

PRIVATIZACIJA MEDIJEV V SLOVENIJI – IZGUBLJENA PRILOŽNOST ZA NEODVISNOST MEDIJEV?

Marja Novak Vogrič

Kmalu po osamosvojitvi Slovenije se je država odločila za privatizacijo velikega dela družbenih podjetij, med katerimi je bila tudi večina medijskih družb. Ob privatizaciji so zaposleni pridobili 60 odstotkov podjetij. Čeprav so imela izkušnje s samoupravljanjem in čeprav so bili zaposleni v mnogih medijskih družbah v tistem času odločeni, da bodo ostali lastniki družb, se to ni zgodilo. Prav vse medijske hiše so doživele proces koncentracije lastništva, ki je nato večinoma vodila v prodajo deležev zunanjim kupcem. Te prodaje so bile pogosto politično dogovorjene, mnoge so zaobšle zakone, ki so prepovedovali koncentracijo lastništva in navzkrižno lastništvo v medijih. Triintrideset let po osamosvojitvi so mediji v primežu interesov svojih lastnikov, v boju s hudo konkurenco digitalnih platform, novinarji pa se soočajo s stalnim pritiskom po znižanju stroškov in povečani storilnosti. Pomanjkljiva zakonodaja in pogosto brezzobi regulatorji trga ne uspejo zaščititi svobodnega novinarstva, sanje o neodvisnem novinarstvu, ki so bile tako žive med osamosvajanjem in privatizacijo, so se razblinile. V prispevku je poskus odgovora na vprašanje, zakaj se je to zgodilo in kaj je sploh še mogoče spremeniti.

KLJUČNE BESEDE mediji, privatizacija medijev, lastninjenje medijev, lastništvo medijev, medijska neodvisnost, koncentracija lastništva, novinarstvo, svoboda medijev

Privatisation of the Media in Slovenia - Missed Opportunity for Media Independence?

Shortly after the declaration of independence, Slovenia decided to privatise a large part of the socially-owned companies at the time, including most of the media companies. During privatisation, the employees of these companies acquired 60 percent of the companies. However, the employees did not retain ownership for long, even though the companies had experience with self-management and even though the employees were initially determined to retain ownership of their companies. All media companies went through the process of ownership concentration, which later usually led to the sale of company shares to external buyers. These purchases were often politically collusive, while many of them circumvented legislation prohibiting the concentration of media ownership and cross-shareholding in the media. Thirty-three years after independence, the media are run in line with the interests of their owners while facing fierce competition from digital platforms. Journalists are under constant pressure to cut costs and increase productivity. Inadequate laws and market regulators, which are often toothless, do not protect free journalism. The dreams of independent journalism that were alive in the days of independence and privatisation have been shattered. This article attempts to explain why this has happened and whether anything can be done to change it.

KEYWORDS media, media privatization, media ownership, media independence, ownership concentration, journalism, media freedom

Uvod

V prvem delu prispevka je v ospredju vprašanje, zakaj je lastništvo medijev pomembno, nato pa so predstavljeni slovenska privatizacijska zakonodaja, lastništvo medijev v prvih letih po privatizaciji in koncentracija lastništva, ki je sledila. Na primerih štirih časopisov je predstavljeno spreminjanje lastniške strukture skozi desetletja in je osvetljena tudi medijska zakonodaja, ki je poskušala omejiti koncentracijo lastništva. Omenjene so privatizacijske nedoslednosti in predstavljen je poskus odgovora na vprašanje, ali je notranje lastništvo medijev mogoče.

Članek je osnovan na analizi literature, ki se posveča lastništvu medijev, privatizaciji v Sloveniji, slovenski medijski zakonodaji in trgovanju z mediji. Izvedeni so bili tudi intervjuji s sedmimi novinarji, ki so vložili svoje privatizacijske certifikate v medij, pri katerem so bili zaposleni v obdobju privatizacije. Nekateri od njih so v raziskavi želeli sodelovati anonimno, drugi pa so se po desetletjih le bežno spomnili, kako je potekalo lastninjenje njihovega medija, zato so v prispevek vključeni le intervjuji, iz katerih so črpani tudi citati, ki so uporabljeni v prispevku.

Zakaj je lastništvo medijev pomembno

V prejšnjem socialističnem sistemu so bili novinarji družbenopolitični delavci, ki naj bi prispevali h gradnji in k razvoju socialistične samoupravne družbe, kot piše v Kodeksu novinarjev Jugoslavije iz leta 1982 (Merljak 2008).

Mediji so bili torej del oblasti, imeli so pomembno agitacijsko in propagando vlogo in vsekakor niso bili neodvisni. Se je pa stopnja novinarske svobode v posameznih obdobjih spreminjala in se je proti koncu 80. let, ko je Jugoslavija začela razpadati, precej povečala, saj represivni aparat, ki je pred tem vestno cenzuriral članke, prepovedoval sporne publikacije in novinarje celo pošiljal v zapor, zaradi velikih družbenih sprememb ni več učinkovito deloval (Novak 1996, 7).

Do začetka osemdesetih let je bila medijska politika v vsej Vzhodni-Srednji Evropi dokaj preprosta /.../ Vse oblike zunanega nadzora nad mediji (vključno s cenzuro) ter tudi tiste, ki so nastajale znotraj komunikacijskih organizacij (npr. samocenzura), so bile v funkciji maksimiranja vloge medijev kot popularizatorjev vladajoče ideologije in državno-partijske politike. (Splichal 1992, 33)

Splichal dodaja (ibid.), da je zakonodaja v večini socialističnih držav omogočala kaznovati avtorja objavljenih mnenj, ki so pomenila kritiko ustavne ureditve, političnih institucij in voditeljev ali so vznemirjala javnost.

Med nastajanjem nove demokratične države se je vloga medijev spremenila, poskušali so posnemati vlogo medijev v zahodnih demokracijah, ki so nekakšen nadzornik nad delovanjem države in ki so dovolj neodvisni, da glasno opozarjajo na napake v političnem, gospodarskem in drugih družbenih sistemih.

Čeprav večina medijev v demokratičnih družbah deluje v obliki gospodarskih družb, pa medijev ne moremo obravnavati le kot družbe, katerih glavni cilj je dobiček, saj kot poročevalci o družbenih sistemih in njihovi nadzorniki močno vplivajo na javno mnenje.

Dejstvo je, da lahko le neodvisni in profesionalni mediji razkrivajo napake in zlorabe oblasti pravočasno, tako da je še mogoča sprememba politike, kar omogoči, da se država

izogne hudim katastrofam, kot so finančne, socialne, zdravstvene in druge krize (Luković in Novak Vogrič 2024, 27).

Če mediji niso neodvisni, ne morejo razkrivati napak svojega lastnika in subjektov, ki so povezani z lastnikom. Če nimajo dovolj finančnih sredstev, ne morejo izvajati dobrega raziskovalnega novinarstva, ki je nujno za razkrivanje napak. Če nimajo dovolj dobrih profesionalnih novinarjev, prav tako ne morejo opravljati svojega dela.

Zato sta lastništvo medijev in državna regulacija lastništva izjemnega pomena, saj neposredno vplivata na informiranost v družbi in na zmožnost državljanov, da po svoji volji na volitvah izbirajo ljudi, ki bodo imeli v rokah politično oblast.

Zakon o lastninskem preoblikovanju podjetij

Zakon o privatizaciji v Sloveniji, ki se je uradno imenoval Zakon o lastninskem preoblikovanju podjetij (ZLPP), je bil sprejet 11. novembra 1992, v obdobju vlade Janeza Drnovška, in je postavil temelje privatizacije v Sloveniji. Zakon se je uporabljal do konca leta 1999 in je veljal tudi za lastninsko preoblikovanje oziroma privatizacijo večine medijskih podjetij. Izjema sta bila nacionalna radijska in televizijska hiša RTV Slovenija in tiskovna agencija STA, ki opravljata javno službo.

