



PREDLOG
EVA 2023-3340-0019
PRVA OBRAVNAVA

ZAKON O MEDIJIH

I. UVOD

1. OCENA STANJA IN RAZLOGI ZA SPREJEM PREDLOGA ZAKONA

Medijsko okolje v Sloveniji močno zaznamuje dejstvo, da v preteklih dvajsetih letih ni bil prenovljen noben ključen medijski zakon, kljub temu, da se je veljavna medijska zakonodaja v praksi izkazala za zastarelo in pomanjkljivo. Prav tako niso bili uvedeni ali prenovljeni sistemski ukrepi za spodbujanje medijske raznolikosti (pluralnosti) in zagotavljanje celovite obveščenosti javnosti.

Zaradi tega se med drugim ni razvijala regulacijska praksa in se niso vzpostavili mehanizmi za redno spremljanje razmer na medijskem trgu, ki bi državi omogočili odzivanje na nove trende in pripravo učinkovite ukrepe za zagotavljanje pravice do celovite obveščenosti, varovanje svobode izražanja ter spodbujanje medijske raznolikosti. Ob tem so se mediji zaradi tehnoloških sprememb, počasnega odzivanja na spremenjene navade občinstva, poseganja politike, konkurence nereguliranih digitalnih platform in poslabšanja delovnih pogojev za novinarje znašli še v finančni krizi in krizi izgubljenega zaupanja javnosti.

Veljavni Zakon o medijih ne omogoča učinkovitega uresničevanja javnega interesa na področju medijev, saj je bil sprejet že leta 2001 in je poleg zastarelosti v praksi pokazal tudi številne druge pomanjkljivosti, ki so negativno vplivale na regulacijo medijskega trga:

- ne prepoznava in ne regulira novih medijev in medijskih oblik, ki so se razvili v globalnem digitalnem okolju (družbenih medijev, podkastov, blogov in vlogov, spletnih vplivnežev, umetne inteligence ...);
- ne sledi tehnološkim spremembam v medijih in spremenjenim navadam občinstev;
- ne omogoča učinkovitih ukrepov za varovanje in spodbujanje medijske raznolikosti (pluralnosti);
- ne daje podlage za pripravo sodobnih finančnih pomoči medijem;
- ne omogoča učinkovitega presojanja in preprečevanja medijske koncentracije ter s tem nastanka nesorazmernega vpliva na javno mnenje;
- ne zagotavlja preglednosti medijskega lastništva in financiranja;
- ne zahteva preglednosti državnega oglaševanja v medijih;
- ne zamejuje širjenja sovražnega govora in dezinformacij;
- ne sledi razvoju medijske zakonodaje po Evropi.

Nov zakon o medijih zato odpravlja največje pomanjkljivosti veljavnega zakona in je usklajen Uredbo (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in spremembi Direktive 2010/13/EU (UL L št. 2024/1083 z dne 17. 4. 2024). Namen novega Zakona o medijih pa je tudi v novem medijskem okolju varovati svobodo izražanja in omogočiti celovito obveščenost javnosti.

Obstoječa pravna ureditev:

Področje medijev je v Republiki Sloveniji urejeno z naslednjimi predpisi:

Zakoni:

- Zakon o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAvMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16, 39/16, 45/19 – odl. US, 67/19 – odl. US in 82/21),
- Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. 87/11, 84/15 in 204/21),
- Zakon o Radioteleviziji Slovenija (Uradni list RS, št. 96/05, 109/05 – ZDavP-1B, 105/06 – odl. US, 26/09 – ZIPRS0809-B, 9/14 in 163/22),
- Zakon o Slovenski tiskovni agenciji (Uradni list RS, št. 50/11 in 36/21).

