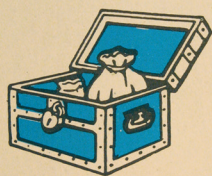


MW

# IN TEMU PRAVITE MEDIJSKI TRG?

*Vloga države v medijskem sektorju v Sloveniji*

KAD in SOD



DELO



SANDRA B. HRVATIN  
BRANKICA PETKOVIĆ



MIROVNI INŠTITUT  
METELKOVA 6  
SI-1000 LJUBLJANA  
E: INFO@MIROVNI-INSTITUT.SI  
<HTTP://WWW.MIROVNI-INSTITUT.SI>

izdajatelj: MIROVNI INŠTITUT  
zbirka: MEDIAWATCH <HTTP://MEDIAWATCH.MIROVNI-INSTITUT.SI>  
urednica: BRANKICA PETKOVIĆ

IN TEMU PRAVITE MEDIJSKI TRG?  
*Vloga države v medijskem sektorju v Sloveniji*

avtorici: SANDRA B. HRVATIN, BRANKICA PETKOVIĆ  
lektorica: NEVENKA ŠKRLJ  
design: ID STUDIO, naslovna stran: KARLO MEDJUGORAC  
tipografija: GOUDY & GOUDY SANS, ITC  
tisk: TISKARNA HREN

© 2007 MIROVNI INŠTITUT



*Izid knjige je omogočil Open Society Institute.*

CIP - Kataložni zapis o publikaciji  
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

316.774  
659.37.4

BAŠIĆ-HRVATIN, SANDRA  
IN TEMU PRAVITE MEDIJSKI TRG? : vloga države v medijskem sektorju v Sloveniji / Sandra B. Hrvatini, Brankica Petković. - Ljubljana : Mirovni inštitut, 2007. - (Zbirka Mediawatch)

ISBN 978-961-6455-48-0

I. Petković, Brankica  
236506368

# IN TEMU PRAVITE MEDIJSKI TRG?

*Vloga države v medijskem sektorju v Sloveniji*

SANDRA B. HRVATIN, *Fakulteta za družbene vede*  
e: [sandra.hrvatini@guest.arnes.si](mailto:sandra.hrvatini@guest.arnes.si)

BRANKICA PETKOVIĆ, *Mirovni inštitut*  
e: [brankica.petkovic@mirovni-institut.si](mailto:brankica.petkovic@mirovni-institut.si)

## VSEBINA

ZAKAJ O VLOGI DRŽAVE V MEDIJIH V SLOVENIJI? 9

MEDIJSKO LASTNIŠTVO 13

MEDIJI V LASTI DRUŽBE –  
DRUŽBA V LASTI POLITIKE 16

PRIVATIZACIJA MEDIJEV: KDO SO ZMAGOVALCI  
IN KDO PORAŽENCI? 21

DELO – OD »MILIJARDNIH ZGUB«  
DO »MILIJARDNIH DOBIČKOV« 28

DNEVNIK – ČASOPIS V LASTI »ZALOŽBE«,  
KI PREDVSEM VLAGA V TURIZEM  
IN FINANČNE POSLE 44

VEČER – ZAKAJ SO PRODAJALI  
MALI DELNIČARJI? 48

PRIMORSKE NOVICE – MEDIJ, KI GA OBVLA-  
DUJEJO PRIMORSKA PODJETJA IN LOKALNA  
POLITIKA 51

POLITIKA KOT DOBER POSEL 53

MANDARINI KOMUNIKACIJE 58

MEDIJI KOT »NACIONALNI INTERES« 63

TUJI LASTNIKI V SLOVENSКИH MEDIJIH 65

OGLAŠEVANJE 67

VREDNOST OGLAŠEVANJA IN VPLIV DRŽAVE 69

FINANCE 75

POGLED V DEVETDESETA LETA 77

PRIMER MLADINA 77

PRIMER MAG 78

BOJ ZA OBJAVE DRŽAVNIH ORGANOV  
MED DNEVNIKOM IN DELOM 80

NOVEJŠI PRIMERI 82

PRIMER DEMOKRACIJA 83

PRIMER MLADINA 84

PRIMER DNEVNIK 88

ZAKUPNIKI OGLASNEGA PROSTORA 91

SKLEP 93

DRŽAVNA FINANČNA PODPORA MEDIJEM 95

RAZPIS 2006 – KAKŠNA MERILA? 103

RAZPIS 2007 – VELIKO DENARJA,  
MALO ... 105

PLURALNOST PO MERI POLITIKE 111

FREKVENCE IN NADZOR NAD RADIODIFUZIJO 113

TV3 – OD BOJA ZA FREKVENCO  
DO PROPADLEGA PROJEKTA 117

POP TV – OD BLAGOVNE ZNAMKE  
DO TELEVIZIJE 120

NAKLJUČNA IN NAVIDEZNA RAZNOLIKOST  
RTV-PROGRAMOV 123

NEODVISNI REGULATOR –  
NEODVISEN OD KOGA? 125

NEUREJEN PRAVNI POLOŽAJ  
SVETA ZA RADIODIFUZIJO 126

NEOBSTOJ MEDIJSKE POLITIKE 126

KONFLIKT INTERESOV  
V SVETU ZA RADIODIFUZIJO 127

FINANČNA (NE)ODVISNOST  
SVETA ZA RADIODIFUZIJO 127

RAZVOJ RADIODIFUZIJE – BREZ RAZVOJNE  
POLITIKE IN POD VPLIVOM POLITIČNIH  
ODLOČITEV 128

RTV SLOVENIJA 129

ZAKONODAJA 130

UPRAVLJANJE 131

FINANCIRANJE 135

PROGRAM 138

NOVINARJI 142

SKLEP 143

AVDIOVIZUALNA KULTURA 145

KRIZNO LETO 2007 147

KRATEK OPIS ZGODOVINE 149

FINANČNA VLOGA DRŽAVE 152

DRUGI VZVODI VPLIVA DRŽAVE 156

NOVEJŠE RAZMERE 158

NAPOVEDANA SPREMEMBA SISTEMA 159

SKLEP 163

RIMSKOKATOLIŠKA CERKEV,  
MEDIJI IN DRŽAVA 165

TISKANI MEDIJI 168

RADIO, TELEVIZIJA IN INTERNET 171

SKLEP 175

ZAKAJ SO SLOVENSKI MEDIJI TAKŠNI,  
KAKRŠNI SO? 177





## ZAKAJ O VLOGI DRŽAVE V MEDIJIH V SLOVENIJI?

K raziskovanju vloge države v medijih so nas spodbudila nerazrešena razmerja med politiko in mediji v Sloveniji, ki vrsto let, še posebej po spremembi oblasti leta 2004, povzročajo ostre spore v javnosti.

Tudi raziskave v okviru projekta Media Watch, ki ga izvajamo že deset let, še posebno tiste o položaju javne radiotelevizije v Sloveniji in o medijskem lastništvu, so klicale po natančnejši ugotovitvi, zakaj imata država in politične elite tako močan vpliv na medije v Sloveniji.

Spraševali smo se, ali lahko položaj medijev in novinarjev v Sloveniji in odnos države oziroma politike do medijev prikažemo s pomočjo konceptov, kot so politični paralelizem, politični klientelizem in politična instrumentalizacija, kakor sta jih v članku »Politični klientelizem in mediji – Južna Evropa in Južna Amerika v primerjalni perspektivi« opisala Daniel C. Hallin in Stylianos Papathanassopoulos, v knjigi *Primerjanje medijskih sistemov – Trije modeli razmerja med mediji in politiko* pa Daniel C. Hallin in Paolo Mancini<sup>1</sup>.

Politični paralelizem v medijih prepoznamo po stopnji in naravi povezav med mediji in političnimi skupinami ter po tem, v kakšnih razsežnostih se v medijskem sistemu izražajo prevladujoče politične delitve v družbi. To kažejo medijske vsebine, politično profiliranje zaposlenih v medijih in medijskega občinstva ter organizacijske povezave medijev s političnimi skupinami<sup>2</sup>.

Politični paralelizem v medijih se po razlagah Hallina in Mancinija kaže tudi v prevladi zagovorniškega (*advocacy*) novinarstva, v katerem ima novinar bolj vlogo komentatorja kakor pa poročevalca.

Omenjena avtorja sta primerjala medijske sisteme v Evropi in Severni Ameriki. Ugotovila sta, da je medijski sistem z visoko stopnjo političnega paralelizma značilen za mediteranske države (avtorja navajata Portugalsko, Španijo, Francijo, Italijo in Grčijo). Zato sta ta model medijskega sistema poimenovala mediteranski ali polarizirani pluralistični model. Zanj so značilni poznejše uveljavljanje svobode tiska

<sup>1</sup> Daniel C. Hallin in Stylianos Papathanassopoulos, »Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective«, *Media, Culture & Society*, 2002, št. 24, str. 175–195. Daniel C. Hallin in Paolo Mancini, 2004, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

<sup>2</sup> Daniel C. Hallin in Paolo Mancini, 2004, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, str. 28.

in poznejši razvoj komercialnih medijev, močna vloga države kot lastnika, regulatorja, ustanovitelja in sofinancerja medijev ter politiziranost medijev, ki so bili tudi v zgodovini pogosto instrumentalizirani v političnih konfliktih<sup>3</sup>.

Politični klientelizem v medijih se po razlagah Hallina in Mancinija izraža v položaju institucij, pristojnih za regulacijo in nadzor nad mediji, ki ne morejo biti neodvisne, temveč so politizirane in izpostavljene pritiskom. Izraža se tudi v tem, da se na vodilne položaje v medijih imenujejo politično lojalni kadri; da so za pridobivanje in vodenje poslov potrebne politične zveze, zato lastniki uporabljajo medije kot adut pri pogajanjih s političnimi in drugimi elitami in za intervencije v politiko, to pa je pogosto tudi edini razlog za to, da ima neko podjetje oziroma posameznik v lasti medije<sup>4</sup>.

Kot nasprotje politični instrumentalizaciji, klientelizmu in paralelizmu v medijih postavljata Hallin in Mancini profesionalizacijo novinarjev. Ta se lahko uveljavi le v tistih družbah, kjer se novinarstvo lahko razvije v dejavnost, ločeno in neodvisno od drugih družbenih in političnih dejavnosti. Pri tem pa je ključno, da novinarji služijo interesom javnosti, ne pa partikularnim interesom, da delujejo na podlagi poklicnih meril, ne pa da slede ciljem, vsiljenim od zunaj, in da se pri svojem delu ne istovetijo s posameznimi pogledi. Hallin in Mancini sta ugotovila, da so za mediteranski ali polarizirani pluralistični model značilni manj razvita in šibka profesionalizacija, pomanjkanje strogega razlikovanja med političnim aktivizmom in novinarstvom, omejevanje novinarske avtonomije in spori pri poskusih uveljavljanja novinarske avtonomije.

V naši raziskavi smo se spraševali, ali v slovenskem medijskem sistemu lahko prepoznamo značilnosti mediteranskega oziroma polariziranega pluralističnega modela, kakor sta ga opisala Hallin in Mancini.

Odločili smo se za pregled vpliva države (in politike) na medije s pomočjo različnih kazalcev – lastništva v medijih, oglaševanja, subvencij, tj. državne finančne podpore medijem, podeljevanja frekvenc, delovanja organov nadzora nad radiodifuzijo, delovanja javne radiotelevizije RTV Slovenija, položaja avdiovizualne kulture in povezav Rimskokatoliške cerkve z državo na področju medijev.

Za razumevanje sedanjih razmer v medijih smo pregledali tudi dokumente in dogajanja na prehodu iz enega

<sup>3</sup> Prav tam, str. 67–68 in 73.

<sup>4</sup> Prav tam, str. 58.

družbenega sistema v drugega, vse od osamosvojitve. Predvsem pa so nas zanimala novejša razmera.

Med raziskovanjem smo velikokrat naleteli na ovire pri dostopu do informacij javnega značaja. Hkrati so se med raziskavo v letu 2007 pogosto menjala lastništvo in kadri v medijih, domnevno zaradi razporejanja političnega vpliva leto pred parlamentarnimi volitvami. Vse leto 2007 pa so se vrstili spori, povezani z uveljavljanjem svobode tiska in novinarske avtonomije v Sloveniji.

Zato je bilo raziskovanje in dokumentiranje prejšnjih in novih pojavov izziv, povezan z naporom, ki bi ga lahko opisali v prispodobi kopanja v rudniku. Kdaj sta nas en sam dokument ali informacija pripeljala do več dodatnih informacij in razlag, pomembnih za razumevanje izbrane teme, kdaj pa nas je iskanje dokumentov in informacij zapeljalo v napačno smer ali je kakšen dogodek povzročil, da se nam je odkopana jama podrla.

V tej knjigi predstavljamo podatke, ki nam jih je uspelo pridobiti in z njihovo pomočjo osvetliti razmerje med mediji in politiko oziroma državo.

Raziskovanje smo zaključili julija 2007, vendar smo podatke v največji možni meri ažurirali vse do novembra 2007.

Zelo težko smo pridobili informacije, ki jih je imela Slovenska odškodninska družba (SOD). Ko smo od nje zahtevali dostop do informacij o prodanih lastniških deležih v medijih, se ni odzvala v zakonskem roku. Ker smo vztrajali, so nam povedali, da menijo, da SODA ne zavezuje zakon o dostopu do informacij javnega značaja (zaradi takega stališča SODA je pooblaščenka za dostop do informacij javnega značaja v preteklosti že sprožila več pravnih sporov), eden od uslužbencev je podvomil o naši dobronamernosti in upravičenosti do zbiranja teh informacij, nazadnje pa so nam le poslali del zahtevanih podatkov. Na ministrstvu za kulturo smo se sprva dogovorili za intervju z direktorjem direktorata za medije in avdiovizualno kulturo, nato pa so intervju preklicali in omogočili le pisno zastavljanje vprašanj po uslužbenki za odnose z javnostmi. Več mesecev nam tudi niso omogočili vpogleda v raziskavo, ki bi po zakonu o medijih morala biti podlaga za odločanje o projektih, prispelih na razpis za sofinanciranje medijev. Nismo vedeli, katera možnost je prava: da raziskave ni in se je komisija, ki je obravnavala prispele projekte, odločala brez nje, ali da raziskava ni dostopna za javnost.

Za naš dostop do arhivskega gradiva so imeli pristojni več posluha, vendar pa smo večinoma dobivali v pregled

neobdelane kupe dokumentov. V Agenciji za pošto in elektronske komunikacije (APEK) je sodelavka morala podpisati dokument, da prevzema vso odgovornost za morebitno razkrivanje informacij, ki niso javnega značaja, četudi so nam v uradu pooblaščenke za dostop do informacij javnega značaja povedali, da takšnega bremena ni mogoče preložiti na prosilca informacij.

Dokumenti v agenciji niso ne obdelani ne razvrščeni. Najverjetneje APEK nima dovolj kadrov in denarja, da bi uredil arhiv o podeljevanju frekvenc. Zato nam ni preostalo drugega, kot da sami pregledamo dokumentacijo in pred tem podpišemo omenjeno izjavo.

Pri dostopu do arhivskega gradiva so nam pomagali Miha Krišelj iz APEKA, Biserka Remškar iz Arhiva Slovenije, ki skrbi za arhiv Socialistične zveze delovnega ljudstva, in uslužbenci arhiva Generalnega sekretariata Vlade Republike Slovenije, za kar se jim zahvaljujemo.

Težavno pot do informacij javnega značaja ponazori primer, ki ga lahko pripovedujemo tudi kot anekdoto. Med raziskavo je nemško založniško podjetje WAZ javno sporočilo, da zaradi nekorektnega ravnanja pristojnih služb protestno ne bo sodelovalo na ponovljeni dražbi za odkup lastniškega deleža državne Kapitalske družbe (KAD) v časopisu *Dnevnik*. Mediji so pisali, da je WAZ pismo z razloženimi očitki na račun nekorektnega postopka dražbe poslal KADU in predsedniku vlade. Zahtevo, da v skladu z zakonom o dostopu do informacij javnega značaja dobimo vpogled v vsebino pisma, smo hkrati poslali na KAD in v kabinet predsednika vlade. KAD nam je sporočil, da dostop ni mogoč zaradi poslovne skrivnosti (tudi WAZ se je potem skliceval na isti razlog), kabinet predsednika vlade pa nam je brez zadržkov pismo poslal.

Poleg avtoric izsledkov raziskave, ki so zbrani v tej knjigi, sta pri iskanju podatkov in dokumentov predano sodelovali Lana Zdravković in Luna Jurančič Šribar.

# MEDIJSKO LASTNIŠTVO

V knjigi *Four Theories of the Press* so Siebert, Peterson in Schramm<sup>1</sup> naredili primerjalno analizo medijskih sistemov v različnih državah začenjši s preprostim vprašanjem: zakaj so mediji v neki državi takšni, kot so? Temeljno vprašanje naše analize bo enako: zakaj so slovenski mediji takšni, kot so? Če hočemo odgovoriti na to vprašanje, se moramo usmeriti na dve področji. Poskušali bomo ugotoviti:

1. katere politične, ekonomske in zakonske spremembe so od devetdesetih let prejšnjega stoletja vplivale na položaj in delovanje medijev oziroma kako je potekala tranzicija v medijih, in
2. na podlagi katerih primerjav lahko ugotavljamo spremembe v izbranem zgodovinskem obdobju.

Pozorni bomo na vplivnost štirih dejavnosti – državnega nadzora nad delovanjem medijskih organizacij (vpliva države kot pomembne medijske lastnice), medijskega podporništva, integracije in prepletanja medijskih in političnih elit in zagotavljanja verodostojnega delovanja medijskih institucij.

Današnje razprave o vplivu politike (in države) na delovanje medijskih institucij v Sloveniji so po svoji vsebini podobne razpravam v začetku devetdesetih let, ko se je takratna politična elita odločala o transformaciji medijskega sistema, zlasti o načinu privatizacije družbene lastnine. Govoriti o vlogi države v medijih pomeni razumeti mehanizme, s katerimi si politične elite zagotavljajo vpliv tako na institucionalno pravno področje (sprejemanje ustrezne medijske zakonodaje in modela regulacije, ki omogoča politiki posredne ali neposredne pristojnosti pri delovanju medijev, npr. pri omejevanju koncentracije lastništva, postavljanju pogojev za dostop do frekvenc itn.) kakor tudi na področju vsebinskega delovanja medijev (vplivanje na uredniško in novinarsko avtonomijo).

Naša temeljna domneva je, da se zaradi specifičnega modela privatizacije, (načrtnega) neobstoja medijske politike in »paralelizma« politične, ekonomske in medijske

1 Siebert, Fred S., Theodore Peterson in Wilbur Schramm. 1956. *Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Urbana: University of Illinois Press.

2 Prirejeno po Blumler, Jay G. in Michael Gurevitch. 1995. »Towards a Comparative Framework for Political Communication Research.« Blumler in Gurevitch (ur.) *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge (str. 59–72). Podoben metodološki okvir za primerjalno analizo medijskih sistemov navajata tudi Hallin in Mancini v svoji knjigi *Comparing Media Systems*. Po njenem mnenju bi analiza morala upoštevati štiri dejavnike: razvoj medijskih trgov (predvsem razvoj tiska z visoko naklado), politični paralelizem (raven in naravo povezav med mediji in političnimi strankami), razvoj novinarskega profesionalizma in raven državne intervencije v medijskem sistemu. Hallin, Daniel in Paolo Mancini. *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. 2004. Cambridge: Cambridge University Press (str. 21).

elite (sinergija vpliva) tranzicija v medijih še ni končala. Politične in ekonomske elite (politične elite imajo tudi ekonomsko moč, in obratno, ekonomske elite dolgujejo povezanosti s politiko za svojo moč) so medijsko lastnino upravljale izključno za doseganje večinoma kratkoročnih političnih ciljev. Namreč, medijska lastnina se sodobnim medijskim lastnikom ni zdela pomembna zaradi njene tržne vrednosti, ampak predvsem zaradi njene politične oziroma ideološke vrednosti. Imeti medij v svoji lasti je pomenilo – in še vedno pomeni – imeti moč za poseganje tako v svet politike kakor tudi ekonomije (v nadaljevanju bomo pokazali, da so se deleži v medijih pogostokrat uporabljali kot učinkovito menjalno sredstvo za nakup deležev v podjetjih, v katerih je imela država pomembne lastninske deleže).

Tranzicija slovenskega medijskega sistema prihaja šele zdaj v zaključno fazo. Prepričanje, da je v letu 2007, na »koncu tranzicije«, poseganje države v medije nesprejemljivo, je zelo naivno. Država, ki je skrbno varovala svoje deleže v njih, te deleže zdaj prodaja politično sprejemljivim lastnikom. Monopol paradržavnih skladov prevzemajo podjetja, odvisna od države. Na videz razpršeno medijsko lastništvo, za katero je bilo zelo težko ugotoviti, kako je povezano, je dolgo časa ustvarjalo videz, da nihče preprosto ne more prevzeti medijev v svoje roke. Sedanja podoba slovenskega (predvsem časopisnega) medijskega sveta, v katerem dva lastnika nadzorujeta skorajda celotni trg dnevnoinformativnih časopisov, prek drugih lastninskih povezav pa močno vplivata na razporejanje oglaševalskega denarja in distribucijo, dokazuje, da se bo tranzicijska zgodba končala s popolnim opustošenjem medijskega trga. Država, ki je s svojo privatizacijsko politiko najprej poddržavila medije in jih potem razprodala lastnikom, ki jim je izdajateljska dejavnost samo obrobna dejavnost, poskuša zdaj z denarjem davkoplačevalcev zagotoviti pluralnost medijev. Monopole lahko razbije samo učinkovita regulacija. Mehanizme za to regulacijo pa bi morala zagotoviti država. Vendar bi bilo naivno pričakovati, da se bo pri tem omejevala sama. Namreč, od leta 1994, ko je Slovenija sprejela prvi medijski zakon in ga potem še dvakrat spremenila, so bila prav določila o preprečevanju koncentracije medijskega lastništva tista, ki so jih vsakokrat zelo podrobno dograjevali glede na izkušnje. Kljub zelo podrobni regulaciji pa se je izkazalo, da nihče nima ne potrebe ne želje, da bi te mehanizme učinkovito uporabljali v praksi. Teza, ki jo poskušamo preveriti, je, da je medijski monopol rezultat prepletenosti političnega in ekonomskega monopola. Politične elite so neposredno povezane z ekonomskimi,

kar pomeni, da je boj za nadzor nad politiko hkrati tudi boj za nadzor nad ekonomijo. Glede na to, da je bila država pomembna lastnica medijev, je imelo reguliranje medijev predvsem politične cilje.

Analizo začenjamo s kratkim pregledom medijskega sistema v osemdesetih letih, sledita mu analiza privatizacije največjih medijskih hiš v Sloveniji in opis vloge paradržavnih skladov pri prerazporejanju lastniških deležev v medijih. Predstavili bomo zdajšnjo lastniško strukturo pomembnih slovenskih medijev in pokazali, kako novi lastniki vplivajo na uredniško in novinarsko avtonomijo.

V Sloveniji je vselej prevladovalo prepričanje, da so mediji nekakšna nacionalna dobrina, ki jo je treba zavarovati pred vplivom tujega kapitala. Poskušali bomo dokazati, da je teza o »slovenskih medijih v slovenskih rokah« mehanizem, s pomočjo katerega se še naprej vzdržuje »paralelizem« (lokalne) politike in ekonomije. Če je bil strah pred razprodajo slovenskih medijev (predvsem dnevnih časopisov) tujim lastnikom temeljno vodilo medijski politiki v devetdesetih letih, kako smo se potem znašli v položaju, v katerem so vsi trije komercialni televizijski programi z nacionalno pokritostjo v rokah tujih korporacij, 90 odstotkov dnevnih časopisov je v rokah dveh lastnikov, tako rekoč polovica radijskih programov pa tudi v rokah dveh lastnikov? Če je zakonodajalec (državni zbor) sprejemal medijske zakone v interesu državljanov, kako je mogoče, da državljanji ne morejo več vplivati na to, kakšne medije bi radi imeli?

#### MEDIJI V LASTI DRUŽBE – DRUŽBA V LASTI POLITIKE

V osemdesetih letih prejšnjega stoletja je medijsko pokrajino (vsaj na institucionalni ravni) določalo tole: javna glasila<sup>3</sup> so opravljala dejavnost posebnega družbenega pomena, ki jo je družba izdatno sofinancirala iz proračunskega denarja, izdajatelji (in ustanovitelji) javnih glasil so skrbeli, da se je ta dejavnost opravljala v skladu z interesi družbe in politike (potrjevanje temeljne programske zasnove javnega glasila in imenovanje glavnih in odgovornih urednikov), zaposleni v tej dejavnosti pa so v skladu z vrsto dejavnosti opravljali družbenopolitično delo. Četudi je politika vseskozi

3 Do sprejema zakona o medijih leta 2001 se je v medijski zakonodaji uporabljal pojem javno glasilo in ne medij. Glede na zakonsko regulacijo v osemdesetih letih so javna glasila imela dvojno vlogo: po eni strani so bila glas javnosti (prek vloge ustanovitelja), po drugi pa »dejavnost posebnega družbenega pomena« – prostor za javno objavljane pomembnih informacij. Pojem medij, po zdaj veljavni zakonodaji, določa javni dostop in uredniško oblikovane vsebine.



trdila, da nima neposrednega vpliva na medije, je bil njen posredni vpliv izjemno močan – preko družbenopolitičnih organizacij (predvsem Socialistične zveze delovnega ljudstva, SZDL) je pravzaprav postavljala vse najpomembnejše pogoje in nadzorovala mehanizme za delovanje javnih glasil. Konec leta 1989, med razpravo o tem, kako se bo preoblikovala medijska pokrajina, je v intervjuju za časopis *Dnevnik* (11. 9. 1989) takratni podpredsednik RK SZDL<sup>4</sup> Viktor Žakelj izjavil: »Mislim, da bodo nastali odvisni časniki (*Komunist*, *Demokracija* in podobni) in neodvisni časniki. Neodvisni bi lahko bili *Delo*, *Dnevnik* in *Večer*, biti pa bi morali nad ozki političnimi interesi, torej nadstrankarski. SZDL bo dala podporo takim glasilom, ki bodo gledala na stvari z razdalje. Sicer pa se tudi zdaj ne vtikamo v glasila.«

Leta 1988 je v Sloveniji izhajalo 785 časopisov (časnikov in revij). Od tega so trije časopisi (*Delo*, *Dnevnik* in *Večer*) izhajali dnevno, dvakrat tedensko dva, tedensko 29, štirinajstdnevno 24 in mesečno 226 (Statistični letopis, 1989). Pomembno dopolnilo dnevnim časopisom z nacionalnim dosegom je v tistem času predstavljal regionalni in lokalni tisk, ki je bil pogosto povezan z delovanjem lokalnih radijskih postaj.

Pobudniki za ustanovitev oziroma izdajanje javnih občil so v osemdesetih letih po zakonu o temeljnih sistema javnega obveščanja (1985)<sup>5</sup> morali za svojo pobudo pridobiti mnenje ustrezne organizacije SZDL. Pobuda je morala biti utemeljena s programsko zasnovo in obrazložitvijo potrebe po ustanovitvi oziroma izdajanju občila, z določitvijo položaja in vloge občila v sistemu javnega komuniciranja, z zasnovo uredniške politike in oceno potencialnih bralcev/gledalcev/poslušalcev in z navedbo kadrovskih in materialno-tehničnih možnosti za izdajanje (oziroma oddajanje) javnega občila. Ustrezna organizacija SZDL je o svojem mnenju glede družbene upravičenosti ustanavljanja občila morala obvestiti ponudnika in upravni organ, pristojen za registriranje javnih občil. Zakon tako sploh ni predvideval možnosti, da med pobudniki za ustanovitev javnega občila in organizacijo SZDL v obravnavi pobude ne bo dosežen konsenz. Vloga ustanovitelja je vsebinsko in formalnopravno ustrezala vlogi, ki jo danes ima lastnik medija. Vendar, četudi je ustanovitelj nekako bil lastnik medija, je ta lastninska pravica bila predvsem vsebinska (ideološka) in ne ekonomska. Ustanovitelj je lahko ustanovil medij, določal njegovo programsko zasnovo in uredniško politiko ter imenoval vodilne ljudi v njem, ni pa s to lastnino razpolagal tako, da bi jo lahko prodal ali kupil na trgu. Lahko rečemo,

<sup>4</sup> RK SZDL – Republiška konferenca Socialistične zveze delovnega ljudstva.

<sup>5</sup> Uradni list SFRJ, 39/1985.

da medijskega trga v današnjem pomenu besede ni bilo. Obstajali so porabniki medijskih izdelkov, ki so bili hkrati po predstavnikih v organih ustanovitelja tudi njegovi »lastniki«. Cene medijskega izdelka (npr. cene izvoda časopisa) ni določal trg, ampak je bila usklajena med proizvajalci v časopisni industriji, ustanovitelji (zastopniki družbe kot lastnice) in državo. Medijske hiše so določale proizvodno ceno časopisa, ki je bila ponavadi veliko višja od tiste, po kateri so časopis prodajali bralcem, razliko med obema cenama pa je pokrivala družba (dejansko pa država) s subvencijami. Leta 1984 so časopisne organizacije dobile za to dejavnost skupno 3208 milijard dinarjev<sup>6</sup> državnih subvencij, kar je sestavljalo 13,6 odstotka dohodka celotne dejavnosti časopisnih organizacij oziroma kar 42,6 odstotka dohodka dejavnosti izdavanja dnevnikov in drugih časnikov (brez tiskanja, prodaje in drugih skupnih dejavnosti), vendar kljub temu subvencije še niso zadoščale za pokritje izgub<sup>7</sup>.

Leta 1988 je Izvršni svet Skupščine SRS sprejel mnenje o spremembi do takrat veljavne ureditve pri zagotavljanju družbene pomoči trem slovenskim političnoinformativnim dnevnikom. Predlagane spremembe »naj bi prispevale k večjemu upoštevanju tržnih zakonitosti /.../ in spodbujale časopisne organizacije še k večji racionalnosti in ekonomičnosti«. Družbena pomoč naj bi se usmerila predvsem na enega od elementov proizvodne cene dnevnikov, ki bi ga bilo mogoče, po mnenju izvršnega sveta, najbolj objektivizirati – porabo rotopapirja, potiskanega s politično informativno vsebino<sup>8</sup>.

Odbor podpisnikov družbenega dogovora o cenah dnevnikov je na svoji seji maja 1989 razpravljal o gospodarskem položaju dnevnika *Delo* v letih 1988 in 1989. V poročilu, ki ga je pripravila takratna uprava ČGP *Delo*, piše, da bo dnevnik *Delo* brez dodatne družbene pomoči »zabredel v milijardne izgube«. Uprava se je zavzela, da bi »pri dodeljevanju sredstev vpeljali avtomatizem«<sup>9</sup>. Na koncu poročila zasledimo tezo, ki bo postala stalnica sicer formalno nikoli sprejete razvojne strategije medijev, da so dnevnik (predvsem *Delo*) nekakšna institucija »nacionalnega pomena«,

6 Glede na hitro inflacijo, ki je bila značilna za tisto obdobje, zelo težko natančno določimo primerljivo vrednost v tuji valuti.

7 Splichal, Slavko, in France Vreg, 1986. *Množično komuniciranje in razvoj demokracije*. Ljubljana: Komunist (str. 158–159).

8 Izvršni svet Skupščine SRS, 25. 4. 1988. Arhiv RK SZDL, AS 537, škatla 490.

9 Gradivo za 58. sejo odbora podpisnikov družbenega dogovora o cenah dnevnikov, 15. 5. 1989. »Gospodarski položaj dnevnika *Delo* v letih 1988 in 1989«; »Brez dodatne družbene pomoči (brez rebalansa republiškega proračuna pri subvencijah slovenskih dnevnikov bo dnevnik *Delo* zabredel v milijardne izgube.« (str. 16.) Arhiv RK SZDL, AS 537, škatla 490.

ki jo je treba zavarovati pred čezmernim negativnim vplivom trga<sup>10</sup>. Oktobra 1989 je Republiški komite za informiranje obravnaval predlog za izdajo zakona o sofinanciranju programa obnove in modernizacije opreme za časopisni tisk v RS. V obrazložitvi predloga zakona je bilo zapisano, da je »položaj časopisne dejavnosti v zadnjih letih vse slabši. /.../ Tiskanje političnoinformativnih časopisov je neprofitna dejavnost, ki ne omogoča lastne reprodukcije,« zato naj bi družba zagotovila ustrezne mehanizme za zagotavljanje njihovega tekočega delovanja<sup>11</sup>.

Predlog novega zakona naj bi časopisom zagotovil stabilen vir za sofinanciranje infrastrukture v prihodnjih petih letih (1989–1994). Investicija naj bi bila vredna 24,073 milijona ameriških dolarjev, sredstva zanjo pa naj bi prispevali iz republiškega proračuna in proračuna mest oziroma občin Ljubljana in Maribor. Na podlagi pregleda zapisnikov sej iz tistega obdobja je očitno, da o tem predlogu ustanovitelji treh dnevnikov niso imeli enotnega mnenja. Ustanoviteljica *Dela* RK SZDL je menila, da »ne more privoliti v preoblikovanje namembnosti subvencije, dokler v tozdu Delo ugotavljajo, da bodo brez povečane subvencije zabredli ob koncu leta 1989 v milijardne izgube«. Ustanoviteljica dnevnika *Večer* MK SZDL je menila, »da je tiskarska oprema v Večeru popolnoma zastarela in dotrajana, zato je bolj nujna takojšnja obnova opreme, kakor pa urejanje samega tekočega poslovanja dnevnika«. Predstavnik MK SZDL Maribor pa je na seji poudaril, »da je vsako nadaljnje odlaganje postopka za sprejem ustreznega zakona o sofinanciranju opreme za časopisni tisk v SR Sloveniji nedopustno, saj se (zaradi bližajočega se izteka mandata tedanjemu izvršnemu svetu) sprejem zakona lahko odloži za tri do štiri leta«. Po njegovem mnenju »tudi delegatske skupščine ne bodo več za to, da dnevniki prejemajo družbeno subvencijo, problemi se bodo zaostriili, saj bo interesentov za družbena sredstva (tudi zaradi drugačnega informacijskega položaja) vse več, zato ostaja edina realna varianta združevanje sredstev za infrastrukturo«. Ustanoviteljica *Dnevnika* MK SZDL Ljubljana pa se je strinjala s predlogom, da se sredstva za subvencijo dnevnikov preusmerijo v sredstva za razvoj. »V sedanjih kriznih razmerah bodo morali namreč tudi dnevniki preiti na ekonomski način poslovanja – brez dotacij in subvencij,« je menil predstavnik MK SZDL Ljubljana.

10 »Zdaj, ko je mogoče s pritiskom na gumb spremljati program malodane katerekoli velike televizijske postaje na svetu in zanesljivo ni nobene tehnološke ovire več, da bi po etru lahko dobivali na dom tudi časopise – bo naša družba storila usodno napako, če bo zanemarila razvoj svojih časnikov.« (Prav tam, str. 16.)

11 Republiški komite za informiranje. Arhiv RK SZDL, AS 537, škatla 490.

Eden od sklepov razprave o spremembi namembnosti dotacij države je bil: »informativna dejavnost je dejavnost posebnega družbenega pomena, ki je ni mogoče prepuštili le delovanju tržnih zakonitosti, časnik *Delo* pa je političnoinformativni dnevnik nacionalnega pomena, zato bi bila njegova pretirana komercializacija tudi politično vprašljiva. Redno tekoče zviševanje prodajne cene *Dela* že resno ogroža naklado časopisa; alarmanten je podatek, da je v tem letu (1989) padla prodana naklada za devet odstotkov, ta trend pa se še nadaljuje. Tudi ta podatek dokazuje, da bi se takojšnja uveljavitev ekonomske cene za dnevnik *Delo* negativno odražala v poslovanju časopisa«<sup>12</sup>. Prehod s subvencioniranja časopisov na subvencioniranje razvojnih programov, predvsem vlaganja v tiskarne, bo, kot bomo opisali pozneje, v medijskem sistemu skorajda onemogočil ustanavljanje novih dnevnikov. Namreč, trije dnevniki so prehod na »tržno poslovanje« (in morebitno konkurenco) dočakali vsak s svojo tiskarno, distribucijsko mrežo in utrjenim položajem na trgu bralcev (70 do 80 odstotkov prodane naklade časopisov je sestavljala naročniška prodaja) in trgu oglaševalcev. Na začetku devetdesetih let, v spreminjajočem se medijskem sistemu, je bilo izredno malo maneverskega prostora za ustanavljanje novih dnevnikov.

Junija 1989 podpisani Samoupravni sporazum o programskem, tehničnem, ekonomskem in drugem sodelovanju med delovno organizacijo RTV Ljubljana in njenim ustanoviteljem RK SZDL ter regionalnimi (RRP) in lokalnimi radijskimi postajami (LRP) v Sloveniji je natančno določal programsko, poslovno, kadrovsko in tehnično sodelovanje<sup>13</sup>. S tem dogovorom so RRP in LRP (leta 1989 jih je bilo

12 Zapis 61. seje odbora podpisnikov družbenega dogovora o medsebojnih odnosih pri urejanju cen med družbenopolitičnimi skupnostmi, ustanovitelji dnevnikov in tozdi, ki sodelujejo v proizvodnji dnevnikov. 17. 10. 1989. RK SZDL. Na dnevnem redu je bila pobuda za odpravo oziroma spremembo družbenega dogovora o medsebojnih odnosih pri urejanju cen dnevnikov, skladno s predlagano zakonsko rešitvijo sofinanciranja programa obnove in modernizacije opreme za časopisni tisk v SR Sloveniji. Na koncu je odbor sprejel novo – usklajeno prodajno ceno za dnevnik. Tako je od 1. 11. 1989 prodajna cena za *Delo*, *Dnevnik* in *Večer* bila za približno 66 odstotkov višja. Arhiv RK SZDL, AS 537, škatla 873.

13 Razen programskega sodelovanja, časa oddajanja, tehničnega sodelovanja in ekonomskih odnosov določa sporazum v 25. členu tudi mesečni obračun programskih prispevkov RRP in LRP po medsebojno dogovorjenih merilih točkovnega vrednotenja prispevkov glede na novinarske zvrsti. Sporazum so takrat podpisali: Zavod za kulturo – Radio Brežice (ustanovitelj OK SZDL Brežice), ČGP Delo – TOZD Novi tednik – Radio Celje (OK SZDL Celje), Lokalna radijska postaja Cerkno (OK SZDL Idrija), Lokalna radijska postaja Triglav Jesenice (OK SZDL Jesenice), Radio Novo mesto v ustanavljanju – Regionalna radijska postaja Dolenjske in Bele krajine (Skupščina občine Novo mesto), Regionalna radijska postaja Radio Glas Ljubljane (MK SZDL Ljubljana), Zavod za časopisno in radijsko dejavnost Murska Sobota, Samoupravna delovna enota Radio Murska Sobota (OK SZDL Murska Sobota), Delavska univerza Ormož – enota Lokalna radijska postaja Ormož (OK SZDL Ormož), Zavod za časopisno in radijsko dejavnost Radio Tednik Ptuj, Lokalna radijska postaja Ptuj (OK SZDL Ptuj), Delavska univerza Radlje ob Dravi – enota Lokalna radijska postaja Radlje ob Dravi (OK

21) izoblikovale drugo javno radijsko mrežo, v kateri so bile soudeležene ne samo pri programsko-tehnični izmenjavi, ampak tudi pri razdelitvi naročnine.

Začetek devetdesetih let, tik pred političnimi spremembami, je v Sloveniji izhajalo okrog 800 časopisov in oddajalo 19 regionalnih in lokalnih radijskih programov (brez programov RTV Ljubljana). Vsi ti mediji so bili v »družbeni« lasti in izdatno subvencionirani iz proračunskega denarja (»družbena pomoč«). Če temu dodamo tiskarne in založbe, potem lahko ugotovimo, da je slovenska družba pred začetkom privatizacije imela velik medijski kapital, ki se ga je hotela prilastiti država. Ko so se začele prve razprave o privatizaciji medijev, je postalo eno temeljnih vprašanj vprašanje titularja družbene lastnine oziroma lastnine na splošno. »Skoraj v vseh sedanjih organizacijah na področju javnega obveščanja delavci upravljajo in razpolagajo z družbenimi sredstvi, ki pa nikakor niso samo rezultat njihovega dela. /.../ Gre torej za družbeno lastnino, ki bi jo morala upravljati družbenopolitična skupnost kot vsak družbeni subjekt, in sicer v sorazmerju z vloženi sredstvi«<sup>14</sup>, je pisalo v tezah za razpravo o pravnosistemskih in ekonomskorazvojnih vidikih razvoja javnega obveščanja v Sloveniji leta 1989. Problem privatizacije pa je, kot bomo opisali v nadaljevanju, bolj kot ekonomski postal politični problem.

#### PRIVATIZACIJA MEDIJEV:

#### KDO SO ZMAGOVALCI IN KDO PORAŽENCI?

V začetku devetdesetih let, pred izbiro dokončnega modela privatizacije, po katerem bi se olastnila slovenska podjetja, je javnost zvedela za nekaj predlogov. Po enem naj bi se vse premoženje preneslo v pokojninski sklad, ki bi dolgoročno upravljal premoženje in zagotavljal stabilnost pokojninskega sistema. Drugi predlog tudi ni predvideval razdelitve premoženja, ampak možnost nakupa (tudi s popustom) deležev v podjetjih. Tretji model pa je novi Demosovi vladi in tudi drugim vladam postsocialističnih držav ponujal Jeffrey Sachs. Po Sachsovem modelu »nagle privatizacije«

SZDL Radlje ob Dravi), Zavod za kulturo in prosveto Sevnica – Radio Sevnica (OK SZDL Sevnica), Koroški radio (OK SZDL Slovenj Gradec), Radio Šmarje pri Jelšah (OK SZDL Šmarje pri Jelšah), Regionalna radijska postaja Trbovlje (OK SZDL Trbovlje), Lokalna radijska postaja Radio Tržič (OK SZDL Tržič), Center za informiranje, propagando in založništvo – enota Radio Velenje (OK SZDL Velenje), Lokalna radijska postaja Radio Žiri (OK SZDL Škofja Loka) in Radio Študent (UK ZSMS Ljubljana). Arhiv RK SZDL, AS 537, škatla 873.

14 SR Slovenija, Republiški komite za informiranje. »Pravno-sistemski in razvojno ekonomski vidiki javnega obveščanja v SR Sloveniji v prihodnje (teze za razpravo), Ljubljana, November 1989 (str. 26–27). Arhiv SK SZDL, AS 537, škatla 873.

bi se vsa družbena lastnina prenesla na državne sklade, ti pa bi jo potem odprodajali novim lastnikom. Dokončna izbira pa je bila nekakšen »mešani model« prenosa delnic na državne sklade in notranjega odkupa, v katerem so bile združene (vsaj dolgoročno gledano) najslabše lastnosti vseh treh predlogov. Veliko nerešenega je ostalo tudi med snovanjem, kako uporabiti ta model za privatizacijo medijev. Temeljna dilema je bila, ali naj lastninjenje medijev poteka po zakonu o lastninskem preoblikovanju podjetij (1992) ali pa naj ga obravnava poseben zakon. Skupina poslancev, ki je sodelovala pri pripravi zakona o lastninskem preoblikovanju, je podprla mnenje, naj se mediji (razen Javnega zavoda RTV Slovenija) pri privatizaciji izenačijo z drugimi podjetji<sup>15</sup>. Hkrati se je bilo treba tudi odločiti, ali pri privatizaciji upoštevati dejanske kapitalske vložke države (tako kot pri vseh drugih nekdanjih državnih podjetjih). Če bi jih upoštevali, bi lahko mediji postali državni in bi bili po končani privatizaciji družbeni mediji podržavljeni. Zmagala je (politična) odločitev za privatizacijo z notranjim odkupom. To je pomenilo, da bodo mediji ostali v rokah zaposlenih, kar naj bi omogočilo njihovo politično neodvisnost.

»Opozicijska blokada tega modela v skupščini in potem še razpad Demosa, ki so ga povzročili prav spori o privatizacijski zakonodaji, sta medije odrešila nevarnosti podržavljenja. Izbrano je bilo »manjše zlo«, to je pravica novinarskih kolektivov, da si s pomočjo napol zastojnih metod privatizacije pridobijo večinski lastninski delež v medijskih podjetjih. Za sestavo uredniške moči pa je to pomenilo, da je oblast prešla v roke tistih, ki so se med privatizacijo znašli pri koritu, ne glede na svojo politično barvo in preteklost. Politični spopad se je začel v samih novinarskih kolektivih«<sup>16</sup>. Očitno je, da je bil ta spopad v novinarskih kolektivih zelo kratek. Novi lastniki so svojo lastnino kmalu odprodali različnim investicijskim družbam, po letu 2000 pa je postal delež notranjih lastnikov v medijih zanemarljivo majhen.

15 Zakon o lastninskem preoblikovanju (*Uradni list RS* 55/1992, str. 3117) v 2. členu izrecno navaja, da se določbe tega zakona uporabljajo tudi za lastninsko preoblikovanje podjetij oziroma drugih pravnih oseb, ki opravljajo časopisno, radijsko in televizijsko, časopisno agencijsko in filmsko-informativno dejavnost, razen dejavnosti, ki so z zakonom opredeljene kot javne službe. V zakonu o spremembah in dopolnitvah zakona o lastninskem preoblikovanju podjetij (*Uradni list RS* 31/1993, str. 1699) se je spremenil tretji odstavek 2. člena, tako da se za besedami »informativna dejavnost« doda besedilo »in založniška dejavnost«, na koncu tretjega odstavka pa se je dodal naslednji stavek: »Ne glede na določbo tega odstavka se sredstva in premoženje, ki ob otvoritveni bilanci pripadajo organizacijskima enotama Uredništvo *Nepujszag* in Madžarski radijski program v okviru Podjetja za informiranje Murska Sobota, lastninijo tako, da se izločijo in preidejo v last RS za potrebe madžarske narodnostne skupnosti.«

16 Mile Šetinc, »Mediji: vrt ali puščava?«, *Dnevnik*, 27. 2. 1997.

Zakon o lastninskem preoblikovanju podjetij je urejal preoblikovanje podjetja z družbenim kapitalom v podjetje z znanimi lastniki. Po končanem lastninskem preoblikovanju je bilo treba podjetje vpisati v sodni register (8. člen). Družbeni kapital se je lastnil s prenosom navadnih delnic na sklade po deležih, in sicer: po 10 odstotkov sta dobila Kapitalski sklad invalidskega in pokojninskega zavarovanja (današnji KAD) in Odškodninski sklad (današnji SOD), 20 odstotkov pa Sklad za razvoj (Sklad RS za razvoj, d. d.), da bi razdelil delež pooblaščenim investicijskim družbam. V 24. in 25. členu zakona je bil določen potek notranjega odkupa – torej tistega dela vrednosti podjetja, ki je dejansko predmet lastninjenja. Podjetje je družbeni kapital, ki ga je predvidelo v programu notranjega odkupa, preneslo na sklad za navadne delnice, pri čemer se je pri odkupu upošteval 25-odstotni popust in pri tem je morala sodelovati več kot tretjina zaposlenih v podjetju. V naslednjih štirih letih je moralo podjetje vsako leto odkupiti od sklada najmanj četrtno delnic po njihovi nominalni vrednosti. Podjetje za nakup navadnih delnic zaposlenim ni smelo dajati posojil ali kakršnih koli jamstev. Notranji odkup se je lahko uresničil na podlagi vplačil neposredno iz plače, dobička in individualnih vplačil, bodisi v denarju bodisi v vrednostnih papirjih. Tisto, kar se ni tako olastnilo, je postalo last državnega sklada za razvoj, ki je svoj delež lahko odprodal.

Privatizacija z notranjim odkupom je vplivala tudi na urejanje odnosov med upravo (lastniki) in zaposlenimi oziroma med upravo in odgovornim urednikom. Tako je v zakonu o javnih glasilih<sup>17</sup>, ki je bil sprejet leta 1994, zapisano, da javno glasilo ima odgovornega urednika, ki ga imenuje in razrešuje izdajatelj po prejšnjem mnenju uredništva oziroma zastopstva uredništva (30. člen), in da je za bistveno spremembo programske zasnove treba dobiti mnenje uredništva oziroma zastopstva uredništva (34. člen). Ta dva člena naj bi bodočim lastnikom onemogočala, da bi vplivali na programsko politiko medija.

Naj na kratko povzamemo: trije paradržavni skladi, KAD, SOD in Sklad za razvoj, so imeli leta 1995 v slovenskih medijih, ki so se olastnili, 40 odstotkov lastniškega deleža, večino (60 odstotkov) pa zaposleni oziroma nekdanji zaposleni. Kdaj, komu in za koliko denarja so svoje deleže skladi odprodali, je težko ugotoviti. Na podlagi podatkov, ki so nam jih posredovali iz KADA in SODA, se da samo posredno ugotoviti, kdaj so odprodajali deleže. Podatkov o odprodaji deležev Sklada za razvoj v medijih ni bilo mogoče dobiti.

<sup>17</sup> Uradni list RS, 18/1994, str. 1024.

V tabeli 1 so podatki o prodaji lastniških deležev KADA in SODA v medijih v obdobju med letoma 1995 in 2007. Ugotovimo lahko, da je KAD zelo hitro odprodal svoje lastniške deleže v lokalnih in regionalnih radijskih postajah. SOD pa

TABELA 1: PREGLED PRODAJE LASTNIŠKIH DELEŽEV KAD<sup>18</sup> IN SOD<sup>19</sup>  
V OBDOBJU 1995–

NAZIV PRODANE DRUŽBE	KAD	KAD
	DATUM	KUPEC
PODJETJE ZA INFORMIRANJE*	11. 1995	TRIGLAV PID OB MURI
ČZP VEČER	06. 1996	KBM INFOND – CENTER
PRIMORSKE NOVICE	06. 1996	KBM INFOND – CENTER
DELO	07. 2000	GORENJE, COGITO MAXIMARKET
RADIO GLAS LJUBLJANE	03. 1996	REGING
STUDIO D	04. 1996	VIZIJA, NOVO MESTO
RADIO TEDNIK**	02. 1996	KBM INFOND STOLP
RADIO KUM TRBOVLJE	07. 1996	MAKSIMA I
DOLENJSKI LIST	08. 1997	DOLENJSKI LIST, ANDREJ BARTELJ
GORENJSKI GLAS	10. 1998	NFD I
KOROŠKI RADIO	05. 1998	KMEČKI SKLAD (ZDAJ KD GROUP)
RADIO TRIGLAV	10. 2006	RGL
DNEVNIK	02. 2007	DELO PRODAJA
RADIO SORA	05. 1998	KMEČKI SKLAD (ZDAJ KD GROUP)
RADIO KRANJ	05. 1998	KMEČKI SKLAD (ZDAJ KD GROUP)
RADIO POSAVJE	09. 1997	TRIGLAV PID ZA DOLENJSKO
DELO REVIE	10. 1995	KOMPAS SKLAD I
NAŠ ČAS***	04. 1996	FIZIČNE OSEBE
GOSPODARSKI VESTNIK	06. 1996	KBM – INFOND CENTER
RADIO GORENC	01. 2001	OBČINA TRŽIČ
RADIO ŠTAJERSKI VAL	06. 2002	ROMAN MOŠKOTEVC
ČZP ENOTNOST	04. 1996	FIZIČNE OSEBE
PRIMORSKI TISK	09. 1995	MODRA LINIJA
TV NOVO MESTO	06. 1995	ZLATI MEDALJON
	08. 1995	FIZIČNE OSEBE
URADNI LIST, RS		
SAVINJSKI OBČAN		
NT & RC****		
KRS ROTOVŽ		
KRS TABOR		
PAVLIHA		
RADIO BREŽICE		

Opombe k tabeli:

\* Podjetje za informiranje je izdajatelj časopisa *Vestnik* in radijske postaje *Murski val*.

\*\* Radio Tednik, d. o. o., je izdajatelj časopisa *Štajerski tednik* in radijske postaje *Radio Ptuj*.

\*\*\* Naš čas je izdajatelj časopisa *Naš čas* in radijske postaje *Radio Velenje*.

\*\*\*\* NT & RC je izdajatelj časopisa *Novi tednik* in radijske postaje *Radio Celje*.



je večino svoje »medijske lastnine« začel odprodajati po letu 2000. Zanimivo pa je, da sta oba sklada zadržala svoje deleže v dnevnih časopisih. Te sta prodajala takrat, ko je za to nastalo primerno politično ozračje.

#### V DRUŽBAH, KI SO BILE IZDAJATELJICE MEDIJEV,

FEBRUAR 2007

SOD		SOD
DATUM	DELEŽ (%)	KUPEC
15. 02. 2002	10,00	GEZA FARKAŠ
29. 04. 2002	8,06	DNEVNIK
03. 05. 2007	11,72	PIVOVARNA LAŠKO
	5,54	
20. 02. 1996	2,57	REGING
28. 12. 2004	9,23	RGL
16. 07. 2002	10,02	DELO
20. 01. 2005	9,38	STUDIO D
21. 07. 1997	10,00	DOLENJSKI LIST
10. 05. 2002	10,00	DELO
11. 08. 2004	10,00	INFONET MEDIA
13. 07. 2006	9,48	RGL
31. 05. 2002	8,01	DZS
15. 07. 2005	6,14	DRUGI DRUŽBENIKI
31. 07. 2003	10,00	RADIO KRANJ
06. 01. 2003	10,00	DELO TČR
03. 04. 1996	9,14	DRUGI DRUŽBENIKI
01. 04. 2005	8,19	NEVIS
12. 03. 2002	6,28	JANEZ ŠTIMEC
02. 12. 2002	10,01	ROMAN MOŠKOTEVC
04. 03. 1996	10,00	ČZP ENOTNOST
19. 02. 1996	10,00	PROBANKA DZU
18. 06. 2007	4,19	URADNI LIST, RS
30. 04. 1998	9,97	IVAN KROFLIČ
20. 01. 2004	10,01	SREČKO ŠROT
30. 09. 2005	0,16	MILAN ERŽEN
26. 09. 2005	0,01	KRS ROTOVŽ
08. 09. 1997	10,00	STUDIO 3S
29. 08. 2003	5,57	EDVARD ŠTRAUS

<sup>18</sup> Podatke o prodaji lastniških deležev KAD je posredovala Vesna Razpotnik, direktorica oddelka za strateško komuniciranje Kapitalske družbe pokojninskega in invalidskega zavarovanja, d. d. (14. 2. 2007).

<sup>19</sup> Podatke o prodaji lastniških deležev sod je posredoval Matjaž Jauk, namestnik direktorja sod (29. 6. 2007). sod je posredoval podatke o lastniškem deležu, datumu prodaje in kupcih, podatke o prodajni vrednosti pa je označil za poslovno skrivnost. Tednik *Mag* pa je 18. 4. 2007 v prispevku z naslovom »Ropovi prstni odtisi« objavil podatke o prodaji deležev sod v obdobju, ko je upravnemu odboru sod predsedoval Anton Rop. Med objavljenimi podatki je tudi prodajna vrednost deleža sod, ki jo je sod označil za poslovno skrivnost. Do konca leta 1996 je sod, tako je pisal *Mag*, prodal deleže v naslednjih podjetjih: Naš čas (3,8 milijona SIT), ČZP Enotnost (600.000 SIT), Primorski tisk Koper (14,8 milijona SIT) in Televizija Novo mesto (509.000 SIT).

Glede na to, da oba paradržavna sklada nimata natančnih podatkov o tem, katere deleže medijskih podjetij sta imela med svojimi naložbami in kolikšna je bila njihova prodajna vrednost, lahko iz pregleda medijev, ki ga vodi ministrstvo za kulturo, posredno ugotovimo, v katerih medijih je država še zmeraj navzoča kot lastnica. KAD ima lastniške deleže v *Radiu Triglav* in *Radiu Štajerski val*, SOD pa v *Radiu Triglav*, *Radiu Štajerski val*, *Radiu Brežice* in *Radiu Celje*. Kljub privatizacijskemu procesu ima lokalna politika velik vpliv na lastninjenje lokalnih medijev. Tako je *Radio Odmev* v 50-odstotni lasti občine Idrija in 50-odstotni lasti občine Cerklje ob Savi, občina Prlek pa je stoodsotna lastnica *Radia Prlek*. Občina Trzin ima 21-odstotni lastniški delež v *Radiu Gorenc*, občina Brežice pa 10 odstotkov *Radia Brežice*. *Radio Sevnica* je v 65-odstotni lasti *Radia Brežice* in občine Sevnica, *Radio Sora* pa v 32,7-odstotni lasti občine Škofja Loka. *Vaš kanal* (TV Novo mesto), ki izdaja tudi *Vaš mesečnik*, je v 61,58-odstotni lasti občine Novo mesto in 8,94-odstotni lasti podjetja Krka, d. d., katerega največja delničarja sta SOD (14,99 odstotka) in KAD (9,86 odstotka)<sup>20</sup>.

Država oziroma politika s privatizacijo ni samo odhajala iz medijev kot lastnica, ampak vanje tudi ponovno vstopala. To kaže tudi primer *Slovenske tiskovne agencije* (STA), ki je v stoodsotni lasti vlade RS. Konec leta 1989 je bila na SZDL poslana pobuda za ustanovitev novega tiskovnega središča, ki sta jo podpisala Dejan Verčič in Slava Partlič<sup>21</sup>. Leta 1990 je minister za informiranje v prvi večstrankarski slovenski vladi med pripravami na osamosvajanje Slovenije začel iskati morebitne ustanovitelje nove tiskovne agencije. Tako je uporabil že sestavljeni predlog in STA sta ustanovila vlada RS in podjetje INI, d. o. o. (ustanovitelji Franci Perčič, Dejan Verčič in Franci Zavrl). IS skupščine RS in družba INI, d. o. o., sta sklenila pogodbo o ustanovitvi družbe z omejeno odgovornostjo v mešani lasti. Družba je bila vpisana v register 3. junija 1991. Ob ustanovitvi je bila vlada njena dvotretjinska lastnica, INI, d. o. o., pa je imel eno tretjino. Predvideno je bilo, da bo ustanovitvena lastniška struktura

20 <<http://www.krka.si/si/finance/delnicarji>> (dostop 3. 8. 2007.) Največji delničarji 30. 6. 2007.

21 Pobuda za ustanovitev Slovenskega tiskovnega središča. Arhiv RK SZDL, AS 537, skatla 865. V pobudi med drugim piše: »Državni organi odgovarjajo državljanom, novinarji pa javnosti. Pravočasno zagotavljanje pristnih informacij o javnih zadevah pa je prvi pogoj za odprto družbo. Zato dajemo pobudo IS Skupščine RS in Gospodarski zbornici Slovenije, naj skupaj z vsemi zainteresiranimi gospodarskimi in političnimi subjekti v republiki ustanovita nevladno agencijo. /.../ Osnovna sredstva za delovanje Slovenskega tiskovnega središča naj zagotavlja Skupščina SRS iz proračuna, SRS pa naj del svojih uslug prodaja na trgu.«

le začasna. Vlada RS naj bi se umaknila iz lastništva, njeno mesto pa naj bi prevzeli najpomembnejši slovenski mediji, ki bi upravljali STA kot skupni informativni servis. Tega lastninskega preoblikovanja nikoli ni bilo. Nasprotno, po končanem lastninskem preoblikovanju STA je vlada RS postala njena edina lastnica<sup>22</sup>.

Pozneje bomo opisali, kako je izbrani model privatizacije, po katerem naj bi zaposleni v medijskih hišah dobili večinske lastninske deleže in tako dolgoročno zagotovili avtonomijo medija, preprosto propadel. Opisali bomo tudi, kako je država preko svojih paradržavnih skladov in podjetij v njihovi lasti vseskozi trgovala z delnicami medijev, zaposleni pa so svoje delnice prodali.

Proces lastninjenja medijev je pokazal, da je pri spreminjanju medijskega sistema začelo nastajati svojevrstno (simbiotično) združevanje politične (strankarske) in ekonomske moči. Politične elite so državo in njene institucije uporabile za doseganje ekonomske moči in svojih ekonomskih interesov. Rezultat je bil, da so (nekdanje) politične elite postale ekonomske elite. Zanje mediji niso bili ekonomska, temveč politična naložba, medijski prostor pa prizorišče boja za moč. Država je navidezno »sestopila z oblasti« v medijski sferi, izvajanje nadzora pa je prepustila ekonomski eliti, katere sestavni del je. Politika pa nikoli ni sestopila z oblasti v ekonomskem smislu. Preveč jo je skrbela prodaja medijev tujim lastnikom, ker bi potem izgubila ekonomsko moč in vpliv nad mediji.

Za ponazoritev privatizacije medijev v Sloveniji bomo opisali potek lastninskega preoblikovanja splošoinformativnih časopisov *Dela*, *Dnevnika*, *Večera* in *Primorskih novic*. Nekdanja družbena lastnina je v 15 letih postala več sto milijonov evrov vreden posel. Kdo so v tej tranzicijski zgodbi zmagovalci in kdo poraženci in kakšno vlogo je pri tem odigrala država?