Zakon je bil sprejet po dolgotrajnih razpravah in nesoglasjih, ki so med drugim vodila k odstopu tedanjega gospodarskega ministra Jožeta Mencingerja, ki se ni strinjal z modelom privatizacije, kakršen je bil pozneje sprejet, in je zato že leta 1991 odstopil z mesta ministra in podpredsednika vlade Lojzeta Peterleta.

V večini drugih vzhodnoevropskih držav so ubrali drugačne vrste privatizacije, največkrat so državne družbe prodali kupcu, ki je bil za oblast sprejemljiv in je obenem za podjetje ponudil čim več denarja. Tako je v mnogih državah prišlo do hitre prodaje pomembnih družb velikim tujim podjetjem; primer take privatizacije predstavlja Madžarska.

Slovenija se je skušala izogniti prodaji državnih podjetij tujcem, zato je izbrala svojstven model privatizacije, ki je odražal tudi prejšnjo gospodarsko ureditev v državi, kjer je bilo na papirju družbeno premoženje v lasti ljudstva. Tako so bila podjetja v socialistični Sloveniji v lasti zaposlenih, ki so, vsaj na papirju, tudi upravljali z njimi. Tudi v medijih, ki so bili večinoma sicer pod okriljem Socialistične zveze delovnega ljudstva (SZDL), je veljala ureditev samoupravljanja, čeprav je imela SZDL odločilno vlogo pri nastavljanju vodilnih v medijskih hišah.

Privatizacijski zakon je velik del družbenega premoženja razdelil državljanom, in sicer tako, da so zaposleni v zameno za certifikate in denar dobili do 60 odstotkov podjetja, večje družbe, med katerimi ni bilo medijskih podjetij, pa so šle tudi v javno prodajo, v kateri je lahko njihove delnice v zameno za certifikate dobil vsak državljan.

Člena 17 in 18 ZLPP navajata, da lastninsko preoblikovanje pomeni spremembo podjetja z družbenim kapitalom v podjetje z znanimi lastniki. Zato podjetje izda delnice na podlagi vrednosti, določene pri vsakem načinu preoblikovanja posebej. Načini preoblikovanja so: prenos navadnih delnic na sklade, interna razdelitev delnic, notranji odkup delnic, prodaja delnic, prodaja vseh sredstev podjetja, preoblikovanje podjetja z večanjem lastniškega kapitala in prenos delnic na Sklad Republike Slovenije za razvoj, ki je med drugim skrbel za sanacijo podjetij in spodbujanje izvoza ter za razdelitev delnic podjetij pooblaščenim investicijskim skladom v zameno za certifikate, ki so jih v sklade vložili državljan.

Po izdaji delnic podjetje deset odstotkov delnic prenese na Kapitalski sklad pokojninskega in invalidskega zavarovanja, drugih deset odstotkov na Odškodninski sklad in nadaljnjih dvajset odstotkov na Sklad za razvoj z namenom nadaljnje razdelitve pooblaščenim investicijskim družbam, kot določa 22. člen. Po tem členu delnic v treh letih po uveljavitvi zakona ni bilo mogoče prenesti na osebe v večinski tuji lasti brez soglasja agencije.

Po 23. členu podjetje lahko zaposlenim razdeli, zamenja za njihove certifikate ali jim proda do 60 odstotkov podjetja. Po členu 26 lahko podjetje delnice proda tudi z javno prodajo delnic. Tako prodajo so izvedla le velika podjetja in ne medijske družbe.

Kot določa 31. člen zakona, so vsi, ki so bili državljani Slovenije na dan 5. decembra 1992, prejeli lastniške certifikate, s katerimi so lahko kupili delnice podjetja, v katerem so bili zaposleni, delnice podjetij v javni prodaji ter delnice pooblaščenih investicijskih družb.

Osebe v starosti do 18 let so prejele certifikat v vrednosti 100.000 tolarjev, starejši pa v višji vrednosti: 200.000 tolarjev so prejeli tisti v starosti do 23 let, 250.000 tolarjev stari do 28 let, 300.000 tolarjev tisti, ki so imeli do 38 let, 350.000 tolarjev tisti do 48 let, vsi starejši od tega pa so dobili certifikat v vrednosti 400.000 tolarjev. Certifikati so bili neprenosljivi, a jih je bilo mogoče dedovati. Naj za primerjavo omenim, da je bila v letu 1992 po podatkih Zavoda za statistiko povprečna neto mesečna plača 30.813 tolarjev, torej so državljani v certifikatih prejeli do trinajst povprečnih neto mesečnih plač.

Mediji v 60-odstotni lasti zaposlenih

V obdobju lastninjenja so v večini medijev zaposleni svoje certifikate zamenjali za delnice medija, v katerem so delali, in tako pridobili 60-odstotno lastništvo. Zaposleni v večjih medijih, na primer pri Delu, so morali v časopis vložiti tudi svoj denar, da so dosegli 60-odstotno lastništvo. Časopis Delo je za nakup delnic najel posojilo, ki so ga po deležih prevzeli zaposleni, s tem denarjem pa so kupili delnice. Pri nakupu z gotovino so imeli zaposleni tudi 50-odstotni popust (Kučić 2020a).

Lojze Javornik (2024), dolgoletni novinar in urednik pri Delu, se spominja, da je vodstvo zaposlene sprva močno spodbujalo k nakupu delnic, tako da so nekateri zaposleni za delnice najemali tudi osebne kredite, ko pa je bilo vplačanega dovolj denarja in certifikatov za 60-odstotno lastništvo, vplačil niso več sprejemali, zato nekateri zaposleni kreditov, ki so jih najeli, niso mogli porabiti za nakup delnic.

Podobno je bilo v drugih medijih. Vodstvo se je potrudilo, da so zaposleni s certifikati ali pa tudi z denarjem pokupili vse delnice, ki so jim bile na voljo, saj so tako omejili vpliv države na medij. Kot v vseh drugih podjetjih so državni skladi in pooblaščenice investicijske družbe (pidi) dobili skupaj 40 odstotkov medija, in ker sta državna sklada, Kapitalski in Odškodninski sklad, pogosto postala največja posamezna lastnika (vsak z desetimi odstotki podjetja), je imela država prek teh skladov precejšen vpliv na upravljanje medija. Država se je tudi odločala, komu bosta sklada prodala svoje delnice, kar je bilo za medij izjemno pomembno, saj lahko lastniki močno omejijo neodvisnost medija, posebej v primeru, ko sta bila sklada največja posamezna lastnika – posamezni zaposleni so praviloma imeli precej manjši delež v podjetju kot sklada.

Javornik (2024) se spominja, da se je hitro po privatizaciji Dela pokazalo, da vodstvo ni ravno naklonjeno samoupravljanju, kljub temu da so bili to isti ljudje, ki so uspešno krmarili v prejšnjem samoupravnem sistemu, v katerem jim je tudi uspelo priti na visoke položaje. »Privatizacija je sprožila refleks obrambe pred politiko, a ko je vodstvo postavilo prvi zid (to

je večinsko notranje lastništvo), je začelo delovati tako, da je onemogočalo notranje motnje,« pravi Javornik (ibid.), ki ga je dogajanje pri Delu po privatizaciji razočaralo. Pred tem so novinarji na sejah lahko sodelovali s predlogi in so bile razprave večkrat burne, po privatizaciji pa so že pred skupščino delničarjev dobili predlagane sklepe in dodatna razprava ni bila zaželeno. Vodstvo je predlagalo glavnega pooblaščenca malih delničarjev in spodbujalo zaposlene, ki so bili delničarji, naj za glasovanje na skupščinah pooblastijo tega, namesto da bi se osebno udeležili skupščine.

