, которые из глобальной точки зрения, т.е. с точки зрения касающихся граждан, являются субоптимальными. Эти последствия можно объяснить посредством введенного графического способа изображения (иллюстрация 7): $P_{\text{внутр}}$ отражает там внутреннюю пользу, $P_{\text{вся}}$ сумму (внутренней и внешней) пользы. При направленной на внутреннюю пользу борьбы концентрации была бы издана верхняя граница удельного веса на рынке от $q_{\text{внутр}} = 30\%$, при сопоставлении общих (внутренних и внешних) выгод и недостатков, верхняя граница удельного веса от $q_{\text{вся}} = 23\%$, т.е. с национальной точки зрения выбранная интенсивность ограничения концентрации отстаёт от необходимой интенсивности с глобальной (наднациональной) точки зрения. При этом ошибочные решения являются тем гравитирующим, чем болле большая доля рынка принадлежит урегулированным предприятиям средств массовой информации экстерном (за границей), т.е. в графической форме: более сильное отличие кривой внутренней пользы (и пользы нетто) от кривой общей пользы (и кривой пользы суммарного).

Иллюстрация 7:

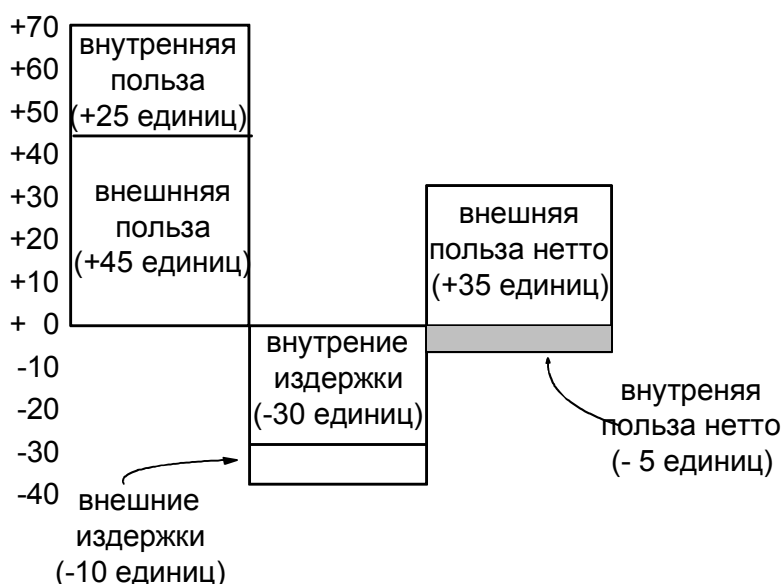
Расхождение между внутренней и суммарной пользой общего национального ограничения концентрации как причина политического ложного решения





В случае, если внутренняя польза - в процессе, в разделе 2.4 прогнозируемой глобализации рынков средств информации - в сравнении с внешней пользой постепенно убавляется, тогда внутренняя польза нетто становится отрицательной даже, если и сумма внутренней и внешней пользы, и (внутренних) издержек в последовательности останутся константными. Если предполагается, что внутренняя и внешняя польза ограничения концентрации не распределяются в отношении $+35 / +35$ (как это предполагалось в иллюстрации 6), а внутренняя польза имеет более низкое значение (25 единиц), и внешняя польза соответственно более высокое значение (+45 единиц), то для отдельного территориального округа следует отрицательная польза нетто (-5 единиц), так как внутренней пользе нетто от +35 единиц противостоят внутренние издержки от -40 единиц (см. иллюстрацию 8).

Иллюстрация 8:
Пространственная асимметрия пользы ограничения концентрации
как причина отрицательной внутренней общей пользы



3.2. Внешние факторы как обоснование отказа от международных национальных барьеров концентрации

Поскольку (жители в отдельных национальных государствах) отдельные национальные государства просматривают описанные связи и, на этом основывающиеся решения издержки-пользы, имеют полное значение в процедуре законодательства, то они в состоянии отказаться в случае негативной внутренней пользы нетто от каких-либо ограничений концентрации. Они принимают при попытке максимализировать их внутреннюю пользу, «некооперативные» решения, чьи действия на общее благо для суммы всех, которых это касается, являются более низкими, чем другие, «кооперативные» решения - а именно, независимо от того, предполагают ли актёры, что другие актёры с их стороны кооперируют или не кооперируют («дефектируют»).



Это на языке экономической теории игры звучит как «дилемма зависимости (разногласий)», указанную структуру решения можно объяснить посредством т.н. матрицы выплаты, которая засвидетельствует пользу нетто всех возможных решений (см. иллюстрацию 9, там упрощённая таблица для двух государств А и Б).¹ Если государство А не устанавливает никаких национальных барьеров концентрации, то оно достигает, независимо от того, как себя ведёт государство Б, более высокую пользу нетто, чем в том случае, если оно кооперирует: Если государство Б кооперирует, то государство А достигает при кооперативном отношении пользу нетто от + 30 единиц², при некооперативном отношении пользу нетто от + 35 единиц.³ Если государство Б не кооперирует, то государство А достигает при кооперативном отношении пользу нетто величиной в - 5 единиц,⁴ при не кооперативном отношении пользу нетто от - 0 единиц.⁵ Такие же самые выводы будет делать также государство Б; также для него является не кооперация, (теперь независимо от того, кооперирует ли государство А или дефектирует) преобладающим решением.