Lastniška struktura dveh dnevnikov časopisov z najvišjo naklado – *Dela* in *Slovenskih novic* – se zdi z današnje perspektive marsikomu samoumevna. Ampak zgodba nekdanjih dveh lastninsko ločenih podjetij ima vse značilnosti slovenske medijske tranzicije.

22 Decembra 1994 je bila zaradi uskladitve z novim zakonom o gospodarskih družbah med vlado RS in družbo INI, d. o. o., sklenjena nova pogodba o STA, d. o. o., ki je bila v register gospodarskih družb vpisana decembra 1995. Julija 1995 je družbenika INI, d. o. o., v STA zamenjala družba Pristop. Ta družba je največja oglaševalska agencija, ki je v tretjinski lasti družbe dzs, največje lastnice časopisa *Dnevnik*.

DELO – OD »MILIJARDNIH ZGUB«  
DO »MILIJARDNIH DOBIČKOV«

»Ob našem prevzemu *Delo* ni imelo nobene poslovne funkcije razen marketinga. Nismo imeli ne prodaje ne tiskarne, v enem letu smo izgubili 20.000 prodanih izvodov, skoraj 100.000 bralcev. Malo pred tem hiša ni preživela brez dveh ali treh milijonov mark dotacije SZDL. Ko se je *Delo* privatiziralo, je bilo vredno 10 milijonov mark. Danes lahko govorimo o 100 milijonih evrov. Vsakdo, zaposleni smo imeli 60 odstotkov deleža, ki je zaupal *Delu*, je dobro zaslužil,« je v intervjuju za *Mladino* leta 2006 povedal Jure Apih, nekdanji direktor trženja *Dela*, v letih 2001–2004 predsednik uprave *Dela* in do leta 2006 največji posamezni delničar *Dela* (imel je več kot odstotek delnic)<sup>23</sup>.

Od leta 1988, ko je takratna uprava *Dela* ugotavljala, da izdajanje časopisa ni dobičkonosno in da brez izdatne družbene pomoči časopis ne bo preživel, pa do leta 2007, ko se je končalo lastninjenje tega časopisa in so se deleži prodajali in kupovali v milijonih evrov, je *Delo* šlo skozi značilno tranzicijsko zgodbo, v kateri so postali največji poraženci tisti, ki so leta 1995 imeli v svoji lasti 60 odstotkov časopisa – zaposleni in nekdanji zaposleni.

V začetku devetdesetih let<sup>24</sup> je takratni predsednik vlade Lojze Peterle v pogovoru za italijanski časopis *Corriere della Sera* o imenovanju urednikov slovenskih časopisov povedal: »Zdi se mi nenormalno, da vlada poleg tednika *Demokracija* ne bi imela še časopisov. Kakorkoli že, glede *Dela*, najpomembnejšega dnevnika, smo sprejeli sklep, ki predvideva, da lahko z notranjim razpisom izberejo kandidata, vendar se mora s to izbiro strinjati vlada.« (*Delo*, 1. 8. 1990.) Teden prej pa je v *Demokraciji* (14. 7. 1990) o tem problemu povedal svoje mnenje Janez Jerovšek<sup>25</sup>: »Nobena novinarska hiša in uredništvo v zahodnih parlamentarnih demokracijah ne moreta biti neodvisna, bodisi od lastnika bodisi od oblasti. Pri nas pa želijo doseči takšen izjemen status. /.../ Odgovorne položaje urednikov lahko v državnih medijih zasedajo samo tisti posamezniki, ki lahko dokažejo vrhunske novinarske,

23 Miha Štamcar, Aleksandar Mičić, *Mladina*, 30. 6. 2006.

24 Zgodovino privatizacije *Dela* povzemamo po Sandra B. Hrvatin in Marko Milosavljević. 2001. *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih. Regulacija, privatizacija, koncentracija in komercializacija medijev*. Ljubljana: Mediawatch (str. 18–24).

25 Janez Jerovšek je bil od leta 1990 do leta 1992 generalni direktor RTV Slovenija. Leta 2005 je postal predsednik nadzornega odbora RTV Slovenija. S te funkcije je odstopil avgusta 2006.

kulturne ali znanstvene reference. Nadzor in kompetence nad tem naj ima parlament.«

V takem ozračju, ki ga je spremljalo tudi upadanje števila naročnikov in naklade (*Delo* se je v obdobju 1991–1992 naklada zmanjšala za 10.000 izvodov), se je začela privatizacija. V anketi, ki jo je vodstvo časopisa tedaj opravilo med zaposlenimi, se je 93 odstotkov zaposlenih odločilo za lastninsko preoblikovanje z večinskim deležem zaposlenih. Namen privatizacije, kakor so ga predstavili prihodnjim delničarjem, je bil ohraniti samostojnost in neodvisnost podjetja, povečevati poslovno uspešnost in zaposlenim zagotoviti kar najvišja kakovost dela in življenjski standard, ki bo temeljil tudi na dohodkih iz vloženega kapitala. Podjetje se je potem odločilo za obliko privatizacije: 40 odstotkov družbenega kapitala je bilo razdeljenih med KAD (10 odstotkov), SOD (10 odstotkov) in Sklad RS za razvoj (20 odstotkov), 60 odstotkov lastnine pa naj bi odkupili zaposleni. S tako imenovanim notranjim odkupom naj bi lastnino razdelili na lastninske certifikate zaposlenih in njihovih ožjih družinskih članov, nekdanjih zaposlenih in upokojujencev (20 odstotkov), notranji odkup (22 odstotkov), 18 odstotkov vrednosti pa naj bi prodali svojim bralcem.

Leta 1993 je podjetje Hit javno vprašalo vodstvo časopisa o domnevnih nepravilnostih pri privatizaciji. *Delo* naj bi ustanovilo bypass podjetje za nadzor nad *Slovenskimi novicami*, v katerem so dokapitalizacijski vložki nekaterih vodilnih ljudi *Dela* bistveno odstopali od dokapitalizacijskih vložkov drugih zaposlenih<sup>26</sup>.

V intervjuju za časopis *Fokus* (št. 9/10, julij/avgust 1993) je tedanji namestnik glavnega in odgovornega urednika *Dela* Danilo Slivnik<sup>27</sup> na novinarjevo trditev, da so *Novice* klasična bypass firma, odgovoril: »To ni res. Pri *Slovenskih novicah* gre za jasno kapitalsko razmerje 51 odstotkov zasebnega in 49 odstotkov družbenega kapitala, ki je s poznejšo dokapitalizacijo prešlo v razmerje 60 : 40 v korist prvega. Družbeni del pa bo zdaj predmet lastninjenja, podobno kot *Delo*. *Delo* je *Slovenskim novicam* dalo tudi kredit

26 Slovenske novice, časopisno založniško podjetje, d. d., je bilo ustanovljeno 21. 6. 1991 z osnovnim kapitalom 16,935 milijona SIT. Med ustanovitelji je 147 zaposlenih ČZP *Dela*. Najnižji kapitalski vložek je znašal 10.000 SIT, po 100.000 SIT pa so vložili štirje zaposleni: Jure Apih, Tit Doberšek, Tine Guzej in Danilo Slivnik. Podjetje ČZP *Delo* je bilo v ustanovitvenem kapitalu udeleženo s 15 odstotki. Po sklepu skupščine družba Slovenske novice, časopisno založniško podjetje, d. d., preneha delovati in se izbriše iz sodnega registra. Ustanovitveni kapital in vse premoženje se v celoti prenese na ustanovitelja *Delo*, časopisno in založniško podjetje, d. d.

27 Danilo Slivnik je bil predsednik uprave *Dela* od 21. 1. 2006 do 22. 10. 2007. Od oktobra 2005 do imenovanja na mesto predsednika uprave je bil član uprave *Dela*.

z osem odstotno obrestno mero. Pri lastninjenju smo zelo previdni, saj vemo, da bi nam mnogi poskušali naprtiti kakšne nepravilnosti.«<sup>28</sup> Vprašamo se lahko, kateri zasebni in kateri družbeni kapital je bil vložen v ustanovitev *Slovenskih novic*, kako se je družbeni kapital olastnil, kdo in s kakšnimi pogoji je dobil in odplačeval kredit in kako so se na koncu odprodali lastniški deleži. Vendar nam odgovorov na vsa ta vprašanja ni uspelo dobiti.

Načrt, ki ga je javnosti sporočil odbor za reorganizacijo ČGP Delo, je na podlagi podjetniškega zakona predlagal, naj ČGP Delo postane matično podjetje s petimi kapitalsko povezanimi sestrami. Matični družbi naj bi pripojili takratne tozde<sup>29</sup> Delo in Naši razgledi, Revije in Prodajo pa še delovno skupnost Stik in del Delovne skupnosti skupnih služb. Sestre pa naj bi bile Grafika, Novi tednik (sedanji NT & RC), Globus, Gospodarski vestnik in Studio marketing (*Interno Delo*, november 1989, Referendumu na pot, december 1989). S sklepom zbora delavcev TOZDA Delo je junija 1990 ustanovitelj dnevnika Delo postal TOZD Delo. Ta sklep je potrdil tudi delavski svet TOZDA Delo skupaj z zunanjimi člani. Zapisali so, da s tem postaja dnevnik *Delo* tudi formalno samostojen zunajstrankarski časopis, ki izraža interese najširše slovenske javnosti.

Aprila 1991 je bilo na temeljnem sodišču v Ljubljani, enota Ljubljana, registrirano podjetje Delo, d. o. o. S tem je bilo končano preoblikovanje nekdanjega TOZDA Delo v samostojno podjetje Delo v družbeni lasti. Ta postopek pa je v javnosti sprožil številne polemike. Tednik *Demokracija* (24. 7. 1990) je objavil dopis predstavnikov nekdanje SZDL (sicer ustanoviteljice ČGP Delo), v katerem so se strinjali s prenosom ustanoviteljskih pravic. V dopisu je bilo poudarjeno, da ta prenos ne zadeva lastninskih vprašanj v zvezi s ČGP Delo, kar pomeni, »da podpisani predstavniki ne odstopajo od svojih lastninskih upravičenj do časopisa *Delo* in ČGP Delo«. Takratni minister za informiranje Stane Stanič je istega dne na straneh *Dela* objavil svoj odgovor in v njem poudaril, da je »*Delo* v minulih letih dobivalo več kot tri četrtine vseh sredstev republiškega proračuna, namenjenih za dnevnike« (*Delo*, 24. 7. 1990).

Z drugim soglasjem Agencije za privatizacijo (novembra 1995) je podjetje postalo delniška družba. Osnovni kapital

<sup>28</sup> V intervjuju za 7D je Slivnik na vprašanje, ali je podjetje Slovenske novice bypass firma, odgovoril: »Zame je bypass firma tista v zasebni lasti, v katero pretakaš družbeni kapital. Novice so podjetje v mešani lasti, ampak vanj nismo pretakali družbenega kapitala.«

<sup>29</sup> Temeljna organizacija združenega dela.

je znašal okrog 670 milijonov tolarjev in za to vrednost je podjetje izdalo 667.000 začasnic, ki jih je bilo po vpisu lastninjenja treba nadomestiti z delnicami. Podjetje se je tako odločilo za takšno obliko privatizacije: 40 odstotkov družbenega kapitala je bilo razdeljenega med Kapitalski sklad pokojninskega in invalidskega zavarovanja (sedanji KAD, 10 odstotkov), Slovenski odškodninski sklad (sedanji SOD, 10 odstotkov) in Sklad RS za razvoj, d. d. (20 odstotkov), 60 odstotkov lastnine pa naj bi odkupili zaposleni.

Januarja 1999 je začelo Delo kot prva medijska hiša v Sloveniji kotirati na borzi. Do vstopa na borzo so delnice prodajali na sivem trgu znotraj hiše. Na tem trgu je proti koncu leta 1998 delnica že dosegla vrednost več kot 7000 tolarjev<sup>30</sup>. Ko je Delo prišlo na borzo, je delnica skokovito zrastle in v enem tednu dosegla celo vrednost 19.000 tolarjev (*Slovenski delničar*, 6. 3. 1999). Konec decembra 2000 je njena vrednost znašala nekaj več kot 15.000 tolarjev, konec decembra 2001 13.600 tolarjev, konec decembra 2002 pa se je njena vrednost skoraj podvojila. Decembra 2002 je bila delnica Dela vredna 29.000 tolarjev, avgusta 2004 več kakor 30.000, leto pozneje (avgusta 2005) pa 30.700 tolarjev. Leta 1995 je bilo Delo ocenjeno na 670 milijonov tolarjev, leta 2003 pa je bila njegova vrednost ocenjena na 100 milijonov evrov (februarja 2003 je Pivovarna Laško za nakup nekaj manj kot četrte delnic Dela plačala 24,5 milijona evrov).

Od prvotne zamisli, da bi *Delo* ostalo v rokah zaposlenih, nekdanjih zaposlenih, njihovih družinskih članov in bralcev, ni ostalo skorajda nič. Večina zaposlenih je deleže, ki jih je dobila, prodala. Novinarji, zaposleni in nekdanji zaposleni, ki so dejansko imeli možnost biti lastniki *Dela*, so to možnost kratko malo prodali najboljšemu ponudniku. Delež notranjih lastnikov je s 60 odstotkov padel na manj kot deset, povečal pa se je delež zunanjih lastnikov – predvsem zaradi koncentracije kapitala pri enem lastniku.

Na vprašanje *Mladine* (30. 6. 2006) zadnjemu največjemu posameznemu delničarju Dela Juretu Apihu, zakaj so zaposleni prodajali svoje deleže in zakaj je on zdržal skoraj najdlje, je odgovoril: »Prodajali so najprej tisti, ki so bili najbolj goreči v notranjih igricah za prevlado. Tisti, ki so imeli najbolj polna usta samostojnosti. Ampak to je ljudem težko zameriti. Ljudje imajo svoje eksistenčne probleme /.../ Zato je bila to že vnaprej izgubljena bitka. Osebni standard je bil

30 Knjigovodska vrednost delnice Dela je bila leta 1997 2000 SIT, konec leta 1997 2500 SIT in konec leta 1998 3600 SIT.

prenizek, da bi od ljudi pričakoval, da bi puščali tak lep denar notri. Kdor je pustil v Delu samo svoje certifikate, si je kmalu lahko iz tega kupil zelo dober avtomobil.«<sup>31</sup>

Prodajanje in nakupovanje lastniških deležev v Delu ni bila nikoli samo poslovna odločitev, ne glede na to, kaj so javno govorili vpleteni. Štirinajst dni pred svojo razrešitvijo, julija 2000 (v času menjave vlade), je takratni direktor paradržavnega sklada KAD prodal 5,5-odstotni delež Kapitalske družbe v Delu. Za okrog 700 milijonov tolarjev so delnice Dela kupili borzna hiša Cobito, Gorenje<sup>32</sup> in Emona Maximarket. To je bil odstotek, ki ga je lahko direktor prodal brez soglasja skupščine KAD (glede na politične spremembe v vladi tega soglasja verjetno ne bi dobil). S to prodajo se je pokazalo, da je medijska lastnina (vsaj v očeh države) predvsem politična lastnina.

Ko je leta 2003 Pivovarna Laško odkupila četrtninski delež Dela od Krekove družbe, je drugi zainteresirani kupec DZS trdil, da so Laščani svojo naložbo v Delo preplačali. Na vprašanje časopisa *Finance*, »zakaj Pivovarna Laško kupuje Delo«, je predsednik uprave DZS Bojan Petan odgovoril: »Verjamem, da so Laščani kupili Delo zase. /.../ Mislim, da so za delnico plačali okrog 36.000 tolarjev, kar je po mojem mnenju ekonomsko preveč. Za četrtnino Dela je to šest milijard tolarjev.« (*Finance*, 5. 2. 2003.) Vrednost delnice Dela je 5. 2. 2003 znašala 26.407 tolarjev<sup>33</sup>. Vodstvo Pivovarne Laško je očitno presodilo, da se investicija v nakup lastniškega deleža Dela tako zelo splača, da jo je treba tudi preplačati. Takratni predsednik uprave Dela Jure Apih pa je povedal, da nikoli ni bilo jasno, zakaj je Laško kupilo delnice od Krekove družbe. »V tistem trenutku pa je bil seveda tako zmanjšan vpliv države. Prevzemi niso bili videti kot zelo mogoči. V igri je bila predvsem Styria, ki je bila zelo zainteresirana za nakup, in vsi so pričakovali, da se bo zgodil posel med Krekovo družbo in Styrio. Potem pa se je zgodilo presenečenje. Spomnim se, da so pred tem z Dunaja spustili vest, da bi Styria prevzela Delo, kar je bil očitno testni balon,

31 Darja Verbič, nekdanja zaposlena na Delu in njegova solastnica, potem pa odstavljenka urednica časopisa *Večer*, je v intervjuju, ki ga je opravila Lana Zdravković na temo cenzure v medijih na vprašanje, ali meni, da ima država na medije preveč vpliva, odgovorila: »Po tem, kar vidim, in po informacijah, ki jih imam, preveč. Del krivde pa moramo novinarji naložiti tudi na svoja pleča: po privatizaciji smo bili večinski lastniki, pa smo lastnino zamenjevali za nove avtomobile in beljenje stanovanj. To sicer lahko govori tudi o slabem materialnem položaju novinarjev, a ni opravičilo za to, da bi peli drugačno pesem, če bi lastništvo obdržali.« (Zdravković, Lana. 2007. Intervjuji z odgovornimi uredniki. Kakšna cenzura? *Dialogi*, 43 (7–8) (63–64).

32 Po požaru v Gorenju je vlada Andreja Bajuka leta 2000 od Gorenja zahtevala, da proda svoj delež v Delu, če hoče dobiti pomoč od države.

33 <<http://dd.delo.si/datoteko/podatki2003.xls>>.



kakšna bo reakcija v Sloveniji. Reakcija je bila dovolj burna, da so odstopili od tega.« (*Mladina*, 30. 6. 2006.)

Junija 2006 je KD Holding<sup>34</sup> postal lastnik 19,99 odstotka delnic Dela, ki jih je kupil od Infond Holdinga in Infond ID. Oktobra 2006 je KD Holding prodal petino Dela Probanki in Abanki. Za delnico je iztržil 26,3 evra manj od cene, po kateri je lastniški delež kupil. Razlogi za nakup in odprodajo lastniških deležev v medijih, ki jih je imel v svoji lasti KD Holding, bi morali zanimati predvsem njegove delničarje. KD Holding je imel delež v Dnevniku in ga je prodal, kot je prodal tudi svoj delež v Delu. Na vprašanje Dela, zakaj ga mediji ne zanimajo, je predsednik uprave KD Group Matjaž Gantar odgovoril: »Mediji so občutljiva tema. Ne razumem zelo ambicij politike, ki bi jih rada nadzirala. Verjamem v neodvisne medije. Na volitvah se zmaguje tako, da prepričaš ljudi s svojimi programi, ne pa v spregi z uredništvu, ki ti pišejo slavonspeve. Na medije gledam kot na posel – nič več in nič manj. Kot sem povedal že pred časom, ko smo poskušali malo bolj stopiti v vaš časopis (op. a., *Delo*): mediji so interesantni zaradi tega, ker so načeloma lokalno zaščiten posel. Sama dejavnost ni toliko konkurenčno izpostavljena, kot so druge. To ni izdelek, ki ga naložiš na kamion in ga razvažаш po svetu. Temeljna diferenciacija je jezik. Ljudje časopise radi berejo v slovenščini. Za Slovenca moraš narediti njemu primeren izdelek. Ne moreš tukaj prodajati avstrijskega *Kurierja*, ker ga ne bo nihče kupil. Zaradi tega so se mediji zdeli interesantni in so še vedno načeloma interesantna naložba.«<sup>35</sup> Če so mediji tako dobro »lokalno zaščiten posel« in sama dejavnost ni »toliko konkurenčno izpostavljena«, zakaj je KD Holding prodal svoje lastniške deleže? Kakšno korist je imel od te prodaje? Matjaž Gantar

34 KD Group, kot največji delničar družbe KD Holding, ima v svoji lasti številne investicijske sklade v Sloveniji, na Hrvaškem, v Srbiji, Črni gori, Romuniji, Bolgariji, na Slovaškem in Nizozemskem. Je lastnik druge največje slovenske zavarovalnice Adriatic Slovenica. Je lastnik podjetja Ljubljanski kinematografi (ta ima v lasti podjetja Globus Film Koper, Kinematografi Kolosej Tuzla, Kolosej Maribor in Kolosej Kinematografi Ljubljana), Kolosej Celje, Kinematografi Maribor, Kinopodjetja Kranj in Coliseum Multiplex Holdings na Nizozemskem. KD Group ima v svoji lasti čZD Kmečki glas, ki izdaja časopis *Kmečki glas*, in radijsko postajo s statusom posebne-ga pomena Radio Kranj (20-odstotni lastniški delež). Med največjimi imetniki navadnih delnic KD Holding so KD Group, 63,60 odstotka, IT, d. o. o., 3,86 odstotka, Indesign, d. o. o., 3,83 odstotka, Padakia Ltd (Ciper), 3,79 odstotka, Avra, d. o. o., 3,41 odstotka, KD Holding, d. d., 2,32 odstotka, ksz Naložbe, d. d., 1,85 odstotka, NLB, d. d., 1,24 odstotka, Kingshouse Investments Ltd (Ciper), 0,59 odstotka, in European Funds Inc 1 (Delavare, ZDA), 0,50 odstotka. Med največjimi imetniki prednostnih delnic KD Holding so KD Holding, d. d., 19,26 odstotka, D Holding, d. d., 15,33 odstotka, NLB, d. d., 10,59 odstotka, in Vovk Boštjan, 2,01 odstotka. Povzetele revidiranega letnega poročila skupine KD Holding in družbe KD Holding za leto 2006 (dostopno na <<http://www.kd-group.si>>).

35 Matjaž Gantar, »Ljudje iz biznisa smo kar vsi strankarsko neobčutljivi«, *Delo*, Sobotna priloga, 2. 6. 2007.

je bil od decembra 2004 do maja 2007 član vladnega strateškega sveta za gospodarski razvoj, leta 2007 pa je prevzel vodenje gospodarskega odbora LDS.

Novembra 2006 je Infond Holding z Abanko in Probanko sklenil pogodbo za nakup petine Dela, ki je bila pred enim letom še v njegovi lasti. Januarja 2007 je Infond Holding kupil deset odstotkov Dela od Abanke. Cena delnice je bila le 134 evrov (kar je dobrih 24 evrov manj, kot je znašala cena delnice pri njegovi prodaji KD Holdingu). Marca 2007 sta Probanka in Infond ID prodala petino Dela Radenski, ki je nato skupaj s Pivorano Laško in družbo Talis (v njeni lasti) objavila prevzemno namero za nakup Dela. Aprila je Pivovarna Laško povečala svoj lastniški delež v Delu na 59,24 odstotka (skupaj s sodruženikoma Radensko in Talisom). Pivovarna Laško je na koncu prevzemne ponudbe skupaj z Radensko in Talisom dobila 49,94 odstotka delnic, kar je znašalo več kot 94 odstotkov celotnega lastniškega deleža. Za delnico so prevzemniki ponudili 135,5 evra, kar pomeni, da so za deleže, dobljene v prevzemni ponudbi, plačali okrog 45 milijonov evrov (*Finance*, 3. 5. 2007). Na koncu prevzemne ponudbe sta svoje deleže (11,72 odstotka) prodala tudi oba paradržavna sklada, SOD in KAD.

Konec maja 2007 je skupščina delničarjev Dela izglasovala zamenjavo članov nadzornega sveta. Za predstavnike kapitala je imenovala v tistem času državno sekretarko na ministrstvu za gospodarstvo Andrijano Starina Kosem, Stojana Zdolška in Rebeko Lah. Konec julija 2007 je skupščina delničarjev spremenila statut družbe, po katerem bodo vse delnice družbe Delo umaknjene z borze. Delnice preostalih manjšinskih delničarjev (nekaj manj kot šest odstotkov) bodo prenesene na Pivovarno Laško, ki bo tako postala sto-odstotna lastnica Dela. Po novem statutu bo Delo vodila enočlanska uprava (mandat je bil podaljšan tedanjemu predsedniku uprave Danilu Slivniku), novi odgovorni urednik *Dela* pa je postal Janez Markeš<sup>36</sup>, dotedanji urednik tednika *Mag*. Novi (stari) predsednik uprave Danilo Slivnik je ob imenovanju izjavil, da si bo prizadeval upravičiti zaupanje nadzornega sveta in lastnikov. »V Delu bomo tako še naprej delovali v prid uresničevanju načrtane strategije družbe, s katero nameravamo ostati največje in najpomembnejše

36 V skladu z 18. členom (prvi odstavek) zakona o medijih (*Uradni list* RS, št. 110/26.10.2006, str. 11328), mora izdajatelj pred imenovanjem ali razrešitvijo odgovornega urednika pridobiti mnenje uredništva. Aktiv novinarjev *Dela* s 55 glasovi proti in 38 glasovi za ni podprl predlaganega imenovanja Janeza Markeša za novega odgovornega urednika. Od 168 članov uredništva se jih je glasovanja udeležilo 95 (*Delo*, 7. 7. 2007).

časopisno podjetje ter ena vodilnih multimedijskih hiš v Sloveniji.«<sup>37</sup> Tako se je avgusta 2007 končala skoraj 17 let dolga privatizacijska zgodba največjega slovenskega splošnoinformativnega dnevnika. Lastniško prerazporejanje in privatizacija lastnikov Delovega lastnika pa še traja.

Oktober 2007 je NS Dela sprejel odstopno izjavo predsednika uprave Danila Slivnika in na njegovo mesto imenoval Petra Puhana, dotedanjega direktorja Slovenskih železnic (sž). Puhan je istočasno odstopil z mesta direktorja sž, vendar sž ni sprejel njegovega odstopa in je zahteval, da mora Puhan ostati direktor sž, dokler ne imenujejo njegovega naslednika. To potezo je Stojan Zdolšek, podpredsednik NS Dela, označil za »nagajanje Delu, ki ga vlada ne obvladuje več« (Delo, 26. 10. 2007).

TABELA 2: SPREMEMBE LASTNIŠKE STRUKTURE DELA  
V OBDOBJU 1995–2007

NOVEMBER 1995	DELEŽ (%)
NOTRANJI ODKUP	40
INTERNA RAZDELITEV	20
KAD	10
SOD	10
SKLAD RS ZA RAZVOJ	20
<b>DECEMBER 2000</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
KREKOVA DRUŽBA (PID ZVON 1 IN ZVON 2)	25,04
SOD	11,70
KAD	6,18
MAKSIMA I	3,73
NFD I INVESTICIJSKI SKLAD	3,40
NLB	3,05
KBM INFOND (PID INFOND ZLAT)	2,31
COGITO BIS B. H.	2,17
GORENJE	2,02
POTEZA NALOŽBE	1,84
ZAVAROVALNICA TRIGLAV	1,71
MANJŠI DELNIČARJI IN NOTRANJI LASTNIKI	36,85

37 Igor Kršinar, »Delo z borze«, Mag, št. 31, 1. 8. 2007 (str. 13).

In temu pravite medijski trg?

SEPTEMBER 2002	DELEŽ (%)
PID ZVON I	25,00
SOD	11,72
MAKSIMA I	7,63
KAD	6,18
NFD I INVESTICIJSKI SKLAD	5,13
INFOND ID	4,65
POTEZA NALOŽBE	2,04
GORENJE	2,02
JURIJ APIH	1,79
ZAVAROVALNICA TRIGLAV	1,51
MODRA LINIJA	1,49

DECEMBER 2003	DELEŽ (%)
PIVOVARNA LAŠKO	24,99
SOD	11,72
ID MAKSIMA	11,09
KAD	7,46
INFOND ID	6,80
NFD I INVESTICIJSKI SKLAD	5,12
MODRA LINIJA	2,87
BANKA KOPER	2,16
GORENJE	2,02
JURIJ APIH	1,49
KBM INFOND DZU	1,13

SEPTEMBER 2004	DELEŽ (%)
PIVOVARNA LAŠKO	24,98
SOD	11,72
ID MAKSIMA	11,09
INFOND ID	9,16
INFOND HOLDING	7,76
KAD	6,71
KBM INFOND DZU	3,12
MODRA LINIJA	2,87
JURIJ APIH	1,45

<b>JANUAR 2005</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
PIVOVARNA LAŠKO	24,98
INFOND HOLDING	12,10
SOD	11,72
INFOND ID	9,16
KAD	6,71
MODRA LINIJA	2,87
JURIJ APIH	1,04
ZLATA MONETA	0,96

<b>JUNIJ 2006</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
PIVOVARNA LAŠKO	24,99
KD HOLDING	19,99
SOD	11,72
INFOND ID	9,17
MAKSIMA ID	7,80
KAD	6,17
MODRA LINIJA	2,49
ABANKA VIPA	1,52
PETROL	0,95
DRUGI	15,2

<b>MAJ 2007</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
PIVOVARNA LAŠKO	74,92
RADENSKA	19,16
SKLAD MODRA LINIJA	2,52
PETROL	0,95
ZAVAROVALNICA MARIBOR	0,42
MOBITEL	0,35
DRUGI	0,68

#### **JULIJ 2007**

##### **UMIK DELNIC Z BORZE**

Komentar k tabeli: Decembra 2000 je delež manjših delničarjev, predvsem notranjih lastnikov, znašal 36,85 odstotka, septembra 2002 pa se je že precej zmanjšal. Decembra 2003 je postala največja posamezna lastnica Dela Pivovarna Laško (24,99 odstotka), večje deleže pa so imeli še sod, id Maksima, kad in Infond id. Konec leta 2005 je družba kd Group pridobila 20-odstotni lastniški delež, ki ga je na začetku leta 2007 prodala. Maja 2007 sta imeli Pivovarna Laško in Radenska skupaj 94 odstotkov Dela. Konec julija 2007 je skupščina delničarjev spremenila statut družbe, po katerem so bile vse delnice umaknjene z organiziranega trga vrednostnih papirjev. Delnice preostalih manjšinskih delničarjev so bile prenesene na Pivovarno Laško, ki je tako postala stoddostna lastnica Dela.

Pregled prerazporejanja lastniških deležev v Delu med letoma 1999 in 2003 nam pokaže, da je bil temeljni namen nakupovanja in prodaje delnic prepričati, da bi desni lastnik (Krekova družba) pridobil več kot polovični delež, saj bi mu to omogočilo vplivati na uredniško politiko. Trditvi, da je Pivovarna Laško kupila delež v Delu (predvsem) zato, da bi zavarovala prevlado leve politične opcije in ne zaradi (domnevnega) ekonomskega interesa, lahko postavimo nasproti drugo trditev – Krekova družba je z odprodajo četrtskega deleža v Delu za šest milijard tolarjev opravila enega redkih (če ne celo edinega) ekonomsko utemeljenih poslov na medijskem trgu. Stvar seveda ni tako preprosta. Krekova družba je namreč ugotovila, da ji zaradi razpršenosti lastništva in medsebojne povezave med posameznimi lastniki Dela ne bo uspelo pridobiti večinskega deleža (ki bi ji omogočil vplivati na uredniško politiko), zato se je odločila iztržiti čim več iz tistega, kar je imela v rokah. Kupci lastniških deležev v Delu (to so bili na prvi pogled nepovezana podjetja, ki pa so bila povezana z državo) so z nakupom dobili možnost (in pozneje so jo izkoristili), da vplivajo na uredniško politiko. Tisti, ki ima večino v nadzornem svetu, imenuje upravo. Ta imenuje odgovornega urednika, ta pa urednike. Na videz zaprta vrata med politiko in medijem so bila v resnici vseskozi odprta.

Ko je leta 1990 podjetje Delo začelo svojo (pred)privatizacijo, je ustanovilo matično in sestrsko podjetja. Kaj se je zgodilo z njimi in kdo so njihovi lastniki danes? Tednik *Naši razgledi* je prenehal izhajati, ker je delniški družbi Delo, d. d., prinašal izgubo, ne glede na visoke subvencije ministrstva za kulturo. Delo Revije<sup>38</sup> je v lasti podjetja Arsvita<sup>39</sup>, Alpresa in vodilnih ljudi Dela Revij. Največji lastniki Dela Prodaje so Iskra Commerce, d. o. o., DZS, Privredna banka Zagreb in Nisa, Delo TČR pa je v lasti podjetij Korotan - Ljubljana, Set, d. d., (podjetje je v večinski lasti podjetja Salomon, d. o. o., ki je prek povezanih podjetij lastnik številnih radijskih postaj), Papir Servis, d. d. in Delo Revije<sup>40</sup>. Od sestrskih podjetij je Novi tednik (NT & RC, Novi tednik

<sup>38</sup> Podjetje Delo Revije, d. d., je septembra 1979 nastalo iz bivšega čGP Delo najprej kot TOZD Revije, leta 1990 se je preoblikovalo v družbeno podjetje, leta 1993 pa se je med procesom lastninjenja preoblikovalo v delniško družbo.

<sup>39</sup> Dnevnik, Salomon 2000 in Delo Prodaja so svoje deleže v Delu Revije prodali prijateljski družbi Arsvita, v lasti Marka Odlazka. Odlazek je eden od lastnikov skupine Krater, ta pa ima v lasti velik del slovenskega tiskarstva in nekaj medijev. Po pisanju *Financ* (28. 9. 2007) delež Arsvite v resnici pripada Dnevniku, ki da je tedaj zanj plačal 23 milijonov evrov. Vodstvo Dela Revij je proti Dnevniku, Delu Prodaji in Salomon 2000 sprožilo sodni postopek zaradi domnevno sovražnega in nepravilno izpeljanega prevzema (*Finance*, 4. 10. 2007).

<sup>40</sup> Vir: KDD, 16. 11. 2007

**TABELA 3: LASTNIŠKE POVEZAVE MED DELNIŠKIMI DRUŽBAMI DELO TČR, DELO REVIJE IN DELO PRODAJA**

<b>DELO TČR</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
KOROTAN - LJUBLJANA	30,00
SET	28,42
PAPIR SERVIS	21,00
DELO REVIJE	10,01
DELO-TISKARNA	6,10
DRUGI	4,47

<b>DELO REVIJE</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
ARSVITA	50,72
ALPRESS	28,14
RA-FI INŽENIRING	3,54
LENČA KLADARIN	2,58
TINE GUZEJ	2,57
ANDREJ LESJAK	1,93
BREDA ŽARGI	1,49
NLB	1,45
DRUGI	9,51

<b>DELO PRODAJA</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
ISKRA COMMERCE	24,43
DZS	17,44
PRIVREDNA BANKA ZAGREB	14,28
NISA	10,01
HYPOTHEK BANK	4,00
DELO PRODAJA	3,85
LHB FINANCE	3,37
MODRA LINIJA	1,62
PROBANKA	1,48
BRANKO PAVLIN	1,43

Vir: KDD, 16. 11. 2007.

Komentar k tabeli: podjetje Delo Revije, ki izdaja 19 različnih revij, ima 10-odstotni lastniški delež v podjetju Delo tčr (ki z neposrednimi in posrednimi lastniškimi povezavami nadzoruje štiri slovenske tiskarne). Delo tčr pa ima še lastniške deleže v tedniku *Mladina* in Radiu Celje (6,25 odstotka). Delo Prodaja, vodilno slovensko podjetje za distribucijo in prodajo časopisov in revij z lastno prodajno mrežo, je v lasti družbe DZS, ki je večinska lastnica časopisa *Dnevnik*. Delo Prodaja ima 20-odstotni delež v družbi DZS. Časopis *Dnevnik* ima 12-odstotni delež v časopisu *Primorske novice*. Šestodstotni lastnik *Dnevnika* je Večer, d. d.. Družba SET, d. d., ima prek posrednih in neposrednih lastniških povezav v svoji lasti pet radijskih postaj (RCL, Radio Salomon, Radio Veseljak, Studio D in Radio Kum).

in Radio Celje) v tretjinski lasti podjetja Atka Prima, d. o. o. (direktor podjetja je Boško Šrot, sicer direktor Pivovarne Laško, največje lastnice Dela), Anice Šrot Aužner, Soda in Dela tČR, Gospodarski vestnik, ki ga je njegovo vodstvo privatiziralo z notranjim odkupom, je po 54 letih izhajanja ugasnil, Studio Marketing pa je postal ena največjih slovenskih oglaševalskih agencij (del svetovno znane oglaševalske korporacije JWT).

Družba Delo, d. d., ima v svoji lasti splošnoinformativni časopis *Delo*, tabloid *Slovenske novice*, tednik *Mag* in tedenški brezplačnik *Total*. Delo, d. d., je 19,98-odstotni lastnik časopisa *Večer*, *Večer* pa je v večinski lasti Infond Holdinga, d. d., največjega posameznega lastnika Pivovarne Laško. Družba Delo, d. d., ima svoje 10-odstotne lastniške deleže v Radiu Tednik Ptuj, Štajerskem tedniku in Gorenjskem glasu. Pivovarna Laško ima v svoji lasti skupino Union, Radensko, Fructal, Vital in Jadransko pivovarno. Pivovarna Laško in Pivovarna Union imata 20-odstotni delež v podjetju Mercator (temu je treba dodati še 12,01-odstotni delež, ki ga ima v Mercatorju podjetje Infond Holding, d. d., največji posamezni lastnik Pivovarne Laško)<sup>41</sup>.

TABELA 4: LASTNIŠKA STRUKTURA PIVOVARNE LAŠKO<sup>42</sup>

	DELEŽ (%)
INFOND HOLDING	24,39
KAD	7,059
BANK AUSTRIA CREDITANSTALT	5,411
SAVA	4,755
PERUTNINA PTUJ	3,561
TRIGLAV STEBER I	3,210
BANKA CELJE	2,736
MAKSIMA, DELNIŠKA ID	2,726
ZLATA MONETA I	2,576
NFD I DELNIŠKI INVESTICIJSKI SKLAD	2,456

Vir: KDD, julij 2007.

<sup>41</sup> Lastniška struktura Mercatorja na dan 31. 3. 2007 <<http://www.mercator.si>>. Banka Koper, d. d., 12,56 odstotka, Pivovarna Union, d. d., 12,23 odstotka, Infond holding, d. d., 12,01 odstotka, Istrabenz, d. d., 10,15 odstotka, Pivovarna Laško, d. d., 8,43 odstotka, Investicijske družbe in vzajemni skladi 4,25 odstotka, Fizične osebe 15,38 odstotka, druge pravne osebe 24,88 odstotka. Banka Koper pa je v 91,21-odstotni lasti Intesa Sanpaolo S. p. A (91,21 odstotka). Po 1,67-odstotni delež imajo Istrabenz, d. d., Luka Koper, d. d., in Intereuropa, d. d. (<<http://www.banka-koper.si>>, lastniška struktura na dan 18. 4. 2007), Banka Koper, d. d., je 17-odstotna lastnica *Primorskih novic*.

<sup>42</sup> Povzetek nerevidiranega polletnega poročila za leto 2006, lastniška struktura na dan 30. 6. 2007, dostopno na <<http://www.pivo-lasko.si>>



TABELA 5: LASTNIŠKA STRUKTURA INFOND HOLDINGA

	DELEŽ (%)
AC KAPITAL	17,79
RADENSKA	9,81
ZVON ENA HOLDING	9,77
CENTER NALOŽBE	9,56
SKUPINA VIATOR & VEKTOR	9,49
PROBANKA	8,88
INFOND HOLDING (LASTNE DELNICE)	2,85
BAZALT	2,53 <sup>43</sup>
MEDALJON	1,12

Vir: KDD, julij 2007.

Primer lastniškega prevzema družbe Infond Holding nazorno kaže, koliko je v Sloveniji političnoekonomskega paralelizma – skupno delujočih ekonomskih in političnih elit oziroma skupnih ekonomskih in političnih interesov. Večinsko lastništvo finančnih družb Infond Holdinga je bilo razdeljeno med družbe bančnozavarovalniškega sistema NKBM (v večinski lasti države) in Radensko, ki je bila v večinski lasti Pivovarne Laško. Hkrati so bile Infondove finančne družbe največji posamezni lastnik Pivovarne Laško. Med Pivovarno Laško in Infondovimi družbami se je s pomočjo NKBM vzpostavilo klasično navzkrižno lastništvo. Leta 2006 so iz lastništva Infond Holdinga in Infond Holdinga 1 izstopili njegovi dotedanji največji lastniki Radenska in družbe bančnozavarovalniškega sistema NKBM. Pojavil se je nov, doslej neznani lastnik družba Kolonel, ki jo mediji neuradno povezujejo s predsednikom uprave Pivovarne Laško. Kolonel je na hitro prevzel večinsko lastništvo v družbi Infond Holding 1, ki se je preimenovala v Center Naložbe. Hkrati so nastale lastniške spremembe tudi v Infond Holdingu, kjer je največji posamezni lastnik postalo podjetje Center Naložbe. V Infond Holdingu se je okrepilo tudi lastništvo treh družb, ki so bliže t. i. levemu političnemu polu – AC Kapital, Perutnina Ptuj in Probanka. Podjetje Kolonel,

43 Leta 2006 ustanovljeno podjetje je v nekaj mesecih postalo eden najpomembnejših lastnikov podjetja Delo Prodaja, ki je 20-odstotni lastnik ozs. večinskega lastnika časopisa *Dnevnik*. Bazalt, d. o. o., je od Radenske kupil tudi delnice Zavarovalnice Triglav (v Zavarovalnici imata 500 42-odstotni in KAD 34-odstotni delež). To je značilno »podjetje nabiralnik«, ki ima le poštni nabiralnik in javnosti neznane lastnike, opravlja pa finančne posle, vredne nekaj milijonov evrov.

ki je imelo leta 2006 slabih 12.000 evrov kapitala, je v nekaj mesecih postalo lastnik premoženja, vrednega skoraj devet milijonov evrov. Podjetje Kolonel, kot popolni novinec na finančnem trgu, je kupil delež Centra Naložbe že pred objavo prevzemne ponudbe, svoje deleže pa so prodali tudi vsi večji delničarji družbe, med njimi Pivovarna Laško in druga največja slovenska banka NKBM.

Konsolidacija lastništva ključnih slovenskih podjetij je izoblikovala dve izjemno vplivni finančni skupini – primorsko (okrog podjetja Istrabenz) in štajersko (okrog Pivovarne Laško), ki imata tudi neposredne politične naveze. Istrabenz, ki ga od leta 2002 vodi Igor Bavčar (nekdanji vidni član LDS, minister za notranje zadeve v obdobju 1990–1993, minister brez resorja, pristojen za evropske zadeve v obdobju 1997–2002), je v večinski lasti podjetja Maksima Holding (24,95 odstotka), SOD (16,41 odstotka) in KAD (11,81 odstotka). Maksima Holding pa je v večinski lasti podjetja FB Investicije (uradni lastnik je nizozemska izpostava finančne skupine Poteza), ki je imelo leta 2006 dva milijona evrov negativnega kapitala in nobenega zaposlenega in je tako le dan po objavi prevzemne namere odkupilo 100 milijonov dolarjev vredni lastniški delež Maksime v Istrabenzu.

Lastniki podjetij Center Naložbe in Infond Holding so lastniki slovenske industrije pijač (Laško, Union, Radenska, Fructal), največje trgovske skupine Mercator, dveh medijskih velikanov Dela (izdajatelja *Dela*, *Slovenskih novic in Moga*) in Večera, lastniške deleže imajo tudi v Probanki, Perutnini Ptuj, Zavarovalnici Triglav, Premogovniku Velenje in Uniorju. Pivovarna Laško pa ima 7-odstotni delež v Istrabenzu. Družina Šrot ima močno politično podporo v vladni stranki SLS, saj je podpredsednik SLS in celjski župan Boško Šrot brat predsednika uprave Pivovarne Laško<sup>44</sup>.

Podjetja Kolonel in FB Investicije sta ena od tako imenovanih »podjetij nabiralnikov«, ki le s poštnim nabiralnikom v enem od ljubljanskih stanovanjskih blokov in brez zaposlenih nadzorujejo velike lastniške deleže v najpomembnejših slovenskih podjetjih. Novinarja *Dnevnika* Primož Cirman in Matjaž Polanič sta ugotovila, da so »kas'lc firme simbol zaključne faze slovenske privatizacije«<sup>45</sup>. Namen njihovega ustanavljanja je brisanje sledi za tihim prevzemanjem delniških družb. »Javna skrivnost je, da za njimi v resnici

44 Stanislav Kovač, »Šrotova pivska družina«, *Finance*, 30. 5. 2007.

45 Primož Cirman in Matjaž Polanič, »Kas'lici, ki obvladujejo Slovenijo«, *Dnevnik*, priloga Objektiv, 16. 6. 2007.

največkrat stojijo vodilni v lastninjenih podjetjih, čeprav jih med uradnimi lastniki za zdaj ni najti.«

Ekonomist Stanislav Kovač je eden redkih, ki se v svojih kolumnah v časopisu *Finance* ukvarja s »spopadi na korporativnem zemljevidu Slovenije« med slovenskimi oligarhi. Njegova analiza zelo jasno kaže, da slovenski oligarhi s svojo politično, ekonomsko in medijsko močjo (dejansko ima vse te vrste moči malo oligarhičnih družin) uničujejo demokracijo in »prikrajajo družbeno realnost svojim lastnim kapitalskim interesom«<sup>46</sup>.

»Vse bolj krvava lastniška vojna /.../ opozarja, da ima tudi Slovenija svoje oligarhe. Gre za bogate posameznike in zelo vplivne menedžerje, ki so do leta 2004 pod okriljem Kučanovega klana zakulisno vplivali na delovanje političnih elit in prek koncentracije kapitala vzpostavili številne ekonomsko in politično vplivne družine po Sloveniji. Po zamenski oblasti leta 2004, ko so začela razpadati stara zaveznitva iz obdobja komunizma, so začeli postajati čedalje bolj vidni tudi slovenski oligarhi, ki si tako kot ruski oligarhi pri koncentraciji kapitala podrejajo medije in politične stranke.«<sup>47</sup>

Sklicujoč se na raziskavo o vlogi oligarhov v ruskem kapitalizmu, ki sta jo opravila Sergei Guriev in Andrei Rachinsky<sup>48</sup>, je Kovač pokazal, na kakšen način v Sloveniji ne deluje večstrankarski, ampak »1½«strankarski sistem<sup>49</sup>, v katerem ni ne političnega ne ekonomskega trga (konkurence), temveč poteka boj za prerazporeditev moči (vzpostavitev monopolov) med vplivnimi oligarhi. Guriev in Rachinsky sta ugotovila, da so ruski oligarhi ekonomsko močni, ampak brez posebne veljave v politiki<sup>50</sup>, Kovač pa, da slovenski nadzorujejo politiko, ekonomijo in medije v skladu s svojimi zasebnimi interesi. »Če tujci ne bi lastniško stopili v holdinške družine, bi bilo treba za dobro prihodnjega razvoja Slovenije po vzoru Japonske vplivne oligarhične družine lastniško razbiti in jim tako vzeti ekonomsko, medijsko in politično moč. /.../ V nasprotnem se Sloveniji pod vladavino oligarhov piše politično in ekonomsko nedemokratična prihodnost.«<sup>51</sup>

46 Stanislav Kovač, »Medijski hlapci oligarhov«, *Finance*, 16. 8. 2007.

47 Stanislav Kovač, »Spopad na korporativnem zemljevidu Slovenije«, *Finance*, 11. 7. 2007.

48 Sergei Guriev in Andrei Rachinsky, 2005. »The Role of Oligarchs in Russian Capitalism«, *Journal of Economic Perspectives*, 19(1): 131–150 (dostopno na <<http://www.nes.ru/~sguriev/papers/GurievRachinsky.pdf>>, 8. 8. 2007).

49 Guriev in Rachinsky, prav tam, str. 148.

50 Guriev in Rachinsky, prav tam, str. 147.

51 Stanislav Kovač, »Medijski hlapci oligarhov«, *Finance*, 16. 8. 2007.

DNEVNIK – ČASOPIS V LASTI »ZALOŽBE«,  
KI PREDVSEM VLAGA V TURIZEM  
IN FINANČNE POSLE

Menjava lastništva v Dnevniku, d. d., med letoma 2000 in 2007 je zgodba o nepreglednih lastniških povezavah in postopnem »parkiranju« delnic pri navidezno nepovezanih ljudeh<sup>52</sup>. Septembra 2003 sta začela barantati za ceno delnice Dnevnika takrat dva največja lastnika, KD Holding in DZS. Uradno sta oba največja delničarja trdila, da gre za »različne poglede na vodenje družbe«, v ozadju pa naj bi potekala pogajanja o prodaji četrtinskega deleža KD Holding, ki naj bi ga kupoval DZS (*Delo*, 6. 9. 2003). KD Holding naj bi za svoj delež Dnevnika zahteval približno 1,54 milijarde tolarjev, kar je zneslo približno 18.000 tolarjev na delnico, DZS pa naj bi za delnico ponujal 13.000 tolarjev. V istem obdobju so se na sivem trgu cene za delnico Dnevnika gibale med 4.000 in 5.000 tolarji. »Spopad okrog prodaje deleža in cene Dnevnika je bil viden tudi na skupščini delničarjev avgusta 2003.« KD Holding je upravi pisno zastavil štirinajst vprašanj o poslovanju Dnevnika, d. d., v letu 2002. Predstavniki KD Holdinga so želeli vedeti, ali »uprava glede na strukturo sredstev sploh še obravnava časopisno dejavnost kot svojo glavno dejavnost« in »zakaj Marjan Božnik ob imenovanju za člana uprave v Delu Prodaji, ki je konkurenčna družba, ni dal odstopne izjave z mesta člana Dnevnikovega nadzornega sveta« (*Delo*, 6. 9. 2003). Konec decembra 2003 je KD Holding prodal svoj 25,44-odstotni delež v Dnevniku, d. d., avstrijski družbi Styria Medien AG.

Nadaljevala se je tudi konsolidacija lastnikov v DZS. Aprila 2005 so se v DZS zgodile velike lastninske spremembe, saj je investicijska družba Triglav Steber 1 prodala svoj dober 15-odstotni delež, Fond Invest in družba MI, sicer ustanoviteljica Fond Investa, pa sta delnice kupovala. Največji lastnik skoraj s petino deleža v DZS je ostalo podjetje Delo Prodaja, DZS pa ima med svojimi lastniki precej družb, katerih lastnica je sama (*Dnevnik*, 29. 4. 2005). Med pomembnimi nakupi DZS je bil tudi delež v oglaševalskem in PR podjetju Pristop, ki je po podatkih *Marketing magazina* (januar 2007) že osmo leto zapored največja slovenska oglaševalska agencija. Po podatkih iz medijskega pregleda (julij 2007) ima Dnevnik, d. d., 18,25 odstotka v Podjetju

<sup>52</sup> Pregled lastniških prevzemov v Dnevniku, d. d., povzemamo po Sandra B. Hrvatini in Lenart J. Kučič. 2006. *Monopoli. Družabna igra trgovanja z mediji*. Ljubljana: Maska (str. 202–214).

za informiranje, izdajatelju *Vestnika in Radia Murski val*, DZS pa delež v *Radiu Brežice*.

**TABELA 6: SPREMEMBE LASTNIŠKE STRUKTURE DNEVNIKA  
2000–2007**

<b>DECEMBER 2000</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
DZS	26,47
KMEČKA DRUŽBA	25,57
KAD	10,10
SOD	8,00
ČZP VEČER	6,52
LIKA KOPER	2,70
<b>SEPTEMBER 2002</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
DZS	43,04
KD HOLDING	25,74
KAD	10,10
RENT A	8,01
ČZP VEČER	6,52
MOBITEL	2,71
<b>DECEMBER 2003</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
DZS	51,05
KD HOLDING	25,74
KAD	10,10
ČZP VEČER	6,52
MOBITEL	2,71
<b>SEPTEMBER 2004</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
DZS	51,05
STYRIA MEDIEN AG	25,74
KAD	10,10
ČZP VEČER	6,52
MOBITEL	2,71
<b>JANUAR 2007</b>	<b>DELEŽ (%)</b>
DZS	51,05
STYRIA MEDIEN AG	25,74
DELO PRODAJA	10,10
ČZP VEČER	6,52
MOBITEL	2,71

TABELA 7: LASTNIŠKA STRUKTURA DZS

	DELEŽ (%)
TEHNIŠKA ZALOŽBA SLOVENIJE	21,30
DELO PRODAJA	20,50
MI	14,30
FOND INVEST	9,30
MARINA PORTOROŽ	9,95
DRUGI	24,39

Vir: KDD, julij 2007.

Družbe Delo Prodaja, Tehniška založba Slovenije, MI in Fond Invest, ki so skupaj 65,7-odstotne lastnice DZS, so objavile javno ponudbo za nakup preostalih 513.071 delnic DZS in 87.027 zamenljivih obveznic ciljne družbe. Prevzemna ponudba, ki ni dosegla praga uspešnosti, je začela veljati avgusta 2007. V njej so zapisali, da so omenjeni lastniki 14. junija 2007 podpisali delničarski sporazum glede prevzema DZS, po katerem bodo vse prevzete delnice DZS, pridobljene v prevzemni ponudbi, prešle v last Dela Prodaje, družbe pa bodo v prihodnje glasovalne pravice iz delnic DZS uresničevale usklajeno. Delničarji DZS so že maja sklenili, da bodo maja 2008 te delnice umaknili z borze. Zapletlo pa se je z obveznicami DZS iz leta 2000 v lasti SOD, KAD in Zavarovalnice Triglav. Te tri državne družbe so maja 2007 poslale DZS zahtevo po zamenjavi skupno 43.888 obveznic za delnice DZS, vendar po mnenju uprave DZS nepravčasno. Odgovorne osebe v SOD, KAD in Zavarovalnici Triglav so prepričane o nasprotnem (*Delo*, 7. 7. 2007). Ta zaplet je bil samo uvod v gospodarsko (in politično) merjenje moči med predsednikom uprave DZS in vlado oziroma ministrom za gospodarstvo. Predsednik uprave DZS Bojan Petan, politično povezan z nekdanjo vladajočo in zdaj opozicijsko LDS, je iz nekdanje Državne založbe ustvaril družbo DZS, ki poleg tega, da je večinska lastnica časopisa *Dnevnik*, gradi svoj gospodarski imperij predvsem z nakupovanjem deležev v uspešnih slovenskih turističnih podjetjih, kot sta Marina Portorož in Terme Čatež. DZS, ki je dolga leta gradil nepregledne lastniške povezave med različnimi, na videz nepovezanimi podjetji, je sam postal tarča politično vodenih prevzemov. Namreč, državi je uspelo prek SOD in KAD oziroma podjetij, v katerih ima pomembne deleže, v Termah Čatež imenovati nadzorni svet, v katerem je DZS ostal brez svojega nadzornika. DZS po

pravni poti izpodbija odločitve zadnje skupščine. Podjetje zastopa pravna pisarna, iz katere je prišla tudi nova predsednica stranke LDS.

DZS, ki je večinski lastnik časopisa *Dnevnik*, je leta 2006 načrtoval spremembe v upravljanju družbe. Skupaj z nemško medijsko družbo WAZ sta ustanovila medijsko družbo DZS-WAZ Mediji, d. o. o. Partnerja naj bi na novo družbo prenesla 51 odstotkov delnic družbe *Dnevnik*, pri čemer naj bi DZS in WAZ bila enakovredna družbenika. Če bi se kdo od lastnikov *Dnevnika* odločil za prodajo delnic, sta DZS in WAZ bila dogovorjena, da delnice kupuje na novo ustanovljena družba. Enak dogovor je veljal tudi za pripravljane morebitnih novih edicij *Dnevnika*. Predsednik uprave DZS je za prodajo časopisa navedel dva razloga: »Ker smo za delež v *Dnevniku* iztržili dobro ceno in ker *Dnevnik* dolgoročno samostojno ne bo mogel tekrovati z mednarodno konkurenco, ki bo prej ali slej stopila na slovenski medijski trg.« (*Delo*, 26. 5. 2006) DZS naj bi za malo več kot četrtno delnic *Dnevnika* oziroma polovični delež v novem podjetju iztržil 15 milijonov evrov. Petan je zanikal, da se je z nemškim WAZ dogovoril tudi o morebitnih drugih skupnih projektih na Balkanu, kjer je WAZ močan medijski igralec. Potrdil pa je, da DZS oziroma njegovo *Delo* Prodajo zanima možnost za vstop na hrvaški distribucijski trg (*Delo*, 26. 5. 2006).

Leta 2007 pa se je začelo trgovati s preostalim deležem države. Prodaja 10,1-odstotnega deleža KAD v *Dnevniku*, d. d., na dražbi je potekala dalj časa, tako da so vse ponudnike (nemško družbo WAZ, avstrijsko Styrio Media in *Delo* Prodaja), zaprosili za podaljšanje roka veljavnosti ponudbe do 31. januarja 2007. Med dražbo javnost ni bila seznanjena ne s številom ponudnikov ne z vrednostjo deleža. Konec januarja pa je bil delež prodan podjetju *Delo* Prodaja, ki je za delnico *Dnevnika* – na trgu je bila vredna 40 evrov – plačalo 160 evrov (skupaj okrog 5,4 milijona evrov). Predsednik uprave KAD Tomaž Toplak je po končani prodaji izjavil, da so »vse prodajne aktivnosti, vključno z dražbo, bile strokovno izpeljane in so vsem udeležencem v postopku zagotavljale preglednost, predvsem pa enakopravno obravnavanje«<sup>53</sup>. Nemška družba WAZ pa je zaradi podaljševanja roka veljavnosti ponudbe napisala pismo, naslovljeno na KAD, predsednika vlade in ministra za gospodarstvo, v katerem je naznanila svoj javni umik za nakup delnic in deležev podjetja *Dnevnik*, d. d. V svojem pismu so zapisali, da so pri vodenju celotnega postopka »prišli do sklepa, da se ne spoštujejo standardi, ki

53 KAD, sporočilo za javnost, 31. 1. 2007.

so predpisani na območju EU« in da zaradi tega v postopku niso več pripravljene sodelovati. »To pušča za sabo grenak priokus. Čeprav naj bi, kot smo izvedeli neuradno, dali najboljšo ponudbo, ste nas zaobšli.«<sup>54</sup> Časopis *Dnevnik* pa je na dan dražbe objavil informacijo, da je predsednik uprave KAD prej kot odvetnik sodeloval z enim od potencialnih kupcev *Dnevnika*. Tomaž Toplak se iz postopka prodaje ni izločil. Dejstvo, da je na skupščini *Dnevnika* prej kot pooblaščenec zastopal Styrio, ki ji je zdaj prodajal *Dnevnik*, se mu ni zdelo sporno (*Dnevnik*, 31. 1. 2007). Kakšno vlogo je pri trgovanju z delnicami *Dnevnika* odigrala družba DZS-waz Mediji, ni znano. Očitno pa je, da je DZS za zagotavljanje svojega vpliva na *Dnevnik* plačal izjemno visoko ceno.

#### VEČER – ZAKAJ SO PRODAJALI MALI DELNIČARJI?

Tiskarna Leykam, ki je v stoddstotni lasti avstrijske družbe Leykam Media AG, je leta 1994 (po nakupu propadlega Mariborskega tiska) sklenila z Večerom desetletno pogodbo o tiskanju. Leykam, ki naj bi ga zanimal 25- do 40-odstotni lastniški delež Večera, je svoj delež pridobival večinoma z nakupom delnic malih delničarjev. V izjavi za *Dnevnik* (6. 7. 2000) je takratni direktor DZU KBM Infond menil, da avstrijski interesi v Večeru niso samo kapitalski, ampak se za njimi skrivajo tudi drugi interesi. Kakšni, pa ni povedal.

Kronologija trgovanja s delnicami Večera je pokazala, da so prav v tem časopisu mali delničarji (zaposleni in nekdanji zaposleni) najdlje obdržali svoj lastniški delež. Mali delničarji so prodali delnice leta 2000 zaradi informacije, da želita avstrijska Styria in Leykam kupiti Večer. Takratna večinska lastnica banka v stoddstotni državni lasti, NKBM, se je na politični ukaz z državnega vrha odločila za intervencijo. Skoraj desetkrat višja cena delnice je vplivala na to, da so mali delničarji začeli prodajati delnice, kupovala pa jih je država sama prek banke v svoji lasti, ki je tako postala večinska lastnica<sup>55</sup>.

54 Pismo WAZ 12. 1. 2007 (posredovala ga je ga. Nika Dolinar, ki vodi kabinet predsednika vlade). Ko smo za omenjeno pismo zaprosili KAD, nam je direktorica oddelka za strateško komuniciranje KAD ga. Vesna Razpotnik odgovorila, da »navedeni dokument obravnavajo kot dokumentacijo v prodajnem postopku in spoštujejo dobro poslovno prakso med strankami v postopku ter se ravnajo po predpisih, ki urejajo poslovno skrivnost« (dopis, 5. 2. 2007). KAD nas je napotil na WAZ, kjer nam niso hoteli posredovati pisma.