Tudi pri Večeru so po besedah dolgoletnega urednika in novinarja Večera Borisa Jaušovca ustanovili klub malih delničarjev. Ti so bili sprva odločeni, da svojih delnic ne bodo prodali, ko pa se je za delnice začela zanimati avstrijska medijska hiša Styria, se je pojavil strah, da bi medij prišel v tuje roke. Zato je vodstvo spodbujalo zaposlene, naj delnice prodajo slovenskemu skladu Infond, ki se je prav tako zanimal za Večer. Tako se je lastništvo zaposlenih močno zmanjšalo (Jaušovec 2024). Tisti, ki so delnice obdržali do iztisa, ki se je po mnogih preprodajah delnic Večera zgodil v letu 2015, so zanje dejansko dobili drobiž oziroma 3,9 evra na delnico (Finance, 27. maja 2015).

Tudi v Gorenjskem glasu jim po privatizaciji ni uspelo obdržati večinskega notranjega lastništva, ker so mnogi zaposleni zaradi zaslužka prodali delnice, ki so jih pridobili s certifikatom, in niso cenili notranjega lastništva. Je pa Gorenjski glas edini medij v Sloveniji, ki mu je pozneje uspelo obnoviti notranje lastništvo, o čemer bo tekla beseda v nadaljevanju.

Jaušovec (2024) poudarja, da je bila privatizacija v Sloveniji »kraja pri belem dnevu«, s katero so zaslužili tisti, ki so bili blizu oblasti in so imeli notranje informacije ter so se dobro znašli v procesu lastninjenja.

Vsi novinarji, s katerimi sem govorila, pa se strinjajo, da so imeli novinarji večji vpliv na svoj medij v zadnjih letih pred razpadom Jugoslavije in tik po njenem razpadu, ko stare represivne strukture niso več učinkovito delovale, saj se je družbeni sistem razmeroma hitro spreminjal, hkrati pa mediji še niso imeli novih lastnikov. Takrat je bila neodvisnost medijev na vrhuncu, po privatizaciji pa se je začela zmanjševati, saj so vajeti prevzeli novi lastniki, ki so imeli svojo agendo in niso bili nujno zavezani neodvisnosti novinarskega poročanja.

Koncentracija lastništva

Kmalu po privatizaciji se je lastništvo začelo koncentrirati. Mnogi zaposleni so potrebovali denar, zato so prodali svoje delnice, pogosto kar vodilnim v podjetju. Ker v nekdanji Jugoslaviji ni bilo delniških družb, so bili mnogi tudi povsem neuki glede priložnosti, ki jih je prinašalo delničarstvo. V medijskih hišah se je, tako kot v drugih podjetjih, razvil neformalen notranji trg z delnicami, obenem pa so z delnicami, ki so jih dobili v procesu privatizacije, trgovali tudi skladi in pidi.

Tako so zaposleni že v prvih letih po privatizaciji izgubili večinsko lastništvo. Deset let po privatizaciji oziroma decembra 2003 so bili večinski lastniki v vseh treh najpomembnejših dnevnih časopisih podjetja in skladi (Bašić Hrvatinić, Kučić in Petković 2004, 67):

V Delu je imela Pivovarna Laško 26 odstotkov delnic, Slovenska odškodninska družba 11,7 odstotka, ID Maksima 11,1, Kapitalska družba 7,5, Infond ID 6,8 in sklad NFD 5,1 odstotka.

V Dnevniku je imela DZS 51 odstotkov delnic, Styria 25,7 in Kapitalska družba 10,1 odstotka.

V Večeru je imel Infond Holding 36,3 odstotka delnic, Leykam 26,7, Infond ID 15 odstotkov in Slovenska odškodninska družba deset.

V vseh dnevnikih je torej notranje lastništvo padlo na nizko raven, tako da notranji lastniki niso imeli več bistvenega vpliva na poslovanje medija.

Po privatizaciji je najbolj zrasla vrednost delnic Dela, delno tudi zato, ker je bil to edini medij, ki je bil uvrščen na borzo. Po podatkih Ljubljanske borze je bil samo še časopis Dnevnik uvrščen na alternativni trg MTF (kratica iz angleških besed multilateral trading facility), s katerim tudi upravlja Ljubljanska borza in ki naj bi zapolnil vrzel med zunajborznim trgovanjem in borznim trgom. Dnevnik je bil na MTF uvrščen leta 2018, vendar se trgovanje ni razvilo, saj je bil od tedaj izveden le en posel z delnicami Dnevnika po ceni 32 evrov na delnico.

Časopis Večer na borzo ni bil nikoli uvrščen, čeprav je v nekaterih publikacijah napačno navedeno, da je tudi Večer kotiral na borzi.

Tudi v večini drugih medijskih podjetij je vrednost delnice po privatizaciji narasla, vendar bistveno manj kot pri Delu.

Čeprav so v Sloveniji delniške knjige javne, je treba omeniti, da je vpogled v delniške knjige omogočen le s prošnjo Centralni klirinško depotni družbi (KDD), ki zainteresiranim za posamezen izpis iz delniške knjige, torej za izpis seznama lastnikov na določen datum, zaračuna do 205 evrov. Po navedbi KDD je novinarjem omogočeno le pet brezplačnih izpisov, na katerih je navedeno do 50 največjih lastnikov posameznega podjetja, kar pa ne zadošča za potrebe novinarskega raziskovanja.

Bašić Hrvatin in Milosavljević (2001, 40) sta opozorila na poprivatizacijski paradoks, kjer »na eni strani poskuša država z zakonskimi omejitvami lastniških deležev zagotoviti pluralnost medijev, na drugi pa »svoje« deleže v teh medijih prodaja enim in istim lastnikom«. Ugotavljata, da »koncentracija medijskega kapitala nastaja praviloma tam, kjer (para) državni skadi prodajajo svoje deleže«.

V letih po privatizaciji so se vlade dejansko, čeprav ne javno, dogovarjale o koncentraciji lastništva v medijih, pri čemer se je v javnosti precej poudarjala nevarnost morebitnih tujih prevzemov. Kmalu je postalo jasno, da vsak lastnik, naj bo domači ali tuji, posega v neodvisnost svojega medija, kadar je to v njegovem interesu.

Koncentracija lastništva medijev, ki se je začela v letih po privatizaciji in še vedno poteka, ni težava le v slovenski medijski srenji, pač pa po vsem svetu. Zaradi majhnosti Slovenije pa pride koncentracija še bolj do izraza, saj lahko posameznik ali skupina posameznikov oziroma podjetij že z razmeroma majhnim finančnim vložkom in vplivom na razmeroma majhno število medijev pridobi odločilen vpliv na javno mnenje.

Morrow (2022) navaja, da ima v svetovnem merilu 90 odstotkov svetovnih medijev v lasti samo šest korporacij! To seveda vodi k pomanjkanju konkurence, zmanjšanju diverzitete na medijskem trgu in okrnjeni novinarski neodvisnosti.

Ena od teh šestih korporacij je News Corp Ruperta Murdocha, ki med drugim obvladuje številne televizijske kanale in časopise v ZDA, Veliki Britaniji in Avstraliji, med njimi televizijo Fox News ter časopisa Wall Street Journal in The Times.

Oglejmo si, kako je koncentracija lastništva po privatizaciji potekala v največjih slovenskih dnevnikih.

Delo

Delo je med mediji po privatizaciji izstopalo ne le zato, ker je bil to osrednji slovenski dnevnik, pač pa tudi zato, ker je bil edini medij, ki je bil po privatizaciji uvrščen na borzo, kar

se je zgodilo 13. januarja 1999. Že pred tem se je razvil neformalen notranji trg, saj so zaposleni delnice prodajali že pred uvrstitvijo na borzo, prav tako so delnice že pred uvrstitvijo na borzo kupovali zunanji kupci, saj je bila časopisna industrija takrat donosen posel.

Leta 1993 se je 93 odstotkov Delovih zaposlenih strinjalo, da naj bi podjetje obvladovali notranji lastniki, in še leta 1998 so bili zaposleni večinski lastniki (Kučić 2020a). To pa se je spremenilo kmalu po uvrstitvi na borzo in hitri rasti cene delnice.