Podzakonski predpisi:

- Uredba o merilih oziroma pogojih za določitev slovenskih avdiovizualnih del (Uradni list RS, št. 105/01),
- Uredba o postopku in podrobnejših merilih za pridobitev statusa samostojnega novinarja in za vodenje razvida kot javne knjige (Uradni list RS, št. 105/01),
- Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Uradni list RS, št. 77/02),
- Pravilnik o programih posebnega pomena (Uradni list RS, št. 85/02),
- Uredba o izvedbi rednega letnega javnega razpisa za sofinanciranje ustvarjanja programskih vsebin medijev (Uradni list RS, št. 78/06, 4/11 in 8/12),
- Statut javnega zavoda Radiotelevizija Slovenija (Uradni list RS, št. 106/06, 9/12, 55/14, 34/15, 3/17 in 92/22),
- Pravilnik o načinu vodenja in postopku za vpis ter o posredovanju podatkov iz razvida medijev (Uradni list RS, št. 58/01 in 94/02),
- Pravilnik o določitvi akustičnega in vizualnega opozorila ter vizualnega simbola za programske vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike (Uradni list RS, št. 50/14),
- Pravilnik o načinu izračuna plačil na podlagi dovoljenja za izvajanje televizijske dejavnosti oziroma vpisa v uradno evidenco ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo (Uradni list RS, št. 72/12),
- Splošni akt o zaščiti otrok in mladoletnikov v televizijskih programih in avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo (Uradni list RS, št. 84/13),
- Splošni akt o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti (Uradni list RS, št. 95/06 in 25/07),
- Splošni akt o metodologiji nadzorstva avdiovizualnih medijskih storitev, radijskih programov in platform za izmenjavo videov (Uradni list RS, št. 87/22) Splošni akt o priglasitvi avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo (Uradni list RS, št. 35/12),
- Splošni akt o načinu ugotavljanja pokritosti prebivalstva na območju Republike Slovenije z analognimi prizemnimi radijskimi ali televizijskimi programi, ki se razširjajo po radijskih frekvencah za analogno radiodifuzijo (Uradni list RS, št. 138/06),
- Splošni akt o promocijskem umeščanju izdelkov in sponzoriranju (Uradni list RS, št. 44/12),
- Splošni akt o tematskih televizijskih programih (Ur. l. RS, št. 67/16),
- Odlok o ustanovitvi Sveta za radiodifuzijo (Uradni list RS, št. 62/01, 115/06, 100/07 in 30/12).

Zgodovina noveliranja Zakona o medijih:

Obstoječi Zakon o medijih (ZMed) je bil sprejet leta 2001, pomembneje spremenjen in dopolnjen pa leta 2006 (ZMed-A), ko so se med drugim prenovile določbe o financiranju programskih vsebin medijev (javni interes), pravici do popravka, omejevanju koncentracije, programih posebnega pomena, zaščiti otrok in mladoletnikov, programskih deležih, izvajanju radijske in televizijske dejavnosti in druge.

Celovita prenova ZMed je bila načrtovana v letih 2010-2011. Ministrstvo za kulturo je po več kot leto dni trajajoči javni razpravi leta 2011 pripravilo predlog novega Zakona o medijih (ZMed-1), ki pa so ga poslanci Državnega zbora zavrnil v prvem branju.

Predlog ZMed-1 je vseboval tudi del, namenjen prenosu Direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah (AVMSD), ki ureja področje televizijskih programov in avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, sprejete konec leta 2007. Zaradi obveznosti prenosa direktive, ki bi jo države članice EU morale v svoj pravni red prenesti do konca leta 2009, je Ministrstvo za kulturo po zavrnitvi predloga novega ZMed-1 po hitrem postopku pripravilo predlog Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah, ki je bil sprejet v Državnem zboru in pričel veljati konec leta 2011.

Leta 2012 je bila na predlog poslancev z novelo ZMed-B sprejeta manjša sprememba, ki je uredila pravico do neodplačnega razširjanja radijskih in televizijskih programov posebnega pomena na multipleksu RTV Slovenije.

Na predlog Ministrstva za kulturo je Državni zbor 2016 sprejel novelo ZMed-C, s katero se je uredila obveznost oblikovanja pravil za komentiranje v spletnih medijih, ustavno skladen rok za vložitev zahteve za objavo popravka, obveznost predvajanja kvote slovenske glasbe podnevi in učinkovitejši nadzor nad izvajanjem zakona.

