

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

ŠPELA STARE

UREDNIŠKA AVTONOMIJA

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

ŠPELA STARE

Mentorica: doc. dr. Sandra Bašić Hrvatin

UREDNIŠKA AVTONOMIJA

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

UREDNIŠKA AVTONOMIJA

Za proces produkcije medijskih vsebin je nujen izbor informacij in načina predstavitve. Ta proces selekcije je osnova za notranjo dilemo, ali verodostojno predstaviti realnost ali jo popačiti v interesu tistih, ki nadzorujejo produkcijo. Z institucionalizacijo medijev sta se ločili uredniška in poslovna vloga medija, institucionalizirali so se tudi procesi produkcije medijskih vsebin, ki jih ustvarjajo novinarji in uredniki, združeni v uredništvu. Načelo uredniške avtonomije zagotavlja neodvisen položaj novinarjev in urednikov, da sprejemajo odločitve o izboru in obdelavi informacij, ob spoštovanju etičnih standardov in uredniške politike medija. Novinarji so razpeti med odgovornostjo do javnosti in vlogo mezdnih delavcev. Rastoče nezaupanje v sposobnost medijev, da delujejo v interesu javnosti, bi moralo voditi v reformo medijev kot institucije. Normativni okvir zagotavljanja svobode govora in medijev je sicer obširen, vendar ne daje odgovora na vprašanje uravnoteženja lastninske pravice in pravice do komuniciranja. Vprašanje notranje demokracije uredništev delno rešujejo samoregulativni mehanizmi. Geneza slovenske zakonodaje kaže na degradacijo varovanja uredniške avtonomije v Zakonu o medijih. Da mehanizmi za varovanje uredniške neodvisnosti v Sloveniji ne delujejo, je razvidno iz primera časopisa *Delo*.

Ključne besede: uredništvo, avtonomija, uredniški statut, svoboda govora, regulacija

EDITORIAL AUTONOMY

The selection of information and the manner of its presentation is of vital importance for the process of media content production. The selection process provides the basis for the inner dilemma of whether to present reality in a trustworthy manner or to distort it in order to satisfy the interests of those who control production. The institutionalization of the media led to the separation of the editorial and business functions of the media, and gave shape to processes of the production of media contents created by journalists and editors joined in editorial boards. The principle of editorial autonomy enables journalists and editors to hold an independent position to select what information to publish and how to present it as long as they respect ethical standards and the editorial policy of their media. Journalists are split between their responsibility to the public and their role of employees. Increasing distrust in the ability of the media to work in the public interest should lead to a reform of the media as an institution. Even if comprehensive, the legal base ensuring the freedom of speech and the freedom of the press does not provide an answer to the question of how to balance the right to private property with the right to communicate. The issue of internal democracy of editorial boards is partly solved through self-regulatory mechanisms. The genesis of Slovene legislation has revealed that the Mass Media Act degraded editorial autonomy protection. The fact that the mechanisms for editorial autonomy protection do not work in Slovenia can be inferred from the destiny of the Slovene daily *Delo*.

Key-words: editorial board, autonomy, editorial statute, freedom of speech, regulation

KAZALO

1. UVOD.....	6
2. POMEN UREDNIŠKE AVTONOMIJE.....	8
2.1. VLOGA MEDIJEV.....	8
2.2. DEFINICIJA UREDNIŠKE AVTONOMIJE.....	9
2.3. IDEJA MEDIJSKEGA NADZORA PROTI IDEJI DRUŽBENE ODGOVORNOSTI MEDIJEV – DVA TEORETSKA OKVIRA.....	10
3. ZGODOVINA TISKANIH MEDIJEV.....	12
3.1. OD ZAČETKOV NOVINARSTVA DO ROKOPISNIH ČASOPISOV 16. IN 17. STOLETJA.....	12
3.2. PRVI TISKANI ČASOPISI.....	13
3.3. TISK POD KONTROLO DAVKOV NA ZNANJE.....	14
3.4. OD PATRONAŽE DRŽAVE K POLITIČNI NEODVISNOSTI.....	16
3.5. TISK V ČASU TISKOVNIH BARONOV.....	17
3.6. PRIMAT OGLAŠEVANJA.....	18
4. UREDNIŠTVO.....	19
4.1. VZPOSTAVITEV UREDNIŠTVA.....	19
4.2. PREMİK OD VELIKEGA UREDNIKA – ZALOŽNIKA K ZALOŽNIKU – INVESTITORJU.....	20
4.3. PROFESIONALIZACIJA.....	22
4.4. NOVINARJI KOT MEZDNI DELAVCI.....	23
5. LOČITEV UREDNIŠKE OD POSLOVNE FUNKCIJE.....	25
5.1. ZID MED »CERKVIJO IN DRŽAVO«.....	25
5.2. TOTALNI UREDNIK.....	26
5.3. LASTNINSKA PRAVICA PROTI PRAVICI DO KOMUNICIRANJA.....	28
5.3.1. DRUGAČNA VRSTA LASTNIKOV.....	30
6. REGULACIJA	31
6.1. MEDNARODNI ZAKONODAJNI OKVIR.....	32
6.1.1. REGULACIJA AVDIOVIZUALNIH STORITEV V EVROPI.....	36
7. SAMOREGULACIJSKI MEHANIZMI.....	37
7.1. UREDNIŠKI STATUTI.....	38
8. VAROVANJE UREDNIŠKE AVTONOMIJE V SLOVENIJI.....	45
8.1. SLOVENSKI ZAKONODAJNI OKVIR.....	45
8.1.1. GENEZA MEDIJSKE ZAKONODAJE.....	45
8.1.2. ZAKON O MEDIJIH.....	47
8.2. TEMELJNI PRAVNI AKT.....	50
8.2.1. RAVEN SPREJEMANJA.....	50

8.2.2. VSEBINA.....	52
8.3. PROGRAMSKA ZASNOVA.....	53
8.4. ODSOTNOST RAZISKAV.....	54
8.5. PRIMER DELO.....	55
9. ZAKLJUČEK.....	61
10. VIRI IN LITERATURA.....	63
11. PRILOGA.....	69

1. UVOD

Želja po nadzoru medijev kot tudi iskanje rešitev, kako zagotoviti njihovo neodvisnost, sta stara toliko kot mediji sami. Prav tako stara je predpostavka, da lahko mediji svojo vlogo v interesu javnosti opravljajo le, če je proces izbora, obdelave in objave novinarskih prispevkov neodvisen in zaščiten pred kakršnimikoli zunanjimi vplivi. Uredniška avtonomija je neodvisen položaj novinarjev in urednikov, ko ob spoštovanju etičnih standardov in osnovne uredniške usmeritve medija odločajo o izboru dogodkov, ki so relevantni za javnost in v celoti nadzorujejo proces zbiranja, selekcije in oblikovanja informacij. Produkcija medijskih vsebin je visoko institucionalizirana, zato je avtonomija novinarja neločljivo povezana s stopnjo avtonomije uredništva in medijske organizacije. Novinar bi moral biti svoboden pri izbiri informacij in obdelavi zgodb, uredništvo neodvisno od političnih in ekonomskih pritiskov, medijski sistem pa bi moral zagotavljati svobodo medijev.

Sveto načelo novinarstva je ločitev med »cerkvijo in državo«, med uredniškim in poslovnim delom medija. Zid je bil vedno nekoliko porozen, ločitev nikoli absolutna, vendar pa je danes za razliko od preteklih obdobj opazen trend k odstranitvi te delitve in razumevanju, da to ni le nujen, ampak neizogiben, sprejemljiv in celo zaželen razvoj medijskega posla. Na medijske vsebine subtilno in prikrito vpliva prepletenost korporativnih interesov z uredniškimi odločitvami, ob tem »so interesi korporacij in njihovih delničarjev nad interesi državljanov. (...) Če temu dodamo še, da so te iste korporacije obenem največji oglaševalci, postane zgodba o novinarskem samoomejevanju in prostovoljnemu suženjstvu kapitalu očitna« (Bašić in Kučić 2005: 117). V luči takšnega razvoja medijske industrije je vprašanje, ali je uredniška avtonomija zastarel koncept, popolnoma legitimno. Odgovor prinaša pričujoče diplomsko delo. Četudi se strinjamo, da so mediji kot četrta veja oblasti romantični mit, je neizpodbitno dejstvo, da je kakovost javne razprave odvisna od kakovosti medijskih vsebin. Proces ustvarjanja medijskih vsebin in ljudi, ki jih ustvarjajo, je treba bolj kot kdajkoli prej zaščititi. Načelo, da je najboljša medijska politika odsotnost medijske politike, ni dalo zadovoljivih rezultatov. Sklicevanje na samoregulacijo in profesionalizem je utemeljeno, vendar nezadostno. Vzpostavitev ravnotežja med lastninsko pravico in pravico do komuniciranja nujno vključuje regulacijo uredniške avtonomije na mednarodni in državni ravni.

Začela bom s predstavitvijo vloge medijev in definirala uredniško avtonomijo. Koncept uredniške avtonomije je produkt zgodovinskega razvoja medijev, zato ga bom v tretjem poglavju predstavila skozi zgodovino razvoja časopisa. Od obrtniškega udejstvovanja zgodnjih tiskarjev – izdajateljev, prek vzpostavitve tiska kot kritičnega organa politično aktivne javnosti in pojava množičnega oglaševanja, ki je zagotovilo finančno neodvisnost časopisov, do visoko strukturiranega medijskega posla v lastništvu mednarodnih korporacij, ki so medije podredile edinemu cilju, ustvarjanju dobička.

Delitev dela med poklicem izdajatelja in novinarja je bila končana v drugi polovici 19. stoletja. Oglaševanje je omogočilo oblikovanje velikih uredniških timov in zaposlovalnih vzorcev, ki jih poznamo še danes. Vloga novinarjev pa je bila vedno vsaj dvojna. Po eni strani naj bi bili verodostojni in neodvisni profesionalci, po drugi mezdni delavci. Njihova neodvisnost je premosorazmerna z ekonomsko neodvisnostjo.

Prizadevanje za varovanje uredniških vsebin pred zunanjimi pritiski in interesi lahko označimo tudi kot spopad dveh ustavno zagotovljenih pravic, in sicer pravice do svobode izražanja ter pravice do lastnine. V petem poglavju bom zato predstavila načelo ločitve uredniškega od poslovnega dela medija in koncept prepletanja managerskih in uredniških funkcij v »totalnem uredniku«.

Svobodo govora in svobodo tiska pojmujejo kot temeljna elementa sodobne demokracije, zato je splošno sprejeto, da potrebujeta zaščito in regulacijo. V šestem poglavju bom predstavila zakonodajni okvir na mednarodni ravni. Predstavljen bo le izsek zakonodaje, saj je v diplomsko delo nemogoče vključiti celoto pravnih dokumentov. Videli bomo, da se zakonodajni mehanizmi ustavijo na splošnem zagotavljanju pravic in ne vsebujejo določil, ki bi učinkovito varovala neodvisnost uredništev.

Tako evropske institucije kot novinarske in strokovne organizacije rešitev vidijo v sprejemanju uredniških statutov in samoregulaciji. Vendar pa doslej uporabljeni mehanizmi ne zmanjšujejo velikega razkoraka med visokimi normativnimi načeli in prakso.

Končala bom s pogledom na situacijo v Sloveniji, kjer je mogoče erozijo varovanja uredniške avtonomije spremljati skozi spremembe medijske zakonodaje in v temeljnih pravnih aktih medijev, ki bi morali urejati razmerja znotraj uredništva in določati stopnjo avtonomije uredništev. Nižanje standardov bo prikazano na primeru časopisa Delo.

2. POMEN UREDNIŠKE AVTONOMIJE

2.1. VLOGA MEDIJEV

Prvo vprašanje, ki se nam pri razmišljanju o uredniški avtonomiji zastavi samo po sebi, je, zakaj je novinarjem in urednikom sploh treba zagotoviti neodvisnost pri opravljanju njihovega dela. Kakšna je posebna narava medijskega izdelka, ki zahteva, da z njim ne upravljamo kot z vsemi drugimi industrijskimi produkti? Kaj daje legitimnost zahtevi, ki lastnike medijev omejuje, da bi v celoti in po svoji volji razpolagali s svojo medijsko lastnino, s čimer omejuje njihovo ustavno varovano lastninsko pravico? Zakaj so potrebni mehanizmi, ki državi preprečujejo poseganje v uredniške odločitve medijev v javni lasti?

Walter Lippmann (1999) je na vprašanje o vlogi medijev že pred stoletjem odgovoril, da ljudje ne delujejo na podlagi resničnosti, ampak na podlagi svojih predstav, pa naj bodo te še tako neresnične. Svet, ki presega naša neposredna čutna zaznavanja, pa nam, če želimo ali ne, posredujejo mediji. Če nam posredujejo iluzijo, če izpustijo pomemben del zgodbe ali če nas odvrtačajo od resničnosti, ima to lahko resne posledice.

Skozi zgodovino razvoja medijev in teoretsko refleksijo na vlogo medijev se je izoblikovala predpostavka, da sta svoboda tiska in svoboda govora temeljna predpogoja za delovanje sodobne demokracije. Četudi idejo o medijih kot četrti veji oblasti razumemo kot romantični mit, ne moremo zanemariti dejstva, da prav mediji državljanom posredujejo informacije, ki jim omogočajo, da učinkovito opravljajo svoje državljanske dolžnosti. »Mediji vzpostavijo okvir, znotraj katerega državljani razpravljajo o družbenih dogodkih in ... kakovost razprave je nujno odvisna od informacij, ki so jim na voljo« (Tuchman v McManus 1994: 183).

Za proces ustvarjanja medijskih vsebin je normalno in nujno, da vsebuje sprejemanje odločitev, kaj vključiti in kaj izključiti, čemu posvetiti veliko pozornosti in kaj odpraviti z minimalno omembo, kdaj nekaj obravnavati v globino in kdaj ohraniti površnost. Ta proces izbora je podlaga za notranjo dilemo, ki je stara toliko kot prvi rokopisni časopisi in se kaže v napetosti med verodostojno predstavitvijo realnosti in popačenjem realnosti v korist tistih, ki nadzirajo ustvarjalni proces, pa naj so to plemenski poglavarji, papeži, kralji, vojaški voditelji, vlade, stranke, oglaševalci ali korporacije.

Želja nadzirati medije na eni strani, na drugi pa iskanje rešitev za omogočanje njihove neodvisnosti, oboje je staro toliko kot mediji sami. Enako stara je tudi predpostavka, da lahko mediji svojo vlogo v interesu javnosti opravljajo le, če je proces izbora, obdelave in objave novinarskih prispevkov neodvisen in zaščiten pred vsemi zunanjimi vplivi.

2.2. DEFINICIJA UREDNIŠKE AVTONOMIJE

Besedno zvezo uredniška avtonomija sestavljata tujka avtonomija in pridevnik uredniška. Avtonomija je beseda grškega izvora (autonomos) in izvorno pomeni imeti svoje zakone. V modernem smislu je avtonomija samouprava, politična samostojnost oziroma svobodno delovanje, ob pridevniku uredniška gre torej za avtonomijo uredništva. Uredništvo sestavljajo novinarji in uredniki, ki kot avtorji novinarskih prispevkov ustvarjajo vsebino medijev.

Definicija uredništva iz Zakona o medijih (20. člen, 1. odstavek): »Uredništvo sestavljajo odgovorni urednik oziroma odgovorni uredniki, drugi uredniki in novinarji, v skladu s temeljnim pravnim aktom izdajatelja pa lahko tudi drugi avtorji prispevkov oziroma programski sodelavci.«¹ Uredništvo je avtonomno, če imajo novinarji in uredniki pravico, da po svoji vesti in brez zunanjega vpliva sprejemajo odločitve o izboru dogodkov, ki so relevantni za javnost, in če imajo popolno neodvisnost pri procesu zbiranja, selekcije in oblikovanju informacij v novinarski prispevek. Avtonomija torej pomeni, da lahko novinarji delajo svobodno, brez kontrole notranjih in zunanjih sil. Stopnja avtonomije vključuje tako delovanje novinarjev kot strukturo organizacijskega sistema, v katerem nastajajo medijske vsebine. Neodvisnost pri izboru novic ni odvisna le od individualnih samoopredelitev novinarjev, saj je ustvarjanje novic rezultat kompleksnega komunikacijskega mehanizma znotraj medijske institucije. Avtonomija novinarjev je neposredno povezana tudi s širšo svobodo medijev. »Novinarji (posamezniki) bi morali biti svobodni pri izbiri informacij in obdelavi zgodb, uredništva (organizacije) bi morala biti neodvisna od zunanjih vplivov, kot so ekonomski in politični pritiski, medijski sistemi (družba) bi morali zagotavljati svobodo medijev, morali bi biti tudi brez vseh oblik cenzure« (Schroll in Weischenberg 1999).

¹ Zakon o medijih – ZMed (Uradni list RS, št. 35/01 z dne 11. 5. 2001), veljati začel 26. 5. 2001.
http://www2.gov.si/zak/Zak_vel.nsf/ea17665be36113bec1256616002db4e3/c12563a400338836c1256a3a0042e9e5?OpenDocument

Ko govorimo o avtonomiji medijev, pa bi bilo zmotno »imenovati le eno obliko nadzorovanja, torej nadzor nad mediji, prisilo, po drugi strani pa nadzor, ki ga opravljajo mediji sami, razumeti kot medijsko svobodo« (Splichal 2005: 74). Mediji so se namreč skozi konceptualizacijo četrte veje oblasti, predvsem pa v svoji korporativno oligopolni fazi razvoja, preobrazili v samostojno silo, ki ogroža njihovo temeljno nalogo, da služijo javnosti.

Čeprav se bom v pričujočem diplomskem delu ukvarjala predvsem s svobodo za medije, torej medijsko svobodo, pa moram že uvodoma navesti Splichalovo (2005) opažanje, da ta predstavlja odmik od ideje o svobodi kot temelju demokratičnega državljanstva. Svoboda za medije je namreč vse bolj svoboda tistih, ki posedujejo sredstva komuniciranja, ne pa svoboda državljanov, da »javno uporabljajo razum«.

Nemški ustavni sodnik Wolfgang Hoffmann-Riem (1984) poudarja, da je »nujno treba zakonsko določiti pravila dostopa do medijev ter njihove naloge in odgovornosti v odnosu do javnosti, da bi svobodo medijev lahko interpretirali kot razširitev človekovih pravic; v nasprotnem primeru ni nikakršnega razloga, da bi svoboda tiska uživala ustavno varstvo kot posebna človekova pravica« (Hoffmann-Riem v Splichal 2005: 130).

2.3. IDEJA MEDIJSKEGA NADZORA PROTI IDEJI DRUŽBENE ODGOVORNOSTI MEDIJEV – DVA TEORETSKA OKVIRA

Množični mediji so si legitimnost in ustavno pravno varstvo pridobili s sklicevanjem na to, da služijo javnemu interesu in pravici do obveščенosti. Svoboda govora in svoboda tiskanja, ki skupaj ustvarjata eno samo in nedeljivo svobodo izražanja in objavljanja mnenj kot naravno pravico vsakega posameznika, sta bili kot državljanski svoboščini legitimirani v 18. in 19. stoletju. Takrat sta se oblikovala tudi dva miselna tokova razumevanja vloge javnosti.

Liberalno-racionalistična tradicija je idejo svobode izražanja in objavljanja uporabila v konceptualizaciji publicitete kot sredstva nadzora, s katerim je mogoče doseči odgovorno delovanje oblasti. Ta smer izhaja iz Benthamovega razumevanja javnosti in je bila institucionalizirana s tiskom kot »četrto vejo oblasti« ali »psom čuvajem«. Iz te paradigme izhaja tudi sintagma »trg idej« in prepričanje političnih ekonomistov z Adamom Smithom na čelu, da je trg sam učinkovit mehanizem, ki usklajuje posamezne potrebe z dostopnimi dobrinami, zato

mediji ne potrebujejo nobene druge zunanje regulacije. »Ta ideja je učinkovito podpirala procese komercializacije in poblagovljenja komunikacijske sfere, utemeljena pa je bila na liberalni predstavi o negativni svobodi (svobodi od politične oblasti)« (Splichal 2005: 29). Tako naj bi pluralizem medijev in njihova neodvisnost od politične oblasti predstavljala zadostna pogoja za udejanjanje osebne pravice do svobode izražanja, vendar pa so tržni interesi v množičnih medijih povzročili, da je nadzor nad njimi prevzemala ekonomska elita, ki je ne zanima ustvarjanje prostora za javno razpravo in nadzor oblasti, ampak prvenstveno ustvarjanje dobička.

Idejo avtonomije tiska pred kakršnimkoli zunanjim (ne tržnim) vmešavanjem kot temelja svobode tiska, ki medijsko moč generira skladno z zakonitostmi blagovne produkcije, je problematizirala ideja dogovornosti. Ta drugi tok, ki vključuje velika imena, kot so Rousseau, Kant, Marx in J. S. Mill, sloni na Kantovem razumevanju svobode tiska, ki temelji na javni rabi razuma kot osebni pravici posameznika.

Teorija družbene odgovornosti predpisuje medijem funkcije kot obveznosti, ki izhajajo iz njihove ustavno zagotovljene svobode. Tako sicer prevzema tradicionalne funkcije medijev (razsvetljevanje javnosti, služenje političnemu sistemu, varovanje državljskih svoboščin, ustvarjanje dobička, služenje ekonomskemu sistemu, zagotavljanje razvedrila), kakor jih opredeljuje libertarna teorija, vendar med njimi postavlja hierarhična razmerja: naloge servisiranja ekonomskega sistema, zagotavljanja razvedrila in ustvarjanje dobička, bi morale biti podrejene višjim nalogam razsvetljevanja javnosti in spodbujanju demokratičnih procesov (Splichal 2005: 42).

Iz načela odgovornosti medijev do javnosti se je kot odgovor na odvisnosti medijev od lastnikov, političnih strank in oglaševalcev izoblikovala ideja javne službe in kasneje ideja javnih medijev.

Oblikovanje neodvisnega uredništva lahko opazujemo skozi faze zgodovine razvoja tiska, skozi tehnološke in družbene spremembe, spremembe tehnologije proizvodnje medijskih produktov in oblik medijskega lastništva. Walter Lippmann je na osnovi opazovanja razvoja ameriškega in delno tudi evropskega tiska identificiral 4 naravne faze v razvoju tiska vsake nacije, in sicer: (1) monopol, ki ga kontrolira vlada, (2) kontrola političnih strank, (3) komercialni tisk in (4) profesionalna faza, v kateri bi časopisi institucionalizirali »izučeno inteligenco« (glej Folkerts in Teeter 1989: 146). Kot je očitno, se Lippmannove napovedi niso uresničile, prav tako se tisk v

vseh okoljih ni razvijal po navedenih fazah, vsekakor pa prve tri faze opisujejo razvoj tiska v Evropi in Ameriki.

3. ZGODOVINA TISKANIH MEDIJEV

3.1. OD ZAČETKOV NOVINARSTVA DO ROKOPISNIH ČASOPISOV 16. IN 17. STOLETJA

Zametke novinarstva zasledimo že v antičnem Rimu, kjer so za to posebej plačani dopisniki svojim delodajalcem v oddaljenih provincah pošiljali pisna poročila o smereh političnih gibanj in drugih dnevnik novicah. Evropa do 12. in 13. stoletja ni premogla dovolj razširjenega zanimanja za javne zadeve kot tudi ne širokega področja trgovine s številnimi poslovnimi povezavami, kar je predpogoj za razširjeno zbiranje in distribuiranje novic. Z besedo Zeitung, ki izvorno pomeni tisto, kar se je v času zgodilo, izvorni dogodek, se prvič srečamo v 15. stoletju, ko je razvoj v Evropi napredoval do lokalnih poročevalskih pisarn, ki so vzdrževale pisemski promet trgovcev in mestnih oblasti, kar se je že močno približalo poštnemu prenosu, kot ga poznamo danes. Možje v središčih političnih in duhovnih dogodkov so drug drugemu pisali o novicah, razmnoževali so prejete časopise, jim dodajali svoje novice ter jih skupaj s pismi pošiljali naprej. Knezi so na glavnih prometnih točkah že imeli plačane dopisnike. Kot navaja Carl Bücher, se je novinarstvo v poklicno dejavnost prvič izoblikovalo v Benetkah, kjer v 16. stoletju na Rialtu najdemo prvo neodvisno novičarsko pisarno, ki je napravila posel iz zbiranja političnih in trgovskih novic, novic o prihodih in odhodih ladij, cenah blaga, varnosti cest, pa tudi o političnih dogodkih ter prodaji zainteresiranih strankam (glej Prutz v Bücher 2001:74).