Теорией игры описанной структурой стимулов всем государствам будет рационально отказаться от ограничений концентрации (польза которых поступает также другим государствам, но издержки, которые они должны нести сами) и вместо этого пытаться занять позицию т.н. «free rider», т.е. извлекать пользу с другими государствами от установленных барьеров концентрации.^{6,1} При этом, вероятность, что актёры подлежат такой «дилемме зависи-

- 1 При этом Б принимается как отдельное государство или как агрегат всех барьеров концентрации страны А и касающихся отдельных государств. Между А и Б принимаются симметричные связи обмена, что является правильным для государств, которые экономически высоко развиты. Разумеется, возможны, между высоко развитыми национальными государствами Европы или Северной Америки и развивающимися государствами северо-восточной Азии, центральной Азии или Южной Америки, такие асимметричные связи обмена. В иллюстрации 9, представленная обстановка описывает вместе с тем только возможную, элементарную модель, которую нужно приспособлять при учете особенностей различных государств, различаемых теорией игры специфическим моделям.
- 2 Значение от + 30 единиц следует из прежде встреченных предположений как сумма внутренней общей пользы издаваемых государством А барьеров концентрации (в размере + 35 – 40 = -5 единиц) и внешней общей пользы государством Б издаваемых барьеров концентрации (в размере + 35 – 0 = + 35 единиц).
- 3 Значение от + 35 единиц следует как сумма внутренней общей пользы (нетто) не издаваемых барьеров концентрации государством А (в размере 0 единиц) и внешней общей пользы (нетто) издаваемых барьеров концентрации государством Б (в размере + 35 – 0 = + 35 единиц).
- 4 Значение от - 5 единиц следует как сумма внутренней пользы нетто издаваемых барьеров концентрации государством А (в размере + 35 - 40 = - 5 единиц) и внешней пользы нетто не издаваемых барьеров концентрации государством Б (в размере - 0 единиц).
- 5 Значение от - 0 единиц следует как сумма внутренней общей пользы не издаваемых барьеров концентрации государством А (в размере - 0 единиц) и внешней общей пользы не издаваемых барьеров концентрации государством Б (в размере - 0 единиц).
- 6 Это также объясняет мотив большинства государств, которые допускают рыночную господствующую власть отечественных предприятий средств массовой информации скорее, чем при иностранных предприятиях средств массовой информации. «It is no coincidence, for example, that the IBA encouraged publishers in the 1950s to invest in the television sector. The U.S. FCC urged economically and journalistically productive companies, such as that of Murdoch, to open a fourth network, and in the interest of global economic expansion, it has pro-



мости (разногласий)» выше незначительной внутренней пользы, что превращается по сравнению с внешней пользой ограничения концентрации в более высокие внутренние издержки по сравнению с внутренней пользой.

Иллюстрация 9:
Издание национальных ограничений концентрации
как дилемма зависимости (разногласий)

		Гос. Б	
		установление национальных барьеров концентрации	неустановление национальных барьеров концентрации
Гос. А	установление национальных барьеров концентрации	A: +30 B: +30 A+B: +60	A: -05 B: +35 A+B: +25
	неустановление национальных барьеров концентрации	A: +35 B: -05 A+B: +25	A: +00 B: +00 A+B: +00

В Германии до вступления в силу RfStV 1997г. государства-члены и, соответственно, учреждения средств массовой информации земель могли допускать телевизионных организаторов общенационально и, вместе с тем, они были также ответственны за применение национальных ограничений концентрации, и из этой перспективы оказывались совершенно высокие издержки транзакций нерациональным: Те федеральные земли, которые выкладывали при этом существующую среду действий для решений обширно, смогли избежать связанных с ограничениями концентрации издержек (потеря существующих и отказ от новых рабочих мест, уменьшение поступлений коммунальных и земельных налогов, местонахождения для других предприятий и др.) или, по крайней мере, удержать их незначительными, в то время как ущемленные преимущества ограничений концентрации для всех федеральных земель и для заграницы отражались невыгодно. Контроль концентрации средств массовой информации пришел при этих условиях в упадок (регулирование средств массовой информации в основном) и превратился в политику местонахождения, и фактически пробиваемые барьеры концентрации вынуждены были отставать принудительно от тех, которые были бы соответствующими при взвешивании всех преимуществ и недостатков, т.е. и внеш-

moted cooperation among U.S. media companies at the international level that it would not have tolerated in the domestic market» (HOFFMANN-RIEM, 1996, стр. 398). Дальнейшие примеры этого варианта политики «Beggar my neighbour» национальных органов надзора находятся там же.

¹ Вместе с тем, связанный результат оказывается общеэкономическим субоптимальным (причем в рассмотренной модели «общеэкономической» нужно понимать как сумму пользы нетто обоих государств А и Б), можно также увидеть посредством иллюстрации 9, занесенных матриц выплаты: В то время, как двусторонняя кооперация производила бы общеэкономическую пользу нетто от $+30 + 30 = +60$ единиц, ведет избранная не кооперация к пользе нетто от 0 единиц.

них.¹ В этом отношении раскритикованные многими наблюдателями результаты RfStV 1997г.² не только объясняются последствиями индустриально-политических частных интересов, но и описанными пространственными внешними эффектами земель политического формирования контроля концентрации.

В соответствии с § 35 RfStV 1997 в Германии КЕК и конференции директоров учреждения средств массовой информации земель (KDLM), приветствуется, что двум новым центральным органам, было поручено итоговое выяснение и контроль концентрации в области средств информации. Соображения, связанные с политикой местонахождения, являются для этих органов, по меньшей мере, в отличие от предварительного распределения компетентности, не запрограммированы наперёд. Поэтому ожидается, что в условиях правовых концентрационных решениях в пределах большой, национальной сферы влияния, возникающие преимущества и недостатки приобщаются и взвешиваются на переднем плане, но важный вопрос местонахождения и как эти преимущества и недостатки распределяются в пределах Федеративной Республики на отдельные земли, передвигается на задний план.