Po podatkih Ljubljanske borze je bil odpiralni tečaj delnice Dela na dan uvrstitve na borzo 40,28 evra (cena je bila tedaj seveda v tolarjih, a za lažjo primerjavo objavljamo njeno vrednost v evrih), a so že prvi dan trgovanja dosegle zaključno vrednost 79,44 evra. Najvišja zaključna dnevna vrednost v letu 1999 je dosegla kar 100,67 evra, leto pozneje 85,69 evra, leta 2001 pa 73,14 evra. Leta 2002 je najvišja zaključna vrednost znašala 113,03 evra, leto zatem 126,97 evra, leta 2004 pa 134,28 evra. V zadnjih letih trgovanja z delnico Dela so bile najvišje zaključne vrednosti 129,40 evra leta 2005, 125,22 leta 2006 in 135 evrov leta 2007.

Na podlagi uvrstitve na borzo se je vrednost delnice Dela nekajkrat povečala, kar se je sicer zgodilo tudi z delnicami vrste drugih privatiziranih podjetij, ki so se odločila za borzno kotacijo. Če upoštevamo vrednost delnice ob lastninjenju, ki je bila 1000 tolarjev (Kučić 2020a), se je do prevzema vrednost nominalno povečala za več kot 32-krat, kar je delničarjem omogočilo res velike dobičke. Mnogi, ki so ob privatizaciji v delnice poleg certifikata vložili še svoj denar, so si ob prodaji svojih delnic Dela v letih po uvrstitvi na borzo lahko samo s prihodkom od delnic kupili manjšo hišo.

Prek državnih skladov pa se je v lastništvo Dela vpletala tudi država. Leta 2000 je Kapitalna družba svoj 5,5-odstotni delež v Delu prodala družbam Gorenje, Cogito in Emona Maximarket, in sicer le dva tedna, preden je nova desno usmerjena vlada pod vodstvom Andreja Bajuka s položaja predsednika uprave razrešila Jožeta Leniča (Gerovac 2003). S prodajo podjetjem, ki naj bi bila blizu levim strankam, naj bi Lenič, ki je bil član do tedaj vladajoče stranke Liberalne demokracije Slovenije, preprečil, da bi desne stranke dobile politični vpliv pri Delu.

Pivovarna Laško je že leta 2003 postala lastnik 19 odstotkov Dela, po zakonodaji pa tega deleža ni smela povečati brez soglasja Ministrstva za kulturo, ki ga je potreboval vsakdo, ki je imel v lasti 20 odstotkov ali več v posameznem mediju. A istega leta so s Pivovarno Laško povezana podjetja kupila še sedem odstotkov Dela od Krekove družbe (ibid.).

Agencija za trg vrednostnih papirjev je na začetku marca 2003 vložila predlog za uvedbo postopka o prekršku proti Pivovarni Laško, ker je ocenila, da ima ta skupaj s povezanimi osebami 27,33-odstotni lastniški delež v Delu in bi zato morala po zakonu objaviti ponudbo za prevzem podjetja. Vendar pa sankcij proti Pivovarni Laško ni bilo.

»Kljub očitnim povezavam nobena od nadzornih institucij ni preprečila nezakonitega kopičenja medijske lastnine v rokah enega lastnika,« piše Bašić Hrvatinić (2011).

Po pripovedovanju novinarjev Dela se je vodstvo Pivovarne Laško vse bolj vpletalo v uredniško politiko časopisa posebej glede poročanja o podjetju, leta 2005 pa je po poročanju več medijev prišlo do poslovno-političnega dogovora med direktorjem Pivovarne Laško Boškom Šrotom in predsednikom vlade Janezom Janšo, po katerem je bil Pivovarni Laško odobren odkup trgovske družbe Mercator v zameno za to, da bi imela vladajoča politika vpliv na uredniško politiko Dela. Janša, predsednik takrat desnosredinske Slovenske demokratske stranke (SDS), in Šrot sta zanikala obstoj takega dogovora, a nastavljanje novih nadzornikov in urednikov pri Delu ter sprememba uredniške politike sta v praksi dokazala, da je dogovor obstajal.

SDS je Delu leta 2005 s kupčijami nadela strankarske uzde. Soglasje premierja Janše k prodaji tridesetodstotnega državnega paketa delnic Mercatorja Istrabenzu in Pivovarni Laško leta 2005 je vključevalo tudi uredniški vpliv na Delo, ki ga je direktor Pivovarne Laško kot največje lastnice časopisne družbe v zameno za delnice Mercatorja za nekaj let omogočil Janši, potem pa si je premislil in sam prevzel nadzor nad Delom, ki vse odtlej ni več imelo medijsko profiliranega lastnika. (Splichal 2020, 19)

V aprilu 2007 je Pivovarna Laško objavila prevzemno ponudbo za Delo po ceni 135,5 evra za delnico, kar je bilo le dober odstotek več od zadnjega tečaja na borzi pred objavo ponudbe, ki je dosegel 134 evrov. Pred prevzemom je imela Pivovarna Laško v lasti že 63,3 odstotka Dela (Pikon 2007), tako da malim delničarjem praktično ni preostalo ničesar drugega, kot da so prevzemno ponudbo sprejeli. Glede na ponujeno ceno za delnico je bila vrednost celotne družbe Delo okoli 75,8 milijona evrov.

Čeprav se je Pivovarna Laško pod novim vodstvom že novembra 2010 odločila, da bo objavila razpis za prodajo Dela (Mladina 2010), je do prodaje dejansko prišlo šele leta 2015, ko je 100-odstotna lastnica Dela postala družba FMR, ki je za časopis plačala 7,3 milijona evrov (Ugovšek 2016) in ga ima v lasti še danes. Ta kupnina je bila manjša od desetine vrednosti Dela v letu 2007. Na padec vrednosti Dela je med drugim vplivala tudi huda konkurenca digitalnih platform in zato manjša branost časopisa.

Dnevnik

V Dnevniku so zaposleni izgubili večino zelo hitro po privatizaciji; podatki kažejo, da že avgusta 1996 niso bili več večinski lastniki (Kučić 2020a).

Založniška hiša DZS je maja leta 2003 postala večinska lastnica Dnevnika. Kot piše Kučić (ibid.), je DZS prek »kompleksne mreže lastniško prepletenih podjetij«, vključno z Dnevnikom, postala lastnica same sebe. Tako so se izognili morebitnim ukrepom Urada za varstvo konkurence in se na papirju držali lastniških omejitev, ki jih je predpisal Zakon o javnih glasilih. Prevzem Dnevnika je bil mogoč tudi zato, ker je bil tedanji predsednik uprave DZS Bojan Petan pomemben član vodilne stranke Liberalne demokracije Slovenije (LDS).

Leta 2018 sta časopisa Dnevnik in Večer na Agencijo za varstvo konkurence vložila prošnjo za združitev, kar bi jima omogočalo, da bi skupaj obvladovala 40 odstotkov trga tiskanih medijev. Julija 2019 sta dobila dovoljenje za združitev, vendar pa zaradi nestrinjanja o cenitvi posameznih družb do te ni prišlo.

»Menjava lastništva v Dnevniku /.../ med letoma 2000 in 2007 je zgodba o nepreglednih lastniških povezavah in postopnem, parkiranju' delnic pri na videz nepovezanih ljudeh,« piše Bašić Hrvatini (2011). DZS je še vedno večinski lastnik Dnevnika.

Večer

Delo, v katerem je bila največja lastnica Pivovarna Laško, je maja 2005 kupilo 19,9 odstotka delnic Večera. Novembra 2008, ko je bila Pivovarna Laško tudi uradno večinska lastnica Dela, je kupilo še skoraj 60 odstotkov Večera in si pridobilo slabih 80 odstotkov družbe. A zaradi krize je že leta 2010 neuspešno iskalo kupca za Večer, do prodaje pa je prišlo šele leta 2014 (Sovdat 2019).

Leta 2014 sta Večer za približno milijon evrov kupila Uroš Hakl (eden od nekdanjih direktorjev oglaševalske agencije Pristop) in Sašo Todorović (nekdanji direktor telekomunikacijske družbe T-2). Za nakup sta porabila milijon evrov, kar je približno dvajsetkrat manj, kot je za Večer plačala Pivovarna Laško (Kučić 2020b). Tudi tu je na padec vrednosti delno vplivala huda konkurenca digitalnih platform.