Zbiranje novic je bilo verjetno tesno povezano s poštno službo tistega časa, saj so v mnogih nemških mestih prav »vodje mestnih kurirjev in cesarski poštarji tisti, ki se ukvarjajo s poklicnim urejanjem in razširjanjem novih časopisov« (Bücher 2001: 75). Pomembna je bila tudi zveza med veletrgovci in novinarstvom, saj so ti organizirali lastne novičarske službe, srečamo pa tudi posamezne novičarje, ki so časopise izdajali v službi knezov in mest. To je bilo obdobje rokopisnih časopisov, ki sprva niso našli poti do množičnega občinstva in tudi v 17. stoletju niso imeli širokega kroga bralcev.

»Rokopisni časopis 16. stoletja je rokodelsko obratovanje, ki je tedaj obvladovalo vse panoge razvitejše gospodarske dejavnosti. Pisec časopisa z novicami neposredno oskrbuje krog strank na njihovo zahtevo in za določeno ceno ter se pri obsegu gradiva seveda tudi ravna po njihovih potrebah. Je novinar, urednik in izdajatelj v eni osebi« (Bücher 2001: 81).

3.2. PRVI TISKANI ČASOPISI

Revolucijo v produkciji in distribuciji novic je povzročil Gutenbergov izum tiskarskega stroja v 15. stoletju. Posamezne številke rokopisnih časopisov so tiskali že od konca 15. stoletja, prve tiskane periodične zbirke novic pa so se pojavile v 16. stoletju kot letni pregledi novic; sledile so polletne zbirke novic, prvi tiskani tednik pa je bil neki strassburški list, katerega številke so ohranjene iz leta 1609 (glej Bücher 2001: 78–79). Prvi dnevnik je nastal v Nemčiji leta 1660 (*Leipziger Zeitung*), v Angliji leta 1702 (*Daily Courant*), v Franciji pa leta 1777 (*Journal de Paris*). Časopisna dejavnost, ki je izšla iz sistema zasebnih korespondenc, je bila sprva organizirana v oblikah malih delavnic. Založnik je imel povsem posloven interes, skromen dobiček pa je ostajal v tradicionalističnih mejah zgodnjega kapitalizma.

Izdajatelj prvih periodično tiskanih časopisov je bil kar založnik ali tiskar nekega drugega tiskanega izdelka, na primer pamfleta ali knjige, »bil je razmnoževalec in prodajalec literarnega izdelka, nad vsebino katerega ni imel nobenega nadzora« (Bücher 2001: 80), drugod pa si je izključno pravico tiskanja novic pridržala pošta. Časopisni izdajatelj je redno prinašal tiskane poštno novice na trg in kmalu ugotovil, da vsebina časopisa ni zaprta celota kot vsebina knjige ali pamfleta. Iz različnih virov pridobljene novice so se razlikovale po zanesljivosti, zato jih je bilo treba uporabljati selektivno in kritično. Ob tem pa je bilo mogoče izraziti tudi svoje versko ali politično prepričanje, še toliko bolj, ko so časopisi začeli obravnavati aktualna politična vprašanja in so postali sredstvo za izražanje strankarskih mnenj. »Časopisi so iz ustanov, ki so samo publicirale informacije, postali tudi nosilci in predhodniki javnega mnenja, bojno sredstvo strankarske politike. To je v notranji organizaciji časopisnih podjetij pripeljalo do novega člana, ki se je vrnil med zbiranje poročil in njihovo publiciranje: redakcija. Za časopisnega založnika pa je to pomenilo, da je iz prodajalca novih informacij postal trgovec z javnim mnenjem« (Bücher v Habermas 1989: 202).

V zgodnjem 18. stoletju je »tisk v Angliji dobil značaj, ki so ga pozneje prevzeli povsod po svetu: poleg naloge obveščanja je dobil tudi nalogo tehtnega razpravljanja o političnih zadevah, s čimer je tisk postal opornik in dopolnilo parlamentarne vladavine« (Bücher v Splichal 2005: 20). Odprava institucije preventivne cenzure je pomenila novo stopnjo v razvoju javnosti; omogočila je, da je rezoniranje prodrlo v tisk, tako da se je ta razvil v instrument, s pomočjo katerega je bilo mogoče politične odločitve prenesti pred novi forum publike (glej Habermas 1989: 73–74). Takrat je javno mnenje vodilo »rojstvo samostojnega novinarstva, ki se je znalo uveljaviti proti vladi in ki je kritičnemu komentiranju in javnemu nasprotovanju vladi podelilo status normalnega« (Kluxen v Habermas 1989: 75). Tako se je tisk v tistem času etabliral kot kritični organ politično rezonirajoče publike, kot četrta veja oblasti, »vendar pa tehnologija ni samo sprožila številnih klicev po svobodi izražanja, ampak je pritegnila tudi tiste, ki so si želeli strog nadzor nad njeno uporabo« (Splichal 2005: 19).

3.3. TISK POD KONTROLO DAVKOV NA ZNANJE

V dvesto letih od Gutenbergovega izuma tiskarskega stroja so bili časopisi večinoma še vedno trdno pod kontrolo kraljev, plemstva in parlamentov. Angleški parlament šele leta 1695 ni ponovno potrdil zakona o podeljevanju licenc – ta je določal, kateri tiskarji smejo tiskati –, s katerim je izvajal strogo vladno kontrolo tiska. Nadaljnje zakonodajne poskuse v tej smeri so zadušili ekonomski predpisi prvega zakona o plačevanju davkov oziroma pristojbin, ki so zajemale davek na papir, davek na oglaševanje in davek na vsak tiskani izvod časopisa. Obdavčenje tiska je imelo dva cilja: prvi je bil z višanjem cen časopisov omejiti bralstvo, drugi pa omejiti lastništvo časopisov na tiste, ki »bi jih vodili na bolj spodoben način, kot je to pričakovati od revnih lastnikov, zato je treba dvigniti stroške izdajanja časopisov« (Curran in Seaton 1985: 13).

Zaradi visokih davkov so časopisi konec 18. in v začetku 19. stoletja težko preživeli brez državne ali strankarske podpore, zato so v tem času v ZDA prevladovali predvsem strankarski časopisi. Kazali so veliko stopnjo strankarske razdvojenosti in antagonizmov. V tem obdobju uredniki niso več nujno tudi tiskarji in obrtniki, ampak oblikujejo politične časopise brez spremstva knjigarne ali tiskarne (glej Folkerts in Teeter 1989: 105). Politika je posamezne časopise podpirala prek pogodb za tiskanje raznih državnih, uradnih tiskovin. V takratnem obdobju si je v ZDA vsak

predsedniški kandidat izbral svoj časopis, ki je podpiral njegovo kandidaturo. Pogosto je z neuspehom kandidata prenehal izhajati tudi časopis. Politične stranke, ki so prispevale večino denarja za zgodnje evropske in ameriške časopise, so na njihovo vsebino vplivale z enako učinkovitostjo kot država prek podeljevanja licenc, zakonov, pogodb za tiskanje uradnih tiskovin, s preprečevanjem izvoza nekaterih delov tiskarskih strojev v angleške kolonije ...

James Curran je preučeval zgodovino angleškega radikalnega tiska in prišel do zanimive ugotovitve, da so v Angliji v prvi polovici 19. stoletja cveteli radikalni časopisi, ki so odklonili plačevanje davkov na znanje, preživljali so se skoraj izključno z naročninami, njihove naklade pa so tedaj prehiteli »ugledne« časopise. Stroški tiskanja so bili v tistem času še tako nizki, da sta lastništvo in kontrola nad radikalnimi časopisi lahko ostala v rokah ljudi, ki so bili predani boju za pravice delavskega razreda. »Takšen vzorec lastništva je vplival tudi na to, kako so novinarji, ki so delali za radikalni tisk, razumeli svojo vlogo. V nasprotju z institucionaliziranimi novinarji kasnejših obdobj so sebe, bolj kot profesionalce, videli kot aktiviste« (Curran in Seaton 1985:19). V prvi polovici 19. stoletja so bili časopisi samozadostni, živeli so lahko samo od sredstev od prodanih izvodov in za preživetje niso potrebovali oglasov. Odnos med založnikom in urednikom se takrat ni ujema z razmerjem med delodajalcem in uslužbencem, saj je slednji pogosto ostal udeležen pri dobičku. Habermas govori o fazi tako imenovanega »pisateljskega novinarstva«, ki je vodila v ustanavljanje poklicnih in samostojnih redakcij. V tem času so se med izdajateljem in založnikom ločile tudi publicistične in poslovne funkcije, vendar pa je bila za lastnike časopisov ideologija še vedno pomembnejša od ekonomije. Mnogi časopisi so še globoko v 19. stoletje ohranili tradicionalni tip časopisnega podjetnika, ki je pisec, tiskar, založnik in izdajatelj v eni osebi. »V fazi, ko se je javnost uveljavila kot politično dejaven sogovornik, so tudi založniško konsolidirana časopisna podjetja svojim redakcijam puščala tisto svobodo, ki je bila splošno značilna za komunikacijo zasebnikov kot publike« (Habermas 1989: 203).

»Kljub vsemu pa je strankarski tisk predstavljal le kratko epizodo v gibanju tiska proti ekonomski kontroli« (McManus 1994: 200). Premik ponazarja usoda radikalnih časopisov, ki so po ukinitvi davkov na znanje in zaradi pojava množičnega oglaševanja, kljub ohranjenim visokim nakladam in zvestemu bralstvu, propadli. Tehnološke spremembe, ki jih je poganjal oglaševalski denar, so bistveno podražile tiskanje časopisov. Bralci radikalnih časopisov z nizko kupno močjo niso zanimali oglaševalcev, brez oglaševanja pa časopisi niso mogli več preživeti. James Curran

opozarja tudi, da pravi motiv za odpravo davkov na znanje ni bila svoboda izražanja, ampak upanje, da bo, po zgledu razvoja časopisov v ZDA, odprava davkov izničila primerjalno prednost radikalnih časopisov, ki davkov niso plačevali. Analiza usode radikalnih časopisov omogoča alternativen pogled na obdobje, ki je tradicionalno razumljeno kot obdobje strogega institucionalnega omejevanja izražanja in objavljanja s strani države, kot tudi na pozitiven prispevek ukinitve davkov na znanje k svobodi govora in tiska.

3.4. OD PATRONAŽE DRŽAVE K POLITIČNI NEODVISNOSTI

Tisk se je od pokroviteljstva države na pot k politični neodvisnosti podal s pomočjo poblagovljenja informacije, ki se je začela v ZDA v prvi polovici 19. stoletja, ko je nekaj vzajemno spodbujajočih se dejavnikov povzročilo nastanek množičnega tiska. Tehnologija je vplivala na zbiranje informacij, tiskanje in distribucijo. Hitrejši tiskarski stroji, uporaba parnikov, železnice in telegrafa so omogočili hitrejšo, bolj aktualne novice, natisnjene za večjo populacijo, ki ji je bilo časopis mogoče dostaviti mnogo hitreje. Ukinitvev davkov na znanje je povzročila neznansko povpraševanje po poceni časopisih, to pa je v zameno povzročilo razvoj drage tiskarske tehnologije. Z ukinitvijo davkov je oglaševanje produktov za množični trg postalo dobičkonosno.

Pred letom 1830 so bili ameriški časopisi namenjeni družbeni eliti in poslovnežem, vse to pa se je spremenilo, ko je Benjamin Day leta 1833 začel izdajati *New York Sun*, ki so mu v nekaj letih sledili še drugi. Razvil se je tako imenovani »penny« tisk, ki se je močno razlikoval od svojih elitnih predhodnikov. Ime so ti časopisi dobili po tem, da je vsak izvod stal en peni. Naklade časopisov za peni so v zelo kratkem času močno presegle naklade mestnih časopisov prejšnjega obdobja (glej Folkerts in Teeter 1989: 129–130). Razvoj večjih urbanih središč in vedno večja pismenost prebivalstva sta bila dva od dejavnikov v velikem porastu potrošnje časopisov.

Sociolog Alfred McClung Lee je zavzel stališče, da se je s »penny« tiskom spremenila narava samega oglaševalskega procesa. »V kolonialnem tisku, pred »penny« tiskom, so bili oglaševalci hkrati tudi naročniki časopisa in tisti, ki so financirali časopis. Oglaševanje je bilo videno kot mehanizem za razširjanje informacij s sredstvi plačanega oglasa. »Penny« tisk pa je ločil oglaševalsko funkcijo od svojih naročnikov in se obrnil na potrebo vseh subjektov na trgu po

oglaševanju in na potrebo bralcev po spoznavanju novih izdelkov, ki so na voljo« (Folkerts in Teeter 1989: 133).

Tudi v Evropi je v prvi tretjini 19. stoletja del komercialnega tiska postal bolj neodvisen od politike, delno zaradi naraščajočega pokroviteljstva oglaševanja. Praksa nudenja uradnih informacij v zameno za uredniško podporo je postala manj uspešna metoda vodenja tiska, saj je povečanje oglaševanja komercialnim časopisom omogočilo, da so zaposlili več zbiralcev informacij. The Times, časopis z največjim uredniškim timom in največ oglasi, je leta 1834 naznanil, da ne bo več sprejemal nobenih predhodnih vladnih informacij, ker je takšna praksa nekonsistentna s ponosom in neodvisnostjo tega časopisa, poleg tega pa so samostojno zbrane informacije točnejše in bolj aktualne.

3.5. TISK V ČASU TISKOVNIM BARONOV

Obdobje od začetka 20. stoletja do 2. svetovne vojne mnogi vidijo kot epizodo, v kateri so časopisi postali na milost in nemilost prepuščeni kapricam in muhavosti svojih lastnikov. To je doba tako imenovanih časopisnih baronov, kot so bili Beaverbrook, Northcliff in Rothermere v Angliji. V predhodni viktorijanski dobi so bili uredniki pogosto lastniki časopisov, ki so jih urejali, ali pa člani družine, ki je imela v lasti časopis.

Vendar pa se časopisni baroni po mnenju Jamesa Currana niso bistveno razlikovali od svojih predhodnikov, »njihov prispevek je bil, da so politiko žrtvovali za zabavo« (Curran in Seaton 1997: 53); za razliko od predhodnikov, ki so kontrolo izvajali le nad političnim delom svojih časopisov, so jo razširili na celotno vsebino. V začetku 20. stoletja je bila večina londonskih dnevnikov v rokah bogatih posameznikov, družin ali sindikatov, ki so bili tesno povezani s političnimi strankami. Ta vzorec politične kontrole je bil spodkopen z rastjo oglaševanja, saj je slednja zgradila materialno bazo, ki je tisku omogočila politično neodvisnost. Dvig založniških stroškov, ki so bili v večini financirani iz oglaševanja, je zapečatil vstop na časopisni trg. Časopisi so postali predragi za politične stranke in njihove podpornike.

Publikacije, ki so jim vladali tiskovni baroni, je »v celoti vzdrževalo oglaševanje, zato so bile posledično svobodne, da delujejo popolnoma neodvisno od političnih strank. Neodvisna »četrtja veja oblasti«, ki so jo prezgodaj napovedovali v sredini 19. stoletja, se je v celoti razvila v času

tiskovnih baronov« (Curran in Seaton 1997: 63). V tem času so založniki začeli uporabljati tudi raziskave trga, dostop do bolj zanesljivih statističnih podatkov pa je spodbudil tudi bolj brezoseben pristop k izbiri oglasov. V Združenih državah Amerike je v istem času prišlo do podobnih trendov in pojava tako imenovanega rumenega tiska, ki so ga kronale vojne za naklado med Hearstom in Pulitzerjem v New Yorku. Vendar pa je ta domnevna osvoboditev časopisov zelo dvomljiva, saj je razvoj zadnjega stoletja razkril, da so časopisi izpod patronaže države prišli pod patronažo ekonomskih interesov, ki so jih bolj kot kdajkoli v preteklosti oddaljili od opravljanja vloge nadzora ali vzpostavljanja pluralnega prostora za javno izražanje mnenj državljanov. Časopisi so bili pred pojavom množičnega oglaševanja uspešni le, če so ugajali svojim bralcem, ki so se združevali na osnovi političnih in družbenih idej. Časopisi so bili manjši in cenejši, ugajali so močnim interesom svojih bralcev, zato so bili ti za časopis pripravljeni plačati večji odstotek svoje plače. Ker je bil tisk časopisov cenejši, je bilo lažje vstopiti na trg z novim naslovom, če obstoječi niso nagovorili katerega od delov skupnosti. »Rezultat je bil širši spekter političnih in družbenih idej, ki jih je javnost dobila od sodobnih časopisov« (Bagdikian 1997: 125).

3.6. PRIMAT OGLAŠEVANJA

Časopisi kot prvi množični mediji so v svojem začetnem obdobju vsebovali oglase, ki so predstavljali obroben prihodek v ekonomiji medija. V poznem 18. stoletju pa je masovna proizvodnja potrošnih proizvodov preseгла običajno potrošnjo. Kot navaja Bagdikian (1997), so v tem času oglaševalci v povprečju porabili 28,39 dolarja na gospodinjstvo za spodbujanje ljudi, naj kupujejo izdelke in storitve. Do leta 1980 so trošili že 691 dolarjev na gospodinjstvo, 29 odstotkov tega denarja je bilo namenjenih časopisom, 21 odstotkov televiziji, 7 odstotkov radiu in 6 odstotkov revijam. Ocenjeno je, da danes 75 odstotkov prihodkov časopisov prihaja iz oglasov, 50 odstotkov v revijah in 100 odstotkov v komercialnih elektronskih medijih. »Oglaševalci, ki v ta namen porabijo toliko denarja, nikakor ne prepustijo naključju, kdo bo videl njihove oglase. Časopis ne prodaja več svojih novinarskih vsebin bralcem, ampak svoj prostor oziroma bralce oglaševalcem« (Bagdikian 1997: 115).

Glavna skrb oglaševalcev je tako postala vrsta publike in ne oglasna vsebina, ki spremlja oglase. Ne preseneča, da so posledično ti dejavniki postali najpomembnejši tudi za lastnike medijev. Predsednik *Harte – Hanks Century Newspaper Group*, ki je lastnik 28 dnevnikov v ZDA, je leta 1980 izjavil, da uredniki izgubljajo, kar je sam imenoval »pedsodke« o ločevanju uredniških vsebin od želje po doseganju ciljne publike oglaševalcev. »Tradicionalni pogled je bil, da se uredniki osredotočajo le na podatke o nakladi. Danes pa vidimo več uredniškega poudarka na kakovosti te naklade« (Bagdikian 1997:115).

Oglaševanje je omogočilo denar za velike uredniške time, katerih delo se je diferenciralo in specializiralo. Po drugi strani so veliki oglaševalski prihodki povzročili tudi oblikovanje močnega in obsežnega marketinškega dela časopisov, ki se je pri svojih odločitvah naslanjal na obširne raziskave trga, bralstva in statistične podatke. Uredniška vsebina je postala ladja za prevoz oglasov. »Na poti od novinarstva pišočih zasebnikov do javnih storitev množičnih medijev se je sfera javnosti spremenila z dotokom zasebnih interesov, ki so se v njej privilegirano upodabljali – čeprav nikakor niso bili več *eo ipso* reprezentativni za interese zasebnikov kot publike« (Habermas 1989: 209).

4. UREDNIŠTVO

4.1. VZPOSTAVITEV UREDNIŠTVA

Pred komercializacijo časopisov so tako v ZDA kot v Evropi uspevali ugledni mestni časopisi, namenjeni elitam, pa tudi strankarski časopisi, ki so jih ustanovili sindikati in politične stranke. Časopisi tistega časa niso poskušali biti nepristranski, ampak so bili mnenjski osebni in politični organi, ki so poskušali javnost prepričati z argumenti, bolj kot ji predstaviti dejstva. Vsekakor pa časopisi tistega časa niso bili dobičkonosni. Bistvena sprememba se je zgodila z integracijo časopisov v tržno gospodarstvo in premikom od obrtniške dejavnosti v industrijo. Časopisni posel se je vse bolj osredotočal na dobiček, kar je imelo bistvene posledice za novinarstvo, razvijati se je namreč začelo komercialno novinarstvo. Novinarsko delo se je vse bolj specializiralo in oddaljevalo od tiskanja. Pojavljati so se začeli poklicni oziroma najeti uredniki, ki so na podlagi pogodb delali za založnika – podjetnika. Prvi znanilci nove dobe so bili časopisi za »penny«, ki so za razliko od svojih predhodnikov začeli naslavljeni celotno javnost. Da bi

lahko ustvarili nove vsebine časopisov za peni, so uredniki uveljavili nove vzorce zaposlovanja. Pred letom 1830 so uredniki uporabili vse, kar je prišlo skozi vrata, od pisem kapitanov ladij, uradnih dokumentov, materialov političnih kampanj ... Izdajatelji so bili prvenstveno tiskarji in zbiralci informacij, ne pa njihovi ustvarjalci ali avtorji. Leta 1830 se je ta vzorec začel spreminjati, izdajatelji pa so začeli najemati urednike in novinarje ter s tem ustvarili zaposlovalne vzorce, ki so se s prilagoditvami in razširitvami obdržali vse do danes. Več oglaševanja je pomagalo tudi k preobratu od občasne zaposlitve k rednim in vedno bolj plačanim službam v komercialnih časopisih. Razvoj oglaševanja v večjem obsegu je omogočil poceni časopise, in čeprav so uredniki, ki so se začeli bolj zanašati na podporo oglaševalcev kot političnih strank, zahtevali neodvisnost, so pogosto ostali zvesti strankini privrženci. Proizvodnja časopisov je postala v celoti institucionalizirana šele v drugi polovici 19. stoletja, kot posledica industrijske in meščanske politične revolucije. Tisk se je osvobodil cenzure in v veliki meri tudi strankarske uslužnosti, »dokončana pa je bila tudi delitev dela med poklici izdajatelja (lastnika) in novinarja (delavca)« (Splichal 2005: 26).

»Do leta 1890 je bila časopisna industrija čvrsto vzpostavljena kot komercialna institucija z zaposlenimi novinarji, med katere so bile razdeljene uredniške naloge, in ločenim poslovnim delom, ki se je potegoval za oglaševalce« (Folkerts in Teeter 1989: 284), kar ponazarja tudi premik v razumevanju vloge urednika.

4.2. PREMIK OD VELIKEGA UREDNIKA – ZALOŽNIKA K ZALOŽNIKU – INVESTITORJU

Večina zgodovinarjev novinarstva je pozno 19. stoletje označila kot čas, ki ga še označuje veliki urednik-založnik, vzpon popularnega novinarstva in povečana pismenost. Vendar pa so imeli tehnološki izumi poznega 19. stoletja pomemben vpliv na dveh področjih, in sicer na vlogo in obveznosti časopisnih novinarjev ter vse večjo komercializacijo časopisne industrije. »Če si hotel voditi časopis, si potreboval več kot tiskarski stroj v kočiji ali željo, da bi vplival na ljudi« (Salcetti 1995: 51). Potrebna so bila finančna sredstva, da si je bilo mogoče privoščiti tehnologijo, saj so velika založniška podjetja postala rezultat povezovanja in združitvev.

Ta premik od urednika – založnika k založniku – investitorju je 1910 pojasnil Frances Leupp:

Premik od osebnega h korporativnemu lastništvu in kontroli naših časopisov ni bil stvar izbora, ampak praktična nujnost. Sam strošek modernizacije in mehanske opreme je predstavljal breme, ki so ga redki časopisni lastniki lahko nosili brez pomoči ... Partnerski odnosi vsebujejo toliko tveganj in jih je v primeru nevarnosti tako težko spremeniti, da je rešitev morala biti v obliki korporacije, ki ima prednost omejene odgovornosti in ki je delničarju omogočila, da se znebi svojega deleža, če se naveliča igre (Leupp v Salcetti 1995: 51).

Finančni kapital, ki je postal nepogrešljiv za vodenje časopisa, je imel za posledico, da je medij postal bolj institucija in manj zasebni organ. Časopisi so izgubili razločno osebnost urednika-založnika, ko so postali institucionalizirani v korporaciji. Vloga novinarja je postala primerljiva s celotnim korporativnim delovanjem časopisa. Edward Alsworth Ross je zato že leta 1910 zapisal: »Lastnik velikega dnevnika je bolj in bolj poslovnež, ki težko razume, zakaj bi moral svojo lastnino upravljati po drugačni liniji, kot to počne hotelir, upravnik varieteteja ali zabaviščnega parka« (Ross v Salcetti 1995: 54). Vse več uredniških pozicij je bilo razbitih na omejene in specializirane naloge, delo v uredništvu je bilo bolj podobno tekočemu traku proizvodnje medijskih vsebin, na takšnem delovnem mestu sta bila status in avtoriteta vse bolj rezervirana za managerje. Uredniki so izgubljali svojo dotedanjo vlogo in kontrolo.