3.3. Замена национальных барьеров концентрации наднациональными

Экстерналитеты остаются при передаче компетентности на национальный уровень в том случае, когда предприятия средств массовой информации продают часть продуктов за границей. Это имеет значение, в частности, для многих больших немецких издательств³ и немного для немецких телевизионных организаторов, чей удельный вес на иностранном рынке вследствие языковых барьеров и национальных различий предпочтений зрителя ещё сравнительно незначителен, хотя при учёте долей участия в иностранных предприятиях телевизионных организаторов и предыдущих, и последующих этапов создания добавочной стоимости, их также надо учитывать.⁴ И также польза национально унифицированных и унифицированно осуществленных ограничений концентрации возникает как внешняя польза вне Германии. Вследствие этого, отличается также осуществленная интенсивность при на-

¹ То же самое действительно для других сфер регулирования радио- и телевидения, например, контроль в RfStV 1997г. в соответствии с инструкцией к содержанию и продолжительности рекламы, к защите молодого поколения, и к наличию мер §§ 30-32 RfStV, при которых земельные учреждения средств массовой информации владеют также значительной свободой решения. По этой причине в Германии становится всё больше голосов, которые требуют централизации всего регулирования (радио- и телевидения) на федеральном уровне, соответственно, при соблюдении медиально-политической компетентности земель, при общенациональном ответственном общем учреждении земель или земельных учреждений средств массовой информации.

² См. выше, часть 2.2.

³ Издательство Gruner + Jahr достигает больше чем половины оборота за границей (ROEPER 1999г., стр. 348). В Бертельсманн-концерне зарубежное участие за отчетный год (1998/99г.) достигло даже 71,9 % (без автора 1999b).

⁴ Смотри относительно KIRCH-группы und CLT/UFA RÖPER 1999г., стр. 350 и сл., стр. 355 и сл. Высокие международные доли рынка достигают, прежде всего, американские предприятия средств массовой информации, как Time Warner, Disney и Viacom, а также News Corporation австралийца Rupert Murdoch. См. к тому же HACHMEISTER/RAGER 1997г.



циональном контроле концентрации чем при контроле концентрации государств-членов, политически стремящихся к общественной интенсивности. Внутренняя польза нетто для отдельных национальных государств становится отрицательной, тогда они попадают в ранее описанную дилемму разногласий, и из внутренних (национальных) соображений должны отказаться от ограничений концентрации, которые были бы правильными при учете их общей, внутри страны и за границей возникающей пользы.

Телевизионные организаторы могут это использовать, по аналогии как это описывалось в отношении немецких федеральных земель, и переселятся в государство с минимальными национальными барьерами концентрации («форум шоппинг»);¹ вследствие чего внутренние издержки национальных ограничений концентрации дополнительно повышались бы и польза нетто стала бы для национального государства, которое борется с концентрацией, ещё более отрицательной. Поэтому, часто достаточно пригрозить такой миграцией, чтобы подтолкнуть государство местонахождения отказаться от проведения собственных, более строгих барьеров концентрации и тогда сокращается польза таких барьеров концентрации, и в результате польза нетто для национального государства, которое борется с концентрацией, становится ещё более отрицательной.

Так, как эти принуждения на основании в части 1.3 прогнозируемых пространственных расширений рынков предприятий средств массовой информации (следствие возрастающих преимуществ величин и соприкосновения), будут содействовать телекоммуникационным техническим условным льготным переменам местоположения, особенно при трансляции спутником² или в ИНТЕРНЕТе (WEB-TV)³, и всемирное уравнивание предпочтений зрителя подымется значительно в будущем. Премьер-министр Северного Рейна Вестфалии Вольфганг Клемент недавно выразился: «Частный сектор... больше не будет усиливаться национальным законодательством»⁴. Тогда

¹ См. КОМИССИЮ ЕЭС, 1994г., стр. 38; комиссия в зеленой книге «Плюрализм и концентрация средств массовой информации» (КОМИССИЯ ЕЭС, 1992, стр. 353) об опасности, какую могли бы создавать «Paradis d'asseuil», т.е. государства, которые вследствие снижения барьеров концентрации пытаются заинтересовать предприятия средств массовой информации из других государств.

² «Однако, чем можно угрожать ТВ-организатору, который транслирует передачи с непосредственно излучающих спутников, без включения в кабельную сеть, которая, в крайнем случае, была бы политически контролируемой, причем соответствующий организатор теперь со своей стороны имеет по отношению к политике возможность угрожать (удержание инвестиций и замена местоположения).» (МАI стр. 106)

³ При распространенном предложении в средствах массовой информации, в т.ч. WEB-TV, является национальное регулирование ещё менее осуществляемым чем при передачи спутниками ТВ-программ, так как здесь оференты не только могут свободно выбирать местонахождение, но и финансовая затрата для распространения (по существу: один персональный компьютер, т.н. сервер) стала со временем достаточно незначительной.

⁴ Цитировалось по GEHRINGER, 1999г. При этом соответствующий контроль концентрации средств массовой информации является только одним из многих сфер, которые на основе высоких, и в процессе глобализации далее возрастающих международных действий, не могут больше регулироваться национальным законодательством. Другие сферы охватывают глобально охрану окружающей среды, борьбу с (международной) преступностью,

при контроле концентрации средств массовой информации угрожает упадок национальных стандартов (основной пункт: «Race to the bottoms»), который был прогностичирован в процессе глобализации для других сфер политики, т.е. политики социальной и заработной платы, прав человека, и правомерно это считается угрозой для национальных обществ, цивилизации.