55 Borut Mekina, »Napaka, vredna 6 milijonov evrov!«, *Mladina*, 23. 6. 2007.



TABELA 8: SPREMEMBE LASTNIŠKE STRUKTURE VEČERA  
2000–2007

DECEMBER 2000	DELEŽ (%)
PID INFOND ZLAT (KBM INFOND)	32,23
TALUM	12,62
SOD	10,00
LEYKAM	9,74
DNEVNIK	6,52
TRIGLAV STEBER I	2,45
PUBLIKUM	2,23
MALI DELNIČARJI	24,20

SEPTEMBER 2002	DELEŽ (%)
INFOND HOLDING	32,23
LEYKAM	19,96
PROBANKA	15,14
SOD	10,00
DELO PRODAJA	6,94
DZS	6,53
PUBLIKUM	2,23

DECEMBER 2003	DELEŽ (%)
INFOND HOLDING	36,29
LEYKAM	26,25
INFOND ID	14,99
SOD	10,00
DELO PRODAJA	6,94

JUNIJ 2005	DELEŽ (%)
INFOND HOLDING	36,53
DELO	20,00
INFOND ID	14,99
SOD	10,00
TISKARNA LEYKAM	7,15
DELO PRODAJA	6,94
MALI DELNIČARJI	5,20

MAJ 2007	DELEŽ (%)
INFOND HOLDING	51,67
DELO	19,98
SOD	9,99
TISKARNA LEYKAM	7,14
PROBANKA	0,39
MALI DELNIČARJI	3,84

Konec leta 2000 se je začelo tudi kapitalsko povezovanje Dnevnika in Večera. Oktobra 2000 sta obe časopisni hiši navzkrižno kupili 6,52 odstotka delnic. Povezana Dnevnik in Večer bi tako lahko na trgu dnevnih političnih časnikov pridobila večinski delež in postala močna konkurenca Delu. Po zagotovilih vodilnih v obeh časopisnih hišah je šlo pri povezovanju za »zavarovanje interesov lastnikov« (Večer, 13. 10. 2000) in ne za »združevanje obeh medijev oziroma oblikovanje enotne uredniške politike« (Finance, 11. 10. 2000). Zamisel o združevanju je nastala v upravah obeh časopisnih hiš (večjo vlogo pa naj bi pri tem imel DZS kot največji lastnik Dnevnika). NKBM – takrat je imela »svoj« 33-odstotni delež v Večeru in je lahko »računala« še na delež Taluma in Dnevnika – in DZS sta poskušala s tem povezovanjem ustvariti konkurenco Delu. Leta 2000 skupna naklada Dnevnika in Večera ni veliko zaostajala za naklado Dela, združevanje pa naj bi zagotovilo predvsem boljši položaj na oglaševalskem trgu. Kljub temu da je bila to za lastnika izjemna tržna priložnost, sta se, namesto da bi podprla te namere direktorja in odgovornega urednika Večera, odločila, da ju zamenjata. Večer se je »vrnil« na območje Štajerske in ostal regionalni časopis, vpliv lokalnih političnih elit nanj pa je ostal izrazito močan.

Ena večjih sprememb v lastniški strukturi Večera se je zgodila leta 2005, ko je Delo, d. d., kupilo 19,9-odstotni delež od avstrijske Tiskarne Leykam. Takratni predsednik uprave Pivovarne Laško je zagotavljal, da se je vodstvo družbe za nakup deleža v Večeru, d. d., odločilo v skladu s cilji družbe in interesi delničarjev in da nimajo nobenih večjih strateških interesov (Delo, 17. 5. 2005). Za Leykamov delež v Večeru, d. d., se je poleg Dela, d. d., potegovala tudi Styria Medien AG, ki naj bi za celotni (27-odstotni) sveženj delnic Večera ponujala približno polovico več kot Delo. Leykam prodaje deleža cenejšemu ponudniku ni komentiral. Po zadnjih spremembah v lastništvu Dela, d. d., sta časnika Delo in Večer lastniško popolnoma povezana<sup>56</sup>. Na vprašanje novinarja Dnevnika mariborskemu županu Francu Kanglerju (iz stranke SLS, iz katere je tudi brat predsednika uprave Pivovarne Laško), ali se mu zdi, da ima vladajoča stranka SDS (konkretno družina Petek) na Večer prevelik vpliv, je odgovoril: »Po

<sup>56</sup> Družba Delo, d. d., je julija 2007 zaprosila ministrstvo za kulturo za soglasje za povečanje lastniškega deleža v Večeru na več kot 20 odstotkov. Ministrstvo soglasja ni dalo, formalno pa sta Delo in Večer že močno lastniško povezana. Nadaljnje lastniško povezovanje bo prizadelo zlasti zaposlene v Večeru, če bo Večer zaprl svoje ljubljansko dopisništvo in tamkajšnje novinarje prežeposlilo v Delo (Finance, 25. 9. 2007).

mojem osebnem mnenju, ja.«<sup>57</sup> Odgovorni urednik *Večera* Tomaž Ranc pa je na vprašanje, ali čuti kakšne (politične) pritiske uprave (lastnika) ali države (politike), odgovoril: »V Sloveniji se na veliko govori o pritiskih visoke politike, povsem zanemarja pa pritiske iz lokalnih okolij, recimo županov, ki se imajo za male bogove in so po moji oceni veliko bolj nadležni do novinarjev, dopisnikov in urednikov kot visoki politiki. Vprašajte dopisnike, prepričan sem, da imajo ›bogate‹ izkušnje s tečnimi župani.«<sup>58</sup>

PRIMORSKE NOVICE – MEDIJ, KI GA  
OBVLADUJEJO PRIMORSKA PODJETJA IN  
LOKALNA POLITIKA

*Primorske novice* so lastnili enako kot druge časnike. Konec februarja 1995 je skupščina družbenikov Primorskih novic sprejela Akt o lastninskem preoblikovanju podjetja ČZP Primorske novice, d. o. o., in družbeno pogodbo. V strukturi družbenikov so imeli notranji lastniki (51 posameznikov, večinoma zaposlenih) 68 odstotkov osnovnega kapitala, SOD in KAD po osem odstotkov, Sklad za razvoj pa 16 odstotkov. Delež Sklada za razvoj je kupil Infond (takrat v lasti NKBM). V manj kot desetih letih se je delež notranjih lastnikov zmanjšal na 13 odstotkov, večino pa so začela dobivati podjetja v večinski lasti države. Junija 2007 so bili med največjimi lastniki Primorskih novic Banka Koper (v 91-odstotni lasti italijanske banke Intensa Sanpaolo S. p. A), Primorje, d. d., (v lasti Primorja Holding, d. d., in Vipa Holding, d. d.), Luka Koper d.d. (v večinski lasti Republike Slovenije, SOD in KAD – skupaj imajo 67 odstotkov lastništva), Intereurope, d. d., (Luka Koper, SOD in KAD imajo 41 odstotkov lastništva) in HIT, d. d., (v večinski lasti SOD in KAD). Po volitvah leta 2004 so se začele tudi spremembe v sestavi upravnih odborov in nadzornih svetov podjetij v večinski lasti države. Te spremembe so vplivale tudi na *Primorske novice*, v katerih so v kratkem času dvakrat zamenjali direktorja in odgovornega urednika. Nova direktorica je na to funkcijo prišla z mesta predstavnice za stike z javnostjo Luke Koper, d. d. Odstavljena direktorica Primorskih novic Barbara Verdnik je na svojih javnih nastopih odkrito spregovorila o pritiskih, ki jih je med vodenjem podjetja doživljala od lastnikov, in opozorila, da večinski lastniki s svojimi

57 Tomaž Klipšteter in Meta Roglič »Ko Kangler neha ropotati, so stvari v redu«, intervju Franc Kangler, župan Maribora, *Dnevnikov Objektiv*, 9. 6. 2007.

58 Lana Zdravković, 2007. Intervjuji z odgovornimi uredniki, »Kakšna cenzura?« *Dialogi*, 7–8, str. 60.

odločitvami delajo škodo podjetju, ki ga imajo v svoji lasti. Dnevnik, d. d., kot 12-odstotni nezadovoljni lastnik, je ostal brez možnosti, da bi vplival na poslovanje podjetja.

Na dogajanja v Primorskih novicah sta opozorila tudi Društvo novinarjev Slovenije in Sindikat novinarjev Slovenije. V svojem sporočilu za javnost so zapisali, »da prihaja do krčenja novinarske avtonomije« in da je »časopis (p)ostal moteč za nosilce gospodarskih in političnih interesov, ki prihajajo v konflikt z interesom javnosti do obveščенosti«<sup>59</sup>. Novo vodstvo je v nekaj mesecih prekini- lo pogodbe z dolgoletnimi sodelavci in najavilo odpuščenje tudi redno zaposlenih.

TABELA 9: SPREMEMBE LASTNIŠKE STRUKTURE  
PRIMORSKIH NOVIC 1995–2006

FEBRUAR 1995	DELEŽ (%)
NOTRANJI LASTNIKI	68,00
(51 POSAMEZNIKOV, VEČINOMA ZAPOSLENIH)	
KAD	8,00
SOD	8,00
INFOND MARIBOR	16,00
(KUPIL OD SKLADA RS ZA RAZVOJ)	
SEPTEMBER 2007	DELEŽ (%)
BANKA KOPER	17,12
PRIMORJE	16,91
DNEVNIK	12,10
LUKA KOPER	10,82
KB 1909	10,79
INTEREUROPA	10,00
HIT	9,94
FORMA INN	7,09
FIZIČNE OSEBE	4,06
MO KOPER	0,92
MO NOVA GORICA	0,25

Decembra 2006 je deset zaposlenih in nekdanjih zaposlenih pri Primorskih novicah (njihov lastniški delež je bil 13,2-odstoten) javno opozorilo največje posamezne lastnike družbe in nadzorni svet, da s svojim delovanjem ogrožajo podjetje in s tem tudi interese malih delničarjev. Za krizo Primorskih novic so bile po njihovem krive odločitve petih največjih lastnikov oziroma nadzornega sveta (NS), da bodo

<sup>59</sup> »Ogrožanje avtonomije in obstoja *Primorskih novic*«, sporočilo za javnost, 5. 3. 2007.

v času, ko je podjetje uspešno uresničevalo projekt dnevnika in poslovalo v skladu z načrti, imenovali novega direktorja družbe in zahtevali zamenjavo odgovornega urednika. Po neuspešnih javnih opozorilih so mali delničarji svoje delnice prodali zamejski goriški finančni družbi KB 1909, katere glavni delničarji so Sklad Ivan Trinko (neprofitna fundacija slovenske manjšine v Italiji), NLB (v večinski lasti države) in AdriaFin (*Finance*, 29. 11. 2006 in 13. 4. 2007)<sup>60</sup>.

#### POLITIKA KOT DOBER POSEL

Prepletenost politične, gospodarske in medijske moči v Sloveniji dokazuje, da je prekupčevanje z lastniškimi deleži v medijskih hišah zelo donosen posel. Po analizah revije *Manager* je sedanja vlada za vzpostavitev nadzora nad najvplivnejšimi mediji v državi, predvsem nad RTV Slovenija in časopisno hišo Delo, porabila 10,72 milijarde tolarjev davkoplačevalskega denarja. V znesek naj bi bili zajeti stroški za izvedbo referendumu o novem zakonu o RTV Slovenija, poceni odprodaja deleža, ki ga je v podjetju Mercator imel paradžavni sklad SOD, ter nakup in prodaja deleža v termoelektrarni Brestanica, ki sta ju opravila državni Holding Slovenske elektrarne (HSE) in KD Holding (leta 2006 skoraj 20-odstotni lastnik Dela, d. d.). Državni HSE je za 1,27 milijarde tolarjev preplačal delnice termoelektrarne, prav toliko pa je tudi predsednik uprave KD Holding preplačal nakup deleža v Delu, d. d. V poslih, s katerimi je vlada »osvojila« Delo, naj bi se tako obrnilo 28,88 milijarde tolarjev<sup>61</sup>. Danilo Slivnik, takratni predsednik uprave družbe Delo, d. d., je dogajanja v tistem obdobju razložil z besedami: »Politično upravljanje temelji na gospodarskem in medijskem upravljanju«<sup>62</sup>.

Prodaje in nakupi deležev slovenskih podjetij, v katerih ima država pomembne lastniške deleže preko SOD in KAD, dokazujejo, da so politične povezave in politična »prijateljstva« pomembno poročstvo za sklepanje poslov. Zato ni presenetljivo, da sedijo v nadzornih svetih ali upravnih

60 Finančna družba KB 1909 je preko hčerinskega podjetja Transmedia s.p.a. z dokapitalizacijo v višini 955.200 evrov novembra 2007 postala tretjinski lastnik tednika *Mladina*. Konec oktobra 2007 je odstopil predsednik NS Mladine Miha Štamcar, eden od urednikov *Mladine*. Na tem mestu ga je zamenjal Branimir Štrukelj, predsednik sindikata vzgoje in izobraževanja. Po pisanju medijev se je med lastnike *Mladine* uvrstil tudi Grega Repovž, njen odgovorni urednik, ki je sicer predsednik Društva novinarjev Slovenije (*Delo*, 27. 10. 2007, *Mladina*, 23. 11. 2007).

61 »Osvajanje medijev nas je stalo že 11 milijard tolarjev«, *Manager*, 3. 3. 2006 (str. 8).

62 Vita Cajnko Javornik, »Časopis je nacionalna dobrina«, intervju z Danilom Slivnikom, *Manager*, 3. 3. 2006.

odborih podjetij v državni lasti posamezniki, ki so bolj ali manj očitno politično povezani. Med temi podjetji so tudi največji oglaševalci, ki odločajo o delitvi oglaševalskega denarja med nekatere medije in tako vplivajo na njihov razvoj in položaj na trgu.

Pomembno je tudi vedeti, kdo so člani nadzornih svetov in uprav v teh lastniško prepletenih podjetjih. Koncentracija moči je v rokah redkih posameznikov. Ti so imenovani zaradi svoje politične lojalnosti, kar pomeni, da so njihove odločitve pri vodenju podjetij, ki jih upravljajo ali nadzorujejo, predvsem politične in šele nato poslovne. Kljub temu da politična elita zagotavlja, da se politika umika iz gospodarstva, kar je vlada poskušala zagotoviti tudi s sprejetjem uredbe o »konfliktu interesov« februarja 2007<sup>63</sup>, podatki o imenovanjih članov uprav in nadzornih svetov v ključnih slovenskih podjetjih (posledično to velja tudi za medije) kažejo nasprotno. Sestava nadzornih svetov v izbranih podjetjih julija 2007 kaže »politični paralelizem« v gospodarstvu. Začnimo pri sami vladi. Generalni sekretar vlade Božo Predalič je član upravnega odbora sod, nadzornega sveta Istrabenza in uradniškega sveta, ki ocenjuje primernost kadrov, zaposlenih v javni upravi. Predalič je tudi svetnik v občini Grosuplje, kjer opravlja več funkcij: je podpredsednik statutarno-pravne komisije, član odbora za prostor, komunalo in ekologijo ter predsednik komisije za mandatna vprašanja in volitve<sup>64</sup>. Prvi človek sod Marko Pogačnik je član skupščine KAD (člane skupščine imenuje vlada) in NS Pozavarovalnice Sava. Predsednik upravnega odbora sod Milan Podpečan sedi v nadzornih svetih Petrola in Gorenja. Anton Rous, svetovalec predsednika vlade (nekdanji predsednik stranke DESUS, članice sedanje vladne koalicije) je član skupščine KAD in član nadzornega sveta Krke. V skupščini KAD sedi tudi Matjaž Janša, direktor direktorata za elektronske komunikacije na ministrstvu za gospodarstvo.

63 »Funkcija ministra, državnega sekretarja in generalnega sekretarja vlade je nezdržljiva s članstvom v organu nadzora oziroma upravljanja. Članstvo posameznega javnega uslužbenca v organih nadzora oziroma upravljanja v pravnih osebah javnega prava, v katerih opravlja vlogo ustanovitelja vlada v imenu rs, pa je omejeno na največ dve. Tisti javni uslužbenci in funkcionarji, ki presegajo to omejitev, morajo izstopiti iz članstva v nadzornih svetih in upravnih odborih takoj po seznanitvi s sklepom, vendar najpozneje do 31. 8. 2007.« Sporočilo za javnost o sklepih, ki jih je Vlada rs sprejela na 109. seji, 15. 2. 2007 <<http://www.vlada.si>>.

64 V letih 2000–2005 je bil Predalič zaposlen kot direktor podjetja Nova obzorja, d. o. o., izdajatelja tednika *Demokracija*. Po podatkih iz medijskega razvida na dan 31. 7. 2007 sta med lastniki tednika vpisana Dušan S. Lajovic in stranka sds. Žena generalnega sekretarja vlade je članica volilne komisije občine Grosuplje (na ta položaj jo je imenoval Božo Predalič), hči je občinska svetnica v občini Grosuplje, sin pa je kot logistik zaposlen v stranki sds. (*Kanal A, Svet*, 1. 8. 2007). <[http://24ur.com/naslovnica/novice/Slovenija/20070801\\_3102939\\_60036587.php](http://24ur.com/naslovnica/novice/Slovenija/20070801_3102939_60036587.php)> (dostop 2. 8. 2007).

Peter Verlič<sup>65</sup> z ministrstva za promet sedi v nadzornem svetu Luke Koper (v njem sedi tudi Marko Starman z ministrstva za okolje in prostor) in Slovenskih železnic. Ugleдни član vladajoče stranke Jože Zagožen je v poslovodstvu družbe Holding Slovenske elektrarne (njegova žena Marija Zagožen pa je podpredsednica nadzornega sveta Slovenske industrije jekla). Andrej Aplenc je predsednik nadzornih svetov Elektra Slovenije in Holdinga Slovenske elektrarne, kar pomeni, da hkrati nadzoruje največjega slovenskega trgovca z električno energijo in državnega sistemskega operaterja, ki temu trgovcu dodeljuje prenosne zmogljivosti na avkciji (*Dnevnik*, 10. 5. 2007). Aplenc je tudi član komisije pri ministrstvu za kulturo, ki odloča o državni podpori slovenskim medijem na vsakoletnem javnem razpisu. Andrej Aplenc je bil direktor Zavoda za ustanovitev civilne družbe in je v času prejšnjih vlad trdil, da so slovenski mediji »nedemokratični, nepluralni in neuravnoteženi«<sup>66</sup>.

»Kadrovski vrtiljak« se vrti v skladu z interesi in potrebami politike. To dokazujejo tudi zamenjave na položaju predsednika nadzornega sveta KAD in časopisne hiše Delo, d. d. Med spreminjanjem lastnikov deležev v družbi Delo leta 2006 je funkcijo prvega nadzornika prevzel Boris Zupančič, direktor podjetja Flamma (podjetja, ki se ukvarja s prodajo posode, jedilnega pribora in z opremljanjem kuhinj), ki je leta 2005 prevzel tudi vodenje Casinòja Portorož<sup>67</sup>. Zupančiča je na položaju predsednika nadzornega sveta Dela, d. d., maja 2007 zamenjala Andrijana Starina Kosem, in sicer potem, ko je Pivovarna Laško postala več kot 90-odstotna lastnica družbe Delo. Hkrati je vlada zamenjala Andrijano Starina Kosem s položaja predsednice nadzornega sveta KAD in namesto nje imenovala prav Zupančiča.

Andrijana Starina Kosem, vidna članica največje vladne stranke SDS, je bila od leta 2004 do konca maja 2007 državna sekretarka na ministrstvu za gospodarstvo in predsednica nadzornega sveta KAD, kar je ena od najvplivnejših gospodarsko-političnih funkcij v državi. O političnem kadrovanju na vodilnih mestih v gospodarstvu je novinar Ali Žerdin zapisal, da je »paradoks zgodovine, da je bila

65 Peter Verlič se je umaknil s položaja predsednika nadzornega sveta Slovenskih železnic do roka v vladni uredbi.

66 Andrej Aplenc je član strokovnega sveta SDS in predsednik komisije za energetiko <<http://www.strokovnisvetsds.si>>, (dostop 5. 7. 2007).

67 Vanja Pirc, Ali Žerdin, »Od prvega aprila do pustnega torca«, *Mladina*, 6. 3. 2006, Ali Žerdin, »Kuhinja v nadzornem svetu«, *Mladina*, 30. 1. 2006, in Ali Žerdin, »Klimatske spremembe v novokomponirani eliti«, *Dnevnik, Objektiv*, 6. 6. 2007.

Andrijana Starina Kosem zadnja v nizu padajočih domin. Prvo domino je namreč frčila sama<sup>68</sup>.

Politično povezanost nekaterih kadrov je mogoče zelo hitro razkriti, teže pa je prepoznati »politično klanovstvo«, ki je rezultat osebnih in poslovnih znanstev med vplivnimi politikami in gospodarstveniki. Zamenjava državne sekretarke na ministrstvu za gospodarstvo Andrijane Starina Kosem je razkrila mehanizme, s katerimi se vzpostavlja in vzdržuje politični paralelizem v državi. Takoj po tistem, ko je Andrijana Starina Kosem postala predsednica nadzornega sveta Dela in javno spregovorila o pritiskih na Delo, hkrati pa jo je vlada odstavila z mesta predsednice nadzornega sveta KAD, je komercialna televizija POP TV pripravila oddajo Kapital in politika, v njej pa je prišlo do javnega soočenja odstavljene Andrijane Starine Kosem, odvetnika Stojana Zdolška in ministra za gospodarstvo Andreja Vizjaka. Zdolšek je ministru razlago razrešitve Andrijane Starina Kosem komentiral: »Slišal sem veliko sprenevedanja ... gospoda Vizjaka /.../ Današnja razrešitev je izključna penalizacija in kaznovanje gospe Kosmove zaradi dogodkov v Delu. Dogodki v Delu so se zgodili v nasprotju z voljo kabineta vlade«<sup>69</sup>.

Na začetku junija 2007 je Andrijana Starina Kosem poslala elektronsko pismo članom največje vladne stranke SDS in tudi posameznikom zunaj stranke. »Zasebno« pismo so mediji takoj objavili. V pismu je nekdanja državna sekretarka in novoimenovana prva nadzornica Dela, d. d., zapisala, da ji je bilo naloženo, »naj potem, ko bo Pivovarna Laško pridobila pomemben kapitalski delež v časopisni hiši Delo, uredim tako, da bomo imeli zagotovljen večletni vpliv na imenovanje nadzornega sveta Dela in s tem na uredniško politiko«<sup>70</sup>.

Iz pisma se da razbrati, da se je politika neposredno vmešavala v delo takratnega predsednika uprave Dela in nanj pritiskala (»čez vse meje dobrega okusa in psihološkega dostojanstva«) in da je predsednik vlade zahteval, da se časopis *Večer* proda Avstrijcem. Po navedbah Andrijane Starina Kosem sta se časopisa *Delo* in *Večer* »zlorabljala za politične in človeške diskreditacije in kadrovske čistke med starimi kadri, ki jih čedalje bolj izpodrivajo novi, do včeraj povsem neznani obrazi«.

68 Ali Žerdin, »Klimatske spremembe v novokomponirani eliti«, *Dnevnik*, Objektiv, 6. 6. 2007.

69 POP TV, *Trenja*, 31. 5. 2007.

70 Pismo so v celoti objavili vsi slovenski mediji. Povzeli smo ga iz *Mladine*, 16. 6. 2007 (str. 21).



Javno/zasebno pismo nekdanje državne sekretarke in vplivne članice vladajoče stranke SDS kaže, kako politično nastavljeni nadzorniki opravljajo svoje delo v podjetjih, ki bi jih morali nadzorovati. Andrijana Starina Kosem je svoje pismo naslovila na člane stranke in ne na javnost. V njem je pokazala, kako vseskozi ve, da politika pritiska na medije (v tem primeru konkretno na *Dela* in *Večer*) in na koncu z zagotovilom, da bo sama varovala in nadzorovala uredniško avtonomijo medijev, tudi neposredno napovedala posege v uredniško politiko.

Na pismo se je odzval predsednik vlade Janez Janša, ki je zapisal, da je v pismu Andrijane Starina Kosem »toliko neresnic in celo z vsako logiko skreganih trditev. /.../ Vsako normalno pamet pa naravnost žali trditev, da je neodvisnost Dela zagotovljena s predsedovanjem Andrijane Starina Kosem in Stojanom Zdolškom kot članom nadzornega sveta ter s članstvom ključnih ljudi lastnika Dela v SD. /.../ Marsikdo pa se verjetno sprašuje, zakaj nenavadno ravnanje nekaterih tako imenovanih dolgoletnih članov in tako imenovanih simpatizerjev SDS časovno tako natančno sovpada s preiskavo nezakonnosti pri ravnanju z arhivi, tajnimi fondi in drugimi spornimi ravnanji v tajni službi. In z veliko nervozo, ki je ob tem zajela nekatere«<sup>71</sup>.

Po objavi pisma Andrijane Starina Kosem so se sestale štiri opozicijske stranke in zahtevale sestanek s predsednikom vlade. Sestanka ni bilo. Odgovorni urednik *Mladine* in predsednik društva novinarjev Grega Repovž je v pogovoru za *TV Slovenija* opozoril, da v javnosti ni bilo slišati mnenja predsednika uprave Pivovarne Laško, večinskega lastnika *Dela*, v katerem bi se javno opredelil do vsega, kar se je dogajalo v časopisu. »Pivovarna Laško oziroma njen predsednik ni nastopil, uprava ostaja ista in v tem trenutku je vse, kar sporočajo, da se ograjujejo od Janše. To ni dovolj, ograditi bi se morali od preteklih metod. To pa lahko storijo edino tako, da se odpovejo vsem ljudem, ki so to delali.«<sup>72</sup> Takratni predsednik uprave *Dela*, d. d., Danilo Slivnik (odstopil je nekaj mesecev pozneje, oktobra 2007) je navedbe iz pisma Andrijane Starina Kosem takole javno komentiral: »Pismo sicer ne govori neposredno o tem, da bi vlada mene poskušala zamenjati, ker za to kljub vsemu nima neposrednih razlogov. Govori pa pismo o nekih pritiskih. Jaz mislim, da seveda ti pritiski obstajajo, obstajajo tudi na različnih ravneh. So odraz nekega časa, nekega obdobja, tudi najbrž nekega

<sup>71</sup> Pismo smo povzeli iz *Mladine*, 16. 6. 2007 (str. 21).

<sup>72</sup> *TV Slovenija 1*, Odmevi, 13. 6. 2007.

obdobja razčiščevanja razmer znotraj vladajoče stranke. Spomnimo se, da v bistvu ti trenutki v vseh strankah nastopijo. Tako da je to pismo prav gotovo treba vzeti kot en tak prispevek, da se te stvari v stranki najbrž razčistijo, razjasnijo, kot en normalen prispevek k razjasnjevanju.«<sup>73</sup>

Novi nadzorni svet Dela, d. d., pod vodstvom Andrijane Starina Kosem, je končal lastninjenje časopisne hiše Delo tako, da je delnice podjetja umaknil z borze, imenoval novega urednika časopisa in novega predsednika uprave. Stvari, o katerih je Andrijana Starina Kosem pisala v svojem pismu, niso dobile epiloga.

#### MANDARINI KOMUNIKACIJE

»Malo tem je obdelanih tako izčrpno in hkrati tako pogosto razočarajoče kot odnosi med mediji in oblastjo. Kje? Kdo? Kako? Zakaj? Teh vprašanj, ki bi morala strukturirati vsako informacijo, očitno nikoli ne zastavljajo, ko gre za to, da bi informirali ... o informaciji.«<sup>74</sup> Ko je bila sedanja oblast v opoziciji, je del svojega političnega programa utemeljevala s tezo, da so slovenski mediji nepluralni, pristranski, pod vplivom vladajoče levosredinske politike, torej nedemokratični in potrebni korenitih sprememb. Z njenim prihodom na oblast se je začel »pohod« na medije; najprej s spremembo medijske zakonodaje, potem pa s spreminjanjem sestave nadzornih svetov in menjavo vodilnih ljudi v medijih, v katerih je imela država neposredno in posredno lastniške deleže. Zakon o RTV Slovenija je leta 2005 uvedel novo imenovanje članov programskega in nadzornega sveta, kar je politiki povečalo vpliv nad javnim servisom. Spremembe zakona o medijih leta 2006 so prinesle nova določila o pravicah do odgovora in popravka, ki omogočajo grobe posege v uredniško avtonomijo, in nova določila o pluralizaciji medijskega prostora, s katerimi država preko sicer na videz neodvisne komisije pri ministrstvu za kulturo deli proračunska sredstva izdajateljem medijev za izbrane programske vsebine. Kljub temu da je nova oblast opravičevala posege v medijski prostor z razlagami, da si prizadeva za večjo demokratizacijo medijev, so posledice teh sprememb v praksi prinesle manj medijske svobode in več političnega vmešavanja.

Od spremembe oblasti spremlja prerazporejanje z državo povezanih lastniških deležev v medijih vmešavanje v uredniško politiko. Čeprav so novi direktorji in uredniki slovenskih

<sup>73</sup> POP TV, 24 ur, 17. 6. 2007.

<sup>74</sup> Serge Halimi. 2003. *Novi psi čuwaji*. Ljubljana, Maska/Mirovni inštitut, str. 18.

medijev zanikali, da se izvajajo pritiski na urednike in novinarje (vse odločitve naj bi bile »legitimne uredniške ali pa poslovne«), je pismo nekdanje vplivne funkcionarke v vladi in vladajoči stranki razkrilo, da se v praksi uporabljajo različne »tehnike obvladovanja medijev«. Kadrovske cunami<sup>75</sup> je iz več osrednjih splošnoinformativnih medijev »odnesel« skoraj vse ključne ljudi – na nadzornih in tudi poslovnih in uredniških položajih<sup>76</sup>. Kadrovske spremembe spremljajo formalni in neformalni posegi v uredniško in novinarsko avtonomijo. Lastniki preko uprav spreminjajo statute medijskih hiš tako, da ima urednik čedalje manjšo pristojnost, pristojnost uprave pa se razrašča. Mnenja uredništva pri imenovanju in razreševanju urednikov se ne upošteva, spreminjajo se temeljne programske zasnove medijev in ne spoštuje se pravica novinarjev do ugovora vesti. Zakon o medijih določa, da se »novinarju ne sme odpovedati delovnega razmerja ali prekiniti sklenjene pogodbe z njim, zmanjšati plače, spremeniti statusa v uredništvu ali kako drugače poslabšati njegovega položaja zaradi izražanja mnenj in stališč, ki so v skladu s programsko zasnovo ter s profesionalnimi pravili, merili in standardi« (ZMed-A, 21. člen, 2. odstavek)<sup>77</sup>. Kljub temu da je medijska zakonodaja poskrbela za številne »varovalke«, s katerimi naj bi zagotavljala avtonomijo medijev, pa je večina teh zakonskih določb ostala mrtva črka na papirju. Zahteva po predhodni pridobitvi mnenja uredništva pred imenovanjem ali razrešitvijo urednika se uresničuje samo formalno, s čem izdajatelj zadostijo določilom zakona. Uprave so v številnih primerih imenoval urednike ne glede na to, da je uredništvo

75 Februarja 2005 je opozicijski poslanec LDS Slavko Gaber poslal v obtok besedno zvezo »kadrovske cunami«.

76 Pregled kadrovske spremembe v slovenskih dnevnikih časopisih med letoma 1990 in 2006 je pripravila Neva Nahtigal, *Medijska preža*, maj 2006, »Kadrovske spremembe v medijih«.

77 V obrazložitvah predlaganih sprememb zakona leta 2001 je zakonodajalec zapisal, da »povečujejo stopnjo programske avtonomije«. »Predlagana rešitev bi predstavljala močnejše varstvo zlasti novinarjev z daljšim stažem pred spremembami programske zasnove, ki bi jim onemogočala nadaljnje novinarsko delo v skladu z osebnimi, strokovnimi, političnimi in drugimi opredelitvami. Vključenost programske zasnove v pogodbo o zaposlitvi bi namreč pomenila, da novinarjeva neprimernost in nepravilnost, pisati v skladu s pozneje spremenjeno programsko zasnovo, ne bi mogla predstavljati krivdnega razloga za odpoved službe ali za drugačno poslabšanje njegovega delovnopравnega položaja. V takem primeru bi bilo mogoče pričakovati novinarjevo odpoved delovnega razmerja, vendar pod posebnimi pogoji, ki bi morali biti v korist novinarja določeni v panožni kolektivni pogodbi.« *Poročevalec Državnega zbora*, Obrazložive spremembe v besedilu členov, Ljubljana, 16. 3. 2001, letnik 27, št. 19, str. 19. Leta 2006 sprejeti zakon o medijih ne posega v že zagotovljene pravice novinarjev. (ZMed-A, *Uradni list*, RS št. 110/26. 10. 2006, str. 11329.

zavrnilo predlaganega kandidata, in ne glede na to, ali so bili argumenti uredništva utemeljeni<sup>78</sup>.

Aprila 2007 so na okrogli mizi »Tehnologije obvladovanja medijev v Sloveniji«, ki so jo organizirali Mirovni inštitut, društvo in sindikat novinarjev, posamezni novinarji in nekdanja (odstavljena) direktorica *Primorskih novic*, javno spregovorili o tem, kako lastniki brez pozitivnega mnenja uredništev nastavljajo urednike in vplivajo na uredniško politiko ter pritiskajo na tiste novinarje, ki kritično obravnavajo nekatere teme in nekatere politike<sup>79</sup>. Na opozorila novinarjev, da trpijo omejevanje avtonomije, politične pritiske, poslabšanje delovnih razmer in nedovoljene posege urednikov v njihova besedila, se je v slovenskih medijih razvila ostra razprava. Boris Vežjak, ki na svojem medijskem blogu<sup>80</sup> »informira o ... informacijah«, je poskuse racionalizacije in zanikanja pritiskov na medije razdelil v tri skupine. Če izvzamemo vladajoče politike, ki vseskozi zatrjujejo, da vmešavanja v medije ni, potem imamo prvo skupino, ki jo sestavljajo »politično-medijski upravitelji, ki so sprožili procese nepluralnosti in neuravnoteženja medijev«. To so uredniki in predsedniki uprav največjih slovenskih medijev, ki »domnevne pritiske in vmešavanje« racionalizirajo kot legitimne uredniške in poslovne odločitve. Drugo skupino, »politično-ideološko«, sestavljajo kolumnisti in strokovnjaki, ki »zasedajo pomembne položaje v medijih in delujejo kot mnenjski voditelji«. Njihova naloga je, da v javnih razpravah uporabljajo strokovne argumente, s katerimi relativizirajo podrejanje medijev. Pomembno je, da ta skupina nenehno »kroži« po »različnih« medijih in si izmenjuje vloge – strokovnjak postane kolumnist, predsednik uprave novinar, urednik politični analitik. »Uniformirane ideje in identični tolmači. Novinarji ali ›intelektualci‹ /.../, ne moremo se jim izogniti, ker so povsod. Med njimi veljajo tajni sporazumi. Srečujejo se, se obiskujejo, se cenijo, drug drugemu razlagajo in se drug z drugim strinjajo skoraj

<sup>78</sup> Februarja 2006 je predsednik uprave Dela, d. d., Danilo Slivnik predlagal za novega urednika Petra Jančiča. Aktiv novinarjev je zavrnil predlog (17 glasov za in 115 proti imenovanju). Aktiv novinarjev Dela je zapisal: »Nova uprava in novi nadzorni svet Dela tako nadaljujeta serijo nespoštovanja mnenj novinarskega kolektiva, v tem primeru sta nastopila celo proti plebiscitarni volji uredništva.« Nadzorni svet je dal soglasje za imenovanje novega urednika, ki je marca 2006 prevzel funkcijo. Junija 2007 je Jančič nepreklicno odstopil. Konec junija 2007 se je predstavil novi kandidat Janez Markeš. Aktiv novinarjev je zavrnil kandidata z nekoliko manjšim številom glasov proti. Markeš je prevzel funkcijo odgovornega urednika časopisa *Delo* avgusta 2007.

<sup>79</sup> Na spletni strani *Index prohibitorum* <<http://www.indexprohibitorum.si>> so objavljene članki in pisma bralcev, ki so jih slovenski mediji zavrnil brez tehtnega razloga.

<sup>80</sup> Medijski watch dog, blog za spremljanje intervencij v slovenske medije, <<http://medijski.bog.siol.net>>.

o vsem. /.../ Vsak je tako po svoje delodajalec drugemu. Vsi pa se brez napora držijo znotraj ozkega obsega ›krožka razuma‹<sup>81</sup>. Tretjo skupino pa sestavljajo »nazorsko-ideološki« kolumnisti, ki v imenu (neo)liberalizma označujejo novinarski upor za »pravično kazen za neurejene lastniške razmere, predvsem skozi lastništvo države in s tem politike v medijih«<sup>82</sup>. Skupina teh avtorjev, predvsem ekonomistov, ki redno objavljajo svoje kolumne v časopisu *Finance*, meni, da so zahteve novinarjev politično motivirane, posledica njihovega neprofesionalizma, oziroma, kot je dejal Danilo Slivnik, takrat predsednik uprave Dela, »historičnega levičarstva«. Po mnenju ekonomista Mića Mrkaića, kolumnista *Financ* in nekdanjega predsednika vladnega strateškega sveta za gospodarski razvoj, sedanja oblast lahko uredi razmere v medijih samo s silo. Mrkaić je povedal: »Janša je nedosleden tudi v odnosu do *Mladine*, tovarne levičarske propagande. Kolikor vem, je dosegel, da skoraj nihče več ne oglašuje v *Mladini*, noče pa je do konca uničiti, kar je seveda velika napaka. Sovražnika je treba pokončati, ranjena zver je namreč najnevarnejša. Janša bi moral ravnati v skladu z maksimo, /.../ da je treba nasprotnika pokončati s kroglo v možgane, sicer se te bo lotil z dvojno vnemo, in *Mladina* se Janše loteva z dvojno vnemo, levičarji ne poznajo milosti in razumejo zgolj jezik sile«<sup>83</sup>.

Peščica »informacijskih oligarhov« določa, kakšna bo razprava o javnih vprašanjih. Oni izbirajo teme, polemizirajo med seboj, ponujajo »rešitve«, dajejo nasvete politikom in državljanom, »kolonizirajo« prostor javne razprave in imajo monopol nad medijskim izražanjem. Pri tem pa večino novinarjev in zaposlenih v medijskih hišah pešte slabi delovni pogoji, nizke plače in neredna izplačila za honorarno delo ter različni pritiski različnih politikov, vplivnih posameznikov, lastnikov, oglaševalcev, uprav in urednikov. Novodobna cenzura deluje v različnih oblikah in tehnikah omejevanja avtonomije novinarskega dela, ki so:

- *nastavljanje lojalnih uprav in urednikov* (Vlada kot stoodstotna lastnica *Slovenske tiskovne agencije (STA)* je maja 2007 imenovala na položaj vršilke dolžnosti direktorja Alenko Paulin, nekdanjo svetovalko za odnose z javnostmi v kabinetu predsednika vlade; na položaj direktorice *Primorskih novic* so lastniki decembra 2006 imenovali predstavnico za stike z javnostmi v državnem podjetju Luka Koper.)

81 Serge Halimi, *prav tam*, str. 92–94.

82 Boris Vežjak, 2007. »Pogoji možnosti cenzure: o nekaterih značilnostih in argumentih prevzema slovenskih medijev«, *Dialogi*, 43(7–8), str. 124–125.

83 Mičo Mrkaić, *To so bile svete krave*, Ljubljana, Pasadena, 2007 (str. 280–281).

- *odpoklic dopisnikov*, katerih pisanje visoki vladni uslužbenci označijo za neprimerno (*Delo* je leta 2007 odpoklicalo dva svoja dopisnika – Matijo Graha z Dunaja in Roka Kajzerja iz Zagreba, delo dopisnice na Bližnjem vzhodu Barbare Šurk pa je bilo ocenjeno slabo. S poročanjem Graha in Kajzerja naj bi bil nezadovoljen minister za zunanje zadeve, v tistem času redni kolumnist *Dela*.)
- *premeščanje na drugo delovno mesto ali zniževanje plače* (Dolgoletna zunanjepolitična komentatorka *Dela* Saša Vidmajer je bila zaradi kritičnega pisanja tarča osebne kritike zunanjega ministra. Njenih komentarjev o slovenski zunanji politiki v *Delu* skoraj ne objavljajo več. Nekateri novinarji svojo prisilno premestitev izpodbijajo na sodišču.)
- *odpuščanje honorarnih sodelavcev* (Na *Primorskih novicah* niso podaljšali pogodbe številnim honorarnim sodelavcem zaradi pomanjkanja denarja, na *RTV Slovenija* pa so številni honorarni sodelavci pod stalnim pritiskom zaradi strahu, da jim ne bodo podaljšali pogodbe.)
- *neobjavljanje naročenih prispevkov*, posebno tistih o notranji in zunanji politiki (Novinar *Večera* Blaž Zgaga je v odprtem pismu opozoril domačo in tujo javnost, da mediji ne objavljajo prispevkov, kritičnih do sedanje vlade. *Večer* ni objavil njegovega prispevka o varnostnoobveščevalni agenciji; na *Večeru* so si novinarji omislili tako imenovani »bunker«, omaro, v kateri hranijo neobjavljene članke.)
- *filtriranje informacij skozi osrednjo tiskovno agencijo* (V. d. direktorja *STA* Alenka Paulin je osebno zahtevala, da se nekateri prispevki objavijo oziroma umaknejo.)
- *zloraba pravice do popravka in pravice do odgovora* (Nekdanji predsednik vlade je z uporabo členov zakona o pravici do odgovora in popravka dosegel, da so v reviji *Mag* namesto urednikovega uvodnika objavili njegov popravek, in na mestu, kjer bi moral biti dvostranski novinarski prispevek, njegov odgovor. *Dnevnik* pa izsiljujejo s pravico do popravka politiki in vplivni posamezniki s svojimi službami za stike z javnostjo – na zastavljena novinarska vprašanja ne odgovarjajo, po objavi prispevka pa zahtevajo popravek.)
- *postavljanje pogojev pred dajanjem izjave ali nastopom v mediju* z izbiro sogovornikov ali vprašanj (Politiki pozicije se v pogovoru nočejo soočiti s predstavniki opozicije, ampak zahtevajo ločene intervjuje.)
- *preusmerjanje oglaševalskega denarja* (Discipliniranje kritičnih in nagrajevanje prijaznih medijev z odtegotvanjem oziroma razdeljevanjem oglaševalskega denarja podjetij v državni lasti.)

Cilj vseh teh mehanizmov je disciplinirati novinarje, ustvarjati ubogljive medije, v katerih bodo novinarji opravljali storitveno dejavnost po meri in željah političnih in gospodarskih elit. Oktobra 2007 je na pobudo novinarja *Večera* Blaža Zgaga in novinarja RTV *Slovenija* Mateja Šurca več kot 570 slovenskih novinarjev podpisalo peticijo proti cenzuri in političnim pritiskom v medijih in o tem obvestilo mednarodno javnost<sup>84</sup>.

#### MEDIJI KOT »NACIONALNI INTERES«

Lastništvo v medijih je posebnega »nacionalnega interesa«. To je teza, ki jo Slovenija pozna že od osemdesetih let. Očitno pa je, da v tej tezi ni zamisli o varovanju pluralnosti majhnega medijskega trga, temveč želja po netransparentnem pridobivanju lastniških deležev v medijskih podjetjih. »Politično povezana« podjetja so med procesom privatizacije brez javnih razpisov kupovala in prodajala deleže v medijih v skladu s političnimi interesi ljudi, ki so ta podjetja upravljali. »Oligarhizacija« slovenskega gospodarstva (mediji so del tega procesa), ki deli in povečuje ekonomsko in politično moč majhnemu številu vplivnih posameznikov in podjetij, ki jih upravljajo, se krepi. Zadnje dejanje privatizacije, menedžerski odkup podjetij, ki so bila nekoč v družbeni lasti, se bo odigralo netransparentno prek podjetij, ki nimajo ne zaposlenih in ne kapitala, temveč le naslov na poštnem nabiralniku. Tako so kupci največjih slovenskih podjetij, katerih tržna vrednost znaša milijone evrov, neznana podjetja le z nekaj tisoč evri kapitala. Podobno se dogaja tudi z lastništvom v medijih. Politični paralelizem v Sloveniji je tesno povezan z močno tradicijo političnega klientelizma. Medijski lastniki, kot del politične elite, uporabljajo svojo lastnino kot močno pogajalsko sredstvo – v odnosu do države in njenih institucij ali pa drugih pripadnikov elite<sup>85</sup>.

Vprašanje, na katero ne moremo dati enopomenskega odgovora, je, kakšne so posledice političnega povezovanja v podjetjih oziroma koliko dodane vrednosti prinašajo politične zveze podjetjem.

V raziskavi ki jo je na vzorcu 20.202 podjetij, ki kotirajo na borzah v 47 državah (Slovenije ni med njimi) opravila Mara Faccio, sestavljajo »politično povezana podjetja« 7,72 odstotka svetovne borzne kapitalizacije in so v 35 od 47

84 Glej <<http://www.peticijazopercenzuro.com>>.

85 Daniel Hallin in Paolo Mancini, *prav tam*, str. 58.

analiziranih držav<sup>86</sup>. V Rusiji povezana podjetja sestavljajo 86,75 odstotka tržne kapitalizacije. Avtorica imenuje politično povezana podjetja tista, pri katerih je politik pomemben delničar podjetja ali pa vodilna upravljalska oseba (poslanec, minister, predsednik vlade, predsednik države ali pa oseba, tesno povezana z vodilnimi političnimi strukturami v neki državi). Med politično povezana podjetja pa ne uvršča tistih, ki prispevajo za volilne kampanje posameznih politikov, in tudi tistih ne, ki so v državni lasti (razen če poslanec ali minister sedi v njegovem upravnem/nadzornem odboru ali pa je njegov pomembni delničar)<sup>87</sup>.

V omenjeni raziskavi so bile ugotovljene povezave med svobodo izražanja (medijev) in stopnjo političnih zvez. V državah, kjer je razvita korupcija, se lahko zgodi, da tudi politične zveze ne zadostujejo več. V takšnih razmerah se lastniki pomembnih podjetij, ki hočejo pritiskati na državo, odločijo, da sami postanejo politiki. Za našo raziskavo je pomembna ugotovitev, da je v državah, kjer so tuja vlaganja omejena (med letoma 1994 in 2001 je medijski zakon omejeval delež tujih lastnikov v medijih v Sloveniji na 33 odstotkov), več možnosti za nastajanje politično povezanih podjetij<sup>88</sup>. V Sloveniji so zveze ali »prekrivanje« politike in gospodarstva zelo močni, kljub temu da aktivni politiki nimajo lastniških deležev v posamezni podjetjih ali pa ne sedijo v upravnih oziroma nadzornih odborih. Model privatizacije, ki ga je vpeljala Slovenija, je zaradi netransparentnosti in politično vodenega »prekupčevanja« z delnicami nekdanj družbenih podjetij pripeljal do tega, da so postali novi lastniki večinoma tisti, ki so ta podjetja vodili med privatizacijo. To pa dokazuje, da je politika vodila gospodarstvo, in obratno, da je gospodarstvo pogostokrat določalo, kakšne odločitve naj sprejme politika. Teza o »nacionalnem interesu«, ki so jo podpirali tako gospodarstveniki kakor tudi politiki, ni temeljila na delovanju v interesu javnega dobra (kljub populistični retoriki njenih zagovornikov), ampak predvsem na delovanju v interesu majhnega števila posameznikov. Tezo o slovenskih medijih v slovenski lasti zagovarja tudi Danilo Slivnik. V pogovoru za POP TV, komercialno televizijo v lasti ameriškega kapitala, je povedal: »V Sloveniji mediji morajo biti profesionalni, sredinsko usmerjeni. Predvsem pa mislim, da morajo biti v slovenski lasti. Jaz sem proti temu, da se bodisi *Delo* bodisi *Večer* proda tujcem,

86 Mara Faccio, 2006. »Politically Connected Firms«, *The American Economic Review*, marec, 96(1): 369–386.

87 Faccio, *prav tam*, str. 372.

88 Faccio, *prav tam*, str. 379–380.



ker konec koncev mediji niso samo sredstvo informiranja. Mediji so tisti, ki konstituirajo državo, konstituirajo narod, ki konstituirajo konec koncev tako enotnost ali pa recimo enoto, kot je del EU. Mi ne moremo biti v EU brez tega, da bi imeli svojih medijev«<sup>89</sup>. Tezo o tem, da »mediji niso samo sredstvo informiranja«, pa je Danilo Slivnik kot predsednik uprave največje slovenske medijske hiše v članku za »svoj časopis« *Delo*<sup>90</sup> postavil v popolnoma drugačen kontekst. »Ker cena in plačljivost spreminjata časopise (in medije nasploh) v navadno tržno blago, je treba na razprave o domnevni odvisnosti in neodvisnosti slovenskega novinarstva gledati z velikim pridržkom /.../ Zakaj pri nas prevladuje miselnost, da se lahko v medijske in časopisne zadeve vsak vmešava in da so informacijski izdelki brezvredno blago, je najbrž več razlogov. Najprej se zdi, da so medijske hiše po nekakšni zgodovinski logiki last vseh in da je pravica do obveščnosti politična obveza. Vendar ni nič bolj zavajajočega, kot je domnevna »pravica vedeti«<sup>91</sup>.

#### TUJI LASTNIKI V SLOVENSKIH MEDIJIH

V Sloveniji se število tujih lastnikov v tiskanih medijih zelo razlikuje od števila tujih lastnikov v radiodifuznih medijih. Tri komercialne televizijske postaje, katerih gledanost presega gledanost dveh televizijskih programov javne televizije TV Slovenija, so v lasti tujih korporacij. TV3 je v lasti švedske Modern Times Group MTG AB, POP TV in Kanal A pa sta v lasti ameriške korporacije CME. Družabniki, ki so ustanovili TV3 (med njimi so po kapitalskih vložkih izstopali mariborska in koprška škofija, Gospodarski forum pri stranki SKD ter Krekova banka in Krekova družba), so dobili frekvence za oddajanje programa, v katerem bodo »posredovali vrednote, ki gradijo človeka kot posameznika in kot člana skupnosti v odgovorno in pozitivno naravnano osebnost« (*Družina*, 17. 12. 1995). Švedski lastnik je leta 2006 kupil televizijsko postajo, ki je po desetih letih oddajanja in številnih finančnih krizah popolnoma spremenila programsko zasnovo v primerjavi s tisto, za katero so ustanovitelji dobili frekvenco. Kanal A je bil ustanovljen leta 1990 na pobudo MK SZDL Ljubljana, MK ZSMS Ljubljana, RK ZSMS in Skupščine mesta Ljubljana, POP TV pa je nastal kot blagovna znamka programa, ki ga je ustvarjala produkcijska

89 POP TV, 24 ur, 17. 6. 2007.

90 Danilo Slivnik je bil некоč novinar *Dela* in kot zaposleni tudi udeležen pri njegovi privatizaciji.

91 Danilo Slivnik, »Na drugi strani je sonce«. *Delo*, Sobotna priloga, 21. 4. 2007, str. 32.

hiša ProPlus v večinski lasti ameriške korporacije CME. Program POP TV sta tako po posebnem partnerskem sporazumu predvajali dve televiziji, ki sta dobili frekvence za ustvarjanje svojega lastnega programa<sup>92</sup>. Kanal A je zamenjal kar nekaj lastnikov, preden ga je leta 2001 kupila družba CME, ki je hkrati lastnica programa POP TV.

Na radijskem področju ni tujega lastništva. Devetnajst lokalnih in regionalnih postaj, ki so delovale pred letom 1990, so se privatizirale po znanem modelu. Lastništvo v teh postajah kupujejo lokalne oblasti ali pa komercialne postaje, ki plačujejo visoko ceno za dobljene frekvence. Slovenska država namreč ni nikoli razpisala koncesije za oddajanje nacionalnih komercialnih radijskih programov. Zato so lahko izdajatelji prišli do radijskega signala za vso Slovenijo le z nakupovanjem manjših postaj in oblikovanjem lastniških in programskih mrež. Dve veliki mreži tako nadzorujeta skoraj eno tretjino vseh delujočih radijskih postaj.

Med tiskanimi mediji ima švedska skupina Bonnier Business Press v lasti dnevnik *Finance* (do 15. 2. 2000 so izhajale trikrat na teden), avstrijski Leykam izdaja brezplačni tednik *Dobro jutro* (ima tudi 7-odstotni delež v časopisu *Večer*), Styria Medien AG pa razen četrtninskega deleža v časopisu *Dnevnik* izdaja brezplačni tednik *Žurnal* in od oktobra 2007 brezplačni dnevnik *Žurnal 24*. Belgijska založniška hiša Roularta Media Group je večinska lastnica brezplačnika *City Magazine*. V Sloveniji izhaja vsak dan osem splošnoinformativnih časopisov: *Delo*, *Direkt*, *Dnevnik*, *Finance*, *Primorske novice*, *Slovenske novice*, *Večer* in *Žurnal 24*. *Delo*, *Slovenske novice* in *Večer* imajo istega lastnika, *Direkt*, *Dnevnik* in *Žurnal 24* so lastniško povezani, *Dnevnik* pa ima tudi 12-odstotni delež v *Primorskih novicah*. Če pri tem upoštevamo še lastniško povezanost med distribucijo in oglaševalskimi agencijami in da so med velikimi oglaševalci podjetja v lasti slovenske države, potem lahko rečemo, da je oglaševalski denar oziroma njegovo razdeljevanje časopisom postalo zelo močno in vplivno sredstvo.

<sup>92</sup> Partnership Agreement among CME BU, MMTVI, d. o. o., Ljubljana and Tele 59, d. o. o., Maribor forming Produkcija Plus, d. o. o. (the »Slovenian Partnership Agreement«).

## OGLAŠEVANJE

Na sledove politično narekovanega usmerjanja oglasov državnih in paradržavnih podjetij v nekatere medije v Sloveniji ali odtegotanja teh oglasov nekaterim medijem nalletimo v vseh obdobjih postsocialistične Slovenije. Mreže ekonomskih in političnih povezav, značilne za razlage in razumevanje medijskega lastništva v Sloveniji, so prepoznavne tudi v oglaševanju, učinke pa najbolj občutijo v splošoinformativnih tiskanih medijih. Delovanje in razdiranje mrež je postalo najbolj nazorno po spremembi oblasti leta 2004, ko so se utečeni tokovi denarja zelo spremenili v oglaševalskih poslih, povezanih z državnimi in paradržavnimi podjetji. Nekatere samoumevne akterje, kot na primer Agencijo 41, ki je vrsto let skrbela za oglase Mobitela, podjetja, ki je posredno v lasti države in je med največjimi oglaševalci v Sloveniji, so po spremembi vodilnih kadrov na Mobitelu in po prihodu nove oblasti odslovili, tako da je popolnoma izginila z oglaševalskega zemljevida<sup>1</sup>.

Hkrati se je na prizorišču oglaševalskih poslov pojavil nov medijski zakupnik, ki je v letu poslovanja pridobil za naročnike skoraj vsa velika državna in paradržavna podjetja ter takoj ustvaril promet, ki je dosegal skoraj tretjino vrednosti prometa največjega medijskega zakupnika.

Zoran Trojar, ki je v zadnjih desetih letih imel priložnost, da je spoznal tokove oglaševalskega denarja v Sloveniji, saj je bil konec devetdesetih let direktor *Mladine*, nato direktor oglasnega oddelka Dela, potem direktor Agencije 41, zdaj pa vodi podjetje za oglaševanje na internetu<sup>2</sup>, je povedal, da so »konsolidatorji oglaševalskega denarja« na slovenskem trgu brez dvoma politično bolj ali manj obarvani in da vplivajo na razporejanje tega denarja tudi politični interesi (Trojar je ob tem omenil še interese po kovanju ekstra dobičkov)<sup>3</sup>.

Po navedbah predstavnikov časopisne hiše Dnevnik<sup>4</sup> so državna in paradržavna podjetja leta 2007 prenehala oglaševati v *Dnevniku*, po velikosti drugem splošoinformativnem časopisu v Sloveniji, ne glede na daljše obdobje rasti njegove naklade in ne glede na hkratni padec naklade

1 V času pisanja tega poročila avgusta 2007 spletni iskalnik ni več našel spletne strani Agencije 41. Tudi revija *Marketing magazin*, natisnjena januarja 2007, ki je postregla z izčrpnimi podatki o vrednostih oglaševanja v letu 2006, ni več zajemala podatkov o poslovanju Agencije 41. V letu 2004, pred spremembo oblasti, je Agencija 41 ustvarila 786.758.472 tolarjev prihodka, tj. skoraj 3,3 milijona evrov, in zasedla 14. mesto po višini prihodkov med vsemi oglaševalskimi agencijami v Sloveniji.

2 Trojar je partner in direktor podjetja za digitalni marketing Sonce.net, ki je za časopisno družbo delo izdelalo »kreativno zasnovano, oblikovanje in tehnično izvedbo« spletnega portala *Delo.si*. Trojar je tudi predsednik Slovenskega združenja medijev v okviru Slovenske oglaševalske zbornice (soz) in član upravnega odbora soz.

3 Zoran Trojar, »Oglaševalci kot kolateralna žrtev«, *Delo*, 2. 7. 2007, str. 21.

4 Miran Lesjak, odgovorni urednik *Dnevnika* v oddaji Omizje *TV Slovenija*, 30. 5. 2007, in Nives Roš, direktorica oglasnega trženja v časopisni hiši aDnevnik v pogovoru z nami, 5. 7. 2007.

konkurenčnega časnika *Delo*, ki pa nima težav s temi oglaševalci. Letno vrednost oglaševalskih prihodkov, ki so jih tako izgubili, ocenjujejo pri časopisni hiši Dnevnik na milijon evrov. Podatki Mediane IBO za prvo polletje 2007 sicer kažejo, da je nekaj oglasov državnih in paradržavnih podjetij v *Dnevniku* v tem obdobju bilo objavljenih<sup>5</sup>, vendar to bistveno ne zmanjša tehtnosti sporočila *Dnevnika*, da se jih z odtegotvanjem oglasov poskuša kaznovati zaradi politične usmerjenosti, nasprotne vladajoči politiki.

Peter Frankl, direktor in urednik dnevnika *Finance*, ki je v celoti v tuji lasti, je povedal, da je »policaj«, ki je pazil, kam gredo večje vsote oglaševalskega denarja državnih in paradržavnih podjetij v Sloveniji, deloval pod prejšnjo oblastjo in deluje tudi zdaj, da pa seveda gre zdaj za drugo podjetje in druge posameznike. »Nova oblast, nova agencija,« je dejal in se hkrati vprašal, ali niso mediji, ki so jim zdaj politično odtegnili oglase, prej imeli tolikšno količino teh oglasov, da je tržno ne bi bilo mogoče utemeljiti. Za Frankla je ključno sporočilo, da je *Dnevniku* uspelo nadomestiti milijon evrov izgubljenega denarja od oglasov državnih in paradržavnih podjetij, ker je v zadnjih letih razvil prodajni oddelek in nabral oglase podjetij, na katere politika nima vpliva.

Praksi umika oglasov državnih podjetij in ustanov iz medijev, kritičnih do oblasti, pravijo strokovnjaki tudi indirektna, finančna ali ekonomska cenzura. Z njo, kot simptomom pomanjkanja demokratičnih standardov, se srečujejo v različnih državah. Ponekod ima njena uporaba tudi sodni epilog<sup>6</sup>.

#### VREDNOST OGLAŠEVANJA IN VPLIV DRŽAVE

Celotna bruto vrednost oglaševanja v Sloveniji je leta 2006 po izračunih Mediane IBO znašala 376,9 milijona evrov<sup>7</sup>, kar je več kot en odstotek bruto družbenega prihodka. Delež, ki odpade na oglaševanje v medijih, je leta 2006 znašal 164,6 milijona evrov<sup>8</sup>.

Podatki za prvih šest mesecev v letu 2007 pa kažejo, da se je ta vrednost še povečala, tako da je bruto znesek celotnega

5 Podatek nam je sporočil Jure Premru, Mediana IBO, 28. 8. 2007.

6 Pravni strokovnjaki pri Justice Initiative, ki deluje v okviru Open Society Institute, se zadnjih nekaj let ukvarjajo s primeri finančne cenzure v medijih v Argentini. Vzorčni primer je rzsodba Vrhovnega sodišča v Argentini v začetku septembra 2007. Sodišče je ugotovilo, da je umik oglasov pokrajinske vlade Neuquen iz kritičnega časopisa *Rio Negro* posredno cenzura, in vladi naložilo nediskriminatorsko razporejanje oglaševalskega denarja. Glej <[http://www.justiceinitiative.org/db/resource2?res\\_id=103846](http://www.justiceinitiative.org/db/resource2?res_id=103846)> (dostop 11. 9. 2007).