Kot je pokazala že analiza propada radikalnih časopisov so časopisi v procesu komercializacije in industrializacije postali sovražni do interesov delavcev. Delno zaradi sprememb v lastništvu, delno zato, ker je časopisna industrija postajala dobičkonosna, delno zaradi zadovoljevanja interesov oglaševalcev, delno pa zato, ker so lastniki časopisov želeli, da časopisi v njihovi lasti delijo njihova prepričanja in vrednote kapitalizma. Vse to je povzročilo, da so komercialni časopisi tudi navznoter postajali vedno bolj avtorski in hierarhični. Če je bilo za urednika in njegovo novinarsko ekipo leta 1950 še značilno, da so bili sodelavci, podobno oblečeni in z enako avtoriteto, so bile razmere na prelomu stoletja v uredništvih tako slabe, da jih je predsednik Mednarodnega tiskarskega sindikata označil »za vsakega svobodnega človeka popolnoma odvratne« (Donnelly v Solomon 1995: 115).

4.3. PROFESIONALIZACIJA

Začetek 20. stoletja zaznamuje tudi profesionalizacija novinarskega dela. V nasprotju s predhodnim bolj obrtniškim pogledom na potrebno izobrazbo bodočih novinarjev, ki je slonela na počasnem napredovanju, od tiskarne do novinarskega dela skozi sistem vajeništva, se je začelo uveljavljati stališče, da novinarji potrebujejo širšo akademsko izobrazbo.

Zagovorniki profesionalnega pristopa k izobraževanja novinarjev so opozarjali, da če novinarje učimo le produkcijskega procesa proizvodnje novic, vzgajamo novinarje, ki služijo založnikom in ne javnosti. Profesionalno šolanje je poudarjalo intelektualne sposobnosti in etične veščine pred mehanskimi veščinami pisanja novinarskega prispevka. V dvajsetih letih prejšnjega stoletja so se pojavili tudi prvi kodeksi novinarske etike, delno tudi kot odgovor na pojav tako imenovanega rumenega novinarstva. Ker je tehnologija založnikom omogočila mehanska sredstva, da družbi posredujejo vedno več informacij, je bilo od zbiralcev in piscev teh informacij vse bolj pričakovano, da bodo izšolani tako, da ne bodo delali napak. Akademsko izobrazba naj bi zagotovila tudi, da bi novinarji odgovorno in učinkovito opravili svoje poslanstvo, »to poslanstvo je bilo javna služba, v kateri novinarjevo delo in njegova izobrazba, da to delo opravlja, nista namenjena njemu samemu« (Salcetti 1995: 63). Vloga novinarja, ki naj bi služil trem gospodarjem – urednikom, založnikom in javnemu dobremu – je bila vedno bolj videna kot osrednja za delovanje družbe, zato naj bi bil tisk »odgovoren družbi z visokimi standardi resnicoljubnosti in zanesljivosti« (Nancy Mavity v Salcetti 1995: 63). Novinarstvo, razumljeno kot profesija in pospremljeno z idealom služenja javnosti, nekateri še danes povečujejo nad ostale stroke, na primer zdravniško in odvetniško, vendar pa novinarstvu takrat in danes manjka osnovna značilnost profesije, in sicer »sposobnost določitve in kontrole ekonomske vrednosti dela, ki je del profesionalnega imperativa prava in medicine« (Salcetti 1995: 65).

Delo novinarjev sicer pripada publiki, vendar je v lasti založnika. Novinarjevega individualizma ne smemo zamenjati za neodvisnost. Individualizem je sprejeta poklicna značilnost, neodvisnost, razkazovana skozi konfrontacije s strukturami znotraj in zunaj uredništva, pa ni dopuščena. Kljub temu da profesionalnost novinarjev nikoli ni bila večja, komercializacija zmanjšuje njihovo neodvisnost. Doktrino objektivnosti, nepristranskosti in profesionalizma, ki označuje tako imenovano zlato dobo resnega novinarstva po drugi svetovni vojni, vedno bolj izpodriva načelo infotainmenta, lažjega dostopa publike do medijskih vsebin z nižanjem kakovosti, krajšimi

prispevki z manj predstavljenega ozadja in globine ... Prav tako se za profesionalizmom nove dobe pogosto skriva redukcija novinarstva na zbiranje informacij ter strah pred izražanjem mnenja in komentiranjem, ki je postalo drugotnega pomena. Vsekakor pa krivde ne gre iskati le pri posameznem novinarju ali uredniku, saj je novinarjeva velika odgovornost do javnosti in njegovo tako opevano poslanstvo v strukturi medijskega podjetja zreducirano na vlogo meznega delavca, ki dela za normo.

4.4. NOVINARJI KOT MEZDNI DELAVCI

Za novinarje in urednike je bila njihova vloga znotraj medijskih podjetij vedno vsaj dvojna. »Novinarje njihovi lastni standardi obvezujejo, javnost pa to od njih pričakuje, da bodo delovali kot neodvisni, pošteni profesionalci. Vendar pa so novinarji hkrati tudi delojemalci korporacij, ki nadzorujejo njihovo zaposlitev, odpuščanje in dnevno upravljanje – katere zgodbe bodo pokrivali in kateri deli njihovih prispevkov bodo objavljeni oziroma zavrženi« (Bagdikian 1997: XXI). To je kruta realnost uredništev, v kateri imajo korporativni lastniki popoln nadzor nad karierami zaposlenih novinarjev in posledično novicami, ki so objavljene v njihovih medijih.

Korporativni lastniki svoje novinarje vidijo kot poslušne delavce. Poslušnost novinarjev je seveda nagrajena, prilagoditev hierarhičnim zahtevam pa prinese materialne ugodnosti, dodelitev dobrih pozicij in nalog, ki zagotavljajo veliko vidnost v javnosti in promocijo. Pomanjkanje zaposlitvene varnosti je učinkovito sredstvo kontrole uprave, ta novinarje lahko usmerja, ocenjuje in disciplinira po lastnikovi volji. »To je nenavadna strategija vodenja organizacije, ki naj bi bila z ustavo zavarovana kot vitalni del demokracije in ki naj bi prispevala k odprtemu trgu idej. Vendar pa je popolnoma logična metoda za zagotavljanje maksimalne delovne učinkovitosti novinarjev ob zagotavljanju popolne kontrole, vse pod krinko služenju javnosti« (Solomon 1995: 126). Da je metoda uspešna, dokazuje raziskava Ameriškega združenja časopisnih urednikov, ki je pokazala, »da se 33 odstotkov vseh urednikov, ki delajo za časopisne verige, ne bi počutila svobodno pri objavi zgodbe, ki bi škodila matičnemu podjetju« (Bagdikian 1995: 30).

Varnost delovnega mesta je eden od osnovnih predpogojev za kakršnokoli neodvisnost. Zaradi pritiskov po zmanjšanju stroškov oziroma ohranjanju visokih dobičkov, predvsem v zadnjem desetletju krize v medijski industriji, se zmanjšuje število redno zaposlenih v uredništvih in

povečuje število prisilnih in lažnih svobodnih novinarjev, ki delajo na osnovi kratkoročnih avtorskih pogodb, kar ima neposredne učinke na večjo dovzetnost teh novinarjev za želje njihovih nadrejenih. Generalni sekretar Evropske zveze novinarjev Aidan White je v govoru na redni letni skupščini Evropske zveze novinarjev 16. junija 2008 v Berlinu opozoril na spreminjajoče se delovne pogoje novinarjev. Po raziskavi², ki jo je opravila Evropska zveza novinarjev in vključuje 37 evropskih držav in 230.000 novinarjev, se je povprečna plača novinarjev v zadnjih petih letih realno znižala za 40 odstotkov, 55 odstotkov vključenih pa ocenjuje, da se je narava zaposlitvenih razmerij občutno spremenila, tako da že več kot tretjina novinarjev v Evropi dela na podlagi pogodb, ki niso pogodbe o zaposlitvi. Zaradi pomanjkanja pravne in pogodbene varnosti ter ekonomske odvisnosti od enega izdajatelja so svobodni in samostojni novinarji še toliko bolj izpostavljeni sankcijam zaradi izražanja mnenj in stališč. Ti novinarji so na milost in nemilost prepuščeni urednikom in upravam, ki jim lahko zaradi najmanjšega odklona od pričakovanega obnašanja v trenutku in brez obrazložitve prekinejo pogodbo. Od novinarjev, ki delajo v takšnih pogojih, je neodgovorno pričakovati visoko stopnjo osebne neodvisnosti, ker je ta v neposredni korelaciji z njihovo ekonomsko odvisnostjo. Razmere še otežuje rezervna armada tistih, ki čakajo v ozadju in se za kakršnokoli plačilo potegujejo za delo v mediju. Zaposleni novinarji in uredniki imajo v pogodbah o zaposlitvi klavzule o varovanju poslovne skrivnosti, ki jim preprečujejo, da bi poročali o situaciji v medijskem podjetju, za katerega delajo.

Globalizacija je prinesla tudi možnost »outsourcinga«, ko mediji cela uredništva selijo v države tretjega sveta, kjer lahko zaposlijo poceni delovno silo in kjer so delovno-pravni standardi neprimerljivo nižji kot v državah, kjer medij izhaja. Tako prihaja do takšnih absurdov, kot je na primer uredništvo spletnih strani *The Times*, ki je preseljeno v Indijo. Vse več je tudi agencij, ki zaposlujejo novinarje, s katerimi mediji sklepajo pogodbe samo za določene posle, takšne novinarje pa je še toliko težje organizirati.

Nasploh so novinarji v zgodovinskem smislu bolj nagnjeni k postopnemu prilagajanju neugodnim razmeram. Zgodovina novinarstva je zgodovina kolektivno občutenih pritiskov, ki so jih izražala osebna dejanja upora, predvsem prestopi iz enega k drugemu mediju ali odhod iz novinarstva. To ni zgodovina kolektivne akcije.

² Survey and Case Study of Atypical Work in the Media Industry, 1. junij 2006, <http://europe.ifj.org/en/articles/survey-and-case-study-of-atypical-work-in-the-media-industry>

5. LOČITEV UREDNIŠKE OD POSLOVNE FUNKCIJE

5.1. ZID MED »CERVIJO IN DRŽAVO«

Rupert Murdoch je ob prevzemu *News of the world* prostodušno izjavil: »Nisem prišel tako daleč, da se ne bi vmešaval« (Murdoch v Curran in Seaton 1997: 74).

Ko sta kontrola in vrednotenje novinarskega dela postajala vse bolj ekonomsko determinirana, je vprašanje profesionalizma postajalo vedno bolj kompleksno. Pulitzer je funkcije uredniškega in poslovnega dela časopisa ločil že leta 1904.

Obstaja očitna razlika med poslom in profesijo. Urednik, pisec uvodnikov ali dopisnik ni v poslu. Prav tako v poslu ni sposoben novinar. Ti ljudje predstavljajo profesijo ... Dobro ali slabo predstavljajo avtorsko delo in avtorsko delo je profesija. Človek v računovodstvu časopisa je v časopisnem poslu. Svojo pamet (povsem legitimno) osredotoča na komercialni vidik stvari, na mejo dobičkonosnosti, na zmanjšanje stroškov ... Človek pa, ki ima možnost, čast in zadovoljstvo, da vsak dan naslavlja javnost kot pisec ali mislec, je profesionallec (Pulitzer v Salcetti 199: 64).

Sveto načelo novinarstva je zid, ki ločuje cerkev od države, zid, ki naj zagotavlja, da na poročanje, pisanje in izbiro uredniške vsebine ne vpliva poslovna stran medijskega podjetja. Za neetično pojmuje, da kakršenkoli finančni interes vpliva na izbor uredniške vsebine. Edini legitimen kriterij za izbor je, da novinar v zvezi z določenim dogodkom meni, da je relevanten in pomemben v življenju skupnosti. Ta zid je bil vedno nekoliko porozen, vendar pa gre za načelo, za katerega bi se vsak novinar strinjal, da je ključno za etično novinarstvo. Ta tradicija tudi zahteva, da so v primeru dvoma novinarske vsebine vidno ločene od oglasov, ki morajo biti označeni kot oglasi. Kot je razvidno iz predhodnih poglavij, ni razloga za romantično opisovanje preteklosti, saj je treba priznati, da so časopisi v veliki meri vedno obstajali zato, da bi prinašali dobiček. »Popolna ločitev je bila vedno predmet boja, ker so se lastniki medijev zelo razlikovali v spoštovanju te tradicije. Vendar pa danes nekateri vodilni člani medijskega kartela od svojih novinarjev odkrito zahtevajo, da pri poročanju pomagajo oglaševalcem in promovirajo druge, ne-novinarske cilje svojih lastnikov« (Bagdikian 1997: Xii).

V zadnjih tridesetih letih se je uveljavilo označevanje oglasov ter tudi zakonska regulacija oglaševanja, vendar pa to ne pomeni, da se je število prispevkov, na izbor katerih vpliva poslovni

del časopisa, zmanjšalo ali da so celo izginili. Bagdikian dokazuje, da gre kljub dvigu standardov v novinarstvu za subtilno in rutinsko promoviranje korporativnih vrednot, ki se kažejo v preveliki odvisnosti od uradnih virov informacij, pomanjkanju socialnega konteksta za v novicah podana dejstva, kar odstrani večino pomena teh dejstev, v vzorcu selektivnega prizadevanja, rezultat katerega je, da so nekatere teme obdelane v globino, drugim, čeprav enako ali celo bolj pomembnim, pa se novinarji izogibajo (glej Bagdikian 1997: 212).

V kritiki prevlade tržnega načela v novinarstvu je John H. McManus v svojem delu *Market Driven Journalism – Let the Citizen Beware?* (1994: 184) opredelil razliko med tržnim in normativnim novinarstvom.

Informacije o tekočih zadevah in dogodkih, ki so oblikovane tako, da nudijo največje povečanje razumevanja, za največje število državljanov, ki ga omogočajo sredstva medijskega podjetja. Takšna vsebina služi javnemu dobremu. V nasprotju s tem tržno novinarstvo predstavlja informacije o tekočih zadevah in dogodkih, ki so oblikovane tako, da služijo interesu povečevanja dobička podjetja, pogosto (vendar ne vedno) na škodo potrebe javnosti po razumevanju lastnega okolja. Trg najbolje služi javnosti v času kriz ..., ko širok spekter trga potrebuje informativne novice za rutinske dneve, pa je tržno novinarstvo ekvivalent hitri hrani.

5.2. TOTALNI UREDNIK

Za novinarje je zid višji kot kadarkoli, ko gre za njihove osebne finance. Če novinar svoje prispevke spreminja zaradi osebne finančne ali politične koristi, je med kolegi zaničevan in najpogosteje izgubi službo. Kar je upravičeno prepovedano posameznemu novinarju, je vedno bolj iskano pri novinarjevih nadrejenih. Praksa izbora novic glede na boljši učinek oglaševanja je postala tako običajna, da je pridobila statut znanstvene točnosti in izdajateljske modrosti. Uprave pošiljajo strokovnjake, da urednike učijo finih podrobnosti te spretnosti.

»Pred petdesetimi leti so izvršni uredniki s svojimi zaposlenimi odprto govorili o lastnikovih občutljivostih. Danes večina urednikov o tem ne govori – ironična potrditev zvišanja profesionalnih standardov. Kadar zaščita interesov korporacije, ki je lastnica medija, vdre v uredniške odločitve, uredniki navedejo druge profesionalno sprejemljive razloge zanje (npr.:

»Zadeva nikogar ne zanima«. Pregrada je le redko absolutna: takšne zgodbe imajo le višji prag objavljalnosti. Novice, ki povzročajo dvom o korporativni etiki, morajo biti bolj nujne in melodramatične kot novice, ki to etiko podpirajo. Tako se počasi celotna medijska slika družbe nagiba k podpori interesov korporacij ... Osnovni interesi lastnikov so odgovornim urednikom jasni, zavedajo se, da je njihova svoboda omejena in zato izvajajo različne stopnje samocenzure« (Bagdikian 1997: 16).

Če so uredniki še pred dvajsetimi leti svojo vlogo opisovali kot prvo v uredništvu in zadnjo v upravi, je v zadnjem času opaziti obrnjen trend. Zdi se, da so dnevi velikih urednikov minili. V medijih ne prihaja le do neformalnega rušenja zidu med uredniškim in poslovnim delom, ampak je to rušenje razumljeno kot neizogibno, sprejemljivo in zaželeno. V dobi medijskih konglomeratov, velikih verig in milijonskih prevzemov medijev ni presenetljivo, da so se uredniki začeli obnašati kot managerji drugih korporativnih panog. Ti tržni pritiski »so pripeljali do pojava nove vrste urednika, križanca med urednikom in članom uprave. Ona/on je del koncepta »totalnega časopisa«, v katerem so vodilni v časopisu prisiljeni v koordinacijo uredniškega in poslovnega dela in skupno delo pri trženju časopisa kot totalnega produkta« (Underwood v Grattan 1998: 5).

Vendar pa na ta način vloge urednikov ne vidijo le korporativni lastniki medijev, ampak vse bolj tudi uredniki sami. Michael Fancer, leta 1994 izvršni urednik *The Seattle Timesa*, meni, da mora uspešen urednik integrirati poslovni in uredniški del ter postati marketinški strokovnjak. »Moderni urednik svoj časopis razume kot samopostrežbo za svoje bralce, ki prav toliko kot prinaša novice in stališča predstavlja tudi vodnik za sodobno življenje. Moderni urednik je trgovec, ki neutrudno trži svojo znamko in ki svoj produkt ustvarja s pomočjo obsežnih tržnih raziskav« (Grattan 1998: 10). Medijsko okolje naj bi postalo preveč kompetitivno, da bi medijska podjetja še lahko vztrajala pri ločitvi cerkve od države. Še toliko bolj v negotovih časih 21. stoletja, ki ga zaznamuje padanje naklad časopisov in oglaševalskega denarja tradicionalnih medijev.

Novo vlogo urednikov znotraj medijskih podjetij potrjuje tudi način, na katerega nastopajo in izgubljajo položaj. Lastniki jih menjavajo brez pojasnila razlogov za menjavo in brez razmisleka o posledicah teh menjav za uredniško politiko medija. Razumevanje urednikov kot ostalih vodstvenih uslužbencev in tišina, ki spremlja njihove rotacije, razrešitve in imenovanja, sta

pripeljala do tega, da v medijih lahko pride do velikih sprememb v uredniški politiki ob minimalnem kritičnem nadzoru. Ker so vrhunski uredniki integrirani v vodstvene cilje korporacij, so novinarji prek svojih urednikov postali manj odgovorni za integriteto uredniških vsebin in bolj za dobičkonosnost celotnega posla. To ni novinarstvo. To je oglaševanje in marketing. Prepletanje novinarstva z marketingom in oglaševanjem bo na koncu privedlo do uničenja integritete uredniških vsebin.

5.3. LASTNINSKA PRAVICA PROTI PRAVICI DO KOMUNICIRANJA

Prizadevanje za varovanje uredniških vsebin in ljudi, ki jih ustvarjajo, pred zunanjimi pritiski in interesi lahko označimo tudi kot spopad dveh ustavno zagotovljenih pravic, in sicer pravice do svobode izražanja in pravice do lastnine. Glede na to, da se osebna potreba, dolžnost in pravica do svobode izražanja uresničuje kolektivno prek množičnih medijev in se torej pravica svobode govora prevaja v pravico svobode tiska, se je potrebno vprašati, v kakšnem odnosu sta osebna pravica do komuniciranja in stvarna pravica do zasebne lastnine. »Bolj ko kompleksne institucije množičnih medijev (časniki, radio, televizija, internet) zahtevajo kolektivno izvajanje osebnih svoboščin (torej v nujnem sodelovanju z drugimi), bolj prihaja do nasprotja med obema pravicama« (Splichal 2005: 89).

Bücher, Tönnies in Marx so bili na koncu 19. stoletja med prvimi kritiki usmerjenosti medijev k dobičku in prevladovanju zasebnega interesa nad javnim: »Uredniški del je moteč, drag element organizacije in se ohranja samo zato, ker brez njega ne bi bilo naročnikov, ti pa zagotavljajo oglaševalce. Javni interesi so skrb časopisov le toliko, v kolikor ne ovirajo motivov založnikov glede dobička« (Bücher v Splichal 2005: 136).

Po klasični liberalni teoriji ima svoboda tiska svoje korenine v svobodi izdajanja na prostem trgu. Liberalci trdijo, da je svoboda tiska lastniška pravica, ki jo založniki izvršujejo v imenu celotne družbe. »Iz tega izhaja domneva o pravici založnikov, da svoje časopise usmerjajo osebno ali za to koga pooblastijo, kot pač ustreza njim samim. Kar počnejo, je na koncu skladno z javnim interesom, ker njihovo delovanje regulirajo tržni procesi. Ti procesi pa v liberalni teoriji zagotavljajo, da je tisk svoboden, raznolik in reprezentativen« (Curran in Seaton 1997: 287, 288).

Lastniki so šli tako daleč, da so trdili, da jim ustavno pravno varstvo svobode govora in tiska daje imuniteto celo pred zakoni, ki regulirajo poslovno plat medijskega posla, vendar pa so sodišča odločila, da mora poslovni del medija spoštovati enaka pravila kot ne medijska industrija (glej Holsinger 1991: 592). Verižno lastništvo in koncentracija lastništva sta postavila pod vprašaj samoumevno pravico lastnikov, da določajo uredniško politiko; danes govorimo o potrebi zaščite urednikov in novinarjev pred lastniki.

Kraljeva komisija za tisk v Veliki Britaniji je v svojem poročilu za leto 1997 za razliko od svojih predhodnic zapisala: »Svobodo tiska definiramo kot svobodo pred ovirami, ki omogoča, da lastniki, uredniki in novinarji zadovoljujejo javni interes, s tem da objavljajo dejstva in mnenja, brez katerih državljani v demokraciji ne more oblikovati odgovornih odločitev« (Curran in Seaton 1997: 297). Kazalo je, da je komisija z definicijo svobode tiska v tem kolektivnem smislu spremenila tradicionalni koncept svobode tiska kot lastniške pravice lastnikov. Novost tega pristopa je bila navidezno potrjena z določbami v listini, ki jo je predlagala komisija in ki je podpirala svobodo individualne vesti novinarjev ter svobodo urednikov, da sprejmejo prispevek, tudi če nasprotuje stališčem njihovih lastnikov. Vendar pa ta novi pristop ni zdržal. Izkazalo se je, da je glavna skrb listine, ki so jo odsevale številne, natančne prepovedi, kako zaščititi lastnike in urednike pred novinarji in njihovimi organizacijami. Komisija je sprejela argument združenja časopisnih založnikov, da »so v resnici uredniške in poslovne odločitve neločljive« in da bi bil zapis nekaterih pravic urednikov v njihove pogodbe – npr. pravica kritizirati aktivnosti drugih delov organizacije, ki jim časopis pripada – preveč omejevalen. Glede širšega vprašanja notranje demokracije, ki so jo nekateri opredelili kot osnovno varovalo proti zlorabi lastniške moči, je komisija navedla nenavadno priznanje, da tega vprašanja ni raziskala na način, prek katerega bi lahko zavzela stališče do tako zapletenega in kontroverznega predmeta (glej Curran in Seaton 1997: 297, 298).

Rastoče nezaupanje v uspešnost medijev, da delujejo v interesu javnosti, je raje kot v reformi medijev kot institucije svoj izraz našlo v osebni kritiki novinarjev. Razpravo o reformi v javnosti obvladujejo nezadovoljni politiki, jezni zaradi načina, s katerim mediji nadzorujejo njihovo osebno vedenje; usmerjajo jo v varovanje zasebnosti in nenehne napade na neverdostojnost in neprofesionalnost posameznih kritičnih medijev in novinarjev. V tem kontekstu se zdi, da bo svoboda tiska še naprej enačena z lastniško pravico lastnikov, vendar pa se vprašanju o nedemokratični kontroli javnih informacij v prihodnosti ne bo mogoče izogniti.