Постепенная замена национального контроля концентрации наднациональным, исходя из перспективы правильна и необходима. С помощью такой передачи компетенции решения, симметрия пространственного распределения пользы и издержек ограничения концентрации может восстанавливаться, теперь на более широком пространственном уровне. Это позволяет проводить такие ограничения (наднациональным) режимом повторно. При этом, разумеется, следует учитывать, что эта передача на наднациональном уровне требует одновременно наднационального компромисса об интенсивности барьеров концентрации со стороны всех государств, которые подчиняются наднациональному режиму. По правилам коллективного формирования воли осуществится т.н. избирателями средних предпочтений¹, предпочитаемая интенсивность ограничений концентрации. Государства, которые желают более высокой интенсивности, (чем во времена перед глобализацией, в которых они могли действовать автономно) не смогут осуществить её, а должны довольствоваться более низкой, в среднем желаемой интенсивностью (так как те государства - участники наднационального режима, желающие более низкой интенсивности, чем государства-члены средних предпочтений должны принимать более высокую интенсивность). Мажоритарно выбранная интенсивность находится в каждом случае выше модели «Race to the Bottom», не считая межгосударственного сотрудничества получающейся интенсивности того национального государства, которое придает самое низкое значение ограничению концентрации средств массовой информации. Поэтому, национальные государства будут предпочитать кооперацию на наднациональном уровне фиксацией оптимальной с национальной точки зрения, глобализацией, но непризнанных стандартов.²

внедрение прав человека, движение капитала, разоружение (см. ZUNKER 1993г. или KAISER/SCHWARZ 1995г.).

- 1 Прим. переводчика: Фиктивное государство-член, у которого предполагаются средние предпочтения
- 2 Это не значит, что глобализация с точки зрения этих государств обязательно была бы в итоге ухудшающей общее благо. Точнее этому недостатку противопоставлены в других сферах появляющиеся преимущества глобализации (см. ниже). Тогда отказ от осуществления национально оптимальных стандартов является оправданным преимуществами, связанными с глобализацией. -- Разумеется, этот Trade-off не является для всех национальных государств положительным. Для государств, которые терпят высокие убытки, связанные с глобальной потерей национальной автономии управления, без существенных преимуществ, глобализация ведёт в результате к падению благосостояния. Но это не оправдывает глобальный всеобъединяющий отказ от глобализации. Скорее ее нужно поддерживать (и форсировать) до тех пор, пока, она ведет все национальные государства к повышению общего блага. Следует исходить из более высоких преимуществ международного разделения труда, интенсификации интенсивности международной конкуренции и уменьшающихся трансакционных издержек международного обмена товаров, услуг и идей. То, что глобализация ущемляет (vested) interests отдельных государств, обращая



3.4. Оптимальная величина режима для установления наднациональных барьеров концентрации

И так, надо установить оптимальную величину наднациональной территории, на которую распространяется наднационально устанавливаемая интенсивность регулирования в отношении к данным политическим границам национальных государств и объединений государств – вид и число участников наднационального режима.

Исходя, как это видно в разделе 2.4, принципиально из того, что предприятия средств массовой информации активно участвуют в глобальном смысле во всем мире, следовало бы порекомендовать *prima facie*¹ передачу компетентности на мировой уровень. Симметрия между издержками и пользой контроля концентрации была бы достигнута тогда полностью; аллокативные искажения пространственных асимметрий от пользы и издержек были бы сокращены на нуль.

Этим аллокативным преимуществам нужно противопоставить с точки зрения национального государства выше высказанные недостатки (издержки), которые следуют из того, что с возрастающим числом государств-участников наднациональных режимов преференции среднего государства все больше отличаются от преференций национального государства. Нужно учитывать в дальнейшем - также с возрастающей величиной наднационального режима – транзакционные издержки, которые возникают благодаря соглашениям всех государств-участников наднационального режима, имеют силу интенсивности ограничений концентрации.

Оптимальную величину и состав этого наднационального режима можно теоретически определить однозначно. Польза, связанная с пространственным расширением режима (возрастающая симметрия пользы и издержек принятых решений), взвешивается одновременно с причитающимися издержками (в форме возрастающего расхождения между национальными преимуществами отдельных государств и преференциями среднего государства-члена, на которых ориентируются политические решения наднационального режима).^{2,3} Иллюстрация 10 демонстрирует такое сопоставление, как анализ затрат и результатов. При этом предполагается, что польза наднационализации растёт с величиной территории (дегрессивно), а издержки такого расширения растут (прогрессивно). Не обязательно при этих предпо-

внимание как на желаемое повышение глобального общего блага общности государств вообще, так и на необходимое сокращение межгосударственных различий общего благосостояния.

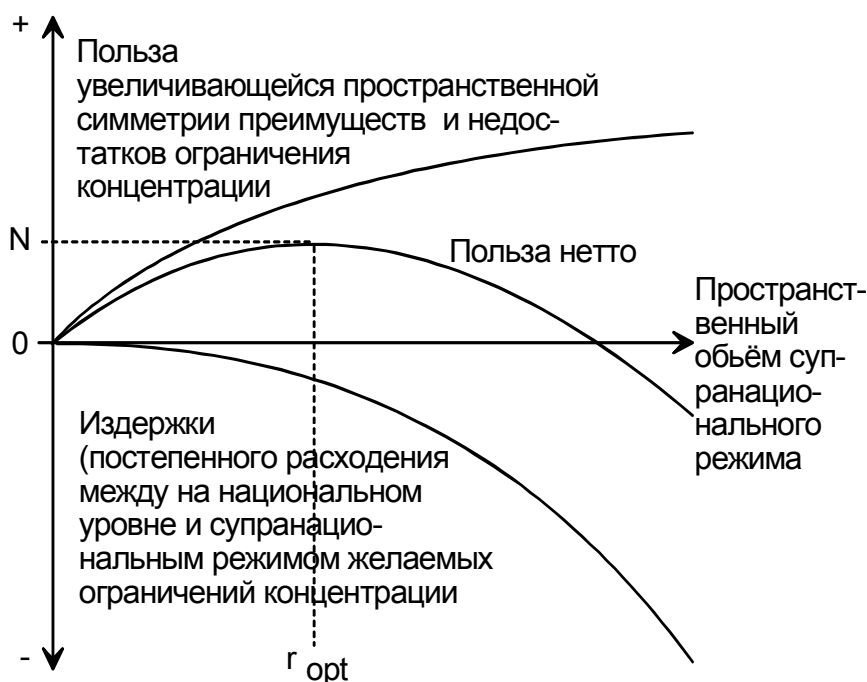
1 Прим. переводчика: С первого взгляда

2 На основе этого расхождения решения наднационального режима отличаются от тех, которые благоприятствуют в отдельных национальных государствах. В федералистической теоретической литературе эти издержки называются PENNOCK 1959г. как издержки разочарования («frustration costs») или BUCHANAN/TULLOCK 1962г. как ожидаемые внешние издержки («expected external costs»).