Kmalu po tem je bila leta 2016 na predlog poslancev sprejeta novela ZMed-D, ki je na novo uredila obveznost predvajanja kvote slovenske glasbe podnevi.

Konec junija 2019 je Ministrstvo za kulturo v dvomesečno javno obravnavo poslalo osnutek novele ZMed-E, ki naj bi prenovila najpomembnejša področja zakona o medijih ter naslovila ključne probleme: opredelitev pojma medij, javni interes in finančne sheme, namenjene ohranjanju delovnih mest v medijih, usposabljanju novinarjev, krepitevi samoregulacije in programom medijske pismenosti, izvršljivost že obstoječe prepovedi spodbujanja neenakopravnosti in nestrpnosti, izvajanje pravice do popravka, razvid medijev, zaščito pluralnosti medijskega prostora, ureditev medijev s statusom posebnega pomena, obveznost razširjanja določenih programov, odpravo nekaterih programskih omejitev, administrativnih obveznosti in bremen, znižanje glob itd. Na podlagi prejetih pripomb in predhodnih posvetovanj z Ministrstvom za pravosodje, Ministrstvom za gospodarstvo ter Agencijo za varstvo konkurence in Agencijo za komunikacijska omrežja in storitve je Ministrstvo za kulturo januarja 2020 za medresorsko obravnavo oblikovalo predlog novele ZMed-E. V času poteka koalicijskega usklajevanja so bile zaradi odstopa predsednika Vlade, Marjana Šarca, zakonodajne aktivnosti prekinjene.

2. CILJI, NAČELA IN POGLATVITNE REŠITVE PREDLOGA ZAKONA

2.1 Cilji

Namen novega zakona o medijih je odprava največjih pomanjklivosti veljavnega zakona in uskladitev z vsemi novimi evropskimi akti, ki se dotikajo področja medijev.

Uredba (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in spremembi Direktive 2010/13/EU (UL L št. 2024/1083 z dne 17. 4. 2024)

Uredbo (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in spremembi Direktive 2010/13/EU (UL L št. 2024/1083 z dne 17. 4. 2024) (v nadaljnjem besedilu: Uredba (EU) 2024/1083) je septembra 2022 predstavila Evropska komisija. V Evropskem parlamentu so jo potrdili 13. 3. 2024. Na Svetu EU je bila sprejeta 26. 3. 2024, v uradnem listu EU 17. 4. 2024 in je pričela veljati 7. 5. 2024.

Uredba (EU) 2024/1083 ureja področje medijskih storitev na notranjem trgu in zagotavljanje pluralnosti medijev, uredniške neodvisnosti in svobode medijev v EU. Z Uredbo (EU) 2024/1083 se na ravni EU prvič harmonizira in regulira celotno področje medijskih storitev, saj se je z dosedanjimi Direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah reguliralo le avdiovizualno medijsko področje.

Namen Uredbe (EU) 2024/1083 je zagotoviti večjo pravno varnost in enake pogoje na trgu ponudnikov medijskih storitev, preglednost podatkov in lastništva ponudnikov medijskih storitev, boljše sodelovanje med neodvisnimi regulatorji, močnejšo uredniško neodvisnost, pregledno imenovanje organov in stabilno financiranje javnih medijskih servisov, ureditev medijske koncentracije ter pravično in pregledno oglaševanje v državnih podjetjih.

Uredba (EU) 2024/1083 uvaja tudi nov regulatorni organ, Evropski odbor za medijske storitve, ki bo nadomestil sedanjo ERGO (združenje evropskih neodvisnih avdiovizualnih regulatorjev), zato uredba tudi posega in spreminja revidirano in dopolnjeno Direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah.

Uredba (EU) 2024/1083 ima dvojno (hibridno naravo), saj večji del določb velja neposredno, za določene člene pa imajo države članice pravico, da sprejmejo podrobnejša ali strožja pravila, če s tem zagotavlja višjo raven zaščite medijske pluralnosti ali uredniške neodvisnosti v skladu z uredbo in v skladu s pravom Unije. Hkrati pa v določbah o koncentraciji na medijskem trgu določa, da morajo

države članice v nacionalnem pravu določiti materialna in postopkovna pravila, ki omogočajo oceno koncentracij na medijskem trgu, ki bi lahko bistveno vplivale na pluralnost medijev in uredniško neodvisnost.