5.3.1. DRUGAČNA VRSTA LASTNIKOV

Skupina Guardian je za razliko od ostalih zasebnih medijev, ki so bodisi delniške družbe ali v lasti posameznikov in družin, v lastništvu Sklada (*Scott Trust*). Sklad je bil ustanovljen leta 1936 po smrti CP Scotta in Edwarda Scotta z namenom, da bi prenos lastništva na Sklad preprečil prodajo ali prenehanje izhajanja medijev zaradi pravic dedovanja. Na ta način naj bi bila pred vmešavanjem prihodnjih lastnikov zavarovana tudi Guardianova liberalna uredniška politika.

Osrednji cilji Sklada so objavljeni na uradni spletni strani Skupine Guardian (*Guardian Media Group*):

Zagotoviti trajno finančno in uredniško neodvisnost Guardiania kot kakovostnega nacionalnega časopisa brez strankarskega vpliva, ki bo ostal zvest liberalni tradiciji, kot učinkovito upravljana iniciativa, zavezana ustvarjanju dobička.

Vse druge aktivnosti morajo biti skladne z osnovnim ciljem. Podjetje v lasti Sklada mora biti upravljano tako, da bo dobiček namenjen za uresničevanje osnovnega cilja in ne bo investiran v dejavnosti, ki so v konfliktu z vrednotami in načeli Sklada.

Vrednote in cilje Sklada je treba spoštovati v celi skupini. Skladov interes je promovirati načelo svobode tiska in nepristranskega novinarstva v Veliki Britaniji in drugje (Guardian Media Group 2007).

Mediji v lastništvu Sklada v strokovni, splošni in tudi novinarski javnosti veljajo za izredno kakovostne, neodvisne in verodostojne ter so posledično tudi finančno uspešni. Njihovo odgovornost do javnosti in zaposlenih ter spoštovanje visokih uredniških standardov izpričuje uveljavitev številnih samoregulativnih mehanizmov, med njimi sprejem notranjega etičnega kodeksa, listine o pravicah svobodnih novinarjev, vzpostavitev instrumenta *reader's editor*; Guardian ima tudi ombudsmana, ki odgovarja na pritožbe bralcev.

Sklad je formaliziral značilnosti, ki jih poznajo tudi nekatere druge medijske skupine v družinskem lastništvu, na primer Sulzbergerjev *New York Times*, in so podobne načinu upravljanja fundacije *FAZ Stiftung*, ki nadzira *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.

Navedeni primeri kažejo, da je alternativa brezkompromisnemu lastništvu medijskih korporacij možna, in kar je še pomembnejše: da je tudi ekonomsko upravičena in uspešna. Esther Thorson z Univerze v Missouriju dokazuje, kar so raziskave nedvomno potrdile, da obstaja povezava med kakovostjo in naklado. Vlaganje v kakovost in močna uredništva se na dolgi rok izplačajo (glej

Thorson 2003). Kljub vsemu pa so takšna visoko družbeno odgovorna podjetja redkost, komunikacijskih pravic pa ni mogoče prepustiti ponudbi in povpraševanju na trgu. Tržna regulacija, ki izhaja iz ideala suverenosti potrošnika, je za medije povsem neprimerna. Seveda pa lahko tudi omejujoča zakonodaja (poseg države) omejuje avtonomijo medijev in novinarstva. Obratno žal ne velja, ne zakonska ne tržna regulacija ne moreta zagotoviti svobode in avtonomije, zanj je potrebna ustrezna demokratična kultura. Če pravico do komuniciranja razumemo kot pravico *sui generis*, se postavlja nerešeno praktično-politično vprašanje, »ki zahteva vmešavanje države, da bi regulirala lastninsko pravico tako, da ne bi omejevala pravice do komuniciranja« (Splichal 2005: 89).

6. REGULACIJA

Zaradi pomena zaščite svobode govora in svobode tiska za demokracijo je bila na državni in mednarodni ravni sprejeta zakonodaja, ki varuje obe svobodi. Institucionalizacija komuniciranja je povzročila, da so različne skupine in posamezniki želeli v medijih uresničevati svoje partikularne interese, zato se je regulacija pojavila hkrati z institucionalizacijo. Najprej se je ta izražala v strogih prepovedih svobode izražanja in tiska, nato pa z ustavnim in zakonskim zagotavljanjem svobode tiska. Danes je splošno sprejeto, da demokratizacija komuniciranja nujno zahteva njegovo regulacijo.

Iz prejšnjih poglavij je razvidno, da so odprava preventivne cenzure, davkov na znanje, odmik tiska od patronaže države in političnih strank ter pomembnost tržne konkurence in blagovne produkcije bistveni elementi ustvarjanja neodvisnega tiska. V razmerah predindustrijskega gospodarstva se je zdelo, da je trg veliki osvoboditelj in porok popolne konkurence, ki bo zagotovila, da bo javnost dobila najboljši medijski izdelek. Vendar pa je tisk že v drugi polovici 19. stoletja zaradi povečanih produkcijskih stroškov postal ujetnik verižnega lastništva, komunikacijske pravice pa so iz sfere osebnih pravic prešle v roke medijskih korporacij. »Skupaj s komercializacijo ter ekonomsko, tehnološko in organizacijsko koncentracijo pa so se v zadnjih sto letih strnile v komplekse družbene moči, tako da je prav njihovo ostajanje v zasebni lasti pogosto ogrožalo kritično vlogo publicistike« (Habermas 1989: 208).

Danes je jasno, da trg ni ustrezen regulator, saj je idejo svobode izražanja in tiskanja degradiral v zgolj nižjo vrsto lastninske pravice in podjetniške svobode. Tako politični kot akademski krogi se strinjajo, da je regulacija, ki omogoča popravke anomalij trga, nujna. Problem tržne regulacije je, kot pravi Splichal, »da človekovo osebno pravico do svobodnega izražanja podreja lastninski pravici« (Splichal 2005: 131). Seveda pa ima tudi regulacija svoje pasti, saj lahko država prek zakonodaje in regulacijskih teles neposredno posega v medije in izvaja pritiske na novinarje ter tako zmanjšuje njihovo avtonomijo. Konkurenco in raznovrstnost medijskih vsebin je mogoče doseči prek tržnih politik, ki uveljavljajo popravke trga, in na ta način premostiti razkorak med liberalno teorijo in realnostjo. Potreben bo odmik od tradicionalnega stališča, da medijska politika ni potrebna.

6.1. MEDNARODNI ZAKONODAJNI OKVIR

V predstavitvi pravnega okvira varovanja svobode govora se bom dotaknila le nekaterih bistvenih elementov, saj predstavitev celote močno presega domet in potrebe pričujočega diplomskega dela. Že na začetku je treba povedati, da čeprav noben od mednarodno zavezujočih pravnih dokumentov ne govori neposredno o neodvisnem novinarskem delu in uredniški avtonomiji, ima ta svojo osnovo v svobodi govora in pravici izražanja mnenja, ne glede na posledice, ki ju je mednarodna skupnost po drugi svetovni vojni uvrstila med temeljne človekove pravice. Odsotnost neposrednega pravnega varovanja uredniške neodvisnosti kaže velik razkorak med formalnim pravnim okvirom in dejanskimi potrebami po zaščiti na vseh ravneh. Očitno je, da imajo velike nadnacionalne korporacije veliko večje možnosti, da pri mednarodnih in državnih zakonodajalcih lobirajo za njim naklonjeno zakonodajo. Čeprav vse več institucij opozarja na krizo uredniške neodvisnosti in medijskega pluralizma, ta opozorila niso prevedena v pravne dokumente. To ponazarja tudi sporočilo za javnost Odbora Evropskega parlamenta za kulturo in izobraževanje, objavljeno 3. junija 2008, ki ga je ta izdal ob sprejemu osnutka Poročila o koncentraciji in pluralizmu medijev v Evropi³, katerega pripravo je naročila komisija sama. Odbor je Evropskemu parlamentu in komisiji posredoval predlog ukrepov. Poročilo opozarja na »precejšnje tveganje«, da bi zasledovanje dobička v zasebnih medijih lahko ogrozilo njihovo

³ European Parliament, Comitte for Culture and Education, Draft report on concentration and media pluralism in the media in the European Union (2007/2253(INI)), 7. marec 2008, http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/pr/712/712320/712320en.pdf

sposobnost, da v demokraciji opravljajo nadzorno funkcijo. Predsednica odbora Katarina Batzeli je v razpravi opozorila: »Primeri neomejene koncentracije lastništva ali nezadostnega medijskega pluralizma ogrožajo kulturno raznolikost in svobodo izražanja ne le na nacionalnih trgih, ampak na evropski ravni. Za preseganje teh izzivov, s posebnim poudarkom na novih tehnologijah in storitvah v medijskem sektorju, potrebujemo močno zavezo na evropski ravni.«⁴ Kljub temu pa so člani odbora, kot odgovor na to grožnjo, »zagovarjali uredniške statute, ki naj lastnikom, delničarjem ali vladam preprečijo vmešavanje v uredniške vsebine, in ombudsmane, ki naj varujejo svobodo medijev« (prav tam), torej samoregulacijske mehanizme namesto resnega zakonodajnega posega na evropski ravni, ki bi zaščitil uredniško neodvisnost z inštrumenti, močnejšimi od nekih splošnih načel.

Slavko Splichal (2005) opozarja, da se razlika med nasprotujočima konceptoma o tem, ali naj bo v ospredju tisk ali posameznik, kaže že v opredelitvi svobode tiska v obeh dokumentih, kjer je bila prvič izražena. »Medtem ko virginijska Listina o človekovih pravicah govori o tisku kot »velikem braniku svobode«, se Francoska deklaracija o pravicah človeka in državljana izreka o »svobodnem sporočanju misli in mnenj«, kar vključuje »svobodno tiskanje« (Splichal 2005:15). Splošna deklaracija Združenih narodov o človekovih pravicah, sprejeta decembra 1948, v 19. členu določa: »Vsakdo ima pravico do svobode mišljenja in izražanja, všteti pravico, da nihče ne sme biti nadlegovan zaradi svojega mišljenja, in pravico, da lahko vsak išče, sprejema in širi informacije in ideje s kakršnimikoli sredstvi in ne glede na meje«.⁵ Leta 1950 je bila podpisana Evropska konvencija o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin⁶, ki v členu 10.1 povzema dikcijo deklaracije Združenih narodov. Določbe konvencije so obvezujoče za vse države članice Sveta Evrope, sankcioniranje njihovih kršitev pa je pravno izvedljivo. Pritožbe o kršitvi člena 10.1 konvencije ali katere druge od osebnih pravic, ki jih zagotavlja konvencija, so po izčrpanju domačih sredstev lahko vložene na Evropsko sodišče za človekove pravice. Na

⁴ Protect editorial independence and media pluralism, Press Release, Comitee for Culture and Education, 3. junij 2008, http://www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress_page/039-30532-154-06-23-906-20080602IPR30531-02-06-2008-2008-false/default_en.htm

⁵ Splošna deklaracija človekovih pravic, sprejeta in razglašena z resolucijo Generalne skupščine Združenih narodov 217 A (III), 10. december 1948, <http://www.unhcr.ch/udhr/lang/slv.htm>

⁶ Evropska konvencija o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin. Uradni list RS (13. 6. 1994) MP, št. 7–41/1994 (RS 33/1994), Council of Europe, Rim, 4. november 1950, http://www.coe.si/sl/dokumenti_in_publikacije/konvencije/005/

podlagi 10. člena konvencije je Evropsko sodišče za človekove pravice oblikovalo bogato sodno prakso. Sodišče svobodi medijev, ki jih šteje za temelj in »pse čuvaje« demokratičnih družb, daje velik pomen, zato je doslej praviloma zaščitilo svobodo izražanja v medijih. Evropsko sodišče za človekove pravice je svobodo medijev definiralo kot pravico javnosti »do svobodnega medijskega sistema, ki omogoča dostop do v celoti uravnoveženih, popolnih in raznolikih informacij. Pod tem leži ideja, da je svoboden sistem takšne vrste osnovni predpogoj za delujočo demokracijo« (Bruke 2002).

Po vzoru prvega amandmaja ustave ZDA je večina demokracij zahodnega tipa svobodo govora vključila v svoje nacionalne zakonodaje. Evropska unija v členu 6.2. Pogodbe o Evropski uniji prevzema določbe Evropske konvencije o človekovih pravicah za osnovna načela zakonodaje EU. Svoboda medijev in medijska pluralnost ali raznolikost niso predmet sprejetih konvencij in deklaracij, čeprav je splošno sprejeto, da je vsak državljan odprte in demokratične družbe odvisen od svobodnih in neodvisnih množičnih medijev, ki izvajajo njegovo pravico do informacij in svobode izražanja. To pravno praznino bo vsaj minimalno zapolnil drugi odstavek 71. člena Pogodbe o ustavi za Evropo, ki pravi: »Spoštuje se svoboda in pluralnost medijev,«⁷ – seveda če in ko bo pogodba podpisana.

Svet Evrope je v letih od svoje ustanovitve sprejel veliko število deklaracij, priporočil, resolucij in dogovorov. Med njimi je bila na medijskem področju prva Deklaracija o svobodi govora in informacij, ki jo je ministrski svet podpisal aprila 1982 in v kateri so podpisniki izjavili, da bodo na področju informacij in množičnih medijev med drugimi poskušali uresničiti naslednje cilje:

- *varovanje pravice vsakogar, ne glede na meje, da se izraža, da išče in sprejema informacije, ne glede na njihov vir, kot tudi, da jih razširja pod pogoji 10. člena Evropske konvencije o človekovih pravicah;*
- *odsotnost cenzure ali kakršnekoli arbitrarne kontrole ali pritiska na udeležence informacijskega procesa, na medijske vsebine ali na prenos in širjenje informacij;*

⁷ Pogodba o Ustavi za Evropo CIG 87/2/04 REV 2, Konferenca predstavnikov vlad držav članic, Bruselj, 29. oktober 2004, <http://evropa.gov.si/ustava/pogodba-o-ustavi-za-evropo.pdf>

- *obstoj velike raznolikosti neodvisnih in avtonomnih medijev, ki odražajo pestrost idej in mnenj.*⁸

Ena od zadnjih deklaracij ministrskega sveta Sveta Evrope s področja medijev se nanaša na svobodo govora v kontekstu boja zoper terorizem, v kateri je znova poudarjena ključna vloga svobode izražanja za obstoj demokratične družbe in države članice poziva, da ne uveljavijo nobene nove omejitve svobodi govora in dostopa do informacij v medijih, razen če je to absolutno nujno in primerno za demokratično družbo in šele po skrbnem preverjanju, ali že obstoječi zakoni in merila ne zadostujejo. Januarja 2007 je ministrski svet sprejel Priporočilo o medijskem pluralizmu in raznolikosti medijske vsebine, ki temelji na razumevanju svobode komuniciranja kot temeljne človekove pravice in predlaga ukrepe za promocijo »strukturnega pluralizma medijev, vsebinske raznolikosti in medijske transparentnosti«.⁹ Člen, namenjen promociji širše demokratične participacije in notranje raznolikosti, pravi: »Države članice naj bi, ob upoštevanju načela uredniške neodvisnosti, medije spodbujale, da bi javnost oskrbovali z raznolikimi medijskim vsebinami, ki bi bile sposobne spodbuditi kritične razprave in širše demokratične participacije posameznikov, ki pripadajo vsem skupnostim in generacijam« (prav tam).

Druga evropska mednarodna organizacija, ki opozarja na pomen svobodnih medijev, je nekdanja Helsinška konferenca, ki je prerasla v Organizacijo za varnost in sodelovanje v Evropi (OVSE); države članice so v 11. členu Deklaracije, sprejete na vrhu 3. decembra 1996 v Lizboni, razglasile: »Svoboda tiska in medijev je eden osnovnih predpogojev za resnično demokracijo in obstoj civilne družbe.«¹⁰ V skladu z dano zavezo po uresničevanju tega načela je OVSE leta 1997 ustanovila institut Predstavnik za svobodo medijev. Na medijski konferenci v organizaciji OVSE, novembra 2005, so udeleženci sprejeli *Tbilisi Declaration on Public Service*

⁸ Declaration on the Freedom of Expression and Information, sprejel ministrski svet na 70. seji, 29. april 1982, <https://wcd.coe.int/com.instranet.InstraServlet?command=com.instranet.CmdBlobGet&InstranetImage=601273&SecMode=1&DocId=675536&Usage=2>

⁹ Recommendation CM/Rec(2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content, sprejel ministrski svet na 985. seji, 31. januar 2007, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089699>

¹⁰ Lisbon summit declaration, sprejeto 3. december 1996 v Lizboni, http://www.osce.org/documents/mcs/1996/12/4049_en.pdf

*Broadcasting and the Internet*¹¹ in ob tem poudarili, da mora uredniško neodvisnost zagotavljati zakonodaja. Poleg tega so v dokument zapisali, da morajo internetni mediji uživati enako zaščito kot tradicionalni mediji in ne smejo biti podvrženi državni regulaciji ali postopku predhodnega registriranja spletnih strani.

6.1.1. REGULACIJA AVDIOVIZUALNIH STORITEV V EVROPI

Področja tiskanih medijev niti Evropska unija niti Svet Evrope, razen že navedenih splošnih načel, ne regulirata. Drugače je s področjem elektronskih medijev. Evropska konvencija o televiziji brez meja, sprejeta 5. maja 1989, in spremljajoči protokol, ki je začel veljati 1. marca 2002, v kar nekaj členih vsaj posredno zagotavljata uredniško avtonomijo. Države podpisnice so se v 7. členu zavezale, da je »naloga izdajatelja televizijskega programa zagotoviti, da objavljene vsebine pošteno predstavljajo dejstva in dogodke in spodbujajo svobodno oblikovanje mnenj«.¹²

Konvencija prepoveduje mešanje oglaševalskih in uredniških vsebin in v 11. členu oglaševalcu prepoveduje izvajati uredniški vpliv na vsebino programov. 13. člen konvencije zahteva: »Oglaševanje in TV prodaja morata biti jasno prepoznavna in očitno ločena od ostalih delov programa z vizualnimi ali zvočnimi sredstvi« (prav tam). Konvencija prepoveduje prikrito oglaševanje, v oglasih pa naj ne bi nastopale osebnosti, ki navadno predstavljajo novice oziroma dnevnoinformativni program. Konvencija v četrtem poglavju regulira tudi sponzoriranje televizijskih programov in v 17. členu določa: »Če je program sponzoriran v celoti, mora biti to na koncu jasno označeno. Na vsebino in umestitev sponzoriranega programa ne sme v nobenem primeru, na način, ko bi s tem vplival na odgovornost in uredniško avtonomijo medija glede programov, vplivati sponzor« (prav tam). Prepovedano pa je tudi sponzoriranje novic in dnevnoinformativnega programa.

¹¹ Tbilisi Declaration on Public Service Broadcasting and the Internet, The Representative on Freedom of the Media and The Mission to Georgia, Second South Caucasus Media Conference, Public Service Broadcasting and the Internet, Tbilisi 17–18 November 2005, http://www.osce.org/documents/rfm/2005/11/17039_en.pdf

¹² European Convention on Transfrontier Television, sprejeto 5. maja 1989 v Strasbourgu; spremljajoči protokol (ETS No. 171) začel veljati 1. marca 2002, <http://conventions.coe.int/Treaty/EN/treaties/Html/132.htm>

Direktiva o čezmejni televiziji¹³, sprejeta leta 1989, večinoma povzema določila konvencije o čezmejni televiziji. Konec leta 2007 je Evropski parlament sprejel novo Direktivo o avdiovizualnih storitvah brez meja¹⁴, ki po mnenju Sandre Bašić Hrvatini »namesto o pravici državljanov do pluralnega medijskega prostora govori o zagotavljanju večjega varstva pravic potrošnikov in mehča obstoječe oglaševalske omejitve, kar bo posledično vplivalo na večjo prisotnost oglaševalskih vsebin v avdiovizualnih medijskih storitvah« (Bašić Hrvatini 2007). Direktiva po njenem mnenju zelo slabo definira tudi avdiovizualne medijske storitve.

»Z današnjim dnem se začenjajo boljši časi za konvergenco industrije avdiovizualnih storitev v Evropi,« je uspešnost direktive zagovarjala Viviane Reding, komisarka EU za informacijsko družbo in medije v izjavi za medije ob potrditvi nove direktive v Evropskem parlamentu 29. novembra 2007 (Evropska komisija 2007). »S temi posodobljenimi pravili, ki povečujejo pravno varnost in potrjujejo načelo države izvora, bodo evropske avdiovizualne politike boljše zadovoljile potrebe hitro rastoče in dinamične industrije ter hkrati ohranile visoke standarde varstva potrošnikov. To bo privedlo do manjšega števila predpisov, boljšega financiranja vsebin ter večje prepoznavnosti kulturne raznolikosti in varstva mladoletnikov« (prav tam).

Na ravni Sveta Evrope ter Organizacije za varnost in sodelovanje v Evropi je bilo sprejetih veliko dokumentov, ki opozarjajo na pomen močne, strukturno, finančno in vsebinsko neodvisne javne radiotelevizije, vendar pa to odpira obsežno novo področje, ki ni predmet tega diplomskega dela.

7. SAMOREGULACIJSKI MEHANIZMI

Claude-Jean Bertrand v svojem »pregledu sistemov medijske odgovornosti« pravi, da sta za zagotavljanje dobre storitve medijev na voljo dve tradicionalni politiki, uporaba zakonov in zaupanje trgu. »Obe negativni. Zato bi morda morali preizkusiti tretjo rešitev, bolj pozitivno, manj nevarno – medijsko etiko (...), ki jo lahko izvajajo tri skupine protagonistov – lastniki, profesionalci in uporabniki – na mnogo različnih načinov, ločeno ali skupaj v različnih

¹³ »Television Without Frontiers« Directive - Direktiva o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov (89/552/EGS) (EGT L 298 , 17. 10. 1989, s. 23), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/sl/consleg/1989/L/01989L0552-19970730-sl.pdf>

¹⁴ Audiovisual media services without frontiers Directive, sprejel Evropski parlament 11. december 2007, <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/l24101a.htm>

kombinacijah, tako da uporabljajo sisteme medijske odgovornosti« (Bertrand v Preoteasa 2005: 8). Bertrand navaja 80 sredstev ali oblik teh sistemov, ki vključujejo etične kodekse, pritožbene organe in prostor za objavo pritožb bralcev, poslušalcev ali gledalcev, urednikovo pismo, v katerem pojasnjuje uredniške odločitve, redno kolumno, ki razlaga pravila in standarde, ustanovitev raznih komisij za etiko, redno izobraževanje novinarjev, vzpostavitev tiskovnega sveta ..., katerih glavni namen je izboljšati kakovost informativnih medijev s pomočjo spremljanja in ocenjevanja, izobraževanja in reflektiranja. Novinarji lahko podpora javnosti pričakujejo le, če so tej javnosti odgovorni. Izdajatelji dolgoročno zaupanje bralcev, gledalcev in poslušalcev ter posledično ekonomski uspeh pričakujejo le, če bodo javnosti ponudili verodostojen medijski produkt. Vsi udeleženci v tem procesu morajo torej sprejeti del odgovornosti za ohranitev svobode izražanja, kar je mogoče prek številnih samoregulativnih mehanizmov, ki pa delujejo le ob pripravljenosti vseh udeleženi, da sprejmejo pravila igre in se sami omejijo v korist odgovornosti za neodvisne medije. Sistemi samoregulacije so po eni strani lahko najbolj učinkovit način za spreminjanje in izboljšavo neprimernih praks ter za razreševanje konfliktov znotraj medijskih hiš in uredništev. Temeljijo namreč na dialogu, konsenzu in samoomejevanju. Po drugi strani pa jih je ravno zaradi te značilnosti najteže uveljaviti, saj predvidevajo veliko stopnjo odgovornosti in politične kulture. Če so novinarski etični kodeksi, ki določajo osnovne poklicne standarde za pripravo prispevka, definirajo konflikte interesov, ki lahko kompromitirajo novinarjevo poročanje zaradi uresničevanja osebnih koristi ter vsebujejo tudi klavzulo o ugovoru vesti, dokaj široko sprejeti in spoštovani, pa je veliko več težav pri sprejemanju uredniških statutov. Uredniški statuti namreč veliko bolj posegajo v pravice lastnikov, da samovoljno upravljajo in urejajo svoje medije.

6.1. UREDNIŠKI STATUTI

Regulacija uredniške avtonomije je lahko iz razlogov, ki sem jih že opisala, potencialno zelo nevarna. Medijske politike so po drugi strani rezultat zakonodajnega procesa, na katerega vplivajo številni interesni lobiji, med njimi tudi medijska industrija, saj zavira sprejemanje zakonodaje, ki bi jo omejevala. Možna in delno že uveljavljena alternativa so uredniški statuti, ki naj urejajo razmerja znotraj uredništva in odnose uredništva z ostalimi deli medijskega podjetja,

predvsem v luči posebne vloge, ki jo ima uredništvo pri zagotavljanju svobode izražanja in demokratičnega nadzora oblasti.