7 *Marketing magazin*, januar 2007, št. 309, str. 19. Vsota vključuje vrednost oglaševanja v tisku, na televiziji, radiu, v medijih na prostem, kinematografih in na internetu.

8 Podatek navaja *Marketing magazin*, januar 2007, št. 309, str. 17, in pojasnjuje, da gre za podatke, »zbrane neposredno od posameznih medijev« in ocene MM.

oglaševanja v tem obdobju znašal nekaj več kot 206 milijonov evrov<sup>9</sup>. Izračuni bruto vrednosti objavljenih oglasov že nekaj let kažejo naraščanje oglaševalskega kolača v Sloveniji, čeprav poznavalci oglaševalskega trga ugotavljajo, da zlasti med letoma 2006 in 2007 realne rasti ni bilo in da napačen vtis ustvarjajo mediji, ki svoj oglasni prostor tržijo s številnimi paketi oglasov, ponovitvami in popusti<sup>10</sup>.

Natančneje smo pogledali, kako lahko država posega v oglaševalsko dejavnost, ki je ena ključnih na medijskem trgu. Odgovor smo poiskali v podatkih o vrednosti oglaševanja izbranih podjetij v izbranih medijih in podrobneje pregledali primere večjega umika ali pridobivanja oglasov z državo povezanih podjetij v nekaterih medijih v preteklosti in zlasti v zadnjih letih. Osredotočili smo se na splošnoinformativne tiskane medije, podatke pa iskali pri organizacijah, ki opravljajo medijske raziskave v Sloveniji, in pri samih izbranih medijih. Ker pri tedniku *Demokracija* ni bilo mogoče priti do podatkov, ker jih podjetje ni hotelo dati, agencije pa jih ne zbirajo, smo sami pregledali strukturo in količino oglasov v tem mediju, objavljenih v krajšem obdobju. Poleg podatkov o oglaševanju smo pregledali tudi podatke o nakladah in branosti ter se o vplivanju države na oglaševanje v medijih pogovarjali s predstavniki izbranih medijev.

Država vpliva na oglaševanje v medijih v Sloveniji preko oglaševalcev in zakupnikov oglasnega prostora in tudi s pomočjo objav razpisov državnih organov. Med največjimi oglaševalci v Sloveniji so telekomunikacijska podjetja, zavarovalnice, Petrol, banke in druga podjetja, ki so neposredno ali posredno, v celoti ali deloma v državni lasti. Pomemben je vpliv oglaševanja podjetja Mobitel, ki je posredno v državni lasti in je glede na vrednost oglaševanja v letu 2006 zasedalo četrto mesto med vsemi oglaševalci v Sloveniji. Kadrovska sestava na vrhu Mobitela pa je v obdobjih vlad LDS slovela po lojalnosti in povezanosti z vladajočo stranko, sedanji izvršni direktor tega podjetja pa prihaja naravnost iz največje vladne stranke SDS. Zadnja leta je vodil mestni odbor SDS v Mariboru, bil pa je tudi član vodstva te stranke na državni ravni<sup>11</sup>. Omenimo naj, da je prav očitek o povezanosti med Mobitelom in vrhom LDS bil sestavni del interpelacije o delu prejšnje vlade, ki sta jo vložili takratni (zdaj vladajoči) opozicijski stranki SDS in NSI v volilnem letu 2004<sup>12</sup>.

<sup>9</sup> Podatki Mediane IBO, objavljeni v *Financah* 1. 8. 2007, str. 18.

<sup>10</sup> *Finance*, 1. 8. 2007, str. 18, navajajo izjave Milene Fomazarič, direktorice Media Poola.

<sup>11</sup> *Dnevnikov objektiv*, 16. 7. 2007, str. 5.

<sup>12</sup> V takratni razpravi v državnem zboru je 31. 8. 2004, nekaj mesecev pred volitvami, predsednik SDS, sedanji predsednik vlade, takratni vodja opozicije Janez Janša med drugimi podjetji navedel Mobitel kot primer »vpliva politike in vlade na gospodarstvo«.

Če torej primerjamo leto 2004, ko je bila na oblasti še koalicija levosredinskih strank, z letom 2006, ko je bila na oblasti že koalicija desnosredinskih strank, in se osredotočimo na oglaševanje v dnevnikih *Delo* in *Dnevnik* ter tednikih *Mag* in *Mladina*, dobimo zanimivo sliko.

Podatke smo dobili pri Mediani IBO, ki že več let raziskuje oglaševalski trg in meri vrednost objavljenih oglasov na podlagi objavljenih cenikov teh medijev.

Podatki pokažejo, da se je oglaševanje državnih in paradržavnih podjetij v tedniku *Mladina*, ki je nazorsko bliže levosredinskemu političnemu polu in objavlja ostre kritike desnosredinske oblasti, po zamenjavi oblasti močno zmanjšalo. Največji oglaševalec med državnimi podjetji Mobitel je med letoma 2004 in 2006 kar za polovico zmanjšal oglaševanje v *Mladini*, podatki za leto 2007, ki nam jih je junija 2007 odstopila *Mladina*, pa kažejo, da je v tem letu Mobitel popolnoma prenehal oglaševati v *Mladini*<sup>13</sup>.

Nasprotno pa je začela naraščati vrednost oglasov državnih in paradržavnih podjetij v tedniku *Mag*, ki je nazorsko in politično bliže desnosredinskim politikom, ki so konec leta 2004 prevzeli oblast v državi. V letu 2006 je na primer Mobitel namenil skoraj enako vsoto tako za oglase v tedniku *Mag* kakor v *Mladini*, čeprav je bila njegova prodana naklada manjša za 5.000 izvodov (*Mag* 8.527, *Mladina* 13.575). Podatki o tem so revidirani in javno dostopni oglaševalcem in oglaševalskim agencijam.

Podobno govorijo podatki za časnik *Dnevnik*, kjer je na primer med letoma 2004 in 2006 vrednost Mobitelovih oglasov padla skoraj za četrtino, podatki za prvo polovico leta 2007, pridobljeni v začetku julija 2007 pri časopisnem podjetju *Dnevnik*, pa kažejo, da je tako kot *Mladini* tudi njim delež oglasov Mobitela in drugih državnih in paradržavnih medijev padel na ničlo<sup>14</sup>. Podatki za časnik *Dnevnik* so še posebno zanimivi zato, ker je imel *Dnevnik* edini med splošno-informativnimi dnevniki prav v tistem obdobju naraščajočo naklado. Podatki o padcu naklade *Dnevnika* v obdobju april–

Povedal je da, »če /.../ naredimo en tak >top ten< političnih kadrov v gospodarstvu, vidimo, da praktično na nobenem pomembnem mestu v gospodarstvu in na tistih mestih v upravi, ki tudi posredno in neposredno vplivajo na to, kako se stvari odvijajo tudi v gospodarstvu, ni človeka, ki ga tja ne bi nastavila vladna opcija«. (Magnetogram 50. izredne seje državnega zbora RS, 31. 8. 2004, dostopno na <<http://www.dz-rs.si>>).

<sup>13</sup> Podatki Mediane IBO o vrednostih oglaševanja v prvih šestih mesecih 2007, ki so objavljeni v začetku avgusta 2007, sicer pokažejo, da so njihovi raziskovalci, ki pregledujejo oglase v tiskanih medijih, opazili v *Mladini* nekaj oglasov, ki jih pripisujejo Mobitelu in drugim državnim in paradržavnim podjetjem.

<sup>14</sup> Podatki Mediane IBO o vrednostih oglaševanja v prvih šestih mesecih 2007, ki so objavljeni v začetku avgusta 2007, sicer pokažejo, da so njihovi raziskovalci, ki pregledujejo oglase v tiskanih medijih, opazili v *Dnevniku* nekaj oglasov, ki jih pripisujejo Mobitelu in drugim državnim in paradržavnim podjetjem.

junij 2007, so bili objavljeni avgusta 2007 in jih oglaševalci in zakupniki medijskega prostora v prvem polletju še niso poznali, da bi z njimi upravičevali umik oglasov.

Hkrati pa se vrednost oglasov državnih in paradržavnih podjetij v časniku *Delo*, ki so ga v obravnavanem obdobju

TABELA 1: BRUTO VREDNOST OGLAŠEVANJA IZBRANIH PODJETIJ V EUR (■ 2004 ■ 2006)

	MLADINA	MAG	DELO	S PRILOGAMI		DNEVNIK	DNEVNIK S PRILOGAMI
				DELO	DELO		
MOBITEL	142.175	56.292	577.664	685.635	310.167		349.143
MOBITEL	71.822	71.132	511.793	900.561	83.532		200.757
SIOL	6.330	1.628	34.793	34.793	4.559		4.559
SIOL	3.881	0	23.330	71.183	10.435		10.435
TELEKOM SLOVENIJE	26.945	2.035	70.187	179.084	37.319		42.379
TELEKOM SLOVENIJE	6.969	6.301	107.909	167.082	176.930		180.831
ADRIA AIRWAYS	0	0	27.439	30.875	6.010		6.010
ADRIA AIRWAYS	0	0	12.878	20.467	5.740		8.995
ZAVAROVALNICA TRIGLAV	19.761	0	80.609	99.036	24.212		38.505
ZAVAROVALNICA TRIGLAV	7.136	9.047	58.701	131.083	19.891		42.421
NOVA KBM	0	0	5.791	16.939	10.662		20.082
NOVA KBM	668	1.878	36.972	75.063	12.102		27.349
NOVA LJUBLJANSKA BANKA	11.199	0	85.235	117.966	28.627		44.494
NOVA LJUBLJANSKA BANKA	1.782	0	161.545	216.040	66.379		85.269



obvladovali krogi, povezani z desnosredinskimi strankami na oblasti, naklada pa mu že nekaj let pada<sup>15</sup>, ni zmanjšala. Objavljanje Petrolovih, Telekomovih in tudi Mobitelovih oglasov, če upoštevamo še priloge *Dela*, se je v *Delu* celo zelo povečalo.

	MLADINA	MAG	S PRILOGAMI		DNEVNIK	DNEVNIK S PRILOGAMI
			DELO	DELO		
PETROL	2.072	0	38.289	46.660	27.283	28.641
PETROL	0	7.136	98.683	197.079	19.241	27.962
MERCATOR	10.362	0	266.199	493.998	145.173	168.691
MERCATOR	6.510	2.212	624.810	955.041	340.804	421.807
VZAJEMNA ZAVAROVALNICA	0	0	13.946	32.975	18.735	22.315
VZAJEMNA ZAVAROVALNICA	0	0	9.582	49.257	6.695	16.080
GORENJE	628	0	18.958	56.259	2.092	14.295
GORENJE	4.674	0	2.347	22.169	2.587	18.570
PIVOVARNA LAŠKO	4.145	6.104	23.683	31.972	6.459	6.459
PIVOVARNA LAŠKO	0	4.423	0	0	0	0
PIVOVARNA UNION	6.217	0	12.894	39.940	13.125	18.400
PIVOVARNA UNION	0	7.011	0	1.329	0	814
FRUCTAL	837	0	0	13.924	0	2.983
FRUCTAL	1.294	0	0	23.811	2.587	8.158

Vir: Mediana IBO.

<sup>15</sup> Podatki o nakladi *Dela* za obdobje april–junij 2007 po daljšem obdobju kažejo dvig naklade, bili pa so objavljeni avgusta 2007.

Če primerjamo naklade izbranih medijev, dobimo naslednje podatke:

TABELA 2: NAKLADA MLADINE 2004–2007

OBDOBJE	PRODANA	NAROČNIŠKA
VII–IX 2004	14.505	5.059
VII–IX 2005	13.718	4.965
VII–IX 2006	13.575	4.882
I–III 2007	12.926	4.991
IV–VI 2007	13.211	5.004

TABELA 3: NAKLADA MAGA 2004–2007

OBDOBJE	PRODANA	NAROČNIŠKA
VII–IX 2004	8.891	3.205
VII–IX 2005	9.431	3.203
VII–IX 2006	8.527	3.224
I–III 2007	11.158 <sup>17</sup>	6.844
IV–VI 2007	11.053	6.912

TABELA 4: NAKLADA DELA 2004–2007

OBDOBJE	PRODANA	NAROČNIŠKA
VII–IX 2004	78.125	60.312
VII–IX 2005	72.680	57.566
VII–IX 2006	66.019	52.935
I–III 2007	64.469	53.581
IV–VI 2007	65.212	54.494

TABELA 5: NAKLADA DNEVNIKA 2004–2007

OBDOBJE	PRODANA	NAROČNIŠKA
VII–IX 2004	46.839	39.738
VII–IX 2005	46.811	40.211
VII–IX 2006	47.083	40.147
I–III 2007	49.030	42.031
IV–VI 2007	47.731	41.449

Vir: Spletna stran Slovenske oglaševalske zbornice o revidiranih nakladah tiskanih medijev v Sloveniji. <<http://www.soz.si>>. dostop 31. 8. 2007.

16 Razlaga za znatno povečanje števila prodanih izvodov *Maga* tiči v razmerju, ki ga je omogočila časopisna hiša Delo potem, ko je januarja 2007 prenehala izdajati tednik *Več*, naročnikom pa ponudila možnost prehoda na *Mag*, tednik, ki ga je pred tem kupila. Iz podatkov o naročniški prodaji se vidi, da se je *Magu* število naročnikov med decembrom 2006 in januarjem 2007 povečalo skoraj za 3000.

Primerjava podatkov iz Nacionalne raziskave branosti za leto 2006 in obdobje do julija 2007 pa pokaže:

TABELA 6: BRANOST DELA, DNEVNIKA, MAGA IN MLADINE

	VII-XII 2004	2006	I-VI 2007
MLADINA	110.000	74.000	77.000
MAG	47.000	44.000	51.000
DELO	241.000	203.000	198.000
DNEVNIK	161.000	162.000	151.000

Vir: Nacionalna raziskava branosti.

<<http://www.nrb.info/podatki/index.html>>, dostop 2. 8. 2007.

### Finance

Pregledali smo še podatke za dnevnik *Finance*, ki je v lasti švedske korporacije Bonnier. Zaradi tega in pa svoje tematike večinoma ni bil pod vplivom strankarske politike in državotvornih mrež. Spraševali smo se, ali se je, in koliko, v *Financah* po spremembi oblasti spremenil obseg oglaševanja podjetij, ki so v državni lasti ali pa ima v njih država prevladujoč vpliv. Razlike so opazne, vendar takšne, da nekatera z državo povezana podjetja oglašujejo v *Financah* več, druga pa manj kot med prejšnjo oblastjo.

TABELA 7: BRUTO VREDNOST OGLAŠEVANJA  
IZBRANIH PODJETIJ V FINANCAH (EUR)

	2004	2006
MOBITEL	120.817	85.617
SIOL	0	3.090
TELEKOM SLOVENIJE	33.046	68.630
ADRIA AIRWAYS	18.162	7.505
ZAVAROVALNICA TRIGLAV	33.676	40.629
NOVA KBM	46.374	57.678
NOVA LJUBLJANSKA BANKA	49.053	33.212
PETROL	16.525	15.789
MERCATOR	10.394	9.980
VZAJEMNA ZAVAROVALNICA	0	5.382
GORENJE	6.230	9.932
PIVOVARNA LAŠKO	16.592	0
PIVOVARNA UNION	10.474	0
FRUCTAL	1.263	1.836

**TABELA 8: NAKLADA FINANC 2004–2007**

OBDOBJE	PRODANA	NAROČNIŠKA
VII–IX 2004	8.078	7.766
VII–IX 2005	11.266	10.864
VII–IX 2006	12.147	11.735
I–III 2007	12.112	11.683
IV–VI 2007	12.285	11.856

Vir: Spletna stran Slovenske oglaševalske zbornice o revidiranih nakladah tiskanih medijev v Sloveniji, <<http://www.soz.si>>, dostop 31. 8. 2007).

**TABELA 9: BRANOST FINANC**

VII–XII 2004	58.000
2006	59.000
I–VI 2007	57.000

Vir: Nacionalna raziskava branosti, <<http://www.nrb.info/podatki/index.html>>, dostop 2. 8. 2007.

Direktor in urednik dnevnika *Finance* Peter Frankl je povedal, da so oglasi državnih in paradržavnih podjetij v *Financah* dobrodošli, vendar nimajo posebne veljave, saj od njih ni odvisno preživetje časopisa. Za uredniško in poslovno politiko *Financ* je dejal, da nikoli ni ustvarjala partnerstva niti razvila posebno dobrih odnosov z nobeno oblastjo. Od začetka so vlagali v razvoj poslovnega, tržnega dela podjetja, ker v nekaterih drugih splošnoinformativnih medijih teh segmentov in funkcij še dolgo po prehodu v tržno gospodarstvo niso razvijali. Tudi jim ni bilo treba, ker so uveljavljali mehanizme pridobivanja oglasov, ki niso tržno naravnani. Razmere pa se ne bodo spremenile, dokler ne bodo vsi akterji sprejeli profesionalnih načel in se začeli ravnati po njih. Med njimi je najpomembnejše tisto, ki pravi, da oglaševanje ni podpora tisku, ampak dejavnost, ki hoče ustvariti dobiček za naročnika<sup>17</sup>.

<sup>17</sup> Pogovor s Petrom Franklom, direktorjem in urednikom *Financ*, 28. 8. 2007.

## POGLED V DEVETDESETA LETA

Če pogledamo v devetdeseta leta prejšnjega stoletja, ugotovimo, da je bilo usmerjanje oglasov v medije ali odtegotovanje, povezano s političnimi elitami na oblasti, večkrat uporabljeno. To se je dogajalo splošnoinformativnim medijem s prepoznavno politično usmerjenostjo. Navajamo primer *Mladine* in *Maga*.

Primer *Mladina*

Več virov navaja primer *Mladine*, ki ji je na količino in strukturo objavljenih oglasov celo več let vplivalo pisanje leta 1996 o domnevno spornem financiranju volilne kampanje nekdanjega predsednika Republike Slovenije Milana Kučana za predsedniške volitve in takratni vlogi agencije Studio Marketing, ki je vodila Kučanovo volilno kampanjo. Ta primer je omenil nekdanji novinar *Mladine* Boris Čibej v *Medijski preži* iz zadnjega četrletja 1999 v članku *Vojno novinarstvo*, navajal pa ga je tudi omenjeni nekdanji direktor *Mladine* Zoran Trojar v članku *Oglaševalci kot kolateralna žrtev*, objavljenem v *Delu* 2. 7. 2007. Zadnji ga je omenjal tudi novinar Stanislav Kovač v *Financah*, 16. 8. 2007, v članku *Medijski hlapci oligarhov*. Kovač je bil leta 1996 avtor članka v *Mladini* o Kučanovi volilni kampanji z naslovom *Utaja davkov*. Kovač je v *Financah* avgusta 2007 zapisal, da je »*Mladina* pred leti izgubila velikega oglaševalca, ko je pisala o neplačevanju davkov predsednika države Kučana oziroma podjetja, ki mu je urejalo volilno kampanjo«, in da je kot avtor »bil deležen raznovrstnih pritiskov, ki so se stopnjevali do stopnje, da sem bil pozvan, naj se oglasim pri predsedniku države Kučanu«<sup>18</sup>.

Zoran Trojar, ki je prevzel mesto direktorja *Mladine* leta 1997, nam je primer opisal in potrdil v pogovoru 3. 8. 2007. Pomembni oglaševalci in agencije v tistih letih sistematično niso uvrščali *Mladine* v svoje oglaševalske načrte. To je bilo tudi obdobje, ko je *Mladina* na splošno poskušala odpravljati predsodke oglaševalcev in agencij pred objavami oglasov v njej, v tedniku z značilnim kritičnim in provokativnim slogom. Omenjeno blokado so poskušali odpraviti tudi s sestanki direktorja *Mladine* s posameznimi oglaševalci in agencijami, vključno s tistimi, za katere so menili, da nanje vpliva predsednik Milan Kučan.

<sup>18</sup> Stanislav Kovač, *Medijski hlapci oligarhov*, *Financa*, 16. 8. 2007, str. 11.

## Primer *Mag*

V istem obdobju se je odigrala tako imenovana časopisna vojna med *Magom* in časopisno hišo *Dnevnik*. Temeljila je na zapisih novinarjev in kolumnistov *Dnevnika* in *Nedeljskega dnevnika*, objavljenih oktobra in novembra 1998, o tem, da *Mag* zaradi finančnih težav objavlja plačane članke in nenadoma veliko oglasov podjetij, ki so »zaradi kadrovskih povezav in kombinacij veliko bliže politični interesni sferi Janeza Drnovška (takratnega predsednika vlade, op. a.) kakor pa Janeza Janše (takratnega opozicijskega politika, sedanjega predsednika vlade, op. a.)«<sup>19</sup>. Hkrati naj bi *Mag* v tistem obdobju objavljal prizanesljive članke o Janezu Drnovšku in javnomnenjske lestvice s predsednikom vlade Drnovškom na prvem mestu priljubljenosti, četudi je po vseh drugih meritvah javnega mnenja prvo mesto zasedal takratni predsednik države Milan Kučan<sup>20</sup>. *Nedeljski dnevnik* je objavil, da na podlagi analiz pisanja *Maga* o posameznih podjetjih ugotavljajo, da *Mag* zahteva plačilo tudi za neobjavljanje kritičnih in kompromitirajočih člankov. O teh navedbah so novinarji *Dnevnikove* časopisne hiše spraševali direktorje podjetij, za katere so sumili, da v *Magu* ne objavljajo oglasov po tržni presoji<sup>21</sup>. Ta podjetja so bila Mobitel, Telekom, Petrol, Pošta Slovenije, SKB banka itn.

Iz naslovov v *Nedeljskem dnevniku* in *Dnevniku* se razbere, da se je Danilo Slivnik, takratni večinski lastnik, direktor in urednik tednika *Mag* (od januarja 2006 do oktobra 2007 predsednik uprave časopisne hiše Delo), ki je na parlamentarnih volitvah leta 1996 sicer kandidiral na listi SDS Janeza Janše, leta 1998, soočen z dolgovi zaradi propadlega projekta izdajanja novega dnevnika *Jutranjik* in slabega poslovanja samega tednika *Mag*, obrnil na predsednika vlade Janeza Drnovška za pomoč pri premagovanju težav.

*Mag* je na navedbe *Nedeljskega dnevnika* in *Dnevnika* odgovoril s trditvami, da je to poskus »politične likvidacije *Maga* preko političnih direktiv medijskim oglaševalcem«<sup>22</sup>, napad na *Mag* iz »trdnjave nomenklature in starih političnih sil«, da stoje za tem ljudje »iz Kučanovega klana«, »Kučanova ali srbska agentura« in »uničevalci *Maga*«<sup>23</sup>.

V *Magu* so se spraševali, zakaj objavo oglasov v *Magu* označujejo za financiranje, v drugih časopisih pa za redno

19 *Nedeljski dnevnik*, 15. 11. 1998, str. 11.

20 *Nedeljski dnevnik*, 22. 11. 1998, str. 10.

21 *Nedeljski dnevnik*, 22. 11. 1998, str. 11.

22 *Mag*, 18. 11. 1998, str. 26.

23 *Mag*, 18. 11. 1998, str. 27.

pridobivanje dohodka. Zastavili so tudi vprašanje, ali *Mag* ne sme imeti oglasov in ali oglase lahko pridobivajo samo »levo usmerjeni in režimski mediji«<sup>24</sup>. Pri tem so pri *Magu* trdili, da imajo dvajset tisoč prodanih izvodov (*Nedeljski dnevnik* pa, da ima *Mag* slabih trinajst tisoč prodanih izvodov<sup>25</sup>). *Mag* je vprašanja novinarjev *Nedeljskega dnevnika* in *Dnevnika*, zastavljena direktorjem podjetij, ki so oglaševali v njihovem tedniku, označil za pritisk na oglaševalce in načrtno ogrožanje obstoja tednika in je 18. 11. 1998 objavil protestno, pretežno črno-belo številko sicer barvnega tednika na naslovnici z naslovom »Uničevalci *Maga* iz časopisne družbe *Dnevnik*«. V njej so med drugim zapisali, da je obstoj *Maga* odvisen od trženja oglasnega prostora, vendar da težava nastaja, ker za kapitalom pogosto stojijo politični centri moči, ki »*Magu* niso zmeraj naklonjeni«<sup>26</sup>. Že takrat je *Mag*, ki je razumel omenjeno polemiko s časopisno hišo *Dnevnik* kot spopad starih političnih sil in novih demokratičnih in nacionalno zavednih ter kot poskus odstranitve *Maga* z medijskega zemljevida, zapisal, da »neuravnoteženost slovenskega medijskega prostora lahko pomeni tudi nevarnost za obstoj nacionalne države«<sup>27</sup>.

Novembra 1999, leto po »časopisni vojni« *Dnevnika* in *Maga*, je bil *Mag* prodan *Salomonovemu oglasniku*. Vinco Vasle, ki je bil eden od ustanoviteljev, solastnikov in urednikov *Maga* (zdaj je direktor *Radia Slovenija*), se ni strinjal s prodajo *Maga* in je tednik zapustil. Po odhodu je v obsežnem intervjuju za tednik *Demokracija* izjavil: »Na področju medijskih oglaševalcev ni nikakršne profesionalne korektnosti. /.../ Najprej oglaševalci pogledajo, kdo in čigav si, kdo politično stoji ali naj bi stal za občilom, nato skoraj narekujejo pomembne vsebine v časnikih. /.../ Če se veliki oglaševalci morda ne odločajo čisto suvereno, so pa pod vplivom vlade in politike. To je povsem nenormalno stanje, saj vsakdo lahko vpliva nanje in jim naroči, komu vse naj ne dajo oglasa.«<sup>28</sup>

Značilno za to epizodo v zgodbi o vplivu države in političnih elit, ki upravljajo državo, na oglaševanje v medijih v Sloveniji je, da je ponazorila vzorec delovanja in

24 *Mag*, 18. 11. 1998, str. 27.

25 *Nedeljski dnevnik*, 15. 11. 1998, str. 10.

26 *Mag*, 18. 11. 1998, str. 3.

27 *Mag*, 9. 12. 1998, str. 31. Državotvorno razumevanje poslanstva tednika *Mag* leto pozneje, tj. novembra 1999, je predstavil Danilo Slivnik v uvodniku, v katerem je pojasnjeval razloge za prodajo *Maga* Salomonovi založniški hiši. Zapisal je: »Še naprej bomo v opoziciji do vseh tistih mnenj, ki se nam zdijo za državo škodljiva.« *Mag*, 10. 11. 1999, str. 11.

28 *Demokracija*, 16. 12. 1999, str. 12–13.

ideološko obremenjeno razpravo, ni pa prispevala k odpravljanju ključnih vzvodov instrumentalizacije oglaševalcev in medijev. Drugače tudi ne bi po skoraj desetih letih v sorodnih dogajanjih zasledili tako rekoč iste akterje – oglaševalce, medije, politike, urednike in direktorje medijev, le da v novih vlogah.

*Mag* smo med našo raziskavo spraševali za podatke o vrednosti in strukturi oglasov v letih 2004 in 2006, pa so nam iz oglasnega oddelka časopisne hiše Delo, v okviru katere od decembra 2005 *Mag* deluje, odgovorili, da konkretnih podatkov o vrednosti oglaševanja ne posredujejo, razen tistih, čigavo javno objavo narekuje zakonodaja<sup>29</sup>. Ko pa smo se obrnili še na odgovornega urednika *Maga* Janeza Markeša, ki je pozneje (avgusta 2007) postal odgovorni urednik *Dela*, in ga prosili za te ali kakšne druge podatke, iz katerih bi se videlo, da je *Mag* imel težave z oglasi v času prejšnjih vlad, nam je sporočil, da je njegovo področje urednikovanje, ne pa oglasi. Hkrati je glede sedanjega položaja omenil, da so mu znani neuradni podatki, »da se obseg oglasov v *Magu* ne spreminja skladno z naraščajočo naklado in prodajo«<sup>30</sup>.

#### BOJ ZA OBJAVE DRŽAVNIH ORGANOV MED DNEVNIKOM IN DELOM

Pogled v preteklost je osvetlil tudi razmerje med časopisnima hišama Delo in Dnevnik pri pridobivanju oglasov državnih organov.

Po navedbah direktorice oglasnega trženja pri *Dnevniku* Nives Roš, ki je med letoma 1994 in 2002 delala na področju tržnega komuniciranja na konkurenčnem *Delu*, je *Delo* vrsto let, vse do leta 2004, tako rekoč samoumevno prejemale naročila za objavo skoraj vseh oglasov z javnimi razpisi državnih organov in ustanov<sup>31</sup>. Nives Roš je povedala, da so bile cene teh oglasov nerealno visoke in so vključevale različne pribitke, nihče pa ni podvomil ne o cenah ne o usmerjanju oglasov v *Delo*. Skupna vrednost teh naročil v letu 2003 je ocenjena na 1,5 milijarde tolarjev (glede na vrednost evra iz leta 2003<sup>32</sup> znaša to približno 6,4 milijona evrov)<sup>33</sup>. Navedbe o dolgoletnem avtomatizmu usmerjanja oglasov z razpisi državnih organov v *Delo*

29 Odgovor Petra Penka, pristojnega za marketing in odnose z javnostmi pri *Delu*, 24. 5. 2007.

30 Odgovora Janeza Markeša, 18. in 20. 6. 2007.

31 Pogovor z Nives Roš, direktorico oglasnega trženja v časopisni hiši Dnevnik, 5. 7. 2007.

32 Povprečna vrednost evra v letu 2003 je bila po podatkih Banke Slovenije 233,70 tolarja.

33 Podatek navajamo na podlagi pisem, ki jih je časopisna družba Dnevnik poslala ministru za finance 23. 4. 2003 in uradu za javna naročila 12. 5. 2003.



je potrdil tudi Zoran Trojar, ki je bil direktor tamkajšnjega oglasnega trženja.

*Dnevnik* je temu monopolnemu položaju *Dela* pri objavljanju oglasov državne uprave začel nasprotovati z dopisi takratnemu predsedniku vlade Tonetu Ropu in ministru za finance Dušanu Mramorju. Na podlagi zakona o javnih naročilih so pri *Dnevniku* na vse državne organe in organe, ki so zavezani delovati v skladu z zakonom o javnih naročilih, poslali »aktivno legitimacijo«, opisali svojo dejavnost in navedli, da so jih pri naročanju oglasov dolžni enakovredno obravnavati kot ponudnika. Ne glede na to se je praksa objavljajanja razpisov državnih organov v *Delu* nadaljevala, na *Dnevniku* pa so državnim organom pošiljali zahteve za obrazložitev, zakaj so se ti odločili za *Delo*, ne da bi s ponudbo *Dnevniku* sploh omogočili sodelovanje. Naročniki so odgovarjali, da so se tako odločili zaradi večjega dosega (branosti) *Dela*, *Dnevnik* pa jim je odgovarjal, da so dolžni upoštevati tudi ceno storitve. Potem so, je dejala Nives Roš, z *Dnevnika* začeli vlagati zahtevke za revizijske postopke in v letu 2005 na primer sprožili 20 takšnih postopkov pri državni revizijski komisiji. V vseh primerih je revizija ugotovila, da državni organ ni ravnal pravilno, ko je oglas naročil v *Delu* brez vključevanja še drugih ponudnikov.

Pri *Dnevniku* hkrati trdijo, da imajo nekateri javni zavodi in družbe v lasti države (na primer DARS) celo v statutih zapisano, da morajo svoje dokumente objavljati v časniku *Delo*. To je sicer posledica utečenih poti in samoumevnega prevladujočega položaja *Dela* še iz preteklosti, vendar je v nasprotju z določili zakona o javnih naročilih. Ta zahteva, da mora izvajalec naročila izbrati po načelih zagotavljanja konkurence, transparentnosti postopka in enakopravnosti ponudnikov.

Sčasoma je več državnih organov in ustanov spremenilo pristop in so za objavo razpisov v časnikih začeli nabirati več ponudb. Ponekod se je uveljavila praksa, da je na odločitev, kje bodo objavili razpis državnega organa, bolj vplivala cena oglasnega prostora kakor pa doseg medija. Tako je *Dnevnik* pridobil več oglasov državnih organov in »razbil klientelistično razmerje«<sup>34</sup>.

Razlage Zorana Trojarja, ki je v tistem obdobju vodil oddelek oglasnega trženja na *Delu*, se od tega nekoliko razlikujejo. Trojar je zatrdil, da *Dnevnik* oglasov državnih organov v obdobju zadnje levosredinske vlade ni pridobival le zaradi izpolnjevanja ekonomskih meril. Po njegovem mnenju bi

34 Nives Roš, direktorica oglasnega trženja v časopisni hiši *Dnevnik*, 5. 7. 2007.

morali enakovredno upoštevati ceno oglasnega prostora in dosež medija, vendar je *Dnevnik* ponujal nizko ceno in zaradi meril, po katerih je imela večji pomen cena oglasnega prostora, pridobil oglase. *Delo* v tistem obdobju po takšnih merilih sploh ni moglo priti do oglasov nekaterih državnih organov, je dejal Trojar<sup>35</sup>. V članku *Oglaševalci kot kolateralna žrtev* je Trojar to dejavnost *Dnevnika* v obdobju zadnje levosredinske vlade opisal kot »povezanost konkurenčnega dnevnika z oblastniki« in kot »prirejanje razpisov z absurdnimi pogoji, ki je pomagalo preusmerjati državne oglase z *Dela* davno pred zadnjimi parlamentarnimi volitvami«<sup>36</sup>.

Leta 2006 je bil sprejet novi zakon o javnem naročanju, ki je določal višjo vrednost naročila, za katero je treba vpeljati postopke z več ponudniki, kar je glede na vrednost oglasov državnih organov pomenilo, da instrument, ki ga je v prejšnjih letih uveljavljal *Dnevnik* pri razbijanju prevladujočega položaja *Dela*, ni več uporaben.

Nato je aprila 2007 začela veljati še novela zakona o javnih uslužbencih, ki je spremenila določilo, po katerem so javni razpisi za delovna mesta za javne uslužbence morali biti objavljeni v dnevnem časopisu. Zdaj zakon predpisuje obvezno objavo na spletnih straneh ministrstva za javno upravo oziroma organov lokalne samouprave, organi pa se še vedno lahko odločijo za objavo razpisov v časopisih, če menijo, da bo zaradi objave na spletnih straneh prispelo premalo prijav<sup>37</sup>.

Tako se je zmanjšal tudi obseg sredstev, ki so se prelivala v dnevne časopise z oglasi državnih organov, in hkrati končala zgodba o boju med *Delom* in *Dnevnikom* za oglase državnih organov in ustanov.

#### NOVEJŠI PRIMERI

Podatke o močnem naraščanju oglasnih prihodkov tednika *Demokracija*, ki ga je pred leti ustanovila zdaj vladajoča stranka SDS, in hitrem upadanju oglasnih prihodkov tednika *Mladina*, ki je kritičen do desnosredinske vladne politike, so v študiji o medijskem lastništvu v Sloveniji v okviru projekta Mirovnega inštituta Mediji za državljane jeseni 2006 prvič konkretno zapisali Sandra B. Hrvatinič, Lenart J.

<sup>35</sup> Pogovor z Zoranom Trojarjem, 3. 8. 2007.

<sup>36</sup> Zoran Trojar, »Oglaševalci kot kolateralna žrtev«, *Delo*, 2. 7. 2007, str. 21.

<sup>37</sup> Zakon o javnih uslužbencih, *Uradni list* 33/2007, 13. 4. 2007, in pogovor s Heleno Kavčič z ministrstva za javno upravo, 3. 8. 2007.

Kučič in Iztok Jurančič<sup>38</sup>. Navedli so podatek, da je *Demokracija* z dosegom 15.000 bralcev v letu 2005 ustvarila 70 milijonov tolarjev (približno 300.000 evrov) oglasnih prihodkov, dvakrat več kot leto pred tem, ko je bila na oblasti druga politična opcija.

To je vodilo novinarja Boruta Mekino, takrat še zaposlenega pri časniku *Večer*, da je oktobra 2006 temo podrobneje obdelal. Po preverjanju podatkov in zbiranju izjav je napisal članek. Njegov naslov je bil »Morda *Demokracijo* berejo bolj vplivni«, naslov besedila v okvirčku ob članku pa »Državna podjetja k novemu zakupniku«. Vendar pa ta članek ni bil nikoli objavljen. Zaradi njega se je moral celo zagovarjati pred vodstvom *Večera*, zakaj da se je sploh odločil za to temo in brskal po teh podatkih, ker je menda s takšnim početjem ogrožal interese lastne časopisne hiše.

Avtor nam je odstopil neobjavljeni članek, pozneje pa je prestopil k tedniku *Mladina*.

### Primer *Demokracija*

Oktobra 2006 je Andrej Lasbaher, direktor podjetja Nova obzorja, ki izdaja tednik *Demokracijo*, novinarju Borutu Mekini potrdil podatek o 70 milijonih tolarjev (približno 300.000 evrov) oglaševalskega prihodka v letu 2005 in zanimal, da se je oglaševanje v tedniku povečalo zaradi političnih povezav. Kot glavne oglaševalce je omenil Mobitel, Pivovarno Union, Pivovarno Laško in Petrol. Mekina je dobil tudi izjavo Boža Predaliča. Predalič je bil direktor podjetja, ki je izdajalo *Demokracijo* med prejšnjo (levosredinsko) vlado, zdaj pa je generalni sekretar (desnosredinske) vlade. Predalič ne bi mogel trditi, je dejal, da med njegovim vodenjem *Demokracija* ni dobivala oglasov zaradi političnih razlogov.

V neobjavljenem članku Boruta Mekine je naveden tudi podatek, da je edini zakupnik oglasnega prostora, s katerim imajo pri *Demokraciji* sklenjeno pogodbo, podjetje Media Polis, ustanovljeno leta 2005, ki je po ustanovitvi pridobilo na svojo stran vsa večja državna podjetja. Andrej Lasbaher trdi, da se drugi zakupniki za *Demokracijo* nikoli niso zanimali.

Poskus, da bi dobili podatke o strukturi in vrednosti oglasov v letih 2004 in 2006 v *Demokraciji* pri Mediani IBO, ni bil uspešen, ker podatkov o tem tedniku niso zbirali. Tudi revija *Marketing magazin* v obširnem članku o oglaševalskem prometu v letu 2006, ki zajema podatke o oglasnem

<sup>38</sup> Glej poročila v okviru projekta Mediji za državljane na <<http://mediawatch.mirovni-institut.si/media4citizens>>.

prometu skoraj 100 medijev v Sloveniji, ne navaja podatkov za *Demokracijo*<sup>39</sup>. Z *Demokracije* so na naš dopis direktorju Lasbaherju odgovorili, da so podatki o vrednosti objavljenih oglasov zanje poslovna skrivnost in nam jih zato ne morejo dati<sup>40</sup>.

Tudi Nacionalna raziskava branosti ne zajema rednih podatkov o tedniku *Demokracija*. V poročilu za leto 2006 navajajo le podatek za prvo polletje, in sicer o dosegu 15.000 bralcev. Poročilo za prvo polletje 2007 podatka o *Demokraciji* nima več. Tudi v poročilih o revidiranih nakladah tiskanih medijev, ki jih na spletni strani redno objavlja Slovenska oglaševalska zbornica, ni podatkov o *Demokraciji*.

Iz našega pregleda oglasov, objavljenih v *Demokraciji* januarja in februarja 2007, se vidi, da redne celostranske oglase objavlja podjetje Mobitel, druga z državo povezana podjetja, kot so Adria Airways, Siol ali zavarovalnica Vzajemna, pa občasno.

Možne razloge za usmerjanje oglasov državnih podjetij v *Demokracijo* po prihodu na oblast stranke, ki je pred leti ustanovila ta tednik, je Borutu Mekini nakazal profesor tržnega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Miro Kline. Povedal je, da je neskladje med branostjo in oglaševalskimi prihodki *Demokracije* res nerazumljivo, vendar si ga je mogoče razlagati tako, da oglaševalci z objavo oglasov v *Demokraciji* poskušajo doseči posameznike, ki lahko vplivajo na vlado. To je oblika lobiranja po medijih in če neki medij prebirajo vplivnejši posamezniki, je lahko cena oglasov v njem tudi dvakrat ali trikrat višja, je menil Kline<sup>41</sup>.

### Primer *Mladina*

Omenjena študija v okviru projekta Mirovnega inštituta Mediji za državljane, v kateri so jeseni 2006 avtorji Sandra B. Hrvatin, Lenart J. Kučič in Iztok Jurančič navedli nekaj podatkov, ki nakazujejo politično narekovano usmerjanje oglasov v medije, je zajemala tudi podatke o izrazitem padcu oglaševanja v *Mladini*.

Poleg zgoraj navedenih podatkov o bruto vrednostih oglaševanja v *Mladini*, ki smo jih za leti 2004 in 2006 dobili od agencije Mediana IBO, in ki potrjujejo hiter padec oglasnih prihodkov, smo dobili še natančnejše podatke od same *Mladine*. Predvsem smo bili pozorni na podjetja, povezana z državo.

39 *Marketing magazin*, januar 2007, str. 18.

40 Odgovor nam je 23. 5. 2007 z *Demokracije* poslala Monika Maljevič.

41 Neobjavljeni članek Boruta Mekine za *Večer*, oktober 2006.

Direktor *Mladine* Andrej Klemenc je potrdil, da so prihodki *Mladine* od oglasov po letu 2004 in spremembi oblasti začeli močno upadati, vsako leto bolj, najbolj pa leta 2007, ko do junija, ko smo se z njim pogovarjali, nobeno podjetje, povezano z državo, pri *Mladini* ni naročilo niti enega oglasa<sup>42</sup>. Vrednost oglaševanja teh podjetij v *Mladini* je bila leta 2004 po podatkih *Mladine* 285.875 evrov<sup>43</sup>. Klemenc je opozoril, da je pri podatkih o bruto vrednosti oglaševanja, ki jih objavlja Mediana 180, treba razlikovati med oglasi za denar in oglasi za kompenzacije in da so dejanski oglaševalski prihodki medija lahko veliko manjši, kot so ocenjene bruto vrednosti na podlagi merjenja oglasnega prostora<sup>44</sup>. Celotni oglasni prihodki *Mladine* so se leta 2006 v primerjavi z letom 2005 zmanjšali za 190.000 evrov, v primerjavi z letom 2004 pa za 345.000 evrov<sup>45</sup>.

Oktober 2006 je Klemenc odstavil dolgoletnega odgovornega urednika *Mladine* Janija Severja, javnost pa se je spraševala, ali je bil to zahtevani pogoj oglaševalcev, da bi se z oglasi vrnil k *Mladini*. Klemenc je to zanikal, pač pa je potrdil, da je na primer časopisna hiša Delo, s katero je *Mladina* imela kompenzacijsko pogodbo za objave napovedi in jo je *Delo*, ko so njegovo vodenje prevzeli kadri blizu desnosredinski vladi, odpovedalo, po odhodu Severja z mesta odgovornega urednika *Mladine* ponudila nadaljnje sodelovanje, vendar ga je Klemenc zavrnil.

Še posebno opazen je bil padec oglaševanja Mobitela v *Mladini* z 238.293 evrov v letu 2004 na nič evrov v prvi polovici leta 2007. Direktor *Mladine* si je prizadeval prepričati predstavnike Mobitela, naj oglašujejo v *Mladini*, vendar se je po Klemenčevih besedah izkazalo, da ne smejo. Zaradi tega je podjetje *Mladina* junija 2007 z vsemi službenimi mobilnimi telefoni presedlalo na drugega operaterja, podjetje Simobil, ki je zdaj v lasti tuje korporacije. Mobitel v medijih oglašuje prek novega zakupnika oglasnega prostora Media Polis, za katerega smo prej omenili, da je pripeljal v *Demokracijo* številne oglase podjetij, povezanih z državo. Klemenc trdi, da Media Polis nakupuje oglasni prostor tudi prek uveljavljenega medijskega zakupnika podjetja Media Publikum. Po besedah Klemenca nastopa Media Polis kot dodatni posrednik, tako rekoč odvečni člen v verigi naročanja

42 Podatki Mediane 180 o vrednostih oglaševanja v prvih šestih mesecih 2007, ki so objavljeni na začetku avgusta 2007, sicer pokažejo, da so njihovi raziskovalci, ki pregledujejo oglase v tiskanih medijih, zaznali v *Mladini* nekaj oglasov, ki jih pripisujejo Mobitelu in drugim državnim in paradržavnim podjetjem.

43 Pogovor z Andrejem Klemencem, direktorjem *Mladine*, 19. 6. 2007.

44 Pogovor z Andrejem Klemencem, direktorjem *Mladine*, 19. 6. 2007.

45 Članek v *Mladini* Politični prsti v oglaševalskem kolaču, 16. 6. 2007, str. 29.

TABELA 10: LETNI PRIHODKI MLADINE OD OGLASOV IZBRANIH PODJETIJ OD LETA 2004 DO PRVEGA POLLETJA 2007 (EUR)

TISKANA IZDAJA	2004	2005	2006	2007	SKUPAJ
ABANČNA DZU	1.046,36		0,00	0,00	1.046,36
ABANKA VIPA	709,40	1.346,44	1.084,96	0,00	3.140,80
ADRIA AIRWAYS	0,00	3.168,08	0,00	0,00	3.168,08
KBM - INFOND DU	0,00	1.099,57	1.044,59	1.305,00	3.449,16
MOBITEL	198.621,87	199.010,38	80.169,50	0,00	477.801,75
NOVA KBM	0,00	3.254,88	514,10	0,00	3.768,98
SIOL	9.374,09	6.626,92	5.955,68	2.233,00	24.189,69
TELEKOM SLOVENIJE	15.694,35	4.147,05	4.808,46	0,00	24.649,86
TRIGLAV DU	1.749,22	0,00	0,00	0,00	1.749,22
ZAVAROVALNICA TRIGLAV	16.723,66	18.271,97	5.634,70	654,50	41.284,83
<b>SKUPAJ</b>	<b>243.918,95</b>	<b>236.975,29</b>	<b>99.211,99</b>	<b>4.192,50</b>	<b>584.248,73</b>
<b>INTERNETNA IZDAJA</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>SKUPAJ</b>
MOBITEL	19.806,88	22.028,04	15.127,65	0,00	56.962,57
SIOL	0,00	218,04	0,00	0,00	218,04
<b>SKUPAJ</b>	<b>19.806,88</b>	<b>22.246,08</b>	<b>15.127,65</b>	<b>0,00</b>	<b>57.180,61</b>

OBE IZDAJI	2004	2005	2006	2007	SKUPAJ
ABANČNA DZU	1.046,36	0,00	0,00	0,00	1.046,36
ABANKA VIPA	709,40	1.346,44	1.683,77	0,00	3.739,61
ADRIA AIRWAYS	0,00	3.168,08	0,00	0,00	3.168,08
KBM - INFOND DU	0,00	1.099,57	1.044,59	1.305,00	3.449,16
MOBITEL	238.293,49	234.021,64	105.949,97	0,00	578.265,10
NOVA KBM	0,00	3.254,88	514,10	0,00	3.768,98
PETROL	2.284,30	3.213,95	0,00	0,00	5.498,25
SIOL	9.374,09	9.192,31	5.955,68	2.233,00	26.755,08
TELEKOM SLOVENIJE	15.694,35	4.147,05	5.886,33	0,00	25.727,73
TRIGLAV DU	1.749,22	0,00	0,00	0,00	1.749,22
ZAVAROVALNICA TRIGLAV	16.723,66	18.271,97	5.634,70	654,50	41.284,83
<b>SKUPAJ</b>	<b>285.874,87</b>	<b>277.715,89</b>	<b>126.669,14</b>	<b>4.192,50</b>	<b>694.452,40</b>

Vir: Mladina, d. d.

GRAF K TABELI 10: LETNI PRIHODKI MLADINE OD OGLASOV  
 ■ 2004 ■ 2005 ■ 2006 ■ PRVO POLLETJE 2007

oglasa, ki vzame odstotke in pazi, da oglas ne gre tja, kamor po političnem nareku ne bi smel<sup>46</sup>. Zato, kot je v pogovoru za brezplačni tednik *Žurnal* povedal novi odgovorni urednik *Mladine* Grega Repovž (predsednik Društva novinarjev Slovenije in nekdanji novinar *Dela*), podjetje Media Polis v šali imenujejo »media police«, medijska policija<sup>47</sup>.

O problemih, s katerimi se srečuje pri pridobivanju oglasov podjetij v državni lasti, je *Mladina* 16. junija 2007 prvič objavila članek z naslovom *Politični prsti v oglaševalskem kolaču*. V njem je navedla podatke in izjave akterjev, omenila, da isto kot ona sama doživlja tudi *Dnevnik*, in opisala vlogo podjetja za zakup oglasnega prostora Media Polis.

### Primer *Dnevnik*

Prav tako junija 2007 je *Dnevnik* objavil članke, ki problematizirajo vlogo podjetja Media Polis pri usmerjanju oglasov državnih podjetij, in navedel podatek, da je imel *Dnevnik* na začetku leta 2006 pri podjetjih, ki delujejo prek medijskega zakupnika Media Polis, »zagotovljenih najmanj 1,17 milijona evrov oglasnih prihodkov, konec leta pa je bruto realizacija znašala le 375.563 evrov«<sup>48</sup>. V tem delu članek navaja, da gre za časopis, »nad katerim vladajoča politika nima vpliva«<sup>49</sup>. Eden od člankov ima naslov »Media Polis kuje dobičke na račun države«<sup>50</sup>. Na članek se je odzval Media Polis in 25. avgusta 2007 dosegel objavo popravka na naslovni strani *Dnevnika* in v rubriki *Poslovni Dnevnik*. Naslov popravka na naslovni strani *Dnevnika* je bil »Družba Media Polis deluje po načelu tržnih zakonitosti«, v *Poslovnem Dnevniku* pa »Media Polis ne kuje dobičkov na račun države«. V popravku Media Polis navaja, da je neresnična informacija, da so pridobivali posle po političnem ključu in da so delili oglaševalski kolač med medije po političnih preferencah vladajočih strank. Media Polis je hkrati zatrdil, da je naročnike med velikimi, z državo povezanimi podjetji dobil »na podlagi kakovostnejše ponudbe in cenejših storitev«<sup>51</sup>.

46 Pogovor z Andrejem Klemencem, direktorjem *Mladine*, 19. 6. 2007.

47 Intervju z Grego Repovžem, *Žurnal*, 27. 7. 2007, str. 24. Takratni urednik *Žurnal* Dejan Steinbuch je v svojih uvodnikih večkrat pisal izrazito negativno o Gregi Repovžu kot novinarju in predsedniku Društva novinarjev Slovenije, zato objavo pogovora z Repovžem v *Žurnalu* lahko prej pripišemo delovanju mrež povezanih interesov kakor pa avtonomni uredniški odločitvi. *Žurnal* je v lasti Styrie, ki je solastnica *Dnevnika*, ta pa je v zavezništvu z *Mladino* pri opisovanju težav z oglasi državnih podjetij.

48 *Dnevnik*, 9. 6. 2007, str. 21.

49 *Dnevnik*, 9. 6. 2007, str. 21.

50 *Dnevnik*, 9. 6. 2007, str. 21.

51 *Dnevnik*, 25. 8. 2007, str. 1 in 17.



Ne bi bilo dobro spregledati, da sta *Dnevnik* in *Mladina* časovno in vsebinsko usklajeno objavila članke s podatki o tem, da v letu 2007 ne prejema naročil za oglase z državo povezanih podjetij, ki oglašujejo prek medijskega zakupnika Media Polis. Oba medija povezuje poleg političnega profila, ki je bližje levsredinski politiki, in težav z oglasi, s katerimi se zaradi svojega profila zdaj ubadata, še nekaj drugih, manj opaznih vezi<sup>52</sup>.

Tudi odgovorni urednik *Dnevnika* Miran Lesjak je sredi leta 2007 začel javno govoriti o tem, da državna podjetja ne oglašujejo več v njihovem časopisu. V oddaji *Omizje tv Slovenija* 30. maja 2007, na katerem je sodeloval tudi minister za kulturo, je Lesjak povedal, da je *Dnevnik* imel leta 2005 en milijon evrov oglasnih prihodkov od državnih podjetij, v letu 2006 samo še 440.000 evrov, leta 2007 pa nič, hkrati pa je med letoma 2005 in 2006 naklada *Dnevnika* zrasla za 6,7 odstotka. Navedel je tudi primer, da je veliko državno podjetje nekaj dni pred *Omizjem* vse dnevne časopise, razen *Dnevnika*, založilo z reklamno vloženko, na vprašanje oglasnega oddelka *Dnevnika*, zakaj *Dnevniku* niso dali te vložke, so odgovorili, da niso natisnili dovolj izvodov<sup>53</sup>. Minister, ki je Lesjaka, ko je začel omenjati pritiske na medije, sprva prekinjal, teh podatkov ni komentiral.

Direktorica oglasnega trženja v časopisni hiši *Dnevnik* Nives Roš je v pogovoru z nami julija 2007 ponovila te podatke in dodala, da je v letu 2005, četudi je na oblast prišla desnosredinska vlada, *Dnevnik* verjetno po inerciji ohranil obseg oglaševanja državnih podjetij iz leta 2004, in sicer okrog 240 milijonov tolarjev oziroma en milijon evrov. Leta 2006 se je oglaševanje teh podjetij zelo zmanjšalo, v letu 2007 pa ga ni bilo več. Pri tem je opozorila, da je 60 odstotkov vsega tega oglaševanja prihajalo iz podjetja *Mobitel*. Nives Roš je povedala, da se nenehno obrača na *Mobitelovo* službo za marketing, predsednik uprave *Dnevnika* pa je govoril s predsednikom uprave *Mobitela*, vendar brez učinka. Iz službe za marketing *Mobitela* so jim sporočili, naj pošljejo ponudbo. Tako je v prvih šestih mesecih 2007 *Dnevnik* poslal *Mobitelu* že 20 ponudb, vendar naročil za oglase ni dobil. V službi oglasnega trženja *Dnevnika* so celo dobili

52 Večinski lastnik *Dnevnika*, družba *Dzs*, je solastnik komunikacijske skupine *Pristop*, ki jo pooseblja Franci Zavrl. Zavrl, ki svetuje predsedniku uprave *Dnevnika*, je nekdanji urednik, solastnik in predsednik nadzornega sveta *Mladine*. Posledice njegovega neprestanega vpliva na *Mladino* se od časa do časa pokažejo v javnosti. *Pristop* je leta 2006 poskušala prevzeti skupina *Spem*, ki ima istega lastnika kot medijski zakupnik *Media Polis*. Javnomenjske raziskave za *Dnevnik* in *Mladino* že več let opravlja ista agencija *Ninamedia*, ki je v lasti Nikole Damjanića.

53 Miran Lesjak, odgovorni urednik *Dnevnika*, v oddaji *Omizje tv Slovenija*, 30. 5. 2007.

sporočilo iz službe za marketing Mobitela, da so medijskemu zakupniku Media Polis naročili, naj začne oglaševati v *Dnevniku*, vendar naročila do *Dnevnika* niso prispela. Tudi Nives Roš se je, podobno kot direktor *Mladine* Andrej Klemenc, v pogovoru z nami spraševala, ali je mogoče, da medijski zakupnik odloča o tem, kje lahko neko veliko državno podjetje objavi oglas, oziroma kdo je tisti, ki ustavlja naročila iz Mobitela. Tudi iz službe za marketing Telekoma so *Dnevniku* odgovorili, da ne smejo naročiti oglasa v *Dnevniku*, ker je tako ukazala uprava podjetja<sup>54</sup>.

Medtem je po navedbah Nives Roš polovica časopisne hiše *Dnevnik* že prešla na drugega mobilnega operaterja, podjetje Simobil, verjetno pa bo tako storila tudi druga polovica hiše. Verjetno bo to naredil tudi večinski lastnik *Dnevnika* podjetje DZS.

Nives Roš smo spraševali, ali si je v povezavi s politično narekovanim odtegotvanjem oglasov *Dnevniku* mogoče razložiti epizodo iz začetka leta 2006, ko je v Slovenijo prišla tuja trgovska veriga Hofer. Že po dveh mesecih oglaševanja v *Dnevniku* je sporočila, da pri njem ne bo več oglaševala. *Mladina* je o tem pisala v članku z naslovom »Želi Hofer ugajati vladi?« in navedla, da bi umik oglasov lahko razumeli kot »potezo trgovca, ki naj bi potreboval pomoč ali vsaj naklonjenost vlade, če bo želel širiti svojo mrežo v Sloveniji«<sup>55</sup>. Po nekaj mesecih in obisku predstavnikov *Dnevnika* na sedežu tega podjetja v Nemčiji se je Hofer z oglasi vrnil v *Dnevnik*, Nives Roš pa je dodala, da je bil razlog takratnega umika oglasov iz *Dnevnika* tudi sporna vloga posredniške agencije iz Avstrije, ki so jo na sestanku s predstavniki Hoferja razjasnili. Mogoče je, je dejala Nives Roš, da je nekajmesečni umik oglasov rezultat obojega – sporne vloge posredniške agencije in morebitnega dvoma trgovske verige Hofer, ali bi oglaševanje v *Dnevniku* lahko škodovalo njenemu odnosu do oblasti pri pridobivanju dovoljenj in zemljišč za nadaljnjo gradnjo trgovskih centrov v Sloveniji.

Prav po zaslugi tujih trgovskih verig, kot sta Hofer in Lidl, ki so se zadnjih nekaj let začele uveljavljati v Sloveniji in so veliko vlagale v oglaševanje in k temu prisilile tudi druge domače in tuje trgovske verige, je po besedah Nives Roš *Dnevniku* uspelo nadomestiti izgubo enega milijona evrov oglasnih prihodkov od državnih podjetij. Verjetno se tudi po zaslugi te zgodbe bralci *Dnevnika* srečujejo

54 Pogovor z Nives Roš, direktorico oglasnega trženja v *Dnevniku*, 5. 7. 2007.

55 Članek v *Mladini*, 20. 2. 2006, dostopen na <[http://www.mladina.si/tehdnik/200608/clanek/uvo-manipulator-vanja\\_pirc-2](http://www.mladina.si/tehdnik/200608/clanek/uvo-manipulator-vanja_pirc-2)> (dostop 5. 7. 2007).

s celostranskimi oglasi z izdelki in popusti trgovskih centrov že v prvem delu časopisa – še pred stranjo z udarnimi komentarji *Dnevnikovih* kolumnistov. Cene oglasov na teh straneh so namreč višje in prihodek večji.

#### ZAKUPNIKI OGLASNEGA PROSTORA

V Sloveniji deluje več zakupnikov medijskega prostora, ki so imeli leta 2006 po podatkih revije *Marketing magazin*<sup>56</sup> skupaj 124,8 milijona evrov prometa.

Največji med njimi je že več let Media Pool, ki je leta 2006 ustvaril 52,16 milijona evrov prometa, kar pa je za 10 milijonov evrov manj kot leta 2005, ko je ustvaril 62,5 milijona evrov prometa. Drugi najmočnejši je Media Publikum s 50 milijoni evrov prometa v letu 2006, leta 2005 pa je imel precej manj, le 33,4 milijona evrov prometa. Delujeta še Media S in od leta 2005 Media Polis. Leta 2006 je Media Polis kot novi medijski zakupnik ustvaril 15,8 milijona evrov prometa.

Največjega medijskega zakupnika Media Pool so leta 1997 ustanovile oglaševalske agencije, med katerimi je največja skupina Pristop. Ta je bila leta 2006 že osmo leto zaporedoma na prvem mestu po oglaševalskem prometu z dobrimi 28 milijoni evrov prometa. Zdaj je Pristop v delni lasti družbe Dzs, večinske lastnice časopisne družbe *Dnevnik*. Skupino Pristop kot največjo agencijo med ustanovitelji največjega medijskega zakupnika Media Pool predstavljajo ustanovitelji in lastniki Pristopa Franci Zavrl, Dejan Verčič in Andrej Drupal. Ti so zlasti v devetdesetih letih sodili blizu LDS, stranki, ki je do poraza na volitvah leta 2004 tri mandate vodila vladne koalicije v Sloveniji. Zavrl je bil v osemdesetih letih urednik *Mladine*, do leta 2000 je bil solastnik njenega pomembnega deleža, do leta 2002 tudi predsednik njenega nadzornega sveta.

Media Publikum, ki je drugi največji medijski zakupnik in se mu je med letoma 2005 in 2006 promet povečal za 16,5 milijona evrov, je v lasti podjetja Adventura, to pa je v lasti Darka Martina Klariča. Media Publikum zastopa Tilen Klarič<sup>57</sup>. Po zgoraj navedenih besedah direktorja *Mladine* Andreja Klemenca Media Publikum pri zakupu oglasnega prostora sodeluje z novim medijskim zakupnikom Media Poliso<sup>58</sup>.

<sup>56</sup> *Marketing magazin*, januar 2007, str. 10 in 16.

<sup>57</sup> Podatke navajamo na podlagi podatkovne baze o poslovanju podjetij Gvin.

<sup>58</sup> Pogovor z Andrejem Klemencem, 19. 6. 2007.

