

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

SKUPINSKO MAGISTRSKO DELO

**FINANČNA IN LASTNIŠKA VPLETENOST PODJETIJ V TISKANIH
MEDIJIH IN POROČANJE MEDIJEV O NJIHOVIH SPORNIH
POSlih**

Ljubljana, maj 2016

FILIP BATIČ
ŽIVA DEBEVEC

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisana Filip Batič in Živa Debevec, študenta Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljava, da sva avtorja magistrskega dela z naslovom Finančna in lastniška vpletenost podjetij v tiskanih medijih in poročanje medijev o njihovih spornih poslih, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem red. prof. dr. Jožetom Damijanom.

Izrecno izjavljava, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovoliva objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavlja, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno najinega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sva
 - poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporablja v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sva to v besedilu tudi jasno zapisala;
- se zavedava, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot najinih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedava posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za najin status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne 16. 5. 2016

Podpis avtorjev: _____

KAZALO

UVOD	1
1 KORUPCIJA V MEDIJIH IN PROBLEMATIKA LASTNIŠTVA MEDIJEV	4
1.1 Definicija korupcije	4
1.2 Korupcija v medijih	5
1.2.1 Faktorji, ki vplivajo na integriteto medijev	6
1.2.1.1 Vpliv pravnih vidikov	7
1.2.1.2 Vpliv lastništva medijev	8
1.2.1.3 Vpliv standardov novinarstva	9
1.2.2 Vrste korupcije v medijih	10
1.3 Lastniška povezava medijev in podjetij v tujini	11
2 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE IN HIPOTEZE	12
2.1 Raziskovalni problem	12
2.2 Pregled literature	14
2.2.1 Pregled dosedanjih empiričnih raziskav	16
2.2.2 Omejitve raziskovalnega področja glede na pretekle raziskave	18
2.2.3 Povzetek pregleda literature in utemeljitev raziskave	19
2.3 Hipoteze	20
3 METODOLOGIJA IN PODATKI	21
3.1 Metodologija	22
3.1.1 Preverjanje robustnosti empiričnega modela	24
3.2 Podatki	24
4 EMPIRIČNA ANALIZA IN REZULTATI	31
4.1 Izbor preučevanega vzorca in metodologije statistične obdelave podatkov	31
4.2 Kvalitativna analiza	32
4.3 Deskriptivne statistike	33
4.3.1 Objektivnost in pogostost poročanja medijev o spornih poslih po letih v obdobju od 2008 do 2014	33
4.3.2 Objektivnost in pogostost poročanja medijev o spornih poslih v posameznem mediju v obdobju od 2008 do 2014	36
4.3.3 Bruto izdatki za oglaševanje in lastništvo medijev	38

4.4 Ekonometrična analiza	40
4.4.1 Rezultati regresijske analize za pogostost poročanja	41
4.4.2 Rezultati regresijske analize za objektivnost poročanja.....	47
5 RAZPRAVA IN PRIPOROČILA ZA NADALJNJE RAZISKAVE	53
5.1 Vidik lastništva zasebnega sektorja v medijih in njegov vpliv	55
5.2 Vidik financiranja zasebnega sektorja medijev in njegov vpliv.....	56
5.3 Predpostavke, omejitve in razmejitve raziskave.....	57
5.4 Predlogi za nadaljnje raziskave	58
SKLEP	60
ANGLEŠKI POVZETEK	64
LITERATURA IN VIRI	67

KAZALO SLIK

Slika 1: Razlike v povprečju objektivnosti poročanja posameznega medija, glede na povprečje objektivnosti poročanja vseh štirih medijev na letni ravni, za članke, ki poročajo o domnevnih spornih poslih Boška Šrota.....	34
Slika 2: Razlike v povprečju objektivnosti poročanja posameznega medija, glede na povprečje objektivnosti poročanja vseh štirih medijev na letni ravni, za članke, ki poročajo o domnevnih spornih poslih Bojana Petana	34
Slika 3: Frekvenca poročanja o spornih poslih Boška Šrota po medijih v obdobju 2008–2014.....	35
Slika 4: Frekvenca poročanja o spornih poslih Bojana Petana po medijih v obdobju 2008–2014.....	36
Slika 5: Povprečje objektivnosti poročanja medijev o domnevnih spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana, glede na posamezen medij, v obdobju 2008–2014.....	37
Slika 6: Frekvenca poročanja o spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana, glede na posamezne medijske hiše, v obdobju 2008–2014.....	38
Slika 7: Izdatki za oglaševanje s strani Skupine DZS in Skupine Laško v izbrane medije v obdobju 2008–2014 v %	39
Slika 8: Prikaz lastniške strukture izbranih medijev na dan 31. 12. 2014 v %	40

KAZALO TABEL

Tabela 1: Skupno število zadetkov člankov, iskanih po ključnih besedah, v obdobju 2008–2014	26
Tabela 2: Opis spremenljivk v modelu 1 in modelu 2.....	27
Tabela 3: Opisna statistika spremenljivk	32
Tabela 4: Rezultati Hausmanovega testa za pogostost in objektivnost poročanja	41
Tabela 5: Rezultati regresijske analize za pogostost poročanja	42
Tabela 6: Rezultati regresijske analize za pogostost poročanja, ocenjeni z metodo najmanjših kvadratov (OLS) in fiksnih učinkov (FE)	44
Tabela 7: Rezultati regresijske analize za objektivnost poročanja.....	48
Tabela 8: Rezultati regresijske analize za objektivnost poročanja, ocenjeni z metodo najmanjših kvadratov (OLS) in fiksnih učinkov (FE)	50

UVOD

Mediji so mnogokrat pojmovani kot četrti steber demokracije, ki predstavlja svobodo govora. Igrajo pomembno vlogo pri nadzorovanju in preiskovanju dejanj ljudi, ki so na visokih položajih in pri ozaveščanju javnosti o njihovih dejanjih. Mediji so ključnega pomena pri spodbujanju dobrega upravljanja in posledično pri obvladovanju korupcije. Vendar pa mediji in novinarji niso imuni na korupcijo. Odgovorni in etični mediji izhajajo iz načela neodvisnosti, pravnega varstva, strokovnega vodenja in ekonomske upravičenosti. Učinkovitost medijev je tako odvisna od dostopa do informacij in svobode izražanja, kot tudi od strokovnosti in etičnosti ekipe preiskovalnih novinarjev.

Svoboda medijev je, skupaj z učinkovitim parlamentom in neodvisnim sodnim organom, predpogoj za uspešno omejevanje korupcije. Pri tem imajo mediji dvojno vlogo: ozaveščanje javnosti o korupciji in na drugi strani preiskovanje ter poročanje o primerih korupcije na strokoven in etičen način (Stapenhurst, 2000). Da pa bi bili mediji učinkoviti, bi morali biti povsem neobremenjeni, nepovezani in neodvisni.

Kako učinkovito mediji poročajo o korupciji, je odvisno od številnih pomembnih dejavnikov, kot so: svoboda medijev do dostopa, preveritve in objave točnih informacij, neodvisnost od medijskih hiš in možnosti dostopa do neodvisnih virov financiranja. Prav tako so konkurenca, doseg in verodostojnost medijev pomembni dejavniki, ki vplivajo na delovanje medijev. V nadaljevanju so nekoliko bolj podrobno razloženi najpomembnejši dejavniki učinkovitega poročanja medijev (Nogara, 2009):

- **svoboda izražanja** – svoboda izražanja je bistvenega pomena pri raziskovanju in poročanju pojava korupcije na strokoven, učinkovit in etičen način;
- **dostop do informacij** – v večini držav državljani dobijo informacije, ki jih potrebujejo, prek medijev, kateri služijo kot posredniki, ki zbirajo informacije in jih pošiljajo v javnost. Brez zanesljivega dostopa do informacij so mediji tako močno omejeni pri opravljanju svoje dejavnosti javne odgovornosti;
- **lastništvo** – države z višjim državnim lastništvom medijev kažejo nižjo kakovost predpisov, a tudi zasebno lastništvo ni vedno nujno povezano z nižjo stopnjo korupcije; tu se lahko pojavi pristranskost poročanja medijev o povezanih osebah;
- **konkurenca** – tekmovalnost v medijih ima velik vpliv na zmanjšanje korupcije, konkurenca pa je lahko celo močnejši dejavnik kot svoboda izražanja;
- **domet** – sposobnost medijev, da bi dosegli javnost, je bistvenega pomena za uspešnost poročanja o korupciji;
- **verodostojnost** – zaupanje ljudi v neodvisnost medijev je bistvenega pomena pri vzpostavljanju zavesti boja proti korupciji.

Podjetja investirajo v medije z željo po vplivanju na njihovo poročanje. Ti nameni lahko segajo od zaščite lastnega dobrega imena do promocije lastnih poslovnih interesov. Na to kažejo primeri Berlusconija in Murdocha v tujini, v Sloveniji pa primeri Šrota in Petana.

Na ta način medijske hiše izgubijo del neodvisnosti, njihovi mediji pa del nepristranskosti pri morebitnem poročanju o koruptivnih dejanjih povezanih oseb in družb.

Medijem in medijskim hišam na drugi strani glavni vir prihodkov (poleg prihodkov od prodaje) predstavljajo prihodki iz oglaševanja. Na ta način so močno odvisni od svojih naročnikov in njihove količine oglaševanja. Velika finančna odvisnost medijem odvzema neodvisnost poročanja in svobodo izražanja.

Lastniška in poslovna odvisnost tako posegata v neodvisnost, samostojnost in neobremenjenost poročanja medijev o koruptivnih dejanjih povezanih oseb.

Namen magistrskega dela je dvojen:

1. Gre za obširen pregled literature s področja korupcije v medijih ter korupcije na splošno, z namenom razumevanja obsežnosti pojma korupcija ter pojmovanjem, kako mediji poročajo o koruptivnih dejanjih v primeru, da niso povsem neodvisni.
2. Na primeru Slovenije analizirati odnose med mediji in zasebnim sektorjem ter proučiti, kako lastniška ali poslovna povezanost med njimi vpliva na poročanje medijev o koruptivnih dejanjih povezanih oseb.

Med raziskovanjem se bova opirala na naslednji dve vprašanji:

- Ali mediji, ki so lastniško povezani z določenimi osebami, oziroma podjetji, o njihovih perečih temah, oziroma spornih dejanjih, poročajo redkeje, oziroma manj objektivno, kot mediji, ki s temi osebami nimajo lastniške povezave?
- Ali mediji, ki so finančno, oziroma poslovno povezani z določenimi osebami ali podjetji, o njihovih perečih temah, oziroma spornih dejanjih, poročajo redkeje, oziroma manj objektivno, kot mediji, ki s temi osebami niso finančno ali poslovno povezani?

Cilj magistrskega dela je, na primeru Slovenije, ugotoviti ali obstaja, na eni strani povezava med lastništvom medija in objektivnostjo ter pogostostjo poročanja, ter na drugi strani med izdatki za oglaševanje v medij in objektivnostjo ter pogostostjo poročanja. Za obstoj te povezave je v okviru magistrske naloge oblikovanih več ekonometričnih modelov, v katerih sta kot glavni neodvisni spremenljivki vključeni lastništvo medija in izdatki za oglaševanje.

Najina raziskava se osredotoča na lastniško strukturo medijev ter na bruto vrednosti oglaševanja. Glede na smer in velikost korelacije med lastništvom medija in bruto vrednostjo oglaševanja na eni in objektivnostjo in pogostostjo poročanja medijev na drugi strani, bova poskušala ugotoviti, ali je poročanje odvisno od lastništva, oziroma od bruto oglaševanja v izbrane medije.

Da bi ugotovili, ali **lastniška struktura** medija vpliva na objektivnost in pogostost poročanja medija, bo raziskava preverila, ali lastniška prisotnost določenega podjetja v posamičnem mediju prinese manj objektivnega poročanja medija o koruptivnih dejanjih

tega podjetja. Z drugimi besedami: ali mediji pišejo enako pogosto in enako objektivno o spornih dejanjih svojih lastnikov kot o koruptivnih dejanjih tretjih oseb.

Raziskava preučuje tudi vpliv **financiranja medijev** glede na pogostost objektivnega poročanja o družbah in osebah. Cilj raziskave je razumeti, ali mediji pišejo enako pogosto in enako objektivno o spornih dejanjih oseb (od katerih so finančno odvisni), kot o tretjih osebah.

Preučevanje povezave med lastništvom, oziroma financiranjem medijev in načinom njihovega poročanja o povezanih osebah, je povsem nov koncept v Sloveniji in tudi izven nje. Raziskava Di Telle in Franceschellija (2009, 2011), kateri se najin koncept najbolj približa, raziskuje izključno povezavo med finančno vpletenostjo vlade v medijih in pripravljenostjo medijev za poročanje o vladnih škandalih v Argentini. Najin koncept pa se osredotoča na zasebni sektor, česar v obstoječih raziskavah še ni zaslediti.

Danes je ob iskanju krivca za nastanek gospodarske krize pozornost pogosto usmerjena v korupcijo. Ugotavlja, da je ta pereča tema še vedno premalo raziskana. Veliko raziskav, na temo korupcije, se osredotoča na korupcijo v nerazvitem svetu (raziskava Adeyemija, 2013), oziroma na države z bolj represivnim političnim okoljem (raziskava Staniga, 2015). To seveda ne pomeni, da v razvitem svetu korupcija ni prisotna. Kolikor nama je znano, predstavlja najina raziskava prvi korak pri preučevanju problema zasebnega lastništva, povezanega s poročanjem o korupciji v medijih v Sloveniji.

Najino magistrsko delo je sestavljeno iz petih poglavij. Uvodnemu poglavju sledi poglavje, ki opredeljuje korupcijo. Tu bova natančneje opisala koncept korupcije, predstavila korupcijo v medijih, opisala faktorje, ki vplivajo na integriteto medijev ter navedla primere lastniških povezav medijev in zasebnega sektorja v tujini.

V drugem poglavju bova predstavila najin raziskovalni problem, obširnejši pregled obstoječe literature na temo koruptivnih poslov v medijih in postavila ključne hipoteze glede na najin zastavljen problem neposredne povezave lastništva medijev z zasebnim sektorjem ter opisala vpliv na poročanje o morebitnih spornih poslih medijskih lastnikov.

Tretje poglavje se osredotoča na metodologijo in podatke, kjer bova natančneje opisala metodologijo zbiranja podatkov, navedla ključna empirična modela, ki sta relevantna za najino raziskavo in pojasnila spremenljivke ter vire le-teh. Opredelila bova tudi statistično enoto in vse njene parametre, potrebne za nadaljnjo raziskavo.

V četrtem poglavju je predstavljena empirična analiza in rezultati, kjer skušava odgovoriti, ali večinsko zasebno lastništvo tiskanih medijev negativno vpliva na objektivnost in pogostost poročanja medijev o morebitnih spornih poslih njihovih lastnikov. Na najino raziskovalno vprašanje bova odgovorila z opisnimi statistikami preučevanih enot in z ekonometričnimi modeli.

Magistrsko delo se zaključi s petim poglavjem, v katerem razpravlja o pridobljenih rezultatih empirične analize, jih povzameva, navedeva vse omejitve in predpostavke, uporabljene v tej raziskavi ter podava priporočila za nadaljnje raziskave s področja poročanja o korupciji in spornih poslih v zasebnem sektorju.

1 KORUPCIJA V MEDIJIH IN PROBLEMATIKA LASTNIŠTVA MEDIJEV

1.1 Definicija korupcije

Koncept korupcije je težko opredeliti. Že na posameznem kulturnem področju, se lahko opredelitev korupcije razlikuje, še težje pa je korupcijo opredeliti na globalnem nivoju. Koncept korupcije torej označuje idealno vedenje ljudi, odstopanja od tega vedenja pa predstavljajo koruptivna dejanja. Torej je pojem korupcije do neke mere subjektiven (Dahlström, 2008).

Najbolj pogost primer korupcije so najverjetneje podkupnine. Izmenjava daril in uslug je del našega vsakdanjika že stoletja in je za razliko od podkupnin družbeno sprejeta. V klasičnih grških, latinskih, egipčanskih ali hebrejskih besedilih ni zaslediti posebnega izraza za koruptivno darilo. Besedila uporabljajo enoten izraz tako za iskreno darilo kot tudi za koruptivno darilo (Taylor, 2001). V angleščini je bila beseda podkupnina (angl. *bribe*) tesno povezana s krajo, vendar se je njen pomen približal današnjemu pomenu šele v 16. stoletju. Prva potrjena uporaba te besede izhaja iz leta 1535 v prevodu Biblije, kjer je v nekaterih primerih beseda darilo nadomeščena z besedo podkupnina (Noonan, 1987).

Podkupnine so oblikovane na podlagi vzajemnosti, in čeprav je danes nezakonito dati darilo tudi po tem, ko je bila storitev opravljena, to ni bilo vedno tako (Cars, 2001). V znameniti igri »Trgovec iz Benetk« se darilo ne obravnava kot podkupnina, če je bilo dano po razsodbi, medtem ko je darilo, ki je bilo izdano pred razsodbo, podkupnina. Na podoben način darila argumentira tudi Francis Bacon v svojih »Izpovedih«, ki jih je napisal v času sojenja, ko je bil obtožen korupcije (Noonan, 1987).

Korupcija je torej širši pojem kot podkupnina in obsega tudi ravnanje, ki ni nujno nezakonito. V Veliki Britaniji sta bila v 17. stoletju monopol in kadrovanje na položaje pogosto enačena s spornim podkupovanjem in prodajo položajev. Monopol in kadrovanje na položaje nista bila nezakonita, med tem ko sta podkupovanje in prodajanje položajev veljala za korupcijo (Peck, 2003). V Franciji se je prodaja položajev v javnosti štela kot koruptivno dejanje, pa čeprav je bilo to zakonito.

Tip vedenja, ki ga povezujemo s korupcijo, je danes povezan s tem, ali je to vedenje prisotno v zasebnem ali javnem sektorju. Eden izmed prvih člankov, objavljenih o korupciji (Addams, 1898), obravnava primer izvoljenega uradnika, ki je nudil posebne usluge v svojem volilnem okrožju. S tem, da je tudi po izvolitvi nadaljeval s pomočjo in

podporo svojim prijateljem in sosedom, pa so njegova dejanja postala koruptivna. Dejanja, ki so družbeno sprejemljiva v zasebnem življenju, so torej za človeka, ki je na javnem položaju lahko koruptivna. Tako se zastavlja vprašanje, kje je meja med zasebno in družbeno vlogo posameznika.

Podobni problemi se pogosto pojavljajo pri razpravah o korupciji v državah v razvoju, kjer je korupcija opredeljena v skladu z zahodnoevropskimi vrednotami. Nekatera dejanja se tako štejejo kot koruptivna, čeprav se v drugih kulturah pojmujejo kot običajna. To je tudi posledica različnih opredelitev javnega in zasebnega. Torej ni pomembno le dejanje, pač pa tudi situacija in okolje, v katerem je dejanje storjeno.

Ena najstarejših modernih diskusij na temo korupcije opisuje korupcijo kot namerno napačno izvedbo dolžnosti ali zanemarjanje dolžnosti, oziroma neupravičeno uveljavljanje moči, z motivom pridobivanja prednosti na osebni ravni (Brooks, 1909). Ta opredelitev ni tako zelo drugačna od današnje opredelitve, torej uporabe oziroma zlorabe javnih funkcij za ustvarjanje zasebnih koristi (Tanzi, 1998).

V najini magistrski nalogi se bova osredotočala na definicijo korupcije s strani Svetovne banke (World Bank): »*Korupcija je zloraba javnega položaja za zasebno korist*«. Za to definicijo sva se odločila, saj zajema večino dejanj, ki jih danes opisujemo kot koruptivna dejanja. Interpretiramo jo lahko tako za javni, kot tudi zasebni sektor, katerega preučuje najina magistrska naloga.

1.2 Korupcija v medijih

Mediji igrajo pomembno vlogo pri širjenju informacij, povezanih s korupcijo. Najpomembnejšo vlogo imajo verjetno novinarji, ki z raziskovalnim novinarstvom razkrivajo informacije o koruptivnih dejanjih. Dva izmed največjih korupcijskih škandalov v zadnjem desetletju, ki vključujeta švedski družbi Ericsson in Saab, sta bila izpostavljena zahvaljujoč delu novinarjev na švedskem državnem radiu in televiziji. Obstoj raziskovalnega novinarstva morda dejansko vodi do odvrčanja ljudi od korupcije zaradi strahu, da bodo javno razkrinkani (Dahlström, 2008).

Vendar svoboda tiska sama po sebi ni nujno merilo za zmanjševanje korupcije, saj obstaja možnost, da so tiskani mediji prav tako pod vplivom korupcije. Primer tega je plačilo v zameno za molk, oziroma za prirejanje novic. V študiji, izvedeni s strani združenja IPRA, (2002) (v Dahlström, 2008) je 40 odstotkov vprašanih, predvsem starejših delavcev v južni Evropi, Afriki in na Bližnjem vzhodu, odgovorilo, da menijo, da podkupnine pogosto vplivajo na uredniško vsebino. Poleg tega v Latinski Ameriki 41 odstotkov vprašanih verjame, da je normalno sprejeti podkupnino v zameno za molk (Mendes, 2013).

Tudi nizke plače novinarjev vplivajo na večjo dovzetnost za podkupnine. Koristnost prejete podkupnine je po navadi v obratnem sorazmerju z dohodkom določene osebe.

Posameznik z nizko plačo bo imel več koristi od prejete podkupnine kot posameznik z visoko plačo (Easterly, 2002; Klitgaard, 1988). Trenutna plača, pričakovana doba zaposlitve in možnost napredovanja višajo možnost korupcije. Z vpletenostjo pa novinarji tvegajo izgubo službe (Mendes, 2013). Eden od razlogov, zakaj je podkupovanje novinarjev težje v primerjavi s podkupovanjem politikov, je dejstvo, da posamezen politik ne igra ključne vloge pri sprejemanju predloga zakona. Torej je za učinkovit vpliv potrebno podkupiti več politikov. V primeru medijev pa je dovolj ena neugodna informacija in ugled določene osebe se lahko drastično poslabša. Zato prav vsi mediji igrajo ključno vlogo in imajo kot taki večjo pogajalsko moč (Dahlström, 2008).

V mnogih državah se novinarji in medijske hiše soočajo z ovirami, kot sta na primer cenzura tiska ali omejen dostop do uradnih informacij. Omejitve tiska niso prisotne le preko zakonodaje, pač pa tudi preko fizičnega nasilja. Mednarodna zveza novinarjev poroča, da je bilo samo v letu 2014 ubitih 135 novinarjev, domnevno zaradi njihovega dela na področju odkrivanja korupcije (Journalists and Media Staff Killed List in 2014, 2015). Mediji morajo imeti možnost prostega širjenja informacij, da so lahko pri svojem delu uspešni. Prav tako boljša informacijska infrastruktura vpliva na svobodo tiska in obratno. V primeru slabe informacijske infrastrukture je širjenje informacij tako počasnejše. Pomanjkanje informacijske infrastrukture je bilo opredeljeno kot velik problem v protikorupcijskih prizadevanjih v Afriki (Teichmann & Zöllner, 2007). Torej informacijska infrastruktura, kot tudi svoboda medijev, sta potreben, vendar ne nujno zadosten razlog za učinkovit boj proti korupciji.

1.2.1 Faktorji, ki vplivajo na integriteto medijev

Mediji so pogosto ovirani pri izpolnjevanju svoje vloge varuha. Ovirani so predvsem z omejevanjem svobode tiska, s tržnimi nepopolnostmi, s pomanjkanjem strokovnih standardov, s šibko civilno družbo in z omejitvami medijske pismenosti ter dostopa javnosti do medijev (Odugbemi & Norris, 2010).

V državah v razvoju, kjer se mediji pogosto soočajo z velikimi izzivi v obliki pomanjkanja usposabljanj in tehničnih znanj, z nizkimi poklicnimi standardi, z omejenimi finančnimi viri, z neustreznimi pravnimi okviri in nedemokratskim političnim sistemom, bo korupcija v medijih še dodatno oslabil potencial medijev v boju proti korupciji in spodbujanju javne odgovornosti. To je možno zaslediti v ugotovitvah barometra globalne korupcije, opravljenega s strani Transparency International, ki kaže na dejstvo, da je korupcija v medijih zaskrbljujoča v številnih državah v razvoju, kot so Libanon, Jemen, Pakistan, Bolivija, Zimbabve, Ukrajina, Malavi, Senegal, Peru, Afganistan, Tajska, Palestina, Zambija, Južni Sudan in Malezija. Različni dejavniki, kot so medijski predpisi, lastništvo medijev, viri informacij in zmogljivosti, lahko ogrozijo integriteto in avtonomijo medijev ter jih s tem naredijo bolj podvržene korupciji (Global Corruption Barometer 2010/11, 2015).

1.2.1.1 Vpliv pravnih vidikov

Pravni okvir posamezne države ima neposreden vpliv na manevrski prostor, ki ga imajo novinarji pri opravljanju svojega dela. Vpliv ima predvsem na integriteto, nepristransko poročanje in možnost zoperstavljanja neupravičenim posegom v delo novinarjev. To še posebej velja za države v razvoju, kjer demokratične strukture niso dobro vzpostavljene. V okolju, kjer so mediji omejeni glede njihovega dela, težko učinkovito opravljajo svoje delo v vlogi nadzornega organa (Peters, 2003).

Svoboda izražanja je eden od najpomembnejših pogojev za nepristranskost medijske pokritosti, iz katerega izhajajo pravice svobode tiska in svobode medijev. Vse države, ki so članice OZN, so pravno zavezane k paktu Združenih Narodov o državljanskih in političnih pravicah (Berger, 2007). Vendar pa vse države članice ne spoštujejo zavez Združenih Narodov na nacionalnih ravneh. V državah v razvoju se tako omejitve svobode izražanja pojavljajo v različnih oblikah: cenzura s strani države (npr. blokiranje spletnih strani na Kitajskem), zatiralski regulativni sistemi (Savdijska Arabija in Belorusija), prevlada državnih medijev (Severna Koreja in Kuba) ter zaporne kazni in nasilje nad novinarji (Eritreja, Uzbekistan, Sirija). V Mjanmaru, na primer, so bili novinarji do leta 2012 pod neposredno cenzuro. Tako so pred objavo morali članke dati v pregled državnim cenzorjem (10 Most Censored Countries, 2015).

V nekaterih državah je svoboda izražanja omejena s posebnimi zakonskimi določbami, ki omejujejo obseg medijske pokritosti. Na primer, v Jordaniji spremembe kazenskega zakonika določajo, da poročanje o temah, ki kršijo nacionalno enotnost, razdvajajo populacijo ali škodujejo podobi in ugledu države, lahko privede do zaporne kazni. Drug primer je Savdska Arabija, kjer so internetni ponudniki dolžni slediti uporabnikom, ki dostopajo do nedovoljenih spletnih strani. Drugje so vladni uradniki zaščiteni pred medijskimi kritikami in izpostavljenostjo, zaradi česar je delo novinarjev oteženo (Peters, 2003).

V nekaterih državah svoboda tiska v praksi še vedno ni upoštevana, čeprav je zapisana v ustavi. Medijski predpisi pogosto ne zagotavljajo ustrezne zaščite novinarjev pred fizičnim napadom ali obrekovalno tožbo. Tak primer je Honduras, kjer je svoboda tiska v praksi omejena z ustrahovanji in omejevalnimi medijskimi zakoni, ki jih uporabljajo za kaznovanje novinarjev, ki poročajo o občutljivih vprašanjih, kot so vladna korupcija, trgovanje z drogami in zlorabe človekovih pravic. Novinarji so za pisanje o teh perečih temah odpuščeni ali celo usmrčeni (Kenya, 2015).

Pravica dostopa do informacij je tesno povezana s pravico do svobode izražanja; svoboda izražanja namreč sili vlado v razkritje želenih ustreznih uradnih podatkov svojim državljanom in zagotavlja dostop do teh informacij tudi novinarjem. To omogoča pridobivanje novic pravočasno, natančno in nepristransko ter preprečuje samocenzuro (Mendes, 2013).

Države v razvoju pogosto nimajo ustrezne zakonske podlage o pravici do obveščenosti. Raziskava iz leta 2010 kaže, da ima manj kot 7,5 odstotka afriških držav iztožljivo pravico do informacijskega zakonika (Darch & Underwood, 2010). Čeprav je bil v zadnjih letih dosežen določen konsenz, in čeprav število držav, ki zagotavljajo dostop do informacij v njihovih ustavah in zakonih, narašča, mnoge še vedno ne dovoljujejo državljanom dostopa do javnih dokumentov. V praksi se to izkaže zaradi številnih ovir, kot so pomanjkanje političnega vodstva, nizka ozaveščenost javnosti in institucionalne ovire (Haider, McLoughlin, & Scott, 2011).