Zaposleni novinarji v časopisu bi morali izvoliti svojega odgovornega urednika, kot to počnejo v odličnih dnevnikih v Evropi. To bi zmanjšalo naraščajoč pritisk, ki sili k spreminjanju uredniških vsebin, da bolje ustrezajo prodajni politiki. Osnovna ovira volitvam urednikov je odstranitev tradicionalne lastninske pravice lastnikov, da upravljajo s svojo lastnino, kar vključuje tudi izbor resne uredniške vsebine. Volitve vrhunskih urednikov se ne morejo zgoditi, če se lastniki ne odrečejo tej lastninski pravici. Najmanj tretjina urednikov, ki delajo za časopisne verige, je rekla, da ne bi objavili novice, ki bi lahko škodila matičnemu podjetju. Lastniki se bodo obotavljali odreči temu vplivu, ki ga imajo na svoje urednike. Vendar pa je prav to razlog, zaradi katerega bi se mu morali odreči (Bagdikian 1997: 231).

Podjetja v Veliki Britaniji in v mnogih drugih državah, med drugim tudi v Sloveniji, morajo ob ustanovitvi sprejeti družbena pravila, v katerih uredijo razmerja med delničarji in upravo družbe. Nekateri britanski časopisi so v ta pravila vključili tudi določbe (*Articles of Association and Independent Directors*), ki varujejo uredniško avtonomijo ter novemu lastniku ob prevzemu preprečujejo kadrovske zamenjave in izvajanje kontrole nad uredništvom. *Observer* je na takšen način leta 1981 zavaroval svojega dopisnika iz Afrike, ki ga je novi lastnik Tiny Rowland hotel zamenjati brez predhodnega posvetovanja z urednikom. Neodvisne urednike *Observerja* so izvolili in izbrali zaposleni, kar je lastniku ob prevzemu predstavljalo večjo oviro pri njihovi zamenjavi. 26. aprila 1984 je o usodi *Observerjevih* urednikov razpravljala drugi dom (*House of Lords*) parlamenta Velike Britanije. Lord Bruce of Donington se je ob tem vprašal, »ali ne bi bila drža vlade v demokraciji – čeprav gre za voljeno diktaturo – precej bolj dostojanstvena in njena vloga dosti bolj spoštovana, če bi sprejela vse možne korake, da bi znotraj te demokracije zagotovila resnično svobodo tiska in dosegla, da uredniki ne bi bili podvrženi kapricam in diktatu lastnikov, na škodo nepristranskosti novic, ki naj bi jih objavljali« (HANSARD 1984). Dobil je odgovor, da država nima zakonske podlage, na osnovi katere bi zunaj okvira zakonodaje, ki omejuje koncentracijo lastništva, lahko omejevala lastnika, urednike pa varujejo določbe, sprejete v družbenih pravilih, zato naj jih uveljavljajo na sodišču. Rupert Murdoch je pri napadu na *Times Newspapers* uporabil bolj prebrisan tehniko, saj je najprej imenoval nižje urednike in jih obkrožil z ljudmi, ki jim je lahko zaupal, nato pa v uredništvu ustvaril atmosfero nezaupanja in

sovraštva. Novinarji, ki niso bili zadovoljni s premikom uredniške politike v desno, so na koncu sami zapustili *Sunday Times*. Takšna praksa je dobro poznana tudi v slovenskem medijskem prostoru; z Dela je na Dnevnik »prebegnilo« večje število novinarjev, prav tako je TV Slovenija po zamenjavi vodstva in odgovornih urednikov zapustilo precej novinarjev.

Evropski mediji imajo pri sprejemanju uredniških statotov, ki so nekje vključeni tudi v kolektivne pogodbe za novinarje, kar olajšuje njihovo uveljavljanje, precej dolgo tradicijo. Uvajanje uredniških statotov podpirajo poslanci Evropskega parlamenta. Organizacija za varnost in sodelovanje v Evropi (OVSE) je na predlog predstavnika za svobodo medijev 22. julija 2003 sprejela Načela za zagotavljanje uredniške neodvisnosti v medijih v državah v tranziciji, katerih lastništvo so prevzele tuje korporacije. Ob tem je OVSE vlogo in odgovornost lastnikov medijev označila za veliko večjo kot pri ostalih industrijskih produktih: »Potencialni razlog za skrb obstaja, predvsem glede uredniških politik medijev, v luči pogosto krhkega stanja demokracije in pravne države.«¹⁵

Predstavniki za svobodo medijev je medijskim podjetjem z mednarodnimi interesi predlagal strinjanje z naslednjimi načeli.

- *Lastniška struktura medijev, tistih, ki so v celoti ali delno v lastništvu tujih investitorjev, mora biti javna.*
- *O uredniški neodvisnosti mora biti med uredništvom in upravo sprejet skupni kodeks vedenja.*
- *Vse institucionalne politične povezave medija morajo biti razkrite javnosti.*
- *Primere kontroverznih razrešitev odgovornih urednikov bi lahko obravnaval predstavnik za svobodo medijev; na željo ene od vpletenih strani bi lahko deloval kot arbiter, ki pa bi bil omejen na novinarske zadeve. Arbiter bi se opredelil do razrešitve na podlagi novinarskih načel, na katera bi se nanašal njegov mandat. To pa ne bi vplivalo na pravico razrešitve odgovornega urednika zaradi resnih ne-novinarskih razlogov. Prav tako ta postopek ne bi nadomestil običajnih zakonodajnih postopkov.*

¹⁵ Principles for Guaranteeing Editorial Independence, predlagano OSCE Representative on Freedom of the Media, Freimut Duve, 22. julij 2003, http://www.osce.org/documents/rfm/2003/07/514_en.pdf

- *Kjer ima podjetje v lasti več kot en naslov, se zavezuje k varovanju novinarske neodvisnosti in pluralizma kot prispevka k demokratizaciji in večji moči medijske svobode (prav tam).*

Načela je v letu 2003 podpisala založniška skupina *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)*, ki je lastnica številnih medijev v Vzhodni in Srednji Evropi.

Evropska zveza novinarjev (EFJ), največja novinarska organizacija, ki združuje 280.000 novinarjev iz več kot 30 držav, je v tako imenovani Milanski deklaraciji, ki so jo sprejeli sodelujoči iz 15 evropskih držav na konferenci EFJ *Editorial Independence and Consultation Rights for Journalists*, Milano, 3.–5. marec 1993, dopolnili pa so jo na konferenci *Editorial Councils in Multinational Companies: Safeguarding Internal Pluralism*, 25.–26. marec 1995, ugotavlja »da obstaja potreba po zagotavljanju pluralizma znotraj založniških hiš ter radijskih in televizijskih postaj. Obstaja potreba po zaščiti uredniške neodvisnosti.«¹⁶ Skupni minimalni standardi uredniške neodvisnosti, ki jih je po mnenju EFJ potrebno sprejeti v vseh evropskih medijih, so:

- *da uredniško osebje predstavlja moralni in intelektualni kapital založniških podjetij in radiodifuznih medijev;*
- *pravica uredniškega odbora, da se z njim posvetuje o odločitvah, ki vplivajo na imenovanje in razreševanje odgovornega urednika, opredelitev uredniške politike in vsebine tiskanega ali elektronskega medija, zaposlovalna politika, sprememba zadolžitev novinarjev v uredništvu;*
- *pravica uredniškega osebja, da se mu prisluhne v zvezi s pritožbami, povezanimi z uredniško politiko;*
- *pravica novinarja, da zavrne nalogo, če je v nasprotju z novinarsko profesionalno etiko, kot jo določa kodeks;*
- *pravica uredniškega osebja, da prepreči vmešavanje uprave ali tretjih oseb v uredniške vsebine;*
- *pravica novinarjev v Evropi do enakega plačila in enakopravnosti pri kariernem razvoju (prav tam).*

¹⁶ *Editorial Democracy in European Media - IFJ / EFJ Final Declaration*, European Federation of Journalists (1995), <http://europe.ifj.org/en/articles/editorial-democracy-in-european-media---ifj--efj-final-declaration->

Deklaracija tudi zahteva, da »v primeru konflikta svet uredništva, odgovorni urednik in uprava skličejo pogajanja« (prav tam). Evropska in mednarodna zveza novinarjev (IFJ/EFJ) sta se zavezali, da bosta poskušali te minimalne standarde uveljaviti na evropski ravni, na nacionalnih ravneh pa naj se uveljavitev uredniških statinov prevede v zakonodajo in/ali kolektivne pogodbe. EFJ/IFJ se je zavezal tudi za uveljavitev klavzule vesti, v primerih združitve in prevzemov, in za možnost sprejetja direktive za evropska podjetja, ki bi jasno ločila medijske in nemedijske interese evropskih korporacij. Znova je bil poudarjen pomen načela, da je urednik prvi med novinarji in zadnji med člani uprave. Predlaga tudi, da bi v državah, kjer podeljujejo medijske subvencije, prednost pri dodelitvi pomoči imeli mediji s sprejetimi uredniškimi statini. »Ta pravila ne nudijo osebnih ali profesionalnih privilegijev za novinarje,« je v sporočilu za javnost ob sprejetju doslej zadnjega uredniškega statina, aprila 2008 na Španski nacionalni radio televiziji (*RTVE*), izjavil predsednik EFJ Arne König (Mednarodna zveza novinarjev 2008). »Vendar pa je statut metoda za razreševanje etičnih konfliktov, ki lahko nastanejo pri opravljanju novinarskega dela. Zagotavlja uredniško integriteto ob priznavanju svobode izražanja osebnega mnenja, dolžnosti profesionalizma in uredniške politike medija« (prav tam).

Evropska zveza novinarjev je na redni letni skupščini junija 2008 v Berlinu potrdila Deklaracijo za svobodo tiska in medijev v Evropi. Pri pripravi so sodelovali EFJ, Evropsko združenje časopisnih izdajateljev (*ENPA*), Evropski založniški svet (*EPS*), Evropsko združenje izdajateljev revij (*FAEP*), Evropsko združenje javnih radiotelevizij (*EBU*), Združenje komercialnih televizij (*ACT*), Združenje evropskih radijskih postaj (*AER*) in Mednarodni inštitut za tisk (*IPJ*). EFJ je s pogajanjmi in dokumentom, ki je rezultat tega dialoga, poskušala na evropski ravni prispevati k spodbuditi procesa sprejemanja skupnih zavezujočih dokumentov novinarjev in izdajateljev. To je prvi poskus novinarskih organizacij, da bi z različnimi medijskimi skupinami na mednarodni ravni definirali skupna izhodišča za varovanje svobode tiska in medijev v Evropi. Besedilo deklaracije je mnogo bolj splošno in ohlapno od ostalih dokumentov EFJ, saj je bilo sprejeto v pogajanjih s skupinami izdajateljev. Novinarji in izdajatelji so se med drugim strinjali, da »bi morali novinarsko delo izvajati v etičnem uredniškem okolju, zavarovanem pred neprimernim političnim in ekonomskim vplivom, ter da bi morali vsi mediji, javni in zasebni, uživati uredniško svobodo in biti odprti za različna stališča«¹⁷. Nekateri redki družbeno odgovorni

¹⁷ A Declaration for Press and Media Freedom in Europe – One Voice, Many Media, sprejeto na redni letni skupščini Evropske zveze novinarjev junija 2008 v Berlinu. Prečiščeno in sprejeto besedilo uradno še ni objavljeno.

izdajatelji so se sicer tudi samostojno odločili za sprejem notranjih pravil, ki varujejo neodvisnost novinarjev. Nemška skupina *Axel Springer AG* je leta 2003 sprejela *Guidelines to Safeguard the Independence of Journalism at Axel Springer* in v pravilih med drugim zapisala, da je neodvisnost urednikov bistvena za njihovo delo in da morajo novinarji skupaj z vodstvom medijske hiše skrbeti, da ne pride do prepletanja uredniških in oglasnih vsebin. Splošna načela, ki naj bi jih pri izdajanju spoštovali mediji v okviru *Orkla Media*, vključujejo: »... novinarska načela, ki veljajo v demokratičnem svetu in v okviru ciljev posameznih publikacij kot tudi skupnih uredniških deklaracij. *Orkla Media* brani neodvisno pozicijo urednika. Do vmešavanja niso upravičene ne vlade ne lastniki, pa tudi ne oglaševalci ali druge interesne skupine.«¹⁸ Ob prodaji *Orkla Media* skupini Mecom leta 2006 se je splošna in novinarska javnost spraševala, ali bo novi lastnik nadaljeval s spoštovanjem visokih uredniških standardov.

Razmerja znotraj uredništev ter med izdajatelji in uredniki so na osnovi samoregulacije poskušali rešiti tudi na Norveškem, kjer so sprejeli skupno deklaracijo Združenja norveških urednikov in Norveškega združenja medijskih podjetij o pravicah in dolžnostih urednika:

Od urednika je pričakovano, da s svojo publikacijo deli osnovne poglede in cilje. Vendar pa uredniku znotraj tega okvira pripada svobodno in neodvisno vodstvo uredništva in uredniškega dela ter popolna svoboda pri oblikovanju stališč časopisa, čeprav se ta v posameznih zadevah razlikujejo od stališč izdajatelja ali uprave. Če se urednik/urednica znajde v nerazrešljivem konfliktu z osnovnimi pogledi medija, je njegova/njena dolžnost, da odstopi. Urednik si ne sme dovoliti, da bi podlegel pritiskom in zagovarjal stališča, ki niso v skladu z njegovimi prepričanji.¹⁹

Številni evropski mediji so sprejeli lastne statute, ki urejajo notranja razmerja v uredništvu in razrešujejo konflikte. V Italiji so člani, ki definirajo pravice in dolžnosti urednika do uredništva kot tudi postopki v primeru spreminjanja bistvenih delov novinarskih prispevkov ter sestava, pravice in dolžnosti zastopstva uredništva, del nacionalne novinarske kolektivne pogodbe. Za takšno rešitev si prizadevajo tudi na Hrvaškem. Novinarske organizacije v Sloveniji so pripravile minimalne standarde za varovanje uredniške avtonomije (Priloga), ki naj bi bili del poklicne

¹⁸ Orkla Media's Publishing Principles, objavljeno kot priloga poročila OVSE The Impact of Media Concentration on Profesional Journalism, http://www.osce.org/fom/item_11_13573.html

¹⁹ Rights and duties of the editor, podpisano 22. oktobra 1953, obnovljeno 1973 in 2004, http://www.nj.no/Rights+and+duties+of+the+editor.b7C_wJzU1Y.ips

kolektivne pogodbe, vendar pa so tako pri nas kot na Hrvaškem pogajanja zastala. Po informacijah Sindikata novinarjev Slovenije izdajatelji menijo, da uredniški standardi niso primerna vsebina kolektivne pogodbe, ki naj bi urejala le tradicionalne delovno-pravne odnose med delodajalci in delojemalci v rednem delovnem razmerju.

Tudi številne druge evropske novinarske organizacije so pripravile obsežne predloge uredniških statotov. Nizozemsko združenje novinarjev je tako pripravilo model statuta za odgovorne in ostale urednike, ki definira, zakaj se časopis razlikuje od vseh drugih industrijskih izdelkov, ter zelo natančno definira vse konfliktno skupine znotraj medija, predlaga sestavljanje teles uprave in uredništva ter njihove pravice in dolžnosti. Definira pa tudi postopke za razreševanje konfliktov.

Uredniški statuti so nedvomno lahko zelo učinkovit inštrument, ki določi pravila igre, pravice in dolžnosti tako izdajatelja kot novinarjev, definira konflikte interesov in mehanizme za njihovo razreševanje. Novinarska stran je navadno motivirana in zainteresirana za sprejem uredniškega statuta, za izdajatelja pa to pomeni, da prizna določeno samoupravo uredništvu in se odpove delu pristojnosti, nad čimer izdajatelji praviloma niso navdušeni. Novinarski sindikati poročajo, da je v zadnjem desetletju zelo težko skleniti ali obnoviti kolektivne pogodbe, ki se nanašajo le na ožje področje delovno-pravnih odnosov, kjer izdajatelje v dialog sili velik nabor delovno-pravne zakonodaje. Težava samoregulativnih mehanizmov je tudi v tem, da se lahko močnejša stran kadarkoli odloči, da se sprejetega dogovora ne bo več držala. Novinarjem v tem primeru ne ostane veliko mehanizmov, če jim pravic ne zagotavlja zakonodaja. Sprejemanje temeljnih pravnih aktov, v katerih naj bi slovenski mediji določili stopnjo avtonomije uredništev, pa je dokaz, da pogosto tudi zakonske določbe ne zadostujejo.

8. VAROVANJE UREDNIŠKE AVTONOMIJE V SLOVENIJI

8.1. SLOVENSKI ZAKONODAJNI OKVIR

Slovenska ustava, sprejeta leta 1991, svobodo izražanja zagotavlja v 39. členu: »Zagotovljena je svoboda izražanja misli, govora in javnega nastopanja, tiska in drugih oblik javnega obveščanja in izražanja. Vsakdo lahko svobodno zbira, sprejema in širi vesti in mnenja. Vsakdo ima pravico dobiti informacijo javnega značaja, za katero ima v zakonu utemeljen pravni interes, razen v primerih, ki jih določa zakon.«²⁰

Področje medijev generalno urejata leta 2001 sprejeti Zakon o medijih in Zakon o dopolnitvah in spremembah Zakona o medijih (ZMed-A)²¹ iz leta 2006; dopolnitve in spremembe v člene, ki neposredno določajo uredniško avtonomijo, ne posegajo, vendar pa prek sprememb ostalih členov kljub temu nekoliko spreminjajo pogoje delovanja medijev in z njimi možnosti vplivanja na uredniške odločitve.

Področje javnega RTV servisa ureja leta 2005 sprejeti Zakon o Radioteleviziji Slovenija²², ki je nadomestil zakon iz leta 2001.

8.1.1. GENEZA MEDIJSKE ZAKONODAJE

Za razumevanje erozije zakonske varnosti uredniške avtonomije je potrebno razumeti genezo medijske zakonodaje samostojne Slovenije. Pričela se je z leta 1994 sprejetim Zakonom o javnih glasilih²³. Država je v tem zakonu na področju zagotavljanja uredniške avtonomije priznala veliko vlogo, ki so jo neodvisni mediji opravili v procesu osamosvajanja in je novinarstvu namenila veliko zakonskih instrumentov za zagotavljanje njihove neodvisnosti. Med načela, na

²⁰ Ustava Republike Slovenije, sprejeta leta 1991, <http://www.dz-rs.si/?id=150&docid=27&showdoc=1>

²¹ Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o medijih (ZMed-A), Ur.l. RS, št. 60/2006, <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200660&stevilka=2536>

²² Zakon o Radioteleviziji Slovenija Uradni list RS 96/05 str. 9945, veljati začel 12. novembra 2005, <http://www.dz-rs.si/index.php?id=101&vt=6&sm=k&q=zakon+o+radioteleviziji+slovenija&mandate=1&unid=SZ|C12563A400338836C12570290028B3D4&showdoc=1>

²³ Zakon o javnih glasilih /ZJG/ Ur.l. RS, št. 18/1994, veljal od aprila 1994 do maja 2001, http://www2.gov.si/zak/zak_vel.nsf/zakposop/1994-01-0728?OpenDocument

katerih temelji delovanje javnih glasil, zakon v 7. členu uvršča »svobodo obveščanja, nedotakljivost in varstvo človekove osebnosti in dostojanstva, svoboden pretok informacij in odprtost javnih glasil za različna mnenja, avtonomnost novinarjev pri opravljanju novinarskega dela, spoštovanje kodeksov novinarske etike ter osebno odgovornost novinarjev za posledice njihovega dela«.

30. člen 7. poglavja zakona, ki določa pravice in odgovornosti odgovornega urednika, uredništva in novinarjev, določa: »Javno glasilo ima odgovornega urednika, ki ga imenuje in razrešuje izdajatelj po poprejšnjem mnenju uredništva oziroma zastopstva uredništva ... Odgovorni urednik imenuje in razrešuje urednike po poprejšnjem mnenju novinarjev.« V skladu s 34. členom zakona je potrebno mnenje uredništva ali njegovega zastopstva pridobiti tudi ob bistveni spremembi programske zasnove medija.

V 31. členu, pri določanju meril, ki jih mora izpolnjevati odgovorni urednik medija, se je zakonodajalec zavedal pomena definiranja konflikta interesov med poslovnim in uredniškim delom medija, zato je med merila uvrstil, da je odgovorni urednik lahko »kdor ni lastnik več kot 10-odstotnega deleža v skupnem kapitalu izdajatelja in kdor nima več kot 10 odstotkov upravljalških pravic ali kdor ni direktor oziroma poslovodja ali član posloводства izdajatelja«. Ta pogoj pa ne velja za izdajatelja, ki ima največ tri zaposlene novinarje.

33. člen zakona določa, da so odgovorni uredniki, uredniki in novinarji v okviru določene programske zasnove in kodeksa novinarske etike pri svojem delu neodvisni in samostojni.

Drugi odstavek tega člena pa vsebuje klavzulo o ugovoru vesti in pravi: »Osebam iz prejšnjega odstavka ni mogoče odpovedati delovnega razmerja, zmanjšati plače, spremeniti statusa v uredništvu ali kako drugače poslabšati njihovega položaja zaradi izražanja stališč, ki so v skladu s programsko zasnovo in kodeksom novinarske etike, ali zaradi odklonitve objave informacije ali mnenja, s katero bi kršil programsko zasnovo ali kodeks novinarske etike.«

Zakon je do določene mere uredil tudi razmerja znotraj uredništva, ko določa njegovo sestavo in zapoveduje, da če uredništvo šteje več kot 20 novinarjev, to izvoli tričlansko zastopstvo. Način izvolitve zastopstva, njegove naloge, število članov in mandat se določijo s posebnim aktom uredništva. Z današnjega gledišča pa je še posebej zanimiv 36. člen Zakona o javnih glasilih, ki uvaja arbitražni postopek.

Za reševanje spornih vprašanj v zvezi z izvajanjem programske zasnove in uredniške politike ter položajem oseb iz 35. člena tega zakona se oblikuje poravnalni odbor, v katerega imenujeta uredništvo in izdajatelj po tri predstavnike, predsedujočega pa imenujeta sporazumno. Če v roku 30 dni ne pride do sporazuma, imenuje predsedujočega pristojno sodišče v nepravdnem postopku. K aktu izdajatelja, ki podrobneje ureja sestavo poravnalnega odbora ter reševanje vprašanj iz prejšnjega odstavka, daje soglasje uredništvo oziroma zastopstvo uredništva. Poravnalni odbor sprejema odločitve z večino glasov vseh članov. Odločitve poravnalnega odbora obvezujejo obe strani.

Zakaj tako natančno opisujem določila Zakona o javnih glasilih, ki sploh ne velja več? Ker lahko skozi pregled zakonodaje opazujemo trend liberalizacije in deregulacije. Spremembe zakonodaje kažejo tudi spremenjeno politično klimo v odnosu do pomena uredniške avtonomije. Rešitve, ki jih je ponujal Zakon o javnih glasilih in ki večinoma operativno niso zaživele, poskušata Društvo novinarjev Slovenije in Sindikat novinarjev Slovenije ponovno uvesti v minimalnem statutu uredništev (Priloga); slednji ureja uredniško avtonomijo in bo del kolektivne pogodbe za poklicne novinarje, ki je še na pogajalski mizi.

V nadaljevanju Zakon o javnih glasilih glede oglaševanja, sponzoriranja in ločevanja oglasov od uredniških vsebin sledi predpisom, ki jih je določila Konvencija o čezmejni televiziji. Zahteva torej vidno ločenost obeh vsebin in določilo, da naročnik oglasa ne sme vplivati na programsko zasnovo in uredniško politiko javnega glasila. Zakon omejuje tudi koncentracijo medijskega lastništva in zahteva njegovo transparentnost. Za poznejšo analizo in primerjavo je zanimiv tudi 52. člen zakona, ki določa, da imajo v primeru, če se za isto frekvenco poteguje več organizacij, prednost tiste, ki med drugim zagotavljajo politično neodvisen program.