Leta 2021 je Večer po podatkih dnevnika Finance prevzela skupina družb v lasti Martina Odlazka (Finance, 1. septembra 2021). Finance so poročale, da so isto leto Odlazkova podjetja prevzela tudi dnevnik Primorske novice (Finance, 24. maja 2021).

Po podatkih Ajpesa je največji lastnik Večera Salomon, sledita pa Svet24 in Curator Nova. Po podatkih Ajpesa so ta tri podjetja tudi med lastniki Primorskih novic.

Dejstvo je, da si dnevniki Večer, Primorske novice in Dnevnik občasno izmenjujejo članke, čemur v medijskem svetu pravijo »content sharing«, kar kaže na lastniške povezave med njimi, čeprav zaradi zapletene strukture povezav med posameznimi podjetji, ki si lastijo medijske družbe, in zaradi pogostega preoblikovanja medijskih družb ter prenosov delov družb na nove lastnike lastništvo ni transparentno.

Gorenjski glas

Gorenjski glas je regionalni časopis, ki izhaja v Kranju in ni med največjimi časopisi v Sloveniji. V tej raziskavi ga omenjamo zato, ker je eden od redkih primerov podjetij, ne le medijskih, kjer so zaposleni tudi večinski lastniki.

Po privatizaciji so bili zaposleni 60-odstotni lastniki podjetja, vendar pa po besedah zdajšnje direktorice in nekdanje novinarka Gorenjskega glasa Marije Volčjak »notranji lastniki niso imeli ustreznega odnosa do zlahka pridobljenega premoženja«, zaradi česar so svoje deleže prodajali (Volčjak 2024). Leta 2002 je večinska lastnica postala Gorenjska banka, ki pa je zaradi bančne krize decembra 2012 objavila razpis za prodajo svojega deleža.

Zaposleni so se »v strahu pred lastnikom, ki bi podjetje izčrpaval, kar se je takrat dogajalo mnogim medijem« (ibid.), odločili za odkup deleža Gorenjske banke, kar so storili s pomočjo konzorcija, ki so ga ustanovili s podjetjem Domel. Domel je pozneje izstopil iz lastništva, njegov delež je odkupil Gorenjski glas.

Nova lastniška zgodba je uspešna, notranji lastniki se zavedamo, da delamo zase, brez dvoma je k temu prispevalo tudi dejstvo, da so zaposleni prispevali svoje prihranke, zato jim ni vseeno, kaj se dogaja z deleži. Gorenjski glas vsa leta dobro posluje in že vrsto let izplačujemo dobiček, lastnikom je bil njihov vložek praktično že povrnjen, zato je razumljivo, da svojega deleža še nihče ni prodal. (Volčjak 2024)

Gorenjski glas ima družbeno pogodbo, ki določa, da imajo pri vsaki prodaji deleža obstoječi lastniki predkupno pravico. Če je nihče ne uveljavi, mora prodajalec pri prodaji deleža zunanjemu kupcu pridobiti 75-odstotno soglasje obstoječih lastnikov, če mu to ne uspe, pa se mu izplača odškodnina.

Drugim medijem ni uspelo, da bi obdržali ali spet vzpostavili notranje lastništvo, ker so bili večji in dražji, zato zaposleni niso mogli zbrati dovolj denarja. Gorenjski glas pa ob vzpostavitvi notranjega lastništva ni imel niti svojih prostorov, te je kupil šele leta 2018, zato tudi cena za medij ni bila previsoka za zaposlene. Ker je registriran kot družba z omejeno odgovornostjo, nima delnic, temveč ima deleže, ki nimajo določene vrednosti.

Po besedah Marije Volčjak največjo nevarnost za poslovanje medija predstavljata »usihanje tiskanih medijev« in potreba po prehodu na digitalno platformo, pri čemer bi bilo treba izvesti dokapitalizacijo, ki je lastniki morda ne bi zmogli. Zato upajo na pomoč države, ki je večjim podjetjem že namenila sredstva za digitalizacijo.

Gorenjski glas je v lasti petintridesetih posameznikov, deset odstotkov podjetja pa je v lasti Dela, ki je delež kupilo pred dobrimi dvajsetimi leti.

Medijska zakonodaja

Lastništvo medijev prinaša politično in gospodarsko moč, saj je vpliv medijev na javno mnenje velik in zaradi dejstva lahko pomembno vplivajo tudi na volitve in na odločitve politične elite. Koncentracija medijskega lastništva lahko torej povzroči koncentracijo moči, zato je pomembno, da medijsko lastništvo regulira država in da ni prepuščeno trgu kot lastništvo v mnogih drugih gospodarskih panogah.

»Ker je težko nadzorovati namere medijskih lastnikov ali v popolnosti regulirati njihovo obnašanje v odnosu do urednikov in novinarjev, je najpreprostejši način zagotavljanja večjega števila glasov v družbi onemogočanje, da se medijska moč koncentrira v rokah majhnega števila lastnikov,« pišeta Bašić Hrvatini in Kučić (2005, 17).

Mirno lahko zapišemo, da Slovenija v obdobju privatizacije ni imela zakonov, ki bi omejevali koncentracijo medijskega lastništva, prav tako kot ni imela zakonov, ki bi preprečevali nastanek zadrug, ki bi omogočale dolgoročno notranje lastništvo medijev. Tako kot druga podjetja so bili tudi mediji v letih po privatizaciji prepuščeni stihiji trga. Očitno je bilo, da neodvisni mediji, ki bi bili v lasti novinarjev, niso bili v interesu oblastnikov.

Šele Zakon o javnih glasilih iz leta 1994 je omejil največji lastniški delež v posameznem mediju na 33 odstotkov ter omejeval navzkrižno lastniško povezovanje na deset odstotkov, pri čemer pa nobena od teh omejitev ni veljala za državne sklade, ki so nastali na podlagi ZLPP (ZJG 2004).

Ker pa je Zakon o javnih glasilih omejeval pridobivanje lastniških deležev le na izdajatelje medijev, in ne na druge lastnike, je lahko ameriška korporacija Central European Media kupila tretjinski delež treh izdajateljskih televizijskih programov, s katerimi je podpisala tudi pogodbe o predvajanju skupnega programa in tako začela ustvarjati enotni nacionalni televizijski program POP TV. Ker je pogodbe o predvajanju televizijskega programa podpisala produkcijska hiša v lasti CME, ki ni bila izdajateljica programa, je bil ta zakonski obvod mogoč (Bašić Hrvatini 2005, 181).

Leta 2001 je bil sprejet Zakon o medijih, ki je vsako lastništvo v mediju, ki bi bilo višje od 20 odstotkov, pogojeval s predhodnim soglasjem pristojnega ministrstva, to je Ministrstva za kulturo. Ta zakon državnih skladov ni več uvrščal med izjeme, zato bi morali skladi še v istem letu zmanjšati svoje deleže v medijih ali pa pridobiti soglasje ministrstva za deleže nad 20 odstotkov (ZMed 2001). Težava pa je bila v tem, da ministrstvo ni pripravilo kriterijev za omejevanje koncentracije, tako da je dopustilo obhode zakona prek povezanih podjetij. Zakon je določal tudi nezdržljivost opravljanja radijske in televizijske dejavnosti ter nezdržljivost opravljanja oglaševalske ter radijske oziroma televizijske dejavnosti (ibid., člena 59 in 60).

Isti mesec je bil sprejet tudi Zakon o telekomunikacijah (Ztel), ki je določil, da Agencija za pošto in elektronske komunikacije (APEK) oziroma Svet za radiodifuzijo pri dodeljevanju radijskih in televizijskih frekvenc »ne smeta izbrati ponudnika, ki bi bil sicer najugod-

nejši po merilih, določenih v razpisni dokumentaciji, če bi ta izbira pomenila omejevanje konkurence« (Ztel 2001, 11. člen).