Medijske licence so prav tako lahko instrument, s katerim država nadzira medije. V Maleziji morajo časopisi obnoviti svoje licence vsako leto. S tem lahko država prisili v odstop urednike, ki so izrazili svoje kritične poglede proti vladi (Djankov, McLiesh, Nenova, & Shleifer, 2003).

Registracija novinarjev je še en način ohranjanja nadzora nad mediji. Takšna praksa je prisotna tako v razvitem, kot tudi v razvijajočem se svetu. Pregled regulatornih praks v letu 2010 v več kot 100 razvitih in razvijajočih se državah, je pokazal, da imajo vlade v vsaj enem od štirih primerov, še vedno pomembno vlogo pri licenciranju in odobritvah novinarjev, s čimer odobravajo in zavračajo potencialne kandidate. V drugih državah vlade izrecno izdajajo novinarske kartice samo novinarjem, ki so certificirani za dostop do uradnih podatkov (Ristow, 2010). V Savdski Arabiji, na primer, mora vlada odobriti imenovanje in ima pravico do razrešitve odgovornih urednikov časopisov. Na tak način ima vlada neposreden vpliv na medijsko pokritost (Mendes, 2013).

1.2.1.2 Vpliv lastništva medijev

Lastniška struktura medijev ima prav tako potencial za škodljiv vpliv na poročanje medijev s strani vlade ali zasebnih lastnikov. Obstajajo trije različni modeli lastništva medijev (Mendes, 2013):

- državno lastništvo,
- zasebno lastništvo,
- neprofitne medijske hiše.

Mediji, ki so v državni lasti imajo pogosto najširši doseg v državah v razvoju, vendar je njihovo poročanje pogosto pristransko v korist vlade. Poročilo Svetovne banke o lastniških strukturah medijev v 97 državah kaže, da so mediji v državni lasti po navadi manj učinkoviti od zasebnih medijev pri nadziranju vlade (Peters, 2003).

Prav tako so lahko tudi zasebni mediji pod vplivom osebnih ali vladnih interesov prek vladnega oglaševanja ali davčnih olajšav. Koncentracija medijev v rokah zasebnih lastnikov, lahko medije močno omejuje. V takih primerih povezane družbe oziroma pooblastila pogosto niso pregledna in tako vplivajo na poslovanje in integriteto medijev.

To še posebej velja v državah, kjer sta nadzor nad mediji in politična moč združeni v rokah enega samega posameznika. Tipičen primer takega položaja je italijanski Silvio Berlusconi (Mendes, 2013).

V zasebnih medijih so novinarji pogosto zadolženi za zagotavljanje potrebnih sredstev za poslovanje. To pomeni, da morajo poleg svojega novinarskega dela opravljati tudi prodajo oglasnega prostora in včasih tudi prodajo novic. V primeru neuspeha pri zagotavljanju sredstev ali v primeru, da izrazijo svoje kritično mnenje o podjetjih, oziroma o posameznikih, ki predstavljajo velik del prihodkov, novinarjem grozi odpoved. Tako ima financiranje direkten vpliv na poročanje medijev, zato v nekaterih primerih novinarji izbirajo svoje sogovornike v intervjujih glede na njihovo finančno vpletenost, kar se posledično izraža v pristranskosti poročanja medijev. Pojavlja se tudi praksa, da medijska hiša zaposli novinarja prav zaradi njegovih zvez in poznanstev, kar bi potencialno lahko zagotavljalo financiranje medijski hiši (Mendes, 2013).

Tako vlada kot tudi velike vplivne korporacije iz zasebnega sektorja ne bi smeli imeti nadzora nad mediji. Potreben je odmik od državnega nadzora medijev ter spodbujanje obstoja več enakovrednih medijev z omogočanjem več konkurenčnih medijskih hiš. Nekatera poročila poudarjajo, da so države, ki imajo nižji odstotek državnega lastništva v medijih, doživele hitro izboljšanje obsega in kakovosti poročanja (Peters, 2003). Na primer, po privatizaciji mehiške radiotelevizije leta 1989, je pokritost vladnih korupcijskih škandalov naglo narasla.

Po mnenju Mednarodne zveze novinarjev (IFJ) je v prihodnosti potrebno raziskati nove modele financiranja za tradicionalne medije, ki ohranjajo vrednote javnega interesa v novinarstvu. Za pomoč pri spodbujanju teh vrednot in povečanju kakovosti ter integritete novinarskega poročanja, je potrebno posebno pozornost nameniti dvigu strokovnih standardov, vključno z načeli preglednosti, tako lastništva, kot tudi politične pripadnosti. Z vidika lastništva medijev mora vlada prisilno uveljavljati stroge predpise o preglednosti upravljanja, financiranja in lastništva medijev (Bristow v Mendes, 2013).

1.2.1.3 Vpliv standardov novinarstva

Zaradi neustreznih standardov usposabljanja, pomanjkanja nadzora kakovosti v medijih in velike fluktuacije osebja, so v mnogih državah v razvoju profesionalni standardi novinarstva zelo nizki, še posebej v Afriki. Posledično so mediji bolj dovzetni za korupcijo (Minnie, 2007).

Nizke plače zaposlenih v medijih zaradi pomanjkanja sredstev so prav tako pobuda za širjenje korupcije v medijih. V okoljih z nizkimi plačami in strahom pred izgubo delovnega mesta, lahko etičnost postane postranskega pomena v primerjavi z zaslužkom. Novinarji zato raje pišejo kar se od njih pričakuje in s tem ohranjajo svoje delovno mesto. V Afriki nizke plače prispevajo tudi k visoki fluktuaciji v redakcijah, saj se novinarji odločajo za

bolj donosno kariero v službah za odnose z javnostjo. V takšnih okoliščinah imajo novinarji v zameno za ugodno poročanje večjo motivacijo za sprejemanje daril ali podkupnin (Mendes, 2013).

1.2.2 Vrste korupcije v medijih

Korupcija v medijskem prostoru se lahko pojavi v različnih oblikah. Vrste korupcije v medijih se tako kažejo kot zloraba zaupanja ali položaja pri zaposlovanju, odpuščanju, pri uredniških odločitvah, oziroma pri sproščanju uredniških vsebin, saj s tem vplivajo na medijsko pokritost. Čeprav je raziskav na temo korupcije v medijih malo, obstajajo nepotrjeni dokazi, da se lahko korupcija v medijih pojavlja skozi različne oblike (Mendes, 2013).

Obstajajo številni primeri novinarjev, urednikov in medijskih hiš, ki sprejemajo podkupnine in prikrito v novice vključujejo plačani material. Vendar pa lahko denar celo izsiljujejo za ne objavo sporne informacije (Ristow, 2010). Raziskava s strani Mednarodnega združenja za odnose z javnostjo (IPRA), kaže, da je jemanje denarja za uredniška in neetična medijska dejanja pogosta praksa predvsem v vzhodni in južni Evropi in v Latinski Ameriki. V Latinski Ameriki je 60 odstotkov vprašanih navedlo, da plačani članki niso bili deklarirani kot oglasi, pač pa kot uredniški članki (Peters, 2003).

Naročanje oglasov v medijih, kot tudi številne ugodnosti namenjene novinarjem, so lahko alternativni način za vplivanje na poročanje medijev v korist zasebnih ali političnih interesov. Kot že omenjeno, so novinarji v državah v razvoju po navadi še posebej ranljivi za tako obliko korupcije, saj so njihove plače zelo nizke (Mendes, 2013). Ta vrsta medijske korupcije je pogosto posledica širokega dogovarjanja med novinarji, službami za odnose z javnostmi in oglaševalskimi agencijami. Naročanje oglasov v medijih, ki v nekaterih primerih sploh niso deklarirani kot oglasi, je še en način vplivanja na pozitivno pokritost in izkrivljanje uredniških procesov (Spence, 2008).

Nepotizem pri zaposlovanju ali odpuščanju zaposlenih, oziroma pri objavah, je druga oblika medijske korupcije, ki ima lahko neposreden vpliv na medijsko pokritost. Kot že omenjeno, v nekaterih državah ima vlada pravico do imenovanja članov osebja. Te pravice lahko zlorablja na način, da na vodilne položaje medijev postavi povezane osebe, oziroma družinske člane in si s tem zagotovi pozitivno medijsko pokritost vladnih ukrepov (Mendes, 2013).

Množični mediji so pogosto najpomembnejši vir informacij o javnih zadevah za državljane in tako predstavljajo učinkovito sredstvo manipuliranja javnega mnenja v korist zasebnih ali političnih interesov. Medijska pokritost predstavlja odkrito ali prikrito tveganje v večini držav v razvoju, saj pripomore zasebnim ali političnim akterjem pri »obračanju« medijev, da poročajo v njihovo korist (Mendes, 2013).

1.3 Lastniška povezava medijev in podjetij v tujini

Že vse od 1990-ih let se pojavljajo polemike in raziskave na temo lastniške koncentracije medijev. V zadnjih dveh desetletjih se je pojavil močan trend koncentracije medijev. Dober primer so ZDA, kjer danes 6 medijskih gigantov (General Electric, News Corporation, The Walt Disney Company, Viacom, Time Warner, CBS) nadzira kar 90 odstotkov vseh medijskih vsebin. Za primerjavo, v 1980-ih letih je 90 odstotkov medijskih vsebin nadziralo kar 50 podjetij (Lutz, 2012).

V Avstraliji je med mediji najbolj odmevna oseba Rupert Murdoch, poznan kot medijski mogotec, ki večinsko nadzira kar 130 časopisnih hiš, 50-odstotno pa še 16-ih drugih. Poleg tiskanih nadzira tudi spletne medije in izdaja več kot 30 revij po celotni Avstraliji (Lamb, 2013). Tudi v Veliki Britaniji obvladuje Murdoch velik del medijskega prostora; med drugim ima v lasti časopisa The Times in The Sunday Times.

V Italiji podobno vlogo kot Murdoch igra Silvio Berlusconi, saj je lastnik največje zasebne TV hiše Mediaset, ki je po tržnem deležu takoj za italijansko državno medijsko hišo RAI. V lasti ima tudi največjo založniško hišo Montadori ter največjo italijansko oglaševalsko agencijo Publitalia. Berlusconi z več kot 50-odstotnim lastništvom obvladuje tudi največjo špansko medijsko hišo Teleinco (Mediaset SpA, 2015).

V Franciji je zelo močna skupina medijskih hiš Vivendi, ki 100-odstotno obvladuje medijsko hišo Canal+. Poleg Francije so prisotni še v kar 66 drugih državah. Za celotnim imperijem stoji Vincent Boloré, ki naj bi se v tem trenutku zanimal tudi za nakup Berlusconijevega družinskega podjetja Mediaset (Concentration of Media Ownership, 2015).

Iz Nemčije izhaja ena največjih evropskih časopisnih hiš Axel Springer AG, ki izdaja 150 različnih časopisov v tridesetih evropskih državah, med drugim tudi četrti najbolj brani časopis na svetu Die Welt. Prav tako je Springer prisoten tudi na Poljskem, kjer ima v lasti najpomembnejši poljski časopis Dziennik (Concentration of Media Ownership, 2015).

Tudi v Turčiji je stanje lastništva medijskih hiš podobno, saj so glavne v lasti zasebnih konglomeratov, ki poleg medijev nadzirajo še druge ekonomsko pomembne panoge, kot so telekomunikacije, gradbeništvo, bančništvo, idr. Največji in najvplivnejši medijski velikan je Doğan Media Group, ki je del enega največjih turških konglomeratov Doğan Holding. V lasti ima več časopisnih hiš, spletnih portalov, televizijskih in radijskih postaj, agencijo za odnose z javnostmi, največjo knjižno in glasbeno založbo v državi ter celo lastno tiskarno. Zaradi davčnih prevar je bila skupina Doğan Media Group v letu 2009 primorana prodati 25-odstotni delež prej omenjenemu nemškemu medijskemu velikanu Axel Springer AG (Barış, 2015).

V času digitalizacije medijev in izrazito lahke dostopnosti do informacij predstavlja visok tržni delež močno orožje za manipulacijo informacij. Na ta način podjetja učinkovito usmerjajo pozornost glede na svoje interese in tako odvrčajo pozornost od informacij, ki

jih želijo prikriti. Na primer, v Turčiji so uredniške vsebine strogo nadzorovane preko tako imenovanih »medijskih šefov«, kateri niso nič drugega kot bogati posamezniki, ki koncentrirajo medijsko lastništvo in imajo številne druge poslovne interese ter so politično podrejeni vladi. Ob omejeni svobodi tiska v državi je rezultat skoraj ničelno medijsko poročanje o koruptivnih poslih zasebnega sektorja (Baydar, 2013).

V želji po obvladovanju trga tako velika podjetja, ki po dejavnosti niso povezana z mediji, prevzemajo po velikosti mnogo manjše medijske hiše in jih združujejo v konglomerate, ki so precej lažje obvladljivi. Podoben model je zaslediti tudi v Sloveniji. Tako Bojan Petan prek podjetja DZS, d. d., obvladuje medijsko hišo Dnevnik, d. d., manjšinsko pa tudi medijsko hišo Delo d. d.; Skupina Laško pa večinsko obvladuje medijsko hišo Delo d. d. in je do nedavnega tudi večinsko obvladovala tretji največji tiskani medij v Sloveniji, ČZP Večer, d. d. Več o lastništvu štirih največjih slovenskih tiskanih medijev, ki sva jih vključila v raziskavo, piševa v poglavju 4.3.3.

2 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE IN HIPOTEZE

2.1 Raziskovalni problem

Korupcija je tema raziskav mnogih raziskovalcev že vrsto let, vse od pojava prvega zapisa o korupciji iz Shakespearjevih časov. V obdobju gospodarskega razcveta do leta 2008, poročanje na temo korupcije v medijih ni bilo močno prisotno. Danes pa temu ni več tako. Zdi se, kot da mediji iščejo vzroke za nastanek svetovne gospodarske krize ravno v korupciji, zato je korupcija na splošno danes močno zastopana tema. Več poročanja na temo korupcije prinaša večjo osveščenost ljudi o njenem obstoju, hkrati pa vpliva tudi na njihovo percepcijo o nivoju korupcije v državi. Dober primer spremembe v percepciji korupcije je ravno Slovenija, katera je pred gospodarsko krizo, v letu 2008, veljala za državo z močnim gospodarstvom in se je z indeksom percepcije korupcije (Corruption Perception Index) med 180 držav uvrščala na 26. mesto. Do leta 2014 je Slovenija na seznamu padla na 39. mesto, kar je dober pokazatelj, da se je percepcija korupcije med ljudmi močno poslabšala (Engaging the Private Sector in the Fight Against Corruption, 2015). Najverjetneje lahko poslabšanje deloma pripišemo povečanemu poročanju medijev o korupciji, deloma pa tudi samemu povečanju korupcije. V zadnjih letih se je med širšo javnostjo pojavilo veliko nezaupanja, tako v javni kot tudi zasebni sektor, v veliki meri pa je to odraz načina poročanja medijev o aktualnem dogajanju.

V najinem magistrskem delu raziskujeva korak globlje. Osredotočava se na dejstvo, da mediji preko načina svojega poročanja posredno vplivajo na javno mnenje in imajo na tak način veliko moč manipulacije. Kaj, kdaj, kako in v kolikšni meri mediji poročajo, pa je v veliki meri odvisno od tega, kdo je njihov lastnik, oziroma od koga so finančno najbolj odvisni. Z drugimi besedami od njihovih nosilcev interesov. Lastništvo medija torej predstavlja priročno orodje za manipuliranje javnega mnenja v korist lastnikov, oziroma za

prikrivanje relevantnih informacij, ki bi kakorkoli lahko negativno vplivale na ugled lastnika. Pretekle raziskave se večinoma osredotočajo na državo kot na lastnika medijev in se s tem osredotočajo na korupcijo v medijih v javnem sektorju. Trdijo, da so mediji glavno orodje za manipuliranje javnega mnenja v času predvolilnih kampanj ali pa pri prekrivanju koruptivnih dejanj med politiki (Di Tella & Franceschelli, 2009, 2011).

Najina raziskava se pogloblja v korupcijo, povezano z mediji v zasebnem sektorju. Gre za koncept, kjer veliki diverzificirani holdingi skušajo prevzeti večinsko lastništvo nad mediji, ki imajo pomemben vpliv v slovenskem prostoru. Vse to z namenom selektivnega podajanja informacij o njihovih dejanjih javnosti, oziroma z namenom prirejanja informacij v njihovo korist in s tem tudi vplivanja na splošno mnenje širše javnosti. To so po navadi visoko dobičkonosne in močno diverzificirane skupine podjetij, katerim bi slab ugled v javnosti škodil poslovanju, oziroma bi odganjal potencialne investitorje. V zadnjem desetletju lahko v Sloveniji opazimo koncentracijo medijskega lastništva predvsem v dveh skupinah podjetij: v Skupini DZS in v Skupini Laško, ki izmed štirih največjih časopisnih hiš (Delo, Dnevnik, Finance in Večer), lastniško obvladujeta, oziroma sta v času najine raziskave obvladovala kar tri izmed njih. Skupina Laško je lastniško obvladovala časopisni hiši Delo in Večer (v obdobju 2008–2014), Skupina DZS pa časopis Dnevnik (v obdobju 2008–2014). Prav zaradi tega se v najini magistrski nalogi osredotočava na Skupino DZS in Skupino Laško ter na časopise Delo, Dnevnik, Finance in Večer ter na domnevne sporne posle, povezane z omenjenima skupinama podjetij. Finance so v najini raziskavi vključene kot lastniško neodvisen medij.

V nadaljevanju kratko predstavlja ključna akterja obeh skupin podjetij:

- **Boško Šrot**, rojen leta 1957, po izobrazbi pravnik, je poklicno pot začel v izvršnem svetu občine Laško, od tam pa ga je nekdanji direktor povabil v Pivovarno Laško. Takrat še član Socialnih demokratov je postal pomočnik pravno-kadrovske službe v Pivovarni Laško in predstavnik zaposlenih v NS pivovarne. Slabih deset let kasneje, maja 2008, je Šrot tudi uradno, skupaj z ženo Anico Aužner Šrot, lastniško povsem obvladoval Pivovarno Laško. Čeprav je vajeti v pivovarni prevzel šele novembra 2005, je od prihoda v pivovarno veljal za glavnega »arhitekta nastanka« gospodarsko-finančno-medijskega centra moči pod okriljem Pivovarne. Na sestanku pri Janezu Janši, 12. avgusta 2005, se je Šrot v zameno za vpliv države v časniku Delo dogovoril za prodajo Mercatorja laški pivovarni. Ključ do Šrotovega obvladovanja pivovarne je bila »operacija Kolonel«. Preko podjetja Kolonel je Šrot prevzemal glavne lastnike Pivovarne Laško, lastninjenje pa je potekalo prek prijateljskih parkirišč in družb, katerih lastništvo je Šrot močno prikrival. Hkrati je potekalo lastninjenje Mercatorja, Dela, Večera in ostalih. Že leta 2006 je Šrot prek Kolonela obvladoval družbo Center Naložbe, ta pa je decembra 2007 objavila prevzem holdinga Infond, takrat že največjega posamičnega lastnika Pivovarne Laško, ki je bil hkrati tudi najpomembnejši lastnik Mercatorja, časnikov Delo, Večer in ostalih. Lastništvo Kolonela je Šrot razkril šele leta 2008, čeprav je bil njegov lastnik že leta 2006. Skupaj z ženo Anico sta kupila

Kolonel za 16.700 evrov. Marca 2010 posebna revizija poslov Pivovarne Laško razkrila, da so imela ključno vlogo pri financiranju lastninjenja pivovarne tudi podjetja iz skupine Laško (Tekavec, 2013).

- **Bojan Petan**, rojen leta 1961, po izobrazbi prav tako pravnik, je vse do nedavnega veljal za »še zadnjega nedotakljivega tajkuna«. Sredi osemdesetih je bil sekretar študentske organizacije UK ZSMS, po osamosvojitvi pa je bil aktiven v LDS, kjer se je obdržal 14 let kot predsednik brežiškega občinskega odbora LDS (Čakarić, 2014). Zadnja leta je bil bliže struji, ki se je od LDS odcepila v stranko Zares. Svoj imperij je zgradil prek prepletanja lastniških deležev in delniških parkirišč. Zdaj drži roko nad številnimi družbami, DZS pa ohranja kot center imperija, ki ga obvladuje (Sovdat, 2013). Ljubljanski holding DZS, ki je nastal iz Državne založbe Slovenije obvladuje lastniško in upravljavsko, istočasno pa je tudi predsednik uprave holdinga. Enak položaj opravlja tudi v časniku Dnevnik, ki je hčerinska družba holdinga in v družbi Terme Čatež d. d. Petan je prav tako član nadzornih svetov v Marini Portorož in v družbi M Kapital (Stojan & Planinšič, 2014). Ime Petana se je v preteklosti povezovalo tudi z različnimi aferami. Kot eden od ustanoviteljev podjetja Softing je bil vpleten v afero Hypo, ki velja za eno od nikdar do konca pojasnjenih zgodb slovenske tranzicije (Čakarić, 2014). Z dnem 31. 8. 2015 se je Bojan Petan sicer umaknil z vodilnega položaja v DZS, vendar ga lastniško še vedno obvladuje.

2.2 Pregled literature

Pri pregledu literature in že obstoječih empiričnih raziskav iz tujine sva ugotovila, da večina raziskav primerja učinkovitost boja zasebnih in javnih medijev proti korupciji.

Raziskava Djankova et al. (2003) odkriva, da je večina svetovnih medijev v večinski lasti države ali vplivnih posameznikov, ki si s tem svoj vpliv še dodatno povečujejo. Države v razvoju imajo po večini večji delež državnih medijev in posledično večjo cenzuro tiska, kar pripelje do številnih negativnih učinkov, med drugim tudi k zvišani stopnji korupcije. Glede na raziskavo Komiteja za zaščito novinarjev, (Committee to Protect Journalists – CPJ) so mediji v vseh desetih najbolj cenzuriranih državah na svetu v popolni lasti države (10 Most Censored Countries, 2015). V CPJ še dodajajo, da v teh državah sicer delujejo številni neodvisni novinarji, vendar so izjemno ogroženi in večinoma neuspešni v boju proti korupciji.

Stapenhurst (2000) ugotavlja, da je učinkovitost medijev v boju proti korupciji seveda odvisna od dostopa do informacij in svobode izražanja, prav tako pomembno vlogo pa igrajo tudi strokovni in etični preiskovalni novinarji. Pri reševanju vprašanja zasebnega in javnega lastništva medijev je potrebno v prvi vrsti poskrbeti za boljšo zaščito novinarjev, kateri pomembno pripomorejo k raziskovanju korupcije. Avtor tudi navaja, da v večini primerov večinsko zasebno lastništvo pomembno pripomore k večjemu splošnemu

poročanju o koruptivnih dejanjih. Ne poudarja pa morebitnega poročanja o koruptivnih dejanjih zasebnega sektorja.

Mnogo raziskav primarno dokazuje obratno sorazmerno povezavo med svobodo tiska in stopnjo korupcije. Avtorji so mnenja, da morajo imeti mediji svobodo govora in tiska, kar je v razvitem svetu morda nekaj povsem običajnega, v državah v razvoju pa to predstavlja zelo velik problem. Tudi če imajo mediji popolno svobodo tiska, je prav tako pomembno, da so politično neodvisni, kar v svojem delu ugotavlja tudi Bajomi-Lázár (2003). Tudi pri popolni odsotnosti cenzure tiska pa lahko vlada vpliva na vsebino novic preko dobrih odnosov z mediji (Besley & Prat, 2006).

Študija Camaja (2012), narejena na primeru 133 držav po celem svetu, potrdi predhodne raziskave, da obstaja značilna povezava med svobodo tiska in stopnjo korupcije, ter da so množični mediji pomemben dejavnik pri dokazovanju politične odgovornosti. Svoboda govora in tiska ima pri zmanjševanju korupcije močnejši vpliv v državah s parlamentarnim sistemom in neodvisnim sodstvom.

Študija Karanje (2013) raziskuje globljo vlogo tiskanih medijev v boju proti korupciji v Keniji s poudarkom na časopisu The Nation Newspaper. Omenjen časopis velja za najbolj priljubljenega in verodostojnega v državi, saj naj ne bi bil pod vplivom nobene interesne skupine. Cilj raziskave je bil ugotoviti, kakšna je izpostavljenost člankov, povezanih s korupcijo in kakšna je njihova frekvenca poročanja v tem časopisu. V ta namen je avtorica pod drobnogled vzela vse izdaje časopisa v obdobju štirih mesecev (april do julij) v letu 2013. Ugotovila je, da The Nation Newspaper res igra zelo pomembno vlogo pri obveščanju javnosti o korupciji, in sicer tako z uredniškimi članki, kot tudi s članki bralcev. Časopis dodatno pozornost nameni poročanju o vseh znanih koruptivnih dejanjih med javnimi uslužbenci in politiki. Avtorica je mnenja, da ravno s tem velikokrat preusmerja pozornost in posledično prekriva koruptivna dejanja, ki se dogajajo v zasebnem sektorju.

Več raziskav je torej na temo, kako javno lastništvo medijev škoduje njihovi sposobnosti dobrega raziskovalnega novinarstva, ki je glavni ključ pri razkrivanju korupcije in koruptivnih dejanj posameznikov. Vendar pa se prav tako veliko avtorjev strinja z dejstvom, da zasebno lastništvo ne prinese zelenih rezultatov.

Kot ugotavlja Koc (2006) v svoji raziskavi, ki se osredotoča na etiko poročanja v treh največjih turških medijih pod večinskim lastništvom zasebnega sektorja, bi morali tiskani medij narediti vse, da začnejo dosledno izvajati etične kodekse na vseh področjih svojega delovanja, torej od objavljanja oglasov in novic do uredniških vsebin. Korupcija v turških medijih je namreč na izjemno visoki ravni in zato pogosto prihaja do kreiranja vsebin ali pa ne objavljanja pomembnih informacij za širšo javnost. Sedanji način poslovanja tiskanih medijev se kaže kot povsem samouničujoč, saj je opazen padec izdatkov v oglaševanje in to v veliki meri ravno zaradi nizke stopnje zaupanja v medije. Prodaja tiskanih medijev v zadnjih dveh desetletjih, kljub relativno visoki rasti prebivalstva in gospodarske dejavnosti

v Turčiji, povsem stagnira. Kot ugotavlja raziskava, gre to vsaj delno pripisati izjemno nizki stopnji zaupanja za tiskane medije.

V nadaljevanju je nekoliko bolj podrobno predstavljenih nekaj empiričnih raziskav s področja medijev in korupcije. Te so pripomogle k širšemu razumevanju najinega raziskovalnega področja, kljub temu, da ne sovpadajo s preučevano tematiko.

2.2.1 Pregled dosedanjih empiričnih raziskav

Najbolj znana empirična raziskava na temo svobode tiska in korupcije je najverjetneje študija Brunettija in Wederja (2003). Raziskava odkriva statistično značilno obratno sorazmerno povezavo med ravno korupcije in svobodo tiska. Rezultati kažejo, da lahko neodvisen tisk predstavlja pomemben napredek v boju proti korupciji. Izboljšanje svobode tiska za en standardni odklon, zmanjša korupcijo za 0,4 do 0,9 točke (na skali od 0 do 6). Raziskava nadalje odkriva, kako bi izboljšanje svobode tiska do najvišje ravni, primer je Norveška, katera velja za državo z največjo svobodo tiska, vplivalo na spremembe indeksa korupcije v državah z represivnim okoljem. Tudi če vzamemo spodnjo mejo, torej 0,4 točke, je učinek precejšen. V primeru Indonezije bi to pomenilo zmanjšanje korupcije na raven Singapurja, za Rusijo bi pomenilo doseg ravni korupcije na raven Slovaške, za Nigerijo pa na raven Belgije.

Chowdhury (2004) v svoji empirični raziskavi, kjer testira učinek demokracije in svobode tiska na raven korupcije, potrjuje ugotovitve Brunettija in Wederja (2003). Torej imata demokracija in svoboda tiska statistično značilen učinek na znižanje ravni korupcije. Raziskava pa izpostavlja, da je potrebno upoštevati precejšen časovni zamik, zato so dramatične spremembe v kratkem času malo verjetne.