Media Polis, zakupnik medijskega prostora, ki je bil ustanovljen po spremembi oblasti in je v prvem letu delovanja za svoje naročnike pridobil velika državna podjetja, kot so Telekom, Siol, Mobitel, Zavarovalnica Triglav, Petrol, Adria Airways itn. in v letu 2006 ustvaril več kot 15 milijonov evrov prometa, je v lasti Božidarja Novaka in Suzane Mihelin Ritlop. Novak je še od leta 1986 soustanovitelj in direktor Komunikacijske skupine Spem, ki deluje na področju odnosov z javnostmi in strateškega svetovanja ter je v letu 2006 ustvarila nekaj manj kot tri milijone evrov prometa, za približno 60 odstotkov oziroma 1,8 milijona evrov več kot leta 2005<sup>59</sup> in leta 2004<sup>60</sup>. Med naročniki Spema so spet velika, z državo povezana podjetja in družbe, kot so KAD, SOD, Nova KBM, Pošta Slovenije, Luka Koper itn., pa tudi lastnica *Dela* Pivovarna Laško<sup>61</sup>. Aprila 2007 je postal direktor marketinga v Pivovarni Laško uslužbenec Spema<sup>62</sup>. Spem je na spletni strani v odgovoru na pisanje *Dnevnika* in *Mladine* o umiku oglasov državnih podjetij zapisal, da so pri Spemu s podjetji v državni lasti sodelovali pod različnimi oblastmi. Oktobra 2006 je Spem objavil namero o nakupu komunikacijske skupine Pristop, natančneje o nakupu lastniškega deleža družbe DZS v Pristopu. Nenavadno in hkrati zgovorno je, da so ponudbo naslovili na predsednika uprave *Dnevnika*, ki je tako kot Pristop v lasti DZS. Predsedniki uprav DZS, *Dnevnika* in Pristopa so ponudbo pospremili s posmehom<sup>63</sup>. Glede na to, da ima Pristop 28 milijonov evrov letnega prometa, Spem pa tri milijone evrov, ni jasno, kako je Spem nameraval opraviti nakup, četudi le četrtine vrednosti Pristopa, ki je v lasti DZS.

Glede na opisane razmere bi vlogo Božidarja Novaka, lastnika Spema in Media Polisa, v zadnjih letih lahko razumeli tudi kot z desnosredinskim političnim polom usklajen poskus razbijanja prevladujočega vpliva Pristopa in z njim povezanih krogov na oglaševalske in komunikacijske posle v politiki, gospodarstvu in medijih.

59 V letu 2006 je po podatkih *Marketing magazina*, januar 2007, str. 12, Spem ustvaril 2,92 milijona evrov prometa, v letu 2005 pa 1,189 milijona evrov. *Dnevnik*, 9.6. 2007, str. 21, sklicujoč se na podatkovno bazo o poslovanju podjetij Gvin, navaja, da je Spem v letu 2006 ustvaril 2,84 milijona evrov čistih prihodkov od prodaje, v letu 2005 pa 1,184 milijona evrov.

60 Leta 2004 je Spem imel 1,18 milijona evrov čistih prihodkov od prodaje. Ta podatek navaja *Dnevnik*, 9. 6. 2007, str. 21, sklicujoč se na podatkovno bazo o poslovanju podjetij Gvin.

61 *Marketing magazin*, januar 2007, str. 16.

62 Spletna stran Spema, <<http://www.spem.si>>, dostop 23. 8. 2007.

63 Glej članek Spem se poteguje za delež v Pristopu na spletni strani *Dela*, <<http://www.delo.si/article.print.php?id=164279>>, dostop 23. 8. 2007.

O tem, kako izbirajo medije, v katerih bodo oglaševali in ali so se srečali s poskusi politično narekovanega usmerjanja njihovih oglasov v nekatere medije ali umikanja iz njih, smo vprašali predstavnico podjetja Procter and Gamble, ki je po svoji bruto vrednosti oglaševanja že deset let največji oglaševalec v Sloveniji. V letu 2006 so objavili oglase, vredne približno 20 milijonov evrov (približno 4,8 milijarde tolarjev); največ so jih objavili na televiziji. Jerca Vidic iz podjetja Procter and Gamble (P & G) nam je povedala, da oglaševalske akcije že dlje časa načrtujejo in izvajajo s pomočjo ene oglaševalske agencije po strogo določenih merilih in pravilih. Imena agencije nam ni izdala, zatrnila pa je, da nikoli niso zasledili, da bi na agencijo ali nanje poskušal kdo vplivati glede izbora in obsega oglaševanja v nekem mediju po političnih merilih in da si kaj takega niti ne predstavljajo<sup>64</sup>.

#### SKLEP

Ustvarjalci tednika *Mag*, ustanovljenega leta 1995, so več let trdili, da ne morejo dobiti oglasov, ker njihova uredniška politika in novinarski diskurz ni pogodu vladajoči politični eliti. Takrat so mediji, ki teh težav niso imeli, večinoma gledali stran. Ko so se leta 1998 v *Magu* nenadoma pojavili številni oglasi podjetij, povezanih z enim delom vladajoče politične elite, se je rodil sum, da so objave politično dogovorjene. Kakšno vlogo so pri vsem tem, kar se je glede oglasov dogajalo *Magu* vse od ustanovitve, imeli zakupniki oglasnega prostora v medijih, nikoli ni bilo raziskano. Zdaj, deset let po tem obdobju, je na oblasti druga politična elita, *Mag* in *Magovi* novinarji so se preselili v časopisno hišo *Delo*<sup>65</sup>, oglasov z državo povezanih podjetij pa tokrat ni v drugih medijih, a zdaj se stran od tega problema obračajo mediji blizu vladajoči eliti z *Delom* in *Magom* vred. Novemu zakupniku oglasnega prostora v medijih, ki skrbi za oglaševanje številnih, z državo povezanih podjetij, se tako rekoč popolni umik oglasov teh podjetij iz osrednjih tiskanih medijev, kritičnih do vlade, sploh ne zdi sporen.

Zato se zdi pravilna razlaga uredništva hrvaškega tednika *Feral Tribune*, ki je po usmerjenosti soroden *Mladini*,

64 Pogovor z Jerco Vidic iz predstavništva Procter and Gamble v Sloveniji, 3. 8. 2007.

65 Nekdanji direktor in odgovorni urednik *Maga* Danilo Slivnik je bil od januarja 2006 do oktobra 2007 predsednik uprave *Dela*, nekdanji novinar in odgovorni urednik *Maga* Janez Markeš je sedaj odgovorni urednik *Dela*, nekdanji novinar *Maga* Ivan Puc je sedaj urednik notranjepolitične redakcije *Dela*, nekdanja novinarka *Maga* Irena Štaudohar je sedaj urednica Sobotne priloge *Dela*.

oglaševalci, agencije in zakupniki oglasnega prostora pa se zanj, ne glede na njegovo naklado, ne zmenijo že več kot desetletje. Po odločitvi o prenehanju izhajanja *Ferala* junija 2007 je uredništvo v sporočilu za javnost zapisalo, da delujejo veliki oglaševalci v soglasju z vladajočo politiko, da gre pri tem za združevanje interesov gospodarskih, političnih in medijskih dobičkarjev in da je imenovanje takšnih razmer medijski trg žalitev za zdrav razum. Uredništvo *Ferala* je še dodalo, da novinarji in mediji, ki dopuščajo takšno urejanje svoje dejavnosti, ne morejo pričakovati drugega, kot da jih bodo imeli za hlapce<sup>66</sup>.

<sup>66</sup> Glej spletno stran *Ferala Tribune* <<http://www.feral.hr>> (dostop 23. 8. 2007). Dva tedna po objavi sporočila o prenehanju izhajanja je bilo objavljeno, da je Europapress Holding, ki je v lasti nemške korporacije WAZ in hrvaškega založnika Ninoslava Pavića, dokapitalizirala *Feral* in je tednik začel spet izhajati.

DRŽAVNA FINANČNA PODPORA  
MEDIJEM

Država je do konca osemdesetih let izdatno subvencionirala slovenske medije. Dnevnim časopisom je neposredno pokrivala razliko med planirano produkcijsko in prodajno ceno izvoda časopisa. Lokalne in regionalne radijske postaje so dobivale finančno pomoč iz deleža naročnine državnega radia in televizije, posebni samoupravni sporazum pa jim je hkrati omogočal še tehnično in programsko pomoč.

Tudi po spremembi družbenega sistema in osamosvojitvi je država s proračunskim denarjem še naprej sofinancirala medije.

Marca 1991 je takratni predsednik vlade krščanski demokrat Lojze Peterle vnesel v državni proračun novo postavko – 28 milijonov dinarjev (približno 1,4 milijona evrov) za demokratizacijo medijev oziroma za zagon novih medijev<sup>1</sup>. Večina tega denarja je bila namenjena zagonu dnevnega časopisa *Slovenec*, manjši del pa je dobil tednik *Demokracija*. V konzorciju lastnikov podjetja Slovenec, d. o. o., so bili največji delničarji stranka Slovenski krščanski demokrati (skd), tednik *Družina* (v lasti Rimskokatoliške cerkve) in nekateri zdomci s kapital-skimi vložki. Novoustanovljeni časopis je junija 1991 začel z naklado 80.000 izvodov, ki je v nekaj mesecih zdrsnila na 10.000, končal pa s prodano naklado približno pet tisoč izvodov. Zadnja številka *Slovenca* je izšla novembra 1996, od januarja 1997 pa je bilo podjetje v stečajnem postopku. Družba Slovenec, d. o. o., ki je izdajala časopis, si je v sedmih letih delovanja nakopala skoraj milijardo tolarjev dolga. Na javni dražbi podjetja se ni pojavil noben kupec.

Novembra 1992 je začel izhajati nov dnevnik *Republika*. Podobno kot pri *Slovincu* je bil tudi njegov nastanek politično obarvan. Zagon je po razpoložljivih informacijah omogočil denar iz krogov politične levice. Projekt je bil protiutež ambicijam desnice na medijskem področju, za njegovo promocijo pa je bilo na začetku izhajanja porabljenega veliko denarja. Ker so časopis tiskali v Trstu, so se spopadali s težavami pri prevozu in distribuciji naročnikom. Septembra 1995 so *Finance* prvič javno zastavile znano vprašanje: »Bo *Republika* kmalu nehala izhajati?« Marca 1996 so novi lastniki zaprosili za sprejem pri takratnem predsedniku vlade Janezu Drnovšku. Zaposili so za finančno podporo vlade pri izdajanju *Republike*, vendar zatona in dokončnega prenehanja izhajanja časopisa takrat ni bilo več mogoče preprečiti.

Zgodbi o *Slovincu* in *Republiki*, in še bolj tragična o *Jutrnjiku* (časniku, ki je ugasnil junija 1998, po enem mesecu izhajanja, ustanovil pa ga je Danilo Slivnik), so zgodbe o

<sup>1</sup> Povzeto iz Sandra B. Hrvatina in Marko Milosavljevič, 2001, *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih*, Ljubljana, Mirovni inštitut, zbirka Mediawatch, str. 27–35.



časopisnih projektih, ki so jih krojili predvsem politični interesi. Pri tem pa so bile popolnoma spregledane značilnosti slovenskega časopisnega trga, med njimi tudi prepletanje lastništva in vpliv države v že delujočih dnevnikih časopisih. Če k temu dodamo še premalo denarja za zagon časopisov in nezmožnost zagotavljanja razmer in meril za profesionalno delovanje, si ne moremo predstavljati drugačnega rezultata, kakršen je sledil – njihov propad.

Od leta 1990 do leta 1994, ko je bil sprejet zakon o javnih glasilih (ZJG), je država (vlada) razdeljevala denar medijem brez javnih razpisov, brez natančno določenih meril in brez zakonske podlage. S sprejetjem ZJG so se oblikovali mehanizmi, s katerimi se je država zavezala, da bo zagotavljala pluralizem medijskega prostora. Zakon je določal odgovornost države za razvoj nekomercialnih javnih glasil in tehnično infrastrukturo, v poglavju o zaščiti pluralnosti in raznovrstnosti javnih glasil je lastniške deleže fizičnih in pravnih oseb omejeval na 33 odstotkov, prepovedal pa navzkrižne lastniške povezave. Vlada je morala 30 dni po sprejetju ZJG s posebnim predpisom določiti postopek in merila za sofinanciranje nekomercialnih javnih glasil<sup>2</sup>. Zakon je državi nalagal odgovornost za razvoj nekomercialnih javnih glasil, pomembnih za uresničevanje pravice do obveščeni državljanov RS in ohranjanje slovenske nacionalne in kulturne identitete. Hkrati so imeli po zakonu »status nekomercialnega javnega glasila« samo lokalni nekomercialni rtv-programi<sup>3</sup>. Iz tega lahko sklepamo, da je med sprejetjem zakona o javnih glasilih leta 1994 veljalo prepričanje, da tiskani mediji ne potrebujejo posebne podpore države in da so komercialna dejavnost, ki se financira na trgu.

Ta zakon je najbolj koristil radijskim in televizijskim programom, ki so prišli do frekvenc, ko je bil rtv-prostor še skupen, jugoslovanski, in so se v začetku devetdesetih let lastninili po že opisanem modelu. S tako nenačelno politiko razdeljevanja državnih pomoči medijem je država leta 1994 načrtno ustvarila drugi »javno-zasebni« radijski in televizijski sektor (lokalni nekomercialni rtv-programi so v zasebni lasti in opravljajo del javne funkcije). Ta je poleg podedovanih frekvenc (dobil jih je kot del državnega servisa) imel prednost pri podeljevanju novih frekvenc in možnost pridobivanja neposrednih državnih subvencij. Tako je »drugi rtv-sektor« postal največji prejemnik državne pomoči.

<sup>2</sup> Ni nam uspelo dobiti podatkov o tem, kakšna so bila merila za razdeljevanje denarja, kakšne so bile zagotovljene vsote, kdo jih je delil in kdo so bili prejemniki.

<sup>3</sup> Lokalni nekomercialni rtv-program se lahko oddaja za območje ene ali več lokalnih skupnosti, vendar največ do polovice ozemlja RS (ZJG, 49. člen, prvi odstavek).

Vloga države in državna finančna podpora pri zagotavljanju medijskega pluralizma sta bili v Sloveniji vseskozi na dnevnem redu političnih razprav.

Poslanec nekdanje SKD je novembra 1998 vložil v parlamentarno proceduro predlog za dopolnitev ZJG, po katerem bi država s proračunskim denarjem zagotovila pluralnost in raznovrstnost javnih glasil tako, da bi finančno podprla tista glasila, ki izhajajo v Sloveniji in v slovenščini, ki pišejo pretežno o političnem dogajanju in dosegajo naklado od 10.000 do 25.000 izvodov. Po tem predlogu bi o razdelitvi denarja (predvidena potrebovana vsota iz proračuna je bila pet milijard tolarjev) odločala posebna komisija pri ministertvu za kulturo. Člane komisije naj bi imenoval minister za kulturo, in sicer na predlog poslanskih skupin državnega zbora. Predlog je predvideval, da bi se iz proračunskih sredstev na zahtevo izdajatelja pokrtil tudi celotni letni finančni primanjkljaj posameznega glasila, ki je upravičeno do državne pomoči. Predlog ni bil sprejet. Naj opozorimo, da je stranka SKD imela ustanovitveni kapital v časopisu *Slovenec*, ki je leta 1997 finančno propadel in pustil za sabo milijardo tolarjev dolga (večino denarja so dolgovali gradbenem podjetju SCT in podjetju Info Grafika, v katerem je prevladoval kapital Rimskokatoliške cerkve).

Leta 2000, med šestmesečno vlado Andreja Bajuka (prišel je iz stranke Nova Slovenija – Krščanska ljudska stranka, ki je nastala po neuspešnem združevanju Slovenskih krščanskih demokratov in Slovenske ljudske stranke), je vlada vložila predlog zakona o medijih<sup>4</sup>, ki je vseboval določilo o ustanovitvi sklada za medije. Vlada je v obrazložitvi predloga zakona zapisala, da je »po petletnem obdobju liberalizacije medijev nastopil trenutek, ko mora država oblikovati medijsko politiko in jo premišljeno podkrepiti z državno pomočjo za pluralizacijo tiskanih medijev, za spodbuditev razvoja neodvisne avdiovizualne produkcije in distribucije«. Za razdelitev denarja naj bi skrbele skupine neodvisnih strokovnjakov, sklad pa naj bi pri svoji politiki razdeljevanja državnih sredstev upošteval tale merila: redno in objektivno predstavljanje stališč politične pozicije in opozicije, povprečno število prodanih izvodov, povprečno število objavljenih izvornih člankov v posamezni številki in obseg splošnoinformativnih, kulturnih, znanstveno-strokovnih in izobraževalnih programskih vsebin.

<sup>4</sup> Dejansko je šlo za že pripravljene predlog novega zakona (o njem je tekla javna razprava od leta 1999), ki zaradi proceduralnih zapletov ni dobil podpore na matičnem odboru državnega zbora.

Leta 2001 sprejeti zakon o medijih (ZMed) je pluralnost medijskega prostora urejal na več načinov. Vpeljal je koncept »javnega interesa na področju medijev«, ki je bil podlaga za zagotavljanje državne finančne podpore za programske vsebine in razvoj tehnične infrastrukture medijev. Ves 9. oddelek zakona z naslovom Zaščita pluralnosti in raznovrstnosti medijev je vključeval člene, ki bi morali varovati pluralnost in raznovrstnost medijev z omejevanjem koncentracije in reguliranjem lastniških deležev v njih. Vendar pojmi, navedeni v naslovu tega oddelka, v zakonu nikjer niso bili definirani, prav tako ni bila nikjer natančno določena razlika med pluralnostjo in raznovrstnostjo. Zakon je kot novost uvedel novo kategorijo radijskih in televizijskih programov posebnega pomena (v prejšnjem zakonu so bili to nekomercialni radijski in televizijski programi). Ti programi (mednje so bili uvrščeni tudi nacionalni programi, ki jih ustvarja javni zavod RTV Slovenija) naj bi zagotavljali raznovrstne programske vsebine, namenjene predvsem prebivalcem na lokalni in regionalni ravni. Omenjenim mehanizmom državne pomoči, ki jih je uvedel ZMed, je treba dodati še sofinanciranje produkcije avdiovizualnih del v medijih.

Med letoma 2002 in 2005 je država na podlagi omenjenega zakona namenila medijem več kot 1,7 milijarde tolarjev (463 milijonov tolarjev za financiranje programskih vsebin, 147 milijonov tolarjev za tehnično infrastrukturo, 249 milijonov tolarjev za avdiovizualno produkcijo in 758 milijonov tolarjev za programske vsebine rtv-programov posebnega pomena). Sredstva je na podlagi letnih javnih razpisov delilo ministrstvo za kulturo, ki je za ta namen imenovalo posebno komisijo. Sestavljena je bila iz članov, od katerih so nekateri prišli neposredno iz vrst izdajateljev medijev, ki so se potegovali za denar. V petih letih izvajanja zakona in razdeljevanja državnih pomoči država ni nikoli raziskala, ali je razdeljevanje denarja učinkovito, oziroma ni nikoli ugotovila, ali je model državne podpore medijev dejansko prinesel rezultate – več pluralnosti v medijih.

Po večmesečnih razpravah<sup>5</sup> je državni zbor septembra 2006 sprejel zakon o spremembah in dopolnitvah zakona

5 Zaradi potrebe po spremembi zakona o medijih je ministrstvo za kulturo naročilo raziskavo *Stanje medijskega pluralizma v Sloveniji*, ki jo je pripravil Inštitut za razvojne in strateške analize (avtorji Frane Adam, Matej Makarovič, Matevž Tomšič in Peter Lah). Dostopno na <<http://www.kultura.gov.si>>. Avtorji so izhajali iz predpostavke, da imamo v Sloveniji »opravka s šibko mnenjsko (nazorsko) diferenciranimi mediji – tako v smislu internega kakor zunanjega pluralizma«. Raziskava, 2006, str. 44. Avtorji raziskave so se predvsem ukvarjali z (ne)pluralnostjo trga dnevnih časopisov, niso pa analizirali stanja medijskega pluralizma v radijskih in televizijskih programih. Več o tem v: *Mediji za državljanje*, Bašič Hrvatini, Kučič in Jurančič, 2006, Ljubljana, Mirovni inštitut, str. 50–74.

o medijih (v nadaljevanju ZMed-A<sup>6</sup>), s katerim so uvedli drugačno financiranje programskih vsebin medijev. Zakon po novem določa, da država podpira medije pri ustvarjanju in razširjanju programskih vsebin, ki so pomembne:

- za uresničevanje pravice državljanov oziroma državljanek Republike Slovenije, Slovencev po svetu, pripadnikov oziroma pripadnic slovenskih narodnih manjšin v Italiji, Avstriji in Madžarski, italijanske in madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji ter romske skupnosti, ki živi v Sloveniji, do javnega obveščanja in do obveščenosti;
- za zagotavljanje pluralnosti in raznolikosti medijev;
- za ohranjanje slovenske nacionalne in kulturne identitete;
- za spodbujanje kulturne ustvarjalnosti na področju medijev;
- za kulturo javnega dialoga;
- za utrjevanje pravne in socialne države;
- za razvoj izobraževanja in znanosti (ZMed-A, 4. člen)<sup>7</sup>.

Poleg te nove opredelitve javnega interesa v medijih je spremenjeni zakon o medijih uvedel nova določila, na podlagi katerih država zagotavlja za financiranje programskih vsebin medijev posebna proračunska sredstva za uresničevanje javnega interesa v medijih. Iz proračuna se tako zagotavlja denar za zagotavljanje pluralnosti in demokratičnosti splošnoinformativnih tiskanih medijev, rtv-programov in elektronskih publikacij ter za razvijanje in sofinanciranje programskih vsebin rtv-programov s statusom programa posebnega pomena. Med merila za podeljevanje državne podpore splošnoinformativnim dnevnim časopisom je ZMed-A (4a. člen, 9. odstavek) uvrstil<sup>8</sup>:

- zagotavljanje rednega, objektivnega in uravnoveženega predstavljanja političnega delovanja in stališč raznih organizacij in posameznikov, zlasti politične pozicije in opozicije;
- kakovost, izvirnost, komunikativnost in aktualnost avtorske obravnave;
- povprečno število prodanih izvodov tiskanih medijev;

<sup>6</sup> Uradni list RS, št. 110/26. 10. 2006, stran 11329.

<sup>7</sup> ZMed je podobno definiral javni interes v 4. členu. Edina razlika je v točki 2, ki je zamenjala prejšnjo zahtevo po »obveščanju in obveščenosti širše slovenske in zamejske javnosti«.

<sup>8</sup> Zelo podobna merila so tudi za sofinanciranje rtv-programov in elektronskih publikacij ter programov posebnega pomena. Za rtv-programe in elektronske publikacije so dodana merila: pomen projekta za razvoj slovenske kulture in jezika, pomen za raznolik razvoj medijske krajine in pomen za ohranjanje slovenske nacionalne in kulturne identitete. Za programe posebnega pomena so dodana merila: pomen projekta za razvoj posameznih regij, lokalnih skupnosti ali posebnih vsebin, raznolik razvoj medijske krajine, nepridobitnost programa kot posebno merilo ter zagotavljanje in upoštevanje načela kulturne raznolikosti, načela enakih možnosti spolov ter uveljavljanja strpnosti. (ZMed-A, 4a. člen, 10. in 11. odstavek).

- povprečno število objavljenih izvirnih člankov v posamezni številki;
- obseg splošnoinformativnih, kulturnih, znanstveno-strokovnih, raziskovalnih in izobraževalnih programskih vsebin;
- pomen za uresničevanje pravice do javnega obveščanja in objektivne obveščenosti;
- zagotavljanje večjega zaposlovanja ali sklepanja pogodbenih razmerij zaposlovanja novinarjev oziroma programskih delavcev, ki medij ustvarjajo;
- pomen za posamezno regijo oziroma lokalno skupnost<sup>9</sup>.

Na podlagi teh meril in rednih letnih raziskav stanja medijskega pluralizma v Sloveniji posebna strokovna komisija (ki jo imenuje minister za kulturo) izbira projekte, prispele na letni javni razpis. S tem določa, katere programske vsebine v medijih bodo dobile državno podporo oziroma katere prispevajo k zagotavljanju pluralnosti medijev. Strokovna komisija mora enkrat na leto pripraviti poročilo o svojem delu in ga predložiti javnosti. Po merilih, določenih z zakonom, je ministrstvo za kulturo leta 2006 imenovalo člane strokovne komisije<sup>10</sup>.

Pred rednim letnim razpisom za sofinanciranje programskih vsebin medijev leta 2006 je ministrstvo za kulturo pri Inštitutu za razvojne in strateške študije naročilo raziskavo »Struktura in učinki financiranja programskih vsebin in razvoja tehnične infrastrukture na področju medijev po sprejemu zakona o medijih (2001), Analiza učinkov javnega razpisa za leto 2005«<sup>11</sup>.

V raziskavi je sicer natančno prikazana struktura razdeljenih finančnih sredstev, ni pa ugotovitve, kakšni so bili učinki dosedanjih javnih razpisov. Ali so razdeljena sredstva vplivala na to, da se je struktura medijskega prostora spremenila? Ali so vplivala na to, da so mediji oddajali programske vsebine, ki jih medijski trg sam ne podpira, in ali so te vsebine ljudje dejansko spremljali? To so vprašanja, na katera raziskava ni dala odgovora.

Pregledani rezultati razpisov v raziskavi so pokazali, da je bila med prosilci za sofinanciranje projektov dobra polovica izdajateljev radijskih programov, sledijo jim izdajatelji

9 Določila, ki jih vsebuje ta zakonski člen, so zelo podobna določilom, ki jih je vseboval predlog zakona o medijih, pripravljen za vlade Andreja Bajuka leta 2000.

10 Komisijo sestavljajo tudi dva avtorja Raziskave o stanju medijskega pluralizma in član strokovnega sveta največje koalicijske stranke sds in predsednik nadzornih svetov Elektra Slovenije in Holdinga Slovenskih elektrarn.

11 Vodja raziskovalne skupine za projekt je bil dr. Matej Makarovič, raziskovalno poročilo pa sta pripravila Mateja Černič in dr. Matej Makarovič. Dostopno na <<http://www.kultura.gov.si>> (v nadaljevanju Raziskava, 2006a).

televizijskih programov, tiskanih medijev pa je bilo komaj devet odstotkov. Največ denarja so porabili televizijski programi (v povprečju dobre tri milijone tolarjev na projekt oziroma 42,9 odstotka vseh sredstev). Za relativno drag medij se je izkazal tudi radio (s povprečno slabima dvema milijonoma tolarjev na projekt in 23 odstotki vseh sredstev), medtem ko je za podporo tiskanim in internetnim medijem v povprečju zadostovalo približno 850.000 tolarjev (Raziskava, 2006a: 6).

Slabe tri četrtine prosilcev so sestavljale družbe z omejeno odgovornostjo, največ denarja pa so dobile delniške družbe. Ugotovljena je bila sorazmerno skromna navzočnost neprofitnega sektorja, saj so zavodi in društva dobili skupno le slabih 18 odstotkov vseh sredstev. Največ projektov je prišlo iz Osrednjeslovenske regije (23 odstotkov), največ denarja pa so dobili v Pomurski regiji (v povprečju 3,3 milijona tolarjev na projekt oziroma 19,6 odstotka vseh sredstev). Mediji v Notranjsko-kraški regiji niso dobili nič, en sam projekt pa je bil podprt v Koroški in le dva s skupno vrednostjo dobra dva milijona tolarjev v Zasavski regiji (Raziskava, 2006a: 7).

Večina sofinanciranih projektov se je ukvarjala s kulturo, zgodovino, dediščino in tradicijo (le 19 odstotkov projektov se ni ukvarjalo s kulturo). Samo približno deset odstotkov projektov se je ukvarjalo s temami, kot so strpnost, civilna iniciativa, politika, sociala. V dobrih treh četrtinah projektov pa ni bilo najti *nobene* od zgoraj navedenih kategorij.

Raziskava je torej pokazala, da skoraj 60 odstotkov projektov ni imelo programske vsebine, ki bi se ukvarjala z obveščanjem o narodnih manjšinah v Sloveniji (Raziskava, 2006a: 49), v kategoriji spodbujanja kulture javnega dialoga pa več kot polovica projektov ni imela vsebine, ki bi podpirala svobodo izražanja, strpnost do drugače mislečih, manjšin, prikrajšanih skupin ipd. (Raziskava, 2006: 60.) V več kot 60 odstotkih prijavljenih in sofinanciranih projektov ni bilo vsebin, ki bi kakorkoli prispevale k utrjevanju pravne in socialne države, enakopravnosti, enakih možnosti ali pa solidarnosti (Raziskava, 2006a: 63). Iz tega lahko sklepamo, da je v prejšnjih letih država (po izbiri pristojnih komisij) financirala le del programskih vsebin, ki so v kategoriji javnega interesa.

V sklepnih priporočilih so avtorji raziskave zapisali, da bi bilo treba »pretehtati možnosti za večje poudarjanje tudi drugih elementov, ki jih poudarja 4. člen ZMed, predvsem

kulturo javnega dialoga, ki je v primeru medijev najbolj neposredno relevantna, pa tudi druge elemente, ki jih izrecno opredeljuje omenjeni člen« (Raziskava, 2006a: 73).

Žal se je izkazalo, da se je nova medijska zakonodaja odločila za takšno razumevanje javnega interesa, da je uravnoteženemu predstavljanju politike v medijih dala večji pomen kot spodbujanju kulture javnega dialoga (svoboda izražanja, strpnost do drugače mislečih, strpnost do manjšin, prikrajšanih skupin in njihova večja neposredna navzočnost v medijskih vsebinah). To dokazujejo tudi opravljeni javni razpisi v letu 2006 in 2007.

#### RAZPIS 2006 – KAKŠNA MERILA?

Po spremembah zakona o medijih je ministrstvo za kulturo avgusta 2006 objavilo redni letni javni razpis za sofinanciranje medijev v letu 2006<sup>12</sup> (v nadaljevanju razpis).

Vrednost razpisanih sredstev je znašala 995 milijonov tolarjev, pri čemer je bilo 370 milijonov tolarjev namenjenih za sofinanciranje programskih vsebin splošnoinformativnih tiskanih medijev, radijskih in televizijskih programov in elektronskih publikacij, 550 milijonov tolarjev za sofinanciranje programskih vsebin radijskih in televizijskih programov s statusom lokalnega, regionalnega, študentskega oziroma nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa in 70 milijonov tolarjev za razvoj tehnične infrastrukture medijev. Komisija, ki je ocenjevala prispele projekte, je morala vsako od meril posebej ovrednoti in določiti skupno število točk<sup>13</sup>.

V razpravah o spremembah zakona o medijih je predlagatelj zakona, ministrstvo za kulturo, vseskozi poudarjal, da so merila za sofinanciranje medijev jasna in pregledna za razliko od prejšnjih razpisov. Ne glede na to, da odločitve komisije na prejšnjih razpisih niso temeljile na analizah učinkov, temveč na nedoslednem upoštevanju definicije javnega interesa in odkritem konfliktu interesov, je bil javni razpis leta 2006 samo nadaljevanje ustaljene tradicije neutemeljenega podeljevanja državnega denarja medijem. Če pregledamo razrez odobrenih sredstev na razpisu 2006 za razpisno področje splošnoinformativni tiskani mediji, radijski in televizijski programi in elektronske publikacije, vidimo, da je komisija razdelila denar več kot 70 različnim izdajateljem.

<sup>12</sup> Glej Redni letni javni razpis za sofinanciranje programskih vsebin medijev v letu 2006 (JPR 19-MV-2006), dostopno na [www.kultura.gov.si](http://www.kultura.gov.si).

<sup>13</sup> Merila, ki jih je pri ocenjevanju projektov upoštevala strokovna komisija, so dobesedno povzeta iz 4a člena ZMed-A.

Preden analiziramo posamezne konkretne odločitve, se moramo najprej vprašati, kako je komisija definirala splošno-informativne tiskane medije. Glede na raznolikost medijev lahko trdimo, da je komisija definicijo »poenostavila«.

Splošnoinformativni tiskani mediji so tisti, ki svojim bralcem/bralkam na enem mestu (en izvod, ki izhaja v določenih intervalih – dnevnik, tednik, mesečnik ...) ponujajo različne programske vsebine: od novic, poročil do komentarjev o politiki (zunanji in notranji), gospodarstvu, socialni, zdravstvu, financah, znanosti in izobraževanju, športu, kulturi ... Namreč, bralec splošnoinformativnega tiskega medija (ki je seveda lahko tudi v elektronski izdaji), pričakuje, da bo v njem dobil vse informacije naenkrat. Med izbranimi projekti pa so številni časopisi, ki po nobenem od strokovnih meril ne sodijo v kategorijo splošnoinformativnih tiskanih medijev. Ali ne bi bilo bolje, da bi se na javni razpis lahko prijavili vsi tiskani mediji, katerih programske vsebine so v javnem interesu, posebno tiste, ki so namenjene spodbujanju kulture javnega dialoga? Ravno odsotnost tega dejavnika je poudarila tudi raziskava, ki jo je naročilo ministrstvo za kulturo.

Dodatna težava so merila za ocenjevanje. Iz rezultatov razpisa se to sicer ne vidi, vendar bi bilo zanimivo vedeti, kateremu projektu je največ točk prineslo izpolnjevanje prvega merila, ki je »uravnoreženo predstavljanje zlasti politične pozicije in opozicije«, kateremu pa izpolnjevanje recimo sedmega, ki je »zagotavljanje večjega zaposlovanja novinarjev«. Kako je komisija ocenjevala kakovost, izvirnost, komunikativnost in aktualnost avtorske obravnave? Kateri je torej najbolj komunikativen splošnoinformativni tiskani medij, prijavljen na razpisu, in kateri najmanj? Kaj, po mnenju komisije, določa »komunikativnost« posameznega medija – število bralcev, velikost prodanega oglasnega prostora? Kako je na odločitve komisije vplivalo večje ali manjše število prodanih izvodov? So brezplačni časopisi, ki jih pošiljajo na naslove prebivalcev, dobili več ali manj točk kot drugi? Kako je komisija določila povprečno število objavljenih izvirnih člankov? Katero je bilo največje število in katero najmanjše? Ali to pomeni, da je splošnoinformativni tiskani medij *Naš čas* (izdajatelj *Naš čas*, Radio Velenje, d. o. o.), ki je na razpisu leta 2006 dobil najvišjo finančno podporo, po mnenju komisije projekt, ki najbolj objektivno in uravnoreženo predstavlja politiko, ima najbolj kakovostno, izvirno in komunikativno avtorsko obravnavo, ima najvišji obseg splošnoinformativnih, kulturnih,



znanstvenostrokovnih programskih vsebin in zaposluje največ novinarjev in drugih medijskih delavcev? Ne smemo prezreti tega, da ima izdajatelj Naš čas, Radio Velenje, d. o. o., poleg tiskanega medija *Naš čas* v svoji lasti tudi radijski program posebnega pomena *Radio Velenje*, ki je na istem razpisu pod razpisnim področjem programi posebnega pomena dobil še devet milijonov tolarjev za programske vsebine »informativni program« in »oddajo Predvolilni utrip«<sup>14</sup>.

Največ projektov so na razpisu leta 2006 odobrili radijskim in televizijskim programom – več kot dvajsetim. Komisija se je odločila podpreti njihove informativne vsebine, med katerimi so bile predvolilne oddaje v času lokalnih volitev. Med radijskimi in televizijskimi programi so tudi tisti, ki imajo status lokalnega, regionalnega, študentskega oziroma nepridobitnega programa. Za financiranje njihovih programskih vsebin je bilo na tem razpisu namenjenih več kot pol milijarde tolarjev. Razdelilo si jih je 31 radijskih in televizijskih programov, med katerimi sta dva dobila več kot 100 milijonov oziroma 20 odstotkov celotnega zneska. Država je izdatno financirala njihove informativne programe in tako vzpostavila novo informativno lokalno in regionalno rtv-mrežo. Podjetje Tele 59, d. o. o., družba za avdio in vizualno komunikacijo, izdajatelj mariborskega televizijskega programa RTS, je tako dobilo na razpisu 58 milijonov tolarjev za oddaje: Fokus – za in proti, Argumenti, Tedenski utrip, Kronika 1 in Kronika 2, Kronika – novice in Živa. Ker na območju Maribora deluje tudi regionalni program javnega zavoda RTV Slovenija, bi morali predstavniki države pojasniti, zakaj moramo sorodne vsebine državljeni plačevati dvakrat.

#### RAZPIS 2007 – VELIKO DENARJA, MALO ...

Strokovna komisija, ki odloča o sofinanciranju programskih vsebin medijev, bi po zakonu o medijih<sup>15</sup> morala upoštevati izsledke rednih letnih raziskav o stanju medijskega pluralizma v Sloveniji. Pri razpisu za financiranje programskih vsebin medijev v letu 2007 je komisija odločala o

14 Drugi najboljše finančno ovrednoteni projekt na programskem področju splošoinformativnih tiskanih medijev, radijskih in televizijskih programov je bil projekt družbe Delo, d. d., za finančno, kadrovsko in vsebinsko konsolidacijo tednika *Mag*. Komisija je projektu dodelila 18,3 milijona tolarjev (Delo, d. d., je projekt ovrednotilo na več kot 100 milijonov tolarjev). Po objavi rezultatov je družba Delo, d. d., svojo prošnjo umaknila in sporočila, da na razpisu dodeljenega denarja ne bo vzela.

15 Glej ZMed-A, 4a. člen, 8. odstavek.

prejemnikih državne podpore, ne da bi javnost vedela, kakšne so ugotovitve te raziskave<sup>16</sup>.

Konec septembra 2007, nekaj mesecev po objavi rezultatov razpisa, je ministrstvo za kulturo poslalo evalvacijsko poročilo, na podlagi katerega naj bi se komisija odločala o delitvi sredstev. Poročilo<sup>17</sup> naj bi med drugim vključevalo opis stanja medijskega pluralizma v Sloveniji, evalvacijo meril za izbor projektov, analizo izbranih projektnih predlogov in poglobljeno analizo prispevka sofinanciranja programskih vsebin. Že pri opisu stanja medijskega pluralizma poročilo dobesedno in nekritično povzema izhodiščne teze za osnutek predloga zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o medijih, ki jih je pripravilo ministrstvo za kulturo. In kakšno naj bi bilo stanje medijskega pluralizma v Sloveniji? V poročilu, ki povzema mnenje ministrstva, je ugotovljeno, da visoko. To pa so pripravljavci poročila preprosto ugotovili tako, da so delili število delujočih medijev v Sloveniji s številom prebivalcev. Kakšne so uporabniške navade, ponujene vsebine, razlike med posameznimi mediji, kaj je tisto, česar na trgu ni, in kaj je tisto, kar državljani in državljanke potrebujejo, pa so vprašanja, ki jih v poročilu ni. Pri evalvaciji meril za izbor in postopke ocenjevanja vlog je poročilo pokazalo, da se tudi sami člani komisije spopadajo s težavami pri izbiri in ocenjevanju projektov zaradi nejasnih meril. Tako so člani komisije, vključeni v anketo, ugotovili, da je eno od meril, ki ga je bilo najtežje ovrednotiti, merilo »kakovosti, izvirnosti, komunikativnosti in aktualnosti avtorske obravnave« (Poročilo, 2007: 16). Kljub temu da sam zakon definira javni interes na področju medijev zelo široko, je evalvacija razpisa za leto 2006 pokazala, da je kar 72 odstotkov denarja za sofinanciranje splošnoinformativnih tiskanih medijev, radijskih in televizijskih programov, elektronskih publikacij in programov posebnega pomena, dodeljenega informativnim vsebinam (Poročilo, 2007: 46), manj kot tretjina pa vsem drugim vsebinam (verske, otroške in mladinske, kulturno-zabavne, kulturno-umetniške in izobraževalne).

Sofinanciranje programskih vsebin je prispevek k medijskemu pluralizmu v Sloveniji, ministrstvo za kulturo pa ta prispevek preverja s podatki, ki jih na podlagi pogodbe

16 Med pisanjem smo večkrat poskušali dobiti podatke o tem, kdaj je bila končana raziskava, kakšne so ugotovitve in kdo je njen avtor. Oseba na ministrstvu za kulturo, odgovorna za posredovanje informacij javnega značaja, kljub večkratnim zahtevam informacij ni poslala.

17 Irena Zorič, Barbara Filipič, Primož Gjerkiš. *Evalvacijsko poročilo*, Evalvacija rednega letnega javnega projektnega razpisa za sofinanciranje programskih vsebin medijev v letu 2006, april 2007.

o sofinanciranju v vsebinskem poročilu zahtevajo od izdajateljev. Poročilo izdajatelja televizijskega programa mora vsebovati podatek, za kolikšen odstotek se je povečal delež evropskih avdiovizualnih del, delež evropskih neodvisnih producentov in delež lastne produkcije v letnem oddajnem času, izdajatelj radijskega programa pa mora poslati podatek o povečanju deleža lastne produkcije v dnevnem oddajnem času. Na podlagi evalvacije razpisa 2006 se vidi, da se je radijskim medijem oziroma oddajam, ki jih pripravljajo izdajatelji, delež lastne produkcije v dnevnem oddajnem času zaradi objave sofinancirane programske vsebine povečal povprečno za 2,88 odstotka (Poročilo, 2007: 53), izdajateljem televizijskih programov pa za 2,91 odstotka (Poročilo, 2007: 55). To pove, da so izdajatelji dobili finančno podporo države predvsem za vsebine, ki jih že pripravljajo, in zelo malo za vsebine, ki naj bi jih ustvarjali na novo in bi resnično bile novost v ponudbi na trgu. Če izdajatelji pridobivajo dodatna državna sredstva za vsebine, ki jih že ponujajo svojim poslušalcem in gledalcem, ali to pomeni, da medijski pluralizem že imamo? Kako nam lahko državna podpora zagotavlja še več pluralizma od tistega, ki že je na trgu? Veliko pove tudi podatek, da je povprečni odstotek sofinanciranja programskih vsebin glede na skupne prihodke prijaviteljev 11,44 odstotka oziroma da povprečni znesek sofinanciranja na zaposlenega znaša 1,825 milijona tolarjev (7.637 evrov). Ta znesek izstopa pri televizijskih medijih, kjer dobijo izdajatelji povprečno kar 4,23 milijona tolarjev (17.717 evrov) na zaposlenega (Poročilo, 2007: 57, 59). Koliko novih delovnih mest je država podprla s svojo politiko sofinanciranja medijev, se ne da ugotoviti, očitno pa je, da je prijavljanje na razpis predvsem dober posel za lastnike medijev.

Glede ugotavljanja učinkov razpisa bi bilo logično pričakovati, da bo raziskava o stanju medijskega pluralizma pokazala, koliko je financiranje programskih vsebin iz državnega proračuna vplivalo na zagotavljanje rednega, objektivnega in uravnoveženega predstavljanja političnega delovanja in stališč različnih organizacij in posameznikov, zlasti politične pozicije in opozicije, na raznolikost razvoja slovenske medijske krajine in zagotavljanje večjega zaposlovanja novinarjev in drugih ustvarjalcev medijev. Vendar tega v raziskavi ni.

Na razpisu za sofinanciranje programskih vsebin splošnoinformativnih tiskanih medijev, radijskih in televizijskih programov in elektronskih publikacij je strokovna komisija leta 2007 razdelila 1,86 milijona evrov. Denar je dobilo 91

izdajatelj. Radijskim in televizijskim programom s statusom programa posebnega pomena (na seznamu je 28 prijaviteljev, med katerimi so trije, ki niso izdajatelji rtv-programov z omenjenim statusom) pa je komisija razdelila 2,16 milijona evrov. Od izdajatelj. splošnoinformativnih tiskanih medijev so dobili največ denarja časopisna hiša Večer (120.000 evrov), Nova obzorja, d. o. o., ki izdaja tednik *Demokracijo* (101.516 evrov), časopisna hiša Delo, d. d. (100.000), in časopisna hiša Dnevnik, d. d. (75.000 evrov).

Pregled programskih vsebin, ki jih je strokovna komisija izbrala za sofinanciranje, so mnenjske strani in gospodarske vsebine *Večera* s prilogami, regionalne strani in elektronski časopis *vecer.si*. Izdajatelj. Nova obzorja, d. o. o., bo država v letu 2007 sofinancirala programske vsebine z naslovom Pluralna Slovenija, Planet Slovenija, Domoznanstvo in spletno *Demokracijo*. Delo, d. d., je na razpisu 2007 prijavil enake projekte kot leta 2006. Kljub dobljeni manjši vsoti vodstvo družbe Delo, d. d., to leto ni zavnilo subvencije, denar pa je dobilo za finančno, kadrovsko in vsebinsko konsolidacijo tednika *Mag* in za Okno v svet. Ob takšni odločitvi komisije se lahko vprašamo, kaj bo Delo financiralo z denarjem državnega proračuna. Zakon namreč določa, da se financirajo programske vsebine izdajatelja, ne pa konsolidacija (finančna, kadrovska in vsebinska) kateregakoli medija. Dnevnik, d. d., je dobil denar za financiranje priloge o Ljubljani in sobotne priloge Dnevnikov *Objektiv*. Med večjimi projekti, ki bodo financirani v letu 2007, so tudi revija *Am-pak* (izdajatelj Nova revija, d. o. o.), informativne vsebine, ki jih pripravlja izdajatelj Novi tednik & Radio Celje, d. o. o., revija *Družina* izdajatelja Družina, d. o. o., v lasti Rimskokatoliške cerkve in podjetje Slovenska tiskovna agencija, d. o. o., za programske vsebine Slovenija in EU in Slovenski svet. STA, ki je na tem razpisu dobila državno podporo za programske vsebine, je v stodstotni lasti vlade RS in ji je kot proračunskemu uporabniku v državnem proračunu za leto 2007 namenjeno 1,425 milijona evrov<sup>18</sup>.

Od radijskih in televizijskih programov s statusom programa posebnega pomena<sup>19</sup> je tudi na razpisu za leto 2007

18 STA je med vladnimi proračunskimi uporabniki (proračunska postavka 5285, Urad vlade za informiranje). <[http://www.mf.gov.si/slov/proracun/sprejet\\_proracun/2007/spremembe/ssp07\\_pos.pdf](http://www.mf.gov.si/slov/proracun/sprejet_proracun/2007/spremembe/ssp07_pos.pdf)> (str. 16). Dostop 10. 9. 2007. Po pregledu proračunskih postavk od 2004 do 2007 je razvidno, da je država za delovanje STA leta 2004 namenila 348 milijonov tolarjev in 2007 1,425 milijona evrov. V državnem proračunu za leto 2008 je za delovanje STA predvideno 1,8 milijona evrov.

19 Po podatkih Agencije za pošto in elektronske komunikacije (APEK) ima status programa posebnega pomena 18 radijskih in 10 televizijskih programov. <[http://www.apek.si/sl/ra\\_in\\_tv\\_program](http://www.apek.si/sl/ra_in_tv_program)> (dostop 10. 9. 2007).

dobilo največ proračunskega denarja (215.951 evrov) podjetje Tele 59, d. o. o., izdajatelj televizijskega programa RTS. Med petimi največjimi prejemniki donacij države so še Televizija Novo mesto, d. o. o., izdajatelj televizijskega programa *Vaš kanal* (172.606 evrov), vTV Studio, d. o. o., izdajatelj programa *Vaša televizija/vTV* (149.000 evrov), TV Idea - Kanal 10, d. o. o., izdajatelj programa *Kanal 10* (135.000 evrov) in Podjetje za informiranje, d. o. o., izdajatelj radijskega programa *Murski val* (127.700 evrov).

Več kot polovica programskih vsebin, izbranih za državno sofinanciranje, je informativnih. Država je tako kot leta 2006 tudi v letu 2007 najbolj podprla informativni program rtv-postaj, ki ustvarjajo programe posebnega pomena, četudi ni bila opravljena raziskava, ki bi pokazala, koliko je to financiranje v letu 2006 zagotovilo »redno in objektivno ter uravnoteženo predstavljane političnega delovanja«. Izdajatelji programov posebnega pomena so očitno za potrebe razpisa izračunali vrednost (ceno) informativnega programa, česar javnemu zavodu RTV Slovenija še vedno ni uspelo.

TABELA I: DESET NAJVEČJIH PREJEMNIKOV SUBVENCIJ  
ZA PROGRAMSKE VSEBINE V LETIH 2002–2007<sup>20</sup>

PRIJAVITELJ	ZNESEK (SIT)	ZNESEK (EUR)
1. PODJETJE ZA INFORMIRANJE	37.788.360	157.451,50
2. DNEVNIK	34.027.954	141.783,10
3. DELO	29.760.000	124.000,00
4. VEČER	28.800.000	120.000,00
5. NOVA REVIIJA	26.002.166	108.342,30
6. TELEVIZIJA NOVO MESTO	25.212.000	105.050,00
7. RADIO DOMŽALE	20.389.000	84.954,20
8. RADIO OGNJIŠČE	19.967.969	83.199,90
9. DRUŽINA	17.931.071	74.712,80
10. ZALOŽBA GOGA	14.888.685	62.036,20

<sup>20</sup> Obe tabeli je avgusta 2007 pripravila Lana Zdravkovič z Mirovnega inštituta. Imena prijaviteljev in projektov in rezultati razpisov so povzeti iz odločb Ministrstva za kulturo RS (2002–2007).

TABELA 2: DESET NAJVEČJIH PREJEMNIKOV SUBVENCIJ  
ZA PROGRAME POSEBNEGA POMENA V LETIH 2002–2007

PRIJAVITELJ	ZNESEK (SIT)	ZNESEK (EUR)
1. TELE 59 – RTS	217.959.419	908.164,30
2. VTV – VAŠA TELEVIZIJA	195.333.550	813.889,80
3. TV IDEA – KANAL 10	164.561.368	685.672,40
4. VAŠ KANAL	115.726.500	482.193,70
5. RADIO GORENC	67.267.510	280.281,30
6. VA VIDEO AVDIO	64.862.634	270.261,00
7. RADIO TRIGLAV JESENICE	63.182.680	263.261,00
8. ATV BABNIK	54.773.800	228.224,20
9. RADIO TEDNIK PTUJ	53.761.727	224.007,20
10. RADIO KRANJ	50.002.000	208.341,60

Lastniške povezave med desetimi največjimi prejemniki državne pomoči v letih 2002–2007 veliko povedo. Podatke o lastniških deležih smo povzeli iz medijskega razvida, ki ga vodi ministrstvo za kulturo<sup>21</sup>. Dnevnik, d. d., ima 18,25-odstotni delež v Podjetju za informiranje, izdajatelju tednika in radijskega programa posebnega pomena. Delo, d. d., in čZP Večer sta lastniško tesno povezana, družba Delo, d. d., pa ima desetodstotni delež tudi v podjetju Radio Tednik Ptuj, izdajatelju tednikov in radijskega programa posebnega pomena.

Tretja največja prejemnica državne pomoči za financiranje programskih vsebin družba Delo, d. d., je v prvem polletju 2007 ustvarila 30,235 milijona evrov prihodkov, kar je pet odstotkov več kot v istem obdobju leta 2006. Od tega je bilo 1,705 milijona evrov celotnega poslovnega izida (dobička), kar je za 36 odstotkov več od tistega v istem obdobju leta 2006<sup>22</sup>. Televizijska programa posebnega pomena RTS in Kanal 10 sta lastniško povezana (polovica Kanala 10 je v lasti pomembnejšega lastnika RTS), Vaša televizija – vTV je v lasti zakoncev Djordjevič, Vaš kanal pa je v večinski lasti mestne občine Novo mesto (61 odstotkov) in tovarne

21 Podatki iz medijskega razvida so na dan 10. 9. 2007. Ministrstvo za kulturo bi moralo poskrbeti, da bi bili podatki v razvidu natančni in ažurirani, vendar marsikdaj niso. Zlasti pomanjkljivi so podatki za lastniške deleže ali pa jih sploh ni. V skladu z 12. členom ZMed-A mora izdajatelj pred začetkom izdajanja medija poslati ministrstvu zahtevane podatke, med njimi tudi podatke o osebah, ki imajo najmanj petodstotni lastniški ali upravljalški delež oziroma delež glasovalnih pravic v premoženju izdajatelja. V skladu s 64. členom zakona mora izdajatelj te podatke objaviti v Uradnem listu RS vsako leto, najpozneje do konca februarja, spremembe lastniških deležev pa sporočiti Uradnemu listu RS najpozneje v tridesetih dneh od njihovega nastanka.

22 »Delo povečalo promet in dobiček«, Delo, 14. 9. 2007.

zdravil Krka, d. d., enega najuspešnejših slovenskih podjetij, v katerem ima pomemben delež država.

Po podatkih, ki jih je za projekt Mediji za državljane pri Mirovnem inštitutu zbral predsednik Sindikata novinarjev Slovenije Iztok Jurančič, so trije izdajatelji televizijskih programov posebnega pomena – RTS, VTV in Kanal 10, ki so med letoma 2002 in 2007 dobili od države 2,4 milijona evrov subvencij, v letu 2006 imeli 26 zaposlenih<sup>23</sup>. Koliko novih novinarskih in programskih delovnih mest so izdajatelji zagotovili s pomočjo denarja iz državnega proračuna, ni znano. Televizijski program posebnega pomena Kanal 10 je na razpisu 2007 dobil 55.669 evrov iz proračuna za pripravo oddaj Romska obzorja. Jožek Horvat - Muc, predsednik Zveze Romov Slovenije, pa je povedal, da Romi sodelujejo pri pripravi oddaj, vendar za to sodelovanje doslej še niso bili plačani<sup>24</sup>.

#### PLURALNOST PO MERI POLITIKE

Slovenija je kljub sprejetju treh medijskih zakonov, ki so navajali pluralizem in različnost kot eno pomembnejših lastnosti medijske politike, pokazala, da za urejanje tega področja nima ustrezne strategije. Do konca osemdesetih let je država preko družbenopolitičnih skupnosti in organizacij, ki so bile izdajatelji medijev, izdatno subvencionirala delovanje medijev, njihovo dejavnost pa je imenovala »dejavnost posebnega družbenega pomena«. Od leta 1990 do danes je (ne)pluralnost slovenskih medijev obravnavana kot politični problem. Med letoma 1990 in 1994 je vlada s proračunskim denarjem sofinancirala dva časopisa, hkrati pa je to netransparentno dejanje utemeljevala s trditvijo, da zagotavlja večjo pluralnost. Leta 1994, ko je bil sprejet zakon o javnih glasilih, so bili prvič postavljeni zakonski temelji za sistemsko podeljevanje državne pomoči medijem. Kljub deklarativni zavezi vlade, da bo podpirala nekomercialne medije, ni javno dostopnih podatkov o tem, kako je takratna vlada določala postopek in merila za podeljevanje državne pomoči, kdo je dobil denar in koliko.

Zakon o medijih iz leta 2001 je vzpostavil jasno določene mehanizme za razdeljevanje državne pomoči. Med letoma 2002 in 2006 je država v te namene na javnih razpisih razdelila 2,8 milijarde tolarjev. Vendar bi tudi to obdobje težko

<sup>23</sup> Za natančno analizo poslovanja izdajateljev radijskih in televizijskih programov v Sloveniji glej Sandra B. Hrvatin, Lenart J. Kučič, Iztok Jurančič. 2006. *Mediji za državljane*. Ljubljana, Mirovni inštitut, zbirka Mediawatch, str. 66–71.

<sup>24</sup> Jožek Horvat – Muc, telefonski pogovor, 25. 9. 2007.

obravnavali kot obdobje sistematičnega razvoja politike, saj nikoli ni bila narejena analiza učinkov državne pomoči, ki bi pokazala, da so ukrepi dosegli svoj namen – več različnosti v slovenskih medijih.

Takšna praksa se je po spremembi zakona o medijih leta 2006 nadaljevala. Na javnem razpisu leta 2006 je država namenila medijem približno milijardo tolarjev (okrog 4,5 milijona evrov), na razpisu leta 2007 pa 4,7 milijona evrov<sup>25</sup>. Na obeh razpisih se od splošnoinformativnih tiskanih medijev za državno podporo nista potegovala edino dnevnik *Finance* in tednik *Mladina*.

Vse od konca osemdesetih let prejšnjega stoletja je veliko stvari ostalo nespremenjenih, kljub spreminjanju zakonodaje. Država je še zmeraj najpomembnejša odločevalka pri usmerjanju državnih pomoči, njene odločitve (in zavrnitve) ne temeljijo na preglednem in preverjenem izpolnjevanju meril in tudi ne na raziskavah in analizah o učinkovitosti izvajanih ukrepov. Prejemniki so bolj ali manj ostali isti. Mediji, ki so dobili največ državne pomoči konec osemdesetih let, so ostali med največjimi prejemniki državne pomoči tudi v letu 2007. Spremenilo se je le to, da so se njihovi izdajatelji v manj kot dveh desetletjih prelevili iz upravljavcev medijev v družbeni lasti v njihove zasebne lastnike.

25 Podatke je zbrala Lana Zdravković z Mirovnega inštituta. V zneske smo zajeli proračunska sredstva za programske vsebine in tehnično infrastrukturo medijev, programe posebnega pomena in avdiovizualno produkcijo medijev.



FREKVENCE IN NADZOR  
NAD RADIODIFUZIJO

Za razliko od politike deregulacije v tiskanih medijih je država po spremembi družbenega sistema še naprej poskušala ohraniti nadzor nad radiodifuznimi mediji. Kakšna je bila vloga države, so najbolj izdajali netransparentna politika podeljevanja novih frekvenc, sprejemanje in spreminjanje medijske zakonodaje in ustanavljanje regulatornega organa na področju radiodifuzije, ki naj bi neodvisno nadzoroval delovanje izdajateljev radijskih in televizijskih programov. Konec osemdesetih let so v Sloveniji delovali republiški rtv-program (*RTV Ljubljana* kot del skupnega jugoslovanskega državnega rtv-sistema – *JRT*) in 19 lokalnih in regionalnih radijskih programov, ki so nekako dopolnjevali nacionalne programe državnega radia. Po takrat veljavni zakonodaji državljani in državljanke niso mogli ustanavljati zasebnih radijskih in televizijskih postaj in je zato do začetka devetdesetih let imela nad radiodifuzijo monopol država.

Začetek komercialne televizije sega v leto 1989, ko je bil ustanovljen *Kanal A*, prva neodvisna televizija v nekdanji Jugoslaviji. *Kanal A* so ustanovile družbenopolitične organizacije in skupnosti (Mestna konferenca SZDL Ljubljana, Mestna konferenca zSMS Ljubljana, Republiška konferenca zSMS in IS Skupščine mesta Ljubljana), ki so bile konec osemdesetih let »lastnice« skoraj vseh delujočih medijev<sup>1</sup>. Ironija usode je hotela, da je Socialistična zveza delovnega ljudstva postala solastnica *Kanala A* in kot taka prvi »investitor« v komercialni televizijski sektor, so zapisali v *Mladini* (18. 12. 1990). Po pogodbi o ustanovitvi delniške družbe *Kanal A* – televizijska postaja nihče od delničarjev ni mogel vpisati več kot deset odstotkov delnic. Prva težava slovenskih komercialnih televizij je bila pridobivanje zadostnega začetnega kapitala. Pravzaprav so imele podobno težavo kot novi časniki v devetdesetih letih: začele so s premajhnim kapitalom, da bi zdržale prva leta, ko vsak nov medij, tudi če je izredno uspešen, prinaša izgubo. Delnice *Kanala A*, ki so bile ponujene v javno prodajo, je kupilo 170 različnih delničarjev. Med njimi so bili najpomembnejši Vladimir Polič, Ljubljanska banka, Abanka, Festival Ljubljana in

<sup>1</sup> Sekretariat Tiskovnega sveta pri predsedstvu RK SZDL je na svoji seji 2. 2. 1990 v skladu z določili zakona o javnem obveščanju (*Uradni list SRS*, št. 2/86 in 42/89) podprl pobudi za ustanovitev in delovanje podjetja Televizijska postaja *Kanal A* in pobudo za ustanovitev tv-programa TV3 (zapis 31. seje, Arhiv SZDL, AS 537, škatla 873). V primeru televizije TV3 ne gre za program, ki ga je pozneje s tem imenom ustanovila Rimskokatoliška cerkev v Sloveniji, ampak za podjetje, ki sta ga ustanovila Viba film (s partnerji) in družbeno podjetje Evropa 3 (zanjo Stane Malčič). Med družbeniki so bili tudi *RTV Slovenija*, ČGP Delo, tozD Revije in revija *Mladina*. O ustanavljanju TV3 – komercialne televizije je razpravljal tudi Svet *RTV Slovenija* na svoji seji decembra 1990 in zahteval preprečitev oziroma razveljavitev pogodbe.