Kljub temu da so zakoni od leta 1994 naprej omejevali koncentracijo lastništva v medijih, se v praksi zakonodaja večinoma ni izvajala. Občasno kateri od lastnikov ni mogel izvajati glasovalnih pravic na podlagi lastništva delnic, ker je imel v lasti večji odstotek delnic, kot bi bil po zakonodaji dovoljen, drugih sankcij pa praktično ni bilo. V večini primerov pa je bila prekoračitev dovoljene meje lastništva prikrita tako, da so bile lastnice različne družbe, ki so bile povezane med seboj, pri čemer pa državne institucije teh povezav praviloma niso raziskovale in dokazovale.

Dobrih trideset let po privatizaciji lahko ugotovimo, da so se v Sloveniji ustvarile hobotnice, sestavljene iz vrste povezanih podjetij, ki imajo v rokah večjo količino tiskanih in radijskih medijev, kar pa državni organi tolerirajo, saj teh hobotnic ne raziskujejo.

Res je, da zaradi procesov koncentracije resnično svobodni trg medijev ne obstaja nikjer na svetu. »Posledica teh procesov (koncentracije in centralizacije kapitala) je, da je ‚svobodni‘ trg močno oligopoliziran in da je ‚svobodna‘ izbira močno omejena z omejeno ponudbo,« piše Splichal (1997, 353).

Splichal (2005, 14) tudi ugotavlja, da omejujoča zakonodaja ali pa njena odsotnost (kar pomeni, da so mediji prepuščeni trgu), »lahko učinkovito omejujeta avtonomijo medijev in novinarstva, vendar pa nobena (zakonska) regulacija ne more sama zagotoviti svobode in avtonomije«. Svoboda medijev je pogojena z obstoječo demokratično kulturo, oziroma z obstojem »urejene profesionalne etike v novinarstvu in medijskih poklicih«.

Očitno je, da Slovenija (še) ni imela možnosti razviti takih novinarskih standardov, ki bi omogočili objektivno poročanje ne glede na lastništvo medija. Prehod iz sistema, v katerem so bili novinarji v vlogi družbenopolitičnih delavcev, prek slabo regulirane privatizacije do koncentracije medijskega lastništva ni dopuščal časovnega okna, v katerem bi se taki standardi lahko razvili.

Ko so v letih po privatizaciji lastništvo nad glavnimi časniki prevzele družbe, ki se pred tem z mediji niso ukvarjale, je bilo očitno, da je bilo zanje lastništvo medijev »pogajalsko izhodišče za doseganje drugih poslovnih ciljev, pri čemer so bili interesi pomembnejši od politične ideologije« (Kučić 2020b).

»Zgodovina nakupovanja medijev v Sloveniji je zgodovina zlorab zakonov, pravne države in finančnega trga v zasebne namene,« trdi Bašić Hrvatini (2011) in žal temu ni mogoče oporekati.

Res je, da se je v zadnjem desetletju kar nekaj akterjev, ki so kupovali medije, zaradi svojih poslovnih malverzacij, ki pa po navadi niso vključevale samo trgovanja z mediji, pač pa tudi trgovanje z drugimi podjetji, znašlo za zapahi ali v sodnih postopkih. Vendar pa ti primeri niso spremenili dogajanja v medijskem prostoru, kjer se procesi koncentracije nadaljujejo, pa čeprav na prikrit način.

Vsekakor pa medijska zakonodaja ni ustavila nobene vlade pred poskusi vplivanja na medije, pri čemer so bili posebej izpostavljeni mediji v državni lasti, kot sta RTV Slovenija in STA. Ti dve instituciji sta bili še posebej na udaru v obdobju desnosredinske vlade Janeza Janše v letih od 2020 do 2022, ko je vlada poskušala spremeniti zakonodajo tako, da bi obvezen RTV-prispevek razdelili še na druge radijske in televizijske postaje, vključno s strankarskimi mediji. Ista vlada je začasno celo prenehala plačevati svoje obveznosti do nacionalne tiskovne agencije STA pod pretvezo, da ji STA ni posredovala dokumentov, ki naj bi bili pomembni za podpis nove letne pogodbe.

Vendar pa novinarji pri teh medijih, posebej pri Televiziji Slovenija, poročajo, da so se politični pritiski pojavljali tudi v obdobju drugih vlad, čeprav praviloma niso bili tako odkriti. Vlade so pritiske izvajale tudi z oglaševanjem državnih podjetij v medijih: mediji, ki so bili vsakokratni vladi bolj naklonjeni, so lahko računali, da bodo v zahvalo prejeli več oglasov državnih podjetij.

Odnos oblastnikov do RTV se kaže tudi v tem, da različne vlade od leta 2012 do danes niso zvišale obveznega RTV-prispevka kljub finančnim težavam RTV in visoki inflaciji v teh letih. Zdajšnja vlada, ki je na oblasti že več kot dve leti, sicer napoveduje desetodstotno zvišanje prispevka na začetku leta 2025.

Privatizacijske zanke

Velike družbene spremembe vselej pripeljejo do novih načinov razdelitve družbenega premoženja in manjšini omogočijo velike zasluge ter s tem povzročijo nove krivice. Slovenska privatizacija ni bila izjema. Privatizacija medijev v Sloveniji pa je le odsev splošne privatizacije, ki je bila pomanjkljivo pripravljena in regulirana ter je v večini primerov v nekaj letih pripeljala do velike koncentracije lastništva, kljub temu da so v privatizaciji s certifikati načeloma sodelovali vsi državljani.

Naštejemo lahko vrsto težav, ki so privedle do slabo reguliranega privatizacijskega procesa:

- zakonodaja je bila nedorečena;
- državljani se večinoma niso zavedali potencialne vrednosti lastninskih certifikatov in niso bili seznanjeni z delniškim upravljanjem, saj delniške družbe v prejšnjem gospodarskem sistemu niso obstajale;
- finančni trg je bil povsem nerazvit;
- preden so se podjetja uvrstila na borzo, se je razvil nereguliran in netransparenten črni trg z njihovimi delnicami;
- naloge regulatorjev niso bile dovolj dobro določene, regulatorji sami pa so bili neodločni in se na evidentne anomalije pogosto sploh niso odzivali ali pa so se odzvali prepozno;
- razen prve stopnje vplačila delnic so nadaljnje prodaje delnic večinoma potekale netransparentno;
- v procesu privatizacije je bilo ustanovljenih preveč pooblaščenih družb za upravljanje (pidov) in izdanih preveč certifikatov, hkrati pa je bilo na voljo premalo družbenega kapitala, da bi lahko te družbe vse zbrane certifikate zamenjale za delnice družb, ki so se privatizirale – nastala je privatizacijska vrzel (Žnidaršič Kranjc 1999, 165–177);
- pomanjkanje finančnega izobraževanja v slovenskem šolskem sistemu je bilo očitno pred in po privatizaciji in je očitno še danes.

Zaradi vseh nedorečenosti je bila slovenska privatizacija divja – medtem ko so tisti, ki so se »znašli« in ki so v podjetja, ki so se privatizirala, uspeli vložiti tudi nekaj svojega ali sposojenega kapitala, kovali res velike dobičke, je množica ljudi, ki je svoje certifikate vložila v pide, zanje iztržila le drobiž ali pa ničesar.

Leta 1998 se je pokazalo, da so pidi zbrali certifikate v vrednosti 327 milijard tolarjev, vendar pa jim je zaradi privatizacijske luknje oziroma pomanjkanja družbenega premoženja, v katero bi lahko vložili certifikate, ostalo za kar 119,9 milijarde evrov neporabljenih certifikatov (Žnidaršič 2005, 24). Zaradi tega so delnice pidov dosegale zelo nizke vrednosti, k dodatnemu obubožanju teh delnic pa so prispevale malverzacije nekaterih pidovskih lastnikov.