Na drugi strani pa Lederman, Loyaza, in Soares (2005) v svoji študiji o determinantah korupcije, s posebno pozornostjo do političnih institucij, ne najdejo trdnega učinka svobode tiska na korupcijo, ko v model vključijo še stopnjo razvitosti, merjeno z BDP na prebivalca. Ta študija dodatno vključuje še interakcijo svobode tiska z mero informacijske infrastrukture.

Dahlström (2008) je v svoji študiji prav tako posvetil posebno pozornost povezavi medijev in korupcije. Raziskava trdi, da svoboda tiska opravlja pomembno protikorupcijsko delo. Poleg pomembnosti svobode izražanja, želi raziskava poudariti, da tudi tehnološka ovira za prenos informacij predstavlja pomembno vlogo v dokazovanju protikoruptivnih dejanj. Empirični rezultati kažejo, da ima svoboda tiska pozitiven vpliv na korupcijo le tedaj, ko je informacijska infrastruktura dovolj dobre kakovosti.

Ljudje morajo imeti neoviran dostop do medijskih informacij, da te lahko pozitivno vplivajo na boj proti korupciji. Če želimo zmanjšati korupcijo je pomembno, da se v

državah v razvoju ne osredotočamo samo na svobodo tiska, ampak dajemo poudarek tudi gradnji dobre informacijske infrastrukture (Dahlström, 2008).

V Nigeriji so ugotovili, da je ne glede na številna prizadevanja investorjev za izboljšanje medijske industrije, še vedno prisotna visoka stopnja korupcije. Več kot 64 odstotkov novinarjev, vključenih v raziskavo, sicer meni, da je sprejemanje kakršnih koli ugodnosti neetično, toda kar 75 odstotkov novinarjev z istega vzorca je sodelovalo pri koruptivnih dejanjih povsem nekažnovano. Več kot polovica medijskih hiš, vključenih v raziskavo, je povsem brezбриžna do nekaterih razpoznavnih oblik korupcije v njihovih organizacijah. Avtor ugotavlja, da je ključnega pomena sodelovanje novinarske organizacije v protikorupcijskih izobraževalnih programih, še pomembnejše pa je, da se pogoji za novinarje bistveno izboljšajo (Adeyemi, 2013).

Abid in Shah (2011) se dotakneta možnih vplivov medijev pri oblikovanju javnega dojemanja korupcije in vloge medijev ob podpori in motiviranju civilne družbe v boju proti korupciji. Kakšna je vloga časopisov pri vplivanju na javno percepcijo korupcije, je bilo testirano v štirih največjih angleških dnevnih časopisih v Pakistanu v letu 2011. Raziskava ugotavlja, da obstajajo številne vrzeli pri poročanju o koruptivnih dejanjih, ki so povezane tako s slabo raziskano individualno korupcijo, kot tudi s sistemsko korupcijo v tiskanih medijih. V ta namen predlagajo določene izboljšave, predvsem na ravni raziskovalnih novinarjev.

Mehika je ena izmed najbolj nevarnih držav za novinarje, saj so novinarji tam izjemno ogroženi s strani organiziranega kriminala in koruptivnih inštitucij. Posledično je v medijih prisotna vsesplošna cenzura informacij in prekrivanje koruptivnih dejanj (Mexico, 2015). Stanig (2015) se v svoji raziskavi osredotoča na vpliv vloge medijev pri omejeni svobodi govora in s tem k zagotavljanju realnih informacij širši javnosti o spornih poslih vlade in birokratov v Mehiki. V ta namen je avtor znotraj Mehike primerjal poročanje medijev v zveznih državah z bolj in z manj represivnim pravnim okoljem. Po izvedeni osnovni analizi je dnevno najmanj en članek manj objavljen na temo spornih poslov vlade in birokratov (v medijih, ki delujejo v zveznih državah z bolj represivno zakonodajo, v primerjavi s tistimi mediji, ki delujejo v bolj liberalnem okolju). Torej tudi ta raziskava ugotavlja, da regulacija svobode govora bistveno zmanjšuje obseg poročanja o korupciji v medijih. Potrebno je upoštevati tudi dejstvo, da omejevanje novinarske svobode govora vpliva le na obnašanje nekaterih časopisov, na primer na tiste, ki nimajo prijateljskih odnosov z vlado ali s tožilci.

Dodatno problematično področje za integriteto poročanja medijev so popusti, dani političnim strankam in kandidatom, kot na primer v Urugvaju, kjer je bilo ocenjeno, da je bilo za oglaševanje vladajočih strank v medijih dano kar do 95 odstotkov popusta (Casas-Zamora, 2005).

Stanig (2015) ugotavlja, da se zaradi zmanjšane spremljanja in manj učinkovite odgovornosti medijev, razširjenost korupcije v državi povečuje, kar povzroča zelo vidne

negativne posledice za delovanje demokracije in kakovosti delovanja vlade. Zakonodaja, ki obravnava svobodo govora medijev kot kaznivo dejanje, posredno ščiti politike in javne uslužbence pri sodelovanju v nezakonitih dejavnostih.

Argentinska raziskava avtorjev Rafaela Di Telle in Ignacia Franceschellija (2009, 2011) analizira štiri največje tiskane medije v državi (Clarín, La Nación, Página 12 in Ámbito Financiero) in odkrije močno korelacijo med pripravljenostjo za poročanje državnih škandalov in prejetimi izdatki v medije s strani vlade. Avtorja primerjata dve bazi podatkov za omenjene tiskane medije. Prva predstavlja površino naslovnih strani časopisov na dnevni bazi, katero zavzemajo škandali, povezani z vladno korupcijo v obdobju enega desetletja (1998–2007). Drugo pa izdatki za oglaševanje s strani vlade na mesečni ravni in za vsak tiskan medij posebej. V Argentini je namreč dolgoletna tradicija, da vlada veliko vlaga v oglaševanje v tiskane medije in s tem posredno regulira njihovo obnašanje pri poročanju o spornih poslih, povezanih z vlado.

Benton (2009) v svojem intervjuju z enim od avtorjev te raziskave, Rafaelom Di Tello, razkriva, da so ravno izdatki za oglaševanje s strani vlade najbolj merljivi in očitni ter zato še toliko bolj bodejo v oči. Na primer, če se izdatki na mesečni ravni povečajo za 70.000 USD, se bo obseg članka o koruptivnih dejanjih na naslovni strani zmanjšal skoraj za pol strani. Seveda pa to niso edini vložki in načini finančnih spodbud medijem s strani vlade.

Di Tella in Franceschelli (2009, 2011) sta z raziskavo dodatno odkrila, da velikost tiskanega medija pozitivno vpliva na bolj objektivno poročanje o vladnih škandalih. Torej so večji tiskani mediji, kot sta v Argentini na primer Clarín in La Nación, ki so posledično bolj finančno stabilni, manj občutljivi na vladne izdatke za oglaševanje in s tem posredne pritiske za prekrivanje informacij, v primerjavi z manjšimi tiskanimi mediji. Benton (2009) se sprašuje, ali morda ni tudi ideologija in politično prepričanje pomemben faktor. Na primer, ko na oblast pride konservativna vlada, ki zagotovo bolj podpira konservativne medije, slednji posledično manj poročajo o koruptivnih dejanjih te vlade. V raziskavi dodatno pridejo do zanimivega zaključka, da imajo vladni izdatki za oglaševanje skoraj petkrat močnejši vpliv, kot politična povezava med mediji in vlado.

Pomemben podatek, ki pokaže na nekoliko bolj svetlo stran celotne raziskave v povezavi z integriteto poročanja medijev v Argentini, je, da ena naslovna stran, posvečena korupcijskemu škandalu, prinese skoraj 8-odstotno povišanje števila naklade na mesečni ravni (Di Tella & Franceschelli, 2009, 2011). Glede na to dejstvo, imajo lahko mediji še vedno interes za pisanje člankov na temo korupcije, saj neposredno vplivajo na povečanje prodaje.

2.2.2 Omejitve raziskovalnega področja glede na pretekle raziskave

Korupcija v medijih in nasploh je dokaj občutljiva tematika, zato pri raziskavah velikokrat prihaja do številnih predvidevanj in predpostavk, saj so konkretni podatki zelo težko

dostopni. V raziskavah, kjer so se avtorji posluževali zbiranja primarnih podatkov prek intervjujev in anketnih vprašalnikov, so velikokrat dobili nepopolne informacije, pa čeprav so bili anketiranci anonimni. Napake pri raziskovanju so še toliko večje v državah z represivnim političnim okoljem, saj je osebna varnost udeležencev lahko ogrožena.

Večina raziskav se osredotoča na države v razvoju, saj je v teh državah stopnja korupcije največja. Veliko manj raziskav je v državah razvitega sveta, kar pa še ne pomeni, da tam korupcija ni zaskrbljujoča. Ker raziskave preučujejo korupcijo v nerazvitem svetu, so kot glavni predmet korupcije največkrat opredeljene povsem osnovne nepravilnosti, kot na primer sprejemanje daril, dajanje manjših podkupnin novinarjem, ipd. Raziskave zelo redko proučujejo večji gospodarski kriminal v povezavi z mediji.

Nekaj raziskav sicer proučuje večje korupcijske škandale, vendar so te praviloma vezane na politiko in državne organe. Tako nisva zasledila raziskave, ki bi se posvečala lastniški vpletenosti zasebnih podjetij v medijih in poročanju medijev o morebitnih spornih poslih teh podjetij. Torej področje posledic zasebnega lastništva v medijih ni zelo pogosta tema raziskav.

Poročanje medijev o koruptivnih dejanjih v odvisnosti od njihovega financiranja, kar predstavljajo izdatki za oglaševanje, prav tako ni pogosta tema raziskav. Argentinska raziskava Di Telle in Franceschellija je edina, ki na podoben način zajame problematiko najine raziskave, vendar proučevani subjekti in izdatki za oglaševanje niso v privatnem, pač pa v javnem sektorju.

2.2.3 Povzetek pregleda literature in utemeljitev raziskave

Na temo korupcije in medijev je sicer narejenih kar precej raziskav, vendar v večini pokrivajo teme, povezane s korelacijo med svobodo govora in stopnjo korupcije. Te raziskave vključujejo najrazličnejše dejavnike, kot so na primer politično stanje v državi, stopnja razvitosti infrastrukture in integriteta novinarjev ter medijev.

Dinamika in obstoj korupcije se lahko torej pripisuje veliko različnim dejavnikom. Raziskave so si dokaj enotne: čim večja je svoboda govora v medijih, bolj je država demokratična, boljša kot je infrastruktura in posledično hitrejša, kot je širjenje informacij splošni javnosti, manjša je stopnja korupcije v državi.

Mnogi avtorji, kot na primer Staphenurst (2000), opredeljujejo boj medijev proti korupciji kot poročanje medijev o korupciji in na ta način ozaveščanje javnosti, saj je korupcija velikokrat skrita očem množice. Avtorji ugotavljajo, da je za zmanjševanje korupcije v javnem sektorju boljše, da so mediji v večinski zasebni lasti. Glede na najino temo raziskave, ki se osredotoča prav na škandale v zasebnem sektorju, ki je lastniško povezan s preučevanimi mediji, pa se pojavlja dilema, kako je z zasebnim lastništvom v tem primeru in kakšen je vpliv. Raziskave, ki bi se osredotočala na ta problem, nisva našla.

Najini raziskavi je vsebinsko najbolj podobna argentinska raziskava Di Telle in Franceschellija, ki se osredotoča na največje tiskane medije v državi in na korelacijo med pripravljenostjo za poročanje o državnih škandalih in prejetimi izdatki za oglaševanje s strani vlade. Kot že rečeno, je glavna razlika najine raziskave v poudarku na lastniški povezavi z zasebnim sektorjem, ki jo argentinska raziskava ne vključuje, saj analizira državne izdatki za oglaševanje. Raziskava med drugim pride do pomembnega pozitivnega odkritja, in sicer, da večje poročanje o korupciji vpliva na višanje naklade.

Pregled literature je pomembno pripomogel k najinemu širšemu poznavanju in razumevanju problematike korupcije ter pomembnosti medijev po svetu, kljub temu, da se vse raziskave neposredno ne navezujejo na najino ozko usmerjeno področje. Spoznala sva tudi, da pri tej temi zbiranje primarnih podatkov prek intervjujev in anketnih vprašalnikov ni najbolj ustrezna metoda, saj velikokrat posežemo na občutljivo področje in tako posledično dobimo manj objektivne in manj kakovostne podatke, s tem pa tudi manj objektivne in relevantne rezultate.

2.3 Hipoteze

Glede na raziskovalni problem sva se odločila na primeru Slovenije analizirati odnose med mediji in zasebnim sektorjem in kako povezanost med njimi vpliva na poročanje medijev o koruptivnih dejanjih povezanih oseb. Dve glavni raziskovalni vprašanji sta:

- **Ali mediji, ki so lastniško povezani z določenimi osebami, oziroma podjetji, o njihovih perečih temah, oziroma spornih dejanjih, poročajo količinsko manj, oziroma manj objektivno, kot mediji, ki s temi osebami nimajo lastniške povezave?**
- **Ali mediji, ki so finančno, oziroma poslovno povezani z določenimi osebami, oziroma podjetji, o njihovih perečih temah, oziroma spornih dejanjih, poročajo količinsko manj, oziroma manj objektivno, kot mediji, ki s temi osebami niso finančno, oziroma poslovno povezani?**

Na podlagi zgornjih raziskovalnih vprašanj sva oblikovala dve hipotezi. Obe ničelni hipotezi predpostavljata, da med odvisno spremenljivko (pogostost in objektivnost poročanja medija) ter glavnima neodvisnima spremenljivkama (lastniška prisotnost in izdatki za oglaševanje v posameznem mediju) ni nikakršne korelacije, saj predpostavljava, da so mediji neodvisni in ne glede na lastništvo in financiranje poročajo neodvisno. Iz te predpostavke izhajata dve hipotezi:

Hipoteza 1: Objektivnost poročanja medijev o spornih dejanjih podjetij ni povezana z lastniško povezavo medijev s temi podjetji in ni povezana z izdatki za oglaševanje teh podjetij v posameznih medijih.

Hipoteza 2: Pogostost poročanja medijev o spornih dejanjih podjetij ni povezana z lastniško povezavo medijev s temi podjetji in ni povezana z izdatki za oglaševanje teh podjetij v posameznih medijih.

Hipoteza 1 predpostavlja, da med objektivnostjo poročanja medijev o spornih poslih in lastništvom medija ter financiranjem medija ni nikakršne korelacije. V primeru, da je hipoteza zavrnjena, lahko domnevamo, da dejansko obstaja povezava med lastništvom medija oziroma financiranjem medija in njegovo objektivnostjo poročanja. Zavrnitev hipoteze v smislu ugotovitve značilne negativne korelacije med lastništvom medija in objektivnostjo poročanja medija ter med finančno vpletenostjo podjetij in objektivnostjo poročanja medija, bi tako predstavljala prvi korak pri dokazovanju, da v praksi lastniška struktura in tudi finančna vpletenost podjetij vplivata na objektivnost poročanja medijev o njihovih lastnikih in njihovih spornih poslih.

Hipoteza 2 predpostavlja, da med pogostostjo poročanja medijev o spornih poslih in lastništvom medija ter financiranjem medija ni nikakršne korelacije. V primeru, da je hipoteza zavrnjena, lahko domnevamo, da dejansko obstaja povezava med lastništvom medija, oziroma financiranjem medija in njegovo pogostostjo poročanja. Zavrnitev hipoteze, v smislu ugotovitve značilne negativne korelacije med lastništvom medija in pogostostjo poročanja medija ter med finančno vpletenostjo podjetij in pogostostjo poročanja medija, bi tako predstavljala prvi korak pri dokazovanju, da v praksi lastniška struktura, kot tudi finančna vpletenost podjetij vplivata na pogostost poročanja medijev o njihovih lastnikih in njihovih spornih poslih.

3 METODOLOGIJA IN PODATKI

Z najino empirično raziskavo želiva preučiti lastniško in finančno povezavo med zasebnimi podjetji in tiskanimi mediji v Sloveniji ter odražanje te povezave v načinu in intenziteti poročanja tiskanih medijev o izbranih zasebnih podjetjih in njihovih spornih poslih. Najin cilj je dokazati povezanost večinskega zasebnega lastništva medijev in izdatkov za oglaševanje z objektivnostjo in pogostostjo poročanja o koruptivnih dejanjih povezanih oseb. V ta namen sva analizirala štiri največje časopisne hiše v Sloveniji (Delo, Dnevnik, Finance in Večer) in dve, z mediji močno povezani skupini podjetij ter njuna glavna akterja: Skupino Pivovarna Laško in Boška Šrota ter Skupino DZS in Bojana Petana. Osredotočila sva se na dva dogodka: na sporne prevzeme podjetij pod okriljem Boška Šrota in na domnevne sporne posle Bojana Petana v podjetjih, ki jih lastniško obvladuje.

3.1 Metodologija

Za prvi del raziskave sva uporabila kvalitativno metodo analiziranja podatkov; analizirala sva časopisne članke, v katerih sva preverjala objektivnost in pogostost pisanja medijev. Več o tem delu analize in rezultatih navajava v podglavju 4.2.

Kvantitativno empirično analizo podatkov sva uporabila pri drugem delu raziskave, kjer sva testirala dva ekonometrična modela, s katerima sva preverjala objektivnost in pogostost pisanja člankov v odvisnosti od lastništva in izdatkov za oglaševanje. Za testiranje hipotez sva uporabila ekonometrično metodo analize podatkov in oblikovala dva regresijska modela za preverjanje hipoteze 1 in 2.

S pomočjo regresijskega modela (1) želiva oceniti vpliv lastništva in finančne povezanosti zasebnega sektorja na objektivnost poročanja medijev:

$$\begin{aligned}
 OBJ_{i,t,x} = & \beta_0 + \beta_1 LAST_{DZS_{i,t,x}} + \beta_2 LAST_{DZS_{PETAN_{i,t}}} + \beta_3 LAST_{LASKO_{i,t,x}} \\
 & + \beta_4 LAST_{LASKO_{SROT_{i,t}}} + \beta_5 IZDAT_{DZS_{i,t,x}} + \beta_6 IZDAT_{DZS_{PETAN_{i,t}}} \\
 & + \beta_7 IZDAT_{LASKO_{i,t,x}} + \beta_8 IZDAT_{LASKO_{SROT_{i,t}}} + \beta_9 KAZGK_{i,t} + \beta_{10} C_{i,t} \\
 & + \beta_{11} rBDP_{i,t} + \delta T + u_i + \varepsilon_{i,t}
 \end{aligned}
 \tag{1}$$

Odvisna spremenljivka v modelu (1), $OBJ_{i,t,x}$ predstavlja absolutno oceno objektivnosti članka v mediju i v četrtletju t o osebi x , ocenjeno s kvalitativnim prebiranjem člankov, merjeno po Likertovi lestvici v rangi 1 do 5.

V modelu so štiri glavne neodvisne spremenljivke z interakcijskimi členi: $LAST_{DZS_{i,t,x}}$ in $LAST_{LASKO_{i,t,x}}$, pri čemer je vrednost spremenljivke $LAST_{DZS_{i,t,x}}$ za medije, ki so lastniško povezani s Skupino DZS enaka 1, za vse ostale pa 0 in pri čemer je vrednost spremenljivke $LAST_{LASKO_{i,t,x}}$ za medije, ki so lastniško povezani s Skupino Laško in pišejo o osebi x , enaka 1, za vse ostale pa 0. Za medije, ki lastniško niso povezani z nobeno od omenjenih skupin podjetij, je vrednost spremenljivke v obeh primerih enaka 0. Za vsako izmed lastniških spremenljivk sva vključila še interakcijski člen z lastniško povezanim akterjem. Spremenljivka $LAST_{DZS_{PETAN_{i,t}}}$ predstavlja interakcijski člen Skupine DZS z lastniško povezanim akterjem Bojanom Petanom. Spremenljivka $LAST_{LASKO_{SROT_{i,t}}}$ predstavlja interakcijski člen Skupine Laško z lastniško povezanim akterjem Boškom Šrotom. Spremenljivka $IZDAT_{DZS_{i,t,x}}$ predstavlja izdatek za oglaševanje s strani vseh družb iz Skupine DZS v medij i v četrtletju t , glede na osebo x , o kateri govori članek. Spremenljivka $IZDAT_{LASKO_{i,t,x}}$ predstavlja izdatek za oglaševanje s strani vseh družb iz Skupine Laško v medij i v četrtletju t , glede na osebo x , o kateri govori članek. Za vsako izmed izdatkovnih spremenljivk sva vključila še interakcijski člen z lastniško povezanim akterjem. Spremenljivka $IZDAT_{DZS_{PETAN_{i,t}}}$ predstavlja

interakcijski člen Skupine DZS z lastniško povezanim akterjem Bojanom Petanom. Spremenljivka $IZDAT_LASKO_SROT_{i,t}$ predstavlja interakcijski člen Skupine Laško z lastniško povezanim akterjem Boškom Šrotom.

Kot kontrolne spremenljivke sva v model vključila: $KAZGK_{i,t}$, ki predstavlja kazalnik gospodarske klime, beležen kot odstotkovna sprememba kazalnika glede na isto četrletje preteklega leta. Kontrolna spremenljivka $C_{i,t}$ sestoji iz dveh finančnih kazalnikov za posamezen medij v obdobju na letni ravni. Ta kazalnika sta: donos na prodajo (angl. *Return On Sales*) in dobiček iz poslovanja pred obrestmi, davki in amortizacijo, glede na kosmati donos iz poslovanja (angl. *Earnings Before Interests Taxes Depreciation and Amortization Margin*). Kontrolna spremenljivka $rBDP_{i,t}$ predstavlja rast BDP v Republiki Sloveniji na četrtni ravni v primerjavi z istim četrtnim letom preteklega leta; u_i je fiksni učinek posameznega medija i , $\varepsilon_{i,t}$ pa običajna napaka modela.

S pomočjo regresijskega modela (2) želimo oceniti vpliv lastništva in finančne povezanosti zasebnega sektorja na pogostost poročanja medijev:

$$\begin{aligned}
 POG_{i,t,x} = & \beta_0 + \beta_1 LAST_{DZS_{i,t,x}} + \beta_2 LAST_{DZS_{PETAN_{i,t}}} + \beta_3 LAST_{LASKO_{i,t,x}} \\
 & + \beta_4 LAST_{LASKO_{SROT_{i,t}}} + \beta_5 IZDAT_{DZS_{i,t,x}} + \beta_6 IZDAT_{DZS_{PETAN_{i,t}}} \\
 & + \beta_7 IZDAT_{LASKO_{i,t,x}} + \beta_8 IZDAT_{LASKO_{SROT_{i,t}}} + \beta_9 KAZGK_{i,t} + \beta_{10} C_{i,t} \\
 & + \beta_{11} rBDP_{i,t} + \delta T + u_i + \varepsilon_{i,t}
 \end{aligned}
 \tag{2}$$

Odvisna spremenljivka v modelu (2), $POG_{i,t,x}$ predstavlja absolutno število člankov v mediju i v četrtnem letu t o osebi x .

V modelu so štiri glavne neodvisne spremenljivke z interakcijskimi členi: $LAST_DZS_{i,t,x}$ in $LAST_LASKO_{i,t,x}$, pri čemer je vrednost spremenljivke $LAST_DZS_{i,t,x}$ za medije, ki so lastniško povezani s Skupino DZS enaka 1, za vse ostale pa 0 in pri čemer je vrednost spremenljivke $LAST_LASKO_{i,t,x}$ za medije, ki so lastniško povezani s Skupino Laško in pišejo o osebi x , enaka 1, za vse ostale pa 0. Za medije, ki lastniško niso povezani z nobeno od omenjenih skupin podjetij, je vrednost spremenljivke v obeh primerih enaka 0. Za vsako izmed lastniških spremenljivk sva vključila še interakcijski člen z lastniško povezanim akterjem. Spremenljivka $LAST_DZS_PETAN_{i,t}$ predstavlja interakcijski člen Skupine DZS z lastniško povezanim akterjem Bojanom Petanom. Spremenljivka $LAST_LASKO_SROT_{i,t}$ predstavlja interakcijski člen Skupine Laško z lastniško povezanim akterjem Boškom Šrotom. Spremenljivka $IZDAT_DZS_{i,t,x}$ predstavlja izdatek za oglaševanje s strani vseh družb iz Skupine DZS v medij i v četrtnem letu t , glede na osebo x , o kateri govori članek. Spremenljivka $IZDAT_LASKO_{i,t,x}$ predstavlja izdatek za oglaševanje s

strani vseh družb iz Skupine Laško v medij i v četrtletju t , glede na osebo x , o kateri govori članek. Za vsako izmed izdatkovnih spremenljivk sva vključila še interakcijski člen z lastniško povezanim akterjem. Spremenljivka $IZDAT_DZS_PETAN_{i,t}$ predstavlja interakcijski člen Skupine DZS z lastniško povezanim akterjem Bojanom Petanom. Spremenljivka $IZDAT_LASKO_ŠROT_{i,t}$ predstavlja interakcijski člen Skupine Laško z lastniško povezanim akterjem Boškom Šrotom.

Kot kontrolne spremenljivke sva v model vključila: $KAZGK_{i,t}$, ki predstavlja kazalnik gospodarske klime, beležen kot odstotkovna sprememba kazalnika glede na isto četrtletje preteklega leta. Kontrolna spremenljivka $C_{i,t}$ sestoji iz dveh finančnih kazalnikov za posamezen medij v obdobju na letni ravni. Ta kazalnika sta: donos na prodajo (angl. *Return On Sales*) in dobiček iz poslovanja pred obrestmi, davki in amortizacijo, glede na kosmati donos iz poslovanja (angl. *Earnings Before Interests Taxes Depreciation and Amortization Margin*). Kontrolna spremenljivka $rBDP_{i,t}$ predstavlja rast BDP v Republiki Sloveniji na četrtletni ravni v primerjavi z istim četrtletjem preteklega leta; u_i je fiksni učinek posameznega medija i , $\varepsilon_{i,t}$ pa običajna napaka modela.

3.1.1 Preverjanje robustnosti empiričnega modela

Za potrebe preverjanja robustnosti empiričnega modela sva vpeljala alternativni spremenljivki za obe neodvisni spremenljivki:

- Alternativna odvisna spremenljivka za objektivnost ($OBJ_DIFF_{i,t,x}$) v modelu (1) predstavlja razliko med povprečno objektivnostjo poročanja v mediju i v četrtletju t o osebi x in povprečjem objektivnosti poročanja vseh zajetih medijev o osebi x v četrtletju t .
- Alternativna odvisna spremenljivka za pogostost ($POG_RELAT_{i,t,x}$) v modelu (2) predstavlja delež frekvence poročanja medija i v četrtletju t o osebi x .

3.2 Podatki

V najini raziskavi sva analizirala dve skupini podjetij, pri katerih je bila ugotovljena povezava med lastništvom in potencialno koruptivnostjo lastnika:

- Skupina Pivovarna Laško in Boško Šrot,
- Skupina DZS in Bojan Petan.

Preučevano obdobje je opazovano po kvartalih od leta 2008 do vključno 2014 v štirih največjih tiskanih medijih v Sloveniji:

- Delo,
- Dnevnik,
- Finance,
- Večer.

Najino **statistično enoto** za nadaljnjo analizo predstavlja članek v izbranem tiskanem mediju v posameznem kvartalu, v obdobju 2008–2014, glede na ključnega akterja, o katerem piše članek.

Posamezni članki so bili izbrani s prepletanjem imen in priimkov akterjev iz zgornjih dveh skupin podjetij ter treh ključnih besed, ki se v tovrstnih člankih ponavljajo najpogosteje in najboljše opišejo situacijo, katero preučujeva:

- korupcija,
- sporni posli,
- mahinacije.

Zadetki, torej posamezni članki, so po ključnih besedah, akterjih in letih, predstavljeni v naslednji tabeli. Skupno število člankov, vzetih v vzorec za nadaljnjo kvalitativno analizo, je 881.

Tabela 1: Skupno število zadetkov člankov, iskanih po ključnih besedah, v obdobju 2008–2014

Ključne besede							
Leto	Korup+Šrot	Korup+Petan	Sporn+Šrot	Sporn+Petan	Mahin+Šrot	Mahin+Petan	Skupaj
2008	79	10	64	7	0	0	160
2009	38	14	86	9	1	0	148
2010	18	33	34	3	0	2	90
2011	41	11	44	13	4	0	113
2012	26	7	27	6	1	0	67
2013	49	7	110	7	3	0	176
2014	37	10	64	14	2	0	127
Skupaj	288	92	429	59	11	2	881

Legenda: *Korup+Šrot* predstavlja zadetke križanja besed korupcija in Boško Šrot. *Korup+Petan* predstavlja zadetke križanja besed korupcija in Bojan Petan. *Sporn+Šrot* predstavlja zadetke križanja besed sporni posli in Boško Šrot. *Sporn+Petan* predstavlja zadetke križanja besed sporni posli in Bojan Petan. *Mahin+Šrot* predstavlja zadetke križanja besed mahinacije in Boško Šrot. *Mahin+Petan* predstavlja zadetke križanja besed mahinacije in Bojan Petan.

