

SLOVENACKI MEDIJI U VLASNICKIM TURBULENCAMA

Gojko Bervar

11. maj 2004.

Pocetkom proleca došlo je do promene statuta o ljubljanskoj novinskoj kuci DNEVNIK. Menjan je clan statuta po kome rukovodstvo ne može postaviti ni razrešiti odgovornog urednika bez saglasnosti novinara. Po novom pitanje saglasnosti novinara kod imenovanja novog odgovornog urednika ostalo je na snazi, no drugi dio tog istog clana promenjen je tako, da vlasnici žele li prekinuti odnos sa postojećim odgovornim urednikom, zaposlenima ostavljaju samo pravo neobaveznog mnijenja. Pravo veta, koje je u Dnevniku kao jedinim dnevnim novinama, pa čak i jedinom mediju u Sloveniji postojalo do tog vremena, znatno je izgubilo oštricu.

Slovenacki zakon o medijima naime ne traži saglasnost zaposlenih kod promena odgovornog urednika, dovoljno je da vlasnici zaposlene pitaju za mišljenje koje mogu uzeti u obzir ali ne trebaju.

Istorija vlasnickih promena u slovenackim medijima

Promena statuta u DNEVNIK-u kazuje nam razgranatu pricu o znatnim promenama na podrucju vlasništva medija u Sloveniji. Dok je procesom privatizacije pocetkom devedesetih vlasništvo vecine medija ostalo u rukama zaposlenih, ono je u poslednjim godinama sve više pocelo prelaziti u ruke finansijskih firmi, velikih preduzeca i paradržavnih fondova. Slovenacka privatizacija u omeru 30:30:40, koja je trideset posto vlasništva besplatno podelila radnicima, 30 posto paradržavnim fondovima, a 40 posto je otišlo na slobodno tržište, zaposlenima je omogucila, da pored one trecine vlasništva posebnim ugodnostima kupuju i akcije svog preduzeca na tržištu, pa su tako mediji u prvim godinama bili do 60 posto, pa i više, u rukama zaposlenih. To objašnjava i pomenuto pravo veta u Dnevniku. Naime statuti preduzeca mogu se menjati jedino dvotrecinskom vecinom, pa su radnici, dok su imali vecinu glatko izglasali klauzulu o potrebnoj saglasnosti kod imenovanja i razrešenja odgovornog urednika. No s vremenom cene akcije medija su se vinule u oblake, pa su ljudi poceli prodavati svoje dionice, koje su s vremenom dostigle čak i deseterostuko vecu cenu. Tad je poceo pravi stampedo, pošto su neki od njih prodajom mogli kupiti i stanove, a cim su to videli i ostali, poceli su prodavati akcije

brzinom munje, da bi na kraju u rukama novinara ostalo (od nekadašnjih 60%) jedvite 5 ili 6 posto akcija svojih medijskih kuca.

Taj prvi val kupovanja medijskih akcija u igru je uveo bankare, investicione kompanije – koji su ušli u posao ocekujuci daljni porast vrednosti cene. No tržište se smirilo, novog velikog porasta nije bilo pa je nova vlasnicka struktura ostala prilicno vremena dosta jednaka. Prinosa na akciju je iznosio od 12 pa i do 25 posto, što je vrlo zadovoljavajuće, pa je neko vreme vladalo zatišje. U to vreme, struktura vlasništva je bila podosta raštrkana, što je bilo s jedne strane dobro za novinare, jer se raznoliki vlasnici nisu uspeli dogovoriti za takve promene statuta, koje bi ogranicile moc zaposlenih.

Godine 2000 došlo je do pokušaja politickog udara na medije. Kratkotrajna desno orentisana vlada dr. Andreja Bajuka pokušavala je preko vlasništva što su ga držali paradržavni fondovi doci do utecaja najvećih dnevnih novina DELO, no one su to izbegle tako, da je jedan od fondova, predvoden direktorom postavljenim od odlazeće vlade brzo prodao dio akcija preduzecu Gorenje. Time je na neki način dat znak i drugim preduzecima, kako se u medijskim akcijama krije jedan siguran kapital, pa je nešto kasnije u posao ušla i Pivara Laško, koja danas, recimo, drži četvrtinu akcija DELA.

U DNEVNIK-ovoj kuci tako je nekadašnja knjižara DZS postala većinski vlasnik sa preko 51 posto, dok je sa četvrtinom u novine ušla austrijska Styria, izdavačka kuca katolicke provincije. Tek novi vlasnici u DNEVNIKU su se uspeli saglasiti oko promene Dnevnikova statuta, pa se tako može ocekivati, kako će sadašnji odgovorni urednik novina Mrian Lesjak, profesionalac od glave do pete, skoro postati Dnevnikova prošlost. Ili u najmanju ruku – zbog ucene usled velikog pritiska vlasnika koji insistira na budućem (sve žutijem) profilu novina.