Slovenijales. Gneče med vlagatelji ni bilo, saj so zbrali le nekaj več kot polovico pričakovanega denarja (približno 2,5 milijona nemških mark), tako da je postal večinski lastnik in direktor Kanala A Vladimir Polič<sup>2</sup>. Primanjkovalo je začetnega kapitala, zapletalo pa se je tudi pri pridobivanju frekvenc. Kljub velikemu interesu za ustanavljanje novih radijskih in televizijskih programov, država ni imela pripravljene nobene jasne strategije o razvoju zasebnega radiodifuznega sektorja, medijska zakonodaja pa je bila tudi neustrezna.

Izvršni svet Skupščine RS je zaradi številnih zahtev po podelitvi frekvenc za radijsko in televizijsko oddajanje aprila 1991 sprejel moratorij za podeljevanje frekvenc. Na zahtevo Skupščine občine Novo mesto za podelitev proste frekvence za televizijsko oddajanje je Izvršni svet Skupščine RS sprejel mnenje, da »do sprejetja zakona o radiodifuziji oziroma zakona o telekomunikacijah ne kaže parcialno dodeljevati prostih frekvenc«<sup>3</sup>. Proste frekvence oziroma kanali naj bi bili predvideni za tretjo televizijsko omrežje. Glede politike podeljevanja pa naj bi država »premisllila« o dveh možnostih: prva je bila, da bi tretje televizijsko omrežje ohranili kot tehnično celoto za oddajanje tretjega televizijskega programa, druga pa, da naj bi začeli podeljevati posamezne oddajne točke. Kljub temu da je bila to temeljna strateška odločitev o razvoju komercialnega radiodifuznega sektorja, parlament o tem ni razpravljal in nikoli ni sprejel nobene odločitve.

Vlada RS je novembra 1992 s sklepom odpravila moratorij in naročila Republiški upravi za telekomunikacije (RUT), da mora izdajati dovoljenja za radiodifuzne radijske postaje v skladu z zakonodajo<sup>4</sup>. Zaradi velikega pritiska prosilcev za omejeno število radiodifuznih frekvenc je RUT, v skladu s sklepom vlade, moral pri izbiri prosilcev za isto frekvenco upoštevati predpisana merila<sup>5</sup>. Decembra 1992 je RUT odločal o prošnjah za dodelitev frekvenc, ki so jih na

<sup>2</sup> *Manager*, junij 1991, str. 25.

<sup>3</sup> Mnenje Izvršnega sveta Skupščine RS 3. 4. 1991 o dodelitvi proste frekvence tv-kanala 41 na Tidinovem vrhu. Arhiv Generalnega sekretariata Vlade RS.

<sup>4</sup> Sklep Vlade RS št. 340-09/91-4/7-8 10. 11. 1991. Arhiv Generalnega sekretariata Vlade RS.

<sup>5</sup> Prednostna merila so bila: lastna produkcija v slovenskem oziroma italijanskem in madžarskem jeziku, politična neodvisnost programa, dovolj visoka stopnja razvitosti radiodifuzije na določenem območju, pozitivno mnenje lokalne skupnosti, primerno število potencialnih uporabnikov, primeren čas trajanja (obseg) programa in pripravljenost ustanovitelja programa za delitev frekvence. Merila, zapisana v sklepu vlade, so postala 52. člen zakona o javnih glasilih. Na njihovi podlagi je od leta 1995 frekvence podeljeval svet za radiodifuzijo. Zakon o telekomunikacijah pa je bil sprejet šele leta 1997.

njegov naslov vložila štiri podjetja – Evro 3 TV, Kanal A, d. d., TV3, d. o. o., in TV Boutique MM. Razpis ni bil javen, RUT pa je frekvence delil v skladu z merili v vladni uredbi, brez odločitve parlamenta, kakšna naj bi bila politika razvoja radiodifuzije v Sloveniji. Takšna netransparentna politika podeljevanja frekvenc je trajala vse do leta 1995, ko je začel delovati svet za radiodifuzijo.

Leta 1992 je Skupščina RS sprejela osnutek zakona o javnih glasilih. Njegov cilj je bil omogočiti zasebno pobudo na področju informiranja »in s tem zagotoviti mnenjski pluralizem in raznovrstnost programske ponudbe«. O izhodiščih za nacionalni program naj bi, na predlog komisije za radiodifuzijo, odločal parlament. Parlament naj bi odločal tudi o tem, koliko nacionalnih radijskih in televizijskih programov naj bi v RS v prihodnje imeli in koliko frekvenc oziroma mrež bo potrebnih za njihovo oddajanje. Do sprejema zakona o javnih glasilih je ministrstvo za informiranje štelo za nacionalne programe samo radijske in televizijske programe, ki jih je ustvarjala RTV Slovenija<sup>6</sup>. V mnenju o upravičenosti Kanala A do oddajniške mreže je ministrstvo za informiranje decembra 1992 poslalo vodstvu delniške družbe dopis (»priporočilo«), v katerem je zapisalo, da je Kanalu A treba omogočiti dostop na posamezne nove oddajniške točke (temu je izrecno nasprotovala RTV Slovenija, ki je dala negativno mnenje za podelitev dveh oddajniških točk). »Zdaj, ko so za nami tudi že letošnje predsedniške in parlamentarne volitve, lahko zapišemo, da je Kanal A v svojem programskem pristopu predstavitev posameznih kandidatov, programov in strank dokazal profesionalnost in zato požel naklonjenost tako udeležencev oddaj<sup>7</sup> kakor tudi gledalcev. V tem se je še kako kakovostno razlikoval od TV Slovenija, ki v obeh svojih nacionalnih programih ni mogla, želela ali znala uporabiti možnosti medija. Predvolilni del programa Kanala A je po naši oceni v celoti izpolnil kriterije nacionalnih programov,« je v svojem priporočilu zapisalo ministrstvo za informiranje<sup>8</sup>.

6 V razpravah o sprejemanju novega zakona je prevladovalo stališče, da Slovenija zaradi majhnega medijskega trga ni primerna za nacionalne komercialne mreže. Novi zakon naj bi predvsem podpiral ustanavljanje lokalnih radijskih in televizijskih postaj oziroma naj bi prosilec za radijsko dovoljenje praviloma ne dobil več kot eno oddajno točko. »Načelo ene frekvence« je bilo zapisano tudi v prvih osnutkih zakona o javnih glasilih.

7 Takratni minister za informiranje Jelko Kacin je z »udeleženci oddaj« verjetno mislil politike. Jelko Kacin je zdaj poslanec evropskega parlamenta.

8 Ministrstvo za informiranje, Mnenje glede upravičenosti Kanala A do oddajniške mreže, 16. 12. 1992. Mnenje je podpisal Jelko Kacin, takratni minister za informiranje.

V času, ko Slovenija ni imela sprejetih ključnih medijskih zakonov, ko ni bilo političnega konsenza o tem, kakšna naj bi bila politika razvoja radiodifuzije, in ko je politiko podeljevanja novih frekvenc vodil državni organ (RUT) v sestavi ministrstva za promet in zveze<sup>9</sup>, so nastale vse tri komercialne televizijske mreže, ki s frekvencami pokrivajo vso Slovenijo, in večina komercialnih radijskih postaj. Od leta 1990 pa do sprejetja zakona o javnih glasilih (leta 1994) in še mesece po njem je RUT dodeljeval radiodifuzne kanale, pa čeprav za to razen zveznega zakona o sistemih zvez ni bila sprejeta medijska zakonodaja.

Pod krinko demokratizacije in pritiska javnosti so marca 1993 začeli podeljevati frekvence predvsem komercialnim medijem. Do 22. aprila 1994 so bile vse pomembne frekvence, torej tiste, ki segajo na najširše območje, razdeljene. Ni bilo naključje, da je bil zakon o javnih glasilih, ki natančno določa način in pogoje za podelitev frekvenc, sprejet samo dan pozneje, ko so bile podeljene še zadnje pomembne frekvence vsaj ene nove postaje (TV3). Novo-ustanovljeni nadzorni organ za področje radiodifuzije, svet za radiodifuzijo, ki naj bi po določilih takratnega zakona o javnih glasilih skrbel za pregledno podeljevanje frekvenc, je tako »podedoval« izčrpan frekvenčni fond, neurejene lastninske razmere v novih medijih in neveljavne (in namišljene) programske načrte, na podlagi katerih so posamezne postaje pridobile dovoljenja<sup>10</sup>.

#### TV3 – OD BOJA ZA FREKVENCO DO PROPADLEGA PROJEKTA

Nenadzorovano podeljevanje frekvenc so povzročali tudi pritiski političnih strank. Takratni Slovenski krščanski demokrati (SKD) so z nadzorom nad telesi, ki so podeljevala frekvence, omogočili ustanavljanje prvih nacionalnih mrež: *Radia Ognjišče* in TV3. Obe mreži naj bi pravzaprav dobili nekomercialni status in tako v prihodnosti postali dodatni javni servis v državi. S sprejetjem zakona o javnih glasilih

<sup>9</sup> Ministrstvo za promet in zveze je že 17 let tradicionalno »rezervirano« za ministre iz vrst nekdanje SKD in Slovenske ljudske stranke. Lahko rečemo, da so te stranke v obdobju med letoma 1990 in 1995 pravzaprav vodile radiodifuzno politiko.

<sup>10</sup> Na podlagi zakona o sistemih zvez, ki se je v RS uporabljal do sprejema zakona o telekomunikacijah, je Uprava RS za telekomunikacije do aprila 1994, ko je začel veljati zakon o javnih glasilih, izdala 86 dovoljenj za televizijske difuzne radijske postaje in 56 dovoljenj za zvokovne difuzne radijske postaje. Po oceni RTV Slovenija je Uprava RS za telekomunikacije pred ustanovitvijo sveta za radiodifuzijo razdelila več kot 90 odstotkov pomembnejših razpoložljivih frekvenc, zelo veliko vlog pa je ostalo neresenih. Povzeto iz publikacije Sveta za radiodifuzijo RS, *Radijski in TV programi v Sloveniji*, 1999 (str. 9).

leta 1994 je »dobil« status nacionalnega nekomercialnega programa samo javni zavod *RTV Slovenija*, in to je pomenilo, da sta *Radio Ognjišče* in *TV3* postala komercialna programa, ki naj bi se financirala izključno z oglaševanjem<sup>11</sup>.

Maja 1993 je Tiskovno društvo Ognjišče vložilo na RUT prošnjo za dodelitev frekvence za televizijo, ki bi jo časovno delili z družbo Slovenec, izdajateljico dnevnega časopisa *Slovenec*. Junija 1993 je takratni predsednik Slovenske škofovske konference nadškof Alojzij Šuštar izdal Tiskovnemu društvu Ognjišče priporočilo za dodelitev radijske in televizijske frekvence. »Ravno oddaje Tiskovnega društva Ognjišče skupaj z dnevnikom *Slovenec* imajo izredno velik pomen za razširjanje in utemeljevanje kulturnega, zgodovinskega in verskega izročila slovenskega naroda,« je zapisal nadškof. Mešana krovna komisija Rimskokatoliške cerkve in Vlade RS pa je novembra 1993 obravnavala prošnjo Rimskokatoliške cerkve za pridobitev frekvence za radio in televizijo. Komisija je podprla prošnjo Rimskokatoliške cerkve in »njeno željo, da tudi preko omenjenih medijev stopi v pluralni družbeni prostor« in zato priporočila ministru za promet in zveze, da tej prošnji ugodil<sup>12</sup>. RUT je prošnji ugodil in leta 1994 (neposredno pred sprejemanjem zakona o javnih glasilih) podelil tri oddajne točke za oddajanje televizijskega programa, ki ga je možno spremljati v vsej Sloveniji.

Poskus ustanavljanja drugega nacionalnega nekomercialnega rtv-sistema v lasti Rimskokatoliške cerkve je ustavilo sprejemanje zakona o javnih glasilih. Tiskovno društvo Ognjišče je po lastniško povezanih ljudeh izdajalo dnevni časopis, radijski in televizijski program, kar je po sprejetju zakona postalo sporno. Zakon je prepovedal političnim strankam, verskim skupnostim, državnim organom in organom lokalnih skupnosti, da izdajajo rtv-programe (ZJG, 4. člen), obenem pa je izdajateljem dnevnega tiska omejil lastniški delež v izdajatelju radijskega ali televizijskega programa na deset odstotkov (ZJG, 40. člen). Izdajatelji, ki so imeli nedovoljene lastniške deleže, so morali najpozneje v dveh letih dejavnosti, lastninske deleže in upravljalke

11 Zakon o javnih glasilih je dodelil status nacionalnega nekomercialnega programa samo programom, ki jih ustvarja *rtv Slovenija*, pustil pa je možnost ustanavljanja lokalnega programa, ki se »lahko oddaja za območje ene ali več lokalnih skupnosti, vendar največ do polovice ozemlja RS«. V praksi je to pomenilo, da *TV3*, ki je s televizijskim programom pokrival več kot polovico ozemlja RS, ni mogel zaprositi za status nekomercialnega programa.

12 Priporočilo smo našli v arhivu Agencije za pošto in elektronske komunikacije (APEK). Generalni sekretariat Vlade RS pa je na našo prošnjo, naj nam pošlje priporočilo mešane krovne komisije s seje 19. 11. 1993, odgovorila, »da v arhivu Generalnega sekretariata Vlade RS nimajo tega priporočila«. Dopis generalnega sekretarja Vlade RS 9. 7. 2007.

pravice uskladiti z zakonom, v nasprotnem primeru bi država imela pravico, da jih likvidira in izbriše iz registra (zjg, 88. člen). Da bi uskladili lastniške deleže z določili zakona, so lastniki Tiskovnega društva Ognjišče leta 1995 ustanovili novo podjetje – TV3<sup>13</sup>, ki je RUT zaprosilo za prenos radijskih dovoljenj na novega izdajatelja<sup>14</sup>. Družbeniki TV3 so bili Rimskokatoliško škofijstvo Koper (18 odstotkov)<sup>15</sup>, podjetje LCI (18 odstotkov), Društvo Gospodarski forum (33 odstotkov), Radio-TV Ognjišče (9 odstotkov) in Info-grafika (21 odstotkov). Ustanovitveni kapital novega podjetja je znašal 8,2 milijona tolarjev<sup>16</sup>. Prenos dovoljenj pa ni bil tako preprost, kot so želeli predstaviti odgovorni na TV3 in RUT. Maja 1995 je TV3 poslalo RUT dopis z razlago, da v njihovem primeru »ne gre za prenos frekvenc, kakršnega ima v mislih zakon o javnih glasilih. Za naš primer bi podobnosti našli npr. v primeru dedovanja, kjer dedič stopi na mesto zastopnika«<sup>17</sup>. Zakon o javnih glasilih nikjer ne omenja prenosa dovoljenj, v tistem času še veljavni zvezni zakon o sistemih zvez pa je jasno določal, da si mora imetnik dovoljenja priskrbeti novo dovoljenje, če spremeni ime oziroma firmo<sup>18</sup>. Celotni postopek prenosa dovoljenj je trajal dve leti, do trenutka, ko je RUT vso dokumentacijo poslal v presojo svetu za radiodifuzijo. TV3 je začel oddajati svoj program na božični večer 1995. Namreč, konec leta 1995 je izdajatelju programa TV3 dokončno uspelo dobiti vsa potrebna dovoljenja za oddajanje televizijskega programa. Pred začetkom oddajanja so v sporočilu za javnost povedali, naj bi TV3 v

- 13 TV3 (tretji televizijski program) nima nobene povezave s programom TV3, ki je leta 1990 pridobil pozitivno priporočilo RK SZDL.
- 14 Takratni direktor RUT je v skladu s 40. in 88. členom zjg zaprosil pristojno ministrstvo za promet in zveze za mnenje o uskladitvi dovoljenj *Radio-TV Ognjišča*, »ker ima odločitev lahko velike posledice«. V omenjenem dopisu piše, da »*Radio-TV Ognjišče* kot družbenik rtv-organizacije TV3 prosi, da se tudi dovoljenja za uporabo radiodifuznih frekvenc za tv-dejavnost, ki so bila izdana pred uveljavitvijo zjg, uskladijo z določbami istega zakona«. Zakon o javnih glasilih sploh ne omenja prenosa frekvenc. Prej omenjena člena regulirata navzkrižno lastništvo (40. člen) in uskladitev pokritosti ozemlja za nekomercialne programe (80. člen).
- 15 Je škofija Koper – da bi zbrala denar za svoj vložek – res vzela hipoteko na svoje škofijske prostore? Prvi direktor TV3 Ivo Bevk se je neposrednemu odgovoru na to vprašanje diplomatsko izognil: »Na kak način so družbeniki pridobivali sredstva – ali so jih tako, da so za to uporabili možnost pridobitve takšnega kredita – seveda ni v moji pristojnosti. To je stvar lastnikov.« (cit. po Hrvatini, Milosavljević, 2000. *Medijska politika v devetdesetih*, Ljubljana, Mirovni inštitut, Mediawatch (str. 50–51)).
- 16 Urad vlade za informiranje je aprila 1995 v registru javnih glasil izbrisal ime TV *Ognjišče* in namesto njega vpisal novo – TV3.
- 17 Dopis TV3, 4. 4. 1995.
- 18 Zakon o sistemih zvez (*Uradni list SFRJ*, št. 41/88), 76. člen. Tudi leta 1997 sprejeti zakon o telekomunikacijah (*Uradni list RS*, št. 35, 13. 6. 1997) v 37. členu izrecno navaja, da se izdanega radijskega dovoljenja ne more prenesti ali odstopiti drugim. Januarja 1991 je Republiški sekretariat za promet in zveze na dopis predsednika sveta RTV Slovenija o soglasju za pridobitev frekvence podjetja Evro 3TV izrecno zapisal, da je prenos dovoljenj nemogoč oz. da je za to treba pridobiti novo dovoljenje.

svojih programih posredoval vrednote, ki »gradijo človeka kot posameznika in kot člana skupnosti v odgovorno in pozitivno naravnano osebnost«, ciljna skupina TV3 pa naj bi bila »družina kot jedro in temeljna skupnost ter družinski člani kot posamezniki različnih starosti in širokega spektra interesov, potreb in želja«<sup>19</sup>. Kljub smelim napovedim, da bo televizija že v prvem letu oddajanja imela 20 odstotkov gledalcev (in oglaševalcev), je bila njihova gledanost dolga leta zelo nizka. TV3 se je spopadal z zelo hudo finančno krizo, z lastniškimi deleži se je vseskozi dokaj neuspešno trgovalo, dokler leta 2006 televizije ni kupila švedska korporacija Modern Times Group. Od »pozitivno naravnane programa«, za katerega je TV3 sploh dobil frekvence za televizijsko oddajanje, ni ostalo skoraj nič. TV3 je komercialna televizija, ki po svoji programski strukturi ne odstopa od drugih televizijskih programov v lasti iste korporacije.

#### POP TV – OD BLAGOVNE ZNAMKE DO TELEVIZIJE

Nastanek tretje komercialne televizije POP TV kaže, kako se je »trgovalo« s frekvencami za regionalne televizijske programe. Ameriška korporacija CME je leta 1995 vložila 16 milijonov dolarjev v produkcijsko hišo Pro Plus, ki je skrbelo za menedžment, produkcijo, tehniko in finance programa POP TV in pozneje nastalega programa Gajba TV. CME je tako pridobila 58-odstotni lastniški delež, preostali del pa sta imeli slovenski družbi MMTV in Tele 59<sup>20</sup>. POP TV, ki je začel oddajati decembra 1995, je dejansko bil tržna znamka za program, ki so ga predvajale televizijske postaje MMTV, Tele 59 in TV Robin. Gajba TV pa je bila druga tovrstna mreža, ki je nastala izključno zato, ker je Pro Plus imel preveč kupljenega programa, ki ga ni mogel predvajati samo kot del programa POP TV. Kdaj in kako pa so frekvence dobili slovenski programi, ki so večinoma prevzemali program POP TV in v zameno oddajali Pro Plusu oglaševalski čas?

Leta 1992 je 25 zaposlenih v tv studiu Maribor (del RTV Slovenija) podpisalo pismo o nameri, v katerem so izrazili svoj interes in pripravljenost za oblikovanje in ustvarjanje

<sup>19</sup> Družina, 17. 12. 1995.

<sup>20</sup> Zakon o javnih glasilih je omejeval delež lastništva domače in tuje fizične ali pravne osebe na 33 odstotkov. Omejitev se je nanašala na delež lastništva pri izdajatelju rtv-programa. Lastniškega deleža v produkcijski hiši, kar je bila Pro Plus, zakon ni omejeval. Po enem letu oddajanja je družba MMTV prodala svoj 20-odstotni lastniški delež v Pro Plusu za 20 milijonov dolarjev, kar pomeni, da je delež ameriškega lastnika znašal 78 odstotkov.



regionalnega tv-programa na oddajni točki Pohorje, ki jo je dobilo podjetje Tele 59, d. o. o.<sup>21</sup>. Med podpisniki je bil tudi Janez Ujčič, takrat zaposlen na RTV Slovenija, pozneje pa eden od dveh lastnikov podjetja Tele 59, ki danes oddaja regionalni program posebnega pomena RTS. Izvršni svet skupščine občine Maribor je v istem letu sprejel stališče, da bo »storil vse«, da se projekt ustanavljanja regionalne tv postaje čim prej uresniči. Stališče izvršnega sveta je podpisal takratni predsednik Anton Rous, ki je pozneje postal predsednik stranke DESUS, zdaj pa je zaposlen v kabinetu predsednika vlade Janeza Janše. Dovoljenje za televizijsko oddajanje je *Tele 59* dobil septembra 1993, zadnjo frekvenco pa septembra 1994, ko je že veljal zakon o javnih glasilih in je že bil ustanovljen svet za radiodifuzijo, ki bi moral odločati o podeljevanju frekvenc.

Tudi MMTV je septembra 1993 dobil dovoljenje za oddajanje regionalnega televizijskega programa<sup>22</sup>. Podjetje Boutique TV MM v lasti Marjana Megliča je konec leta pri ministrstvu za informiranje, ki je vodilo register javnih glasil, v razvid vpisalo televizijski program MMTV in radijski program MM RA, podjetje pa se je ukvarjalo tudi s telekomunikacijami (Meglič-Telecom). Podjetje je leta 1992 podpisalo pogodbo o sodelovanju z ministrstvom za obrambo, ki razen poslovnega in tehničnega sodelovanja vključuje tudi namensko pripravo programov. Ta pogodba in posebno priporočilo ministrstva za obrambo ministrstvu za promet in zveze je zasebnemu podjetju omogočilo uporabo frekvenčnega območja, ki ga je pred tem uporabljala jugoslovanska vojska. Leta 1996 je program MMTV spremenil svoje ime v MMTV-POP TV, takratni župan Ljubljane dr. Dimitrij Rupel pa je izdal priporočilo za uporabo frekvence na Krvavcu. Dimitrij Rupel je danes minister za zunanje zadeve.

Podjetje Robin Nova Gorica, d. d., je konec decembra 1991 ustanovilo televizijski program *Televizija Nova Gorica*. V ustanovitvenem aktu je pisalo, gre za »politično nevtralen lokalni program«. Decembra 1992 je bil program vpisan v razvid javnih glasil pri ministrstvu za informiranje,

21 V dokumentu o sodelovanju med *Tele 59* in *TV Slovenija*, ki je bil predložen RUT za pridobivanje frekvence, je bilo zapisano, da bosta *Tele 59* in *TV Slovenija* ustanovila novo mešano podjetje, d. d., v katerem bo *TV Slovenija* delničar. *TV Slovenija* bi vplivala na imenovanje urednika za nacionalni program in finančno poslovanje tega uredništva (odstotek od naročnine). V temeljni programski zasnovi regionalne televizijske postaje Maribor je bilo zapisano, da je »*Tele 59* regionalni kulturno-zabavni, športni in informativno servisni televizijski program, ki bo oddajal iz Maribora 24 ur dnevno v slovenskem jeziku, za tuje gledalce in poslušalce pa tudi v nemščini, angleščini, italijanščini, hrvaščini in madžarščini«.

22 Odgovorni urednik programa MMTV je bil Stane Grah, некоč zaposlen na RTV Slovenija, zdaj lastnik *TV Pika*.

zataknilo pa se je pri pridobivanju frekvenc. Oktobra 1993 je podjetje poslalo dopis Republiški upravi za telekomunikacije, v katerem se je pritoževalo nad njihovo odločitvijo, da se na tistem območju podeli frekvenca drugi televiziji (*TV Primorka*). Podjetje Robin je zagrozilo s sodnim sporom (»svojo lastnino bomo morali sodno zaščititi«) in zahtevalo, da RUT zadevo čim prej uredi. *TV Nova Gorica* je frekvenco dobila aprila 1994, dva tedna po sprejetju zakona o javnih glasilih.

Po sprejetju zakona o medijih leta 2001 in odpravi lastniških omejitev je produkcijska hiša Pro Plus na frekvencah nekdanjih regionalnih televizij začela oddajati program *POP TV*. Tako je blagovna znamka programa produkcijske hiše Pro Plus postala največja komercialna televizija *POP TV*. *Kanal A* pa je po finančnih krizah in najemanju posojil iz tujine pristal v lasti ameriške korporacije *CME* – lastnice tudi programa *POP TV*. S tihim soglasjem države je vzpostavljeno netransparentno podeljevanje frekvenc. Ne glede na to, da so pomembno javno dobro, ki je na razpolago v omejenem številu, so frekvence dobesedno podarjene izbranim posameznikom in podjetjem, ki so v dobljeni »lastnini« iskali predvsem lastni zaslužek. Imetniki frekvenc, ki so obljubljali različne programske zasnove svojih programov, pa so v devetdesetih letih bolj kot za javni interes skrbeli za svojo osebno korist. Pomanjkanje razvojne politike na tem področju verjetno najbolj očitno kaže podeljevanje frekvenc radijskim postajam. Od radijskih postaj, ki so delovale pred letom 1990 in so jih med privatizacijo olastnili po že opisanem modelu, so imeli koristi predvsem tisti, ki so bili med lastninjenjem na vodilnih položajih. Skoraj 60 novih komercialnih radijskih postaj pa je nastajalo z drobljenjem radijskega spektra in brez strateške odločitve države, koliko radijskih postaj Slovenija sploh potrebuje. Politika »en izdajatelj – ena frekvenca« je omogočila ustanavljanje programske in lastniško povezanih radijskih mrež, ki so pomanjkanje nacionalne pokritosti v praksi reševale s kupovanjem številnih manjših radijskih postaj. Zato ni nič presenetljivega, da je približno tretjina zdaj delujočih radijskih postaj lastniško povezanih. Trgovanje z lastniškimi deleži in »mreženje« radijskih postaj pa še kar traja.

## NAKLJUČNA IN NAVIDEZNA RAZNOLIKOST RTV-PROGRAMOV

Po podatkih Agencije za pošto in elektronske komunikacije (APEK) deluje v Sloveniji 83 radijev in 22 televizij (med njimi je pet programov RTV Slovenija), ki oddajajo svoj program na frekvencah. Po kablu je mogoče spremljati še en radio in 19 televizij. Med radijskimi postajami ima 18 programov status programa posebnega pomena (šest lokalnih, deset regionalnih, en študentski in en nepridobitni). Od 17 televizij, ki oddajajo svoj program na frekvencah, jih ima deset status programa posebnega pomena (pet lokalnih, štiri regionalni in en nepridobitni) oziroma je samo sedem televizijskih programov komercialnih, med katerimi so vsaj trije tudi nacionalni (*POP TV*, *Kanal A* in *TV3*). Od televizijskih programov, ki so samo kabelski, imajo trije status programa posebnega pomena<sup>23</sup>. Programi posebnega pomena pa so izdatno financirani iz državnega proračuna, še posebno njihov informativni program.

O morebitnem vplivu vlade na zasebne radijske in televizijske hiše lahko le ugibamo. Morebitnih povezav ne moremo izluščiti niti iz lastniške sestave, saj v medijskem razvidu ni natančnih podatkov o lastništvu rtv-hiš, čeprav bi morali biti vsi, ki imajo več kot pet odstotni lastniški delež, vpisani v razvid<sup>24</sup>. Navedbe v razvidu so napačne, pomanjkljive in zastarele, ponekod lastniki sploh niso navedeni. Vsi trije komercialni televizijski programi, ki pokrivajo vso Slovenijo, so v tuji lasti. *POP TV* in *Kanal A* sta v lasti ameriške družbe *CME*, *TV3* pa v lasti švedske *Modern Times Group*.

Na radijskem področju pa so bile posledice napačne in nedosledne politike podeljevanja frekvenc, da je bilo treba za pokritost vse Slovenije (ki nikoli ni bila predmet javnega razpisa ali pa politične odločitve) kupiti manjše radijske postaje in jih povezati v mrežo. Ustanavljanje mrež pa je omogočil zakon o medijih iz leta 2001, ki je že potekajoče lastniško povezovanje preprosto »uzakonil« tudi na programski ravni.

Za razliko od televizij med lastniki radijskih postaj ni nobenega tujca. Dve mreži, ki združujeta več kot 20 radijskih

<sup>23</sup> <[http://www.apek.si/sl/ra\\_in\\_tv\\_programi\\_register](http://www.apek.si/sl/ra_in_tv_programi_register)>, dostop 25. 9. 2007.

<sup>24</sup> Za raziskovalce je to pomenilo pregledovanje podatkov v sodnem registru. Treba je bilo pregledati veliko dokumentov, preden so se lahko prikopali do fizičnih lastnikov. Namreč, rtv-hiše so v lasti podjetij, ki so v lasti podjetij ... Šele s pregledovanjem lastniških deležev fizičnih oseb je bilo mogoče ugotoviti dejansko strukturo lastništva.

postaj, sta *Salomon* in *Infonet*. Mreža *Salomon*<sup>25</sup> vključuje sedem radijskih postaj (*Radio Brežice*, *RGL*, *Radio Salomon*, *Radio Sevnica*, *Radio Kum*, *Radio Veseljak* in *Studio D*). *Salomon* se ne ukvarja le z radijsko produkcijo, temveč izdaja še oglasnik, športni dnevnik, ugankarske in druge revije. Do leta 2006 je bil lastnik tednika *Mag* (tega je kupil 1999, ko je *Mag* zašel v finančne težave), potem pa ga je prodal *Delu*. V njegovi lasti sta tudi regionalni časopis *Dolenjski list* in tiskarna *Set*. Skupina *Salomon* pa je septembra 2007 kupila petinski delež v podjetju *Delo Revije*. Direktor družbe *Salomon 2000* je menil, da je nakup deleža *Dela Revij* nova možnost za izrabljanje sinergij na področju razvedrilnih medijev<sup>26</sup>.

TABELA I: RADIJSKA MREŽA SALOMON

RADIJSKE POSTAJE	DRUGI MEDIJI
RADIO KUM	DOLENJSKI LIST
RADIO STUDIO D	
RADIO GLAS LJUBLJANE	
RADIO SALOMON	
RADIO VESELJAK	
RADIO SEVNICA	
RADIO BREŽICE	

Vir: Razvid medijev pri ministrstvu za kulturo, 5. 11. 2007.

in <<http://www.krater.si>>, dostop 5. 11. 2007.

Radijska mreža *Infonet* združuje 21 radijskih postaj; 11 radijskih postaj v mreži je lastniško povezanih, preostale pa sodelujejo kot pridruženi člani (programska povezava)<sup>27</sup>. Nastajanje programskih radijskih mrež je rezultat državne politike od začetka devetdesetih let. Namreč, ker se nikoli ni nihče odločil za transparentni način podeljevanja radijskih frekvenc za pokritost vse države, so se začele lastniško povezovati lokalne in regionalne postaje, potem pa so začele nastajati »programske mreže«. Zakon o medijih iz leta 2001 je proces lastniškega in programskega povezovanja radijskih postaj kratko malo legaliziral. Navidezno gre za veliko število radijskih postaj, a v resnici so to lastniško ali programsko

25 To radijsko mrežo lahko imenujemo tudi radijska mreža skupine *Krater*. *Krater* združuje približno dvajset podjetij s področja grafične industrije, založništva, medijev in ekologije. Največji lastnik skupine *Krater* je Martin Odlazek.

26 *Dnevnik*, 20. 9. 2007

27 <<http://www.infonet.fm>> (dostop 15. 10. 2007)

povezane postaje. Posledica tega pa je »poenotenje slišnega« in manjša možnost izbire za poslušalce.

TABELA 2: RADIJSKA MREŽA INFONET

RADIJSKE POSTAJE	DRUGI MEDIJI
RADIO ORION	TEDNIK JASNO
RADIO I KRVAVEC	INFOTV.SI
RADIO I PRIMORSKA	R-ORION.COM
RADIO I GORENJSKA	
RADIO I ŠTAJERSKA	
RADIO I DOLENJSKA	
RADIO I OBALA	
RADIO I PORTOROŽ	
RADIO I.SI	
RADIO BELVI GORENJSKA	
RADIO ANTENA	
INFORMATIVNI VAL	
RADIO I 107,9	
RADIO BELVI KRANJ	
KOROŠKI RADIO	
RADIO KLASIK	
RADIO 6	
RADIO 4	
VESELI RADIO	
RADIO ŠPORT	
REGIONALNA RADIJSKA MREŽA RADIO I	

Vir: Razvid medijev pri ministrstvu za kulturo, 5. II. 2007.

#### NEODVISNI REGULATOR – NEODVISEN OD KOGA?

Med letoma 1991 in 1994 je, kot smo že povedali, radiodifuzne frekvence upravljala leta 1991 ustanovljena Republiška uprava za telekomunikacije, ki je delovala kot organ v sestavi ministrstva za promet in zveze. Šele maja 1994 je državni zbor z odlokom in na podlagi zakona o javnih glasilih ustanovil svet za radiodifuzijo<sup>28</sup> – neodvisno regulatorno telo, ki naj bi varovalo svobodo komuniciranja, programsko

<sup>28</sup> Svet je imel osem članov in predsednika. Imenoval jih je državni zbor iz vrst strokovnjakov s področja radiodifuzije in javnih delavcev, od tega štiri člane na predlog vlade. Zakon je določal, da člani sveta ne morejo biti funkcionarji in zaposleni v državnih organih, poslanci, člani vodstev političnih strank in zaposleni v rtv-organizacijah (zakon o javnih glasilih, 1994, 57. člen).

neodvisnost ter odprtost in pluralnost rtv-programov; nadzorovalo naj bi tudi dejavnost rtv-organizacij in kabelskih operaterjev v RS, določalo podrobnejša vsebinska merila za opredelitev nekomercialnih rtv-programov, predlagalo pristojnemu organu (v tem primeru Uradu RS za telekomunikacije), komu dodeliti radiodifuzni kanal in komu ga vzeti, in obravnavalo načela razdelitve frekvenčnih pasov za radiodifuzijo in radiodifuznih kanalov (zakon o javnih glasilih, 1994, 58. člen). To, kar bi svet moral natančno določiti *pred* podeljevanjem frekvenc, je zdaj, ko so vse ključne frekvence že bile brezplačno podeljene, moral nadzorovati. Od leta 1994, ko je bil svet ustanovljen, do leta 2001, ko je bil po sprejetju zakona o medijih imenovan nov svet (z bistveno drugačnimi pristojnostmi), državni zbor ni obravnaval niti enega od letnih poročil, ki jih je svet pošiljal v javno razpravo<sup>29</sup>. Svet za radiodifuzijo pa se je pri svojem delovanju srečeval s različnimi težavami. Nekatere od njih bomo opisali.

#### *Neurejen pravni položaj sveta za radiodifuzijo*

Svet, kakor ga je določal zakon o javnih glasilih, je bil novost v slovenskem pravnem sistemu. Njegovega statusa in pooblastil zakon ni urejal celostno in konsistentno. Svet ni imel pooblastil za izdajo aktov v smislu odločb, pravno nejasna je bila pravna teža predloga sveta za dodelitev ali odvzem pravice uporabe frekvence, nejasen je bil obseg diskrecijskih pravic sveta v okviru zakona, še posebno nejasno pa je bilo opisano razmerje med svetom in upravo RS za telekomunikacije. Z zakonom o medijih iz leta 2001 je svet postal posvetovalni organ Agencije za pošto in elektronske komunikacije (APEK) s precejšnjimi odločevalskimi pristojnostmi. Svet, ki je od leta 1994 do leta 2001 imel svoje strokovne službe in oddelek za monitoring ter samostojne vire financiranja, je s sprejetjem zakona o medijih postal strokovno in finančno odvisen od agencije, katere ključne ljudi imenuje vlada.

#### *Neobstoj medijske politike*

Radiodifuzija je bila vselej regulirana za nazaj. Država je namreč medijsko zakonodajo sprejemala in spreminjala tako, da je »legitimizirala« razvoj medijev, ki je potekal neodvisno in včasih v nasprotju s pravili. Namesto da bi določala

<sup>29</sup> Hrvatin in Milosavljević, *prav tam*, str.14–15.

politiko razvoja, se je država večinoma odločala za popis dejanskega stanja, kar je v praksi pomenilo, da je delovanje medijev krojilo zakonske spremembe in ne obratno.

### *Konflikt interesov v svetu za radiodifuzijo*

Zaradi zelo ohlapno opredeljenega pojma konflikt interesov so bili med člane sveta imenovani zelo vplivni nekdanji državni uslužbenci in lastniki pomembnejših oglaševalskih agencij. Zakon o medijih iz leta 2001 je dodatno zaostрил konflikt interesov, ni pa preprečil vpliva medijske industrije. Leta 2006 so po spremembi zakona o medijih med člane sveta imenovali dolgoletnega direktorja ene od radijskih postaj; med imenovanjem je bil tudi član nadzornega sveta časopisne hiše Delo, d. d.

### *Finančna (ne)odvisnost sveta za radiodifuzijo*

Eden od temeljnih pogojev za neodvisnost regulatorja je njegova finančna neodvisnost. Do leta 2001 se je svet financiral neposredno iz državnega proračuna, zakon o medijih pa je na novo določil njegov status in naloge. Med drugim, da zagotavlja tehnično, strokovno, finančno in administrativno podporo za delovanje sveta APEK. Svet tako ni imel več lastne strokovne službe in tudi ni več samostojno upravljal z denarjem, ki ga je potreboval za svoje delovanje. Denar za delo sveta je bil v skladu s 103. členom zakona o medijih zagotovljen iz državnega proračuna, na predlog APEKA, ki je ta denar upravljala po nalogu sveta. Z novelo zakona o medijih, sprejeto leta 2006<sup>30</sup>, se je spremenil tudi način financiranja sveta. Danes zagotavlja finančna sredstva za delo sveta APEK, ki ta sredstva, po nalogu sveta, tudi upravlja.

30 Uradni list RS, št. 60, 2006 – ZMed-A.

**TABELA 3: PREGLED ODHODKOV SVETA ZA RADIODIFUZIJO  
V OBDOBJU 1995–2006 (SIT)**

LETO	ODHODKI
1995	8.554.000
1996	18.710.000
1997	25.000.000
1998	42.668.000
1999	40.156.000
2000	61.293.000
2001	52.453.000
2002	23.142.000
2003	8.250.000
2004	5.090.000
2005	3.652.000
2006	4.614.000

Viri: Zaključni računi sveta za radiodifuzijo, shranjeni v arhivu Državnega zbora RS (za obdobje 1995–2001), in knjigovodski podatki APEK (za obdobje 2002–2006).

#### RAZVOJ RADIODIFUZIJE – BREZ RAZVOJNE POLITIKE IN POD VPLIVOM POLITIČNIH ODLOČITEV

Država je v radiodifuziji ostala močno dejavna kljub navideznemu umiku iz nje med privatizacijo in nastajanjem novega komercialnega radijskega in televizijskega sektorja. Do sprejetja zakona o javnih glasilih leta 1994 je frekvence za nove radijske in televizijske postaje podeljevala uprava za telekomunikacije brez razvojne politike, javnih razpisov in brez jasnih meril. Svet za radiodifuzijo, ki je bil ustanovljen leta 1995 in bi moral poskrbeti za transparentno radiodifuzno politiko, je podedoval izčrpan frekvenčni fond, nepregledne lastniške povezave in nejasno programsko politiko že delujočih radijskih in televizijskih postaj. V nekaj več kot desetletnem delovanju se je dvakrat spremenila medijska zakonodaja, ki je bistveno posegla v neodvisnost sveta za radiodifuzijo, zmanjšala njegove pristojnosti in ga spremenila v neodločnega regulatorja, ki skrbi predvsem za administrativno spoštovanje zakonodaje, precej manj pa za dejansko oblikovanje radiodifuzne politike. Delovanje države na področju radiodifuzije pa je v skorajda 15-letnem tranzicijskem obdobju ostalo nespremenjeno – brez razvojne politike in polno političnih odločitev.



RTV SLOVENIJA

Razumevanje in urejanje odnosa med državo in *Radiotelevizijo Slovenija* ni nikoli temeljilo na prizadevanjih za politični in družbeni konsenz. To se je še posebno močno pokazalo pri vsaki spremembi zakonodaje s tega področja od leta 1990, ko so prav zaradi vplivanja države in političnih elit, ki so neko obdobje upravljale državo, med RTV Slovenija in državo nastali največji spori. Nazadnje se je sprejemanje novega zakona o RTV Slovenija leta 2005 zaradi političnih in družbenih razhajanj končalo z glasovanjem na referendumu in tesnim izidom v prid ureditvi, ki jo je z zakonom predpisala desnosredinska vladna koalicija.

#### ZAKONODAJA

Zakonodaja, ki je določala položaj RTV Slovenija, se je od leta 1990 do leta 2005 šestkrat spremenila. Prvi zakon o RTV Slovenija iz leta 1990 je še isto leto doživel spremembo. Drugi zakon iz leta 1994 je bil spremenjen leta 1999 in leta 2001, tretji pa je bil sprejet leta 2005. Če temu prištetimo še določila zakona o javnih glasilih iz leta 1994, zakona o medijih iz leta 2001, in sprememb zakona o medijih iz leta 2006, ki se nanašajo na RTV Slovenija, ugotovimo, da je bilo zakonskih sprememb, s katerimi je država v petnajstih letih posegala v ureditev položaja in delovanja RTV Slovenija, še več.

Če pregledamo dogajanja in utemeljevanja med spreminjanjem zakonske ureditve RTV Slovenija od leta 1990 do leta 2005<sup>1</sup>, ugotovimo, da je razpravo med sprejemanjem prvega zakona o RTV Slovenija<sup>2</sup> leta 1990 za vlade Demosove koalicije, ki so jo sestavljale desnosredinske stranke in vodil krščanski demokrat Lojze Peterle, že spremljala bojazen, da bo RTV Slovenija postala nekakšna paradržavna ustanova<sup>3</sup>. Poglavitni razlog za takratna in vsa nadaljnja trenja zaradi urejanja odnosa med državo oziroma politiko in RTV Slovenija sta bila sestava in imenovanje organov upravljanja.

<sup>1</sup> Delovanje RTV Slovenija po sprejetju novega zakona je za Mirovni inštitut spremljala skupina novinarjev in raziskovalcev. Zgodovinski pregled razprav o zakonski ureditvi RTV Slovenija je pripravil Janez Aljančič. Glej Poročilo o spremljanju delovanja RTV Slovenija po sprejetju novega zakona, 1. del, Mirovni inštitut, Ljubljana, maj 2006, <<http://www.mirovni-institut.si>>.

<sup>2</sup> Zakon je med drugim uvedel spremembo imena RTV Ljubljana v RTV Slovenija.

<sup>3</sup> Janez Aljančič, Poročilo o spremljanju delovanja RTV Slovenija po sprejetju novega zakona, 1. del, Mirovni inštitut, Ljubljana, maj 2006, str. 5. Glej <<http://www.mirovni-institut.si>>.

## UPRAVLJANJE

Prvi zakon o RTV Slovenija, sprejet med spreminjanjem družbenega sistema in razpadom Jugoslavije leta 1990, je določil, da ima RTV Slovenija status javne družbene delovne organizacije. Upravljala jo je skupščina, sestavljena iz delegatov, pri čemer sta le del delegatov imenovala republiška skupščina in izvršni svet (takratna parlament in vlada)<sup>4</sup>. Še isto leto je bil zakon spremenjen ravno v določilih o organu upravljanja, ki se je po novem imenoval svet in je vseh njegovih 25 članov imenovala republiška skupščina (parlament). To spremembo zakona so novinarji v razpravah označevali za poddržavljenje RTV Slovenija, opozicija, predvsem liberalna demokracija, pa je trdila, da bo novi sistem zagotovil prevlado političnega vpliva strank Demosove vladne koalicije na RTV Slovenija. Po poročilih medijev iz tistega obdobja je segel vpliv politike celo tako daleč, da so nekatere oddaje, intervjuje in pogovore lahko vodili le tisti novinarji<sup>5</sup>, ki so bili »pravilno« politično usmerjeni in vsječ gostom.

Ko se je po padcu Demosove vlade in parlamentarnih volitvah decembra 1992 oblast spremenila, so krščanski demokrati najprej zahtevali, da se na RTV Slovenija vzpostavi dva različno politično-nazorsko obarvana televizijska programa. Vodenje vlade je po volitvah prevzela liberalnodemokratska stranka (LDS) in v koalicijo sprejela tudi krščanske demokrate, ki so potem zamisel o politični delitvi televizije opustili, nova vlada pa je takoj spomladi 1993 pripravila predlog novega zakona o RTV Slovenija. V utemeljitvi predloga zakona so zapisali, da želi vlada preprečiti politični vpliv na javni rtv-servis, da mora država zagotoviti možnost za obstoj in razvoj javne radiotelevizije, vendar hkrati omejiti vmešavanje države v delo te ustanove. Tudi takrat je največ polemik sprožil člen, ki je določal sestavo sveta RTV Slovenija. Predlog, po katerem bi del sveta RTV Slovenija, ki bi ga sestavljali predstavniki uporabnikov in civilne družbe, imenoval državni svet (zgornji dom parlamenta, v katerem so zastopani predstavniki različnih družbenih dejavnosti in subjektov in ne političnih strank), je naletel na kritike predstavnikov desnosredinskih strank. »/.../ Če neka stranka, ki je na vrhu, na oblasti, želi vzpostaviti nestranske medije, je to sistemsko nekaj povsem nemogočega. Stranka vedno zasleduje svoje cilje in zakaj ne bi delala tako pri najmočnejšem

<sup>4</sup> Prav tam.

<sup>5</sup> Prav tam.

in najvplivnejšem mediju, kot je RTV,« je takrat trdil Janez Jerovšek, ki je bil prepričan, da se za predstavniki civilne družbe skrivajo predstavniki političnih strank<sup>6</sup>.

Po skoraj leto trajajočih razpravah, polemikah, številnih dopolnitvah in spremembah osnutka zakona je bil novi zakon o RTV Slovenija sprejet aprila 1994<sup>7</sup>. Na koncu je bilo sprejeto zakonsko določilo, po katerem 15 od 25 članov sveta RTV Slovenija neposredno imenujejo različne organizacije civilne družbe, interesna združenja in univerze. To določilo je veljalo enajst let, vsa ta leta je – z nekajmesečnim predahom leta 2000 – vodila vladne koalicije levosredinska LDS. Opozicija pa je vsa tista leta trdila, da so predstavniki civilne družbe v svetu RTV Slovenija le krinka za politični nadzor »levih strank«, »naslednic nekdanje partije«, nad RTV Slovenija. Pri tem so se največkrat sklicevali na to, da je svet RTV Slovenija od leta 1998 do leta 2005 vodil predstavnik Olimpijskega komiteja Slovenije Janez Kocijančič, ki je do 1997 vodil stranko Združena lista socialdemokratov (ZLSD). ZLSD je nastala z združitvijo več strank, med katerimi je bila največja Socialdemokratska prenova Slovenije (SDP Slovenije), stranka nastala iz nekdanje Zveze komunistov Slovenije<sup>8</sup>.

Podporniki opozicijskih desnosredinskih strank so leta 2003 napisali pobudo »Nekaj je treba storiti«, ki jo je podpisalo 86 znanih osebnosti. V njej so predlagali, naj vladni in parlamentarni predstavniki v razpravi z opozicijo, civilnimi združenji in novinarji dosežejo javni konsenz o popolni neodvisnosti nacionalne televizije in radia. Opozorili so, da mora spremenjeni zakon o RTV Slovenija zagotoviti svet v takšni sestavi, da bo RTV Slovenija resnično upravljal v skladu z interesi javnosti<sup>9</sup>. Sledili so volitve 2004, zmagala desnosredinskih strank, imenovanje vlade Janeza Janše decembra 2004 in nekaj mesecev po tem objava osnutka zakona o RTV Slovenija. Med nastajanjem predloga zakona tako rekoč ni bilo javne razprave. Njegovo besedilo je bilo objavljeno na spletni strani ministrstva za kulturo 1. aprila 2005, parlamentarna obravnava pa se je začela s splošno

6 Slovenec, 15. 5. 1992; povzeto iz Poročila o spremljanju delovanja RTV Slovenija po sprejetju novega zakona, 1. del, Mirovni inštitut, Ljubljana, maj 2006, str. 7.

7 Poročilo o spremljanju delovanja RTV Slovenija po sprejetju novega zakona, 1. del, Mirovni inštitut, Ljubljana, maj 2006, str. 7.

8 Janez Kocijančič je iz vodstva ZLSD izstopil leta pred imenovanjem v svet RTV Slovenija 1998. Združena lista socialdemokratov se je pozneje preimenovala v Socialne demokrate (SD). Po razpadu LDS je več poslancev te stranke prestopilo v SD. Oktobra 2007 – leto pred parlamentarnimi volitvami – je bila SD največja opozicijska stranka v Sloveniji.

9 Prav tam, str. 10. Glej tudi Boris Vežjak na <[http://www.zofijini.net/mediji\\_nekaj.htm](http://www.zofijini.net/mediji_nekaj.htm)>.

razpravo v državnem zboru 22. aprila 2005. Na predloge iz pobude »Nekaj je treba storiti« iz leta 2003 o doseganju javnega konsenza so pozabili vsi, med njimi tudi eden od prvopodpisanih Vasko Simoniti, ki je zdaj nastopal v vlogi ministra za kulturo kot predlagatelj zakona.

Največ sporov so ponovno povzročila določila o sestavi in imenovanju organov upravljanja. Kljub ostrim polemikam in kritikam iz evropskih in mednarodnih organizacij<sup>10</sup> je bil zakon sprejet 15. julija 2005, o njem so na pobudo opozicije državljani glasovali na referendumu 25. septembra 2005, začel pa je veljati 12. novembra 2005. Na referendumu je za novi zakon glasovalo 50,3 odstotka državljanek in državljanov<sup>11</sup>.

Sprejet je bil sklep, po katerem imenuje parlament 21 od skupno 29 članov programskega sveta, najvišjega organa upravljanja RTV Slovenija. Poleg petih predstavnikov parlamentarnih strank v programskem svetu RTV Slovenija parlament imenuje tudi 16 predstavnikov gledalcev in poslušalcev ter organizacij civilne družbe in univerz.

Zakonodaja je različno določala položaj in pristojnosti generalnega direktorja RTV Slovenija pri upravljanju RTV Slovenija. Po zakonu, ki ga je sprejela vlada pod vodstvom levosredinske LDS in je veljal od leta 1994 do leta 2005, je generalnega direktorja imenoval svet RTV Slovenija, vendar je njegovo imenovanje moral potrditi parlament. Vendar generalni direktor takrat ni imel pristojnosti na programskem področju. Po zakonu, ki ga je sprejela vlada pod vodstvom desnosredinske SDS in velja od leta 2005, pa generalni direktor ima pristojnosti na programskem področju. Direktorja tudi dokončno imenuje programski svet RTV Slovenija, kar pa je le na videz neodvisna odločitev, ko vemo, da tiste, ki potem smejo glasovati o generalnem direktorju RTV Slovenija, določi prav parlament. Ko je pristojna parlamentarna komisija januarja 2006 volila člane programskega sveta, se je izkazalo, da imajo poslanci strank vladne koalicije »plonklistek« z usklajenim seznamom, katera imena predlaganih članov programskega sveta (izmed več kot 200, poslanih v parlament na podlagi javnega poziva), naj obkrožijo<sup>12</sup>. Med 16 predstavniki javnosti v programskem svetu, ki jih je

10 Kritična stališča do predloga novega zakona o RTV Slovenija so zavzeli tudi Svet Evrope, Evropska zveza javnih radiotelevizij (European Broadcasting Union), Article 19, Mednarodni inštitut za tisk (International Press Institute), Mednarodna zveza novinarjev (International Federation of Journalists) itn.

11 Referenduma o zakonu o RTV Slovenija se je udeležilo 30,71 odstotka volivcev oziroma nekaj manj kot petsto tisoč državljanek in državljanov.

12 Poročilo o spremljanju delovanja RTV Slovenija po sprejetju novega zakona, 1. del, Mirovni inštitut, Ljubljana, maj 2006, str. 18.

izvolil parlament, se je znašlo tudi pet podpisnikov že omenjene pobude »Nekaj je treba storiti« iz leta 2003<sup>13</sup>.

Za boljše ponazoritev vloge države pri upravljanju RTV Slovenija je treba omeniti tudi spor med sindikati in svetom RTV Slovenija konec leta 1999 in na začetku leta 2000, in kako se je na pobudo sindikatov odzval parlament. Sindikati so svet večkrat pozvali, naj ukrepa proti domnevnim nepravilnostim v poslovanju RTV Slovenija, sklepanju nezakonitih pogodb in odločanju generalnega direktorja. Ker svet tega ni naredil, se je spor med sindikati in svetom poglobljaj. Svet ni sprejel zahteve sindikatov, da morajo člani sveta na sejah glasovati javno. Hkrati so sindikati opozarjali, da nekateri člani sveta poslovno sodelujejo z RTV Slovenija in da zaradi tega prihaja do konflikta interesov. Ko pa je v začetku leta 2001 svet RTV Slovenija za generalnega direktorja ponovno imenoval dotedanjega, je aktiv novinarjev TV Slovenija pozval poslance, naj pred glasovanjem, s katerim so po zakonu odločali o dokončnem imenovanju generalnega direktorja, preverijo nepravilnosti v poslovanju, ki so jih sindikati očitali generalnemu direktorju. Novinarji so pozvali parlament, naj nastopi »kot arbiter, ki bo popravil sporno odločitev sveta RTVS in prisluhnil mnenju zaposlenih«<sup>14</sup>. Parlament je pobudo novinarjev sprejel in ni imenoval generalnega direktorja, ki ga je izvolil svet RTV Slovenija. Posledica tega je bila, da je javnost začela razpravljati o verodostojnosti sveta ter o ceni in dolgoročnih posledicah doseženega zavezništva med politiki v parlamentu in novinarji RTV Slovenija.

Istočasno se je namreč dvakrat spremenil zakon o RTV Slovenija, leta 1999 in leta 2001. Leta 1999 so s spremembami odpravili pravico novinarjev, da mora kandidat, ki ga svet izvoli za odgovornega urednika, imeti soglasje novinarskega kolektiva. Zakon je po novem določal, da novinarski kolektiv le poda mnenje o kandidatu, predlaga pa ga programski direktor. Spremembe zakona o RTV Slovenija, sprejete leta 2001, pa so bile dopolnjene s kompromisnim določilom, da novinarski kolektiv ima pravico svetu RTV Slovenija predlagati svojega kandidata za odgovornega urednika, če poda negativno mnenje o kandidatu, ki ga je predlagal programski direktor.

Poslovanje RTV Slovenija je v vseh dosedanjih zakonskih ureditvah nadzoroval poseben organ, v katerem so

<sup>13</sup> Prav tam, str. 10.

<sup>14</sup> Navajamo po Sandra B. Hrvatin, *Državni ali javni servis*, Mediawatch, Mirovni inštitut, Ljubljana, 2002, str. 33.

prevladovali člani, ki sta jih imenovala parlament oziroma vlada. V tem organu nikoli ni bilo predstavnikov javnosti. Po zakonu o RTV Slovenija iz leta 1994 je to bil nadzorni odbor s sedmimi člani; pet članov nadzornega odbora je imenoval parlament, dva zaposleni. Z amandmaji iz leta 2001 so takšno ureditev nekoliko popravili in od takrat je vlada predlagala dva od petih članov nadzornega odbora, ki jih imenuje parlament. Preostala dva člana so še vedno volili zaposleni. Po novem zakonu o RTV Slovenija, sprejetem leta 2005, nadzoruje poslovanje RTV Slovenija nadzorni svet z enajstimi člani, med katerimi pet članov imenuje parlament, štiri vlada in dva zaposleni. Skoraj praviloma je nadzornemu organu predsedoval tisti član, ki ga je za člana sveta predlagala največja vladna stranka. Samo v obdobju pred sprejetjem amandmajev k zakonu o RTV Slovenija leta 2001 je nekaj časa nadzornemu odboru RTV Slovenija izjemoma predsedoval Branko Grims, predstavnik takratne opozicijske SDS<sup>15</sup>. To se je spremenilo, takoj ko je z zakonsko spremembo vlada dobila možnost predlagati dva izmed petih članov nadzornega odbora, ki jih je imenoval parlament. Od takrat je nadzornemu odboru RTV Slovenija predsedoval Nikola Damjanič<sup>16</sup>, eden od dveh članov iz »vladne kvote«, kandidat takrat vladajoče LDS.

Nadzornemu svetu, oblikovanemu leta 2006 po sprejetju novega zakona o RTV Slovenija v mandatu nove vlade, je najprej predsedoval Janez Jerovšek, potem pa Franc Orešnik, oba kandidata vladajoče SDS (prvega je v nadzorni svet imenovala vlada, drugega parlament).

#### FINANCIRANJE

Finančni položaj RTV Slovenija so generalni direktorji v različnih obdobjih različno opisovali. Iz javnih razprav na to temo se je dalo razumeti, da se v sistemu, ki je tako kompleksen in hkrati vsako leto obrne veliko denarja, da z računovodskimi operacijami prikazovati razmere tako ali drugače. Vsekakor pa je vse do odprodaje delnic družbe Eutelsat leta 2005<sup>17</sup> za RTV Slovenija veljalo, da posluje s

15 Branko Grims je zdaj poslanec vladajoče stranke, predsednik parlamentarnega odbora za kulturo, šolstvo in šport. Šele po sprejetju zakona o RTV Slovenija leta 2005 je razkril, da je prav on avtor novega zakona o RTV Slovenija. Med razpravo o predlogu zakona predstavniki vlade niso hoteli povedati, kdo je sestavil predlagano zakonsko besedilo.

16 Nikola Damjanič je tudi v mandatu desnosredinske vlade član nadzornega sveta RTV Slovenija, ker ga je na to mesto na podlagi zakona predlagala opozicijska LDS.

17 Delnice je RTV Slovenija pridobila leta 2001, ko se je Eutelsat preoblikoval v delniško družbo. Pred tem je od leta 1998 imela RTV Slovenija kot članica združenja Eutelsat pravice in obveznosti urejene drugače. Revizijsko poročilo o poslovanju RTV Slovenija

precejšnjimi finančnimi težavami. Če natančneje pregledamo njena finančna poročila, ugotovimo, da se ji je finančni položaj začel izboljševati že leta 2004.

TABELA I: FINANČNI PODATKI RTV SLOVENIJA

LETO	VIŠINA PRIHODKOV	DELEŽ PRIHODKOV IZ RTV-PRISPEVKA (%)
2003	26.034.000.000 SIT (111.494.646 EUR)	72,80
2004	30.706.000.000 SIT (128.552.290 EUR)	70,70
2005	39.558.077.000 SIT (165.072.930 EUR)	71,40
2006	29.764.609.000 SIT (124.205.512 EUR)	66,50

Vir: Letna poročila RTV Slovenija 2003, 2004, 2005 in 2006.

GRAF K TABELI I: FINANČNI PODATKI RTV SLOVENIJA

(■ PRIHODKI; ■ DELEŽ IZ RTV-PRISPEVKA)



Država različno vpliva na finančni položaj RTV Slovenija, najbolj pa z določanjem višine rtv-prispevka. Po obeh zakonih, iz leta 1994 in leta 2005, odloča o višini rtv-prispevka vlada. Pobud, da bi izračun mesečnega rtv-prispevka usklajevali s stopnjo inflacije ali drugim sorodnim mehanizmom, ki bi deloval avtomatično in odvzel vladi možnost političnega razsojanja o višini rtv-prispevka, do zdaj ni sprejela še nobena vlada. Levosredinska vlada z LDS na čelu je leta 1999 sprejela spremembo zakona o RTV Slovenija, s katero je za RTV Slovenija uvedla ugodnejši sistem pobiranja rtv-prispevka. Zakon je določil, da so rtv-prispevek dolžni plačevati vsi odjemalci električne energije, razen če s posebno izjavo ne potrdijo, da nimajo radijskega oziroma televizijskega sprejemnika.

iz leta 2001 je pokazalo, da je v tistem obdobju RTV Slovenija kupila manjši delež v tej evropski organizaciji, kar je več let prinašalo celo finančno škodo in sprožalo razprave, kdo je kriv za ta nakup in kdo je lahko zanj dal soglasje. Ko se je leta 2005 izkazalo, da bi s prodajo delnic lahko RTV Slovenija splavala iz finančnih težav, so pobudniki za investiranje v Eutelsat nenadoma doživeli javne pohvale.