8.1.2. ZAKON O MEDIJIH

Zakon o javnih glasilih je leta 2001 nadomestil Zakon o medijih (ZMed). Splošni člen, ki govori o svobodi izražanja, je v Zakonu o medijih ostal praktično nespremenjen. Zakon ohranja posvetovalno vlogo uredništva pred temeljno spremembo ali bistveno dopolnitvijo programske zasnove in pred imenovanjem ali razrešitvijo odgovornega urednika. Izdajatelj je dolžan pridobiti mnenje uredništva. V primeru temeljne spremembe ali bistvene dopolnitve programske zasnove

radijskega ali televizijskega programa mora izdajatelj pridobiti tudi predhodno soglasje Agencije za telekomunikacije, radiodifuzijo in pošto. Mnenje uredništva za izdajatelja ni zavezujoče, razen če je v temeljnem pravnem aktu izdajatelja določen močnejši vpliv uredništva. Uredništvo je posvetovalno vlogo izgubilo pri imenovanju ostalih področnih urednikov. V ZMed tudi ne najdemo več določila, ki ga je vseboval Zakon o javnih glasilih, in sicer da odgovorni urednik medija ne more biti hkrati lastnik, član uprave ali direktor medija.

Razmerje znotraj uredništva in razmerje med izdajateljem in uredništvom je bilo pred sprejetjem ZMed v precej večji meri predmet zakonske regulacije. Zakon o medijih je urejanje teh razmerij in s tem določanje ter operativno izvajanje uredniške avtonomije prepustil aktom, ki jih sprejemajo znotraj posamezne medijske hiše. »Pravna razmerja med izdajateljem in uredništvom ter osnovna medsebojna razmerja znotraj uredništva so določena s temeljnim pravnim aktom izdajatelja v skladu s tem zakonom, pri čemer ta akt določi stopnjo avtonomije uredništva pri urejanju razmerij znotraj uredništva« (20. člen 1. odstavek). Dogajanja ob sprejemanju temeljnih pravnih aktov, kot tudi le minimalne in zelo splošne določbe o izvajanju uredniške avtonomije, ki so jih izdajatelji v temeljne pravne akte zapisali, dokazujejo, da je bilo predvidevanje zakonodajalca, da to vsebino lahko prepusti dogovoru znotraj medija, neosnovano. Delno tudi zaradi nedorečenosti, ki jo zakon dopušča, je v Sloveniji v zadnjih letih opaziti občutno manj dialoga in spoštovanja mnenj uredništev s strani uprav medijskih hiš. Zakonodajalec je sicer vsaj na načelni ravni potrdil svojo zavezanost spoštovanju uredniške avtonomije.

Uredništvo, uredniki, novinarji in avtorji drugih prispevkov so v okviru programske zasnove in v skladu s temeljnim pravnim aktom izdajatelja pri svojem delu neodvisni in samostojni (20. člen, 2. odstavek).

Novinarju se 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 (21. člen, 3. odstavek).

Težava je le v tem, da ZMed ni uzakonil postopka izvajanja teh določb in sankcij, če bi izdajatelj kljub vsemu posegal v novinarjev finančni status ali status v uredništvu.

Zakon o medijih je v 47. členu prepovedal prikrito oglaševanje. Za prikrito oglaševanje sta odgovorna naročnik objave in odgovorni urednik. V primeru prikritega oglaševanja velja

domneva, da je bilo storjeno z namenom. V 50. členu je zakon določil, da naročnik oglasa ne sme vplivati na programsko zasnovo in uredniško neodvisnost medija, v 53. členu pa, da sponzor ne sme vplivati na sponzorirane vsebine in na njihovo razporejanje v programski shemi ter s tem omejevati uredniške neodvisnosti medija.

Primerjava smiselno primerljivih členov vseh treh zakonov, torej Zakona o javnih glasilih, Zakona o medijih in Zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o medijih, ki regulirajo postopek izbire zainteresiranih ponudnikov uporabe frekvenc za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti oziroma, kot to definira novela ZMed, meril za pridobitev pravice razširjanja programov v digitalni radiodifuzni tehniki, pokaže kako se je spreminjalo razumevanje odnosa med mediji in politiko. Zakon o javnih glasilih govori o merilu »politično neodvisen RTV program«, ZMed uporablja formulacijo »politična nevtralnost programa«, dopolnitve ZMed pa »uravnoteženo poročanje v dnevnoinformativnih programih«.

Zahteva po neodvisnosti programa od politike se je prek politične nevtralnosti spremenila v uravnoteženo poročanje. Uvedene spremembe zakonske regulative ne uvajajo močnejšega varovanja avtonomije uredništva, ampak celo odpravljajo nekatere varovalke. Primer, ki dokazuje, da politika želi vplivati na medijske vsebine, je uvedba posebnega medijskega sklada v noveli ZMed. Mnogi predstavniki novinarskih organizacij in medijski strokovnjaki so v postopku sprejemanja sprememb Zakona o medijih problematizirali takšen način razdeljevanja državne pomoči medijem. Društvo novinarjev Slovenije je ob tem izrazilo stališče: »Splošno pravilo je, da so tudi na medijskem področju posredne in splošne subvencije bolj zaželeni kot neposredne in selektivne. (...) Že dosedanji sistem državnega sofinanciranja medijev je bil arbitraren in že doslej je razdeljevanje sredstev potekalo tudi na podlagi vprašljivih projektov in kriterijev« (Društvo novinarjev Slovenije 2006). Ob posebnem poudarku, ki ga je zakonodajalec namenil kriteriju uravnoteženega poročanja o politični poziciji oziroma opoziciji in ob aktualnih glasovih pozicijskih poslancev in državnih funkcionarjev, da je slovenski medijski prostor pristranski v njihovo škodo, lahko pričakujemo, da bo situacija, ko bodo mediji primorani za pridobitev državne pomoči uravnoteženost svojih uredniških vsebin prepuščati preverjanju komisije, vsekakor vplivala tudi na njihove uredniške odločitve, v smislu približevanja pričakovanjem aktualne politike oziroma sestavi aktualne komisije.

Tudi v tem delu predstavitve zakonodaje se ne bom spuščala v obravnavo veljavnega ali predhodnega zakona, ki urejata javno radiotelevizijo, ker bi s tem odprla popolnoma nov nabor problematike, ki je sicer enako relevanten, vendar preobsežen za eno samo diplomsko delo.

8.2. TEMELJNI PRAVNI AKT

Ko je bil leta 2001 sprejet ZMed, se je do takrat zakonska materija urejanja razmerij med uredništvom in upravo medija ter razmerij znotraj uredništva premaknila v temeljne pravne akte izdajatelja medija, ki naj bi določili stopnjo avtonomije uredništva. Zakon od izdajateljev zahteva, da medije vpišejo v razvid medijev, ki ga vodi Ministrstvo RS za kulturo, pri vpisu pa morajo med drugim predložiti tudi temeljni pravni akt izdajatelja in programsko zasnovo medija, usklajeno s sprejetim zakonom. Ministrstvo za kulturo je podrobnejša merila za vpis v razvid medijev določilo v Pravilniku o načinu vodenja in postopku za vpis ter posredovanje podatkov iz razvida medijev ter v 5. členu opredelilo vsebino temeljnega pravnega akta izdajatelja. »Temeljni pravni akt izdajatelja je pravni akt, ki določa način delovanja medija, način in pogoje za imenovanje in razreševanje odgovornega urednika, pravna razmerja med izdajateljem in uredništvom, osnovna medsebojna razmerja znotraj uredništva in stopnjo avtonomije uredništva pri urejanju razmerij znotraj uredništva.«²⁴ Pravilnik je določil tudi rok (konec aprila 2002), v katerem naj bi medijske hiše, ne glede na obliko organiziranosti (d.d., d.o.o. ali s.p.), medije vpisale v razvid in v ta namen ustrezno dopolnile vsebine temeljnih pravnih aktov.

8.2.1. RAVEN SPREJEMANJA

Številne uprave medijskih hiš, med njimi vodilni dnevnik v državi, kot so Delo, Večer in Primorske novice, so vpis v razvid izkoristile za manipulacijo z dikcijo Zakona o medijih. Namesto da bi materijo avtonomije uredništev uredile v statutih oziroma družbenih pogodbah, so uprave ministrstvu predložile akte o izdajanju medijev, ki so bili sprejeti na ravni uprav, ne pa na najvišjem organu družb, torej skupščini. Vodstva medijskih hiš so določilo interpretirala v skladu

²⁴ Pravilnik o načinu vodenja in postopku za vpis ter o posredovanju podatkov iz razvida medijev (Ur. l. RS, št. 58/2001), veljati začel 14. julija 2001, <http://www.uradnilist.si/1/objava.jsp?urlid=200158&stevilka=3061>

s svojimi interesi ter v nasprotju z zakonom priložnost izkoristila za poskus, da te vsebine izločijo iz aktov, ki jih sprejemajo najvišji organi podjetij s 75-odstotno večino.

Društvo novinarjev Slovenije je opozorilo, da je nemalo teh aktov poseglo v avtonomijo uredništev medijev, novinarji o novih aktih sploh niso bili obveščeni, večina aktov je bila oblikovanih in sprejetih tudi mimo lastnikov in pogosto celo v nasprotju s statutarnimi določili. Društvo je na manipulacijo opozorilo Ministrstvo za kulturo. Šele po predložitvi pravnega mnenja Mira Cerarja, ki je potrdil, da je temeljni pravni akt družbena pogodba ali statut, je Ministrstvo za kulturo 9. novembra 2002 sprejelo Pravilnik o spremembah in dopolnitvah pravilnika o načinu vodenja in postopku za vpis ter posredovanje podatkov iz razvida medijev²⁵. Temeljni pravni akt je definiralo kot pravni akt, ki ga sprejme najvišji organ izdajatelja in v katerem poleg prvin svoje organiziranosti in delovanja kot pravnega subjekta ureja tudi vprašanja, ki jih določa Zakon o medijih. Pravilnik našteva kot možne oblike tega akta statut, družbeno pogodbo oziroma pravila. Izdajateljem medijev, ki so bili na dan uveljavitve sprememb pravilnika že vpisani v razvid medijev, je bilo s spremembami pravilnika naloženo, da morajo temeljni pravni akt uskladiti najkasneje v šestih mesecih.

Predsednik Društva novinarjev Slovenije Grega Repovž je na pomen najvišje ravni za sprejemanje pravil, ki določajo stopnjo avtonomije, opozoril v pismu, ki ga je naslovil na uredništva medijev: »Najvišja raven preprečuje, da bi se tako pomemben temelj avtonomije uredništva lahko zlorabljal. Če je nek akt sprejela uprava, ga ima ta pravico tudi spreminjati. Četudi je torej vaš akt o izdajanju medijev (ali kakorkoli se že imenuje) trenutno za vaše uredništvo sprejemljiv, ga lahko uprava kadarkoli spremeni. Seveda so uprave s tem grobo posegle tudi v pravice lastnikov in si prilastile pomembno prvino njihove lastnine« (Repovž 2002). Sindikat in društvo novinarjev sta uredništva pozvala, naj sprejmejo tudi uredniške statute in v njih definirajo postopke za izvrševanje posvetovalnih pravic, pa tudi ostala razmerja znotraj uredništva.

Pri pregledu temeljnih pravnih aktov, s katerimi so v razvid medijev vpisani nekateri večji slovenski mediji, ki sem jih poleti 2008 pridobila na Ministrstvu za kulturo, sem ugotovila, da

²⁵ Pravilnik o spremembah in dopolnitvah pravilnika o načinu vodenja in postopku za vpis ter o posredovanju podatkov iz razvida medijev (Ur. l. RS, št. 94/2002), veljati začel 9. novembra 2002, <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200294&stevilka=4776>

mnogi ne vsebujejo v Zakonu o medijih predpisanih vsebin oziroma aktov niso sprejeli najvišji organi izdajatelja. Kljub jasnim zahtevam zakona in obeh pravilnikov, ki določajo roke za uskladitev in nivo sprejema temeljnih pravnih aktov ter kljub zagotovitvi, ki ga je na dan poteka roka za uskladitev 12. 5. 2003 izrekla predstavnica za stike z javnostjo na ministrstvu Petra Škofic, da bodo tiste, ki do roka niso predložili usklajenih aktov, prijavili inšpektorju za medije, je v aktih veliko kršitev zakonodaje. Ob tem se pojavi vprašanje o dvomljivem interesu pristojnega ministrstva, da uporabi nadzorne organe, ki delujejo znotraj ministrstva in zagotovi spoštovanje zakonodaje, ki jo je samo pripravilo.

8.2.2. VSEBINA

Pregled temeljnih pravnih aktov slovenskih medijev kaže, da ti več ali manj le prepisujejo določbe ZMed, ki se nanašajo na uredniško avtonomijo in ne vsebujejo podrobnejših določb o pravnih razmerjih med izdajateljem in uredništvom ter o osnovnih medsebojnih razmerjih znotraj uredništva, zato po mnenju Mira Cerarja takšni akti niso v skladu z 20. členom ZMed. Ob tem Cerar še posebej izpostavlja tisti del 20. člena, ki zahteva, da temeljni pravni akt določi stopnjo avtonomije uredništva, in pravi, da če izdajatelj medija tega vprašanja v aktu ne uredi, potem je takšno situacijo treba presojudati v smeri favoriziranja avtonomije uredništva, ki ima v tem primeru pravico, da povsem avtonomno in samostojno sprejme pravila, ki določajo uresničevanje njegove avtonomije. Mnenje pravnikov delodajalcev, leta 2003 še združenih v Združenju za tisk in medije pri Gospodarski zbornici Slovenije, je, da je drugačen položaj novinarjev od drugih delojemalcev glede na posebno naravo dela novinarjev dopusten le v tolikšni meri, kot to določa Zakon o medijih (npr. sodelovanje v uredništvu).

Pravno praznino oziroma različne interpretacije o tem, kaj naj bi temeljni pravni akti sploh vsebovali, bi lahko razrešil zakonodajalec. Zakon si na načelni ravni prizadeva za varovanje avtonomije, vendar pa je ta brez izdelanih kriterijev in postopkov samo črka na papirju. Ministrstvo za kulturo bi ob resnem vsebinskem pregledu pridobljenih temeljnih pravnih aktov lahko vzpostavilo te kriterije in določilo, katere so tiste minimalne vsebine, ki jih morajo akti vsebovati.

Najmanj, kar bi akti morali vsebovati, je arbitražni postopek v primeru, ko se novinar ne strinja z odločitvijo urednika o spremembi prispevka ali o zavrnitvi njegove objave. To so tiste odločitve, s katerimi je znotraj uredništva mogoče izvajati neposreden pritisk na novinarje in uredniško politiko. Po principu »močnejši zmaga« lahko urednik brez pojasnila izvaja svoje odločitve, novinar pa nima možnosti ugovora. Arbitražni postopek je določal tudi zakon o javnih glasilih in poznajo ga številni uredniški statuti tujih medijev. Če spremljamo genezo naše zakonodaje, bi pričakovali, da bo ministrstvo glede na to, da je takšen postopek predhodni zakon vseboval, zdaj pa to ureja v temeljnem pravnem aktu medij sam, zahtevalo, da je to eno od razmerij znotraj uredništva, ki bi moralo biti urejeno, če bi se medij hotel vpisati v razvid medijev.

8.3. PROGRAMSKA ZASNOVA

Da bi lahko ugotavljali, ali kdorkoli izvaja pritisk na uredniško politiko medija, moramo najprej vedeti, kakšna ta politika je. Zakon o medijih je v ta namen kot pogoj za vpis v razvid medijev zahteval predložitev programske zasnove medija. Programska zasnova je v skladu z zakonom sestavni del pogodbe o zaposlitvi med izdajateljem in urednikom ter med izdajateljem in novinarjem. Posebne pravice urednika in novinarja, ki nastanejo zaradi sprememb ali dopolnitev programske zasnove, se v skladu z zakonom določijo s panožno kolektivno pogodbo. Lastnik oziroma lastniki medija imajo pravico, da ob predhodni pridobitvi mnenja uredništva sprejmejo programsko zasnovo medija, novinarji in uredniki pa imajo pravico, da ob spoštovanju programske zasnove in etičnih standardov svoje delo opravljajo neodvisno in samostojno. Zakon tudi zagotavlja, da sta novinarjev finančni statut in položaj v uredništvu zaščiten, četudi izraža stališča, s katerimi se drugi deli medijskega podjetja ne strinjajo, če so ta stališča v skladu s programsko zasnovo medija.

Iz vsega naštetega je razvidno, kako pomembno je, da je programska zasnova jasno opredeljena in transparentna vsem, ki ustvarjajo vsebino medija. V zadnjih šestih letih ni nobena od uprav slovenskih medijev, v katerih smo bralci, poslušalci in gledalci empirično opazali velike kadrovske in vsebinske spremembe, uredništva prosila za mnenje zaradi bistvene spremembe programske zasnove. Ker tudi pogodbe o zaposlitvah novinarjev ne vsebujejo programskih zasnov, je pravna varnost novinarjev ob izražanju mnenj in stališč močno ogrožena. Lastniki Dela so pred kratkim za hrbtno urednikov in novinarjev izvedli analizo objavljenih mnenjskih

prispevkov, da bi ugotovili, kakšna so stališča njihovih komentatorjev, ob tem pa sami novinarjem in javnosti niso predstavili, kakšno uredniško politiko bodo vodili. Tudi Ministrstvo za kulturo in inšpektor za medije doslej nista nobenega od medijev pozvala, naj programsko zasnovo uskladi z realnim stanjem oziroma uredništvo pozove, da se opredeli do sprememb. Inštitut razvida medijev, ki bi lahko deloval kot korektor netransparentnih sprememb uredniških politik in predstavljal zaščito novinarjev, ki bi svoje novinarske odločitve lahko branili s sklicevanjem na programsko zasnovo, ostaja nedelujoč. Razlog je deloma v nemotiviranosti nadzornih organov, da bi preganjali kršitelje zakona, deloma v slabo delujoči pravni državi, deloma pa tudi v pasivnosti novinarjev.

8.4. ODSOTNOST RAZISKAV

Kakšno je stanje uredniške avtonomije v slovenskih medijih in kakšni so trendi, je žal mogoče ugotavljati le skozi spremembe zakonodaje, pravnih aktov in posameznih ekscesnih primerov, ki pridejo v javnost. Nihče v Sloveniji namreč še ni izvedel raziskave med novinarji in uredniki o pritiskih, ki jih na novinarski prostor izvajajo politiki, oglaševalci, lastniki ali uprave. Veliko je tudi vprašanje, ali bi bili novinarji in uredniki na tako majhnem medijskem trgu, na katerem so lahko slabi odnosi z delodajalcem razlog za končanje novinarske kariere, sploh pripravljene odgovarjati na vprašanja, ali kdo posega v njihovo neodvisnost.

Gašper Lubej je v poročilu o razmerah v Sloveniji za publikacijo *The Business of Ethics the Ethics of Business*, ki jo je 2005 izdal SEENPM, predstavil intervjuje z managerji in odgovornimi uredniki izbranih slovenskih medijev. Predstavniki vseh izbranih medijev so potrdili, da je uredniška politika v rokah uredništva. Večina intervjuvancev se je strinjala, da uprava navadno misli, da uredništvo troši preveč, medtem ko novinarji trdijo, da nimajo dovolj ljudi in denarja za ustvarjanje visokokakovostnih novinarskih izdelkov. Urednik Dnevnika Miran Lesjak je odnos z upravo opisal kot poln napetosti, ko je govora o denarju (glej Lubej 2005: 237, 238).

Boris Vezjak, ki v okviru projekta Mirovnega inštituta spremlja delovanje RTVS po sprejetju novega zakona o RTVS, je na urednike Radia in Televizije Slovenija naslovil nekaj vprašanj o razmerah po sprejetju zakona in o morebitnih pritiskih na uredniške odločitve. Vprašanja je poslal na številne naslove, odgovoril pa mu niti eden od vprašanih urednikov, kar je dejstvo, ki

govori samo zase. Lana Zdravković je za revijo Dialogi leta 2007 opravila intervjuje s pomembnimi aktualnimi ali bivšimi odgovornimi uredniki: Petrom Jančičem, Darijanom Koširjem, Tomažem Rancem, Darjo Verbič, Rajkom Geričem, Tanjo Starič, Gregorjem Repovžem, Janijem Severjem in Miranom Lesjakom. Zanimivo je, da je le Jani Sever povedal, da so nanj, ko je bil urednik Mladine, izvajali pritiske. Večina urednikov se je strinjala, da cenzure v slovenskih medijih ni, oziroma da pritiske občutijo drugi uredniki in novinarji, v drugih medijih. Jani Sever je na vprašanje, zakaj si novinarji ne upajo govoriti o pritiskih, odgovoril, da gre za vprašanje materialnega preživetja posameznikov. Miran Lesjak je opozoril, da »profesionalno vodene redakcije takšnih pritiskov ne sprejemajo, jih zavračajo, in da se potem seveda lahko zgodi, da so uredniki, ki pri tem dovolj ali preveč trmasto vztrajajo, zamenjani« (Zdravković 2007: 83).

8.5. PRIMER DELO

Osrednji slovenski dnevnik Delo je najbolj zaželen plen različnih interesnih skupin in zato lakmusov papir, po katerem lahko merimo razmere v slovenskih medijih. V preteklih letih se je tudi nekajkrat pokazalo, da odločitvam Delovih uprav sledijo odločitve uprav ostalih tiskanih medijev v Sloveniji. Ta osrednja vloga največjega tiskanega medija v Sloveniji je tudi razlog, da sem ga izbrala za predstavitev odnosov med upravo in uredništvom, ki se izpričujejo skozi spremembe statuta družbe in vedno bolj inštrumentaliziran odnos uprave do uredništva.

Tako kot drugi mediji se je tudi Delo na podlagi sprejetega zakona o medijih leta 2002 v razvid medijev poskusilo vpisati z aktom o izdajanju medija, ki ga je, brez usklajevanja z uredništvom, sprejela kar uprava sama. Po sprejemu dopolnitev pravilnika, v katerem je Ministrstvo za kulturo definiralo temeljni pravni akt, je uprava priznala, da brez širšega dialoga ne bo šlo. Znotraj medijske hiše so se začela pogajanja med upravo, nadzornim svetom in Aktivom novinarjev Dela, ki je prevzel vlogo uredništva, kot ga definira ZMed. Predlagane spremembe statuta so bile usklajene, razen mandata odgovornega urednika (predlog je bil do 5 let) in vprašanja, kdo imenuje odgovornega urednika (predlog je bil, da uprava, ob soglasju nadzornega sveta). Novinarji so se zavzemali za natančno določitev mandata, saj je le tako zagotovljeno pravno varstvo za tistega, ki je imenovan za odgovornega urednika, in da odgovornega urednika enako kot člane uprave imenuje nadzorni svet. Novinarji so namreč zastopali stališče, da morata biti

uprava in odgovorni urednik ne le vsebinsko, temveč tudi simbolno enakovredna. Aktiv novinarjev Dela je med drugim zahteval tudi, da morajo statut in drugi akti natančno razmejiti vloge in odgovornosti med upravo in odgovornim urednikom ter uredništvom; razmejiti pristojnosti, ki jih imata odgovorni urednik in uprava do drugih upravljalških funkcij (oglaševanje, koordiniranje projektov, vrednotenje produktov); razmejiti pristojnosti urednika in uprave pri kadrovski in plačni politiki ter določiti stopnjo finančne avtonomije odgovornega urednika oziroma uredništva. 8. maja 2003 je skupščina na predlog Slovenske odškodninske družbe in Slovenske kapitalske družbe izglasovala, da je mandat odgovornega urednika 5 let. O predlogu novinarjev, ki naj bi ga v njihovem imenu vložili mali delničarji, pa ni razpravljala. Boris Zakrajšek, predsednik nadzornega sveta Dela, je takrat povedal, da je bilo iskanje uravnoveženosti med različnimi interesi znotraj delovne skupnosti, pa tudi zainteresirane javnosti – tako politične kot splošne –, izjemno težko. Prepričan je, da sprejeti statut omogoča tako neodvisnost in avtonomijo uredništev kot tudi gospodarsko uspešnost družbe.