Privatizacijski primanjkljaj dejansko pomeni, da je bilo na voljo premalo premoženja za vse lastnike certifikatov, kar se je odražalo v vrednosti pidov in privedlo do tega, da so državljani, ki so certifikate vložili v pide, v privatizaciji potegnili kratko.

Žnidaršič Kranjc (2019) smatra, da so bili pidi onemogočeni zato, »ker se je politična nomenklatura zbalala, da zaradi naraščajoče moči družb za upravljanje, ki so začele obvladovati pomembne dele podjetij, izgublja tako gospodarsko kot politično moč«, po drugi strani pa so hkrati »nekatero skupine v gospodarstvu prepoznale ekonomsko priložnost /.../ za poceni akumulacijo kapitala«.

Nekdanji minister Mencinger (2010), ki se z modelom privatizacije, kakršen je bil sprejet, ni strinjal, je leta 2010 dejal: »Dostikrat mi očitajo, ker sem rekel, da so certifikati ničvreden papir. Zdaj se je izkazalo, da za večino ljudi to tudi drži, ker vsi niso mogli prinesiti teh svojih certifikatov v Petrol, Krko. Večini so ostali samo pidi.«

Je notranje lastništvo medijev mogoče?

Za konec si zastavimo vprašanje, ali bi bilo v Sloveniji mogoče obdržati večinsko notranje lastništvo medijev, kakršno je bilo vzpostavljeno takoj po privatizaciji.

Jaušovec (2024) je prepričan, da bi bil Večer kredibilnejši, če bi mu uspelo vzpostaviti zadružno notranje lastništvo, in da bi imel tudi v teh časih več bralcev. Verjame, da bi bil dnevnik ob takem lastništvu tudi uspešnejši pri digitalizaciji, čeprav priznava, da nobenemu tradicionalnemu mediju na svetu »ni uspelo monetizirati digitalizacije«. Kljub temu meni, da bi imel Večer boljše temelje, če bi država ob privatizaciji spodbujala zadružno lastništvo in bi mu tako uspelo ohraniti medij v rokah novinarjev.

Javornik (2024) meni, da bi notranje lastništvo lahko obdržali samo, »če bi imeli karizmatičnega urednika, ki bi za sabo potegnil ljudi, jim dal možnost za vrhunsko novinarstvo, jih navdušil dovolj, da bi obdržali delnice, da bi delali boljši časopis«. Vendar dodaja: »To je pravljica.«

Res pa je, da so novinarji Dela že maja 1991, torej še pred privatizacijo, uspešno ustanovili časopis Slovenske novice, v katerega so vložili svoj denar, kar je dokaz, da bi bilo notranje lastništvo načeloma mogoče. Nekaj let po privatizaciji so se delnice Slovenskih novic pripojile Delovim delnicam, tako da je nato tudi ta dnevnik delil usodo Dela.

Javornik (ibid.) opozarja še, da bi vrednost delnic Dela v zadnjih 15 letih zaradi konkurence digitalnih platform gotovo padla, kar pomeni, da so imeli novinarji na nek način srečo, da so jih lahko leta 2007 prodali Pivovarni Laško po visoki vrednosti, ki jo je imelo Delo na trgu takrat.

Gorenjski glas dokazuje, da je notranje lastništvo mogoče, posebej v manjših medijih, čeprav medij s tem ni ubranjen pred hudo konkurenco novih digitalnih platform. Je pa tak medij gotovo neodvisnejši in kredibilnejši kot drugi.

Zaključek

Način slovenske privatizacije ni spodbujal dolgoročnega notranjega lastništva, zato se tako lastništvo v medijih ni ohranilo, kar sicer velja tudi za večino drugih privatiziranih podjetij. S tem je bila seveda izgubljena priložnost, da bi mediji na podlagi notranjega lastništva ohranili neodvisnost in visoko stopnjo kredibilnosti.

V tem kontekstu pa je treba omeniti tudi zaton tradicionalnih medijev zaradi konkurence internetnih platform, kar bistveno vpliva na medijsko sedanost.

Nekoč izjemno dobičkonosna novinarska agencija Reuters, na primer, se je zaradi upadanja dobička že leta 2001 začela krčiti ter od takrat izvedla vrsto organizacijskih in lastniških sprememb ter pomembno zmanjšala število zaposlenih in dopisništev, da lahko delničarjem še vedno zagotavlja dobiček.

V Sloveniji so mediji krizo občutili nekaj let pozneje, in sicer šele po začetku svetovne finančne krize leta 2008. Ta kriza je dosegla Slovenijo leto dni pozneje in v naslednjih letih povzročila velik upad branosti dnevnih časopisov in hkrati upad oglaševanja v njih. Ko se je kriza končala, pa je medije dosegla kruta resnica, da so se bralci in oglaševalci preselili na splet, ki jim je ponujal cenejše storitve, čeprav pogosto slabše kakovosti (Javornik 2024).

Z novimi digitalnimi platformami se je pojavila velika težava lažnih novic, internetni mediji imajo pogosto povsem netransparentno lastništvo, mnogi le posredujejo novice drugih medijev, ne da bi jih preverili ali navedli vire informacij, internetne platforme zahtevajo članke, ki so kratki in zelo poenostavljeni in ne odražajo dejanskega dogajanja, predvsem pa je hitrost objave novice postala pomembnejša od njenega preverjanja (Luković in Novak Vogrič 2024, 45–57).

Kljub temu je nova tehnologija tradicionalne medije povozila, zato se je načeloma tudi vrednost tradicionalnih medijev znižala. To velja tudi za slovenske medije, ki so se po letu 2009 prodajali po bistveno nižjih cenah kot pred tem.

Obenem pojav interneta ni izpolnil prvotnega upanja, da bo ta tehnologija močno povečala demokratični potencial človeštva.

»Demokratični potenciali interneta so bili prisotni predvsem v njegovem ‚predkomercialnem‘ obdobju, ko ga tradicionalne panoge še niso zaznale kot nevarnost ali poslovno priložnost. Informacijska infrastruktura je zdaj domena privatiziranih telekomunikacijskih operaterskih orjakov, med izdelovalci računalniške opreme in zabavne elektronike si na ravni prodaje izdelkov resno konkurirajo samo velika podjetja,« menita Bašić Hrvatini in Kučić (2005, 257).

Naklade časopisov so v zadnjih letih močno upadle, kar je vodilo v odpuščanja, v konstantno manjšanje števila novinarjev in posledično velik pritisk na novinarje, ki ostanejo v medijskem podjetju, da morajo narediti vse več v vse krajšem času. Tako ni več časa za raziskovalno novinarstvo, za udeleževanje na novinarskih konferencah, ki jih morajo novinarji zaradi pomanjkanja časa pogosto spremljati kar po spletu, ni več časa za raziskovanje in oblikovanje pomembnih zgodb. Zaradi tega se slabša kakovost poročanja, kar spet vodi v upadanje števila naročnikov, in začarani krog se nadaljuje.

Kučić (2020a) piše, da je imelo Delo leta 2004 naklado 78.000 izvodov, Dnevnik 47.000, Večer pa 51.000. Leta 2020 pa so imeli vsi trije dnevnik skupno tiskano naklado le 60.000 izvodov. Delo je imelo konec leta 2010 429 zaposlenih, leta 2020 jih je bilo le še kakih 300.

Kljub temu da je bila slovenska privatizacija speljana na podlagi večinskega notranjega lastništva, lahko ugotovimo, da medijem lastninjenja iz več razlogov ni uspelo izkoristiti

za to, da bi povečali svojo neodvisnost, izboljšali poročanje, okrepili svojo kredibilnost in s tem zadržali ali celo utrdili svojo moč v družbi. Zgodilo se je ravno nasprotno: koncentracija lastništva je vodila v manjšo kredibilnost tradicionalnih medijev in v manjšanje njihove vloge v družbi.

IZJAVA O KONFLIKTU INTERESOV

Avtorica ne poroča o konfliktu interesov.