Uredba (EU) 2024/1083 podrobneje ureja:

- novo področje uporabe in skladno s tem vključuje nove definicije (medijska storitev, ponudnik medijske storitve, merjenje občinstva ...);
- nove pravice in obveznosti ponudnikov medijskih storitev;
- zaščitne ukrepe za ponudnike medijskih storitev;
- zaščitne ukrepe za javne medijske storitve;
- določa neodvisnega regulatornega organa, ki je organ, določen z Direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah (v Republiki Sloveniji je to AKOS);
- ukrepe za sodelovanje med regulatorji in ukrepe za dobro delovanje notranje trga;
- obveznosti platform za izmenjavo videov in za ponudnike storitev izven EU;
- določbe o medijskih storitvah v digitalnem okolju;
- objave in umik medijskih vsebin na zelo velikih platformah ter postopke pritožb;
- novo obveznost držav članic za sprejem ocene koncentracije na medijskem trgu, vključno z mediji in spletnimi platformami;
- pravico do prilagajanja ponudbe medijev;
- meritve občinstva in
- pregledno dodeljevanje javnih sredstev za državno oglaševanje in javna naročila blaga ali storitev pri ponudnikih medijskih storitev in storitev spletnih platform.

Države članice pa lahko sprejmejo natančnejša in strožja pravila v naslednjih primerih:

- pri pravicah oziroma zaščiti ponudnikov medijskih storitev;
- pri ukrepih za neodvisno delovanje ponudnikov javnih medijskih storitev (javni RTV servis), med katere sodi zagotovitev preglednega in ustreznega financiranja, neodvisnost uprave in neodvisnost pri imenovanju in razreševanju uprave, odprto in nediskriminatorno imenovanje letih;
- pri zagotavljanju preglednosti podatkov o lastništvu (javna in dostopna objava podatkov, vzpostavitev zbirke podatkov o lastništvu medijev);
- pri zagotavljanju neodvisne uredniške politike;
- pri določitvi materialnih in postopkovnih pravil, ki omogočajo oceno koncentracije medijev, pri čemer se ocena koncentracije na medijskem trgu razlikuje od ocen v okviru konkurenčnega prava Unije in nacionalnega konkurenčnega prava;
- pri določitvi postopkov dodeljevanja javnih sredstev za državno oglaševanje.

Pri pripravi novega Zakona o medijih so bile zato smiselno upoštevane določbe Uredbe (EU) 2024/1083, v skladu z drugim odstavkom 1. člena Uredbe (EU) 2024/1083, ki določa, da uredba ne vpliva na možnost držav članic, da sprejmejo podrobnejša ali strožja pravila na področjih iz poglavja II, poglavja III, oddelek 5, in člena 25, če taka pravila zagotavljajo višjo raven zaščite medijske pluralnosti ali uredniške neodvisnosti v skladu s to uredbo in so v skladu s pravom Unije. Pri tem je bil upoštevan vsebinski okvir določb in so bili vključene natančnejše ali strožje opredelitve, ki omogočajo zasledovanje ciljev na način, da so konkretno opredeljeni elementi in okoliščine ali pogoji, s katerimi se bo izvajalo pravice in dolžnosti, ki izhajajo iz določb Uredbe (EU) 2024/1083.

Spodbujanje medijske raznolikosti (pluralnosti)

Na Ministrstvu za kulturo se od leta 2002 izvaja redni letni razpis za sofinanciranje medijskih vsebin, na katerem je bilo v dvajsetih letih razdeljenih več kot 54 milijonov evrov. Za leto 2024 je znašala vrednost razpisa približno tri milijone evrov.

Glavni namen tega razpisa je bilo spodbujanje medijske pluralnosti. Toda mednarodni letni monitoring medijske pluralnosti, ki ga za Slovenijo izvajajo pri evropskem centru CMPF, že od leta 2016 kaže na srednja do visoka tveganja na področju medijske pluralnosti.