Uprava Dela je 5. junija 2003 sprejela odločitev o razrešitvi dolgoletnega odgovornega urednika Dela Mitje Meršola, uredništvo se je izreklo proti predlogu uprave (s tesno večino 50,8 odstotka). Nadzorni svet pa je kljub temu dal soglasje k razrešitvi, vendar z dvema pogojema, da bo Meršol razrešen šele, ko bo nadzorni svet dal soglasje k imenovanju novega urednika, uprava pa mora v postopku imenovanja izvesti vsaj interni razpis. Predsednik nadzornega sveta Boris Zakrajšek je po seji izjavil, da se je nadzorni svet poskušal izogniti odločitvi, ki bi bila v nasprotju z mnenjem uredništva, zato so izdali pogojno soglasje, saj se zavedajo, da so odnosi med upravo in odgovornim urednikom slabi. Meršol je ob tem opozoril na pretekla prizadevanja predsednika uprave, da bi statut družbe spremenil tako, da bi lahko sam nastavljal in odstavljaj odgovornega urednika: »Med obema funkcijama vlada pravilo ločenega delovanja, to pa je nujno zaradi specifičnosti delovanja medijskih hiš ter predvsem zaradi bralcev, ki morajo biti prepričani, da je časopis verodostojen prinašalec informacij in mnenj, ki niso krnjena s korporacijskimi, menedžerskimi in oglaševalskimi motivi« (Nahtigal 2006). Za odgovornega urednika je bil s podporo uredništva 3. oktobra 2003 imenovan Darijan Košir.

Jeseni 2004 so v Sloveniji potekale volitve, po njih pa se v javnosti začnejo zaostrovati kritike politikov vladne koalicije, da je Delo pristranski, levo usmerjen, neobjektiven in proti vladi nastrojen medij. 18. julija 2005 uprava Dela začne postopek razrešitve odgovornega urednika Darijana Koširja, kateri se uredništvo upre, vendar nadzorni svet kljub temu soglašja s predlogom

uprave. Ker kandidat uprave Jani Virk, ki naj bi nadomestil Koširja, odstopi od kandidature, ko mu uredništvo izreče nezaupnico, Košir do 6. februarja 2006 opravlja funkcijo vršilca dolžnosti. Bivši odgovorni urednik Maga Danilo Slivnik medtem prevzame funkcijo predsednika uprave Dela, za odgovornega urednika predlaga Petra Jančiča, urednika notranjepolitične redakcije na Večer. Aktiv novinarjev Dela je k imenovanju Petra Jančiča izrekel plebiscitarno negativno mnenje, za je glasovalo le 17, proti pa 115 novinarjev. 28. februarja je nadzorni svet kljub temu dal soglasje k imenovanju. Po imenovanju izvršilni odbor Aktiva novinarjev Dela zapiše, da je takšen sklep žal pričakoval, »ker je tako nakazovala že politična logika kadrovske menjave v zadnjih mesecih. Nova uprava in novi nadzorni svet tako nadaljujeta serijo nespoštovanja mnenja novinarskega kolektiva« (STA 2006). Mnogi medijski analitiki so kadrovske menjave na Delu povezovali z uslugo države pri prodaji deleža Mercatorja, ki ga je Pivovarna Laško, kot največja delničarka Dela, plačala z menjavo nezaželenih članov uprave in urednikov na Delu. Tako naj bi si vlada zagotovila pozitivno poročanje Dela o njeni politiki.

Razmere na Delu v tem obdobju opisuje protestna izjava novinarjev Dela, v katero so 20. aprila 2007 in zapisali:

Uprava Dela pod vodstvom Danila Slivnika, ob asistenci odgovornega urednika Petra Jančiča, uničuje dnevnik Delo. Na novinarje trajno pritiska s posegi v novinarsko svobodo, arbitrarnim nižanjem plač, disciplinskimi ukrepi, odvzemanjem področij. V zadnjem letu je časopis zapustilo več kot deset uveljavljenih novinarjev, mnogi novinarski potenciali so sistematično marginalizirani in pasivizirani. V časopisu vladajo (samo)cenzura, pasivnost in strah. Kršijo se ustava, zakon o medijih, zakon o delovnih razmerjih, zakon o soupravljanju delavcev v podjetjih in interni pravilniki (Blog Medijski watch dog 2007a).

Uprava je spremembe v načinu vodenja časopisa junija 2006 tudi formalizirala. Nadzorni svet je takrat potrdil spremembe statuta, ki jih je predlagala uprava. Spremembe statuta, ki jih je 30. septembra brez razprave potrdila tudi skupščina, vsebujejo določilo, da lahko uprava družbe na čelu z njenim predsednikom Danilom Slivnikom imenuje in razrešuje odgovornega urednika brez soglasja nadzornega sveta, da član uprave lahko opravlja tudi funkcijo odgovornega urednika. V novem statutu je črtana tudi določba, povezana s podajanjem mnenja aktiva novinarjev k imenovanju in razrešitvi odgovornega urednika. Vlogo aktiva novinarjev dela so prevzela

posamezna uredništva. Predsednik aktiva novinarjev Jože Poglajen je za Radio Slovenija izjavil, da je aktiv onemogočen, ker je nasprotoval imenovanju odgovornega urednika Petra Jančiča. Za spremembe statuta so glasovali trije člani nadzornega sveta, medtem ko sta bila predstavnik sveta delavcev in predstavnik zaposlenih proti, saj sta menila, da gre za krčenje avtonomije urednikov in s tem tudi uredništev. Oba predstavnika zaposlenih sta na tej seji odstopila kot člana nadzornega sveta. Vlado Miheljak je v kolumni v Dnevniku, 5. julija 2006, ob tem zapisal: »Tako kot so svojčas lahko bili isti ljudje hkrati v centralnem komiteju in uredniki, bodo zdaj – ker centralnega komiteja ni več – lahko hkrati člani uprav in uredniki. Vez med politiko, upravo in novinarstvom spet postaja organska – kot v starih dobrih časih« (Miheljak 2006).

Delo je nepričakovano doživelo še en zasuk, ko so se začeli krhati odnosi vlade z delom slovenske gospodarske elite, med drugim tudi z lastniki Pivovarne Laško, prek katere je vlada do takrat izvajala svoj vpliv v Delu. Pivovarna Laško je 12. junija 2007 za predsednico nadzornega sveta Dela imenovala Andrijano Starina Kosem. Kosmovo je predsednik vlade pred tem zaprosil, da ponudi odstop z mesta državne sekretarke na Ministrstvu za gospodarstvo in z mesta predsednice nadzornega sveta KAD-a, kar je, kot pravi sama, razumela kot dejanje maščevanja. Ob tem je javnost šokirala s pismom, v katerem je opisala politiko vlade do dnevnikov Večer in Delo: »Naloženo mi je bilo, da 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« (Blog Medijski watch dog 2007b). Za prihodnost je napovedala popolnoma drugačno uredniško politiko. Mediji in analitiki so takrat Andrijano Starina Kosem imenovali za skesanko in bili prepričani, da bo bivša eksekutorka Janševe politike, kar je tako prostodušno priznala, postala eksekutorka politike Pivovarne Laško, saj metode tako ali tako že obvlada.

V večerni izdaji Dela 26. junija 2007 je izšlo obvestilo, da je »odgovorni urednik Dela Peter Jančič po dogovoru z upravo nepreklicno odstopil, ker imajo lastniki, ki so si pridobili večinski delež v podjetju, pravico, da z izbiro odgovornega urednika določijo uredniško politiko« (Požar 2007).

Na mesto odgovornega urednika je bil predlagan dotedanji urednik Maga Janez Markeš. Mnogi so to potezo Pivovarne Laško razumeli kot čisti kadrovski in ideološki prevzem Dela s strani nizkonakladnega Maga. Markeš je bil imenovan 1. avgusta 2007, kljub temu da ni dobil zadostne

podpore Delovih novinarjev. Zanj je glasovalo 38 novinarjev, proti pa jih je bilo 55. Slivnik in Kosmova sta pozdravila visoko podporo in jo razumela kot zeleno luč za imenovanje. Mešetarjenje z mediji v Sloveniji se je nadaljevalo v sredo 28. maja 2008, ko sta Markeša po manj kot enem letu od imenovanja obiskala prva nadzornica Dela Andrijana Starina Kosem in direktor Dela Peter Puhan. Povedala sta mu, da bo nadzorni svet začel postopek njegove razrešitve zaradi »nekooperativnosti«. Janez Markeš je po tem dogodku povedal, da je 8. maja na kosilu s Stojanom Zdolškom, Petrom Puhanom, Kosmovo in Boškom Šrotom, predsednikom uprave Pivovarne Laško, od Boška Šrota dobil navodilo »da je treba podpreti Pahorja in rušiti Janšo« (Mekina 2008). Interveniral naj bi Zdolšek in dejal, da je bil Markeš imenovan z obljubo, da ne bo sprejemal političnih navodil. Šrot naj bi se po tem umaknil, resničnost incidenta pa je Zdolšek potrdil. Šrot je v intervjuju za Delo nekaj mesecev pred tem dal »javno zavezo, da Dela ne bo zlorabljal za svoje zasebne potrebe ali za potrebe skupine Pivovarne Laško« (prav tam).

Ob napovedi Markeševe zamenjave je v javnost prišla tudi informacija, da je vodstvo časopisa za hrbtom odgovornega urednika in novinarjev izvedlo raziskavo 2200 komentarjev in člankov Delovih novinarjev, ki naj bi pokazala pogostost pojavljanja politikov, političnih strank in konotacijo prispevkov. 15. junija 2008 je bil Janez Markeš razrešen, kljub drugačnim napovedim ni bil razrešen krivdno, ampak v skladu s pogodbo. Uredništvo se do predloga razrešitve ni opredelilo, ker je bila udeležba članov uredništva, ki so glasovali, prenizka. To lepo kaže apatijo novinarjev ob kadrovske akrobacijah, ki jih izvaja lastnik, in tudi popolno nemoč, saj uprava pri zadnjih štirih imenovanjih mnenja uredništva ni upoštevala. Uprava Dela je 31. junija 2008 za odgovornega urednika časopisa za dobo petih let imenovala dotedanjega namestnika odgovornega urednika Darijana Koširja. Košir, ki je že bil odgovorni urednik Dela od leta 2003 do 1. marca 2006, je pred imenovanjem dobil tudi 72-odstotno podporo članov aktiva novinarjev Dela.

20. junija 2008 je postala dejstvo enotirna uprava na drugem mediju, ki ga obvladuje Pivovarna Laško, Večeru, kjer je Uroš Skuhala postal v skladu s spremenjenim statutom hkrati direktor in odgovorni urednik Večera, njegov namestnik pa dotedanji odgovorni urednik Večera Tomaž Ranc. Lastniki so kot razlog za združitev funkcij navedli zmanjšanje stroškov in pri spremembi statuta vztrajali kljub odločnemu nasprotovanju novinarjev Večera, ki so bili na glasovanju s 95-odstotno večino proti spremembi statuta. »S to nenadno odločitvijo so lastniki porušili 'požarni zid', ki mora po našem prepričanju obstajati v vsaki medijski hiši med upravo in uredništvom.

Zato jo razumemo kot ogrožanje naše novinarske in uredniške avtonomije« (Društvo novinarjev Slovenije 2008a). Novinarje obeh medijev je podprla celotna novinarska skupnost. Aktiv novinarjev DNS Maribor je zapisal, da se »s takšnimi potezami radikalno manjša kredibilnost in verodostojnost dveh osrednjih slovenskih tiskanih medijev, kar lahko privede do padanja naklade ter ogrozi tudi socialni in ne zgolj profesionalni status tam zaposlenih« (Društvo novinarjev Slovenije 2008b), novinarji Radia Slovenija pa so poudarili »da je zagotovljena distanca do vplivnih političnih in kapitalskih krogov ključna za odgovorno in avtonomno delo medijev v demokratični družbi« (prav tam).

Jasno je, da ne vlada ne medijski lastniki ne razumejo vloge medijev pri zagotavljanju delovanja demokratičnega sistema, mediji so zanje le orodje za doseganje parcialnih ciljev, uredniška neodvisnost pa kolateralna škoda. Večer je v zadnjih osmih letih zamenjal pet odgovornih urednikov, prav tako Delo, s tem da je bil Košir na funkcijo imenovan dvakrat, uprave so mnenje uredništev ob razrešitvah in imenovanjih sistematično ignorirale. Odgovorni urednik Guardianiana Alan Rusbridger je bil imenovan pred trinajstimi leti, zamenjal pa je Petra Prestona, ki je Guardian vodil dvajset let.

Aidan White je v predstavitvi kampanje za kakovost v novinarstvu na skupščini Evropske zveze novinarjev junija 2008 v Berlinu poudaril, da bi bilo poleg tega, da je dosledno spoštovanje profesionalnih in etičnih standardov zahtevano od novinarjev, potrebno vzpostaviti tudi transparentna pravila vedenja medijskih lastnikov in uprav. Ti bi po njegovem morali javnosti povedati, od kje izvira njihov denar, kakšna je njihova strategija razvoja in poslanstva medija ter se zavezati k razkrivanju notranje korupcije. V mediju namreč ni mogoče pričakovati, da bo uredništvo otok etičnega obnašanja, če je celotno okolje skorumpirano in netransparentno (glej White 2008). *Pro Plus* v lastništvu *Central European Media Enterprises (CME)* je edina izdajateljska hiša v Sloveniji, ki ima sprejeta etična načela ravnanja vodstev medijev v skupini CME. Pri vodenju podjetij naj bi vodstva spoštovala »najvišje vrednote«, poskušala zadovoljiti potrebe okolja, kjer medij deluje, in vzpostavila iskren odnos do svojih strank.

9. ZAKLJUČEK

Razvoj časopisne industrije kaže, da ideal neodvisnih in svobodnih medijev v nobeni stopnji razvoja ni bil uresničen. Menjavale so se oblike lastništva, razvilo se je načelo profesionalizma, poslovni del medijskega posla se je ločil od uredniškega, državna regulacija se je umaknila tržni, vendar pa nobena od teh sprememb medijev ni osvobodila pritiskov tistih, ki nadzorujejo proces medijske produkcije. Ko želje občinstva ali interesi investitorjev in sponzorjev medijskega podjetja zamenjajo tisto, kar je pomembno in nepristransko, družba ne trpi le zaradi pomanjkanja informacij, ampak je zavedena. Mediji izgubljajo kredibilnost, ker si veliko bolj kot za kakovostno obveščanje javnosti prizadevajo za poslovno uspešnost. Ali javnost verjame novinarju, ki samo uboga svojega šefa in napiše le tisto, kar gre v prodajo? Za verodostojnost medijev in za kakovostno informiranost državljana v demokraciji je uredniška avtonomija ključnega pomena. Danes jo redko spodkopavajo direktni pritiski preteklih časov, kot so preventivna cenzura, direktna navodila, kaj naj bo in kaj naj ne bo objavljeno, ampak subtilni vzvodi, ki podrejajo novinarje in urednike. Veliko je dokazov, da je uredniška avtonomija bistvena za kakovost in posledično finančni uspeh, ter nobenega, ki bi pričal o tem, da več uredniške neodvisnosti pomeni slabše finančne rezultate. Vsekakor je odgovorno vodenje medijskih podjetij za lastnike precej bolj kompleksno, predvsem pa zahteva razumevanje novinarstva in vloge medijev. Pogled uprav medijskih hiš na vpliv poslovnih pritiskov na novinarstvo se zelo razlikuje od pogleda novinarjev samih. Če uprave menijo, da pritiski le spreminjajo način, na katerega so stvari v uredništvu narejene in ne škodijo vsebini, pa uredniki in novinarji verjamejo, da finančni pritiski resno ogrožajo vsebino.

Svoboda novinarjev je relativna, saj je njihov status v normativnem smislu zelo visok, v realnem pa je veliko vprašanje, ali novinar, ki je ekonomsko odvisen, ne bo ubogal ukaza nadrejenih, če ta ukaz nasprotuje etičnim in profesionalnim standardom. Delo novinarjev sicer pripada javnosti, vendar so novinarji sami v lasti izdajateljev medijev, ki imajo popoln nadzor nad njihovim ekonomskim statusom in karierno potjo. Prepuščanje skrbi za verodostojne in neodvisne uredniške vsebine novinarjem ter sklicevanje na njihov profesionalizem in etično držo sta v luči njihove razpetosti med poslanstvom obveščanja javnosti in položajem mezdnega delavca sicer legitimna, vendar nezadostna.

Liberalci trdijo, da je svoboda tiska lastniška pravica, ki jo založniki izvršujejo v imenu celotne družbe; založniki naj bi zato imeli pravico, da svoje časopise usmerjajo, kot ustreza njim samim. Kar počnejo, je na koncu skladno z javnim interesom, ker njihovo delovanje regulirajo tržni procesi. Dokazala sem, da komunikacijskih pravic ni mogoče prepustiti ponudbi in povpraševanju na trgu, saj so z njimi določeni normativni pogoji demokracije. Tržna regulacija, ki izhaja iz ideala suverenosti potrošnika, je za medije neprimerna. Lastniško pravico je treba omejiti na račun pravice do komuniciranja. Sveto načelo novinarstva je zid med uredniškim in poslovnim delom medija, ki pa postaja vedno bolj porozen. Vrhunski uredniki so integrirani v vodstvene cilje korporacij. Novinarji so prek svojih urednikov postali manj odgovorni za integriteto uredniških vsebin in bolj za dobičkonosnost posla v celoti. Prepletanje novinarstva z marketingom in oglaševanjem bo privedlo do popolnega uničenja integritete uredniških vsebin.

Zakonodajni okvir varovanja svobode govora in svobode medijev kaže velik razkorak med normativnimi načeli in praktičnimi težavami zagotavljanja uredniške neodvisnosti, ki bi nujno potrebovala več normativne zaščite. Rešitev bi lahko bili samoregulativni mehanizmi, ki pa bi jih bilo treba uvesti v zakonodajo v smislu določitve minimalnih standardov uredniške avtonomije, ki bi bili obvezni, kršitev standardov pa sankcionirana.

Slovenski primer kaže na erozijo urejanja in varovanja uredniške avtonomije v zakonodaji. Vendar pa tudi mehanizmi, ki jih zakonodaja vsebuje, v praksi ne delujejo. Sprejemanje temeljnega pravnega akta, v katerem bi slovenski mediji morali določiti stopnjo avtonomije uredništev, kaže, da se lastniki dobro zavedajo, kako notranja demokracija uredništev posega v njihove pravice. Priča pa tudi o nesposobnosti pristojnega ministrstva, da bi izvajalo nadzor nad izpolnjevanjem določb veljavnega zakona. Primer Dela kaže, da so bili v zadnjih letih znižani standardi tako na področju notranjih pravnih aktov medija kot tudi v praktičnem spoštovanju neodvisnega položaja uredništva. Mediji v Sloveniji so izredno ranljivi zaradi povezanosti in konfliktnih odnosov med ekonomskimi in političnimi elitami, pa tudi zaradi majhnosti slovenskega medijskega trga in pomanjkljive demokratične kulture. Dialog med izdajatelji in uredništvu je zastal na vseh ravneh in v vseh medijih, zato je nerealno pričakovati, da se bo spontano obnovil.

10. VIRI IN LITERATURA

1. *Audiovisual media services without frontiers Directive*, sprejeto v Evropskem parlamentu 11. decembra 2007. Dostopno na <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/l24101a.htm> (5. maj 2008).
2. Bagdikian, H. Ben (1983/1997): *The Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
3. Bašić Hrvatina, Sandra in Lenart J. Kučić (2005): *Monopoli, Družabna igra trgovanja z mediji*. Ljubljana: Maska.
4. Bašić Hrvatina, Sandra (2007): V *Sloveniji brez javne razprave o novi medijski direktivi*. Dostopno na <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/28/medpol/> (6. avgust 2008).
5. Blog Medijski watch dog (2007a): *Protestna izjava novinarjev Dela: Jančič in Slivnik uničujeta dnevnik*. Dostopno na <http://medijski.blog.siol.net/2007/04/> (5. julij 2008).
6. Blog Medijski watch dog (2007b): *Starina Kosem: S Slivnikom želiva obvarovati avtonomijo medijev pred Janšo*. Dostopno na <http://medijski.blog.siol.net/2007/06/> (5. julij 2008).
7. Bruck, A. Peter (2002): *Media Diversity in Europe: Report to the Council of Europe*. Dostopna na <http://www.bka.gv.at/DocView.axd?CobId=3477> (22. avgust 2007).
8. Bücher, Karl (1893/2001): Začetki novinarstva. V Slavko Splichal (ur.): *Komunikološka hrestomatija 1, Začetki komunikologija v Evropi in ZDA*, 66-83. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
9. Curran, James in Jean Seaton (1981/1997): *Power without responsibility: the press and broadcasting in Britain*. London: Routledge.
10. *Declaration on the freedom of expression and information*, sprejeto na 70. zasedanju ministrskega sveta, 29. aprila 1982. Dostopno na <https://wcd.coe.int/com.instranet.InstraServlet?command=com.instranet.CmdBlobGet&InstranetImage=601273&SecMode=1&DocId=675536&Usage=2> (3. avgust 2008).
11. *Direktiva o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov (89/552/EGS) (EGT L 298 , 17.10.1989, s.*

- 23). Dostopna na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/sl/consleg/1989/L/01989L0552-19970730-sl.pdf> (5. maj 2008).
12. Dohnanyi, Von Johannes in Christian Möller, ur. (2003): *The impact of Media Concentration on Professional Journalism*. Vienna: Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE).
13. Društvo novinarjev Slovenije (2006): *Stališče Društva novinarjev Slovenije do vladnega predloga sprememb zakona o medijih*. Dostopno na <http://www.novinar.com/novice/novica.php?id=385> (5. julij 2008).
14. Društvo novinarjev Slovenije (2008a): *Javni poziv novinarjev in urednikov ČZP Večer*. Dostopno na <http://www.novinar.com/novice/novica.php?id=520> (20. avgust 2008).
15. Društvo novinarjev Slovenije (2008b): *Kolegom na Večeru in Delu podpora izrekli številni aktivni*. Dostopno na <http://www.novinar.com/novice/novica.php?id=526> (5. julij 2008).
16. *European Convention on Transfrontier Television*, sprejeto 5. maja 1989 in spremljajoči protokol (ETS No. 171) veljati začel 1. marca 2002. Dostopno na <http://conventions.coe.int/Treaty/EN/treaties/Html/132.htm> (5. maj 2008).
17. European Federation of Journalists (1995): *Editorial Democracy in European Media - IFJ / EFJ Final Declaration*. Dostopno na <http://europe.ifj.org/en/articles/editorial-democracy-in-european-media---ifj--efj-final-declaration-> (6. julij 2008).
18. European Parliament, Committee on Culture and Education (2008): *Draft Report on concentration and pluralism in the media in the European Union 2007/2253(INI)*, 7. marec. Dostopno na http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/pr/712/712320/712320en.pdf (10. avgust 2008).
19. European Parliament, Committee on Culture and Education (2008): *Protect editorial independence and media pluralism*, 3. junij. Dostopno na http://www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress_page/039-30532-154-06-23-906-20080602IPR30531-02-06-2008-2008-false/default_en.htm (2. september 2008).