3 Издержки транзакций коллективного формирования мнения не учитываются (они также растут с величиной наднационального режима), см. иллюстрацию 10.

ложениях оптимальный режим охватывает все государства и соответственно регионы мира, а только те, в которых, во-первых местные предприятия средств массовой информации владеют существенным удельным весом на рынке (их включение в наднациональный режим увеличило бы пространственную симметрию с ограничениями концентрации связанных преимуществ и недостатков) и, во-вторых, их предпочтения относительно желаемой интенсивности ограничения концентрации похожи на собственные (включение их не вызвало бы больших отклонений между наднациональным режимом выбранной интенсивности ограничения концентрации и желаемой интенсивностью отдельных государств-участников ограничения концентрации).

Изображение 10:
Оптимальная величина режима
для установления наднациональных барьеров концентрации



С точки зрения Федеративной Республики Европейское Сообщество могло бы представить оптимальный, в этом смысле, режим. Большая часть удельного веса на иностранных рынках немецких предприятий средств массовой информации ограничивается пространством Европейского Сообщества; кроме того, немецкие представления о значимости и интенсивности ограничений концентрации в области средств массовой информации не отличаются особенно сильно от многих государств-участников Европейского Сообщества, чем от государств, которые не являются членами, в частности, от тех государств, которые не владеют собственными международными активно действующими предприятиями средств массовой информации. Наконец Европейское Сообщество имеет уже коммунально-бытовые учреждения и способы коллективного формирования воли, на базе которых издержки транзакций



наднациональных решений были бы более незначительными, чем при учреждении новых, специальных для наднационального контроля концентрации служащего режима. Таким образом, Европейская Комиссия разработала уже рамки для европейской антиконцентрационной политики¹, и с некоторыми частично нашумевшими решениями, предотвратила неконтролируемые национальным правом слияния предприятий.²

С другой стороны понимание Федеративной Республики политики относительно средств массовой информации отличается в этом пространственно-ограниченном наднациональном режиме существенно от других государств-участников. Относительно издержек и, прежде всего, пользы борьбы против концентрации (также в конфликте с индустриально-политическими целями, примерно протекции национальных индустрий средств массовой информации (или также европейской индустрии средств массовой информации по отношению к конкуренции из США и Азии) существуют совсем различные представления, которые с их стороны основываются на историческом опыте, который отдельные государства имели с концентрацией, связанной с властью мнения средств массовой информации,³ с различным экономическим развитием и различным уровнем национальных доходов.⁴ Также представления политики относительно средств массовой информации органов Европейского Сообщества отличаются от немецких значительно.

Прежде всего, генеральной дирекцией Икс Европейской Комиссии принятое одностороннее распределение по категориям средств массовой информации (также телевидения) как экономического товара⁵ осложняет отдачу национальной компетенции на уровень ЕС и объясняет и оправдывает,

¹ См. DÖRR 1996г.; STOCK 1997а, стр. 33, сноска 74, дальнейшие библиографии; SCHELLENBERG 1997г., стр. 224и сл.; DÖRR 1998, стр. 10, и сл.; FREY 1998г.

² До 1. 6. 1998г. Европейская Комиссия приняла 26 решений, связанных с концентрацией средств массовой информации, из этого 24 с 1994 года. Особенное внимание вызвали при этом запреты основания MSG Media Service и сотрудничество Бертельсманн и Кирш при PAY-TV-канале Premiere. См. там же, стр. 986 и сл.

³ В Германии предотвращению преобладающей власти мнения средств массовой информации придается, например, особенно высокая значимость, так как национал-социализмом централизованные и использованные средства массовой информации (в частности радиовещание) существенно способствовали диктатуре и империализму третьего немецкого рейха.

⁴ Если рассматривается разнообразие мнения как товар высшей категории, относительная польза которого с возрастающим благосостоянием общества поднимается, в то время как относительные издержки, связанные с его обеспечением, (в частности связанные с уменьшением международной конкурентоспособности убытки внутренних доходов и рабочих мест) и с возрастающим благосостоянием становится ясно, что, более бедные государства-члены Европейского Союза в будущем, и новые вступающие среднеевропейские государства, будут ходатайствовать за менее интенсивные ограничения концентрации, чем более богатые государства-члены.

⁵ Оно становится особенно отчетливым в «Зеленой книге о конвергенции отраслей телекоммуникации средств массовой информации и информационной технологии, административно-политического воздействия» (КОМИССИЯ ЕС 1997г.). Особенно в Германии, где телевидение рассматривается скорее в качестве культурного достояния и его регулирование, следовательно, подчинено также земельным министерствам культуры и такое видение было подвергнуто резкой критике. См. примерно KUHNE 1998г.



почему Федеративная Республика и её государства в частности, готовы только осторожно и постепенно отдавать компетенцию Европейскому Сообществу.¹

Осложняя ситуацию, это дополняется тем, что государства-участники не показывают свои (различные) предпочтения при проведенных переговорах о европейской анти-концентрационной политике, а пытаются представить на них выпадающую внутреннюю (национальную) пользу нетто общеевропейской антиконцентрационной политики, по возможности, незначительной, чтобы выиграть для обыкновенных дел, связанных с другими направлениями политики по возможности высокую «массу слушания дела».²

Размер и темпы европейского контроля концентрации средств массовой информации останутся на будущее в процессе глобализации экономики средств массовой информации растущей необходимостью, предметом спорных политических дискуссий.

¹ См. к тому же FREY 1998, стр. 1001.