LITERATURA

- Bašić Hrvatina, Sandra. 2011. »Kako je privatizacija medijev omogočila privatizacijo politike.« *Medijska preža* 39. [Http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/39/tranzicija/#1](http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/39/tranzicija/#1).
- Bašić Hrvatina, Sandra, Lenart J. Kučič in Brankica Petković. 2004. *Medijsko lastništvo*. Ljubljana: Mirovni inštitut. <https://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-XNKYEZP3/?euapi=1&query=%27keywords%3dprivatizacija+medijev%27&sortDir=ASC&sort=date&pageSize=25>.
- Bašić Hrvatina, Sandra, in Lenart J. Kučič. 2005. *Monopoli: družabna igra trgovanja z mediji*. Ljubljana: Maska.
- Bašić Hrvatina, Sandra, in Marko Milosavljević. 2001. *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih*. Ljubljana: Mirovni inštitut. [Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefi ndmkaj/http://mediawatch.mirovni-institut.si/edicija/seznam/08/mediawatch08.pdf](http://mediawatch.mirovni-institut.si/edicija/seznam/08/mediawatch08.pdf).
- Finance. 2015. »Večerovi večinski lastniki v iztisnitev malih delničarjev.« *Finance*, 27. maja 2015. <https://live.finance.si/vecerovi-vecinski-lastniki-v-iztisnitev-malih-delnicarjev/a/8876072?>.
- Finance. 2021a. »Odlazkova podjetja prevzemajo Primorske novice.« *Finance*, 24. maja 2021. <https://live.finance.si/8975502/Odlazkova-podjetja-prevzemajo-Primorske-novice>.
- Finance. 2021b. »Večer od danes Odlazkov.« *Finance*, 1. septembra 2021. <https://live.finance.si/vecer-od-danes-odlazkov/a/8979106?>.
- Gerovac, Ksenija. 2003. »Prevrat v Delu.« *Finance*, 2. februarja 2003. <https://www.finance.si/finance/prevrat-v-delu/a/40136>.
- Javornik, Lojze. 2024. »Intervju.« *Sprašuje Marja Novak Vogrič*, 24. septembra 2024.
- Jaušovec, Boris. 2024. »Intervju.« *Sprašuje Marja Novak Vogrič*, 24. septembra 2024.
- Kučič, Lenart J. 2020a. »Dnevni časopisi (1. del): kako so novinarji prodali lastništvo.« *Pod črto*, 18. 5. 2020. <https://podcrto.si/dnevni-casopisi-1-del-kako-so-novinarji-prodali-lastnistvo/>.
- Kučič, Lenart J. 2020b. »Dnevni časopisi (2. del): mala šola trgovanja z medijskim vplivom.« *Pod črto*, 28. 5. 2020. <https://podcrto.si/dnevni-casopisi-2-del-mala-sola-trgovanja-zmedijskim-vplivom/>.
- Luković, Vesna, in Marja Novak Vogrič. 2024. *Can Our Society Survive the Changes Generated by New Technology? Analysing Society and Media*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars.
- Mencinger, Jože. 2010. »Mencinger za STA: Oblast bi morala umirjati strasti, namesto da deluje histerično« [intervju je vodila Alenka Potočnik]. *STA*. 12. decembra 2010. <https://sta.si/1580567/mencinger-za-sta-oblast-bi-morala-umirjati-strasti-namesto-da-delujehisticno?q=mencinger>.
- Merljak Zdovc, Sonja. 2008. »Slovenska revija Tovariš in njeni revialni ,tovariši' v drugi polovici dvajsetega stoletja.« *Javnost – The Public* 15 (S1): 25–40.
- Morrow, Ariel. 2022. »Media Ownership: Why It Matters and Why You Should Care.« *Linkedin*. 19. decembra 2022. <https://www.linkedin.com/pulse/media-ownership-why-matters-you-should-care-ariel-morrow/>.

- Novak, Marja. 1996. *The Change from a Socialist to a Market-led Media System in Slovenia [Dissertation]*. London: University of Westminster.
- Pikon, Rok. 2007. »Pivovarna Laško bo Delo kmalu prodala naprej.« *Finance*, 2. aprila 2007. <https://www.finance.si/finance/pivovarna-lasko-bo-delo-kmalu-prodala-naprej/a/178795>.
- Sovdat, Petra. 2019. »Deset let od padca tajkunov Šrota, Bavčarja in Kordeža je že. Kaj je nastalo na njihovih pogoriščih?« *Finance*, 21. julija 2019. <https://www.finance.si/desetlet-od-padca-tajkunov-srota-bavcarja-in-kordeza-je-ze-kaj-je-nastalo-na-njihovih-pogoriscih/a/8950663>.
- Splichal, Slavko. 1992. *Izgubljene utopije?* Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče Ljubljana.
- Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Splichal, Slavko. 2020. »Javni mediji so lakmusov papir demokracije.« *Zbornik Premisleki o prihodnosti javnih medijev*, 15–21. Ljubljana: Založba FDV.
- Splichal, Slavko. 2005. Javnih medijev ni brez civilne družbe. *Zbornik razprav za javno Radiotelevizijo Slovenije*, ur. Slavko Splichal in Ivan Hvala. Ljubljana: Društvo občanski forum.
- STA. 2013. »Lastništvo Gorenjskega glasa prevzeli zaposleni in Domel Holding.« *STA*, 26. marca 2013. <https://krog.sta.si/1869375/lastnistvo-gorenjskega-glasa-prevzeli-zaposleni-in-domelholding>.
- Ugovšek, Jure. 2016. »Ko prevzema Stojan Petrič, prevzema poceni ali pa ne prevzame.« *Finance*, 5. junija 2016. <https://www.finance.si/finance/ko-prevzema-stojan-petric-prevzamepoceni-ali-pa-ne-prevzame/a/8845775>.
- Mladina. 2010. »Pivovarna Laško bo prodala Delo.« *Mladina*, 15. oktobra 2010. <https://www.mladina.si/84692/pivovarna-lasko-bo-prodala-delo>.
- Volčjak, Marija. 2024. »Intervju.« *Sprašuje Marja Novak Vogrič*, 25. septembra 2024.
- Zakon o lastninskem preoblikovanju podjetij (ZLPP). 1992. *Uradni list RS*, št. 55/92, 20. novembra 1992. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO1520>.
- Zakon o javnih glasilih (ZJG). 1994. *Uradni list RS*, št. 18/94, 8. aprila 1994. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO330>.
- Zakon o medijih (Zmed). 2001. *Uradni list RS*, št. 110/06. 11. maja 2001. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO1608>.
- Zakon o telekomunikacijah (Ztel). 2001. *Uradni list RS*, št. 30/01. 26. aprila 2001. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO1633>.
- Žnidaršič, Miha. 2005. *PID-i pooblašene investicijske družbe: nastanek, vloga, preoblikovanje in problemi* [diplomsko delo]. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede. [chromeextension://efaidnbmnnnibpajpcgclefi ndmkaj/http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Znidarsic-Miha.PDF](http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Znidarsic-Miha.PDF).
- Žnidaršič Kranjc, Alenka. 1999. *Investicijski skladi v Sloveniji – (ne)uspeh in za koga*. Ljubljana: Založba Dej.
- Žnidaršič Kranjc, Alenka. 2019. »Slovinci delujemo na način: Kar z glavo naredi, z ritjo podre.« *Svet kapitala, Delo*. 13. 12. 2019. <https://svetkapitala.delo.si/finance/slovinci-delujemona-nacin-kar-z-glavo-naredi-z-ritjo-podre/>.

Marja Novak Vogrič: Novinarica in publicistka, ki je doktorirala na Univerzi Westminster v Londonu. Vrsto let je bila dopisnica agencije Reuters iz Slovenije in je ena od dveh avtoric knjige o vplivu novih tehnologij na družbo in medije z naslovom »Lahko naša civilizacija preživi spremembe, ki jih prinaša nova tehnologija?«, ki je leta 2024 izšla v Veliki Britaniji. Kot dopisnica iz Slovenije sodeluje z več mednarodnimi analitskimi in medijskimi hišami. E-naslov: marja.novak1@gmail.com.