Desnosredinska vladna koalicija je leta 2005, med sprejemanjem novega zakona o RTV Slovenija, pred referendumom poskušala nabirati volivce z obljubami, da rtv-prispevka ne bo povečala, temveč celo znižala. Tako se rtv-prispevek od aprila 2004, ko je bila na oblasti še levosredinska vlada, ni povečal. Skoraj štiri leta ostaja višina rtv-prispevka nespremenjena. Hkrati je novi zakon oprostil plačila rtv-prispevka prejemnike socialne pomoči, s tem zmanjšal število zavezancev in tudi prihodke RTV Slovenija. Sodeč po letnih poročilih RTV Slovenija je to bistveno vplivalo na njen finančni položaj, pa tudi na razmerje med prihodki iz rtv-prispevka in drugimi prispevki v celotnih prihodkih RTV Slovenija. Prav zaradi tega se je delež prihodkov iz rtv-prispevka leta 2006 zmanjšal na 66,5 odstotka. To pomeni, da znaša delež komercialnih prihodkov v proračunu RTV Slovenija že 31,75 odstotka. Po navedbah Antona Guzeja, generalnega direktorja RTV Slovenija, izvoljenega februarja 2005, to razmerje »za strukturo in stabilnost financiranja javne RTV v primerjavi z javnimi servisi članic Evropske radiotelevizijske zveze (EBU) ni normalno, saj znašajo le-ti pri njih le v nekaj primerih 20 odstotkov«<sup>18</sup>. V RTV Slovenija so ugotovili, da so se od novembra 1999 prihodki od rtv-prispevka znatno zmanjšali zaradi inflacije, saj vlada v tistem obdobju številnih predlogov RTV Slovenija za povečanje prispevka ni odobrila. V RTV Slovenija so izračunali, da so od novembra 1999 do decembra 2006 tako izgubili več kot 15 milijard tolarjev (več kot 65 milijonov evrov)<sup>19</sup>.

Država je proti RTV Slovenija še večkrat finančno neugodno ukrepala.

Leta 2001 je bila levosredinska vladna koalicija tista, ki je sprejela določilo v zakonu o medijih, po katerem mora RTV Slovenija tri odstotke letnih prihodkov od rtv-prispevka izdvajati na posebni račun, iz katerega bi na podlagi javnega razpisa financirali programske vsebine lokalnih in regionalnih nepridobitnih radijskih in televizijskih programov. Na pritožbo RTV Slovenija je Ustavno sodišče RS leta 2004 odločilo, da je takšno določilo protiustavno. RTV Slovenija pa denarja, ki ga je po sprejetju zakona o medijih leta 2001 in do razsodbe ustavnega sodišča leta 2004 zbirala na posebnem računu, nikoli ni sprostila za tisti namen, ki je bil določen po zakonu o medijih. Medtem je ministrstvo za kulturo pod pritiskom lokalnih in regionalnih postaj izpolnilo zakonske obveznosti do njih tako, da je namesto RTV Slovenija založilo

<sup>18</sup> Letno poročilo RTV Slovenija 2006, str. 14.

<sup>19</sup> Letno poročilo RTV Slovenija 2006, str. 69.

sredstva državnega proračuna, o čemer še traja spor med RTV Slovenija in ministrstvom za kulturo.

Na finančni položaj RTV Slovenija je vplivalo tudi neplačevanje prometnega davka na rtv-prispevek v letih 1996–1998. Poleg plačevanja dolga je RTV Slovenija vse do leta 2004 bremenilo plačevanje zamudnih obresti za neplačani prometni davek. Leta 2003 so na primer zamudne obresti znašale skoraj milijardo tolarjev (približno 4,3 milijona evrov). Ustavno sodišče je leta 2004 na pritožbo RTV Slovenija odločilo, da zaračunavanje zamudnih obresti pri terjatvah države, še preden so te pravnomočne, ni v skladu z ustavo. Zato je država morala RTV Slovenija vrniti že plačane zamudne obresti, kar je na primer v letu 2005 znašalo 3,8 milijarde tolarjev (približno 16 milijonov evrov).

Država iz proračuna sofinancira ustvarjanje in razširjanje radijskih in televizijskih programov RTV Slovenija za italijansko in madžarsko narodno skupnost. Leta 2003 in leta 2004 je iz državnega proračuna sofinancirala gradnjo rtv-studia v Lendavi za programe madžarske narodne skupnosti. Leta 2004 je država za to investicijo in sofinanciranje ustvarjanja in razširjanja radijskih in televizijskih programov RTV Slovenija za madžarsko in italijansko narodno skupnost prispevala iz državnega proračuna 325.845.000 tolarjev, leta 2006 pa je za sofinanciranje programov namenila 278.029.196 tolarjev<sup>20</sup>. O znesku sofinanciranja se vodstvo RTV Slovenija vsako leto pogaja z vladnim uradom za narodnosti. Sofinanciranje iz državnega proračuna znaša v prihodkih RTV Slovenija že več let približno en odstotek.

#### PROGRAM

V razpravah o vlogi države pri delovanju RTV Slovenija ponavadi prevladuje vprašanje, kdo in pod katerim političnim vplivom upravlja RTV Slovenija. Pri tem se pogosto pozablja, da sta osrednja naloga in smisel obstoja javnega radiotelevizijskega servisa produkcija in razširjanje rtv-programov, s pomočjo katerih RTV Slovenija zagotavlja najširšemu krogu gledalcev in poslušalcev dostop do informacij,

<sup>20</sup> Država sofinancira medijske dejavnosti italijanske in madžarske narodne skupnosti tudi v tiskanih medijih. Leta 2006 je tako za delovanje dnevnika *La Voce del Popolo* in tiskovnika *Nepiysag* preko urada za narodnosti prispevala 105.007.174 tolarjev, za radijske in televizijske oddaje, namenjene romski skupnosti, pa 14.378.400 tolarjev. Sredstva za informativno dejavnost romske skupnosti država že več let usmerja v lokalni radijski in televizijski postaji v Murski Soboti in Novem mestu, ki ustvarjajo oddaje za Rome, čeprav v Murski Soboti že od leta 2003 deluje samostojna romska radijska produkcija. Podatke o sofinanciranju nam je dal urad za narodnosti 6. 2. 2007.

izobraževalnih in razvedrilnih vsebin ter odpira, oblikuje in vzdržuje prostor za javne razprave.

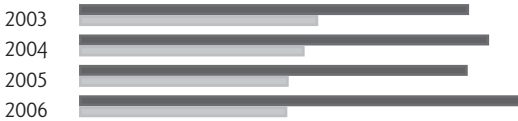
TABELA 2: ŠTEVILO UR PROGAMA RTV SLOVENIJA

	RADIO SLOVENIJA	TELEVIZIJA SLOVENIJA
2003	23.334	14.310
2004	24.531	13.497
2005	23.253	12.544
2006 <sup>21</sup>	26.543	12.460

Vir: Letna poročila RTV Slovenija 2003, 2004 in 2005 in služba za odnose z javnostmi RTVS.

GRAF K TABELI 2: ŠTEVILO UR PROGAMA RTV SLOVENIJA

(■ RADIO SLOVENIJA; ■ TELEVIZIJA SLOVENIJA)



Med ugotavljanjem, kako država in politika s svojim vplivom na zakonsko ureditev, upravljanje in financiranje RTV Slovenija učinkujeta na uredniško neodvisnost, kakovost in gledanost programov RTV Slovenija, so najpogosteje omenjene spremembe na uredniških mestih, število pojavljanj predstavnikov vladne ali opozicijske politične opcije v programih in primeri cenzure ali pristranskega poročanja. Največ pozornosti pa je usmerjene v informativni program, še posebno televizijski.

Že sama struktura nastopajočih v Dnevniku, osrednji informativni oddaji TV Slovenija, veliko pove. Analiza vzorcev vseh oddaj, predvajanih marca 2004, marca 2005 in marca 2006, ki jo je opravil Marko Prpič<sup>22</sup>, je pokazala, da sestavljajo akterji v kategoriji »politični sistem – država« več kot

21 V letnem poročilu RTV Slovenija 2006 ni sistematiziranih statističnih podatkov o letni programski ponudbi Radia Slovenija in TV Slovenija niti podatkov o gledanosti in številu gledalcev posameznih programov in oddaj, ki so bili zajeti v dotodanjih letnih poročilih. Letno poročilo 2006 je pripravilo novo vodstvo RTV Slovenija, izvoljeno po spremembi zakona o RTV Slovenija leta 2005. v primerjavi s prejšnjimi poročili pa je v njem veliko podatkov o finančnem poslovanju. Podatke o številu ur programa v letu 2006 smo pridobili od službe za odnose z javnostmi RTV Slovenija 25. 10. 2007.

22 Marko Prpič dela na ISH, Fakulteti za podiplomske humanistične študije v Ljubljani, za doktorsko disertacijo raziskavo o osrednjih informativnih oddajah TV Slovenija in POP TV. Del raziskave je bil leta 2006 vključen tudi v projekt Mirovnega inštituta »Mediji za državljane«, ki je predstavljen na spletni strani <<http://mediawatch.mirovni-institut.si/media4citizens>>.

40 odstotkov vseh akterjev v Dnevniku. V vzorcu oddaj iz marca 2004 in marca 2005 jih je takšnih natanko 44,7 odstotka, v vzorcu oddaj iz marca 2006 pa 43,1 odstotka. Če akterjem v tej kategoriji prištejemo še akterje v kategoriji »politični podsistem – lokalne skupnosti«, ugotovimo, da sestavljajo akterji, ki jim je bila pri pojavljanju v osrednji informativni oddaji *TV Slovenija* pripisana funkcija v državnih institucijah, skoraj polovico vseh, ki so se pojavili v oddaji (v vzorcu oddaj iz marca 2004 in marca 2005 natanko 49,5 odstotka, v vzorcu oddaj iz marca 2006 pa 48,1 odstotka). Marko Prpič je v analizo vključil tudi osrednjo informativno oddajo konkurenčne komercialne televizije *POP TV – 24ur* – v istem časovnem terminu. V primerjavi z Dnevnikom ima oddaja *24ur* za nekaj odstotkov manj akterjev v kategoriji »politični podsistem – država« (v vzorcu oddaj iz marca 2006 natanko 6,1 odstotka manj). Koliko je med akterji, ki se pojavljajo v osrednji informativni oddaji *TV Slovenija*, predstavnikov vladnih in koliko opozicijskih strank v obdobju dveh različnih vlad, bodo pokazali končni rezultati raziskave, ki jih bo Marko Prpič objavil po končanem doktorskem študiju.

Zamenjave na uredniških mestih v programih *RTV Slovenija* vsa leta njenega delovanja zbujejo dvom, da politika vpliva na izbiro kadrov. Novi zakon o *RTV Slovenija* iz leta 2005 in nato še novi statut iz leta 2006 sta s svojimi določili omogočila številne kadrovske zamenjave na vodilnih programskih in uredniških mestih. Hkrati so se učinki zamenjav na uredniških mestih kazali v opaznih zamenjavah voditeljev oddaj in področnih novinarjev, zlasti v informativnem programu *TV Slovenija*. Po uveljavitvi novega zakona in statuta *RTV Slovenija* vodi *Televizijo Slovenija* Jože Možina, odgovorni urednik informativnega programa *TV Slovenija* pa je Rajko Gerič.

Omenili smo že, da se razprave o premočnem vplivu države na *RTV Slovenija* lotevajo predvsem cenzure oziroma ogrožanja novinarske in avtorske avtonomije. Prav Jože Možina in Rajko Gerič sta v obdobju prejšnje vlade, ki jo je vodila levosredinska LDS, opozarjala, da so zaradi političnih pritiskov cenzurirali njuna novinarska prispevka.

Možina je zatrdil, da so predstavniki levosredinske oblasti v začetku 2004 vplivali na takratno programsko direktorico *TV Slovenija*, da je umaknila s programa njegovo dokumentarno oddajo o povojnih pobojih (oddaja je po protestih novinarjev in novinarskih združenj predvajana v celoti). Gerič pa, da je aprila 2002 bil njegov prispevek o

domnevno spornem nakupu letala za takratnega predsednika vlade Janeza Drnovška prestavljen na naslednji dan zaradi pritiskov iz vladnega kabineta na takratnega odgovornega urednika informativnega programa. Programska direktorica je razlagala, da Možinine oddaje ni cenzurirala, temveč jo je umaknila s programa, ker je bila daljša od dogovorjenega in zagotovljenega programskega časa. Odgovorni urednik informativnega programa pa, da je Geričev prispevek prestavil na naslednji dan zato, da bi novinar hude obtožbe dodatno preveril.

Zdaj, ko sta Jože Možina in Rajko Gerič na visokih programskih položajih, zavračata očitke novinarjev o cenzuri in pritiskih s podobnimi argumentacijami. Lep primer za to je njuna utemeljitev ukrepa proti novinarki Vidi Petrovčič, ki trdi, da ji je bilo odvzeto delovno področje in da je bila premeščena iz informativnega programa potem, ko je v oddaji *Utrip* 7. oktobra 2006 kritično komentirala neko potezo finančnega ministra. Gerič to zanika in trdi, da so jo premestili zato, ker novinarka »na splošno slabo dela v dnevnoinformativnem programu«<sup>23</sup>.

Očitke o vplivu politike na uredniško neodvisnost in programe RTV Slovenija, je spodbudila tudi epizoda, ki se je zgodila julija 2007 na *Radiu Slovenija*. Takrat je direktor *Radia* Vinko Vasle razdril pogodbo s honorarno novinarko Natašo Štefe zaradi njenih izjav o psu Janši<sup>24</sup>. Novinarka je v programu *Radia Slovenija* povedala, »da je prvi zadetek na iskalni pojem Janša na portalu *YouTube* iz pasjega sveta«. Direktor je menil, da je takšno govorjenje v programih javnega radia nedopustno in je novinarko odpustil. Odgovorni urednik Drugega programa *Radia Slovenija* Mirko Štular se z ukrepom direktorja ni strinjal in je zato odstopil. Po razpravi v uredništvu je direktor *Radia* preklical razveljavitev pogodbe z novinarko, odgovorni urednik pa je umaknil odstopno izjavo.

Zakonska določila imajo poleg posrednih tudi neposredne učinke na programe RTV Slovenija. Tako je zakon iz leta 2005 razširil obseg javne službe in televizijskim programom, ki jih mora ustvarjati RTV Slovenija, dodal tudi nov nacionalni program, namenjen neposrednim prenosom sej državnega zbora in njegovih teles. Pri tem zakon ne glede na zahteve vodstva RTV Slovenija in dela javnosti ni določil, da je za zakon in delovanje tega tako imenovanega parlamentarnega

23 Glej Poročilo o spremljanju delovanja RTV Slovenija po sprejetju novega zakona, 2. del, november 2006, Mirovni inštitut. <<http://www.mirovni-institut.si>>.

24 Janša je priimek predsednika vlade.

programa treba zagotoviti sofinanciranje iz državnega proračuna. To pomeni, da se tudi ta nova programska obveznost financira iz rtv-prispevka, ki ga neposredno plačujejo gledalci in poslušalci. Dve leti po sprejetju zakona ta nacionalni program še ni zaživel, vendar so tehnično in programsko že skoraj pripravljeni na njegovo izvajanje.

Zakon je *Radioteleviziji Slovenija* predpisal uvedbo radijskih in televizijskih oddaj za romsko skupnost, vendar dve leti po sprejetju zakona napovedujejo začetek takšnih radijskih oddaj, televizijske oddaje pa so pogojno uvrstili v programski načrt za leto 2008.

#### NOVINARJI

Na *RTV Slovenija* je redno zaposlenih nekaj več kot dva tisoč ljudi (natanko 2173 konec leta 2005 oziroma 2134 konec leta 2006). Poleg tega ima *RTV Slovenija* še približno 700 honorarnih sodelavcev<sup>25</sup>. Vsi redno zaposleni, z novinarji vred, so od leta 2002, ko je parlament sprejel zakon o sistemu plač v javnem sektorju, uvrščeni med javne uslužbence<sup>26</sup>. To se je zgodilo dokaj neopazno v zadnji fazi sprejemanja zakona. Za uvrstitev v sistem plač v javnem sektorju so se prizadevali sindikati zaposlenih na *RTV Slovenija*, med njimi tudi večji del novinarskih sindikatov. Svoja prizadevanja so utemeljevali s trditvijo, da se jim bo tako izboljšal materialni položaj. Takšni rešitvi je pred sprejetjem zakona nasprotovalo Društvo novinarjev Slovenije z opozorilom, da bi bila to huda kršitev načel o neodvisnosti medijev in da bi s tem *RTV Slovenija* dejansko postaja državna institucija. Od takrat delovna mesta na *RTV Slovenija* razvrščajo v plačilne razrede, ki veljajo za zaposlene v državnih organih, lokalnih skupnostih, javnih skladih, agencijah in zavodih. O metodologiji razvrščanja in višini plač se zaposleni na *RTV Slovenija*, z novinarji vred, pogajajo z vlado. V prejšnji vladi je bil glavni vladni pogajalec takratni minister za notranje zadeve, v vladi, ki je nastopila leta 2004, je to minister za javno upravo. V prvih letih pogajanj se je izkazalo, da uvrstitev novinarjev *RTV Slovenija* v sistem plač v javnem sektorju sploh ni prinesla višjih plač, vendar v zadnjem obdobju minister za javno upravo zagotavlja, da iščejo možnosti, da bi novinarje uvrstili v višji plačilni razred.

<sup>25</sup> Programsko-poslovni načrt *RTV Slovenija* za leto 2007 navaja, da so imeli 3. 11. 2006 688 honorarnih sodelavcev, od tega največ honorarnih sodelavcev na *TV Slovenija* – kar 302. Glej str. 18. [www.rtvlo.si](http://www.rtvlo.si) (dostop 5. 10. 2007).

<sup>26</sup> Glej Sandra B. Hrvatina, *Državni ali javni servis – Perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*, Mediawatch, Mirovni inštitut, Ljubljana, 2002, str. 76.

Tako je vzpostavljena neposredna finančna odvisnost ne le med RTV Slovenija in vlado, ki določa višino rtv-prispevka, temveč tudi med novinarji in vlado, ki določa višino njihovih plač. Namesto številnih nadrobno zgrajenih mehanizmov za zagotavljanje neodvisnosti in neposredne odgovornosti javnosti se je zaradi želje po večji socialni varnosti v soglasju med zaposlenimi na RTV Slovenija in politiko vzpostavil mehanizem za zagotavljanje odvisnosti od vsakokratne vlade.

Pri tem je treba pojasniti, da plač zaposlenim v javnemu zavodu RTV Slovenija ne zagotavlja državni proračun, temveč, kot smo že omenili, znaša sofinanciranje iz državnega proračuna približno en odstotek prihodkov RTV Slovenija. Dve tretjini prihodkov sestavlja prispevek gledalcev in poslušalcev, kar seveda ni naključno, temveč načrtno in sistemsko predvideno zagotavljanje neodvisnosti.

Nastali položaj se je leta 2004 sprevergel v absurd. Sindikat novinarjev Slovenije se je zaradi dolgotrajnega spora s predstavniki delodajalcev v medijskih hišah zaradi prenove kolektivne pogodbe za novinarje odločil za splošno novinarsko stavko. Glavni vzrok spora so bili položaj in pravice samostojnih in svobodnih novinarjev v kolektivni pogodbi, ki jih predstavniki delodajalcev niso hoteli priznati. Stavki, ki je bila na dan parlamentarnih volitev oktobra 2004, so se solidarnostno pridružili tudi novinarji RTV Slovenija in zato niso spremljali volitev. O njih so poročali le napovedovalci s kratkimi agencijskimi novicami. Absurdni položaj novinarjev RTV Slovenija med splošno novinarsko stavko zaradi spora z delodajalci je zakrivil njihov status javnih uslužbencev. Iz njega namreč izvira, da je delodajalec novinarjev RTV Slovenija država oziroma vlada. Ravno med stavko pa se je na volitvah odločalo o tem, kdo bo predstavljal delodajalca novinarjev RTV Slovenija, tj. vlado.

#### SKLEP

Tako kot v drugih postsocialističnih državah so tudi v Sloveniji proces preoblikovanja državne radiotelevizije v javno zaznamovali politični spori in institucionalne krize, ki jih je večinoma povzročil državni nadzor nad financiranjem, upravljanjem in kadrovanjem.

V javnih razpravah o RTV Slovenija je bilo jasno povedano, da ključni akterji transformacije – politiki, ki določajo zakonske okvire in imajo v rokah še druge vrste vpliva na javno radiotelevizijo, in tudi ustvarjalci in upravljavci javne

radiotelevizije (novinarji, uredniki in vodstva) – večinoma ne poznajo in ne razumejo načel javne radiotelevizije. To se nazorno kaže v nepripravljenosti politike, da bi do konca zgradila takšen sistem upravljanja in financiranja RTV Slovenija, ki bi javni radioteleviziji omogočil neodvisnost in jo razvijal kot resnični javni servis. Četudi je 1994 z zakonom predpisan sistem neposrednega imenovanja predstavnikov javnosti kot večinskega dela organa upravljanja RTV Slovenija, ni bilo poskrbljeno, da bi očitne pomanjkljivosti in nepravilnosti sistema, na katere sta opozarjala opozicija in del javnosti, sproti odpravljali in sistem dograjevali tako, da bi začela javnost čim bolj verodostojno upravljati javno radiotelevizijo. Samo vodstvo in ustvarjalci programov RTV Slovenija pa so med prehajanjem iz ene institucionalne krize v drugo pozabili, da morajo ustvariti in izpopolniti sistem odzivnosti in javne odgovornosti, na primer z imenovanjem varuha človekovih pravic ali sorodnega mehanizma za obravnavanje predlogov in pritožb gledalcev in poslušalcev, z vzpostavljanjem programskih okvirov, ki bi državljanom omogočili aktivno držo in jim v javnih zadevah dajali besedo namesto status potrošnika s plačljivim glasovanjem v razvedrilnih in celo informativnih oddajah.

Zato lahko, tako kakor za medijsko lastništvo in druge segmente medijskega sektorja, ki smo jih raziskovali, tudi za RTV Slovenija upravičeno trdimo, da je še vedno v tranziciji.



# AVDIOVIZUALNA KULTURA

TABELA 1: UDELEŽBA DRŽAVE V AVDIOVIZUALNI KULTURI

<b>PRODUKCIJA</b>	Filmski sklad – javni sklad (izbor in sofinanciranje filmskih projektov) Viba film – javni zavod (zagotavljanje tehnične baze za realizacijo filmskih projektov) Ministrstvo za kulturo (sofinanciranje avdiovizualnih projektov za prikazovanje na televiziji) Ministrstvo za kulturo (sofinanciranje produkcije programa <i>RTV Slovenija</i> za tujino)
<b>DISTRIBUCIJA</b>	Filmski sklad – javni sklad (sofinanciranje distribucije filmov v kinematografih v Sloveniji) Ministrstvo za kulturo (sofinanciranje distribucije evropskih, avtorskih in kinotečnih filmov v kinematografih v Sloveniji)
<b>PRIKAZOVANJE</b>	Ministrstvo za kulturo (sofinanciranje umetniških kinematografov po Sloveniji)
<b>PROMOCIJA</b>	Filmski sklad – javni sklad (sofinanciranje promocije filmov v Sloveniji in tujini) Ministrstvo za kulturo (Filmski sklad) sofinanciranje domačih festivalskih prireditev in udeležbe na mednarodnih festivalih
<b>IZOBRAŽEVANJE</b>	Ministrstvo za visoko šolstvo in razvoj (sofinanciranje delovanja Akademije za gledališče, radio, film in televizijo – javnega visokošolskega zavoda) Ministrstvo za kulturo (sofinanciranje manjših projektov usposabljanja za pisanje scenarija ipd.)
<b>KINOTEČNA IN ARHIVSKA DEJAVNOST</b>	Slovenska kinoteka – javni zavod (ministrstvo za kulturo zagotavlja financiranje stroškov delovanja, investicij in tekoče dejavnosti Slovenske kinoteke) Slovenski filmski arhiv pri Arhivu Republike Slovenije (organ v sestavi ministrstva za kulturo)
<b>PUBLICISTIKA</b>	Sofinanciranje revije <i>Ekran</i> Sofinanciranje <i>Kinotečnika</i> Sofinanciranje založniške dejavnosti Slovenske kinoteke
<b>MEDNARODNO SODELOVANJE</b>	Financiranje članstva v Eurimageu (ministrstvo za kulturo preko Filmskega sklada) Sofinanciranje delovanja Media Deska v Sloveniji (ministrstvo za kulturo preko Filmskega sklada)

V slovensko avdiovizualno kulturo je država vpeta na številne načine, domača filmska produkcija pa je od nje tako rekoč popolnoma odvisna. O tem seveda obstajajo zgodovinske razlage in tudi evropske primerjave v kontekstu spodbujanja domače filmske produkcije kot dejavnika nacionalne in evropske kulturne identitete.

Država je ustanoviteljica Filmskega studia Viba film in Slovenske kinoteke. Zagotavlja jima finančne vire za delovanje. Je ustanoviteljica Filmskega sklada, ki mu kot javnemu skladu iz proračuna zagotavlja denar, ta pa ga preusmerja v pripravo filmskih projektov, produkcijo, promocijo in distribucijo filmov. Država zagotavlja denar tudi za članstvo Slovenije v Eurimageu in sofinancira delovanje slovenskega Media Deska. Hkrati iz posebnih finančnih postavk ministrstva za kulturo sofinancira produkcijo medijskih vsebin – avdiovizualnih projektov za predvajanje na televizijah, sofinancira pa tudi distribucijo evropskih, avtorskih in kinotečnih filmov ter delovanje umetniških kinematografov.

Zadnja leta daje država vsako leto za produkcijo filmov in drugih avdiovizualnih del pet do šest milijonov evrov.

#### KRIZNO LETO 2007

Leta 2007 je delovanje države v avdiovizualni kulturi zanetilo več sporov glede zakonitosti, preglednosti in učinkovitosti vodenja Filmskega sklada Republike Slovenije in sprejemanja ter uresničevanja programa financiranja filmov v tem letu.

Spori so povzročili blokado in nelegalne postopke za sprejemanje letnega programa financiranja filmskih projektov. V takšnih razmerah filmski ustvarjalci niti v drugi polovici leta še niso zvedeli tistega, kar bi morali zvedeti že na začetku leta, namreč, kateri projekti bodo odobreni in v kolikšnem obsegu. Posledica je bila, da številni delavci v filmski produkciji niso vedeli, koliko filmskih projektov bodo v tem letu snemali in kdaj ter s katerimi tehničnimi storitvami.

Sporne razmere so pomagali stopnjevati umeščanje ministra in ministrstva za kulturo v samo središče odločanja in razlage o prihodnosti kinematografije in posameznih filmskih projektov. Razmer niso slabšali le javni spori med posameznimi filmskimi ustvarjalci in ministrom, temveč tudi in zlasti odločitev ministrstva za kulturo<sup>1</sup> o kadrovskih

<sup>1</sup> V skladu z zakonom o javnih skladih pristojni minister imenuje in razrešuje direktorja in člane nadzornega sveta javnega sklada.

spremembah v vodstvu Filmskega sklada. Ko je septembra 2007 položaj v. d. direktorja Filmskega sklada zasedel sam direktor direktorata za medije in avdiovizualno kulturo pri ministrstvu za kulturo, je Društvo slovenskih filmskih ustvarjalcev napisalo pismo javnosti, da je to poddržavljanje filmskega sklada in da »ministrstvo za kulturo in sklad že skoraj leto dni sistematično uničujeta slovensko kinematografijo« in da država, »namesto da bi v skladu z zakonom ustvarjala ustrezne pogoje za kar se da strokovno neoporečno in učinkovito delovanje filmskih ustanov (FS, Viba), grobo, nestrokovno in protizakonito posega v avtonomnost teh ustanov«<sup>2</sup>.

Od jeseni 2006 do jeseni 2007 je bila kadrovska zasedba javnih institucij filmske kulture večkrat spremenjena. Država je razkazovala svojo moč, ki sta jo pomenljivo razglasala dva izbranca politične elite na oblasti z obvladovanjem treh javnih ustanov s področja filmske kulture – Filmskega sklada, Filmskega studia Viba film in Slovenske kinoteke. Nekaj časa je eden obvladoval Filmski sklad in Slovensko kinoteko<sup>3</sup>, drugi pa Filmski studio Viba film, potem je drugi obvladoval Filmski sklad in Filmski studio Viba film<sup>4</sup>, prvi pa še vedno Slovensko kinoteko. To sta bila Stane Malčič, upokojeni filmski ustvarjalec, in Igor Prodnik, direktor direktorata za medije in avdiovizualno kulturo pri ministrstvu za kulturo. Rezultat njunih kadrovskih rokad je bila vrsta pravno spornih dejanj in zatem enoletni zastoj filmske produkcije.

Društvo slovenskih filmskih ustvarjalcev (DSFU), Gospodarsko interesno združenje producentov in Društvo slovenskih režiserjev so 19. septembra 2007 v odprtem pismu vladi zahtevali, da minister za kulturo Malčiča in Prodnika zaradi »skoraj enoletne prekinitve filmske produkcije /.../, samovoljnega vmešavanja v imenu države v avtonomijo filmskih ustanov /.../ odstrani iz vseh filmskih ustanov«<sup>5</sup>.

Glede na našete poteze države in njihove učinke se lahko upravičeno vprašamo, kaj dejansko hoče država. Če želi neposredno vplivati na kadre in pretok denarja, še posebno

2 Sporočilo Društva slovenskih filmskih ustvarjalcev povzemamo po <<http://novice.matkurja.com/novice.php?dm=110&idn=366109>> (dostop 12. 9. 2007).

3 Stane Malčič je bil hkrati predsednik nadzornega sveta Slovenske kinoteke, predsednik nadzornega sveta Filmskega sklada in v. d. direktorja Filmskega sklada.

4 Igor Prodnik je bil hkrati predsednik nadzornega sveta Filmskega studia Viba film, predsednik nadzornega sveta Filmskega sklada in v. d. direktorja Filmskega sklada.

5 Tri združenja filmskih ustvarjalcev so v omenjenem pismu vladi še predlagala, da z ministrstvom za kulturo sestavijo skupno komisijo iz članov, ki uživajo zaupanje večine stroke. Komisija bi izdelala »predlog sanacije stanja in načrt dolgoročne zakonske reforme avdiovizualnega področja«. Glej <<http://www.drustvo-dsfu.si/novice/>> (19. 9. 2007).

v Filmskem skladu, zakaj sploh ohranja sklad in ustvarja videz, da je Slovenija po zgledu demokratičnih držav prenesla oblast na avtonomno javno ustanovo?

Delni odgovor na to vprašanje lahko najdemo v koalicijski pogodbi desnosredinskih strank, ki so oblikovale vlado za mandat 2004–2008. V pogodbi je navedena zaveza, da bo koalicija »povečala vlogo ustanovitelja /države, op. a./ v osehah javnega prava (v tem primeru javnega sklada za filmsko oziroma avdiovizualno dejavnost)«, da je treba »preprečiti uveljavljanje ozkih, parcialnih interesov v teh institucijah«, in da »mora imeti ustanovitelj odločilno vlogo pri upravljanju«<sup>6</sup>.

#### KRATEK OPIS ZGODOVINE

Vloga države v avdiovizualni kulturi se je začela leta 1931, ko je v Kraljevini SHS začel veljati zakon o ureditvi prometa s filmi. Določal je, da morajo prikazovalci dati v program vsaj 15 odstotkov domačih, tako imenovanih kulturnih filmov<sup>7</sup>. Po drugi svetovni vojni so v Jugoslaviji in Sloveniji začeli ustanavljati državna podjetja za proizvodnjo, distribucijo in prikazovanje filmov, leta 1956 pa je bil ustanovljen Viba film kot slovenska tehnična filmska baza. Nekaj časa je veljal zakon o filmu, po katerem je bilo 20 odstotkov cene kinovstopnice namenjenih spodbujanju domače filmske produkcije, po letu 1974 pa so ta mehanizem odpravili in z zakonom ustanovili republiški fond za kulturne dejavnosti, v katerem so zbirali in delili denar, med drugim tudi za filmske projekte. O tem, kateri kulturni projekti bodo odobreni, so odločale komisije fonda. Sredi osemdesetih let je bil sprejet zakon o kulturno-umetniških dejavnostih in o posredovanju kulturnih vrednot, ki je omogočil ustanavljanje neodvisnih produkcijskih hiš. Vendar je v tistem obdobju Viba film doživel finančni zlom zaradi nepregledne in neracionalne rabe državnega denarja pri produkciji filmov. Leta 1991 je potem odločanje o programskih načrtih in financiranju nacionalne filmske produkcije prevzelo ministrstvo za kulturo<sup>8</sup>, Viba film pa je bil

6 Navedeno v Predlogu zakona o filmskem inštitutu Republike Slovenije (v poglavju Cilji, načela in pogloblitve rešitve zakona), objavljenem 22. 9. 2006. Dostopno na spletni strani ministrstva za kulturo <<http://www.kultura.gov.si>>.

7 Glej Uvod v Predlog zakona o inštitutu za avdiovizualne vsebine Republike Slovenije (pozneje je bil predlog zakona nekoliko spremenjen, dokument pa preimenovan v Predlog zakona o filmskem inštitutu), str. 1, objavljen 19. 6. 2007 na spletni strani ministrstva za kulturo <<http://www.kultura.gov.si>>.

8 Uvod v Predlog zakona o inštitutu za avdiovizualne vsebine Republike Slovenije, str. 1, objavljen 19. 6. 2007 na spletni strani ministrstva za kulturo [www.kultura.gov.si](http://www.kultura.gov.si).

likvidiran in izseljen iz takratnih prostorov, ki so bili v denacionalizacijskem postopku vrnjeni Rimskokatoliški cerkvi<sup>9</sup>. To se je dogajalo v času Demosove vlade, ko je bil minister za kulturo<sup>10</sup> krščanski demokrat Andrej Capuder.

Predsednik upravnega odbora Filmskega sklada Toni Tršar je leta 1997 zapisal, da je država v osemdesetih letih stoodstotno financirala filmsko produkcijo, tj. državno filmsko podjetje, snemali so filme, vendar ko bi jih bilo treba prikazovati doma in po svetu, je zmanjkalo denarja in gledalcev. Tršar je še dodal, da je osamosvojitve prinesla »nesrečne izjave«, da je bil slovenski film režimski, in radikalno zmanjšanje sredstev<sup>11</sup>.

Leta 1994, v času prve vladne koalicije okrog levosredinske Liberalno-demokratske stranke (LDS), je bil s sklepom vlade<sup>12</sup> ustanovljen javni zavod Filmski studio Viba film, da bi zagotavljal tehnične in organizacijske storitve pri produkciji filmov. Več let pozneje, po sprejetju zakona o uresničevanju javnega interesa v kulturi leta 2003, je vlada s sklepom natančneje določila dejavnost Viba filma: »trajno in nemoteno izvajanje tehnične realizacije slovenskega nacionalnega filmskega programa, ki ga izbira in financira Filmski sklad – javni sklad«.

Tudi Filmski sklad je bil s posebnim zakonom ustanovljen leta 1994 z namenom, da izvaja tisti del nacionalnega kulturnega programa, ki zadeva filmsko proizvodnjo, reproduktivno kinematografijo, prireja filmske festivale in podeljuje filmske nagrade<sup>13</sup>. Zanimivo je, da je zakon ob sprejetju določal, da ima nadzorni odbor sklada tri člane, ki jih imenuje vlada na predlog ministrstva za kulturo, ministrstva za finance in ministrstva za zunanje zadeve. Po sprejetju zakona o javnih skladih leta 2000 so ta in mnoge druge določbe prvotnega besedila zakona o Filmskem skladu razveljavili.

Tršar je leta 1997 izjavil, da je ustanovitev Filmskega sklada najpomembnejše, kar se je pri filmu zgodilo v samostojni slovenski državi, saj je »zakon o filmskem skladu ukinitel

- 9 Viba film je do izselitve deloval v prostorih cerkve sv. Jožefa v Ljubljani in delu pripadajočega ji samostana. Po izselitvi Vibe je država cerkev prenovila in vrnila Rimskokatoliški cerkvi. Glej besedilo Milana Ljubiča, objavljeno ob 50-letnici Društva slovenskih filmskih ustvarjalcev leta 2000 <<http://www.drustvo-dsfu.si/dokumenti/50letnsfu.pdf>>, dostop 15. 9. 2007).
- 10 Predsednik republiškega komiteja za kulturo, kakor se je takrat imenovala funkcija, enakovredna sedanji funkciji ministra.
- 11 Toni Tršar, predsednik upravnega odbora Filmskega sklada RS, v gradivu za okroglo mizo o slovenskem filmu, 28. 3. 1997. Del gradiva za okroglo mizo je dostopen na <<http://www.filmski-sklad.si/client.si/index.php?table=articles&ID=115>> (dostop 15. 9. 2007).
- 12 V tistem obdobju je bil minister za kulturo Sergij Pelhan iz vrst socialdemokratov.
- 13 Uvod v Predlog zakona o inštitutu za avdiovizualne vsebine Republike Slovenije, str. 2, objavljen 19. 6. 2007 na spletni strani ministrstva za kulturo <<http://www.kultura.gov.si>>.

monopolnega državnega producenta, institucionalno trdnjavo, in postavil na njegovo mesto množico (neodvisnih) producentov, ki bo krojila slovensko filmsko nebo<sup>14</sup>.

Pravila o financiranju filmov iz Filmskega sklada so določala, da morajo producenti zagotoviti 20 odstotkov vrednosti projekta, projekte pa je ocenjevala strokovno-programska komisija. Oboje je povzročalo odpor pri producentih, ki jih je leta 1997 Tršar opisal kot »zasebne producete s skromnim ali nikakršnim kapitalom, ustanovljene po zakonu o gospodarskih družbah«, in ugotavljal, da se s produkcijo nacionalnega filmskega programa ukvarjajo režiserji in nekdanji direktorji filmov, njihova osnovna značilnost pa je, da imajo skromne producerske izkušnje predvsem pri »pakiranju« finančnih konstrukcij, pri čemer si poskušajo zagotoviti svoje 20-odstotne finančne deleže s pritegnitvijo televizije<sup>15</sup>.

Že leta 1997 je predsednik upravnega odbora Filmskega sklada ugotovil, da je največja omejitev nezmožnost eksploatacije slovenskega filma, torej da producenti nimajo na domačem trgu možnosti niti za povrnitev 20-odstotnega producerskega vložka in da zato raje lobirajo pri državi za 100-odstotno financiranje. Že po nekaj letih delovanja Filmskega sklada se je torej pokazalo, da je treba ustvariti pogoje, ki bi dolgoročno zagotovili delovanje in rast producerskih hiš<sup>16</sup>.

Hkrati se je v tistih prvi letih delovanja Filmskega sklada pokazalo, da je bil njegov zagon za vse udeležence velika sprememba in izziv. Od ustanovitve sklada so nastajali spori med producenti in skladom pri selekciji projektov, med skladom in ministrstvom za kulturo zaradi določanja višine letnih vsot za sklad in obljub ministrov, da se bodo zviševale bolj, kot so se v resnici, med skladom in ministrstvom za finance zaradi zahteve ministrstva, da se denar producentom izplača šele po predložitvi računov, tj. po dokončanju filmov ...

Tudi delovanje Viba filma kot filmskega studia so motili konfliktni odnosi med akterji slovenske filmske produkcije, saj je država določila, da mora Viba film dve tretjini zmogljivosti zagotoviti za uresničevanje nacionalnega filmskega programa, ki ga vsako leto odobri Filmski sklad. Toda izkazalo se je, da tudi preostale tretjine zmogljivosti ne more svobodno tržiti, ker ima prednost nacionalni program. Zaradi neusklajenosti med skladom, producenti in

14 Toni Tršar, gradivo za okroglo mizo o slovenskem filmu, 28. 3. 1997.

15 Prav tam.

16 Prav tam.

Vibo pa nezasedenih zmogljivosti in terminov Viba sploh ne more načrtovati<sup>17</sup>. Opozoriti je treba, da povezava Filmski sklad-Filmski studio sicer zagotavlja dvojno finančno podporo države filmski produkciji, ker država s proračunskimi sredstvi preko Filmskega sklada neposredno sofinancira slovensko filmsko produkcijo, posredno pa pomaga tudi z neodplačnimi tehničnimi storitvami Filmskega studia<sup>18</sup>. Več kot deset let trajajoče delovanje javnega zavoda Filmski studio Viba film se zaradi neuskklajenosti akterjev filmske produkcije (s Filmskim skladom na čelu) in nezmožnosti studia, da bi zmogljivosti uporabljal smotrno in deloma tudi tržno, izkaže za še bolj neracionalno, ko upoštevamo da je država v obdobju 1999–2005 investirala v gradnjo in posodobitev studia več kot 2,2 milijarde tolarjev<sup>19</sup> (približno 10 milijonov evrov).

#### FINANČNA VLOGA DRŽAVE

Država je, kot smo že povedali, s proračunskimi sredstvi močno udeležena v delu produkcije slovenskega filma, manj pa v produkciji avdiovizualnih del za televizijo. Distribucija in prikazovanje filmov delujeta v povsem tržnih razmerah, razen kadar država z manjšimi vsotami spodbuja distribucijo avtorskih, evropskih in kinotečnih filmov in delovanje umetniških kinematografov. Država tudi financira delovanje Slovenske kinoteke in Filmskega arhiva pri Arhivu Slovenije.

Finančna udeležba države kaže večinoma rast sredstev za filmsko kulturo in deleža, ki ga ta sredstva sestavljajo v proračunu ministrstva za kulturo. V obdobju med letoma 1995 in 2002 se je na primer znesek, ki ga Filmski sklad namenja produkciji slovenskega filma, povečal za 141 odstotkov<sup>20</sup>.

17 O teh razmerah, ki trajajo še danes, je pred desetimi leti v gradivu za okroglo mizo o slovenskem filmu pisal tudi Mojmir Konič, takratni direktor Filmskega studia Viba film. Gradivo je datirano z 11. 4. 1997.

18 Analiza stanja na področju filmske dejavnosti, ki jo je pripravil Tone Freljih z oddelka za medije in avdiovizualno kulturo ministrstva za kulturo, objavljena v Analizi stanja na področju kulture, 2002, str. 191, glej <<http://www.kultura.gov.si>>.

19 Natanko 2.297.359.751 tolarjev, kar se vidi iz letnih poročil ministrstva za kulturo za leta 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 in 2005. Glej <<http://www.kultura.gov.si>>.

20 Analiza stanja na področju filmske dejavnosti, ministrstvo za kulturo, 2002, str. 194.



**TABELA 2: PRORAČUNSKA SREDSTVA MK RS  
ZA FILMSKI SKLAD RS – JAVNI SKLAD**

LETO	PRORAČUNSKA SREDSTVA (SIT)	DELEŽ V PRORAČUNU MK <sup>21</sup> (%)
1995	276.175.839	3,30
1996	271.800.900	3,31
1997	289.526.469	3,63
1998	355.186.940	3,66
1999	415.553.844	4,00
2000	465.500.000	3,94
2001	500.635.500	4,03
2002	655.000.000	-
2003	686.169.000	-
2004	762.411.000	-
2005	912.411.000	-
2006	1.067.411.000	-

Vir: Analiza stanja na področju kulture, ministrstvo za kulturo, 2002. Letna poročila ministrstva za kulturo 2003, 2004, 2005 in 2006.

**GRAF K TABELI 2: PRORAČUNSKA SREDSTVA MK RS  
ZA FILMSKI SKLAD RS – JAVNI SKLAD**



<sup>21</sup> Podatke o deležu v proračunu ministrstva za kulturo povzemamo po Analizi stanja na področju filmske dejavnosti, ki obravnava obdobje do leta 2002. Po tem obdobju smo iz letnih poročil ministrstva dobili podatke o letni višini državne podpore Filmskemu skladu, izračunov deleža v letnem proračunu ministrstva pa nismo naredili, ker nam ni znana metodologija izračuna deležev do leta 2002 in bi lahko naš izračun po drugi metodologiji pripeljal do napačnih števil.

Povprečna cena celovečernega filma v obdobju 1995–2002 je znašala 124.477.000 tolarjev, delež stroškov, ki jih je pri posameznem filmskem projektu kril Filmski sklad, pa se je večinoma gibal med 60 in 80 odstotki<sup>22</sup>.

Sredstva za Filmski sklad so se opazno povečala s spremenjeno vladno koalicijo po volitvah leta 2004. Leta 2005, po nastopu vladne koalicije okrog desnosredinske SDS, so se sredstva Filmskega sklada povečala za 31 odstotkov, kar je v tistem letu omogočilo produkcijo večjega števila filmov, predvsem pa sanacijo nedokončanih projektov iz prejšnjih let<sup>23</sup> in sofinanciranje filmskih prvencev.

Letna vsota denarja, ki ga je država namenila za filmsko kulturo, je leta 2002 na primer znašala približno eno milijardo tolarjev (655.000.000 tolarjev za Filmski sklad, 140.000.000 tolarjev za redno delovanje Filmskega studia Viba film, 153.000.000 tolarjev za delovanje Slovenske kinoteke in 73.500.000 tolarjev za delovanje Filmskega arhiva pri Arhivu Slovenije<sup>24</sup>).

Leta 2005 je že samo vsota denarja za Filmski sklad in Filmski studio Viba film znašala več kot eno milijardo tolarjev (912.411.000 tolarjev za sklad in 184.128.000 tolarjev za studio). Tistega leta je prispevek države za Slovensko kinoteko znašal 207.237.000 tolarjev<sup>25</sup>. Leta 2006 je bilo državnih sredstev za avdiovizualno kulturo približno 1,6 milijarde tolarjev oziroma okrog šest milijonov evrov (leta 2006 je dobila Slovenska kinoteka 215.060.000 tolarjev, Filmski sklad 1.067.411.000, Filmski studio Viba film 170.350.000, avdiovizualni projekti, namenjeni predvajanju na televiziji, 164.500.000 tolarjev<sup>26</sup>), od česar je produktivni del avdiovizualne kulture dobil okrog pet milijonov evrov državne podpore.

Poleg denarnih vsot za filmsko produkcijo je treba navesti tudi število sofinanciranih filmov. Od leta 2001 do leta 2005 je Filmski sklad sofinanciral realizacijo 25 celovečernih filmov, vrednost državnih pomoči za filmske projekte v tistem obdobju je znašala 2.780.209.863 tolarjev oziroma več kot 12 milijonov evrov<sup>27</sup> (v tej vsoti so poleg finančnega

22 Analiza stanja na področju filmske dejavnosti, ministrstvo za kulturo, 2002, str. 195.

23 V tem obdobju so na primer zagotovljena dodatna sredstva za dokončanje filmov *L... kot ljubezen in Mokuš*, za vsakega po 20 milijonov tolarjev. Glej *Pregledno poročilo Filmskega sklada 2001–2005*, str. 24. Treba je omeniti, da je bil Stane Malčič leta 2000 direktor filma *Mokuš*.

24 Analiza stanja na področju filmske dejavnosti, ministrstvo za kulturo, 2002, str. 194.

25 Letno poročilo ministrstva za kulturo za leto 2005.

26 Letno poročilo ministrstva za kulturo za leto 2006.

27 Povprečni letni tečaj evra v obdobju 2001–2005 je bil 231.128 tolarjev.

deleža Filmskega sklada zajete še evidentirane filmsko-tehnične storitve Filmskega studia Viba film<sup>28</sup>).

V devetdesetih letih prejšnjega stoletja bi glede na kreativni in materialni potencial ustrezalo, da v Sloveniji po-  
snamejo na leto štiri do pet celovečernih in deset kratkih filmov<sup>29</sup>. Deset let zatem je bilo v osnutku nacionalnega programa za kulturo za obdobje 2008–2011, ki so ga sestavili pri ministrstvu za kulturo in je bil objavljen 9. julija 2007, navedeno, da bo »država vsako leto zagotovila razmere za filmsko proizvodnjo in to okvirno pet do osem celovečernih igranih filmov, vsaj 20 kratkih igranih, animiranih in študijskih filmov in vsaj šest dokumentarnih filmov, od tega najmanj en celovečerni dokumentarni film«<sup>30</sup>.

Zakon o medijih, sprejet leta 2001, je določil, da mora država ustanoviti proračunski sklad za avdiovizualne medije kot evidenčni račun v okviru državnega proračuna. Zakon je predpisal, da je vir financiranja tega sklada denar od pristojbin za razširjanje programskih vsebin, ki jih morajo plačevati izdajatelji radijskih in televizijskih programov, in pristojbin za tehnično razširjanje programskih vsebin, ki jih morajo plačevali operaterji. Hkrati je zakon določal, da mora država prispevati na leto v sklad najmanj 400 milijonov tolarjev. Nič od tega se ni uresničilo. Določila o uvedbi pristojbin je na pritožbo izdajateljev in operaterjev razveljavilo ustavno sodišče, država pa za sofinanciranje avdiovizualne produkcije na področju medijev nikoli ni zagotovila niti približno tolikšne vsote, kakršno je določila sama. Določila zakona o medijih o skladu za avdiovizualne medije je spremenila novela zakona o medijih, ki je bila sprejeta leta 2006 pod novo vladno koalicijo. Namesto o proračunskem skladu govore nova določila o proračunskih sredstvih za razvoj avdiovizualne produkcije na področju medijev in predpisujejo izvedbo rednih letnih razpisov za sofinanciranje projektov s tega področja. Določilo o zavezi države, da prispeva natančno določeno vsoto državne podpore, je črtano. Hkrati je bila leta 2006 spremenjena tudi vladna uredba, ki je natančneje določala postopek in merila za izvedbo razpisa. Po uredbi iz leta 2002 je o projektih odločala komisija, ki so jo sestavljali predstavniki izdajateljev televizijskih programov in

28 Pregledno poročilo Filmskega sklada RS 2001–2005, str. 35. V tem petletnem obdobju je Viba film ponudil storitve pri snemanju 15 filmov, vrednost teh storitev je sestavljalo 12 odstotkov skupne vrednosti projektov. Hkrati pa je bila udeležba Filmskega sklada s sredstvi, potrebnimi za realizacijo 25 filmov iz tega obdobja, 61-odstotna.

29 Toni Tršar, gradivo za okroglo mizo o slovenskem filmu, 28. 3. 1997. Jaroslav Skrušny, gradivo za okroglo mizo o slovenskem filmu, 24. 3. 1997.

30 Osnutek nacionalnega programa za kulturo 2008–2011, 9. 7. 2007.

neodvisnih producentov, po novi pa komisijo sestavljajo »strokovnjaki za avdiovizualno kulturo«<sup>31</sup>.

**TABELA 3: SOFINANCIRANJE  
AVDIOVIZUALNE PRODUKCIJE ZA MEDIJE  
(PRORAČUNSKI SKLAD ZA AVDIOVIZUALNE MEDIJE)**

LETO	ZNESKI (SIT)	ŠTEVILO PROJEKTOV
2002	96.000.000	21
2003	54.690.742	17
2004	80.000.000	15
2005	131.871.600	20
2006	164.500.000	30
<b>SKUPAJ</b>	<b>431.062.340</b>	<b>103</b>

Vir: Letna poročila ministrstva za kulturo 2002, 2003, 2004, 2005 in 2006.

<<http://www.kultura.gov.si>>.

#### DRUGI VZVODI VPLIVA DRŽAVE

Pri ugotavljanju vpliva države in politike na filmsko in celotno avdiovizualno kulturo v posameznih obdobjih velja, kakor je dejal Miran Zupanič<sup>32</sup>, upoštevati nauk: »Sledi denarju!« in ugotoviti, da se politika, ko razdeljuje javni denar, pojavlja kot instrument prepletenih interesov, ki delujejo iz ozadja in so večinoma, čeprav ne izključno, kapitalski.

Poleg kapitalskega interesa so tu še boji za prevlado konceptov, uveljavljanje simbolnih moči in personifikacij. V času vlad LDS so se, tudi po besedah Zupaniča, oblikovale mreže interesov in odnosov, ki jih nova vlada s SDS na čelu, od prihoda na oblast konec leta 2004, poskuša uničiti in jih nadomestiti s svojimi mrežami. Problem je, da interesne mreže postavlja ob bok strokovnim ali celo nad njih.

Zupanič meni, da sta se v slovenski kinematografiji od osamosvojitve oblikovala dva centra moči, v obeh pa igra vlogo ustanoviteljice država. Prvi center je Filmski sklad z denarno močjo, ki mu omogoča vlogo komandanta, drugi je Slovenska kinoteka, ki se je v času, ko jo je vodil Silvan

31 Predsednik strokovne komisije pri ministrstvu za kulturo, ki odloča o sofinanciranju avdiovizualne produkcije v medijih, je po sprejetju nove vladne uredbe postal Staš Ravter, direktor Slovenske kinoteke. Ravter je jeseni 2007, ko je mesto v. d. direktorja Filmskega sklada zasedel Igor Prodnik, direktor direktorata za medije in avdiovizualno kulturo pri ministrstvu za kulturo, postal tudi predsednik programske komisije Filmskega sklada, ki odloča o sofinanciranju filmskih projektov.

32 Pogovor z Miranom Zupaničem, članom nacionalnega sveta za kulturo, filmskim ustvarjalcem in profesorjem na Akademiji za glasbo, radio, film in televizijo, 23. 5. 2007.

Furlan (umrl aprila 2005), oblikovala najprej kot interesna in estetsko-normativna mreža, pozneje pa postala samostojni center moči oziroma »estetkomisar«, kot pravi Zupanič.

Slovensko kinoteko je po njegovih besedah ustvarila kritična, esejistična in publicistična misel s Furlanom na čelu, ki je iritirala slovenske filmske ustvarjalce, vendar ustvarila vitalno in kreativno stičišče in lobistični center. Poleg Furlana, ki je posebej ta center, so skupnost okrog Slovenske kinoteke sestavljali še Simon Popek, Majda Širca, Stojan Pelko, tudi Slavoj Žižek, torej ljudje, ki jih združuje pripadnost krogu filmske refleksije, teorije in publicistike. Sodijo pa tudi v nazorski krog, ki po spremembi oblasti ni bil kompatibilen z desnoredinsko vlado, Majda Širca pa je že nekaj časa dejavna celo v politiki in je v parlamentu poslanka opozicijske stranke. V parlamentu v prejšnji sestavi je bila poslanka vladne stranke, v Slovenski kinoteki pa je bila v tistem obdobju predsednica sveta javnega zavoda, vendar jo je nova vlada septembra 2005 razrešila s tega mesta<sup>33</sup>.

Hkrati je med aprilom in septembrom 2005 trajal odmevni spor zaradi imenovanja novega direktorja Slovenske kinoteke po smrti Silvana Furlana, ko je javnost prvič po spremembi oblasti lahko spremljala demonstracijo moči novih upravljavcev države na področju kinematografije. Proti volji zaposlenih in proti volji kroga, ki je ustvaril kinoteko, je bil za direktorja imenovan zaupnik ministra za kulturo. Kinoteka odtlej programsko deluje solidno, vendar po besedah Mirana Zupaniča ni več pomemben dejavnik.

Pri drugem centru moči – Filmskem skladu – je glede na opisano razmerja in njegovo finančno moč jasno, da na izbor direktorja in članov nadzornega sveta vpliva politika, ki vodi državo. To počne legitimno in neposredno, kar ji omogoča zakon o javnih skladih, ki določa, da pristojni minister imenuje in razrešuje direktorja ter člane nadzornega sveta javnega sklada<sup>34</sup>. To njeno nasilno početje se da razumeti kot sestavni del demontaže in nadomeščanja inih

33 Kot razlog za razrešitev je vlada navedla konflikt interesov pri projektu obnove Slovenske kinoteke, saj je bil za pripravo projekta obnove kinoteke izbran arhitekturni biro, ki je v delni lasti arhitekta Vojteha Ravnikarja, soproga Majde Širca. (*Delo*, 30. 9. 2005, <<http://www.sobotnapriloga.si/article.print.php?id=90740>>, dostop 25. 5. 2007).

34 Zakon o javnih skladih, sprejet leta 2000, določa, da ustanovitelj (pristojno ministrstvo) imenuje in razrešuje direktorja in člane nadzornega sveta javnega sklada. Ta zakon je razveljavil člen zakona o Filmskem skladu, sprejetega leta 1994, ki je določal, da direktorja imenuje upravni odbor. Ustanovitelj, torej ministrstvo za kulturo, pa daje soglasje k imenovanju direktorja. Upravni odbor sklada je takrat imenovalo ministrstvo (ustanovitelj), in sicer štiri izmed sedmih članov neposredno, dva na predlog strokovnih združenj in enega na predlog AGRFT.

interesnih in osebnih povezav z drugimi. Zupanič to stanje opisuje kot stanje političnih metastaz<sup>35</sup>.

#### NOVEJŠE RAZMERE

Neusklajenost akterjev in finančna nedohranjenost sektorja sta že več kot deset let prevladujoči značilnosti slovenske produktivne kinematografije, na oboje pa lahko z regulativo in razdeljevanjem proračunskih sredstev bistveno vpliva država.

Ob ustanovitvi Filmskega sklada so verjeli, kakor je dejal Peter Kolšek, da bo model financiranja, ki je menda povzet po danskem, uspešen<sup>36</sup>. Kolšek je bil na začetku delovanja sklada član strokovno-programske komisije za scenarije. Povedal je, da je z ustanovitvijo sklada in med njegovim začetnim delovanjem država dajala znamenja, da se noče vmešavati. Vendar je bilo denarja vedno premalo. Kolšek je dejal, da bi razpoložljivi denar ustrezal polovici proračuna kakšnega evropskega filma. Ali, kot je pred desetimi leti zapisal producent Danijel Hočevar, toliko, kot je letni proračun enega od slovenskih gledališč<sup>37</sup>. Takšne finančne razmere so pomagale izoblikovati ugotovitev leta 2003, da je cena slovenske filmske produkcije zaradi skopih sredstev tudi več desetkrat nižja od evropske, kar jo sili na rob profesionalnosti, filmske ustvarjalce pa v životarjenje ali da opustijo poklic<sup>38</sup>.

Ugotovitev, da je država povzročila finančno nedohranjenost sektorja, ki je ne more odpraviti niti tako rekoč vsakoletno povečanje sredstev, je pomagal oblikovati problem, ki so ga omenjali med razčlenjevanjem nedavnih sporov, povezanih z delovanjem in vodenjem Filmskega sklada v letu 2007, pa tudi v številnih gradivih in izjavah poznavalcev. Gre za nezmožnost slovenskih producentov, da bi postavili vzdržne finančne konstrukcije filmov. Ta problem se je pojavil že nekaj let po začetku delovanja Filmskega sklada in povzročil zahteve po rebalansih, prenašanje projektov iz leta v leto in zatem nažiranje sredstev za redne letne programe,

35 Pogovor z Miranom Zupaničem, 23. 5. 2007.

36 Pogovor s Petrom Kolškom, 8. 6. 2007.

37 Izjava je iz leta 1997, dejansko pa so še leta 2006 državna sredstva za celotno nacionalno filmsko produkcijo znašala približno toliko, kolikor je država namenila za delovanje SNG Drama v Ljubljani ali Slovenske filharmonije (za obe okrog eno milijardo tolarjev) in precej manj, kot je država namenila za SNG Opera in balet v Ljubljani ali SNG Maribor (za obe okrog dve milijardi tolarjev). Izjavo Danijela Hočevarja iz producentске hiše E-motion film smo povzeli iz gradiva za omizje o slovenskem filmu, 7. 4. 1997.

38 Navedba iz ocene stanja v delovnem osnutku zakona o pospeševanju avdiovizualne kulture, ki ga je leta 2003 pripravilo ministrstvo za kulturo, vendar ni bil poslan v parlamentarni zakonodajni postopek.

težave producentov, da zagotovijo obljubljeni 20-odstotne deleže proračuna za film, torej spore med producenti in skladom oziroma ministrstvom za kulturo.

Po mnenju Zupaniča gre za napačno predpostavko, vgrajeno v sistem, s precenjenim predvidevanjem, da je zasebni sektor zmožen nositi odgovornost in soustvarjati razmere za realizacijo nacionalnega filmskega programa. Sistem deluje tako, je poudaril Zupanič, da pade odgovornost vedno na filmske ustvarjalce, Filmski sklad, država oziroma politika pa ni deležna nobenih sankcij za slabe odločitve in neuspele projekte. Celó v javnih razpravah država včasih ustvari vtis, kot da so filmarji lopovi. Namesto partnerskega odnosa in preglednega sistema financiranja, ki bi moral delovati strokovno in tako rekoč po avtomatizmu, po mnenju Zupaniča sklad in država ravnata s položaja moči, pri tem pa ne prevzemata nobene odgovornosti. Takšne predpostavke in mehanizme ravnanja si podajajo levi in desni, ko so na oblasti. Po Zupaničevem mnenju je napačna domneva, da se program javne kinematografije v Sloveniji da izvajati brez 100-odstotne finančne podpore in brez odgovornosti tistih, ki odločajo. Kadar filmske projekte ustvarja zasebni sektor, kreativni in finančni pol projekta dinamično sodelujeta, sta vzajemno odvisna, v našem sistemu pa država, ki preko Filmskega sklada upravlja javna sredstva, deluje samozadostno in brez odgovornosti za uspeh ali neuspeh produkcije<sup>39</sup>.