² См. к логике таких связанных сделок и примененных стратегий в общем BENZ 1992г. и SCHARPF 1993г.

Резюме

1. Средства массовой информации традиционно характеризуются сравнительно высокой горизонтальной, вертикальной и диагональной тенденцией концентрации. Главной причиной для *горизонтальной* концентрации, при которой в пределах одного этапа создания прибавочной стоимости (производство, организация/издание, распространение) немногие участники рынка владеют высокой долей рынка, являются т.н. преимущества величины, т.е. с количеством продукции падающие (средние) издержки есть с их стороны последствием недостающего соперничества использования средств массовой информации и падающих предельных издержек производства средств массовой информации. Главная причина *вертикальной* концентрации предприятий различных этапов создания прибавочной стоимости одного отдельно взятого средства информации результирует из т.н. преимуществ соприкосновения, которые следуют из того, что некоторые ресурсы могут использоваться на нескольких этапах создания добавочной стоимости, и таким образом, создаются не более высокие издержки, чем при использовании на первом этапе. Главная причина *диагональной* концентрации предприятий, которые участвуют активно в пределах этих или также различных этапов создания прибавочной стоимости различных средств массовой информации, являются также преимуществами соприкосновения, здесь, (снова на основе недостающего соперничества использования или скачкообразных издержек) ресурсы для производства, организации или распространения различных средств массовой информации могут использоваться, таким образом, чтобы не возникали высокие издержки, чем при использовании для отдельного средства информации. -- Предвидимые технические изменения сектора средств массовой информации, в частности дигитализация и техническое конвергирование, ещё значительно увеличат их интра- и интермедиарные преимущества величин и соприкосновения в будущем и, вместе с тем, будут способствовать дальнейшей горизонтальной, вертикальной и, в частности, диагональной концентрации сектора средств массовой информации.

2. Вследствие этого несколько продавцов располагают высокой властью рынка, которая позволяет им, с помощью договоренностей, касающихся цены, количества и качества, или дискриминации поставщиков и покупателей, вывести экономическую конкуренцию из строя. Это уменьшает общее благосостояние пользователей средств массовой информации, и вместе с тем, всей экономики. Кроме того, концентрация ущемляет публицистическую конкуренцию (как конкуренция альтернативных идей и мнений), что причиняет вред свободе слова и политическому контролю и уменьшает общественную функцию интеграции средств массовой информации и политического, и культурного разнообразия средств массовой информации. Барьеры концентрации средств массовой информации, которые превышают барьеры общего права экономики, и которые это предотвращают, основывают, поэтому общественную *пользу*.

В Федеративной Республике Германии такие барьеры находятся в государственном договоре о радио- и телевещании, с помощью которых государство пытается предотвратить «преобладающую власть мнения» предприятий средств массовой информации по т.н. модели удельного веса на рынке. Если программы, которые относятся к этому предприятию и достигают участия зрителя более 30 %, и предприятию принадлежат все организованные им программы, а также все программы других организаторов, то на предприятие приходится по крайней мере 25 % капитала и права голоса. Преобладающую власть мнения следует учитывать при «незначительной» нехватке до 30-процентов, поскольку предприятие средств информации на родственном рынке имеет господствующее положение, общая оценка в итоге влияет на мнение, которое соответствует участию зрителя от 30 %. Если предприятие владеет в этом смысле преобладающей властью мнения, значит, ему нужно запретить дальнейшее внешнее увеличение, исходя из этого, оно должно принимать решения связанные с устранением его преобладающей власти мнения: ликвидация причисляемой доли участия других организаторов, сокращения доминирующего положения на значимых для средств массовой информации родственных рынках, а также предоставление времени трансляции для независимых третьих лиц и учреждений общественных групповых плюральных программных комиссий с действенным программным влиянием.

Барьеры концентрации имеют, разумеется, не только преимущества (пользу), но и недостатки (*издержки*). Они заключаются с одной стороны в *транзакционных издержках*, которые связанные с выяснением власти рынка проведением и контролем ограничения рынка, а с другой стороны - в *индивидуально-хозяйственных издержках*, которые возникают тогда, когда предприятие на основе ограничения удельного веса рынка не в состоянии производить это оптимально (и вместе с тем, по сравнению, с оптимальностью предприятия поступают более высоким издержкам в расчёте на единицу продукции). Кроме, непосредственно связанных издержек для потребителей, возникают дальнейшие внешние издержки, если барьерами концентрации ослабляется международная конкурентоспособность касающихся предприятий по отношению к иностранным, которые не ограничиваются участием предприятия в конкуренции, то уменьшение оборотов, доходов, возможностей сбыта и т.д. также влекут за собой общественные издержки (более высокую безработицу, уменьшение национального налогового дохода и повышенную нагрузку на национальные системы социального обеспечения).

Общественную *оптимальную интенсивность национальных ограничений концентрации* можно определить модельно-теоретически тем, что их польза и издержки для различных ступеней интенсивности сальдируются, и выбирается та интенсивность, при которой избыток пользы (т.н. польза нетто) ограничений концентрации является наивысшей. На практике этот анализ убытков и результатов требует общественного обсуждения, т.е. дискуссий, в котором различные группы населения в рамках коллективного сложения мнения делают оценку этим издержкам и пользе, (в общем, спорно) обсуждают и приходят к одному, всеми членами общества поддерживаемому компромиссу.

Принципиально следует выяснить, определяются ли коллективные решения по модели «design by machine» предпочтениями граждан или должны они быть руководимы моделью «design by politicians» значительно противоположными (от этих отличающихся) суждению политиков, бюрократов и других экспертов. Теория представительной демократии, которая предоставляет гражданину принципиально «свободу потребителя» также для коллективных решений, поддерживает первое решение; теорией «мериторики», т.е. некоммерческих товаров, предпочитается при комплексных решениях, пользу которых для гражданина тяжело обнаружить, она следует позднее, чем издержки, скорее последнее из двух решений.