Opomba: Skupno število zadetkov člankov, iskanih po ključnih besedah, predstavljajo vsi članki, ki vsebujejo ključne besede, a so vsebinsko še neprečiščeni (angl. *Raw Data*) in so posledično lahko še neprimerni za nadaljnjo analizo.

Podatki o posamezni statistični enoti, ki so uporabljeni v empiričnem modelu (1) in (2), so tako primarne kot tudi sekundarne narave. Za raziskavo sva podatke pridobila iz več različnih virov (podjetij, spletnih baz, idr.) pa tudi z lastnim raziskovalnim delom. Priprava podatkov je zajemala vse korake, od pridobitve, uskladitve in združitve podatkov, pridobljenih iz posameznih baz v enotno obliko. Ti podatki tvorijo spremenljivke, ki so opisane in glede na vir predstavljene v spodnji tabeli.

Tabela 2: Opis spremenljivk v modelu 1 in modelu 2

Spremenljivka	Opis spremenljivke	Vir
<i>OBJ</i>	Absolutna ocena objektivnosti članka po izbranih medijih v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek.	Lastno raziskovalno delo
<i>OBJ_DIFF</i> (alternativna spremenljivka)	Razlika med povprečno objektivnostjo poročanja člankov izbranih medijev v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek in povprečjem objektivnosti poročanja člankov vseh zajetih medijev v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek.	Lasten izračun
<i>POG</i>	Predstavlja absolutno število člankov po izbranih medijih v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek.	Kliping
<i>POG_RELAT</i> (alternativna spremenljivka)	Delež frekvence poročanja določenega medija v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek.	Lasten izračun
<i>LAST_DZS</i>	Lastniška povezava medija s Skupino DZS.	Gvin, lastno raziskovalno delo
<i>LAST_DZS_PETAN</i>	Lastniška povezava medija s Skupino DZS za članke, ki se vsebinsko nanašajo na Bojana Petana.	Gvin, lastno raziskovalno delo
<i>LAST_LASKO</i>	Lastniška povezava medija s Skupino Laško.	Gvin, lastno raziskovalno delo
<i>LAST_LASKO_SROT</i>	Lastniška povezava medija s Skupino Laško za članke, ki se vsebinsko nanašajo na Boška Šrota.	Gvin, lastno raziskovalno delo
<i>IZDAT_DZS</i>	Izdatki za oglaševanje s strani Skupine DZS, namenjeni lastniško povezanemu mediju Dnevnik v določenem četrtletju, glede na celotne izdatke Skupine DZS vsem izbranim medijem v istem četrtletju (izraženo v odstotkih).	Mediana, IBO Ipsos, MEDIApuls, lasten izračun
<i>IZDAT_DZS_PETAN</i>	Izdatki za oglaševanje s strani Skupine DZS, namenjeni lastniško povezanemu mediju Dnevnik v določenem četrtletju, glede na celotne izdatke Skupine DZS vsem izbranim medijem v istem četrtletju, ko le-ti pišejo o Bojanu Petanu (izraženo v odstotkih).	Mediana, IBO Ipsos, MEDIApuls, lasten izračun
<i>IZDAT_LASKO</i>	Izdatki za oglaševanje s strani Skupine Laško, namenjeni lastniško povezanima medijema Delo in Večer v določenem četrtletju, glede na celotne izdatke Skupine Laško vsem izbranim medijem v istem četrtletju (izraženo v odstotkih).	Mediana, IBO Ipsos, MEDIApuls, lasten izračun

se nadaljuje

nadaljevanje

Spremenljivka	Opis spremenljivke	Vir
<i>IZDAT_LASKO_SROT</i>	Izdatki za oglaševanje s strani Skupine Laško, namenjeni lastniško povezanim medijema Delo in Večer v določenem četrtletju, glede na celotne izdatke Skupine Laško vsem izbranim medijem v istem četrtletju ko le-ti pišejo o Bošku Šrotu (izraženo v odstotkih).	Mediana, IBO Ipsos, MEDIApuls, lasten izračun
<i>KAZGK</i>	Odstotkovna sprememba kazalnika gospodarske klime, glede na isto četrtletje preteklega leta.	Statistični Urad RS
<i>BDP_KVARTALNO</i>	Odstotkovna sprememba BDP, glede na isto četrtletje preteklega leta.	Statistični Urad RS
<i>ROS</i>	Donos na prodajo, (angl. <i>Return On Sales</i>) izračunan kot razmerje med čistim poslovnim izidom obračunskega obdobja (dobičkom) in kosmatim donosom od poslovanja (vrednostjo prodaje) medija na letni ravni, ločeno po medijih.	Gvin, lasten izračun
<i>EBITDA_MARGIN</i>	Razmerje med dobičkom iz poslovanja pred obrestmi, davki in amortizacijo (angl. <i>Earnings Before Interests Taxes Depreciation and Amortization</i>) in kosmatim donosom iz poslovanja medija (angl. <i>Margin</i>), na letni ravni, ločeno po medijih.	Gvin, lasten izračun

Odvisni spremenljivki, uporabljeni v modelu (1) in (2), sta naslednji:

- objektivnost poročanja medijev,
- pogostost poročanja medijev.

Časopisne članke pri izbranih tiskanih medijih, ki se navezujejo na izbrani skupini podjetij in sporne posle, povezane z njimi v letih 2008–2014 in na katere se nanašajo zgoraj našteje spremenljivke, sva pridobila iz baz družbe za spremljanje in analizo medijev Kliping, d. o. o. Izbor člankov je temeljil na križanju treh najbolj relevantnih ključnih besed (korupcija, sporni posli in mahinacije) z Bojanom Petanom, DZS in Boškom Šrotom, Pivovarna Laško. Iz pridobljenih izpisov sva poleg vsebine članka, pridobila še ostale statistične informacije o posameznem članku (datum objave članka, površina članka in stran objave); v celoti pa tudi frekvenco člankov in časovno premico objav.

Ocena objektivnosti pisanja posameznega časopisnega članka je plod najinega raziskovalnega dela, in sicer kvalitativne metode prebiranja časopisnih člankov, ki služi kot osnova za nadaljnjo raziskavo. Pod drobnogled sva vzela 881 časopisnih člankov na temo spornih poslov Skupine DZS in Skupine Pivovarna Laško. Zadetki po ključnih besedah so predstavljeni v Tabeli 1.

Pri ocenjevanju člankov sva uporabila Likertovo lestvico s 5-stopenjsko mersko skalo, pri čemer sva postavila naslednjo trditev in jo ocenjevala pri vsakem posameznem članku.

Članek je povsem objektivni.

5 – popolnoma se strinjam, članek je povsem objektivni

4 – strinjam se, članek je objektivni

3 – članek ni niti objektivni niti subjektivni

2 – ne strinjam se, članek je subjektivni

1 – sploh se ne strinjam, članek je povsem subjektivni

Preden sva posamezen članek sploh lahko ocenila, sva morala preveriti še njegovo primernost in skladnost s preučevanim problemom. Torej, v tej fazi so odpadli vsi irelevantni članki, ki so bili med zadetki iskanja po ključnih besedah, a so bili vsebinsko neprimerni.

Odkvisno spremenljivko, objektivnost (*OBJ*), sva v model vključila sprva kot absolutno oceno objektivnosti članka. Robustnost pa sva preverjala z alternativno spremenljivko (*OBJ_DIFF*), ki predstavlja razliko med povprečno objektivnostjo poročanja določenega medija o akterju v določenem četrtletju in povprečjem objektivnosti poročanja vseh zajetih medijev o akterju v določenem četrtletju.

Odkvisna spremenljivka pogostost (*POG*) je bila v model prav tako sprva vključena kot absolutno število člankov po izbranih medijih, v določenem četrtletju in glede na osebo, o kateri piše članek. Za preverjanje robustnosti pa je bila uporabljena alternativna spremenljivka (*POG_RELAT*), izračunana kot razmerje frekvence poročanja določenega medija v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek.

Dve glavni **neodvisni spremenljivki**, uporabljeni v modelu (1) in (2), sta naslednji:

- lastništvo tiskanega medija,
- izdatki za oglaševanje.

S pomočjo spletnega portala Gvin sva za posamezen medij po posameznih letih preverila lastniško strukturo in ugotavljala spremembe tekom let. Med pregledom sva ugotovila, da se lastniška struktura najin izbranih medijev ni spreminjala na način, da bi vplivala na najino raziskavo. Tako sva lahko poenostavljeno zabeležila lastniško povezanost medija s posamezno skupino podjetij po smislu; povezava obstaja z eno izmed izbranih skupin podjetij ali pa medij nima lastniške povezave s katerokoli družbo v izbranih skupinah podjetij.

Spremenljivke lastniške povezave medijev so bile ločeno oblikovane za Skupino DZS (*LAST_DZS*) in Skupino Laško (*LAST_LASKO*). Nadalje sva ustvarila spremenljivko z interakcijskim členom, ki predstavlja lastniško povezavo medija s Skupino DZS za članke, ki se vsebinsko nanašajo na povezanega akterja Bojana Petana (*LAST_DZS_PETAN*) in na drugi strani spremenljivko z interakcijskim členom, ki predstavlja lastniško povezavo medijev s Skupino Laško za članke, ki se vsebinsko nanašajo na povezanega akterja Boška Šrota (*LAST_LASKO_SROT*). V empiričnem modelu te spremenljivke predstavljajo kategorične spremenljivke (angl. *Dummy variable*).

Za potrebe raziskave sva pridobila sekundarne podatke o izdatkih za oglaševanje, torej bruto vrednosti oglaševanja s strani preučevanih dveh skupin podjetij: Skupina Pivovarna Laško in Skupina DZS v štiri največje časopisne hiše v Sloveniji: Delo, Dnevnik, Finance in Večer, vključno z vsemi prilogami in posebnimi izdajami v obdobju 2008–2014. Za pridobitev teh podatkov sva se obrnila na Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, d. o. o. in na Pristop Medio, družbo za načrtovanje in zakup medijev, d. o. o. Podatki so združeni iz dveh baz, in sicer Medianina raziskava IBO in baza Ipsos, MEDIApuls. Razvidno tudi iz Tabele 2.

Obe bazi se poslužujeta orodja AdEx za pregled investiranja blagovnih znamk v oglaševanje. Mediana IBO ponuja informacije o bruto vrednosti sredstev, ki jih je oglaševalec namenil za oglaševanje na mesečni ravni. Raziskavo izvajajo kontinuirano vsakodnevno že od januarja 1994. Vsak objavljen oglas je ovrednoten po ceni, navedeni v uradnem ceniku medijske enote, veljavnem v tekočem mesecu, pri čemer morebitni agencijski in količinski popusti niso upoštevani. Vsa evidentirana objavljena oglasna sporočila so združena na skupni imenovalci vrednosti, izražene v EUR (Mediana IBO - AdEx oz. investiranje blagovnih znamk v oglaševanje, 2015). MEDIApuls je raziskava agencije Ipsos Puls, ki se na vsakodnevni ravni izvaja od leta 2004 dalje. Tudi pri tej raziskavi je vsak oglas ovrednoten po bruto vrednosti, torej brez popustov in ostalih posebnih ponudb, vsaka enota pa zajema kar 15 parametrov. Podatki so agregirani na mesečno raven (MEDIApuls, 2015).

Za nadaljnjo empirično raziskavo so izdatki za oglaševanje agregirani na četrtoletja po vsakem mediju ločeno. Oblikovani sta dve osnovni spremenljivki za izdatke, ter dve dodatni, ki vključujeta interakcijske člene z lastniško povezanim akterjem. Te spremenljivke so naslednje: delež izdatkov Skupine DZS povezanemu mediju Dnevnik glede na celotne izdatke Skupine DZS v četrtoletju (*IZDAT_DZS*), oziroma delež izdatkov Skupine DZS povezanemu mediju Dnevnik, glede na celotne izdatke Skupine DZS v četrtoletju za članke, ki pišejo o Bojanu Petanu (*IZDAT_DZS_PETAN*). Na drugi strani pa glede na delež izdatkov Skupine Laško povezanima medijema Delo in Večer, glede na celotne izdatke Skupine Laško v četrtoletju (*IZDAT_LASKO*), oziroma delež izdatkov Skupine Laško povezanima medijema Delo in Večer, glede na celotne izdatke Skupine Laško v četrtoletju za članke, ki pišejo o Bošku Šrotu (*IZDAT_LASKO_SROT*).

V empiričnem modelu so vključene tudi druge **kontrolne spremenljivke** za splošno gospodarsko okolje (kazalnik poslovne klime, rast BDP), za značilnosti posameznega medija (finančni kazalniki) in časovno dimenzijo (časovni fiksni učinki). Za te so podatki pridobljeni, bodisi iz Statističnega Urada Republike Slovenije ali portala Gvin. Iz Statističnega Urada RS sva pridobila podatke za kazalnik gospodarske klime, pa tudi podatke o bruto domačem proizvodu. Za kazalnik gospodarske klime sva izvozila desezonirane mesečne podatke za najino izbrano obdobje 2008–2014 in jih agregirala na posamezna četrletja. V modelu sva uporabila razliko kazalnika gospodarske klime tekočega četrletja glede na isto četrletje preteklega leta. Za podatke o bruto domačem proizvodu pa sva izvozila podatke, izražene kot relativna sprememba glede na isto četrletje preteklega leta, z izločenimi vplivi sezone in koledarja. V model sva vključila tudi najbolj relevantna finančna kazalnika: donos na prodajo (angl. *ROS*) in dobiček iz poslovanja pred obrestmi, davki in amortizacijo, glede na kosmati donos iz poslovanja (angl. *EBITDA Margin*). Podatke sva pridobila s spletnega portala Gvin, izvozila pa sva jih po posameznih letih za posamezen tiskan medij.

4 EMPIRIČNA ANALIZA IN REZULTATI

Številne tuje empirične raziskave kažejo na dejstvo, da lastništvo medijev, kot tudi finančni vložki v medije, namenjeni za oglaševanje, pomembno vplivajo na poročanje medijev o morebitnih spornih poslih svojih lastnikov. Torej lahko lastniška koncentracija medijev v državnih, pa tudi v zasebnih rokah, posledično povzroča manjšo verodostojnost posameznih člankov, saj so marsikatero pomembne informacije izpuščene, prekrite ali pa predstavljene na manj objektivni način.

V Sloveniji je bila v preteklih letih opazna koncentracija medijskega lastništva predvsem v dveh skupinah podjetij, v Skupini DZS in Skupini Laško. Iz tega dejstva izhaja najino glavno raziskovalno vprašanje, ali je objektivnost in pogostost poročanja o morebitnih spornih poslih lastnikov odvisna od lastništva in finančnih izdatkov za oglaševanje teh podjetij.

4.1 Izbor preučevanega vzorca in metodologije statistične obdelave podatkov

Hipotezi sva preverjala z empirično analizo, pri čemer je najina enota opazovanja posamezen članek, glede na izbran medij, akterja in časovni interval sedmih let, od leta 2008 do vključno leta 2014 na dnevni ravni. Vsi članki, ki so se na zgoraj navedene parametre ponavljali, so bili izločeni iz nadaljnje raziskave.

Empirična analiza torej vključuje panelne podatke, v katerih sta obe hipotezi testirani z uporabo regresije. Vsaka hipoteza predstavlja svoj empirični model, ki je ocenjen z metodo

najmanjših kvadratov (angl. *Ordinary least squares – OLS*) in z metodo fiksnih učinkov (angl. *Fixed effects – FE*).¹ Za izbiro ustrezne metode ocenjevanja obeh regresijskih modelov sva opravila Hausmanov specifikacijski test.

V Tabeli 3 so predstavljene opisne statistike vseh spremenljivk, vključenih v empirično raziskavo, torej v modelu (1) in (2), glede na enoto opazovanja.

Tabela 3: Opisna statistika spremenljivk

Spremenljivka	Aritm. Sredina	Standardni odklon	Minimum	Maximum	Število opazovanj
<i>OBJ</i>	4,094	1,052	1,000	5,000	512
<i>OBJ_DIFF</i>	-0,012	0,678	-3,429	1,323	512
<i>POG</i>	6,449	3,904	1,000	15,000	512
<i>POG_RELAT</i>	0,844	0,233	0,067	1,000	512
<i>LAST_DZS</i>	0,240	0,428	0,000	1,000	512
<i>LAST_DZS_PETAN</i>	0,012	0,108	0,000	1,000	512
<i>LAST_LASKO</i>	0,563	0,497	0,000	1,000	512
<i>LAST_LASKO_SROT</i>	0,492	0,500	0,000	1,000	512
<i>IZDAT_DZS</i>	0,726	0,274	0,190	1,000	512
<i>IZDAT_DZS_PETAN</i>	0,084	0,251	0,000	1,000	512
<i>IZDAT_LASKO</i>	0,902	0,153	0,000	1,000	512
<i>IZDAT_LASKO_SROT</i>	0,798	0,322	0,000	1,000	512
<i>ROS</i>	0,001	0,067	-0,227	0,088	512
<i>EBITDA_MARGIN</i>	0,058	0,050	-0,050	0,140	512
<i>BDP_KVARTALNO</i>	-0,525	4,453	-9,500	5,400	512
<i>KAZGK</i>	-0,835	1,443	-4,220	2,490	512

Za prvi korak osnovne obdelave ter združitve podatkov sva uporabila Microsoftov program Excel 2010, v nadaljevanju pa sva statistično analizo podatkov izvedla s statističnim programom STATA/SE 13.1.

4.2 Kvalitativna analiza

Po opravljeni kvalitativni analizi časopisnih člankov, kjer sva opazovala objektivnost poročanja v posameznem članku in vsebinsko primernost, je za nadaljnjo analizo ostalo skupaj 556 posameznih člankov, od začetnih 881 še ne prečiščenih člankov; 497 člankov (89 odstotkov) je na temo spornih poslov Boška Šrota in Skupine Pivovarne Laško, samo 59 člankov (11 odstotkov) pa na temo spornih poslov Bojana Petana in Skupine DZS.

¹ Oba modela sva ocenila tudi z metodo slučajnih učinkov (angl. *Random effects – RE*), vendar rezultatov te metode ne navajava zaradi identičnih rezultatov z metodo najmanjših kvadratov (angl. *Ordinary least squares – OLS*).

Ker pa sva za nadaljnjo raziskavo želela operirati s panelnimi podatki, sva članke razvrstila glede na čas, datum objave, medij ter akterja, o katerem piše članek. Nekaj enot, razvrščenih na tak način, se je podvajalo, torej je imelo enak datum objave v istem mediju in o istem akterju, zato sva jih, za potrebe raziskave, ovrgla. Takih člankov je bilo 44. Tako sva za ekonometrično analizo, predstavljeno v poglavju 4.4, dobila končnih 512 statističnih enot.

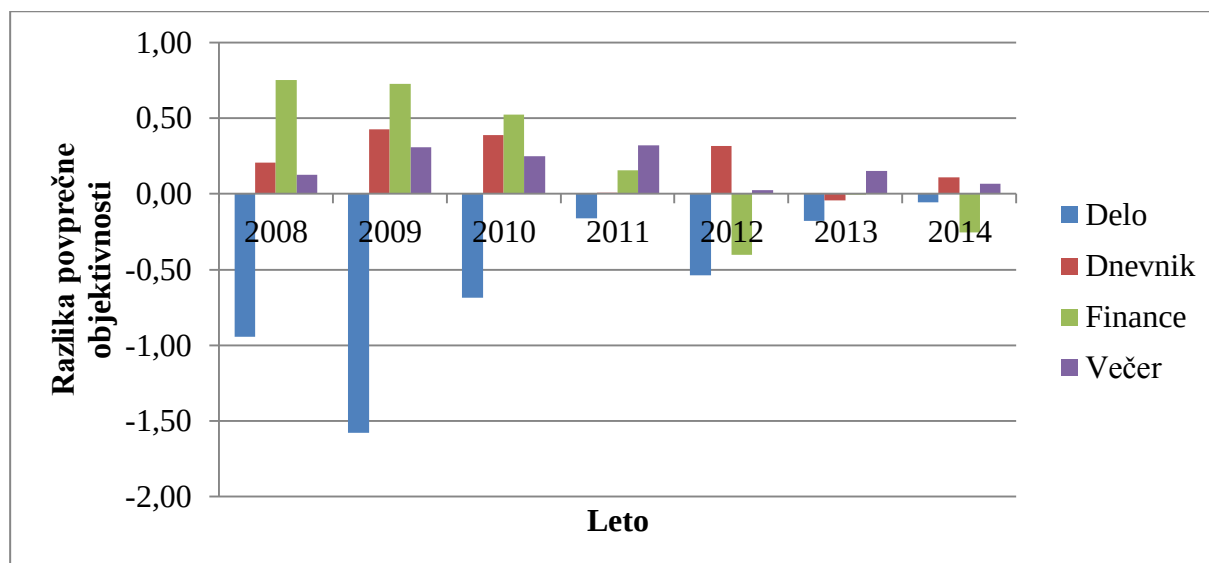
Razporeditev posameznih člankov glede na leto objave, ključno besedo in akterja je predstavljena v Prilogi 1. Iz tabele so razvidni članki, ki vsebujejo kombinacije vseh treh ključnih besed, skupaj jih je 44 (8 odstotkov). Ključna beseda, ki je največkrat zastopana, je *Sporni posli* in to kar 365-krat (65 odstotkov), sledi *Korupcija*, ki ima 138 zadetkov (25 odstotkov). Najmanj je člankov s ključno besedo *Mahinacije*, zgolj 9 (2 odstotka).

4.3 Deskriptivne statistike

4.3.1 Objektivnost in pogostost poročanja medijev o spornih poslih po letih v obdobju od 2008 do 2014

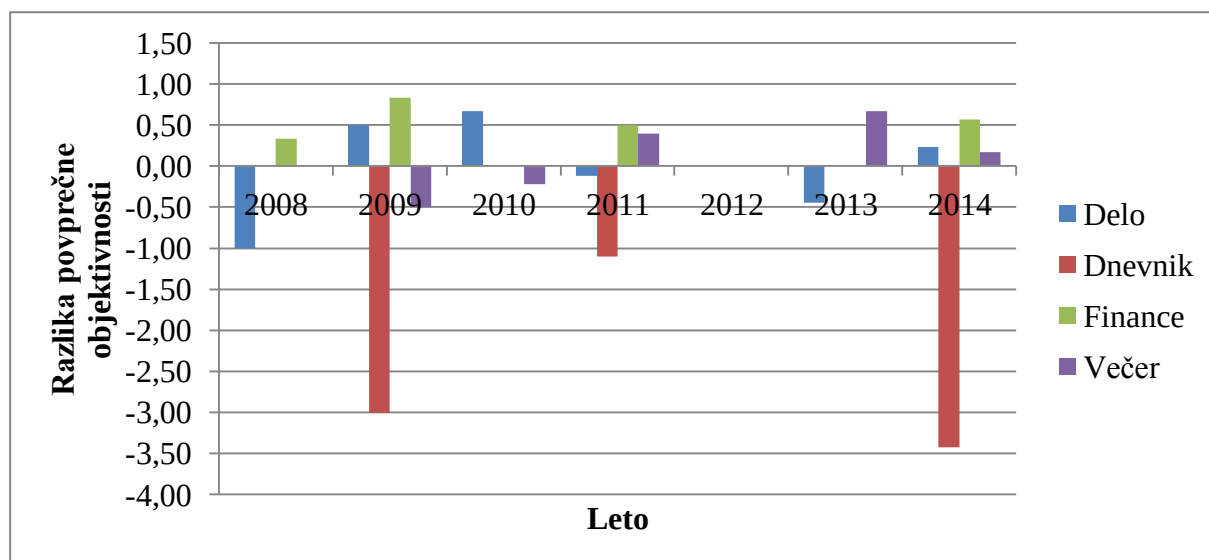
Objektivnost poročanja je bila beležena z ocenami od 1 do 5. Na spodnjih dveh slikah lahko razberemo, da so razlike v povprečjih objektivnosti poročanja posameznega medija glede na povprečje objektivnosti poročanja vseh štirih medijev na letni ravni za članke, ki poročajo o domnevnih spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana, največje pri lastniško povezanih medijih. Pri poročanju o domnevnih spornih poslih Boška Šrota v negativno smer najbolj izstopa časopis Delo, pri poročanju o domnevnih spornih poslih Bojana Petana pa časopis Dnevnik.

Slika 1: Razlike v povprečju objektivnosti poročanja posameznega medija, glede na povprečje objektivnosti poročanja vseh štirih medijev na letni ravni, za članke, ki poročajo o domnevnih spornih poslih Boška Šrota



Opomba: Na vertikalni osi so zabeležene razlike med povprečjem objektivnosti pisanja medija i v četrtletju t o Bošku Šrotu in povprečjem objektivnosti pisanja vseh štirih medijev v četrtletju t o Bošku Šrotu, predstavljene na povprečni letni ravni po posameznem mediju.

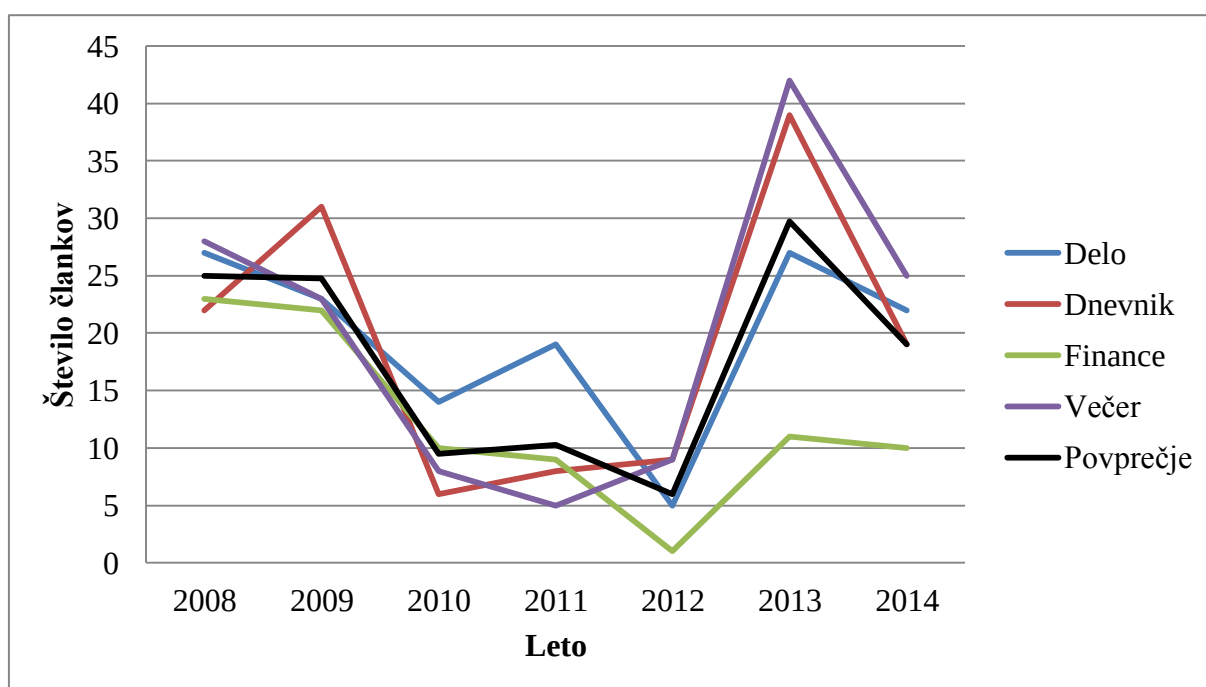
Slika 2: Razlike v povprečju objektivnosti poročanja posameznega medija, glede na povprečje objektivnosti poročanja vseh štirih medijev na letni ravni, za članke, ki poročajo o domnevnih spornih poslih Bojana Petana



Opomba: Na vertikalni osi so zabeležene razlike med povprečjem objektivnosti pisanja medija i v četrtletju t o Bojanu Petanu in povprečjem objektivnosti pisanja vseh štirih medijev v četrtletju t o Bojanu Petanu, predstavljene na povprečni letni ravni po posameznem mediju.