#### NAPOVEDANA SPREMEMBA SISTEMA

Na očitke, da je sistem financiranja avdiovizualne kulture, še zlasti filmske produkcije, slab in nedohranjen, je ministrica za kulturo Andreja Rihter<sup>40</sup> v zadnji levosredinski vladi leta 2003 odgovorila z osnutkom »zakona o pospeševanju avdiovizualne kulture«. Ta je predvideval uvedbo dodatnih virov financiranja s »kroženjem sredstev«, in sicer tako, da je predpisal plačilo pristojbin na kinovstopnice, prihodke od oglaševanja izdajateljev tv-programov, prihodke od najema videokaset in prihodke, ki jih dobivajo distributerji od prikazovalcev za vsako filmsko kopijo. Denar od pristojbin bi upravljal novoustanovljeni Avidiovizualni sklad, ki bi nadomestil Filmski sklad in tako razpolagal tudi s proračunskimi sredstvi. Po takratni oceni naj bi s pristojbinami zbrali nekaj manj kot eno milijardo tolarjev dodatnih sredstev. Ta bi namenjali za kinematografske in druge dejavnosti znotraj

<sup>39</sup> Pogovor z Miranom Zupaničem, 23. 5. 2007.

<sup>40</sup> Andreja Rihter je prišla iz vrst socialdemokratov.

avdiovizualne kulture (tudi produkcijo avdiovizualnih del za predvajanje na televiziji)<sup>41</sup>. Osnutek zakona ni bil nikoli dokončno pripravljen in usklajen, da bi prišel v zakonodajni postopek, med drugim tudi zaradi odpora naštetih zavezancev do plačila pristojbin in njihovega lobiranja pri vladi.

Ministrstvo za kulturo, zdaj že pod nadzorom največje vladne stranke v desnosredinski koaliciji, je leta 2006 predstavilo svoj zakonski predlog, ki naj bi ne le okrepil in spremenil sistem financiranja avdiovizualne kulture, temveč tudi korenito spremenil status in razmerja med posameznimi akterji.

Zakonski predlog je bil najprej objavljen junija 2006 in je določal odpravo Filmskega sklada in ustanovitev novega javnega sklada z nazivom Inštitut za avdiovizualne vsebine (IAV). Predlog zakona je novemu skladu (inštitutu) dodelil največjo mogočo »komandno« moč (glej Zupaničevo pripodobo zgoraj) pri upravljanju državnih sredstev in drugih institucij filmske kulture v Sloveniji. Predlog zakona je določal, da IAV od države pridobi ustanoviteljske pravice pri Filmskem studiu Viba film in Slovenski kinoteki (jima postane nadrejen), javni zavod Filmski studio Viba film pa se preoblikuje v pravno osebo zasebnega prava, in sicer v delniško družbo z enotirnim sistemom upravljanja v lasti IAV. IAV bi na podlagi tega predloga zakona dobil pravico ustanavljati tudi druge pravne osebe zasebnega prava za opravljanje pridobitnih ali specialističnih dejavnosti, za kar bi moral prej pridobiti soglasje ministra za kulturo. IAV bi imel finančni in vsebinski nadzor nad poslovanjem teh podjetij, minister pa bi moral dati soglasje tudi za večje in bolj tvegane posle pridobitnih podjetij, kot je npr. najem posojil nad 15-odstotno vrednostjo celotnega premoženja podjetja. Minister za kulturo bi imenoval direktorja in nadzorni svet IAV, deloval bi tudi programski svet IAV kot posvetovalno telo direktorja<sup>42</sup>. Nekdanji predsednik nadzornega sveta Filmskega sklada Stojan Pelko je to vizijo imenoval »politično kombiniranje vseh mogočih filmskih ustanov v filmski kombinat«<sup>43</sup>.

Predlog zakona o Inštitutu za avdiovizualne vsebine iz junija 2006 podobno kot osnutek prejšnje ministricice predvideva dodatni vir financiranja avdiovizualne kultu-

41 Delovni osnutek zakona o pospeševanju avdiovizualne kulture, 22. 9. 2003.

42 Predlog zakona o inštitutu za avdiovizualne vsebine Republike Slovenije, <<http://www.kultura.gov.si>>, 19. 6. 2007.

43 Stojan Pelko, »Proti fondu za privatizacijo slovenskega filma«, *Mladina*, 30. 6. 2007, glej <[http://www.mladina.si/mednik/200726/clanek/kul-komentar-stojan\\_pelko/index.print.html-12](http://www.mladina.si/mednik/200726/clanek/kul-komentar-stojan_pelko/index.print.html-12)> (dostop 28. 9. 2007). Stojan Pelko je bil predsednik nadzornega sveta Filmskega sklada v obdobju 2001–2005.



re, in sicer uvedbo taks na javno prikazovanje in distribucijo filmskih in avdiovizualnih del. Vendar sedanji predlog določa 2-odstotno takso, osnutek zakona iz leta 2003 pa je predvideval 5- in 6-odstotne pristojbine.

Objava predloga zakona o inštitutu za avdiovizualne vsebine junija 2006 je v delu strokovne javnosti in opozicije sprožila kritike in očitke o centralizaciji in krepitvi državnega nadzora nad filmsko industrijo. Majda Širca, takrat še poslanka LDS, je 10. julija 2006 izjavila, da pomenijo napovedane sistemske spremembe »diskreditacijo vsega, kar je bilo do zdaj narejenega na področju filma, in vzpostavitev sistema, ki temelji na centralizaciji«<sup>44</sup>. Ministrstvu za kulturo je očitala, »da ni opravilo analiz, ki bi pokazale, da je izbrani model nove sistemske ureditve ustrezen, in da ni sprožilo javne strokovne razprave, temveč je zainteresirano javnost pozvalo, da na podlagi predloga zakona, objavljenega na spletni strani ministrstva, pošilja pripombe in predloge«<sup>45</sup>.

Ministrstvo za kulturo je nato septembra 2006 objavilo novi predlog zakona, Predlog zakona o Filmskem inštitutu Republike Slovenije. V njem je spremenjeno ime inštituta, ki naj bi nadomestilo sedanji Filmski sklad. Po novem predlogu pa Slovenska kinoteka ni več v podrejenem položaju. Država ne prenaša svojih ustanoviteljskih pravic v kinoteki na novoustanovljeni inštitut, temveč le nalaga obvezno pogodbeno ureditev sodelovanja med inštitutom in kinoteko. Hkrati novi predlog zakona še vedno predpisuje preoblikovanje filmskega studia v zasebno gospodarsko družbo, vendar v družbo z omejeno odgovornostjo v lasti Filmskega inštituta.

Poleg temeljito spremenjenih razmerij med institucijami avdiovizualne kulture in statusa Filmskega studia Viba film<sup>46</sup> predlog zakona o Filmskem inštitutu RS, ki naj bi ga vlada poslala v parlamentarno obravnavo jeseni 2007, določa izrazito močan položaj ministra za kulturo. Tega predlagatelj zakona – ministrstvo za kulturo – ne skriva, saj med »poglavitnimi rešitvami zakona« navaja, da predlog zakona »poudarja vlogo ustanovitelja v javnem skladu, zlasti ministra, pristojnega za kulturo«<sup>47</sup>.

44 STA, 10. 7. 2006.

45 Prav tam.

46 Treba je omeniti, da je še nacionalni kulturni program za obdobje 2004–2007, ki ga je pripravilo ministrstvo za kulturo v času prejšnje vlade in sprejel parlament v prejšnji sestavi, določal med ukrepi, s katerimi naj bi bila dosežena gospodarnost poslovanja tehnične in organizacijske baze za snemanje slovenskih avdiovizualnih del, »statusno preoblikovanje javnega zavoda Filmski studio Viba film v gospodarsko družbo, katere ustanovitelj in lastnik bo Republika Slovenija«.

47 Predlog zakona o Filmskem inštitutu Republike Slovenije, Uvod.

Predlog zakona o Filmskem inštitutu (FI) tako določa, da minister: predlaga vladi v imenovanje člane nadzornega sveta FI, pri čemer dva kandidata predlaga neposredno sam; imenuje direktorja FI na predlog nadzornega sveta; je edini, ki med letom lahko odloča o spremembi načrtovane razporeditve namenskih sredstev FI zaradi izrednih potreb; od njega mora FI obvezno pridobiti soglasje, če hoče ustanoviti gospodarsko družbo (poleg ministra za kulturo mora dati soglasje še minister za gospodarstvo); od njega mora FI pridobiti soglasje za vlaganje predlogov za sklep skupščine gospodarskih družb, s katerimi inštitut predlaga povečanje ali zmanjšanje osnovnega kapitala družbe in likvidacijo družbe; potrjuje koncesijske pogodbe, ki jih za izvajanje javne službe sklepa inštitut z drugimi pravnimi ali fizičnimi osebami; opravlja nadzor nad delovanjem in poslovanjem inštituta; pripravlja polletna poročila, na podlagi katerih vlada opravlja nadzor nad smotrnim upravljanjem z namenskimi sredstvi FI.

Ministrstvo utemeljuje uvajanje sistemskih sprememb z nevzdržnostjo sedanje normativne in neracionalnostjo organizacijske ureditve. Hkrati utemeljuje preoblikovanje Viba filma v gospodarsko družbo in ustvarjanje nastavkov za privatizacijo javnih produkcijskih zmogljivosti s predpisi Evropske unije o državni pomoči in varstvu konkurence. Po razlagah ministrstva ima del sedanjih dejavnosti Viba filma in Filmskega sklada, ki ju oba financira država, značilnosti pridobitne dejavnosti in ogroža načela enakopravnega nastopanja na trgu. V skladu z evropskimi predpisi je treba tovrstne dejavnosti prenesti na osebe zasebnega prava.

Četudi je v uvodu Predloga zakona o inštitutu za avdiovizualne vsebine, objavljenem junija 2006, pisalo, da »v okviru prenosa pridobitnih dejavnosti v zasebno pravno sfero predvideva zakon delno privatizacijo Viba filma, javnega zavoda« in da se s tem »poenostavi možnost kasnejše popolne privatizacije Viba filma, torej njegov morebitni prehod v popolno zasebno last s pravnim prenosom deležev, ko bodo z vzpostavitvijo trga in zadostne stopnje konkurenčnosti za to dani ustrezni pogoji«<sup>48</sup>, novi predlog zakona iz septembra 2007 tega besedila ne vsebuje več. Razlog za to lahko najdemo v odgovorih Igorja Prodnika, direktorja direktorata za medije in avdiovizualno kulturo pri ministrstvu za kulturo (predlagatelju zakona) na naša vprašanja. V njih je zapisal, da »ni potrebna nobena privatizacija sedanjih produkcijskih

48 Predlog zakona o inštitutu za avdiovizualno kulturo, str. 5.

in sorodnih kapacitet«<sup>49</sup>. Minister za kulturo Vasko Simoniti pa je 14. junija 2007 v polemiki o razmerah na Filmskem skladu zapisal, da ministrstvo za finance zagovarja privatizacijo Filmskega studia Viba film in da ministrstvo za kulturo takšnemu pristopu »odločno nasprotuje«<sup>50</sup>.

#### SKLEP

Pred desetimi leti, ko so na pobudo upravnega odbora Filmskega sklada 23. aprila 1997 pripravili okroglo mizo o slovenskem filmu z naslovom Slovenska kinematografija na koncu tisočletja, so bile znane in opisane vse pomanjkljivosti sistema, ki ga je ustvarila država za spodbujanje razvoja slovenskega filma. Predlagani so bili tudi številni konkretni predlogi za spremembo in izboljšanje sistema, vendar bistvenih sprememb ni bilo. Vmes je država investirala v gradnjo novih filmskih studiev Viba filma, tudi vsota za film se je vsako leto nekoliko povečala, Slovenija se je včlanila v evropske sisteme spodbujanja filmske produkcije, več filmov je doživelo mednarodni uspeh, vendar je sistem ostal poln konfliktnih in neproduktivnih razmerij. Sprememba oblasti, uničenje dotedanjih mrež interesov in odnosov in ustvarjanje nove mreže, česar se je lotila nova desnosredinska oblast po letu 2004, so povzročili vrhunec krize sredi leta 2007, ko se je sistem financiranja filmske produkcije zaradi na videz proceduralnih in osebnih sporov okrog Filmskega sklada skoraj popolnoma ustavil.

Po napovedih ministrstva za kulturo bi moral parlament v drugi polovici leta 2007 obravnavati predlog zakona o Filmskem inštitutu, ki naj bi razdril tudi celotni sistem financiranja in produkcije slovenskega filma in vzpostavil novega. Reformo sistema akterji in strokovna javnost zahtevajo že celo desetletje, pa vendar kaže, da za predlagano korenito spremembo ni konsenza.

Po prikazani vlogi države v avdiovizualni kulturi v Sloveniji bi bila vredna premisleka ugotovitev Jelke Stergel, nekdanje predsednice nadzornega sveta Filmskega sklada<sup>51</sup>, da je z ustanovitvijo sklada leta 1994 nastala zasnova sodobne ureditve nacionalne kinematografije, ki jo je treba dograjevati in njen sistem subvencij izpopolnjevati tako, da

49 Odgovori Igorja Prodnika na vprašanja Mirovnega inštituta, 31. 5. 2007.

50 Pismo ministra Simonitija – odgovor na pisanje Igorja Koršiča iz Društva slovenskih filmskih ustvarjalcev, dostopno na <[http://www.mk.gov.si/si/novinarsko\\_sredisce/demantiji](http://www.mk.gov.si/si/novinarsko_sredisce/demantiji)> (14. 6. 2007).

51 Jelka Stergel je bila predsednica nadzornega sveta Filmskega sklada od aprila 2005 do maja 2006.

bo odločanje o njih v resnici čim bolj demokratično. »Avtonomija nima nobene veljave, če gre za prenos iz enega centra moči (vladajoče politike) v drugega (vsakokratne politično-kulturniške elite)«<sup>52</sup>.

<sup>52</sup> Jelka Stergel v Preglednem poročilu Filmskega sklada RS 2001–2005, str. 18.

RIMSKOKATOLIŠKA CERKEV,  
MEDIJI IN DRŽAVA

TABELA 1: UDELEŽBA RKC V MEDIJSKI DEJAVNOSTI

MEDIJ	UDELEŽBA RKC	OBDOBJE	VLOGA DRŽAVE
<i>Slovenec</i>	Solastništvo (preko tednika <i>Družina</i> in Janeza Grilca), upništvo (preko Krekove banke in Info grafike).	1991–1996	Ustanovitev <i>Slovenca</i> je sofinanciral državni proračun 1991.
<i>Delo</i>	Solastništvo (preko Krekove družbe).	1995–2003	-
<i>Mag</i>	Solastništvo – »posojilni delež« (preko Krekove banke).	1995–1999	-
<i>Družina</i>	Ustanovitev, lastništvo.	1952–zdaj	Omejevanje v socializmu. V 2006 in 2007 so programske vsebine v tedniku sofinancirane iz državnega proračuna.
<i>Ciciban, Cicido, Pil, Solastništvo v Mladinski knjigi Založbi / MKZ</i>		2006–zdaj	Urad za varstvo konkurence in Agencija za trg vrednostnih papirjev sta 9. 6. 2006 izdala soglasje Zvonu Dva za prevzem MKZ.
<i>Pil Plus, Gea itn.</i>	(preko Zvon Dva Holdinga)	2004–2005	-
<i>Delo Prodaja</i>	Solastništvo (preko Krekove družbe in Holdinga Zvon Ena).	2004–2007	-
<i>Radio Ogrjišče</i>	Ustanovitev, lastništvo.	1994–zdaj	Podelitev frekvenc, ki so omogočale nacionalno pokritost, pred uvedbo postopkov javnega razpisa. Podelitev statusa nepridobitnega radijskega programa posebnega pomena, sofinanciranje programskih vsebin in tehnične infrastrukture iz državnega proračuna.
TV3	Ustanovitev, lastništvo.	1995–2003	Podelitev frekvenc, ki so omogočale nacionalno pokritost; dovoljenje za prenos frekvenc z RTV Ogrjišče na TV3.
T-2	Ustanovitev, lastništvo.	2005–zdaj	Državno podjetje Telekom naj bi zavlačevalo postopek vstopa T-2 na trg.
RTV Slovenija	Vpliv na verski program, udeležba v programskem svetu RTVS.	1990–zdaj, 2006–zdaj	Državni zbor je januarja 2006 po sprejetju novega zakona o RTVS izvolil v programski svet več posameznikov iz RKC (enega na preddlog predsednika države).

Rimskokatoliška cerkev (RKC) je od osamosvojitve Slovenije in spremembe družbenega sistema udeležena v medijski dejavnosti kot izdajateljica ali (so)lastnica, tako na področju dnevnega in tedenskega tiska kakor tudi radia, televizije in interneta. Iz nekaterih medijev se je po letu 2003 umaknila. Predstavniki RKC so pojasnili, da zato, ker so mediji »občutljiva zadeva« in ker »mora cerkev ohraniti nevtralnost«<sup>1</sup>.

V tem poglavju se bomo posvetili odnosu med državo in RKC na področju medijev, osredotočili se bomo na obdobje po osamosvojitvi in zlasti na sedanje razmere. Preverili bomo tezo, da je država na področju medijev v omenjenem obdobju omogočila RKC privilegiran položaj v primerjavi z drugimi verskimi skupnostmi in civilnodružbenimi organizacijami v Sloveniji<sup>2</sup>.

Pregled medijev in sorodnih podjetij, v katerih je RKC bila ali je še vedno udeležena kot izdajateljica ali (so)lastnica, zajema dva splošnoinformativna dnevnik, dva tednika (splošnoinformativnega in specializiranega), več otroških in mladinskih revij, podjetje za distribucijo tiskanih medijev, radio z nacionalno pokritostjo, televizijo z nacionalno pokritostjo in telekomunikacijsko podjetje, ki uporabnikom med drugim ponuja dostop do tv-programov in interneta. Hkrati ni mogoče spregledati vpliva RKC na verski program RTV Slovenija in veliko udeležbo predstavnikov RKC v programskem svetu RTVS po spremembi zakona o RTVS leta 2005.

1 Mirko Krašovec, ravnatelj gospodarske uprave Nadškofije Maribor, v pogovoru za *Mladino*, 3. 2. 2007.

2 Po popisu prebivalstva iz leta 2002 je v Sloveniji 57,8 odstotka prebivalcev in prebivalcev, ki se opredeljujejo za katoličane. Drugače je bilo pri prejšnjem popisu, ko se je za katoličane opredelilo 72 odstotkov prebivalcev in prebivalcev Slovenije. Po popisu iz leta 2002 je poleg 57,8 odstotka katoličanov, še 2,4 odstotka pripadnikov islamske skupnosti, 2,3 odstotka pravoslavnih vernikov, 0,8 odstotka protestantov in 3,5 odstotka vernikov, ki ne pripadajo nobeni veroizpovedi. Poleg tega je med prebivalci Slovenije 10, 2 odstotka takih, ki niso verni, 15, 7 odstotka, ki ne želijo odgovoriti na vprašanje o veroizpovedi, in 7,1 odstotka prebivalcev, katerih verska opredelitev ni znana. Glej <<http://www.stat.si/popis2002/gradivo/2-169.pdf>> (dostop 10. 10. 2007).

## TISKANI MEDIJI

V socializmu po drugi svetovni vojni je bilo v nekdanji Jugoslaviji dovoljeno RKC na območju Slovenije izdajati le revijo *Družina*, ki je bila ustanovljena leta 1952<sup>3</sup>. Do šestdesetih let je oblast izhajanje *Družine* zavirala na različne načine, omejevala naklado z izgovorom, da je za to krivo »pomanjkanje papirja«, potekal je tudi sodni postopek proti urednikoma ipd. Po podpisu meddržavnega protokola med Vatikanom in Jugoslavijo leta 1965 so se razmere za izhajanje *Družine* izboljšale. V letih, ki so sledila, je naklada dosegala več kot 100.000 izvodov. V začetku sedemdesetih let je revija začela izhajati tedensko, vendar je z leti naklada začela drseti navzdol in danes dosega okrog 50.000 izvodov. V začetku je bila *Družina* strogo verski list, ob 50-letnici njegovega izhajanja leta 2002 pa je Tine Hribar povedal, da je revija »politično glasilo desnice, kar se je pokazalo pri vseh pomembnejših političnih dejanjih«<sup>4</sup>.

Desnosredinska vladna koalicija je leta 2006 sprejela spremembe zakona o medijih skupaj z novimi določili o sofinanciranju programskih vsebin medijev. Imenovana je bila tudi nova strokovna komisija, ki odloča o delitvi denarja. Na razpis za sofinanciranje programskih vsebin medijev (iz tako imenovanega sklada za pluralizacijo medijev) se je leta 2006 prvič prijavila tudi *Družina* in dobila 7.736.411 tolarjev (32.283 evrov), leta 2007 pa 42.477 evrov<sup>5</sup>. Na vprašanje, zakaj se revija ni prijavljala na razpis za programske vsebine medijev tudi v času prejšnje vlade, je direktor *Družine* Janez Gril odgovoril, da ne ve. Tudi ni sporno, je še povedal, da *Družina* kot medij rimskokatoliške verske skupnosti dobiva proračunska sredstva, namenjena pluralizaciji medijskega prostora, ker druge verske skupnosti v Sloveniji svojih medijev niso razvile v zadostni meri, da bi kandidirali in dobivali ta denar.

RKC je v letih 2006 in 2007 dobila proračunski denar za programske vsebine medijev tudi za mesečno revijo

3 Podatki o položaju *Družine* v preteklosti povzeti iz pogovora z Janezom Grilom, direktorjem časopisne družbe *Družina*, 13. 6. 2007, in magistrske naloge novinarke Simone Rakuša (str. 54).

4 Tine Hribar, *Delo*, 7. 5. 2002, povzeto iz magistrske naloge Simone Rakuša (str. 55).

5 Letno poročilo ministrstva za kulturo o (so)financiranju kulturnih programov in projektov v letu 2006, dostopno na <<http://www.mk.gov.si/si/podatki/porocila>> (dostop 10. 10. 2007). Rezultati rednega letnega projektnega javnega razpisa za programske vsebine medijev 2007, dostopni na <[http://www.mk.gov.si/si/razpisi\\_pozivi\\_in\\_javna\\_narocila/javni\\_razpisi/?tx\\_t3javnirazpis\\_pi1%5Bshow\\_single%5D=796](http://www.mk.gov.si/si/razpisi_pozivi_in_javna_narocila/javni_razpisi/?tx_t3javnirazpis_pi1%5Bshow_single%5D=796)> (dostop 10. 10. 2007).



Ognjišče (14.750.000 tolarjev leta 2006 in 12.500 evrov leta 2007<sup>6</sup>).

RKC je po osamosvojitvi in spremembi družbenega sistema leta 1991 stopila tudi na trg dnevnega tiska, saj je s svojimi pravnimi in fizičnimi osebami<sup>7</sup> sodelovala v konzorciju lastnikov dnevnika *Slovenec*. Kot smo že navedli v poglavju o državnih subvencijah medijem, je *Slovenec* na začetku izhajanja leta 1991 dobil od države večji del celotnega proračunskega zneska »za demokratizacijo medijev«. Vlado je takrat vodil krščanski demokrat Lojze Peterle, skupni znesek proračunskega denarja za ta namen je bil 28 milijonov dinarjev (okvirno 2,8 milijona takratnih nemških mark)<sup>8</sup>. *Slovenec* je po ambicioznem začetku z naklado 80.000 izvodov zaradi poslovnih in vsebinskih pomanjkljivosti kmalu zabredel v težave, se zadolževal in leta 1996 prenehal izhajati pri nakladi okrog 5000 izvodov. Časopis je bil politični projekt treh strank, združenih v koalicijo Demos – Slovenskih krščanskih demokratov, Slovenske ljudske stranke in Socialdemokratske stranke Slovenije (istih strank, ki sestavljajo sedanjo vladno koalicijo v mandatu 2004–2008). Vsem v Sloveniji je bilo jasno, je prepričan Janez Gril, da je novi časopis, usmerjen desnosredinsko, potreben. Ne glede na to pa je bil neuspeh tako rekoč neizogiben, saj so vse tri stranke želele biti na prvi strani časopisa, prva stran pa je samo ena<sup>9</sup>. Gril je bil član upravnega odbora *Slovenca*. Ne le da se je investicija države v novi časopis izkazala za zgrešeno, tudi RKC je izgubila precej denarja pri tem medijskem projektu. Med največjimi upniki po stečaju *Slovenca* sta bila namreč podjetje Info grafika, v pretežni lasti rimskokatoliških škofij in drugih subjektov, povezanih z RKC (s 340 milijoni tolarjev terjatev), in Krekova banka v lasti RKC (s 25 milijoni tolarjev terjatev)<sup>10</sup>. Tudi tednik *Družina* je, kakor je povedal Janez Gril, *Slovincu* med prizadevanjem, da bi se ohranil pri življenju, posodil 30 milijonov tolarjev. Denar je propadel. Gril pravi, da so ga »zafučkali na oltarju medijskega pluralizma«<sup>11</sup>.

6 Prav tam.

7 Med ustanovitelji *Slovenca* je bil tudi Janez Gril, direktor *Družine*, ki nam je v pogovoru 13. 6. 2007 povedal, da je v ta medijski projekt vložil lastnih 10.000 mark. Gril je bil tudi član upravnega odbora *Slovenca*.

8 Podatke o *Slovincu* povzemamo iz knjige *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih*, avtorjev Sandre B. Hrvatini in Marka Milosavljevića, zbirka Mediawatch, Mirovni inštitut, Ljubljana, 2001, str. 27–29.

9 Pogovor z Janezom Grilom, 13. 6. 2007.

10 Podatke o *Slovincu* povzemamo iz knjige *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih*, avtorjev Sandre B. Hrvatini in Marka Milosavljevića, zbirka Mediawatch, Mirovni inštitut, Ljubljana, 2001, str. 27–29.

11 Pogovor z Janezom Grilom, 13. 6. 2007.

Tudi naslednji primer pove, da je RKC v devetdesetih letih ponujala izdatno finančno podporo novim splošnoinformativnim medijem z desno politično usmerjenostjo. Pri zagonu tednika *Mag* leta 1995 je Krekova banka zagotovila 36-odstotni posojilni delež in se s tem pridružila dvema drugima lastnikoma *Maga* Danilu Slivniku in Vinku Vasletu. Tudi *Mag* je posloval s težavami, še posebno leta 1998 zaradi neuspelega zagona še enega dnevnika, *Jutranjika*. Zabredel je v finančno stisko, leta 1999 pa ga je kupil Salomonov oglasnik. Iz intervjuja Vinka Vasleta v *Demokraciji* se razbere, da je Danilo Slivnik *Mag* prodal tako, da je Krekova družba kot 36-odstotna lastnica tednika bila »ob vse«<sup>12</sup>.

RKC je bila preko Krekove družbe 1995<sup>13</sup> do 2003 pomembna lastnica časopisne hiše Delo. Do lastniškega deleža je prišla v postopku delitve delnic med družbami za upravljanje investicijskih skladov po končanem postopku zbiranja lastninskih certifikatov. Družbe so se dogovorile, da delnice med seboj razdelijo z žrebom, Krekova družba pa je zadelala enega glavnih dobitkov – 20 odstotkov delnic časopisne hiše Delo<sup>14</sup>. Nekdo ni bil dovolj pozoren, da je dovolil, da se je to zgodilo, meni Janez Gril<sup>15</sup> in s tem namiguje na takratno levosredinsko oblast. Vendar pa Krekovi družbi nikoli ni uspelo bistveno povečati svojega lastniškega deleža in doseči prevladujočega vpliva na *Delo*.<sup>16</sup> Nekaj let je vztrajala v lastniški strukturi Dela, leta 2003 pa svoj lastniški delež prodala Pivovarni Laško.

RKC je bila nato od leta 2004 do leta 2007 (s krajšo prekinitvijo) preko Krekove družbe in Holdinga Zvon Ena<sup>17</sup> solastnica podjetja Delo Prodaja, »največjega slovenskega podjetja za prodajo slovenskih in tujih časopisov in revij«, ki ima 137 kioskov in devet lokalov<sup>18</sup>. Krekova družba je

12 Vinko Vasle v pogovoru za *Demokracijo* »Maga ne berem več«, 16. 12. 1999, str. 12.

13 Podatek o terminu vstopa Krekove družbe v lastniško strukturo *Dela* nam je posredoval Saško Lašič iz Krekove družbe 24. 10. 2007.

14 Ali H. Žerdin, »Korporacija RKC, d. d.«, *Mladina*, 24. 12. 2005.

15 Pogovor z Janezom Grilom, 13. 6. 2007.

16 Potem ko je bil nekdo premalo pozoren in je Krekovi družbi uspelo priti do delnic Dela, so se (krogi okrog tedanje levosredinske oblasti, op. a.) organizirali in deleža ni bilo več mogoče bistveno povečati, je povedal Janez Gril v pogovoru z nami, 13. 6. 2007.

17 Zvon Ena in Krekova družba sta tesno povezani družbi. Finančna družba Zvon Ena Holding, d. d., je od leta 2004 večinska lastnica Krekove družbe. Obe družbi sodita v isto finančno skupino, saj je Zvon Ena Holding, d. d., nastal s preoblikovanjem pooblaščenice investicijske družbe (PIB) Zvon Ena oktobra 2003. PIB Zvon Ena pa je leta 1998 ustanovila Krekova družba. Med lastniki Krekove družbe leta 2003, preden je bil večinski delež prenesen na Zvon Ena Holding, d. d., so bili znani posamezniki iz RKC, npr. Mirko Krašovec (z 49-odstotnim lastniškim deležem), Janez Gril (z 10-odstotnim lastniškim deležem) in Franc Bole (z 10-odstotnim lastniškim deležem). Glej letna poročilo Krekove družbe na <[http://www.krekova-druzba.si/index.php?option=com\\_content&task=view&id=33&Itemid=66](http://www.krekova-druzba.si/index.php?option=com_content&task=view&id=33&Itemid=66)> (dostop 10. 10. 2007).

18 Glej spletno stran podjetja Delo Prodaja, <<http://www.delo-prodaja.si/predstav.html>>.

imela od 6. januarja 2004 do 14. junija 2005 v lasti nekaj več kot 12 odstotkov delnic Dela Prodaje, Zvon Ena pa od 16. decembra 2004 do 21. novembra 2006 in od 22. junija do 9. oktobra 2007 nekaj več kot 13 odstotkov<sup>19</sup>.

RKC je preko finančne družbe Zvon Dva Holding večinska lastnica Mladinske knjige Založbe (MKZ), ki izdaja večino otroških in mladinskih revij v Sloveniji (na primer *Ciciban*, *Cicido*, *Poliglot*, *Pil*, *Pil Plus*, *Gea*, *Moj planet* itn.)<sup>20</sup>. Prevzem MKZ sta Zvonu Dva 9. 6. 2006 odobrila Urad za varstvo konkurence in Agencija za trg vrednostnih papirjev.

#### RADIO, TELEVIZIJA IN INTERNET

Po osamosvojitvi in demokratičnih spremembah se je RKC odločila stopiti tudi na področje elektronskih medijev. Uprava Republike Slovenije za telekomunikacije je *Radio-televiziji Ognjišče* v lasti Tiskovnega društva Ognjišče (solastniki društva so koprška škofija in posamezniki iz krogov RKC) »po priporočilu Mešane krovne komisije Rimskokatoliške cerkve in Vlade Republike Slovenije«<sup>21</sup> odobrila pet frekvenc za *Radio Ognjišče* in tri frekvence za *TV Ognjišče*. Kakor smo navedli v poglavju o frekvencah, je priporočilo 28. junija 1993 poslal tudi nadškof Alojzij Šuštar z besedami, da bodo »ravno oddaje Tiskovnega društva Ognjišče skupaj z dnevnikom *Slovenec* izredno velikega pomena za razširjanje in utemeljevanje kulturnega, zgodovinskega in verskega izročila slovenskega naroda«.

*Radio Ognjišče* je začel oddajati leta 1994, pridobljene frekvence so mu omogočile nacionalno pokritost. Po navedbah Agencije za elektronske komunikacije in pošto (APEK) ima *Radio Ognjišče* leta 2007 na razpolago 16 frekvenc in 22 oddajnikov, lociranih po vsej Sloveniji, za frekvence na Boču, Krvavcu, Kumu, Skalnici in Tinjanu v evidenci APEK piše, da so bile »podeljene pred uvedbo postopkov javnega razpisa«<sup>22</sup>. *Radio Ognjišče* je leta 2004 pridobilo status nepridobitnega radijskega programa posebnega pomena, kar ga uvršča med programe, ki imajo določene programske obveznosti in hkrati ugodnosti pri dostopu do javnih resursov. Na razpisu za sofinanciranje programskih vsebin

19 Podatke smo povzeli s spletne strani Ljubljanske borze, <<http://seonet.ljse.si>> (dostop 10. 10. 2007).

20 Letno poročilo MKZ 2006, dostopno na <[http://www.mladinska.com/repository/2887/letno\\_porocilo\\_2006\\_izsek.pdf](http://www.mladinska.com/repository/2887/letno_porocilo_2006_izsek.pdf)>

21 Iz dopisa Zvonka Bajca, direktorja Uprave RS za telekomunikacije, direktorju Urada za informiranje Vlade Republike Slovenije Borutu Šukljetu 21. 6. 1995.

22 Povzeto iz odgovorov Agencije za elektronske komunikacije in pošto na naša vprašanja, prejetih 22. 6. 2007.

medijev iz državnega proračuna je leta 2005 *Radio Ognjišče* dobil 8.837.969 tolarjev (od tega za tehnično infrastrukturo 3.620.000 tolarjev), leta 2006 pa 27.113.303 tolarjev (od tega za tehnično infrastrukturo 5.000.000 tolarjev)<sup>23</sup>. Leta 2007 *Radio Ognjišče* ni dobil denarja iz državnega proračuna, ker njegove vloge, prispele na javni razpis, niso bile popolne in so jih pred obravnavo zavrgli<sup>24</sup>.

Tri frekvence za oddajanje televizijskega programa, ki jih je leta 1993, pred uvedbo postopkov javnega razpisa, pridobilo Tiskovno društvo Ognjišče, niso bile takoj uporabljene. V krogih RKC se je po besedah Janeza Grila veliko razpravljalo o tem, ali vstopiti v to dejavnost in kako se je lotiti. Bilo je veliko dvomov. Po drugi strani je država leta 1994 sprejela zakon o javnih glasilih, ki je opravljanje radijske in televizijske dejavnosti hkrati dovolil le *Radioteleviziji Slovenija*. Zato je Tiskovno društvo Ognjišče, ki je izdajatelj *Radia Ognjišče*, hotelo pridobljene, a še ne uporabljene televizijske frekvence prenesti na novoustanovljeno podjetje TV3 v lasti pravnih in fizičnih oseb, povezanih z RKC. Prenos frekvenc je sprejeti zakon prepovedoval in hkrati uvedel postopke javnega razpisa za podeljevanje frekvenc. Država je v nasprotju s temi zakonskimi določili Ognjišču omogočila prenos frekvenc – vlado je v tem obdobju vodila levosredinska LDS, prometno ministrstvo pa je obvladovala koalicijska partnerica Slovenska ljudska stranka – in leta 1995 je začela oddajati TV3. Kakor pri dnevniku *Slovenec* se je tudi tu, po smelih napovedih o 20-odstotnem tržnem deležu, kmalu izkazalo, da ni bilo dovolj programskih in poslovnih kompetenc za uspešno delovanje. Po nekajletni programski in finančni agoniji je bila televizija leta 2003 prodana štirim hrvaškimi družbam<sup>25</sup>. Po prodaji je Mirko Krašovec, dotedanji predsednik nadzornega sveta TV3, sicer pa ravnatelj gospodarske uprave mariborske škofije, izjavil, da TV3 tako ni več cerkvena televizija in da se vsebine programa ne

23 Letni poročili ministrstva za kulturo o (so)financiranju kulturnih programov in projektov za leti 2005 in 2006, dostopni na <<http://www.mk.gov.si/si/podatki/porocila>> (dostop 10. 10. 2007).

24 Podatek nam je med telefonskim pogovorom dala Tjaša Dornik Urankar z ministrstva za kulturo 15. 10. 2007.

25 Prodan je bil le 75-odstotni delež TV3. Četrtno lastništva so obdržali lastniki iz kroga RKC v pričakovanju, da bo TV3 v prihodnje bolje poslovala. Prodani delež je bil ovrednoten na pet milijonov evrov. Od tega so odšteli 1,3 milijona evrov zapadlih obveznosti in dobili končno prodajno ceno 3,7 milijona evrov. Dogovorili so se, da bodo novi lastniki 2,2 milijona evrov poravnali v gotovini v osmih obrokih, za preostali milijon evrov in pol naj bi nekdanjim lastnikom iz kroga RKC pripadal oglasni prostor na televiziji (zase ali za prodajo). Podatke smo povzeli iz članku Petre Šubic »Novi lastniki medijev: zakaj je Laško kupil delež v Delu«, *Medijska preža*, št. 16, marec 2003, dostopno na <<http://mediawatch.mirovni-institut.si>>.

more več povezovati z RKC<sup>26</sup>. Leta 2007 je postala lastnica TV3 švedska korporacija Modern Times Group. Tako se je koncesija države v 15 letih spremenila v velikem loku – od cerkvene lastnine in načrtovanega prispevanja k »razširjanju in utemeljevanju kulturnega, zgodovinskega in verskega izročila slovenskega naroda«, o čemer je leta 1993 govoril nadškof Šuštar, do multinacionalke, najbolj znane po televizijski prodaji.

Verski program je *Televizija Slovenija* uvedla leta 1990, prvi urednik pa je bil Drago Klemenčič, ki je od leta 1964 do leta 1990 urejal revijo *Družina*. V letu 2007 *Televizija Slovenija* predvaja v okviru verskega programa štiri svoje redne oddaje, med njimi tri tedenske s skupno dolžino 60 minut in eno mesečno, dolgo 70 minut. Poleg tega uredništvo verskega programa, ki ga zdaj vodi Vid Stanovnik, pripravlja še prenose nedeljskih maš, bogoslužij, praznične prenose maš in posebne prenose ob pomembnih dogodkih za Rimskokatoliško cerkev<sup>27</sup>. V verskem programu vsa leta prevladujejo vsebine, povezane z Rimskokatoliško cerkvijo. Urednik Vid Stanovnik pravi, da je tako zato, ker je »v Sloveniji daleč največ katolikov in program oblikujejo tudi glede na številčnost občinstva«<sup>28</sup>. Hkrati je zatrdil, da bi v verskem programu *TV Slovenija* potrebovali več oddaj, ki bi se ukvarjale z vero in duhovnostjo in ne s cerkvami. Dodal je še, da ravno RKC izvaja pritisk – formalen in neformalen, da bi kot cerkev imela čim več možnosti v verskem programu upravičevati, poglobljati in utrjevati svoja uradna stališča<sup>29</sup>. Janez Gril pa je dejal, da RKC le opozarja, kaj bi bilo dobro predvajati, da pa denimo urednika verskega programa avtonomno izbira *RTV Slovenija*<sup>30</sup>.

V obdobju, ko je še veljal prejšnji zakon o *RTV Slovenija* in ko so bile na oblasti koalicije levosredinskih strank, je najvišji organ upravljanja svet *RTV Slovenija* sestavljalo 25 članov. Med njimi je bil tudi predstavnik verskih skupnosti v Sloveniji, ki so ga volile verske skupnosti iz svojih vrst. V zadnjih osmih letih, ko je ta zakon še veljal (sprejet je bil leta 1994, veljati pa je prenehal leta 2005), v svetu ni bilo predstavnika RKC, ker so verske skupnosti izbrale druga kandidata. RKC pa si je prizadevala, da bi poleg predstavnika drugih verskih skupnosti v svetu *RTV Slovenija* vedno

26 Izjavo Mirka Krašovca, objavljeno v *Dnevniku*, 19. 2. 2003, smo povzeli iz magistrske naloge Simone Rakuša, str. 56.

27 Glej magistrsko nalogo Simone Rakuša, str. 45.

28 Prav tam, str. 51.

29 Prav tam, str. 46.

30 Pogovor z Janezom Grilom, 13. 6. 2007.

sedel še predstavnik RKC. Zato je poslala pisni protest svetu, vendar je kljub temu ostala ureditev do leta 2005 nespremenjena<sup>31</sup>.

Novi zakon o RTV Slovenija, ki ga je leta 2005 sprejela vladna koalicija desnosredinskih strank, pa je namenil dva sedeža v programskem svetu RTV Slovenija verskim skupnostim. Na predlog predsednika države je parlament za enega od njiju imenoval predstavnika RKC – Janeza Grila. V programskem svetu RTV Slovenija, za katerega je v skladu z novim zakonom v začetku leta 2006 predstavnike civilne družbe imenoval parlament, so poleg neposrednega predstavnika RKC tudi drugi predstavniki organizacij in društev, povezanih z RKC.

RKC ima v lasti tudi telekomunikacijsko podjetje T-2, ki od oktobra 2005 ponuja storitve telefonije, distribucijo televizijskih programov in širokopasovnega dostopa do interneta z najnovejšo tehnologijo po lastnem omrežju in po ugodnih cenah. T-2 že od vsega začetka intenzivno gradi omrežje po vsej Sloveniji, da bi postal »vodilni alternativni operater telekomunikacij v Sloveniji«<sup>32</sup>. Za uresničitev takšne ambicije in dinamično vstopanje na trg je seveda treba imeti dovolj denarja, pa tudi soglasje državnih strategov za razvoj telekomunikacijskega sektorja in lokalnih oblasti za izdajo dovoljenj za gradnjo omrežja.

Ustanovitelj in stoddstotni lastnik podjetja T-2 je Holding Zvon Ena, v katerem je imela RKC po izračunih iz leta 2005 delnice, vredne 50 milijonov evrov<sup>33</sup>. RKC je Holding Zvon Ena prevzela leta 2005, v prevzem pa vložila denar od prodaje Krekove banke avstrijski Raiffeisen banki leta 2002 za dobrih 35 milijonov evrov<sup>34</sup>.

Državno telekomunikacijsko podjetje in največji telekomunikacijski operater v državi Telekom Slovenije je po navedbah T-2 in tudi po mnenju Agencije za elektronske komunikacije in pošto zaviralo vstop T-2 na trg, saj je zavlačevalo s podpisom krovne pogodbe, nato tudi s posredovanjem naročenih kolokacij in optičnih povezav. Zato je T-2 v začetku leta 2007 vložilo tožbo proti Telekomu<sup>35</sup>.

31 Glej magistrsko nalogo Simone Rakuša, str. 39.

32 Matevž Turk, direktor T-2, [www.24ur.com](http://www.24ur.com), 4. 10. 2005.

33 Ali H. Žerdin, »Korporacija RKC d. d.«, *Mladina*, 24. 12. 2005. Glej <[http://www.mladina.si/tehdnik/200552/clanek/slo--rkc-ali\\_h\\_zerdin](http://www.mladina.si/tehdnik/200552/clanek/slo--rkc-ali_h_zerdin)> (dostop 10. 10. 2007).

34 Prav tam.

35 Glej »T-2 trdi, da ga je Telekom stal vsaj 124 tisoč naročnikov«, *Dnevnik*, 31. 1. 2007, str. 21; »T-2 vznemiril konkurenco«, <<http://www.24ur.com>>, 4. 10. 2005 in »Globa za Telekom«, <<http://www.24ur.com>>, 23. 8. 2006.

## SKLEP

Po pregledu udeležbe Rimskokatoliške cerkve v medijski dejavnosti v Sloveniji po osamosvojitvi in spremembi družbenega sistema je možno skleniti, da se je RKC zelo dejavno vključila v zagon in delovanje medijev. Pri tem ni šlo le za cerkvene medije, temveč v večini primerov za splošno-informativne medije določenega političnega profila.

Tako si RKC ni prizadevala le utrjevati in širiti duhovnega izročila rimskokatoliške verske skupnosti, temveč je v številnih primerih poskušala vplivati na politične razmere – usklajeno z delovanjem desnosredinskih političnih strank in zlasti v času, ko so te stranke upravljale državo. Zaradi svojega medijskega podjetništva je RKC izgubila nekaj denarja in morebiti tudi ugleda. Država pa je s podelitvijo frekvenc za radijski in televizijski program brez javnega razpisa omogočila RKC privilegiran položaj med drugimi verskimi skupnostmi in civilnodružbenimi organizacijami. Značilen primer nastale škode za javni interes in strateško pomembne izgube države je TV3: potem ko so bile frekvence, kot javno dobro z izjemnim pomenom in vrednostjo, ki so na voljo v omejenem številu, podeljene RKC, so bile skoraj deset let uporabljane za preizkušanje nemogočih programskih konceptov, saj je manjkalo vizij, denarja, ljudi in programov. Nato je RKC televizijo prodala, frekvence pa se zdaj uporabljajo za program povsem drugačnega profila od tistega, za katerega so bile podeljene. Tako je bilo še enkrat popolnoma zapravljeno to javno dobro, ki omogoča delovanje enega od petih televizijskih programov z nacionalno pokritostjo. Ali, če parafraziramo prej omenjene besede Janeza Grila, to javno dobro je bilo zafučkano na oltarju politično-verskega paralelizma (klientelizma).

Nedvomno bi lahko snovanje *Radiotelevizije Ognjišče* na začetku devetdesetih let označili za ambicijo RKC po vzpostavitvi paralelnega javnega radiotelevizijskega servisa, ki jo je onemogočil zakon o javnih glasilih iz leta 1994. Razvoj telekomunikacijskega podjetja T-2 v lasti RKC po letu 2005 analitiki telekomunikacijskega trga označujejo za poskus vzpostavitve paralelnega Telekoma, uresničitev te ambicije pa bo v marsičem odvisna od tega, kdo bo upravljal državo v prihodnje.





## ZAKAJ SO SLOVENSKI MEDIJI TAKŠNI, KAKRŠNI SO?

Našo raziskavo smo začeli s precej preprostim vprašanjem: zakaj so slovenski mediji takšni, kakršni so? V iskanju odgovora smo sedanji položaj in delovanje medijev postavili v kontekst ključnih političnih, ekonomskih in zakonskih sprememb od začetka devetdesetih let. Pri tem smo bili pozorni na štiri dejavnosti, ki vplivajo na medije – državni nadzor nad delovanjem medijskih organizacij (vpliv države kot pomembne medijske lastnice), medijsko podpornišтво, združevanje in prepletanje medijskih in političnih elit in zagotavljanje verodostojnega delovanja medijev.

Preverjali smo začetno domnevo, da je slovenski medijski sistem zaradi odnosa med mediji in politiko podoben mediteranskemu oziroma polariziranemu pluralističnemu modelu, kakor sta ga v svoji knjigi *Primerjanje medijskih sistemov – Trije modeli razmerja med mediji in politiko* imenovala Daniel C. Hallin in Paolo Mancini<sup>1</sup>. Za mediteranski oziroma polarizirani pluralistični medijski sistem sta značilna poznejše uveljavljanje svobode tiska in poznejši razvoj komercialnih medijev; v njem sta izrazita politični paralelizem in politična instrumentalizacija medijev; lastniki uporabljajo medije za interveniranje v politiko, regulacija in upravljanje javnega rtv-servisa<sup>2</sup>, ki sta pod nadzorom vlade ali večine v parlamentu, izražata razmere na političnem prizorišču. Za tovrstni medijski sistem je značilna slabše razvita profesionalizacija novinarstva, prevladujoči vzorec novinarske prakse pa je podoben praksam političnega aktivizma in zagovorniškega novinarstva. Obenem nenehno nastajajo spori med mediji in politiko zaradi uveljavljanja novinarske avtonomije oziroma političnega obvladovanja. V takšnem medijskem sistemu igra država zelo pomembno vlogo kot lastnik, regulator in ustanovitelj medijev, čeprav je učinkovitost regulacije skromna in pogostokrat škodljiva (*savage regulation*). Politični klientelizem deluje na mnogih področjih, tudi na gospodarskem in medijskem<sup>3</sup>.

Hallin in Mancini ugotavljata, da imajo države z medijskimi sistemi, sorodnimi po uveljavljenem odnosu politike

<sup>1</sup> Daniel C. Hallin in Paolo Mancini, 2004, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

<sup>2</sup> Peter Humphreys razlikuje štiri modele upravljanja in nadzora nad javnim servisom: vladni model, profesionalni model, parlamentarni oziroma reprezentativni model in civilnodružbeni oziroma korporativni model. Peter Humphreys, 1996. *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester: Manchester University Press (str. 155–158).

<sup>3</sup> Hallini in Mancini, 2004, *prav tam*, str: 73–74.

do medijev, hkrati tudi podoben zemljepisni položaj. Če upoštevamo tri modele Hallina in Mancinija, spada slovenski medijski sistem zaradi svojih značilnosti v mediteranski polarizirano pluralistični in ne v zahodnosrednjeevropski demokratično korporativistični model<sup>4</sup>. »Prehod« od polarizirano pluralističnega do liberalnega modela (značilnega za Veliko Britanijo, ZDA, Kanado in Irsko) po Hallinu in Manciniju pomeni bistveno spremembo ali prestop medijev iz sfere politike v sfero ekonomijo. V liberalnem (severnoatlantskem) modelu so mediji globoko vpeti v ekonomijo in kot taki podvrženi predvsem značilnostim tržne regulacije, na nasprotni strani, v mediteranskem modelu, pa so mediji vpeti v politiko, nenehno pod njenim pritiskom in podvrženi predvsem politični regulaciji.

Po kazalcih, ki smo jih pregledali v naši raziskavi, lahko sklepamo, da delujejo na medijski sistem v Sloveniji številni mehanizmi državnega in političnega vpliva. Če se ozremo v obdobje od nastanka samostojne države, lahko ugotovimo, da je država ves čas vplivna lastnica medijev. Pogosto razlog za prekupčevanje z lastniškimi deleži v medijih, zlasti v osrednjih informativnih, niso ekonomski motivi, pač pa prerazporejanje političnih interesov. Zato lahko takšno prekupčevanje štejemo za del širšega procesa »oligarhizacije« v slovenskem gospodarstvu in politiki. Slovenski »oligarhi« so do svoje lastnine prišli med nepregledno in politično vodenno privatizacijo. »Korporativni zemljevid Slovenije«, kot pravi ekonomist Stanislav Kovač, obvladuje majhna skupina politično povezanih posameznikov, ki dolgujejo svojo ekonomsko moč vplivnim političnim zvezam, lastništvo v medijih pa vrednoti v političnih in ideoloških kategorijah (upoštevajoč vpliv in boj za vpliv na politiko), in manj v ekonomskih (upoštevajoč dobiček in razvoj medijskega trga).

Več kot desetletje je v Sloveniji veljala maksima »slovenski mediji v slovenskih rokah«. Svoje stališče, da bi bilo slovenske medije odprodati tujcem nedržavotvorno, so medijski lastniki in drugi zagovorniki te maksime opravičevali pred javnostjo z besedami, da je v majhni državi, kakršna je Slovenija, za ohranjanje nacionalne identitete, jezika in

4 Hallin in Mancini sta v mediteranski model vključila Francijo, Italijo, Grčijo, Portugalsko in Španijo, v zahodnosrednjeevropski model pa Avstrijo, Belgijo, Dansko, Finsko, Nemčijo, Nizozemsko, Norveško, Švedsko in Švico. V zaključku svoje analize sta avtorja predvidevala, da je demokratično korporativni model posebno uporaben za analizo tistih držav Vzhodne in Srednje Evrope, ki imajo podoben zgodovinski razvoj, kot npr. Poljska, Madžarska, Češka in baltske države. Hallin in Mancini, 2004, *prav tam*, str. 305.

kulture treba medije obdržati v domači lasti. Med zagovarjanjem tega stališča pa so se vsi zasebni komercialni televizijski programi s frekvencami, ki omogočajo gledanost po vsej Sloveniji, drug za drugim znašli v lasti tujih podjetij. Čeprav lahko trdimo, da so bile frekvence v začetku devetdesetih let podeljene po načelu političnega klientelizma in so jih njihovi prvi lastniki dobro unovčili, bi zdaj težko govorili o izrazitejši politični povezanosti teh komercialnih televizij. Istočasno je država (politične elite na oblasti) ohranila vpliv na javno radiotelevizijo. Država je več kot desetletje skrbno varovala tudi svojo lastnino v osrednjih tiskanih medijih, ki si jo je zagotovila med privatizacijo. Ko pa jo je prodala, je za kupce izbrala »politično sprejemljive« lastnike.

Med načine za uveljavljanje političnega vpliva na medije v Sloveniji sodi tudi usmerjanje oglasov državnih in z državo povezanih podjetij. V medijskem sistemu, kjer so med največjimi oglaševalci podjetja v državni lasti, obstaja velika možnost, da se oglaševalski denar deli glede na politično lojalnost posameznega medija. Novi »vratarji oglaševanja« so na medijskem trgu izoblikovali poseben sistem izsiljevanja medijev.

Z raziskavo se je potrdil močan vpliv države in politike na podeljevanje frekvenc. Od leta 1989 do leta 1994, ko je bil sprejet zakon o javnih glasilih, so se najpomembnejše frekvence podeljevale nepregledno, brez jasnih meril in po političnih zvezah prosilcev. Šele ko je bil frekvenčni spekter izropan in so na podlagi pridobljenih frekvenc ustvarjena razmerja moči v radiodifuziji, je država ustanovila regulacijsko institucijo – svet za radiodifuzijo.

Pogosto spreminjanje medijskih zakonov lahko uvrstimo v tako imenovano »škodljivo regulacijo«, s katero je zakonodajalec samo legaliziral stanje na medijskem področju in priznal že uveljavljene zasebne interese izdajateljev medijev. V radiodifuziji se je uveljavila praksa, da lastniki radijskih in televizijskih postaj določajo cilje in usmerjajo regulacijo. Nekateri od njih sestavijo cele sklope zakonskih predpisov in jih za vlado zagovarjajo v parlamentu.

Tudi pri subvencijski politiki, tj. podeljevanju državnih pomoči medijem, je analiza pokazala, da je država vseskozi izdatno podpirala nekatere medije, še posebno skupino lokalnih in regionalnih radijskih in televizijskih postaj, brez opravljenih analiz medijskega trga in potreb državljanov in državljanov in brez razvojne strategije. Lahko rečemo, da so bile državne subvencije pomembno sredstvo za nagrajevanje

lojalnih medijev in nič manj učinkovito sredstvo politične trgovine v času volitev.

Javna radiotelevizija s svojim položajem najbolje kaže odnos med državo oziroma politiko in mediji. Kljub temu da je s sprejetjem zakona o RTV Slovenija leta 1994 država uvedla obliko civilnodružbenega modela za upravljanje javne radiotelevizije, politika ni nikoli dokončno izpustila iz rok ključnih mehanizmov, ki so vplivali na ta medij. S sprejetjem novega zakona o RTV Slovenija leta 2005 se je politika skozi velika vrata vrnila v javni servis.

Spori med mediji in politiko zaradi kratenja avtonomije novinarstva so se izrazito zaostri v letu 2007. Politično obvladovanje medijev se kaže v odpuščanju in premeščanju politično neobvladljivih novinarjev na druga delovna mesta, v cenzurah prispevkov novinarjev in v zlorabi pravice do odgovora in popravka s strani politično in ekonomsko močnih skupin. Jeseni 2007 je v Sloveniji 570 slovenskih novinarjev in novinark podpisalo peticijo proti cenzuri in političnim pritiskom in tako opozorilo na kratenje avtonomije novinarstva, hkrati pa so politika in politično nadzorovani mediji ta problem dolgo časa odrivali iz javne razprave. S tem so še enkrat dokazali, da je politični klientelizem tesno povezan z onemogočanjem profesionalizacije novinarske stroke.

Za celovitejšo predstavbo medijskega sistema v Sloveniji je treba omeniti še močan položaj Rimskokatoliške cerkve v njem, kar prav tako lahko štejemo za posledico političnega klientelizma v različnih obdobjih postsocialistične Slovenije.

Pri raziskovanju vloge države in politike v medijih v Sloveniji smo ugotovili, da se nekatera imena pojavljajo znova in znova. Kakor bi danes težko razpravljali o slovenskih medijih, ne da bi pri tem omenili slovenske politike, privatizacijo in klientelizem, tako bi težko govorili o slovenskih medijih in slovenskem novinarstvu, ne da bi pri tem omenili imena približno dvajsetih posameznikov, ki so z različnimi vlogami zaznamovali medijski prostor. Že od leta 1990 kroži po slovenskih medijih peščica ljudi in se izmenjuje na položajih, ne oziraje se na politične spremembe. Nепrestano se reciklirajo – enkrat so novinarji, potem uredniki, lastniki, pa predsedniki uprav, člani nadzornih svetov, svetovalci uprav, nekateri tudi vstopajo v politiko in izstopajo iz nje ... Z recikliranim mnenjem neprestano nastopajo v medijih tudi kot politični analitiki in dobri prijatelji njihovih lastnikov. *Ko je neki ameriški sindikalist govoril o novinarjih svoje države, je ugotovil: »Pred dvajsetimi leti so*

*kosili z nami v kavarnah, danes večerjajo z industrialci». Ko se novinarstvo srečuje samo s »tistimi, ki odločajo,« ko je zablodilo v družbo dvora in denarja, ko se je spremenilo v propagando tržne miselnosti, se je zaprlo v razred in v kasto. Izgubilo je bralce in ugled. Pospešilo je siromašenje javne diskusije<sup>5</sup>.*

Vendar pa mora biti tudi nasprotje opisanega sistema in praks politične instrumentalizacije, klientelizma in paralelizma v medijih. Iskati se ga spleča pri novinarjih in medijih, odločenih, da bodo služili interesom javnosti, in sposobnih, da zgradijo in uveljavijo sistem poklicnih meril proti poskusom instrumentalizacije in klientelizma. Ker je sistem, ki mu je potrebno zgraditi nasprotje, prepleten in trden, bo moral biti tudi njegov protisistem sestavljen iz številnih prepletenih mehanizmov. Upanje, da bomo v interesu javnosti zgradili sedanjemu sistemu protisistem, ki bo zagotavljal avtonomno delovanje medijev in novinarjev, nam vliwa sleherno povezovanje in združevanje neodvisnih novinarjev, svobodomiselnih državljanov, lastnikov, ki se jim odzivajo, in zakonodajalcev, ki so skupaj z njimi pripravljene zrušiti sistem političnega paralelizma v medijih v Sloveniji.

5 Serge Halimi, 2003, *Novi psi čuvaji*. Ljubljana, Maska, Mirovni inštitut. str. 124.

DOSLEJ IZŠLO V ZBIRKI MEDIAWATCH

MARJETA DOUPONA HORVAT,  
JEF VERSCHUEREN, IGOR Ž. ŽAGAR  
*Retorika begunske politike v Sloveniji*

BREDA LUTHAR  
*Politika teletabloidov*

DARREN PURCELL  
*Slovenska država na internetu*

TONČI A. KUZMANIČ  
*Bitja s pol strešice*

KARMEN ERJAVEC, SANDRA B. HRVATIN,  
BARBARA KELBL  
*Mi o Romih*

MATEVŽ KRIVIC, SIMONA ZATLER  
*Svoboda tiska in pravice posameznika*

BREDA LUTHAR, TONČI A. KUZMANIČ,  
SREČO DRAGOŠ, MITJA VELIKONJA,  
SANDRA B. HRVATIN, LENART J. KUČIČ  
*Mit o zmagi levice*

SANDRA B. HRVATIN, MARKO MILOSAVLJEVIČ  
*Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih*

SANDRA B. HRVATIN  
*Državni ali javni servis*

GOJKO BERVAR  
*Svoboda neodgovornosti*

MAJDA HRŽENJAK, KSENIJA H. VIDMAR, ZALKA DRGLIN,  
VALERIJA VENDRAMIN, JERCA LEGAN, URŠA SKUMAVC  
*Njena (re)kreacija*

DRAGAN PETROVEC  
*Mediji in nasilje*

ROMAN KUCHAR  
*Medijske podobe homoseksualnosti*

SANDRA B. HRVATIN, LENART J. KUČIČ,  
BRANKICA PETKOVIČ  
*Medijsko lastništvo*

JERNEJ ROVŠEK  
*Zasebno in javno v medijih*

MITJA VELIKONJA  
*Evroza*

BRANKICA PETKOVIČ, SANDRA B. HRVATIN,  
LENART J. KUČIČ, IZTOK JURANČIČ,  
MARKO PRPIČ, ROMAN KUCHAR  
*Mediji za državljane*

RTV  
SLO



MLADINA

DNEVNIK