V Sloveniji se ni vzpostavil noben drug mehanizem za spremljanje medijske pluralnosti in učinkovitosti javnih politik (spodbud) na tem področju. Zato je letno poročilo CMPF edini kazalnik, ki je narejen po enotni metodologiji in primerja stanje medijske pluralnosti med leti 2016-2023.

Slovenija je dobila oceno visokega tveganja zlasti na področju politične neodvisnosti (vpliva politike na medijski prostor) in tržne pluralnosti (visoka koncentracija medijskega lastništva), s srednjim

tveganjem pa je bila ocenjena na področju družbene vključenosti in splošne zaščite.

Ti rezultati se z leti niso izboljševali, kar nakazuje, da obstoječi ukrepi za zaščito in spodbujanje medijske pluralnosti niso bili učinkoviti.

Novi Zakon o medijih daje pravno podlago za pripravo različnih oblik finančnih pomoči medijem, kadar medijski trg v zadostni meri ne zagotavlja uresničevanja javnega interesa na področju medijev.

Takšni ukrepi morajo biti pregledni in utemeljeni na vnaprej določenih, nediskriminatornih, vsebinsko nevtralnih in objektivnih merilih, učinki porabe javnega denarja pa morajo biti merljivi in preverljivi z vnaprej določenimi kazalniki. Prav tako morajo temeljiti na rednem spremljanju stanja medijske pluralnosti in drugih ključnih kazalnikov na medijskem trgu.

Finančne pomoči medijem

Glede na pretekle odločitve in smernice Evropske komisije so finančne pomoči na področju medijev sprejemljive in dovoljene, če ne financirajo medijske dejavnosti kot take, ampak temeljijo na udeležanju javnega interesa na področju medijev, torej na zagotavljanju svobode izražanja, spodbujanju medijske raznolikosti (pluralnosti) in pravice do celostne obveščenosti javnosti.

Novi Zakon o medijih zato vzpostavlja pravno podlago za izoblikovanje in razdeljevanje finančnih pomoči za udeležanje javnega interesa na področju medijev.

Možne finančne pomoči medijem po novem ne bodo več omejene samo na sofinanciranje programskih vsebin v medijih, kar dovoljuje veljavna zakonodaja. Po novem zakonu bo mogoče med drugim spodbujati razvojne projekte v medijih (digitalni prehod, razvoj novih produktov), subvencionirati produkcijske stroške in distribucijske poti do uporabnikov, subvencionirati naročnine in zaposlovanje specializiranih novinarskih profilov.

Pri podeljevanju finančnih pomoči nov zakon sledi načelu vsebinsko nevtralnih ukrepov – da bodo do državnih pomoči pod enakimi pogoji upravičeni vsi mediji, ki bodo izpolnjevali določena objektivna merila, denimo delež lastne produkcije, doseg občinstva, število zaposlenih ali rednih sodelavcev, zastopanost zahtevnejših in specializiranih novinarskih žanrov in podobno.

Tako je mogoče bistveno zmanjšati morebitno izkrivljanje trga s prikritim ali nepreglednim razdeljevanjem javnega denarja v izbrane medije, kar se je doslej izkazalo za eno izmed glavnih slabosti veljavne ureditve.

Občinski mediji in državno oglaševanje

Računsko sodišče je revidiralo pravilnost in smotrnost poslovanja več slovenskih občin v delu, ki se nanaša na financiranje izdajanja občinskih glasil in objave v medijih za obdobje v letih 2013 in 2014.

Na Računskem sodišču so iz analize vprašalnikov ugotovili, da je takrat občinsko glasilo izdajalo ali soizdajalo 159 občin (od skupaj 212) – kar je približno tri četrtine vseh občin. Od tega je 105 občin poleg občinskega glasila plačevalo tudi za programske vsebine v drugih medijih.

Revizorji so pregledali medijsko poslovanje v Trziču, Sevnici, Žireh, Cerknem, Trbovljah in Laškem. Med šestimi izbranimi občinami so dvema izrekli negativno mnenje (Trziču in Cerknemu), dvema mnenje s pridržkom (Laškemu in Žirem) ter dvema pozitivno mnenje (Sevnici in Trbovljam).