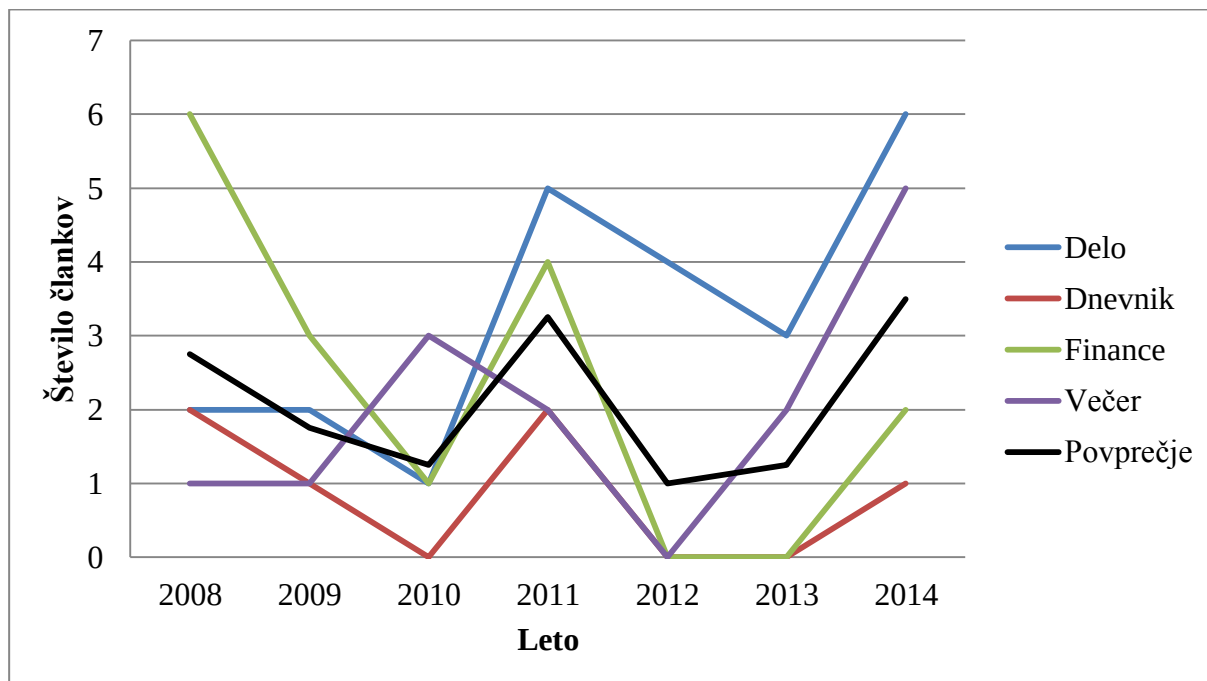
Pogostost poročanja je bila z leti različno intenzivna. Opazna je bistvena razlika o intenziteti poročanja med Boškom Šrotom in Bojanom Petanom. Iz Slike 3 lahko razberemo, da je bila glavnina poročanja o spornih poslih Boška Šrota v letih 2008–2009 in v letu 2013, kar ni nič presenetljivega, saj se je večina spornih zadev odvijala v tem časovnem obdobju. Medija, ki sta o Šrotu največ poročala, sta Dnevnik in Večer. Finance so medij, ki so skozi celotno preučevano obdobje o domnevnih spornih poslih Boška Šrota poročal podpovprečno pogosto, v primerjavi z ostalimi tremi tiskanimi mediji.

Slika 3: Frekvenca poročanja o spornih poslih Boška Šrota po medijih v obdobju 2008–2014



Poročanje o spornih poslih Bojana Petana je bilo skozi vsa leta zelo skromno. Na Sliki 4 lahko opazimo nekoliko povečano frekvenco, oziroma rast v letih 2011 in 2014. Medij, ki je o Petanu poročal največ, je Delo. Dnevnik pa je medij, ki je skozi celotno preučevano obdobje, o domnevnih spornih poslih Bojana Petana poročal podpovprečno pogosto.

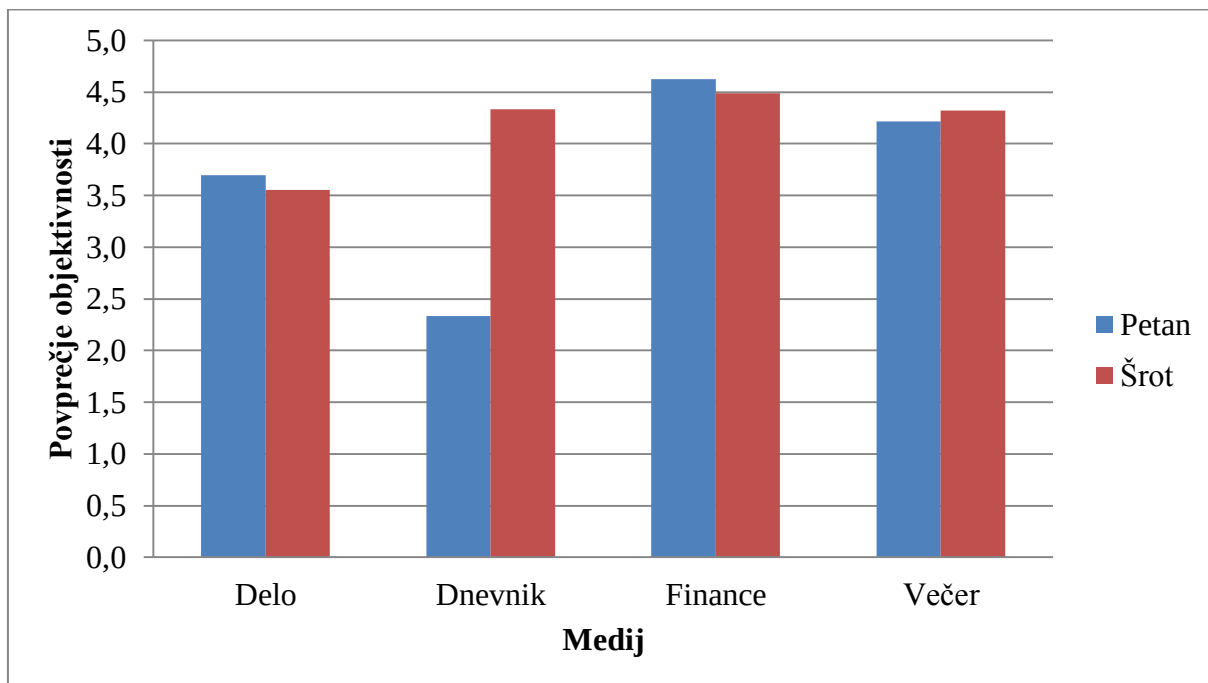
Slika 4: Frekvenca poročanja o spornih poslih Bojana Petana po medijih v obdobju 2008–2014



4.3.2 Objektivnost in pogostost poročanja medijev o spornih poslih v posameznem mediju v obdobju od 2008 do 2014

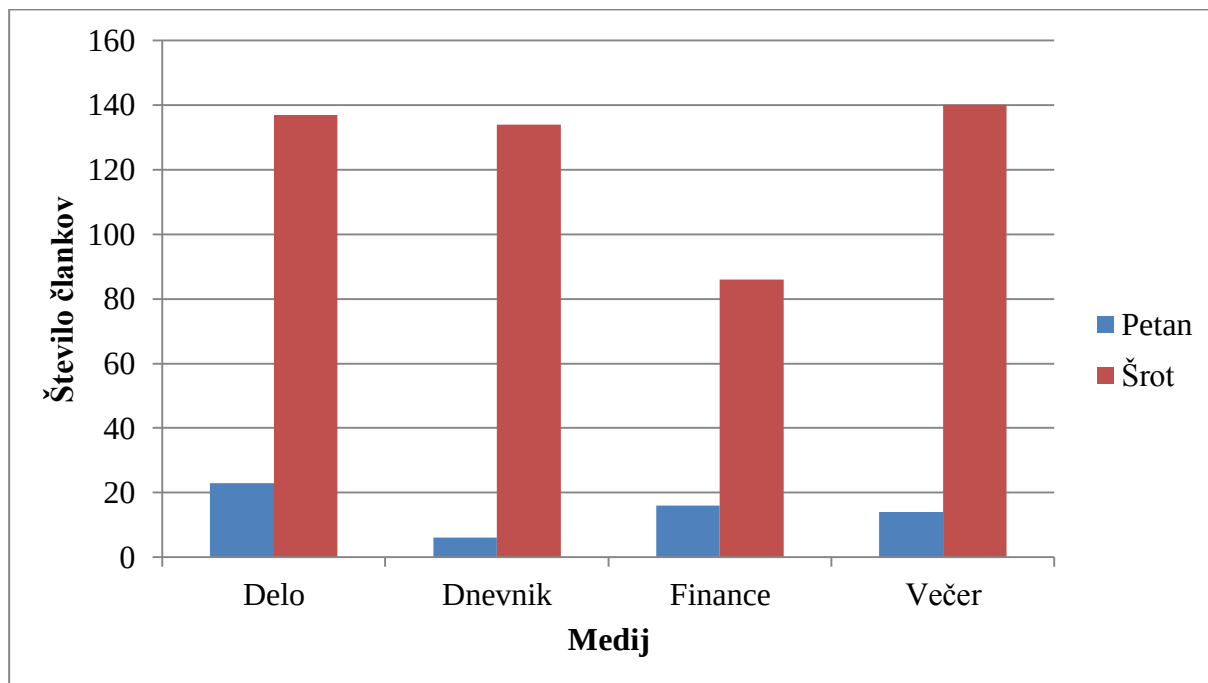
Iz Slike 5 lahko razberemo, da so vrednosti povprečne objektivnosti poročanja medijev o domnevnih spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana v povprečju nižje v lastniško povezanih medijih in višje v lastniško nepovezanih medijih. V primeru poročanja o domnevnih spornih poslih Boška Šrota lahko razberemo, da sta časopisa Delo in Večer pisala manj objektivno kot časopisa Dnevnik in Finance. Prav tako je v primeru poročanja o domnevnih spornih poslih Bojana Petana mogoče razbrati, da časopis Dnevnik poroča mnogo manj objektivno kot ostali časopisi. Finance so, kot lastniško nepovezan medij, o spornih poslih obeh skupin podjetij pisale najbolj objektivno.

Slika 5: Povprečje objektivnosti poročanja medijev o domnevnih spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana, glede na posamezen medij, v obdobju 2008–2014



Ko pogledamo razporeditev frekvence poročanja med posameznimi mediji v obdobju 2008–2014, na Sliki 6 vidimo, da ne prihaja do bistvenih odstopanj med posameznimi mediji. O spornih poslih Boška Šrota se skoraj z enako intenziteto poroča v Delu, Dnevniku in Večer, nekoliko manj v Financah. O spornih poslih Bojana Petana se najmanj poroča v Dnevniku, v ostalih medijih nekoliko več. Finance so medij, ki je v skupnem poročanju o spornih poslih obeh akterjev najbolj skromen. Medij, ki je v skupnem seštevku poročal z največjo intenziteto, pa je Delo.

Slika 6: Frekvenca poročanja o spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana, glede na posamezne medijske hiše, v obdobju 2008–2014

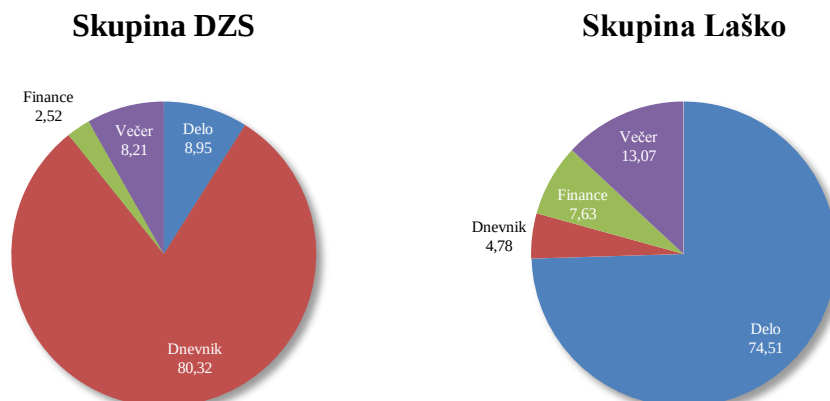


4.3.3 Bruto izdatki za oglaševanje in lastništvo medijev

Izdatki za oglaševanje v obdobju 2008–2014 so v skupnem, s strani Skupine Laško in Skupine DZS, v izbrane medije (Delo, Dnevnik, Večer in Finance), znašali 3.112.057,14 EUR. Od tega jih je bilo 1.374.853,31 EUR s strani Skupine Laško in 1.737.203,83 EUR s strani Skupine DZS.

Skupina Laško je v letih 2008–2014 največ vlagala v Delo, in sicer 1.024.471,80 EUR, kar predstavlja 74,51 odstotkov celotnih izdatkov Skupine Laško v izbrane štiri tiskane medije. Laško je najmanj oglaševalo v Dnevniku, zgolj 65.770,51 EUR (4,78 odstotkov celotnih izdatkov Laškega za oglaševanje v izbranih medijih). Skupina DZS je v največji meri vlagala v Dnevnik, in sicer 1.395.302,73 EUR, kar je 80,32 odstotkov vseh izdatkov Skupine DZS za oglaševanje v izbrane štiri tiskane medije. Najmanj pa je DZS oglaševal v Financah, le 43.800,00 EUR (2,52 odstotkov celotnih izdatkov DZS za oglaševanje v izbranih medijih).

Slika 7: Izdatki za oglaševanje s strani Skupine DZS in Skupine Laško v izbrane medije v obdobju 2008–2014 v %

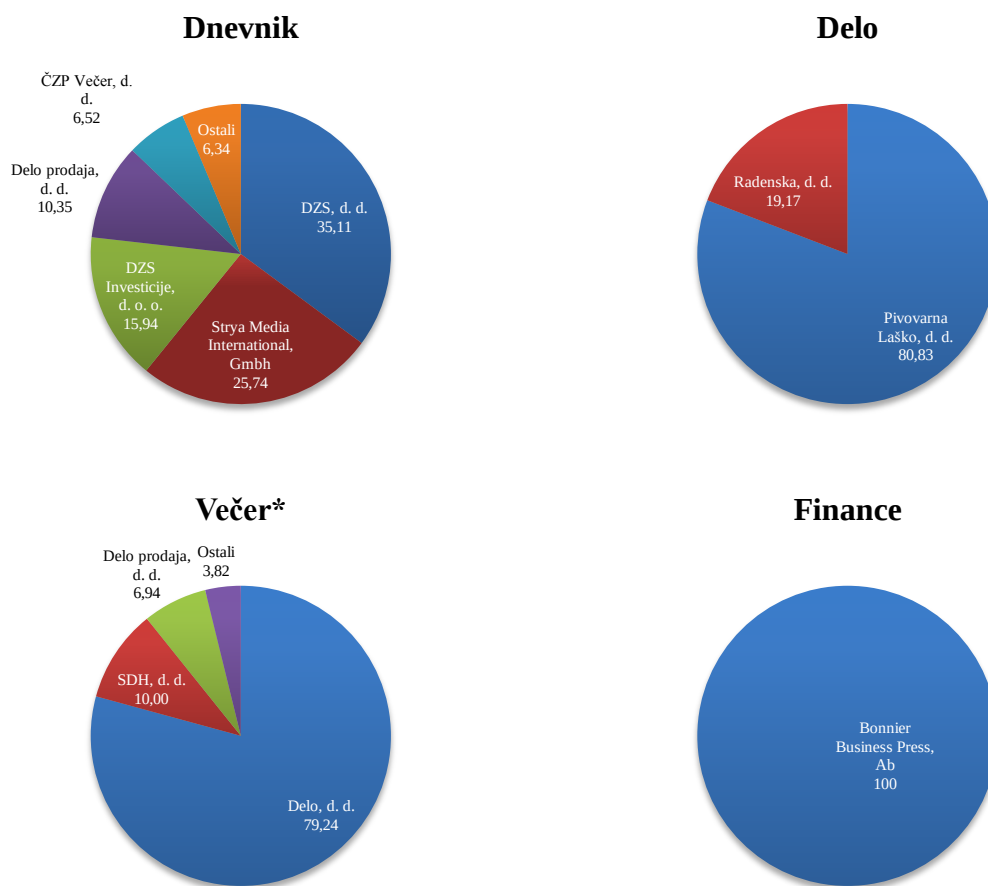


Lastniški deleži v izbranih medijskih hišah so predstavljeni v grafikonih na Sliki 8. Zabeleženi so na dan 31. 12. 2014 in se od začetka preučevanega obdobja, torej 31. 12. 2008, niso bistveno spreminjali. Izjema je Časopisno-založniško podjetje Večer, d. d., kjer se je lastništvo v preučevanem obdobju večkrat spreminjalo, povezava z izbranimi skupinama podjetij pa je ostala ves čas prisotna. Podatki za ČZP Večer so upoštevani na dan 31.12.2008. Med izbranimi mediji in skupinami podjetij so bile v preučevanem obdobju naslednje lastniške povezave (Bisnode, 2014):

- Časopisna družba Dnevnik, d. d. je v večinski lasti skupine DZS (35,11 odstotkov lastništva DZS, d. d. in 15,94 odstotkov lastništva DZS investicije, d. o. o. ter 10,35 odstotkov lastništva Dela prodaje, d. d., ki je posredno obvladovano s strani DZS).
- Časopisna hiša Delo d. d. je v večinski lasti skupine Laško (80,83 odstotkov lastništva Pivovarne Laško, d. d. in 19,17 odstotkov lastništva Radenske, d. d., ki je bila v večinski lasti Pivovarne Laško d.d).
- Lastniška povezava s Skupino Laško je bila prav tako prisotna v ČZP Večer, d. d., in sicer v začetku leta 2008 posredno preko Infond Holdinga, d. d., katerega je dejansko posredno obvladovala Pivovarna Laško, d. d. Največji lastnik Pivovarne Laško, d. d. je bil prav Infond Holding, d. d., največji lastnik Infond Holdinga, d. d. pa družba Kolonel, d. o. o. 20-odstotni delež v Večeru je imela tudi družba Delo, d. d. Pivovarna Laško je torej preko svojih podjetij obvladovala statutarno večino (78,82 odstotkov lastništva) družbe Večer. Novembra 2008 se je struktura lastništva sicer nekoliko spremenila, vendar je bil posredni vpliv Pivovarne Laško še vedno prisoten. Nov večinski lastnik je bil tedaj Delo, d. d. (79,24 odstotkov lastništva), ki pa je bil, kot rečeno, v večinski lasti Pivovarne Laško, d. d. Pivovarna Laško se povsem izloči iz posrednega lastništva 6. 10. 2014, ko se 79,24-odstotni delež lastništva Dela, d. d. proda družbi Dober Večer, d. o. o.

- Finance so lastniško povsem neodvisne od izbranih dveh skupin podjetij, saj so v 100-odstotni lasti Švedskega podjetja Bonnier Bussines Press AB.

Slika 8: Prikaz lastniške strukture izbranih medijev na dan 31. 12. 2014 v %



Vir: Bisnode,

Opomba: *Lastniška struktura ČZP Večer, d. d. se je v preučevanem obdobju večkrat spreminjala. Za potrebe prikaza lastniške povezave je, v primerjavi z ostalimi mediji, izjemoma beležena ob koncu prvega leta preučevanega obdobja, torej na dan 31. 12. 2008.

4.4 Ekonometrična analiza

Z namenom bolj natančne opredelitve dobljenih rezultatov osnovne statistične analize sva izvedla regresijsko analizo vpliva neodvisnih spremenljivk na objektivnost in pogostost poročanja posameznih medijev v obdobju 2008–2014. Rezultate predstavljava v naslednjih tabelah.

V Tabeli 4 prikazujeva rezultate Hausmanovega specifikacijskega testa za odločanje med modelom najmanjših kvadrantov (OLS) in fiksnimi učinki (FE).²

Tabela 4: Rezultati Hausmanovega testa za pogostost in objektivnost poročanja

Spremenljivka	Pogostost			Objektivnost		
	Koeficient (FE)	Koeficient (OLS)	Razlika	Koeficient (FE)	Koeficient (OLS)	Razlika
LAST_DZS	3,040E-05	0,104	-0,104	4,570E-05	-0,231	0,231
LAST_DZS_PETAN	-4,030E-05	-0,246	0,246	-1,000E-03	-1,912	1,911
LAST_LASKO	-1,200E-05	-0,117	0,117	1,617E-04	-0,364	0,364
LAST_LASKO_SROT	-5,660E-06	0,139	-0,139	1,044E-04	-0,035	0,035
IZDAT_DZS	-0,125	-0,132	0,007	0,862	1,086	-0,224
IZDAT_DZS_PETAN	0,134	0,192	-0,058	-0,623	-1,382	0,759
IZDAT_LASKO	-0,788	-0,717	-0,071	0,566	1,018	-0,452
IZDAT_LASKO_SROT	0,723	0,653	0,070	-0,448	-1,052	0,604
ROS	-0,146	-0,127	-0,019	3,943	4,693	-0,750
EBITDA_MARGIN	-0,410	-0,322	-0,088	-0,221	-4,314	4,093
BDP_KVARTALNO	-0,012	-0,013	0,001	0,009	0,024	-0,015
KAZGK	0,030	0,032	-0,002			
chi2		1,44			23,34	
Prob>chi2		0,999			0,006	

Na podlagi rezultatov Hausmanovega testa ugotavljava, da je za analizo regresije pogostosti poročanja bolj primerna uporaba modela z najmanjšimi kvadranti (OLS) saj na podlagi χ^2 statistike ni mogoče zavrniti ničelne hipoteze, da je razlika med ocenjenimi koeficienti s FE in OLS metodo enaka nič. Nasprotno pa je za analizo regresije objektivnosti poročanja primernejša izbira modela s fiksnimi učinki (FE), saj na podlagi χ^2 statistike zavrnemo ničelno hipotezo, da je razlika med ocenjenimi koeficienti s FE in OLS metodo enaka nič.

Zaradi lažjega razumevanja dobljenih rezultatov, sva se odločila, da komentiranje rezultatov pričneva z modelom pogostosti poročanja (2) in zaključiva z modelom objektivnosti poročanja (1).

4.4.1 Rezultati regresijske analize za pogostost poročanja

V Tabeli 5 predstavlja rezultate regresijske analize za pogostost poročanja s postopnim dodajanjem spremenljivk.

² Hausmanov specifikacijski test sicer velja kot kriterij za odločanje med modelom s slučajnimi (RE) in fiksnimi učinki (FE). V našem primeru, zaradi identičnosti rezultatov modela RE in modela OLS, v Hausmanovem testu primerjava rezultate modela FE in modela OLS.

Tabela 5: Rezultati regresijske analize za pogostost poročanja

Spremenljivke	OLS 1	OLS 2	OLS 3	OLS 4	OLS 5	OLS 6	OLS 7	FE
<i>LAST_DZS</i>	3,103*** [6,573]	2,770*** [6,042]	2,770*** [6,016]	2,867*** [6,099]	2,876*** [6,138]	2,882*** [6,236]	0,104*** [5,722]	3,040E-05*** [3,057]
<i>LAST_DZS_PETAN</i>	-6,786*** [-4,664]	-3,610** [-2,282]	-3,610** [-2,278]	-3,663** [-2,310]	-3,627** [-2,294]	-3,518** [-2,256]	-0,246*** [-4,017]	-4,030E-05 [-1,168]
<i>LAST_LASKO</i>	-2,850*** [-4,224]	-0,044 [-0,045]	-0,043 [-0,042]	-0,067 [-0,066]	0,173 [0,170]	0,364 [0,361]	-0,117*** [-2,948]	-1,200E-05 [-1,035]
<i>LAST_LASKO_SROT</i>	5,492*** [8,868]	2,314** [2,156]	2,314** [2,153]	2,346** [2,182]	2,335** [2,179]	2,229** [2,109]	0,139*** [3,353]	-5,660E-06 [-0,461]
<i>IZDAT_DZS</i>		-2,369*** [-4,243]	-2,367*** [-3,739]	-2,574*** [-3,873]	-2,841*** [-4,203]	-1,735** [-2,393]	-0,132*** [-4,631]	-0,125*** [-3,872]
<i>IZDAT_DZS_PETAN</i>		2,401 [1,418]	2,4 [1,415]	2,47 [1,455]	2,348 [1,386]	2,194 [1,313]	0,192*** [2,937]	0,134** [2,073]
<i>IZDAT_LASKO</i>		2,968* [1,823]	2,968* [1,820]	2,999* [1,839]	2,951* [1,815]	3,213** [2,002]	-0,717*** [-11,400]	-0,788*** [-12,991]
<i>IZDAT_LASKO_SROT</i>		5,553*** [3,804]	5,553*** [3,801]	5,537*** [3,789]	5,381*** [3,688]	5,483*** [3,810]	0,653*** [11,574]	0,723*** [13,460]
<i>ROS</i>			0,024 [0,008]	0,357 [0,124]	2,732 [0,878]	3,253 [1,059]	-0,127 [-1,054]	-0,146 [-1,151]
<i>EBITDA_MARGIN</i>				-3,317 [-1,023]	-3,477 [-1,075]	-3,664 [-1,149]	-0,322** [-2,574]	-0,410*** [-2,632]
<i>BDP_KVARTALNO</i>					-0,077** [-2,000]	0,05 [0,995]	-0,013*** [-6,420]	-0,012*** [-5,587]
<i>KAZGK</i>						-0,520*** [-3,877]	0,032*** [6,143]	0,030*** [5,738]
Konstanta	4,683*** [13,540]	-0,876 [-0,961]	-0,879 [-0,897]	-0,583 [-0,570]	-0,377 [-0,368]	-1,901* [-1,753]	1,063*** [25,028]	1,105*** [26,590]
Št. Opazovanj	512	512	512	512	512	512	512	512
R-kvadrat	0,213	0,344	0,344	0,346	0,351	0,37	0,729	0,716

Opomba: Rezultati v modelih OLS 1 do vključno OLS 6 veljajo za odvisno spremenljivko pogostost (POG), ki predstavlja absolutno število člankov po izbranih medijih v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek. Rezultati v modelu OLS 7 veljajo za alternativno odvisno spremenljivko pogostost (POG_RELAT), ki predstavlja delež frekvence poročanja določenega medija v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek. V oglatih oklepajih navajava robustno t-statistiko. Z zvezdicami so označene statistično značilne ocene regresijskih koeficientov (*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$).

Osnovno regresijo, ocenjeno z metodo najmanjših kvadratov (OLS), sva oblikovala z odvisno spremenljivko *POG*, ki predstavlja absolutno število člankov po izbranih medijih v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek. S postopnim dodajanjem neodvisnih spremenljivk sva prišla do regresije, ki najboljše pojasnjuje model (2). Skupni determinacijski koeficient R^2 se opazno poveča, ko v model (OLS 6) dodamo kazalnik gospodarske klime (*KAZGK*). Na najbolj široki specifikaciji modela sva (OLS 6) naredila preizkus robustnosti z uvedbo alternativne odvisne spremenljivke *POG_RELAT*. Ta alternativna spremenljivka predstavlja delež frekvence poročanja določenega medija v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek. Rezultati so predstavljeni v modelu OLS 7. Z uvedbo alternativne odvisne spremenljivke precej bolje pojasniva model (2), saj se skupni determinacijski koeficient R^2 opazno poveča, prav tako pa nekatere prej statistično neznačilne spremenljivke postanejo statistično značilne. Za nadaljnjo raziskavo sva torej uporabila model OLS 7 in ga primerjala še z metodo fiksnih učinkov (FE).

V Tabeli 6 so navedeni rezultati regresijske analize pogostosti poročanja za najboljšo specifikacijo OLS modela v primerjavi s FE modelom, kjer je pri analizi upoštevanih 512 opazovanj.