3. Независимо от этого, при создании мнения следует обратить внимание на то, что преимущества и недостатки принятых решений действительны внутренне, это значит: они распространяются на членов коллективов, которые имеют полномочия принимать решения. Если часть действий приводит к решению не уполномоченных третьих лиц, то это приводит к *внешним эффектам*, на основе которых решения касающихся лиц систематически отличаются от общественных оптимальных решений.

Этот дефект приведет к решениям, ограничивающих концентрацию средств массовой информации, прежде всего, если установление или реализация мер ограничивающих концентрацию средств массовой информации передаётся частично государствам (в Германии: федеральным землям) и польза таких мер превышает территорию отдельных стран (что при общефедеральных активно действующих предприятиях средств массовой информации присуще); здесь требуется *передача компетенции на национальный уровень*, чтобы избежать экстернальности, т.е. внешних эффектов и вместе с этим связанных (с политикой местонахождения) ошибочных решений. Следует, что установление и реализация ограничений концентрации проводится национальными государствами, но польза уходит за пределы национальных границ (что при международных действующих предприятиях средств информации есть действительностью). Польза нетто национальных ограничений концентрации могла бы быть тогда отрицательной и побуждать отдельные государства к тому, чтобы отказываться от их издания и проведения, когда они с глобальной точки зрения, приносили бы всем касающимся этого государствам общее благосостояние. С точки зрения экономической теории игры, национальные государства находятся тогда в т.н. *дилемме разногласий*, когда они не могут осуществить глобально желательную интенсивность контроля концентрации. Эта опасность возрастёт из-за прогнозируемых пространственных расширений рынков средств массовой информации (вследствие возрастающих преимуществ величин и соприкосновения), возрастающей телекоммуникационной, технической обусловленной и облегчённой перемены местоположения предприятий средств массовой информации, всемирной гомогенизации предпочтений средств массовой информации. Особенно, предприятия средств массовой информации могли бы принудить национальные государства угрозой перемены местоположения за границу. Тогда угрожает также при контроле концентрации средств массовой информации упа-

док национальных стандартов (заглавное слово: «*Race to the bottoms*»), который был прогностичирован в процессе глобализации для аспектов других сфер политики, например как заработная плата и социальная политика или права человека, что считается угрозой для национальных обществ, цивилизации.

Постепенная замена национального контроля концентрации наднациональным из этой перспективы правильна и необходима. Оптимальную величину и состав этого наднационального режима можно теоретически определить однозначно: (пространственное) расширение режима предлагает свои услуги до тех пор, пока связанная с этим польза нетто (возрастающей пространственной симметрии при ограничении концентрации преимуществами и недостатками) выше чем, одновременно существующие предельные издержки (возрастающего расхождения между национально желаемой и наднациональным режимом желаемой интенсивности ограничения концентрации).

Как наднациональный уровень предлагает свои услуги при таком способе рассмотрения с немецкой точки зрения Европейское Сообщество, которое разработало уже главные элементы европейской антиконцентрационной политики. Разумеется, понимание Федеративной Республики относительно политики средств массовой информации отличается от понимания других государств-участников, также от понимания части европейской комиссии (а именно 10-й генеральной дирекции). Кроме специфических проблем отказа ЕС от компетенции национального решения открывает в области политики средств массовой информации принципиальные *вопросы коллективного формирования воли*.

Размер и темп европейского контроля концентрации средств массовой информации остается и в будущем, несмотря на процессы глобализации экономики средств массовой информации, растущей необходимости - предметом разногласия политических обсуждений.

Literatur

- Beebe, Jack: Institutional Structure and Program Choice in Television Markets, in: Quarterly Journal of Economics, Jg. 91, 1977, S. 15 – 37
- Benz, Arthur u. a.: Horizontale Politikverflechtung. Zur Theorie von Verhandlungssystemen, Frankfurt/New York 1992
- Blankart, Charles Beat: Club Governments versus Representative Governments, in: Constitutional Political Economy, No. 3/1994, S. 273 - 286
- Buchanan, James M./Tullock, Gordon: The Calculus of Consent. Logical Foundations of Constitutional Democracy, Michigan 1962
- Breton, Albert/Scott, Anthony: The Design of Federations, Quebec 1980
- Downs, Antony: Ökonomische Theorie der Demokratie, Tübingen 1968 (im Original erschienen als „An Economic Theory of Democracy“, New York 1957)
- Dörr, Dieter: Maßnahmen zur Vielfaltssicherung gelungen? In: Media Perspektiven (MP), Heft 12/1996, S. 621 – 628
- Dörr, Renate: Die EU und die elektronischen Medien. Eine Übersicht über die aktuelle Diskussion, in: epd medien Nr. 58 vom 29. 7. 1998
- Frey, Dieter: Die europäische Fusionskontrolle und die Medienvielfalt, in: ZUM, Heft 12/1998, S. 985 – 1001
- Gehring, Thomas: Politiker als Akquisiteure. Staatsverträge schaffen keine Spielräume, in: Tagesspiegel vom 15. 4. 1999
- Gerbner, G. Führt Kanalfülle zu mehr Programmvielfalt? In: MP, Heft 1/1991, S. 38 – 44
- Hansmeyer, Karl-Heinrich/Kops, Manfred: Rundfunkprogramme als Klubgüter, in: Matschke, Manfred/Schildbach, Thomas (Hrsg.): Unternehmensberatung und Wirtschaftsprüfung, Festschrift für Günter Sieben, Stuttgart 1998, S. 201 – 222
- Hoffmann-Riem, Wolfgang: Regulating Media. The Licensing and Supervision of Broadcasting in Six Countries, New York 1996
- Jakobs, Hans-Jürgen: Ende einer Ehe, in: Der Spiegel, Heft 12/1999, S. 88 – 90
- Kaiser, Karl/Schwarz, Hans-Peter (Hrsg.): Die neue Weltpolitik, Baden-Baden 1995
- Kommission der EG: Grünbuch Pluralismus und Medienkonzentration, KOM (92) 480
- Kommission der EG: Mitteilung der Kommission an den Rat und das Europäische Parlament, Reaktionen auf den Konsultationsprozeß zum Grünbuch „Pluralismus und Medienkonzentration im Binnenmarkt“, KOM (94) 353
- Kommission der EG: Grünbuch zur Konvergenz der Branchen Telekommunikation, Medien und Informationstechnologie und ihren ordnungspolitischen Auswirkungen, KOM (97) 623
- Kops, Manfred: Rechtfertigen Nachfragemängel eine Regulierung von Rundfunkprogrammen? Arbeitspapiere des IRÖ, Heft 72, Köln 1996, in leicht gekürzter Form auch veröffentlicht in: Kohl, Helmut (Hrsg.): Vielfalt im Rundfunk, Konstanz 1997, S. 151 – 183