Kako razmišljaju novi vlasnici

Problem sa novim pretumbacijama na slovenackom medijskom tržištu je naime u tome što su u tu granu ušli ljudi sa malim ili nikakvim poznavanjem osobnosti medija. Njima je svejedno, kako novine izgledaju, kakva je njihova istorija – jedino što vide je profit, koje bi one trebale doneti. Što u najmanju ruku znaci, da imaju pred ocima samo veliki tiraž takozvane žute štampe, pa žele i nekada »ozbiljne« novine što brže pretvoriti u tabloide. Kratkovidnost tog razmišljanja može objasniti cinjenica, da oni medije jednace sa proizvodnjom cipela – pa kad jedan model ne donosi dovoljno novaca, na tržište treba pošto-poto izbaciti novi model. No novine su nešto sasvim drugo od klasicne robe za prodaju – one imaju publiku, koja je naviknuta na njihov stalni profil – pa od njih ocekuju, da zadovolje njihove interese

za informacijama na način koji oni već poznaju. Citaoci ozbiljnih novina ne žele umesto verodostojnih informacija u svom listu citati traceve. Ako imaju takve sklonosti oni ih zadovolje kupnjom još jednih novina, a nikako ne žele promenu u listu, koji je baš svojim specifičkim profilom prešao u njihovu dnevnu naviku. Krajnji rezultat takvih ideja novopecenih vlasnika mogao bi biti totalan krah jednih nekada dobrih novina, koje se u »žutoj štampi« ne mogu snaci – barem ne isto tako dobro kao oni, koji taj posao obavljaju već godinama pa su i prikupili svoju specifičnu publiku.

Na udaru i nacionalka

Međutim tip razmišljanja, koji bi zbog novca sve prebacio u žutu i komercijalnu sferu, nije dotakao samo štampane medije, on na velika vrata ulazi i u elektronske, pa i u nacionalne. RTV Slovenija, na primer, se zbog starih grehova i pomalo cudnog shvacanja vlasti o tome da treba na pretplatu, koja je sama po sebi para-porez, placati porez, našla u dubokom minusu. Ona bi trebala, po mišljenju strucnjaka firme AT Kearny, transformisati svoje programe tako, da koštaju što manje i donose što više novca. Po toj logici, trebalo bi recimo trenutacno najpopularniji 2. program Radia Slovenija - Val 202 rasteretiti govornih priloga i ubaciti što više muzike – koja je, jasno najjeftiniji deo programa. A taj isti program je najpopularniji baš zbog toga, što za razliku od komercijalnih stanica, daje dovoljno informacija specijalno prilagođenih publici lakšeg radio programa. U svrhu smanjenja troškova trebalo bi znaci promeniti profil nekog programa, koji je popularan baš zbog profila kakav ima.

Dokle može stici novi lov za profitom pokazuje jedan slucaj, kojim se u poslednje vrijeme bavio slovenacki novinarski sud casti. Jedna od komercijalnih radio-stanica omogucila je krajnje desnicarskom politicararu, da u njihovom programu vreda coveka, s kojim se ne slaže, nazivom »psihicki bolesnik«. Dok supraniku nije pružena mogucnost da u istoj emisiji odgovori na uvrede, tom istom politicararu je nekoliko minuta kasnije omoguceno da uvrede ponovi još jedan put, pa i nadopuni novima. Na sudu casti, novinar, koji je vodio taj program, branio se recima: »Mi smo komercijalna stanica, a ljudi vole slušati takve stvari«. Takvo shvacanje dotice samo dno naše profesije. Sledeci moguci stupanj može biti jedino poziv na linc nedovoljno »naših«, drukcijih, stranih ili pak samo nesimpaticnih.

Buducnost

Profesor na ljubljanskom fakultetu za društvene nauke dr. Sandra Bašić Hrvatinić je zajedno sa Lenartom Kucicem otkrila u jednom istraživanju, kako

slovenacki medjski prostor kontrolira šacica pojedinaca. Oni su delimicno ljudi postavljeni politickim kriterijima, delomicno šefovi velikih preduzeca. Svi oni sede u vecini nazdornih odbora velikih slovenackih medijskih kuca, i za sada jedina stvar što ih zanima to je monopoly – igra u kojoj treba osvojiti što više vlasništva, izbacujući druge iz igre. Njihov interes za vlasništvo medija nije dugorocan, pa ce u trenutku, kad izvana ili iznutra Slovenije dobiju dobru ponudu bez razmišljanja prodati svoj udio u novinama. Tako postaje ironija, pišu pomenuti istraživaci, kako su nekadašnje socijalisticke zemlje iz istocne i srednje Evrope rasprodale svoje medije još u razdoblju 1990/92, dok je Slovenija svojim nacinom privatizacije, ogranicavanjem vlasništva uspela jedino to, da ce se sa istim posledicama suociti deset ili petnaest godina poslije svih ostalih.

Gojko Bervar radi kao novinar-komentator za unutrašnju politiku i pitanja religije na Radiju Slovenije. © Media Online 2004. All rights reserved.