Tabela 6: Rezultati regresijske analize za pogostost poročanja, ocenjeni z metodo najmanjših kvadratov (OLS) in fiksnih učinkov (FE)

Spremenljivke	OLS 7	FE
<i>LAST_DZS</i>	0,104*** [5,722]	3,040E-05*** [3,057]
<i>LAST_DZS_PETAN</i>	-0,246*** [-4,017]	-4,030E-05 [-1,168]
<i>LAST_LASKO</i>	-0,117*** [-2,948]	-1,200E-05 [-1,035]
<i>LAST_LASKO_SROT</i>	0,139*** [3,353]	-5,660E-06 [-0,461]
<i>IZDAT_DZS</i>	-0,132*** [-4,631]	-0,125*** [-3,872]
<i>IZDAT_DZS_PETAN</i>	0,192*** [2,937]	0,134** [2,073]
<i>IZDAT_LASKO</i>	-0,717*** [-11,400]	-0,788*** [-12,991]
<i>IZDAT_LASKO_SROT</i>	0,653*** [11,574]	0,723*** [13,460]
<i>ROS</i>	-0,127 [-1,054]	-0,146 [-1,151]
<i>EBITDA_MARGIN</i>	-0,322** [-2,574]	-0,410*** [-2,632]
<i>BDP_KVARTALNO</i>	-0,013*** [-6,420]	-0,012*** [-5,587]
<i>KAZGK</i>	0,032*** [6,143]	0,030*** [5,738]
Konstanta	1,063*** [25,028]	1,105*** [26,590]
Št. Opazovanj	512	512
R-kvadrat	0,729	0,716

Opomba: Rezultati v modelu OLS 7 in FE veljajo za alternativno odvisno spremenljivko pogostost (POG_RELAT), ki predstavlja delež frekvence poročanja določenega medija v določenem četrtletju, glede na osebo, o kateri piše članek. V oglatih oklepajih navajava robustno t-statistiko. Z zvezdicami so označene statistično značilne ocene regresijskih koeficientov (***p<0,01, **p<0,05, *p<0,1).

Regresijski koeficient spremenljivke lastništvo DZS (*LAST_DZS*) je pozitiven in visoko statistično značilen tako po metodi OLS, kot tudi po metodi FE. Regresijski koeficient spremenljivke lastništvo DZS za članke, ki pišejo o Bojanu Petanu (*LAST_DZS_PETAN*) je negativen in visoko statistično značilen po metodi OLS ter šibko negativen in statistično neznačilen po metodi FE. Vsota obeh koeficientov (*LAST_DZS* + *LAST_DZS_PETAN*) je tako negativna. Iz navedenega lahko razberemo, da lastniška vpletenost Skupine DZS v mediju Dnevnik, v primerjavi z ostalimi mediji, vodi v povprečju do višje pogostosti poročanja tega medija o spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana. Ko vključimo interakcijski člen z Bojanom Petanom pa ugotovimo, da Dnevnik dejansko poroča manj

pogosto o spornih poslih Bojana Petana in več o spornih poslih Boška Šrota. Rezultat se povsem sklada z najinimi pričakovanji, saj v tem primeru lastništvo medija negativno vpliva na količino objav tega medija o spornih poslih povezane osebe. Tega pa po metodi FE ne moreva povsem trditi.

Regresijski koeficient spremenljivke lastništvo Laško (*LAST_LASKO*) je negativen in visoko statistično značilen po metodi OLS ter šibko negativen in neznačilen po metodi FE. Regresijski koeficient spremenljivke lastništvo Laško za članke, ki pišejo o Bošku Šrotu (*LAST_LASKO_SROT*) je pozitiven in visoko statistično značilen po metodi OLS ter šibko negativen in neznačilen po metodi FE. Vsota obeh koeficientov (*LAST_LASKO* + *LAST_LASKO_SROT*) je tako pozitivna, vendar zgolj rahlo pozitivna. Iz navedenega lahko razberemo, da lastniška vpletenost Skupine Laško v medijih Delo in Večer, v primerjavi z ostalima medijema, vodi v povprečju do manjše pogostosti poročanja teh dveh medijev o spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana. Ko vključimo interakcijski člen z Boškom Šrotom pa ugotovimo, da mediji v lasti Skupine Laško presenetljivo za malenkost bolj pogosto poročajo o spornih poslih Boška Šrota in manj pogosto o spornih poslih Bojana Petana. Tega po metodi FE ne moreva trditi. Rezultat se ne sklada z najinimi pričakovanji, saj ne kaže pričakovanega negativnega vpliva lastništva na količino objav o spornih poslih povezane osebe. Razlog za to se lahko skriva v nameri Skupine Laško po kupovanju medijskega prostora in posledično ustvarjanju boljše podobe v očeh javnosti z večjo količino favoriziranih člankov. Ali to drži preverjava v najinem modelu objektivnosti poročanja.

Regresijski koeficient spremenljivke izdatkov za oglaševanje Skupine DZS povezanemu mediju Dnevnik (*IZDAT_DZS*) je negativen in visoko statistično značilen po metodi OLS in metodi FE. Regresijski koeficient za interakcijo spremenljivke izdatkov za oglaševanje Skupine DZS lastniško povezanemu mediju Dnevnik in člankov, ki pišejo o Bojanu Petanu (*IZDAT_DZS_PETAN*), je pozitiven in visoko statistično značilen po metodi OLS ter značilen po metodi FE. Vsota obeh koeficientov (*IZDAT_DZS* + *IZDAT_DZS_PETAN*) je tako pozitivna, vendar zgolj rahlo pozitivna. Iz navedenega lahko razberemo, da višji odstotek izdatkov za oglaševanje s strani Skupine DZS, namenjen lastniško povezanemu mediju Dnevnik, v primerjavi z ostalimi mediji, vodi v povprečju do nižje pogostosti poročanja tega medija o spornih poslih Bojana Petana in Boška Šrota. Ko vključimo interakcijski člen z Bojanom Petanom pa ugotovimo, da je višji odstotek izdatkov presenetljivo rahlo pozitivno koreliran s pogostostjo pisanja Dnevnika o spornih poslih Bojana Petana. Rezultat sicer ni v skladu z najinimi pričakovanji, saj ne moreva dokazati negativne korelacije med višino izdatkov za oglaševanje in pogostostjo poročanja pri Skupini DZS. Višji izdatki v tem primeru pomenijo večjo količino člankov na temo spornih poslov Petana in manjšo količino člankov na temo spornih poslov Šrota. Tudi tu gre najverjetneje za favorizirano poročanje o Petanu, kar prav tako preverjava v najinem modelu objektivnosti poročanja.

Regresijski koeficient spremenljivke izdatkov za oglaševanje Skupine Laško povezanima medijema Delo in Večer (*IZDAT_LASKO*) je negativen in visoko statistično značilen po metodi OLS in metodi FE. Regresijski koeficient za interakcijo spremenljivke izdatkov za oglaševanje Skupine Laško lastniško povezanima medijema Delo in Večer, ter člankov, ki pišejo o Bošku Šrotu (*IZDAT_LASKO_SROT*), je pozitiven in visoko statistično značilen po metodi OLS in po metodi FE. Vsota obeh koeficientov (*IZDAT_LASKO* + *IZDAT_LASKO_SROT*) je tako negativna, vendar zgolj rahlo negativna. Iz navedenega lahko razberemo, da višji odstotek izdatkov za oglaševanje s strani Skupine Laško, namenjen lastniško povezanima medijema Delo in Večer, v primerjavi z ostalimi mediji, vodi v povprečju do nižje pogostosti pisanja teh dveh medijev o spornih poslih Bojana Petana in Boška Šrota. Ko vključimo interakcijski člen z Boškom Šrotom pa ugotovimo, da je višji odstotek izdatkov za oglaševanje samo rahlo negativno koreliran s pogostostjo pisanja teh dveh medijev o spornih poslih Boška Šrota. Višji izdatki v tem primeru pomenijo nižjo količino člankov o Petanu in presenetljivo le malenkost nižjo količino člankov na temo spornih poslov Šrota. Rezultat se sicer sklada z najinimi pričakovanji, saj izdatki Skupine Laško negativno vplivajo na količino poročanja povezanih medijev o spornih poslih povezane osebe, vendar je korelacija nižja od pričakovane.

Regresijski koeficient kontrolne spremenljivke *ROS* je negativen in statistično neznačilen, tako po metodi OLS, kot tudi po metodi FE, kar pomeni, da ne moreva trditi, da višji donos na prodajo posameznega medija vodi do nižje pogostosti člankov posameznega medija o spornih poslih, v primerjavi s povprečno pogostostjo vseh izbranih medijev. Regresijski koeficient kontrolne spremenljivke *EBITDA_MARGIN* je negativen in statistično značilen po metodi OLS in visoko statistično značilen po metodi FE, kar pomeni, da višje razmerje med dobičkom pred obrestmi, davki in amortizacijo posameznega medija (*EBITDA*) in kosmatim donosom iz poslovanja medija, vodi do nižje pogostosti člankov posameznega medija o spornih poslih, v primerjavi s povprečno pogostostjo vseh izbranih medijev. Regresijski koeficient kontrolne spremenljivke *BDP_KVARTALNO* je negativen in visoko statistično značilen tako po metodi OLS, kot tudi po metodi FE, kar pomeni, da pozitivna sprememba *BDP*-ja v Republiki Sloveniji na četrtni ravni, v primerjavi z istim četrtnjem preteklega leta, vodi do nižje pogostosti člankov posameznega medija o spornih poslih, v primerjavi s povprečno pogostostjo vseh izbranih medijev v četrtnju. Regresijski koeficient kontrolne spremenljivke – kazalnik gospodarske klime v Republiki Sloveniji (*KAZGK*) je pozitiven in visoko statistično značilen po metodi OLS in metodi FE, kar pomeni, da pozitivna sprememba kazalnika gospodarske klime v Republiki Sloveniji na četrtni ravni, v primerjavi z istim četrtnjem preteklega leta, vodi do višje pogostosti člankov posameznega medija o spornih poslih, v primerjavi s povprečno pogostostjo vseh izbranih medijev v četrtnju.

Rezultati za pogostost poročanja kažejo, da v splošnem ne moreva trditi, da prisotnost lastništva zasebnega sektorja v preučevanih tiskanih medijih vodi do manj pogostega poročanja medijev o spornih poslih njihovih lastnikov. Pri medijih iz Skupine DZS negativno korelacijo lahko dokaževa, nasprotno pa pri medijih iz Skupine Laško rezultati

kažejo, da se bolj pogosto poroča o spornih poslih lastnikov, kot pa se v povprečju poroča o spornih poslih v ostalih medijih. Vprašanje pa je, v katero smer se nagiba to pisanje. Te rezultate predstavlja v Tabeli 8. Pri izdatkih za oglaševanje, lastniško povezanih medijev izbranih skupin podjetij, opazava, da višji kot so izdatki, mediji v splošnem pišejo manj o spornih poslih. Ko vključiva še interakcije s ključnimi akterji, pa tega ne moreva enoznačno trditi, saj bo Dnevnik v povprečju pisal več o spornih poslih Bojana Petana, medtem ko bosta Delo in Večer o spornih poslih Boška Šrota pisala manj, v primerjavi z ostalimi mediji. Kot pri lastništvu, se tudi pri izdatkih poraja vprašanje favoriziranega poročanja na račun količine objavljenih člankov, kar prav tako prikaževa v Tabeli 8. V splošnem opazava, da ima finančni kazalnik medijev *EBITDA_MARGIN* premo sorazmeren vpliv na pogostost pisanja medijev o spornih poslih izbranih skupin podjetij. S finančnim kazalnikom medijev *ROS* pa te tendence ne moreva dokazati. Opažava tudi, da je povezava med pogostostjo pisanja medijev in splošnim gospodarskim stanjem v državi, glede na kazalnik gospodarske klime (*KAZGK*), nepričakovano premo sorazmerna. Glede na *BDP* (*BDP_KVARTALNO*) pa obratno sorazmerna, torej boljše kot je gospodarsko stanje v državi, manj pogoste so objave medijev na temo spornih poslov.

4.4.2 Rezultati regresijske analize za objektivnost poročanja

V Tabeli 7 predstavlja rezultate regresijske analize za objektivnost poročanja s postopnim dodajanjem spremenljivk.

Osnovno regresijo, ocenjeno z metodo najmanjših kvadratov (OLS), sva oblikovala z odvisno spremenljivko *OBJ*, ki predstavlja absolutno oceno objektivnosti članka po izbranih medijih. S postopnim dodajanjem neodvisnih spremenljivk sva prišla do regresije OLS 5, ki najbolj pojasnjuje model (1). Med modeloma OLS 5 in OLS 6 se skupni determinacijski koeficient R^2 bistveno ne poveča in tudi dodana neodvisna spremenljivka kazalnik gospodarske klime (*KAZGK*) v nadaljnji raziskavi ne postane statistično značilna. Zato spremenljivke *KAZGK* nisva vključila v najin model za objektivnost.

Tabela 7: Rezultati regresijske analize za objektivnost poročanja

Spremenljivke	OLS 1	OLS 2	OLS 3	OLS 4	OLS 5	OLS 6	OLS 7	FE
<i>LAST_DZS</i>	-0,214 [-1,566]	-0,290** [-2,030]	-0,354** [-2,555]	-0,227 [-1,638]	-0,231* [-1,666]	-0,230* [-1,663]	-0,218*** [-2,713]	4,570E-05 [0,630]
<i>LAST_DZS_PETAN</i>	-1,957*** [-4,639]	-1,942*** [-3,944]	-1,831*** [-3,834]	-1,900*** [-4,055]	-1,912*** [-4,094]	-1,906*** [-4,079]	-1,591*** [-5,866]	-0,001*** [-4,715]
<i>LAST_LASKO</i>	-0,644*** [-3,291]	-0,617** [-1,990]	-0,256 [-0,834]	-0,288 [-0,956]	-0,364 [-1,207]	-0,355 [-1,173]	-0,14 [-0,798]	1,617E-04* [1,922]
<i>LAST_LASKO_SROT</i>	0,052 [0,287]	-0,028 [-0,083]	-0,08 [-0,248]	-0,038 [-0,120]	-0,035 [-0,110]	-0,04 [-0,126]	-0,225 [-1,223]	1,044E-04 [1,168]
<i>IZDAT_DZS</i>		0,753*** [4,335]	1,273*** [6,674]	1,000*** [5,094]	1,086*** [5,439]	1,141*** [5,254]	0,214* [1,850]	0,862*** [3,974]
<i>IZDAT_DZS_PETAN</i>		-1,390*** [-2,639]	-1,513*** [-2,961]	-1,421*** [-2,834]	-1,382*** [-2,764]	-1,390*** [-2,777]	-0,106 [-0,364]	-0,623 [-1,323]
<i>IZDAT_LASKO</i>		0,852* [1,683]	0,962* [1,958]	1,002** [2,080]	1,018** [2,119]	1,031** [2,143]	0,241 [0,864]	0,566 [1,284]
<i>IZDAT_LASKO_SROT</i>		-1,074** [-2,365]	-1,081** [-2,455]	-1,102** [-2,552]	-1,052** [-2,442]	-1,047** [-2,428]	-0,139 [-0,556]	-0,448 [-1,146]
<i>ROS</i>			5,013*** [5,804]	5,452*** [6,394]	4,693*** [5,106]	4,719*** [5,127]	5,015*** [9,393]	3,943*** [4,266]
<i>EBITDA_MARGIN</i>				-4,365*** [-4,554]	-4,314*** [-4,516]	-4,323*** [-4,522]	-3,808*** [-6,862]	-0,221 [-0,195]
<i>BDP_KVARTALNO</i>					0,024** [2,165]	0,031** [2,063]	-0,015** [-2,235]	0,009 [0,757]
<i>KAZGK</i>						-0,026 [-0,651]		
Konstanta	4,505*** [44,917]	4,205*** [14,819]	3,577*** [12,107]	3,967*** [13,127]	3,901*** [12,890]	3,824*** [11,770]	0,203 [1,155]	3,164*** [11,147]
Št. Opazovanj	512	512	512	512	512	512	512	512
R-kvadrat	0,089	0,125	0,18	0,213	0,22	0,221	0,367	0,193

Opomba: Rezultati v modelih OLS 1 do vključno OLS 6 veljajo za odvisno spremenljivko objektivnost (OBJ), ki predstavlja absolutno oceno objektivnosti članka po izbranih medijih, v določenem četrtnem letu, glede na osebo, o kateri piše članek. Rezultati v modelu OLS 7 veljajo za alternativno odvisno spremenljivko objektivnost (OBJ_DIFF), ki predstavlja razliko med povprečno objektivnostjo poročanja določenega medija o akterju v določenem četrtnem letu in povprečjem objektivnosti poročanja vseh zajetih medijev o akterju v določenem četrtnem letu. V oglatih oklepajih navajava robustno t-statistiko. Z zvezdicami so označene statistično značilne ocene regresijskih koeficientov (*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$).

Iz tega razloga sva na modelu OLS 5 naredila še preizkus robustnosti z uvedbo alternativne odvisne spremenljivke *OBJ_DIFF*. Ta alternativna spremenljivka predstavlja razliko med povprečno objektivnostjo poročanja člankov v izbranih medijih v določenem četrtnem letu, glede na osebo, o kateri piše članek in povprečjem objektivnosti poročanja člankov v vseh zajetih medijih v določenem četrtnem letu, glede na osebo, o kateri piše članek. Rezultati so predstavljeni v modelu OLS 7. Z uvedbo alternativne odvisne spremenljivke se sicer skupni determinacijski koeficient R^2 poveča, posledično torej boljše opiševa model, vendar pa večina spremenljivk postane statistično neznačilnih. V nadaljnjo raziskavo sva torej vključila model OLS 5, saj najboljše pojasni model (1) in ga nato primerjala še z metodo fiksnih učinkov (FE).

V Tabeli 8 predstavljamo rezultate regresijske analize za objektivnost poročanja medijev najboljše specifikacije OLS modela, v primerjavi z FE modelom. V analizi je upoštevanih 512 opazovanj.

Tabela 8: Rezultati regresijske analize za objektivnost poročanja, ocenjeni z metodo najmanjših kvadratov (OLS) in fiksnih učinkov (FE)

Spremenljivke	OLS 5	FE
<i>LAST_DZS</i>	-0,231* [-1,666]	4,570E-05 [0,630]
<i>LAST_DZS_PETAN</i>	-1,912*** [-4,094]	-0,001*** [-4,715]
<i>LAST_LASKO</i>	-0,364 [-1,207]	1,617E-04* [1,922]
<i>LAST_LASKO_SROT</i>	-0,035 [-0,110]	1,044E-04 [1,168]
<i>IZDAT_DZS</i>	1,086*** [5,439]	0,862*** [3,974]
<i>IZDAT_DZS_PETAN</i>	-1,382*** [-2,764]	-0,623 [-1,323]
<i>IZDAT_LASKO</i>	1,018** [2,119]	0,566 [1,284]
<i>IZDAT_LASKO_SROT</i>	-1,052** [-2,442]	-0,448 [-1,146]
<i>ROS</i>	4,693*** [5,106]	3,943*** [4,266]
<i>EBITDA_MARGIN</i>	-4,314*** [-4,516]	-0,221 [-0,195]
<i>BDP_KVARTALNO</i>	0,024** [2,165]	0,009 [0,757]
Konstanta	3,901*** [12,890]	3,164*** [11,147]
Št. Opazovanj	512	512
R-kvadrat	0,220	0,193

Opomba: Rezultati v modelu OLS 5 in FE veljajo za odvisno spremenljivko objektivnost (OBJ), ki predstavlja absolutno oceno objektivnosti članka po izbranih medijih, v določenem četrtletju, o osebi, o kateri piše članek. V oglatih oklepajih navajava robustno t-statistiko. Z zvezdicami so označene statistično značilne ocene regresijskih koeficientov (*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$).

Regresijski koeficient spremenljivke lastništvo DZS (*LAST_DZS*) je negativen in šibko statistično značilen po metodi OLS, ter šibko pozitiven in neznačilen po metodi FE. Regresijski koeficient spremenljivke lastništvo DZS za članke, ki pišejo o Bojanu Petanu (*LAST_DZS_PETAN*) je močno negativen in visoko statistično značilen tako po metodi OLS kot po metodi FE. Vsota obeh koeficientov (*LAST_DZS* + *LAST_DZS_PETAN*) je tako močno negativna. Iz navedenega lahko razberemo, da lastniška vpletenost Skupine DZS v mediju Dnevnik, v primerjavi z ostalimi mediji, vodi v povprečju do nižje objektivnosti poročanja tega medija o spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana. Ko vključimo interakcijski člen z Bojanom Petanom pa je razvidno, da Dnevnik o spornih poslih Bojana Petana piše občutno manj objektivno, kot o spornih poslih Boška Šrota.

Tega po metodi FE ne moreva povsem trditi. Rezultat je pričakovan, saj lahko potrdiva močno negativno korelacijo med lastništvom Skupine DZS v Dnevniku in objektivnim poročanjem Dnevnika o spornih poslih Bojana Petana. Iz tega lahko sklepava, da je Skupina DZS, z lastništvom v Dnevniku, pripomogla k izkrivljanju realne slike domnevnih spornih poslov Bojana Petana.

Regresijski koeficient spremenljivke lastništvo Laško (*LAST_LASKO*) je negativen in statistično neznačilen po metodi OLS ter pozitiven in šibko značilen po metodi FE. Regresijski koeficient spremenljivke lastništvo Laško za članke, ki pišejo o Bošku Šrotu (*LAST_LASKO_SROT*) je negativen in statistično neznačilen po metodi OLS ter pozitiven in neznačilen po metodi FE. Vsota obeh koeficientov (*LAST_LASKO* + *LAST_LASKO_SROT*) je tako negativna. Iz navedenega ne moremo trditi, da lastniška vpletenost Skupine Laško v medijih Delo in Večer, v primerjavi z ostalima medijema, vodi v povprečju do nižje objektivnosti poročanja teh dveh medijev o spornih poslih Boška Šrota in Bojana Petana. Prav tako ne moreva trditi, da ko vključimo interakcijo z Boškom Šrotom, mediji v lasti Skupine Laško, še manj objektivno poročajo o spornih poslih Boška Šrota, kot o spornih poslih Bojana Petana. Iz rezultatov je sicer razvidna pričakovana negativna korelacija med lastniško vpletenostjo Skupine Laško v Delu in Večeru ter objektivnostjo pisanja le-teh o spornih poslih Boška Šrota, vendar pa so razlike, med objektivnostjo poročanja Dela in Večera o spornih poslih Bojana Petana in Boška Šrota, premajhne, da bi to lahko zagotovo potrdila. Slednje je razvidno tudi iz Slike 5. Prav tako lahko iz Slike 5 razberemo, da Večer o spornih poslih Boška Šrota piše celo bolj objektivno, kot o spornih poslih Bojana Petana, kar še dodatno zmanjšuje statistično značilnost dobljenih rezultatov.

Regresijski koeficient spremenljivke izdatkov za oglaševanje Skupine DZS povezanemu mediju Dnevnik (*IZDAT_DZS*) je močno pozitiven in visoko statistično značilen po metodi OLS in metodi FE. Regresijski koeficient za interakcijo spremenljivke izdatkov za oglaševanje Skupine DZS lastniško povezanemu mediju Dnevnik in člankov, ki pišejo o Bojanu Petanu (*IZDAT_DZS_PETAN*), je močno negativen in visoko statistično značilen po metodi OLS, ter negativen in neznačilen po metodi FE. Vsota obeh koeficientov (*IZDAT_DZS* + *IZDAT_DZS_PETAN*) je tako negativna. Iz navedenega lahko razberemo, da višji odstotek izdatkov za oglaševanje s strani Skupine DZS, namenjen lastniško povezanemu mediju Dnevnik, v primerjavi z ostalimi mediji, vodi v povprečju do višje objektivnosti poročanja tega medija o spornih poslih Bojana Petana in Boška Šrota. Ko pa vključimo interakcijo z Bojanom Petanom pa opazimo, da je dejansko višji odstotek izdatkov za oglaševanje negativno koreliran z objektivnostjo pisanja Dnevnika o spornih poslih Bojana Petana. Iz navedenega lahko trdimo, da je Skupina DZS z oglaševanjem v Dnevniku kupovala bolj naklonjeno javno mnenje. Torej so z izdatki za oglaševanje zagotovili bolj subjektivno pisanje o Petanu in bolj objektivno pisanje o Šrotu, oboje ob predpostavki, da so za oglase dejansko plačali ceno po veljavnem ceniku.

Regresijski koeficient spremenljivke izdatkov za oglaševanje Skupine Laško povezanima medijema Delo in Večer (*IZDAT_LASKO*) je pozitiven in statistično značilen po metodi OLS ter pozitiven in neznačilen po metodi FE. Regresijski koeficient za interakcijo spremenljivke izdatkov za oglaševanje Skupine Laško lastniško povezanima medijema Delo in Večer, ter člankov, ki pišejo o Bošku Šrotu (*IZDAT_LASKO_SROT*), je močno negativen in statistično značilen po metodi OLS in negativen in neznačilen po metodi FE. Vsota obeh koeficientov (*IZDAT_LASKO* + *IZDAT_LASKO_SROT*) je tako negativna. Iz navedenega lahko razberemo, da višji odstotek izdatkov za oglaševanje s strani Skupine Laško, namenjen lastniško povezanima medijema Delo in Večer, v primerjavi z ostalimi mediji, vodi v povprečju do višje objektivnosti pisanja teh dveh medijev o spornih poslih Bojana Petana in Boška Šrota. Ko vključimo interakcijski člen z Boškom Šrotom pa opazimo, da je dejansko višji odstotek izdatkov za oglaševanje negativno koreliran z objektivnostjo pisanja Dela in Večera o spornih poslih Boška Šrota. Tudi v primeru Skupine Laško lahko iz dobljenih rezultatov trdimo, da si je, z oglaševanjem v Delu in Večer, kupovala bolj naklonjeno javno mnenje. Torej so z izdatki za oglaševanje zagotovili bolj subjektivno pisanje o Šrotu in bolj objektivno pisanje o Petanu, oboje ob predpostavki, da so za oglase dejansko plačali ceno po veljavnem ceniku.

Regresijski koeficient kontrolne spremenljivke *ROS* je močno pozitiven in visoko statistično značilen, tako po metodi OLS, kot tudi po metodi FE, kar pomeni, da ne moreva dokazati, da višji donos na prodajo posameznega medija vodi do nižje objektivnosti člankov posameznega medija, v primerjavi s povprečno pogostostjo vseh izbranih medijev. Regresijski koeficient kontrolne spremenljivke *EBITDA_MARGIN* je močno negativen in visoko statistično značilen po metodi OLS ter negativen in neznačilen po metodi FE, kar pomeni, da višje razmerje med dobičkom pred obrestmi, davki in amortizacijo posameznega medija (*EBITDA*) in kosmatim donosom iz poslovanja medija, vodi do nižje objektivnosti člankov posameznega medija, v primerjavi s povprečno objektivnostjo vseh izbranih medijev. Tega pa po metodi FE ne moreva trditi. Regresijski koeficient kontrolne spremenljivke *BDP_KVARTALNO* je pozitiven in statistično značilen po metodi OLS ter pozitiven in neznačilen po metodi FE, kar pomeni, da pozitivna sprememba *BDP*-ja v Republiki Sloveniji na četrtni ravni, v primerjavi z istim četrtletjem preteklega leta, vodi do višje objektivnosti člankov posameznega medija, v primerjavi s povprečno objektivnostjo vseh izbranih medijev v četrtletju. Tega pa po metodi FE ne moreva trditi.

Na podlagi rezultatov objektivnosti poročanja ugotavlja, da ima večinsko lastništvo zasebnega sektorja v medijih večinoma negativen vpliv na objektivnost pisanja medijev o spornih poslih svojih lastnikov in na splošno. Pri Skupini DZS sva močno negativno korelacijo uspela dokazati, pri Skupini Laško pa tega ne moreva z zagotovostjo trditi. Na drugi strani pri izdatkih za oglaševanje lastniško povezanih medijev opažava, da višji kot je odstotek izdatkov namenjen povezanim medijem, v splošnem bolj objektivno pišejo mediji o spornih poslih obeh akterjev, v primerjavi z ostalimi mediji. Vendar pa, ko preučujeva pisanje lastniško povezanega medija o z njim povezani osebi opažava, da je pisanje bolj subjektivno. Torej v praksi velja, da bo Dnevnik ob večjih izdatkih skupno pisal bolj

objektivno o obeh akterjih, o Petanu samem pa bolj subjektivno. Po isti logiki pa bosta Delo in Večer bolj subjektivno pisala o Šrotu. V splošnem opazava, da ima finančni kazalnik medijev *ROS* premo sorazmeren vpliv na objektivnost pisanja medijev o spornih poslih izbranih skupin podjetij. S finančnim kazalnikom medijev *EBITDA_MARGIN* pa te tendence ne moreva dokazati. Opažava tudi, da je povezava med objektivnostjo pisanja medijev in bruto domačim proizvodom (*BDP_KVARTALNO*) pričakovano premo sorazmerna, torej boljše kot je gospodarsko stanje v državi, bolj objektivne so objave medijev na temo spornih poslov.