- Kops, Manfred: Prinzipien der Gestaltung von Rundfunkordnungen. Ökonomische Grundlagen und rundfunkpolitische Konsequenzen, in: Berg, Hans Joachim (Hrsg.): Rundfunkgremien in Deutschland, 2. Ausgabe, Berlin 1999, S. 11 – 114 (1999a, zuvor erschienen als Arbeitspapier des IRÖ, Heft 100, Köln 1998)
- Kops, Manfred: Nationale Konzentrationsschranken und internationale Wettbewerbsfähigkeit von Fernsehveranstaltern, Arbeitspapiere des IRÖ, Heft 115, Köln 1999 (1999b)
- Kops, Manfred/Hansmeyer, Karl-Heinrich: Zur ökonomischen Begründung und Ausgestaltung einer föderalen Rundfunkordnung, Arbeitspapiere des IRÖ, Heft 2, 3. Aufl., Köln 1996
- Kreps, David M.: Mikroökonomische Theorie, Landsberg/Lech 1994 (engl.: A Course in Microeconomic Theory, 1990)
- Kuhne, Helmut: Alles Konvergenz oder was? Das EU-Grünbuch: eine Auseinandersetzung, in: epd Medien Nr. 38 vom 20. 5. 1998, S. 9 – 15
- Lehr, Thomas: Tageszeitungen und Online-Medien. Elektronisches Publizieren als produktpolitisches Instrument der Verlage, Wiesbaden 1999
- Lipsey, Richard G./Chrystal, K. Alec: Positive Economics, 8th. Ed. Oxford 1995
- Mai, Manfred: Der Strukturwandel in der Medienwirtschaft – Konsequenzen für die Medienpolitik, in: Mai, Manfred/Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.): Von den „Neuen Medien“ zu Multimedia, Baden-Baden 1998, S. 93 – 116
- Noam, Eli M.: A Public and Private Choice Model of Broadcasting, in: Public Choice, Jg. 55, 1987, S. 163 – 187
- Owen, Bruce M. et al: Television Economics, Cambridge, Mass. 1974
- Paraschos, Emmanuel E.: Media Law and Regulation in the European Union, Ames/Iowa 1998
- Pennock, R. J.: Federal and Unitary Government: Disharmony and Frustration, in: Behavioral Science 4, S. 147 – 157
- Pilati, Antonio: Digital strategies of European media companies, in: Lanham-Brown, Jo (Ed.): Media in Europe. The Yearbook of the European Institute for the Media 1998, o. O., o. J. (Düsseldorf 1998), S. 25 - 34
- Röper, Horst: Mehr Spielraum für Konzentration und Cross ownership im Mediensektor, in: MP, Heft 12/1996, S. 610 – 620
- Röper, Horst: Formationen deutscher Medienmultis 1998/99. Entwicklungen und Strategien der größten deutschen Medienunternehmen, in: MP, Nr. 7/1999, S. 345-378
- Scharpf, Fritz W.: Coordination in Hierarchies and Networks, in: ders. (Hrsg.): Games in Hierarchies and Networks, Frankfurt/Boulder 1993, S. 125 – 165
- Schellenberg, Martin: Rundfunk-Konzentrationsbekämpfung zur Sicherung des Pluralismus im Rechtsvergleich. Rundfunkstaatsvertrag und Landesmediengesetze im Vergleich mit den Kontrollsystemen in Frankreich, Italien und Großbritannien, Baden-Baden 1997
- Seufert, Wolfgang: Auswirkungen der Digitalisierung auf die Entwicklung der Medienmärkte, in: Schumann, Matthias/Hess, Thomas (Hrsg.): Medienunternehmen im digitalen Zeitalter, Wiesbaden 1999, S. 109 - 121



- Spence, M./Owen, Bruce M.: Television Programming, Monopolistic Competition and Welfare, in: Quarterly Journal of Economics, Jg. 91, 1977, S. 103 – 126
- Stock, Martin: Konzentrationskontrolle in Deutschland nach der Neufassung des Rundfunkstaatsvertrags (1996), in: ders. u. a.: Medienmarkt und Meinungsmacht. Zur Neuregelung der Konzentrationskontrolle in Deutschland und Großbritannien, Berlin u. a. 1997, S. 1 – 77 (1997a)
- Stock, Martin: Medienpolitik auf neuen Wegen – weg vom Grundgesetz? In: RuF, Heft 2/1997, S. 141 – 172 (1997b)
- Venturelli, Shalini: Liberalizing the European Media, Politics, Regulation, and the Public Sphere, Oxford 1998
- Weber, Andreas: Entwicklungsprozeß von Presse u. Rundfunk in Italien, Berlin 1997
- Winsbury, Rex: Why a pan-European regulator for telecoms is only a matter of time, in: Intermedia, No. 10/1998, S. 33 - 35
- Zunker, Albrecht (Hrsg.): Weltordnung oder Chaos? Baden-Baden 1993

ISSN 0945-8999
ISBN 3-934156-36-3