20. Evropska komisija (2007): *Komisija pozdravlja začetek novega obdobja za avdiovizualne medije v Evropi*. Dostopno na <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/1809&format=HTML&aged=1&language=SL&guiLanguage=en> (8. september 2008).
21. *Evropska konvencija o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin*, Uradni list RS 7-41/1994 (RS 33/1994), sprejeta v Rimu, 4. novembra 1950. Dostopno na http://www.coe.si/sl/dokumenti_in_publikacije/konvencije/005/ (9. september 2008).
22. Folkerts, Jean in Dwight L. Teeter, Jr. (1989): *Voices of a nation: A history of media in the United States*. New York: Macmillan Publishing Company.
23. Grattan, Michelle (1998): Editorial Independence: An Outdated Concept?. V John Henningham (ur.): *Australian Journalism Monographs* 1. Dostopno na http://espace.library.uq.edu.au/eserv/UQ:11298/ajm_1.pdf (20. avgust 2008).
24. Guardian Media Group (2007): *The Scott Trust, Formation and purpose*. Dostopno na <http://www.gmgplc.co.uk/ScottTrust/Formationandpurpose/tabid/189/Default.aspx> (12. avgust 2008).
25. Habermas, Jürgen (1962/1989): *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: Škuc in Filozofska fakulteta.
26. HANSARD (1984): *"The Observer": Future*, Lords Sitting, 26. april. Dostopno na <http://hansard.millbanksystems.com/lords/1984/apr/26/the-observer-future> (10. avgust 2008).
27. Holsinger, L. Ralph (1987/1991): *Media Law*. ZDA: McGraw-Hill, Inc.
28. *Lisbon summit declaration*, sprejeto 3. december 1996 v Lizboni. Dostopno na http://www.osce.org/documents/mcs/1996/12/4049_en.pdf (12. avgust 2008).
29. Lubej, Gašper (2005): Slovenia. V Manuela Preoteasa (ur.): *The Bussines of Ethics, the Ethics of Bussines*, 227-244. Bucharest: Center for Independent Journalism.
30. McManus, H. John (1994): *Market-Driven Journalism: Let the citizen beware?*. ZDA: SAGE Publications.
31. Mednarodna zveza novinarjev (2008): *European Journalists Welcome Spanish Television Vote to Uphold Editorial independence*, 18. april. Dostopno na

- <http://europe.ifj.org/en/articles/european-journalists-welcome-spanish-television-vote-to-uphold-editorial-independence> (8. maj 2008).
32. Medved, Zoran (2007): Fenomenologija cenzure. *Dialogi, revija za kulturo in družbo* 43(7-8), 88-110.
 33. Mekina, Borut (2008): *Delo in Večer spet naprodaj*. Dostopno na http://www.mladina.si/tednik/200822/delo_in_vecer_spet_naprodaj (2. september 2008).
 34. Mihelj, Vlado (2006): Na strani resnice ali domovine?. *Dnevnik*, 5. julij, 5.
 35. Nahtigal, Neva (2006): *Pregled kadrovskih sprememb*. Dostopno na <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/26/kadri/> (10. avgust 2008).
 36. OSCE Representative on Freedom of the Media (1995-2008): *Principles for Guaranteeing Editorial Independence*, 22. julij 2003. Dostopno na http://www.osce.org/documents/rfm/2003/07/514_en.pdf (10. avgust 2008).
 37. *Pogodba o Ustavi za Evropo* CIG 87/2/04 REV 2, sprejeta na Konferenci predstavnikov vlad držav članic, Bruselj, 29. oktobra 2004. Dostopno na <http://evropa.gov.si/ustava/pogodba-o-ustavi-za-evropo.pdf> (22. avgust 2008).
 38. Požar, Bojan (2007): *Peter Jančič odstopil, novi urednik Dela bo Magov Markeš*. Dostopno na <http://www.pozareport.si/?Id=mediji&View=novica&novicaID=2701> (21. maj 2008).
 39. Preoteasa, Manuela, ur. (2005): *The Bussines of Ethics, the Ethics of Bussines*. Bucharest: Center for Independent Journalism.
 40. *Pravilnik o načinu vodenja in postopku za vpis ter o posredovanju podatkov iz razvida medijev* Ur. l. RS 58/2001. Dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200158&stevilka=3061> (10. avgust 2008).
 41. *Pravilnik o spremembah in dopolnitvah pravilnika o načinu vodenja in postopku za vpis ter o posredovanju podatkov iz razvida medijev* Ur.l. RS 94/2002. Dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200294&stevilka=4776> (10. avgust 2008).
 42. *Recommendation on media pluralism and diversity of media content* CM/Rec(2007)2, sprejeta na 985 srečanju Ministrskega sveta, 31. januarja. Dostopno na <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089699> (5. julij 2008).

43. Repovž, Grega in Špela Stare (2002): *Pismo vodstva DNS*. Dostopno na http://www.novinar.com/prikaz.php?show_projekt_objava=3&show_projekt=6 (10. avgust 2008).
44. *Rights and duties of the editor*, podpisano 22. oktobra 1953, obnovljeno 1973 in 2004. Dostopno na http://www.nj.no/Rights+and+duties+of+the+editor.b7C_wJzU1Y.ips (20. oktober 2007).
45. Salcetti, Marianne (1995): The Emergence of the Reporter. Mehanization and the Devaluation of Editorial Workers. V Hanno Hardt in Bonnie Brennen (ur.): *Newsworker: toward a history of the rank and file*, 48-74. Minneapolis: University of Minnesota Press.
46. Scholl, Armin in Siegfried Weischenberg (1999): *Autonomy in Journalism: How It Is Related to Attitudes and Behavior of Media Professionals*. Dostopno na <http://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol02/2-4a-B.htm> (4. september 2007).
47. Solomon, S. William (1995): The Site of Newsroom Labor. The Division of Editorial Practices. V Hanno Hardt in Bonnie Brennen (ur.): *Newsworker: toward a history of the rank and file*, 110-134. Minneapolis: University of Minnesota Press.
48. Splichal, Slavko (2005): *Kultura javnosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
49. *Splošna deklaracija Združenih narodov o človekovih pravicah*, sprejeta in razglašena z resolucijo Generalne skupščine 217 A (III), 10. decembra 1948. Dostopno na <http://www.unhchr.ch/udhr/lang/slv.htm> (11. julij 2008).
50. STA (2008): *IO aktiva novinarjev Dela: Nespoštovanje novinarskega mnenja se nadaljuje*. Dostopno na <http://www.sta.si/vest.php?s=s&id=1029159> (20. maj 2008).
51. *Tbilisi Declaration on Public Service Broadcasting and the Internet*. Dostopno na http://www.osce.org/documents/rfm/2005/11/17039_en.pdf (6. april 2008).
52. Thorson, Esther (2003): *What 35 Years of Academic Research Tells Us*. Dostopno na http://www.poynter.org/dg.lts/id.29033/content.content_view.htm (6. september 2007).
53. *Ustava Republike Slovenije*, sprejeta 1991. Dostopna na <http://www.dz-rs.si/?id=150&docid=27&showdoc=1> (10. julij 2008).

54. *Zakon o javnih glasilih* Ur. l. RS 18/1994. Dostopen na http://www.uradni-list.si/_pdf/1994/Ur/u1994018.pdf (10. avgust 2008).
55. *Zakon o medijih*, Uradni list RS, 35/01, veljati začel 26. 5. 2001. Dostopen na http://www2.gov.si/zak/Zak_vel.nsf/ea17665be36113bec1256616002db4e3/c12563a400338836c1256a3a0042e9e5?OpenDocument (6. julij 2008).
56. *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* Ur. l. RS 96/05, 9945. Dostopen na <http://www.dz-rs.si/index.php?id=101&vt=6&sm=k&q=zakon+o+radioteleviziji+slovenija&mandate=-1&unid=SZ|C12563A400338836C12570290028B3D4&showdoc=1> (10. avgust 2008).
57. *Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o medijih* Ur.l. RS 60/2006. Dostopen na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200660&stevilka=2536> (10. avgust 2008).
58. Zdravković, Lana (2007): Kakšna cenzura?. *Dialogi, revija za kulturo in družbo* 43(7-8), 48-88.
59. White, Adian (2008): *Organising for Quality, Diversity and Ethics in Journalism*. Dostopno na <http://europe.ifj.org/en/articles/efj-annual-meeting-2008-3> (19. avgust 2008).

11. PRILOGA

Predlog ureditve poklicne avtonomije v kolektivni pogodbi za poklicne novinarje

(Splošne določbe)

Izdajatelj je pravna ali fizična oseba, ki izdaja medij in je kot taka vpisana v razvid medijev pri pristojnem državnem organu.

Uredništvo posameznega medija sestavljajo odgovorni urednik, drugi uredniki in novinarji, kot so opredeljeni v uvodnih določbah te kolektivne pogodbe.

Znotraj okvirov zakonodaje in poklicnih etičnih vodil uživajo uredništva avtonomijo in pravico do samoorganizacije. Za uresničevanje načela avtonomije uredništvo samostojno oblikuje vsaj dva organa: zbor in izvršni organ uredništva, ki ima lahko v različnih medijih različne nazive.

Odgovorni urednik, vsi drugi člani uredništva in uredništvo kot celota so v okviru sprejetih poslovnih načrtov in programske zasnove samostojni in neodvisni na vsebinskem, kadrovskem, materialnem in razvojnem področju.

(Razmerja med uredništvom in izdajateljem oziroma njegovimi pooblaščenimi organi)

Izdajatelji zagotavljajo:

- popolno avtonomijo uredniškega osebja pri izbiri in predstavitvi informacij;
- strogo vzdrževano ločitev med pravicami delničarjev, odgovornostmi glede proračuna, produkcije in organizacije ter neodvisnostjo članov uredništva pred političnimi in drugimi interesnimi pritiski, tako notranjimi kot zunanjimi;
- pravico uredništva do samoorganizacije;
- pravico do zaposlovanja in napredovanja izključno glede na profesionalne standarde in kriterije.

Namen izdajanja in temeljna vsebinska izhodišča izdajatelji določijo s programsko zasnovo, ki je del vsake pogodbe, sklenjene z novinarjem ali urednikom, ne glede na vrsto pogodbenega razmerja.

Na prvem mestu in neposredno odgovorni urednik in vsi drugi člani uredništva uresničujejo in izpolnjujejo interes javnosti do obveščenosti. S tem ciljem v okviru programske zasnove oblikujejo in uresničujejo uredniško politiko posameznega medija, v kateri izdajatelj oziroma njegovi pooblaščenimi organi nimajo vsebinskih pristojnosti.

Člani uredništva imajo pravico, da preprečijo in zavrnejo vmešavanje uprave ali tretjih oseb v uredniške vsebine.

Če izdajatelj meni, da tekoča uredniška politika ni v skladu s programsko zasnovo, opravi skupni razgovor z odgovornim urednikom in izvršnim organom uredništva ter ju seznani s svojimi pripombami in jima da možnost predstavitve protiargumentov. Če ne morejo poenotiti stališč, v osmih dneh oblikujejo posebni poravnalni odbor. Vanj imenujeta uredništvo in izdajatelj po tri predstavnike, predsedujočega pa imenujeta sporazumno. Poravnalni odbor odloča z večino glasov vseh članov, njegove odločitve pa so zavezujoče za obe strani.

V primeru sprememb ali dopolnitev programske zasnove, ki izhajajo iz bistvenih sprememb v politični, svetovnonazorski ali religiozni usmeritvi izdajatelja, lahko novinar ali urednik brez odpovednega roka prekine svojo pogodbo in je upravičen do odpravnine v znesku, ki bi ga prejel, če bi pogodbo prekinil izdajatelj.

Če med izdajateljem ter novinarji in uredniki, ki vprašanje obravnavajo na zboru uredništva, ni mogoče doseči soglasja o tem, ali gre za bistvene spremembe po gornjem odstavku, o tem odloči poravnalni odbor po postopku iz tega člena.

Stroške za delovanje poravnalnega odbora nosita v enakih deležih izdajatelj in novinarski sindikat.

V primerih, na katere se nanašajo točke 2, 3 in 4 člena XY (o zboru uredništva), uprava oziroma drug organ odločanja izdajatelja ne sme sprejeti dokončne odločitve, dokler ni opravljeno temeljito posvetovanje z uredništvom.

Če uprava in zbor uredništva ne dosežeta soglasja, izvršni organ po nalogu zbora uredništva upravi predloži pisen in utemeljen nasvet o ravnanju v konkretnem primeru. Če uprava ali drug organ odločanja izdajatelja v nadaljevanju odstopa od tega nasveta, mora s tem v pisni obliki in z navedbo utemeljitve seznaniti zbor uredništva. V takšnem primeru odločitev ne bo uresničena pred potekom štirinajstih dni od dneva izdaje te pisne odločitve, razen če zoper odlog govore tehtni razlogi.

(Odgovorni urednik)

Odgovorni urednik v okviru sprejetih programskih in poslovnih načrtov vodi in predstavlja posamezni medij, ki ga izdaja izdajatelj.

Med pripravo poslovnega načrta se uprava z odgovornim urednikom posvetuje o tem, kako znotraj finančnih zmožnosti izdajatelja razporediti sredstva tako, da se zagotovijo optimalne razmere za delovanje uredništva.

Uprava se z odgovornim urednikom dogovarja tudi o obsegu oglaševalskih vsebin. Odgovorni urednik je dolžan zavrniti vsako objavo, ki bi lahko pri bralcu, poslušalcu ali gledalcu vzbudila vtis, da gre za novinarski prispevek, šlo pa bi za plačano (ali kako drugače kompenzirano) vsebino.

Pričakuje se, da odgovorni urednik sprejema temeljna vsebinska izhodišča medija, kot so opredeljena v programski zasnovi, sicer pa ima pravico do svobodnega in neodvisnega

uredniškega dela ter svobodo, da skupaj s preostalim uredništvom oblikuje stališča medija, ne glede na to, ali se v konkretnih zadevah ujemajo s stališči izdajatelja oziroma uprave.

Odgovorni urednik ne sme nikoli dopustiti, da bi se morebitni konflikti med poslovnimi in drugimi interesi izdajatelja ter interesom javnosti do obveščенosti razrešili v škodo javnosti ali da bi zaradi zunanjih pritiskov zagovarjal stališča, s katerimi se sam ne strinja.

Za zagotavljanje poklicne avtonomije je nujno, da sta funkciji odgovornega urednika in člana uprave ločeni.

Izdajatelj lahko odgovornega urednika imenuje ali razreši šele po pridobitvi mnenja ali soglasja uredništva o predlogu imenovanja ali razrešitve, ki ga pridobi po postopku, opredeljenem v (XY členu) nadaljevanju te pogodbe. V primerih, ki jih opredeljuje XY člen (o razmerjih znotraj uredništva), lahko uredništvo mnenje o odgovornem uredniku ugotavlja in posreduje izdajatelju tudi na lastno pobudo.

(Zbor uredništva)

Zbor uredništva sestavljajo vsi člani uredništva. Ob izvedbi postopkov, povezanih z ugotavljanjem mnenja uredništva in pravico do samoorganizacije, se za člana uredništva šteje, kdor _____

Pred vsako sejo zbora izvršni organ uredništva, ki tudi sklicuje in vodi seje, pripravi ažurni seznam članov uredništva, ki je podlaga za ugotavljanje legitimnosti in izidov glasovanja.

Seja zbora uredništva se lahko izvede ne glede na število prisotnih članov uredništva. Zbor odloča z večino glasov prisotnih članov. Akte iz svoje pristojnosti, mnenje oziroma soglasje k imenovanju ali razrešitvi odgovornega urednika, mnenje o spremembah programske zasnove in druge obvezujoče sklepe lahko zbor sprejme le, če je prisotna več kot polovica članov uredništva. Enako velja za izvedbo volitev članov izvršnega organa.

Zbor uredništva deluje najmanj na naslednjih področjih:

daje pobude za obravnavanje strokovnih, etičnih, socialnih in drugih vprašanj, ki so povezana z novinarskim delom, ter razpravlja o teh vprašanjih,

razpravlja o urejanju razmerij v uredništvu ter razmerij uredništva z izdajateljem in drugimi subjekti in daje pobude v zvezi s tem,

razpravlja in daje pobude o izvajanju aktov, ki urejajo novinarsko delo (temeljni pravni akt izdajatelja, novinarski kodeks, programska zasnova medija, zakonodaja), in o predlaganih spremembah teh aktov,

razpravlja o premestitvah ali spremembah nalog novinarjev znotraj uredništva, še posebej kadar se prizadeti novinar s predlagano premestitvijo/spremembo ne strinja,

daje mnenje oziroma soglasje k imenovanju in razrešitvi odgovornega urednika,
daje mnenje glede temeljne spremembe oziroma bistvene dopolnitve programske zasnove,
sprejema statut uredništva in njegove spremembe,
voli člane izvršnega organa uredništva in poravnalnih odborov,
sodeluje z novinarskim sindikatom, društvom in svetom delavcev.

(Izvršni organ uredništva)

Izvršni organ uredništva sestavljajo najmanj trije člani, ki jih izvoli zbor uredništva. V izvršni organ je lahko izvoljen vsak član uredništva razen odgovornega urednika. Mandat članov izvršnega organa uredništva je praviloma štiriletni. Z izvolitvijo novega izvršnega organa uredništva preneha mandat prejšnjemu.

Člani izvršnega organa izvolijo vodjo izmed sebe. Naloge vodje opravlja v njegovi odsotnosti katerikoli od preostalih članov.

Izvršni organ uredništva odloča z večino glasov svojih članov. Pristojen in odgovoren je najmanj za:

1. zastopanje interesov novinarjev in novinarskega poklica v razmerjih z izdajateljem,
2. vodenje razgovorov z odgovornim urednikom, upravo in drugimi organi izdajatelja o zadevah, ki se tičejo uresničevanja uredniške politike, programske zasnove, poklicne avtonomije, etičnih in poklicnih standardov ter kadrovske, materialne in razvojne vidike novinarskega dela,
3. oblikovanje stališč o posameznih uredniških odločitvah, kot določa X člen, ki opredeljuje razmerja znotraj uredništva,
4. bdenje nad izvajanjem etičnih in poklicnih standardov novinarskega dela ter opozarjanje na morebitne kršitve,
5. sprožanje, obravnavanje in sprejemanje pobud in predlogov ukrepov za zaščito novinarja pred zunanjimi ali notranjimi interesnimi pritiski,
6. oblikovanje stališč s pisno obrazložitvijo o kandidatih za odgovornega urednika in drugih vprašanjih, ob katerih se ugotavlja mnenje uredništva,
7. organiziranje izvedbe postopka pridobivanja mnenja oziroma soglasja uredništva o imenovanju in razrešitvi odgovornega urednika,
8. organiziranje izvedbe postopka pridobivanja mnenja o temeljni spremembi oziroma bistveni dopolnitvi programske zasnove,

9. sklice, organiziranje in vodenje sej zbora uredništva ter predhodno pripravo seznama članov zbora uredništva,

10. izvrševanje sklepov zbora uredništva.

(Ugotavljanje mnenja uredništva po ZMed)

Mnenja oziroma soglasja daje zbor uredništva z glasovanjem. Zbor uredništva lahko s trajnim pooblastilom ali za vsak primer posebej pristojnost dajanja mnenja oziroma soglasja prenese na izvršni organ uredništva. Trajno pooblastilo lahko zbor uredništva kadarkoli prekliče.

Izdajatelj prek svojega pooblaščenega organa zboru uredništva posreduje zahtevo za izrek mnenja o kandidatu ali kandidatki za odgovornega urednika oziroma o temeljni spremembi ali bistveni dopolnitvi programske zasnove. Zahtevi mora biti priložena vsebinska obrazložitev predloga. Izvršni organ uredništva v koordinaciji z izdajateljem skliče sejo, na kateri izdajatelj članom in članicam uredništva predstavi kandidata ali kandidatko oziroma spremembe programske zasnove in utemelji svoj predlog. V postopku imenovanja odgovornega urednika ali urednice sledi samopredstavitve kandidata ali kandidatke, temu pa razprava, v kateri lahko sodelujejo vsi člani in članice zbora uredništva; izdajatelj in kandidat ali kandidatka so dolžni odgovarjati na njihova vprašanja. Razprava med izdajateljem ter člani in članicami uredništva se opravi tudi v postopku spreminjanja oziroma dopolnjevanja programske zasnove.

Po seji - v roku, določenem z notranjimi pravili posameznega uredništva - izvršni organ uredništva seznanijo vse člane zbora uredništva s svojim stališčem do predloga in s krajem in časom glasovanja o predlogu. Pravico do glasovanja imajo vsi člani zbora uredništva, kot so opredeljeni v XY členu.

Glasovanje je tajno in veljavno, če se ga udeleži vsaj polovica članov uredništva. Za pozitivno mnenje oziroma pozitivno soglasje uredništva šteje, če za predlog izdajatelja glasuje več kot polovica udeležencev glasovanja, sicer je mnenje oziroma soglasje negativno. Če se večinsko mnenje zbora uredništva ujema s predhodno sprejetim stališčem izvršnega organa, je pisna obrazložitev stališča izvršnega odbora del mnenja, ki ga zbor posreduje izdajatelju in javnosti.

Če izdajatelj v nadaljevanju ravna v nasprotju z mnenjem uredništva, ki je bilo ugotovljeno z glasovanjem, mora zboru uredništva v pisni obliki posredovati utemeljitev svoje odločitve.

Če je enako mnenje na glasovanju o spremembi programske zasnove in o imenovanju ali razrešitvi odgovornega urednika izreklo več kot 75 odstotkov članov uredništva, je takšno mnenje za upravo obvezujoče.

(Razmerja znotraj uredništva)

Odgovorni urednik je dolžan obravnavati pobude zbora oziroma izvršnega organa uredništva, izvršni organ in po potrebi zbor uredništva pa pobude odgovornega urednika.

Delovanje uredništva temelji na spoštovanju avtorskih pravic ter na avtonomnosti urednikov, novinarjev in drugih avtorjev pri ustvarjanju programskih vsebin v skladu s programsko zasnovo in novinarskimi standardi, Münchensko deklaracijo in Kodeksom novinarjev Slovenije ter na osebni odgovornosti novinarjev oziroma drugih avtorjev prispevkov in urednikov za posledice njihovega dela.

Če resorni ali odgovorni urednik v okviru svojih pooblastil spremeni ali ukaže spremeniti novinarski prispevek, mora imeti prizadeti novinar možnost odločiti, ali bo prispevek objavljen z njegovim podpisom ali ne.

Nobenemu novinarju ne delodajalec ne katerakoli oseba v njegovem imenu ne sme naložiti nobenega dejanja ali naloge, za katero novinar meni, da bi bilo v nasprotju z njegovo ali njeno profesionalno etiko. Zaradi zavrnitve takšne naloge novinar ne sme biti podvržen nobenim sankcijam. Obenem imajo novinarji pravico do izpolnitve dolžnosti, ki so jim naložene glede na njihove kvalifikacije, kar med drugim pomeni, da ima novinar, ki mu je naložena priprava določenega članka oziroma prispevka, praviloma pravico do objave.

Urednik ali odgovorni urednik lahko zavrne objavo posameznega prispevka, če za to obstajajo utemeljeni razlogi. Če to zahteva avtor ali izvršni organ uredništva, mora urednik zavrnitev objave pisno obrazložiti.

Odgovorni urednik lahko z utemeljenimi razlogi razveljavi vsako uredniško odločitev podrejenega urednika. Če to zahteva prizadeti urednik ali izvršni organ uredništva, mora odgovorni urednik odločitev pisno obrazložiti.

Če ima član uredništva ugovore vesti zoper nalogo, ki mu je bila naložena, in če se ne more strinjati z odločitvijo, ki jo je v tej zadevi sprejel odgovorni urednik, lahko prosi za presojo izvršni organ uredništva.

Izvršni organ uredništva se lahko na svojo pobudo opredeli do vseh uredniških odločitev oziroma njihove utemeljenosti in svoje (v tem primeru neobvezujoče) stališče posreduje urednikom, o katerih se izreče, lahko pa tudi drugim članom uredništva. Če to zahteva prizadeti novinar ali urednik, pa oblikovanje stališča ni le pravica, ampak je tudi dolžnost izvršnega organa uredništva.

V primeru zahteve posameznega novinarja ali urednika po izreku stališča je izvršni organ uredništva dolžan brez odlašanja sklicati sejo, na katero povabi prizadetega novinarja, urednika in odgovornega urednika. Namen seje je pomiritev in uskladitev stališč. Če pomiritev in uskladitev stališč ni mogoča, je izvršni organ dolžan v pisni obliki navesti argumente vseh strani in prizadetim v treh dneh posredovati svoje stališče. Odgovorni urednik se mora v treh dneh po prejetju stališča izvršnega organa opredeliti do tega stališča – ga sprejme in upošteva v nadaljnjih postopkih ali ga zavrne.

Če odgovorni urednik in izvršni organ uredništva v postopku pomirjanja ne prideta do enotnega stališča, odgovorni urednik pa ni pripravljen sprejeti stališča izvršnega organa, ima le-ta pravico, da opis dogodka in svoje stališče objavi v medijski izdaji, v zvezi s katero je prišlo do nesoglasja, in to na mestu, kjer je bila predvidena objava novinarskega prispevka, ki je predmet spora; v isti

izdaji lahko v enakem obsegu svoje stališče objavi tudi odgovorni urednik. Obenem se najpozneje v treh dneh po posredovanju odločitve odgovornega urednika o ne-upoštevanju stališča izvršnega odbora razpiše arbitražni postopek. Arbitražni senat ima tri člane: prvega predlaga odgovorni urednik, drugega izvršni organ uredništva, tretjega izbereta odgovorni urednik in izvršni organ uredništva skupaj. Arbitražni senat je dolžan v najkasneje osmih dneh oblikovati stališče, ki je za vse strani obvezujoče in mora biti objavljeno v medijski izdaji, v zvezi s katero je spor nastal.

Sredstva za povrnitev stroškov arbitraže sta v enakem deležu dolžna zagotoviti izdajatelj in sindikat.

Če odgovorni urednik ne spoštuje v tem členu predpisanih postopkov, če se na pozive ne odzove in/ali svojih ravnanj ne utemeljuje, se na predlog novinarja oziroma urednika ali izvršnega organa uredništva sproži postopek ugotavljanja mnenja o odgovornem uredniku.

(zadnji člen)

To poglavje se v uredništvih brez sprejetih lastnih statotov oziroma pravil uporablja neposredno.