5 RAZPRAVA IN PRIPOROČILA ZA NADALJNJE RAZISKAVE

Mediji so glavni način informiranja družbe o vsem dogajanju in drugih pomembnih informacijah. Že od vsega začetka je njihovo bistvo informiranje družbe o raznovrstnem dogajanju na področjih, v katere smo vključeni vsi pripadniki družbe. Brez medijev bi bilo širjenje informacij močno okrnjeno in omejeno le na komunikacijo med posamezniki, kar pomeni, da družba ne bi bila tako povezana, kot je danes. Mediji imajo tako močne temelje za obstoj in njihova prihodnja prisotnost v družbi ni vprašljiva. Ljudje medije dojemamo kot zanesljiv vir informacij, na katere se dnevno zanašamo in velikokrat poročane informacije dojemamo kot gola dejstva oziroma v njihovo poročanje redko podvomimo. Prav dejstvo, da mnogi slepo verjamejo vsemu, kar mediji predstavijo, daje veliko moč in dobro izhodišče medijem, da s svojim poročanjem javnosti predstavljajo le družbeno zaželene informacije, torej informacije, katere družba želi slišati in jih je pripravljena sprejeti. Take informacije izkrivljajo realno sliko dogajanja. Prav tako imajo mediji s tem tudi veliko moč manipulacije javnega mnenja in splošnega prepričanja v družbi. Na dolgi rok z manipulacijo lahko vplivajo tudi na vrednote in kulturo v družbi.

Mediji imajo v svojih rokah veliko moč, zato so v interes mnogim posameznikom, družbam in organom, ki bi zaradi takšnih ali drugačnih motivov želeli manipulirati javno mnenje in prepričanja. V zgodovini so na medije imele največji vpliv oblasti, ki so svojim državljanom izpostavljale informacije, za katere so želele, da so slišane in prikrivale tiste, katerih niso želele izpostavljati. Vpliv javnega sektorja na poročanje medijev je bil že mnogokrat predmet raziskav, na primer raziskava Di Telle in Franceschellija (2009, 2011), ki se osredotoča na vpliv javnega sektorja, na poročanje medijev o korupciji v javnem sektorju in v državi nasploh. Prav tako lahko tudi za današnje čase trdimo, da ima država še vedno močan vpliv na poročanje medijev. Vsekakor pa je dejstvo, da danes živimo v času kapitalizma, kjer kapital igra še posebej veliko vlogo. V tujini in tudi v Sloveniji, so v porastu zasebni mediji, ki se za svoj tržni delež borijo s pozicioniranjem kot neodvisni mediji s skrajno objektivnim poročanjem in prikazovanjem realne slike dogajanja. Problem nastane pri financiranju, saj mediji s prihodki od prodaje naklad ne uspejo pokrivati svojih obratovalnih stroškov. Tako pa je neodvisnost medijev lahko ogrožena. Z namenom zagotavljanja zadostnih sredstev za poslovanje se mediji poslužujejo različnih aktivnosti za ustvarjanje dobička (angl. *profit making activities*). Ena izmed njih je oglaševanje, saj

mediji s svojim dosegom zajamejo ciljne skupine številnih oglaševalcev. Za to storitev so oglaševalci pripravljeni plačati visoke zneske. Z visokimi zneski pa so povezane tudi določene zahteve, ki pa včasih posegajo v delovanje medijev. Na ta način lahko mediji izgubijo del neodvisnosti.

Kapital lahko igra tudi vlogo lastnika. Velike korporacije, ki v svetu in družbi, zaradi svoje velikosti, puščajo veliko sled in igrajo pomembno vlogo v vsakdanjem življenju mnogih, mnogokrat naletijo na nasprotnike, ki jim zaradi ekonomskih, okoljevarstvenih ali drugih razlogov želijo nasprotovati. Prav tako se te korporacije lahko soočajo s problemom nesposobnosti nadaljnje rasti prodaje s klasičnimi marketinškimi prijemi. V obeh primerih rešitev predstavljajo mediji. Kot že prej omenjeno, velike korporacije z obvladovanjem medijev lahko vplivajo na potrošnikovo prepričanje, razumevanje in navsezadnje tudi na njihove navade. Na potrošnike vplivajo posredno, ne da bi se potrošniki tega zavedali. Ravno zaradi tega se danes v svetu pojavljajo medijske hiše, ki so pod neposrednim vplivom velikih korporacij, med ljudmi pa postajajo vse bolj priljubljene, saj ljudem nudijo tisto, kar si želijo videti, slišati ali brati. Tako pridemo do vladno neodvisnih medijskih hiš, ki pa še zdaleč niso neodvisne. V tem primeru lahko govorimo o vplivu zasebnega sektorja na poročanje medijev, ki je danes vse bolj pomemben in zaskrbljujoč. O takšnih ekstremnih primerih lahko slišimo iz tujine, na primer v Italiji Berlusconijev Mediaset, oziroma v Avstraliji in drugod po svetu Murdochova veriga News Corporation. V Sloveniji so seveda razsežnosti manjše, vendar pa lahko že nekaj časa opazimo močne zametke prevzemanja in združevanja medijskih hiš pod enotnim lastništvom. Primer tega je lastništvo Skupine DZS v časopisni hiši Dnevnik in njena večkratna namera o prevzemu časopisne hiše Večer. Na drugi strani pa lastništvo Skupine Laško v časopisni hiši Delo in do nedavnega časopisni hiši Večer. Vse tri časopisne hiše tvorijo večinski trg tiskanih medijev v Sloveniji.

Če povzameva rezultate najine empirične raziskave, kako lastniška in finančna vpletenost podjetij v tiskanih medijih vpliva na pogostost in objektivnost poročanja o spornih poslih vpletenih podjetij, so po večini v skladu z najinimi pričakovanji.

Tako lahko pri Skupini DZS potrdiva negativno korelacijo vpliva lastništva na pogostost poročanja in še močnejšo negativno korelacijo vpliva lastništva na objektivnost poročanja. Na drugi strani pa pri Skupini Laško rezultati kažejo na pozitivno korelacijo vpliva lastništva na pogostost poročanja, kar ni v skladu z najinimi pričakovanji. Pri objektivnosti poročanja je smer korelacije sicer pričakovano negativna, vendar ni statistično značilna. Primerljivih že izvedenih raziskav, na temo lastniškega vpliva na pogostost in objektivnost pisanja medijev o spornih poslih svojih lastnikov, nisva zasledila. Posledično rezultatov ne moreva neposredno primerjati.

Rezultati vpliva izdatkov za oglaševanje na pogostost poročanja niso povsem v skladu z najinimi pričakovanji, saj izdatki Skupine DZS kažejo pozitivno korelacijo na pogostost poročanja. Izdatki za oglaševanje Skupine Laško pa pričakovano kažejo negativno

korelacijo s pogostostjo poročanja. Tudi teh rezultatov ne moreva neposredno primerjati z obstoječimi raziskavami, saj podobnih raziskav nisva zasledila.

Delno pa lahko primerjava rezultate vpliva finančne vpletenosti podjetij na objektivnost poročanja medijev z argentinsko raziskavo avtorjev Di Telle in Franceschellija (2009, 2011). Tako kot v argentinski, tudi v najini raziskavi uspeva dokazati močno negativno korelacijo vpliva izdatkov za oglaševanje na objektivnost poročanja medijev. Razlika je, da v najinem primeru preučujeva izdatke iz zasebnega sektorja, medtem ko v raziskavi Di Telle in Franceschellija (2009, 2011) preučujejo javne izdatke, torej izdatke za oglaševanje prejete s strani vlade.

5.1 Vidik lastništva zasebnega sektorja v medijih in njegov vpliv

V najini magistrski nalogi se torej sprašujeva, ali mediji, ki so lastniško povezani z določenimi osebami, oziroma podjetji, o njihovih perečih temah, oziroma spornih dejanjih, poročajo redkeje oziroma manj objektivno kot mediji, ki s temi osebami nimajo lastniške povezave.

V primeru Skupine DZS rezultati kažejo, da gre za pričakovano obratno sorazmerje med lastniško povezavo s časopisno hišo Dnevnik in pogostostjo pisanja tega medija o domnevnih spornih poslih Bojana Petana. Še močnejše obratno sorazmerje velja tudi za objektivnost pisanja Dnevnika o spornih poslih Bojana Petana. Torej lahko povzameva, da v skladu z najinimi pričakovanji lastniško povezani Dnevnik o spornih poslih Bojana Petana piše manj pogosto in precej bolj subjektivno, kot na splošno o drugih spornih poslih. Tako Skupina DZS z lastništvom v časopisu Dnevnik poskrbi, da vsaj eden izmed štirih najbolj vplivnih časopisov v Sloveniji o njihovih aferah piše v manjšem obsegu in pristransko.

V primeru Skupine Laško pa gre za premo sorazmerje med lastniško povezavo s časopisnima hišama Delo in Večer ter pogostostjo pisanja teh dveh medijev o domnevnih spornih poslih Boška Šrota. Prav tako kot pri Skupini DZS, pa je tudi pri Skupini Laško razvidno obratno sorazmerje med lastniško vpletenostjo in objektivnostjo pisanja Dela in Večera o spornih poslih Boška Šrota. Tega sicer ne moreva trditi, saj so razlike poročanja teh dveh medijev o spornih poslih na splošno in spornih poslih Boška Šrota premajhne, da bi lahko bile statistično značilne. Torej lahko povzameva, da proti najinim pričakovanjem Delo in Večer pišeta bolj pogosto o spornih poslih Boška Šrota, kot na splošno o drugih spornih poslih, ne moreva pa trditi, da pišeta bolj subjektivno. Tako Skupina Laško z lastništvom v časopisih Delo in Večer poskrbi, da dva izmed štirih najbolj vplivnih časopisov v Sloveniji o njihovih aferah pišeta v velikih količinah, ampak ne moreva povsem trditi, da pristransko.

Če povzameva zgoraj navedeno, opazava, da lahko med preučevanima skupinama podjetij zaznamo različne odraze lastniške vpletenosti. Skupina DZS skrbi za to, da se o njih piše

zelo redko in močno favorizirano. Medtem ko Skupina Laško vsesplošno pogosto pisanje o njihovih aferah želi omiliti z veliko količino objav, za katere ne moreva povsem trditi, da so v celoti favorizirane.

5.2 Vidik financiranja zasebnega sektorja medijev in njegov vpliv

Nadalje se v najini magistrski nalogi sprašujeva, ali mediji, ki so finančno, oziroma poslovno povezani z določenimi osebami, oziroma podjetji, o njihovih perečih temah, oziroma spornih dejanjih, poročajo količinsko manj, oziroma manj objektivno kot mediji, ki s temi osebami niso finančno, oziroma poslovno povezani.

Pri Skupini DZS gre za premo sorazmerje med izdatki za oglaševanje s strani Skupine DZS v lastniško povezano časopisno hišo Dnevnik in pogostostjo pisanja tega medija o domnevnih spornih poslih Bojana Petana. Nasprotno pa pri objektivnosti pisanja Dnevnika o spornih poslih Bojana Petana velja obratno sorazmerje. Torej lahko povzameva, da, v nasprotju z najinimi pričakovanji, večja finančna vpletenost Skupine DZS v Dnevniku pripomore k višji pogostosti pisanja tega medija o domnevnih spornih poslih Bojana Petana, vendar pa, v skladu z najinimi pričakovanji, pripomore k bolj subjektivnemu pisanju, kot na splošno o drugih spornih poslih. Iz navedenega bi lahko sklepali, da je Dnevnik, zaradi višjih izdatkov s strani Skupine DZS, s posledično večjo količino subjektivnih člankov, želel v javnosti ustvariti bolj izkrivljeno podobo, v primerjavi z ostalimi mediji.

Pri Skupini Laško pa gre za obratno sorazmerje med izdatki za oglaševanje s strani Skupine Laško v lastniško povezani časopisni hiši Delo in Večer ter pogostostjo pisanja teh dveh medijev o domnevnih spornih poslih Boška Šrota. Prav tako pa je obratno sorazmerje tudi med izdatki za oglaševanje Skupine Laško v časopisni hiši Delo in Večer, ter objektivnostjo pisanja teh dveh medijev o spornih poslih Boška Šrota. Torej, v skladu z najinimi pričakovanji večja finančna vpletenost Skupine Laško v lastniško povezanih časopisnih hišah Delo in Večer, pripomore k manj pogostim in bolj subjektivnim objavam teh dveh časopisov o domnevnih spornih poslih Boška Šrota, kot na splošno o drugih spornih poslih. Pri Skupini Laško lahko sklepava, da so si z večjimi izdatki za oglaševanje, v povezane medije, kupovali redkejšo pojavnost v medijih in bolj naklonjene objave, s tem pa posledično boljše javno mnenje.

Med obema preučevanima skupinama podjetij tudi v tem primeru zaznamo različne učinke finančne vpletenosti. Skupina DZS skrbi za to, da se o njih piše pogosteje, ampak favorizirano. Skupina Laško pa s finančnim vplivom zmanjšuje količino objav, ampak jih prav tako favorizira.

5.3 Predpostavke, omejitve in razmejitve raziskave

Eden izmed razlogov za majhno število raziskav na temo korupcije v zasebnem sektorju je zagotovo otežen dostop do relevantnih podatkov, prav tako pa tudi njihova občutljivost. Prav zaradi občutljivosti je v takšnih raziskavah težko podajati enostranske zaključke, oziroma oprijemljivo interpretirati rezultate, saj je pri raziskovanju potrebno upoštevati mnoge omejitve in predpostavke. Tako sva se tudi midva morala, pri pridobivanju relevantnih podatkov, opreti na nekaj predpostavk in se soočiti z nemalo omejitvami.

Pomembna predpostavka, na kateri temelji najina raziskava, je definicija pojma korupcija. Ta pojav ne predstavlja le koruptivnih dejanj v javnem sektorju, pač pa predstavlja tudi enaka dejanja, storjena v zasebnem sektorju. Korupcija se v zasebnem sektorju pojavlja v številnih oblikah, kot na primer podkupnine, neprimerni vplivi, goljufije, pranje denarja in dogovarjanje. Korupcija izkrivlja trge in ima negativen vpliv na družbo kot celoto, tako v državah v razvoju, kot tudi v razvitem svetu. Korupcija v zasebnem sektorju prispeva k okoljski škodi, zdravstvenim in varnostnim problemom, gospodarski nestabilnosti in kršitvam človekovih pravic, z vplivanjem na finančne, kot tudi na človeške vire. Korupcija v zasebnem sektorju spodkopava zaupanje v javne institucije in prikrajša državljane za gospodarsko rast potrebnega kapitala (Engaging the Private Sector in the Fight Against Corruption, 2015).

V raziskavi sva želela preučiti ali je objektivnost pisanja medijev odvisna od finančnih sredstev, ki jih izbrani tiskani medij prejme od izbrane skupine podjetij. Za podatke o vrednosti teh izdatkov sva uporabila bruto izdatke za oglaševanje. Podatki so pridobljeni s primerjanjem velikosti oglasnega prostora v mediju in s ceno po uradnem ceniku tega medija v določenem letu. Podatki ne vključujejo morebitnih količinskih in agencijskih popustov, neuradnih nakazil, poslovnih daril in ostalih pogodbenih ugodnosti. Tako se v najini raziskavi osredotočava le na uradne zneske, ki pa se od dejanskih lahko močno razlikujejo.

Podatki o izdatkih za oglaševanje v obdobju 2008–2014 so pridobljeni iz dveh različnih baz. Na podjetju Pristop Media, d. o. o. so do vključno leta 2011 podatke pridobivali preko podjetja Mediana, d. o. o. in njihove baze IBO, z letom 2012 pa so pridobili lasten dostop do podatkovne baze MEDIApuls, agencije Ipsos Puls. Način zbiranja in beleženja podatkov med obema bazama je zelo podoben in primerljiv, vendar do manjših odstopanj vseeno lahko prihaja. Najini podatki o bruto izdatkih za oglaševanje se tako delijo na obdobji 2008–2011 in 2012–2014.

Pri izboru relevantnih podatkov sva iz celotne baze morala izključiti bruto notranje izdatke za oglaševanje, ki predstavljajo fiktivno zaračunane stroške storitev medija »samega sebi« v primeru oglaševanja lastnih storitev in produktov v lastnih medijih. Prav tako sva izključila podatke o sekundarnih izdatkih, torej izdatkih znotraj izbranih medijev, denimo plačan oglas Dnevnika v Delu, saj meniva, da bi ti podatki lahko izkrivljali realno sliko najine raziskave.

V želji po optimizaciji časa sva se, namesto prebiranja vseh izdanih časopisov najinih izbranih tiskanih medijev, v obdobju 2008–2014, za pridobitev relevantnih člankov obrnila na podjetje Kliping, d. o. o. Za pridobitev čim bolj relevantnih člankov sva se pri iskanju osredotočila na določene ključne besede in pridobila 881 člankov, od katerih je bilo relevantnih 556. Z uporabo izbranih ključnih besed sva v svoj vzorec zajela 325 ne relevantnih člankov, težko pa je oceniti, koliko relevantnih člankov je bilo izpuščenih zaradi morebitne neprimerne izbire ključnih besed.

Pri ocenjevanju objektivnosti posameznega članka sva vzpostavila 5-stopenjsko Likertovo lestvico, po kateri sva razvrščala posamezne članke glede na njihovo objektivnost pisanja. Pri tem sva se poslužila lastnega poznavanja dogajanj in razumevanja danih informacij ter jih poskušala po najboljših močeh objektivno oceniti. Ne izključujeva morebitnih napak na strani raziskovalca, kot na primer pristranskost ali napačne interpretacije izražanja posameznih časopisnih hiš ali novinarjev. Ocene posameznih člankov so odraz najinega pogleda na posamezni članek, v primerjavi z ostalimi članki, ki so zajeti v vzorec.

Za podatke o lastniški strukturi izbranih medijev in skupin podjetij sva se oprla na sekundarne podatke, pridobljene s spletnega portala Gvin. Za izvedbo lastne analize lastniških struktur bi potrebovala vsa pretekla letna poročila pravnih oseb, ki sva jih vključila v najino raziskavo. Brezplačno dostopna pa so le letna poročila za zadnja tri finančna leta, starejši podatki pa so plačljivi. Vsekakor pa meniva, da je Gvin dovolj zanesljiv vir podatkov lastniških struktur, saj se za pridobitev podatkov opira na Agencijo Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJ PES), zato do večjih napak, relevantnih za to raziskavo, ne bi smelo prihajati.

5.4 Predlogi za nadaljnje raziskave

Med nastajanjem tega magistrskega dela sva, kljub temeljitim predhodnim pripravam, pregledu literature in iskanju podatkov, ugotovila, da bi se raziskava na določenih področjih lahko še dodatno izpopolnila. Te spremembe bi v najinem primeru zahtevale prilagoditev celotnega magistrskega dela, oziroma bi drastično povečale obseg, zato jih nisva vključila, pač pa jih želiva priporočiti nadaljnjim raziskovalcem s tega področja.

Rezultati, ki sva jih pridobila z najino raziskavo, se dobro ujemajo z najinimi pričakovanji, vendar pa na določenih področjih rahlo odstopajo. Odstopanja ne pripisujeva samo dejstvu, da so bila najina pričakovanja napačna, pač pa tudi omejitvam pri pridobivanju ter zajemanju podatkov in informacij.

Prvo priporočilo se nanaša na podatke o izdatkih podjetij za oglaševanje, tj. koliko denarja namenijo podjetja posameznemu mediju iz naslova oglaševanja. To sva preverjala na podlagi bruto teoretičnih zneskov, ki so ugotovljeni na podlagi velikosti posameznega oglasa in takratnega aktualnega cenika za oglaševanje. Te zneske sva pridobila na osnovi Medianine raziskave IBO in baze Ipsos, MEDI Apuls. V realnem svetu predvidevava, da se

ti zneski močno razlikujejo od teoretičnih, saj teoretični ne vsebujejo popustov, kompenzacij in drugih poslovnih praks, ki se pojavljajo v realnosti. V tem delu priporočava, da se pri nadaljnjem raziskovalnem delu poiskusi opreti na realne podatke o izdatkih za oglaševanje. V mnogih primerih gre pri izdatkih za oglaševanje za poslovno skrivnost, ki se v letnih poročilih in komentarjih k izkazom razkriva le v skupnih zneskih. Okvirno sliko dejanskih izdatkov za oglaševanje po posameznih medijih bi si lahko ustvarili, če bi imeli dostop do razreza proračuna podjetij za oglaševanje. Vsekakor pa sva mnenja, da je, brez notranjih dostopov do informacij, taka globina raziskave težko izvedljiva.

Naslednje priporočilo se nanaša na izbor skupin podjetij zajetih v raziskavo. Finančno vpletenost bi najverjetneje lahko lažje dokazala, če bi v raziskavo vključila več podjetij, oziroma skupin podjetij, ki v najinih izbranih medijih oglašujejo; torej tudi druga podjetja, s katerimi najini izbrani mediji niso lastniško povezani. Toda, ker najina raziskava ne temelji le na pogostosti, pač pa tudi na objektivnosti pisanja medijev o spornih poslih, bi vključitev drugih podjetij eksponentno povečala nabor vzorca člankov, za določanje objektivnosti pisanja medijev o spornih poslih finančno povezanih podjetij. Meniva, da tak nabor že presega okvir tega magistrskega dela. Vsekakor pa v nadaljnjih raziskavah priporočava razširitev nabora podjetij, ki vlagajo v izbrane štiri medije.

Možnosti za izboljšavo se kažejo tudi na področju ocenjevanja objektivnosti pisanja posameznega članka. Sestavila sva 5-stopenjsko Likertovo lestvico, saj je ta simetrično uravnotežena in ima enako razmerje med pozitivnim in negativnim polom. Pri pripisovanju ocen posameznemu članku, pa sva se osredotočila na primerjavo pisanja posameznega članka glede na pisanje ostalih člankov in na podlagi tega zabeležila oceno objektivnosti. Meniva, da še obstajajo možnosti za razširitev tehnike beleženja ocen. V prihodnje bi se lahko pripravil model ocenjevanja objektivnosti člankov, s katerim bi se poskušalo čim bolj izločiti potencialne napačne zaznave objektivnosti pisanja članka zaradi subjektivnosti raziskovalca. Model bi lahko temeljil na objektivnih dejstvih, kot je na primer iskanje ponavljajočih posameznih besed ali besednih zvez znotraj članka, prisotnost besed, ki jasno izražajo subjektivnost avtorja; dejstva, ali je članek objavljen na naslovnici ali ne, velikost naslova članka, itd. Toda popolna izločitev subjektivnosti raziskovalca, meniva, da v tem primeru ni mogoča.

Določena mera izboljšave raziskave je mogoča tudi pri iskanju relevantnih člankov, pri čemer sva se oprla na družbo za spremljanje in analizo medijev Kliping, d. o. o. V najinem primeru sva se odločila za tri ključne besede in njihove kombinacije (*korupcija*, *mahinacije*, *sporni posli*). Meniva, da trenuten nabor ključnih besed predstavlja reprezentativen vzorec, opazuje pa, da dejanski pojav teh besed v besedilu ni zagotovilo za zajem vseh relevantnih člankov. Tako sva morala zavreči približno tretjino člankov, saj se vsebinsko niso ujemali z najinim iskanim naborom. Določeno število relevantnih člankov pa ni bilo zajetih; kljub temu, da so pisali o spornih poslih izbranih skupin podjetij, vanje niso bile vključene najine iskane ključne besede. V tem primeru bi bilo smiselno

izoblikovati nabor še dodatnih ključnih besed, katere bi se oblikovale iz člankov, ki bi že bili zajeti v vzorec po prvem poskusu iskanja besed, ki neposredno izražajo povezavo s spornimi posli. Na podlagi relevantnih člankov, iz prvotnega iskanja, bi se tako oblikovale dodatne ključne besede, za katere bi bilo ugotovljeno, da se ponavljajo, kljub temu, da jih neposredno ne moremo povezati s spornimi posli. Na ta način bi lahko še dodatno zmanjšali možnost izpusta relevantnih člankov. Vsekakor pa tudi v tem primeru ostaja določena mera verjetnosti, da obseg relevantnih člankov ni stoodstoten. Popoln zajem člankov je mogoč le ob prebiranju vseh relevantnih izdaj časopisov in njihovih prilog, to pa je izjemno zamuden in dolgotrajen postopek.

Razlog, zakaj najina raziskava kaže dokaj majhen vpliv izdatkov za oglaševanje s strani podjetij v medije, na objektivnost pisanja člankov medijev o spornih poslih teh podjetij, bi lahko pojasnila z dejstvom, da sva v svoj vzorec izbrala le štiri največje časopisne hiše v Sloveniji. Raziskave kažejo (Di Tella & Franceschelli, 2009, 2011), da so večji mediji finančno manj občutljivi kot manjši in je zato njihova objektivnost pisanja manj pogojena s količino finančnih sredstev iz naslova oglaševanja. Torej so večji mediji manj dovzetni za potencialne vplive s strani družb, ki jih financirajo. Meniva, da bi bila lahko dokazana močnejša povezava, če bi v vzorec, poleg največjih, izbrala tudi manjše časopisne hiše. Za nadaljnje raziskave predlagava, da se vzorec medijev prilagodi na način, ki bolje predstavlja celotno populacijo slovenskih tiskanih medijev. Kot že omenjeno, v najinem primeru tak obseg raziskave presega okvir tega magistrskega dela.

SKLEP

Korupcija v zasebnem in javnem sektorju je aktualna tema, tako v nerazvitem svetu, kot tudi v državah z močnim gospodarskim okoljem. Pomembno je, da se pozornost posveča ne samo javnim subjektom, katerim naj bi po večini definicij pripisovali pojem korupcije, pač pa se ta isti pojem uporabi tudi za sporne posle v zasebnem sektorju, kateri prav tako, pa čeprav v nekaterih primerih samo posredno, škodujejo javni blaginji.

Ker mediji igrajo pomembno vlogo pri odkrivanju korupcije, sva za potrebe najinega magistrskega dela pod drobnogled vzela štiri največje tiskane medije v Sloveniji in preučila njihovo finančno in lastniško vpletenost z dvema skupinama podjetij. Zanimalo naju je, kako se ta povezava odraža v načinu in intenziteti poročanja medijev o morebitnih spornih poslih lastnikov in poslovnih partnerjev.

V magistrskem delu sva najprej predstavila definicijo korupcije v splošnem in jo nato aplicirala na najino raziskovalno področje. Osredotočila sva se na definicijo korupcije s strani Svetovne banke, ki trdi, da je korupcija zloraba javnega položaja v zasebno korist in jo, kot tako, aplicirala v zasebni sektor.

V nadaljevanju sva predstavila, kako se korupcija odraža v medijih, preko pomembnih faktorjev, ki vplivajo na integriteto medijev. Pri tem seveda nisva pozabila na vpliv vseh

pravnih vidikov, kot so: svoboda izražanja, pravica do dostopa informacij, morebitne medijske licence in registracije novinarjev. Raziskala sva pomen lastništva medijev, tako na nivoju države, zasebnih lastnikov, pa tudi neprofitnih medijskih hiš. Po mnenju Mednarodne zveze novinarjev je v prihodnosti še kako pomembno raziskati nove modele financiranja tradicionalnih medijev, kateri bi ohranjali vrednote javnega interesa v novinarstvu. Posebno pozornost bi bilo torej potrebno nameniti dvigu strokovnih standardov z načeli preglednosti lastništva in politične pripadnosti (Bristow v Mendes, 2013).

Ker pa je korupcija zelo občutljiva tema, in kot taka ni enoznačna, sva raziskala tudi vse možne vrste korupcije v medijih. Za lažje razumevanje koncentracije lastništva medijev v Sloveniji sva preučila lastniške povezave medijev in zasebnih podjetij v tujini, ter ugotovila, da je tovrsten pojav v tujini močno prisoten že vse od 1990-ih let in se z leti stopnjuje. Koncentracija lastništva medijev se v Sloveniji najbolj odraža pri dveh zasebnih skupinah podjetij: pri Skupini DZS pod okriljem Bojana Petana, ki lastniško obvladuje medijsko hišo Dnevnik, d.d. in pri Skupini Laško pod okriljem Boška Šrota, ki je s spornimi posli prevzel medijsko hišo Delo, d.d. in do nedavnega lastniško obvladoval tudi ČZP Večer, d.d. Ker sta omenjeni dve skupini podjetij, z vidika koncentracije lastništva medijev v Sloveniji, najbolj relevantni, sta bili posledično tudi vključeni v najino raziskavo.

Teoretičnemu delu sledi raziskovalno vprašanje in hipoteze najine raziskave z vključenim kritičnim pregledom literature s področja sorodnih empiričnih raziskav. Glede na obstoječe raziskave s področja vpliva korupcije na poročanje medijev, sva ugotovila, da tuje empirične raziskave po večini preučujejo: povezavo med javnim in zasebnim lastništvom, korelacijo med svobodo govora in stopnjo korupcije ter učinkovitost boja proti korupciji (glede na številne dejavnike, kot so politično stanje v državi, stopnja razvitosti infrastrukture in integritete novinarjev). Precej manj pa se raziskave osredotočajo na povezavo med lastniki medijev iz zasebnega sektorja in poročanjem medijev o morebitnih spornih poslih svojih lastnikov. Večji odstotek empiričnih raziskav se nanaša na države v razvoju, precej manj raziskav pa je apliciranih na razvite države, kar pa še ne pomeni, da korupcija v slednjih ni prisotna. Drži pa dejstvo, da je korupcija v razvitih državah nekoliko bolj sofisticirana in kot taka tudi težje prepoznana in dokazana. Raziskav, ki bi se osredotočale na problematiko lastništva v rokah velikih zasebnih konglomeratov družb, nisva našla. Še najbolj se nama vsebinsko približa raziskava Di Telle in Franceschellija (2009, 2011), ki ugotavlja korelacijo med pripravljenostjo za poročanje o državnih škandalih in prejetimi izdatki za oglaševanje s strani vlade.

Glede na najin raziskovalni problem, sva tako v nadaljevanju analizirala odnose največjih tiskanih medijev v Sloveniji (Delo, Dnevnik, Finance in Večer) z najpomembnejšima zasebnima skupinama podjetij (Skupina DZS in Skupina Laško), ki lastniško obvladujeta medijski prostor v Sloveniji. Raziskava preučuje obdobje od leta 2008 do vključno 2014. Osredotočila sva se na dva dogodka, ki sta povezana z omenjenima skupinama, in sicer na

sporne prevzeme podjetij Boška Šrota ter domnevne sporne posle Bojana Petana. Želela sva ugotoviti potencialni vpliv na poročanje medijev o povezanih osebah, s fokusom na lastniško in finančno vpletenost preučevanih skupin podjetij, ter dognati, kako te povezave vplivajo na objektivnost in pogostost poročanja.

V prvi fazi najinega empiričnega dela raziskave sva izvedla kvalitativno analizo časopisnih člankov, kjer sva opazovala objektivnost poročanja v posameznem članku in vsebinsko primernost člankov, glede na zajet vzorec. Članki so bili izbrani v vzorec glede na tri izbrane ključne besede: *Korupcija*, *Sporni posli* in *Mahinacije*. Izmed izbranih ključnih besed se v člankih najpogosteje uporablja beseda *Sporni posli*, sledi *Korupcija*. Najmanj zastopana beseda so *Mahinacije*. Članke sva ocenila po Likertovi lestvici glede na objektivnost pisanja o določeni temi, v primerjavi z ostalimi mediji.

Ko sva opazovala povprečje objektivnosti poročanja posameznega medija, sva ugotovila, da pri člankih o domnevnih spornih poslih Bojana Petana v negativno smer najbolj izstopajo članki časopisa Dnevnik, pri spornih poslih Boška Šrota pa članki časopisa Delo. Zanimivo je dejstvo, da so te razlike še večje v letih, ko so bili škandali, v zvezi z omenjenima osebama, na vrhuncu. Na podlagi teh opazovanj sva tako že lahko opazila tendenco, da lastniška povezava med mediji in njihovimi lastniki pomembno vpliva na objektivnost poročanja medijev.

Pogostost poročanja medijev o spornih poslih je bila različno intenzivna. Opazna je bistvena razlika med poročanjem o Bošku Šrotu in Bojanu Petanu, o slednjem se je pisalo bistveno manj. O spornih poslih Boška Šrota sta skozi vsa leta največ objavljala medija Dnevnik in Večer, o domnevnih spornih poslih Bojana Petana pa so najbolj pogosto pisali v časopisu Delo. Razlike med mediji sicer niso drastične, a vseeno lahko kažejo na pomemben trend. Opazno je tudi podpovprečno pogosto pisanje Dnevnika na temo domnevnih spornih poslov Bojana Petana. Torej bi, na podlagi teh opazovanj, lahko trdili, da lastniška povezava med mediji in njihovimi lastniki pomembno vpliva na intenziteto poročanja medijev.

Za prikaz finančne povezave podjetij z mediji sva pridobila bruto izdatke za oglaševanje iz obstoječih baz, ki beležijo bruto medijski zakup v tiskanih medijih. Za pridobitev teh podatkov sva se obrnila na Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, d. o. o. in na Pristop Medio, družbo za načrtovanje in zakup medijev, d. o. o. Podatki so združeni iz dveh baz, in sicer Medianina raziskava IBO in baza Ipsos, MEDIApuls.

Izdatki za oglaševanje s strani zasebnih podjetij so pričakovano višji za lastniško povezane medije. Tako je Skupina Laško v preučevanem obdobju največ vlagala v Delo, Skupina DZS pa v Dnevnik. Torej lahko trdimo, da podjetja namenjajo višje izdatke lastniško povezanim medijem; kljub temu na podlagi teh opažanj še ne moreva zaključiti, da izdatki kakorkoli vplivajo na objektivnost ali pogostost poročanja medijev.

Da bi rezultate še dodatno podkrepila in bolj natančno opredelila, sva v drugem delu empirične raziskave izvedla ekonometrično analizo. Na podlagi rezultatov tega dela raziskave, sva prišla do nekaterih pomembnih ugotovitev, hipotez:

- Hipotezo 1, v kateri s pomočjo regresijske analize ugotavljava vpliv lastništva in izdatkov za oglaševanje na objektivnost poročanja medijev o spornih poslih, lahko skoraj v celoti ovrževa, saj ugotavljava, da ima tako večinsko lastništvo zasebnega sektorja v medijih, kot tudi izdatki za oglaševanje s strani povezanih podjetij, negativen vpliv na objektivnost pisanja medijev, na temo spornih poslov teh povezanih podjetij. Z zagotovostjo pa ne moreva potrditi zgolj negativnega vpliva lastništva Skupine Laško na objektivnost poročanja, saj je povezava sicer negativna, ampak, zaradi premajhnih razlik, statistično neznačilna.
- Hipotezo 2, v kateri s pomočjo regresijske analize ugotavljava vpliv lastništva in izdatkov za oglaševanje na pogostost poročanja medijev o spornih poslih, delno ovrževa, saj ne moreva enostransko trditi, da ima prisotnost lastništva zasebnega sektorja v medijih negativen vpliv na pogostost pisanja medijev, na temo spornih poslov svojih lastnikov. Prav tako pri izdatkih za oglaševanje ne moreva enostransko trditi, da negativno vplivajo na pogostost poročanja medijev. Ugotavljava, da je pozitiven, oziroma negativen vpliv, med preučevanima skupinama podjetij, različen.

V splošnem opažava tudi, da finančni kazalniki medijev niso vedno premo sorazmerni z objektivnostjo in obratno sorazmerni s pogostostjo pisanja medijev; iz tega ne moreva zaključiti, da boljše kot je finančno stanje medijev, bolj so mediji objektivni in, da boljše kot je finančno stanje medijev, manj pogosto pišejo o spornih poslih.

Opažava tudi, da, v skladu z najinimi pričakovanji, bruto družbeni proizvod premo sorazmerno vpliva na objektivnost in obratno sorazmerno na pogostost pisanja medijev o spornih poslih. V nasprotju s pričakovanji, pa kazalnik gospodarske klime premo sorazmerno vpliva na pogostost poročanja medijev o spornih poslih. O vplivu tega kazalnika na objektivnost ne morava govoriti, saj je bil zaradi ne relevantnosti iz modela izključen.

V najini raziskavi torej ugotavljava, da nedvomno obstaja povezava med lastniško in finančno vpletenostjo podjetij v tiskanih medijih ter objektivnostjo in pogostostjo poročanja medijev o njihovih spornih poslih. Le v redkih primerih rezultati odstopajo od najinih pričakovanj. Odstopanja so, poleg vseh omejitev, s katerimi sva se srečala pri pridobivanju relevantnih podatkov, tudi posledica najinih začetno preozko usmerjenih predvidevanj, za katere sva tekom najine raziskave ugotovila, da jih, s pravilno interpretacijo, lahko pojasniva v prid najinih zastavljenih hipotez.

Posledično lahko iz rezultatov razbereva, da ima vsaka izmed preučevanih skupin podjetij različno taktiko vplivanja na javno mnenje. Z lastniškim vplivom Skupina DZS poskrbi, da se o njih piše zelo redko in močno favorizirano. Medtem ko Skupina Laško vsesplošno pogosto pisanje o njihovih aferah želi omiliti z veliko količino objav, za katere ne moreva

povsem trditi, da so v celoti favorizirane. Preko finančnega vpliva pa Skupina DZS poskrbi, da se o njih piše pogosteje, ampak favorizirano. Skupina Laško pa s finančnim vplivom zmanjšuje količino objav, ampak jih prav tako favorizira.

Ob povzetku vsebine najinega magistrskega dela ugotavljava, da je tema koncentracije lastništva medijev v zasebnem sektorju in finančna vpletenost zasebnega sektorja v medijih, ter poročanje medijev o morebitnih spornih poslih njihovih lastnikov in poslovnih partnerjev v Sloveniji, zelo aktualna tema. Z rezultati dokazujeva, da odmik od javnega v zasebno lastništvo medijev še ni zadosten pogoj za neodvisnost poročanja. Dodatno pa medijem neodvisnost jemlje velika finančna odvisnost preko izdatkov za oglaševanje. Mediji tako, zaradi svoje lastniške in finančne odvisnosti, postajajo aparat za vpliv na javno mnenje in ne opravljajo več svoje primarne funkcije raziskovalnega novinarstva. Tema je vsekakor vredna nadaljnjih in še bolj poglobljenih raziskav.

ANGLEŠKI POVZETEK

Corruption in the private and public sector is a very relevant issue both in the developing and the developed world. A lot of attention is paid to corruption in the public sector; however, it is important to focus on corruption in the private sector as well. Corruptive acts in private sector can directly or indirectly influence the public welfare in a negative way.

The media is expected to be an independent party and therefore should play an important role in the detection of corruption. However, due to the different interests of the media and their owners that is not always the case.

For this master thesis we were interested in the state of media reporting in Slovenia. In this manner we closely examined the four largest printed media in Slovenia. We focused on their ownership and financial involvement with the two largest groups of companies owning Slovenian media space. Our interest was to examine how this involvement influences the way the media reports on questionable acts of their owners or business partners.

Concentration of private media ownership abroad has had a strong presence since the beginning of the 1990s and it still intensifies. Such concentration is also noticeable in Slovenia. For example the DZS Group under the leadership of Bojan Petan owning the newspaper Dnevnik and the Laško Group under the leadership of Boško Šrot owning newspapers Delo and Večer. Together the two groups own the three largest newspapers in Slovenia.

In the review of existing research about corruption and its impact on media reporting we found that foreign empirical studies mostly focus on the public sector. They focus on the correlation between freedom of speech and the level of corruption or the effectiveness of the fight against corruption with regard to a number of factors, such as the political

situation in the country, the level of infrastructure development and the integrity of journalists. They focus much less on the influence of media ownership on the media coverage of any questionable acts of their owners. A larger percentage of empirical studies relate to developing countries, much less research is applied to developed countries. However, this is not an indicator that corruption in the latter is not present.

We have not found any research focusing on the issue of media being owned by large private companies or group of companies or media being financed through advertising expenditures of these large private companies or group of companies. The example that relates to our research best is the research of Di Tella and Franceschelli (2009, 2011), which notes the correlation between the willingness to report on national scandal and received advertising expenditure from the government. As mentioned before this research focuses only on the public sector as well.

Considering our research problem we analysed the relationship between the four major printed media in Slovenia (Delo, Dnevnik, Finance and Večer) and two major groups of companies in the private sector in Slovenia (DZS Group and Laško Group) in the period from 2008 to 2014. We focused on corruptive acts associated with these two groups. Disputable takeovers of companies of Boško Šrot and supposedly questionable acts of Bojan Petan. We wanted to determine the potential impact of ownership and financial involvement on the reporting concerning related entities, and to ascertain how it affects the objectivity and the frequency of reporting.

In the first stage of our empirical research we conducted a qualitative analysis of newspaper articles where we observed the objectivity of reporting. Articles were included in the sample by searching for keywords in these articles. We selected a few keywords that most likely occur in the articles reporting about corruptive acts. Then we assessed the articles by the Likert scale based on the objectivity of the article in a media, compared to articles from other media. To assess the financial involvement of the companies in the media we obtained gross expenditures on advertising from databases that record gross media buying in the print media.

From the descriptive statistics we can already see a clear indication that the ownership and financial relationship between the media and their owners has a significant impact on the objectivity and the frequency of media reporting.

Average objectivity of reporting from owned media compared with the average objectivity of other observed media shows a negative correlation when they write about related parties. It is interesting, that the differences in objectivity were even greater in the years when the corruption scandals, concerning our investigated groups of companies, were at their peak.

The frequencies of reporting on the questionable acts varied in intensity during the time under our observation. There is a great difference between the frequency of reporting on

Boško Šrot and Bojan Petan. The reporting on the latter is significantly less frequent. Differences in frequency of reporting between the observed media are not drastic, but nevertheless they show a significant trend.

Expenditures on advertising from private companies are expectedly higher for the owned media. Thus in the period under consideration, the Laško Group invested mostly in Delo and the DZS Group invested mostly in Dnevnik. Nevertheless, on the basis of these observations, we cannot conclude yet, that the expenditures in any way affect the objectivity or the frequency of the reporting.

To furthermore support our results from qualitative research, in the second part, we conducted an econometric analysis. Based on the results of this research we were able to reach some important conclusions.

Hypothesis 1 that determines the impact of ownership and advertising expenditures on the objectivity of the media reporting on questionable acts is almost totally rejected. We found that ownership from the private sector in the media, as well as advertising expenditures from related parties have a negative impact on the objectivity of the media reporting on questionable acts of the owners. We were not able to fully prove the negative impact of ownership of the Laško Group on the objectivity of reporting. The correlation is negative, but due to the lack of differences it is statistically not significant.

Hypothesis 2 that determines the impact of ownership and advertising expenditures on the frequency of media reporting on disputable acts is only partially rejected. We cannot unambiguously state that the presence of the ownership from the private sector in the media has a negative impact on the frequency of reporting of that media on questionable acts of their owners. Similarly we cannot unambiguously state that expenditures on advertising negatively affect the frequency of media reporting. From the analysis we discovered that the expenditures affect the frequency of reporting differently from one group of companies to another.

In our study, therefore, we determined that there is undoubtedly a link between the ownership and financial involvement through expenditures on advertising and on the other hand objectivity and the frequency of media reporting on questionable acts of their owners or business partners in Slovenia. Only in rare cases do the results differ from our expectations. The deviations are, in addition to all the constraints that we met in obtaining the relevant data, a consequence of our assumptions being too narrow. In the course of our research we found that with a correct interpretation the deviations from our assumptions can be explained in favour of our hypotheses. Consequently we can say that each of the studied groups of companies has different tactics in influencing public opinion.

LITERATURA IN VIRI

1. *10 Most Censored Countries*. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu <https://cpj.org/2015/04/10-most-censored-countries.php>
2. Abid, M., & Shah, Z. (2011). Representations of Corruption in the English Print Media in Pakistan. *Pakistan Vision*, 13(37).
3. Addams, J. (1898). Ethical Survivals in Municipal Corruption. *International journal of Ethics*, 8(3), 273-291.
4. Adeyemi, A. (2013). Nigerian Media and Corrupt Practices: The Need for Paradigm Shift. *European Scientific Journal*, 9(1).
5. Bajomi-Lázár, P. (2003). *Freedom of the Media in Hungary, 1990–2002* (doktorska dizertacija). Budapest, Central European University: Political Science Department.
6. Bariş, R. (2015). Media Landscapes: Turkey. *European Journalism Centre*. Najdeno 15. avgusta 2015 na spletnem naslovu http://ejc.net/media_landscapes/turkey
7. Baydar, Y. (2013, 19. julij). In Turkey, Media Bosses are Undermining Democracy, *The New York Times*. Najdeno 15. avgusta 2015 na spletnem naslovu http://www.nytimes.com/2013/07/21/opinion/sunday/in-turkey-media-bosses-are-undermining-democracy.html?_r=1
8. Benton, J. (2009, 27. oktober). How Government Money Can Corrupt the Press: The Story from Argentina, *NiemanLab*. Najdeno 23. maja 2015 na spletnem naslovu <http://www.niemanlab.org/2009/10/how-government-money-can-corrupt-the-press-the-story-from-argentina/>
9. Berger, G. (2007). *Media legislation in Africa: A comparative legal survey*. Grahamstown: Rhodes University.
10. Besley, T., & Prat, A. (2006). Handcuffs for the Grabbing Hand? The Role of the Media in Political Accountability. *American Economic Review*, 96(3), 720-736.
11. Bisnode. (b.l.) *V Gvinu*. Najdeno 10. aprila 2014 na spletnem naslovu <http://www2.gvin.com/>
12. Brooks, R. C. (1909). The Nature of Political Corruption. *Political Science Quarterly*, 24(1), 1-22.
13. Brunetti, A., & Weder, B. (2003). A Free Press is Bad News for Corruption. *Journal of Public Economics*, 87(7), 1801-1824.
14. Camaj, L. (2012). The Media's Role in Fighting Corruption: Media Effects on Governmental Accountability. *The International Journal of Press/Politics*, 18(1), 21-42.
15. Cars, T. (2001). *Mutbrott, bestickning och korruptiv marknadsföring: Corruption in Swedish law*. Stockholm: Juristförl.
16. Casas-Zamora, K. (2005). *Paying for democracy: political finance and state funding for parties*. Colchester: ECPR Press.
17. Centralna redakcija. (2008, 22. avgust). Pivovarna Laško odgovarja Dnevniku in Financam. *Delo*, 9.
18. Chowdhury, S. K. (2004). The Effect of Democracy and Press Freedom in Corruption: An Empirical Test. *Economics letters*, 85(1), 93-101.
19. *Concentration of Media Ownership*. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu https://en.wikipedia.org/wiki/Concentration_of_media_ownership
20. Čakarić, N. (2014, 12. junij). Kdo je Bojan Petan? *Delo*. Najdeno 14. julija 2015 na spletnem naslovu <http://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/kdo-je-bojan-petan.html>
21. Dahlström, T. (2008). The Role of Media in Combating Corruption. *Patterns of Corruption in the 21st Century*, 6(1).

22. Darch, C., & Underwood, P. (2010). *Struggles for Freedom of Information in Africa Freedom of Information and the Developing World: The Citizen, the State and Models of Openness*. Oxford: Chandos Publishing.
23. Di Tella, R., & Franceschelli, I. (2009). Government Advertising and Media Coverage of Corruption Scandals. *National Bureau of Economic Research*, w15402.
24. Di Tella, R., & Franceschelli, I. (2011). Government Advertising and Media Coverage of Corruption Scandals. *American Economic Journal: Applied Economics*, *American Economic Association*, 3(4), 119-151.
25. Djankov, S., McLiesh, C., Nenova, T., & Shleifer, A. (2003). Who Owns The Media?. *Journal of Law and Economics*, 46(2), 341-382.
26. Easterly, W. (2002). The Elusive Quest for Growth: Economists' Adventures and Misadventures in the Tropics. *Journal of Macromarketing*, 22(1), 136-144.
27. *Engaging the Private Sector in the Fight Against Corruption*. Najdeno 10. julija 2015 na spletnem naslovu http://www.transparency.org/whatwedo/activity/engaging_the_private_sector_in_the_fight_against_corruption
28. *Global Corruption Barometer 2010/11*. Najdeno 15. julija 2015 na spletnem naslovu <http://www.transparency.org/gcb201011/results>
29. Haider, H., Mcloughlin, C., & Scott, Z. (2011). *Communication and Governance. Governance and Social Development Resource Centre*. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu <http://www.gsdr.org/go/topic-guides/communications-and-governance/access-to-information--and-its-constraints>
30. *Journalists and Media Staff Killed List in 2014*. Najdeno 19. junija 2015 na spletnem naslovu <http://ifj-safety.org/en/2014/killings>
31. Karanja, L. (2013). *The Role of Print Media in the Fight Against Corruption. A Content Analysis of the Nation Newspaper Coverage of Corruption Related Stories* (doktorska dizertacija). Nairobi: University of Nairobi.
32. *Kenya*. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2012/kenya#.Vc98u_ntmko
33. Klitgaard, R. (1988). *Controlling Corruption*. Los Angeles: University of California Press.
34. Koc, E. (2006). Order Three Advertisements and Get One News Story Free: Public Relations Ethics Practices of Turkish and International Companies in Turkey. *Public Relations Review*, 32(4), 331-340.
35. Lamb, B. (2013, 28. april). Australian Media Ownership. *Lessonbucket*. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu <http://lessonbucket.com/vce-media/unit-2/australian-media/australian-media-ownership/>
36. Lederman, D., Loyaza, N. V., & Soares, R. R. (2005). Accountability And Corruption: Political Institutions Matter. *Economics and Politics*, 17(1), 1-35.
37. Lutz, A. (2012, 14. junij). These 6 Corporations Control 90% of the Media in America. *Business Insider*. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu <http://www.businessinsider.com/these-6-corporations-control-90-of-the-media-in-america-2012-6>
38. Matejčič, K. (2008, 22. avgust). Žugelj po Bošku Štoru še nad Bojana Petana. *Finance*, 5.
39. *Mediana IBO - AdEx oz. investiranje blagovnih znamk v oglaševanje*. Najdeno 23. junija 2015 na spletnem naslovu <http://www.mediana.si/medianini-aduti/mediana-ibo/>
40. *MEDIApuls*. Najdeno 23. junija 2015 na spletnem naslovu <http://www.ipsosadria.com/node/651>

41. Mediaset SpA. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu <http://www.mediadb.eu/en/data-base/international-media-corporations/mediaset-spa.html>
42. Mendes, M. (2013). Overview of Corruption in the Media in Developing Countries. *U4 Expert Answer*, 368(1), 11.
43. Mexico. Najdeno 3. julija 2015 na spletnem naslovu <http://en.rsrf.org/report-mexico,184.html>
44. Minnie, J. (2007). Ideological, Legal, Economic and Professional Obstacles to Media Development in Africa. *Media Matters: Perspectives on Advancing Governance and Development from the Global Forum for Media Development*, 115-121.
45. Nogara, M. (2009). Role of Media in Curbing Corruption: The Case of Uganda under President Yoweri K. Museveni During the 'No-Party' System. *DESA Working Paper Series*, 72.
46. Noonan, J. T. (1987). *Bribes: The Intellectual History of a Moral Idea*. Oakland: University of California Press.
47. Odugbemi, S., & Norris, P. (2010). Assessing the Extent to Which the News Media Act as Watchdogs, Agenda Setters and Gatekeepers. *Public Sentinel: News Media & Governance Reform*, 379-393.
48. Peck, L. L. (2003). *Court Patronage and Corruption in Early Stuart England*. London: Routledge.
49. Peters, B. (2003). The media's role: covering or covering up corruption? *Global Corruption Report 2003: Access to Information*, 44-56.
50. Ristow, B. (2010). Cash for Coverage: Bribery of Journalists Around the World; a Report to the Center for International Media Assistance. *Center for International Media Assistance*, 28(1).
51. Sovdat, P. (2013, 24. januar). Petanov imperij na robu vzdržnosti. *Finance*. Najdeno 15. julija 2015 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/8331884/Petanov-imperij-na-rob-vzdr%C5%BEnosti>
52. Spence, E. H. (2008). Corruption in the media. *International Journal of Applied Philosophy*, 22(2), 231-241.
53. Stanig, P. (2015). Regulation of Speech and Media Coverage of Corruption: An Empirical Analysis of The Mexican Press. *American Journal of Political Science*, 59(1), 175-193.
54. Staphenurst, R. (2000). The Media's Role in Curbing Corruption. *World Bank Institute Washington*. Najdeno 10. julija 2014 na spletnem naslovu http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSPContentServer/WDSP/IB/2000/10/27/000094946_00101305481312/additional/016824232_200210329034146.pdf
55. Stojan, J., & Planinšič, E. (2014, 13. junij). NPU nad Bojana Petana. *Večer*, str. 4.
56. Tanzi, V. (1998). Corruption Around the World: Causes, Consequences, Scope and Cures. *Staff Papers-International Monetary Fund*, 96(63), 559-594.
57. Taylor, C. (2001). Bribery in Athenian Politics Part II: Ancient Reaction and Perceptions. *Greece and Rome (Second Series)*, 48(2), 154-172.
58. Teichmann, I., & Zöllner, C. (2007). *Mapping of Corruption and Governance Measurement Tools in Sub-Saharan Africa*. Transparency International Policy and Research Department.
59. Tekavec, V. (2013, 7. julij). Kdo je Boško Šrot? *Delo*. Najdeno 14. julija 2015 na spletnem naslovu <http://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/kdo-je-bosko-srot.html>

PRILOGE

Tabela: Število člankov po opravljeni kvalitativni analizi, razvrščenih glede na ključne besede iskanja, akterja in četrletje v obdobju 2008–2014

Četrletje	Ključne besede							Skupaj
	Korup	Korup + Mahin	Korup + Sporn	Korup + Sporn + Mahin	Mahin	Sporn	Sporn + Mahin	
2008/1	10					14		24
Petan						2		2
Šrot	10					12		22
2008/2	26		4			19		49
Petan	6							6
Šrot	20		4			19		43
2008/3	13		3			13		29
Petan	1					2		3
Šrot	12		3			11		26
2008/4	1		1			7		9
Šrot	1		1			7		9
2009/1	4					6		10
Šrot	4					6		10
2009/2	1				1	34		36
Petan						5		5
Šrot	1				1	29		31
2009/3	16		3			14		33
Petan	1					1		2
Šrot	15		3			13		31
2009/4	5		3			19		27
Šrot	5		3			19		27
2010/1	3		1			9		13
Šrot	3		1			9		13
2010/2	2				1	6		9
Petan					1			1
Šrot	2					6		8
2010/3	2		1		1	13		17
Petan			1		1	1		3
Šrot	2					12		14
2010/4	2					2		4
Petan	1							1
Šrot	1					2		3
2011/1	3		3		1	10		17
Petan	2					3		5
Šrot	1		3		1	7		12
2011/2	1	1	1			6		9
Petan						1		1
Šrot	1	1	1			5		8

se nadaljuje

nadaljevanje

Četrletje	Ključne besede							Skupaj
	Korup	Korup + Mahin	Korup + Sporn	Korup + Sporn + Mahin	Mahin	Sporn	Sporn + Mahin	
2011/3	4		2		1	7		14
Petan	2		1			2		5
Šrot	2		1		1	5		9
2011/4	4		2		1	7		14
Petan						2		2
Šrot	4		2		1	5		12
2012/1	1					2		3
Šrot	1					2		3
2012/2			1			9		10
Šrot			1			9		10
2012/3	2				1	7		10
Petan						1		1
Šrot	2				1	6		9
2012/4			2			3		5
Petan						3		3
Šrot			2					2
2013/1	1		1			27		29
Petan						1		1
Šrot	1		1			26		28
2013/2	2		1		1	25		29
Petan						1		1
Šrot	2		1		1	24		28
2013/3	7		4	1		24		36
Petan			1			2		3
Šrot	7		3	1		22		33
2013/4	7		3		1	19		30
Šrot	7		3		1	19		30
2014/1	6					15		21
Šrot	6					15		21
2014/2	7		1	1		17		26
Petan	2					5		7
Šrot	5		1	1		12		19
2014/3	3		2			17	1	23
Petan			1			1		2
Šrot	3		1			16	1	21
2014/4	5		1			14		20
Petan	1					4		5
Šrot	4		1			10		15
Skupaj	138	1	40	2	9	365	1	556

Legenda: *Korup* predstavlja zadetke člankov s ključno besedo korupcija. *Sporn* predstavlja zadetke člankov s ključno besedo sporni posli. *Mahin* predstavlja zadetke člankov s ključno besedo mahinacije. *Korup+Sporn* predstavlja zadetke člankov s ključnima besedama korupcija in sporni posli hkrati. *Korup+Mahin* predstavlja zadetke člankov s ključnima besedama korupcija in mahinacije hkrati. *Korup+Sporn+Mahin* predstavlja zadetke člankov z vsemi tremi ključnimi besedami hkrati. *Sporn+Mahin* predstavlja zadetke člankov s ključnima besedama sporni posli in mahinacije hkrati.