Revizorji so ocenili, da so slovenske občine za izdajanje občinskih glasil v letu 2013 skupaj porabile 3,6 milijona evrov, leta 2014 pa skoraj štiri milijone evrov. Ob tem so leta 2013 porabile še 1,6 milijona evrov za financiranje objav v drugih medijih, naslednje leto pa se je ta izdatek povišal na skoraj 2,3 milijona evrov. Kar pomeni, da so slovenske občine v volilnem letu 2014 po oceni računskega sodišča porabile več kot šest milijonov evrov za medijske dejavnosti (podatke so sodišču posredovale občine).

Poročilo Računskega sodišča je zajelo samo obdobje za leti 2013 in 2014, celovitih ali aktualnih podatkov za medijsko porabo slovenskih občin pa ni. Prav tako ni zbranih celovitih podatkov za skupno višino vsega projektne denarja po drugih ministrstvih, državnega in političnega oglaševanja ter oglaševanja podjetij v državni lasti.

To pomeni, da je bilo medijem doslej v Sloveniji namenjenega razmeroma veliko javnega denarja, a

je bila poraba tega denarja nepregledna in zelo verjetno ni temeljila na realnih podatkih o dosegu in občinstvu določenega medija.

Novi Zakon o medijih podrobneje ureja določbo Uredbe (EU) 2024/1083, ki zahteva večjo preglednost državnega oglaševanja, in sicer se javna sredstva ali kakršna koli druga nadomestila ali koristi, ki jih javni organi ali subjekti neposredno ali posredno dajo na voljo ponudnikom medijskih storitev ali ponudnikom spletnih platform za državno oglaševanje ali pogodb o javnih naročilih blaga ali storitev, sklenjenih s ponudniki medijskih storitev ali ponudniki spletnih platform, dodelijo v skladu s preglednimi, objektivnimi, sorazmernimi in nediskriminatornimi merili, ki so vnaprej javno dostopna z elektronskimi in uporabniku prijaznimi sredstvi ter na podlagi odprtih, sorazmernih in nediskriminatornih postopkov.

Javni organi ali subjekti pa morajo vsako leto prek elektronskih in uporabniku prijaznih sredstev objaviti informacije o svojih javnih izdatkih za državno oglaševanje. V skladu z Uredbo (EU) 2024/1083 pomeni „državno oglaševanje“ prikazovanje, promocijo, objavljanje ali razširjanje promocijskega ali samopromocijskega sporočila ali javne objave ali informacijske kampanje v okviru katere koli medijske storitve ali spletne platforme, običajno v zameno za plačilo ali kakšno drugo nadomestilo s strani javnega organa ali subjekta, zanj ali v njegovem imenu.

Preglednost medijskega lastništva in prenova razvida medijev

V Sloveniji ni mogoče na preprost način pridobiti aktualnih podatkov o dejanskih medijskih lastnikih, dosegu in občinstvih medija ali virih financiranja. Brez teh podatkov javnost ne more biti seznanjena, kateri posamezniki, podjetja ali organizacije vplivajo na ključne poslovne in uredniške odločitve v medijih.

Novi zakon o medijih zato predvideva nov register, s katerim se nadomešča dosedanji medijski razvid. V novem razvidu bo mogoče poiskati aktualne podatke o formalnih in dejanskih lastnikih medijev, podatke o državnem oglaševanju in prejetih državnih pomočeh ter druge podatke, ki so potrebni za poznavanje in analizo medijske krajine.

Omejevanje koncentracije v medijih

Omejevanje koncentracije lastništva je eden izmed najbolj pomembnih ukrepov za varovanje in spodbujanje medijske raznolikosti (pluralnosti) v medijski zakonodaji.

V gospodarskem pravu koncentracija sama po sebi ni prepovedana, prav tako ne prevladujoči ali monopolni položaj. Prepovedana je samo zloraba takega monopola. Pri medijih je drugače, saj vsaka koncentracija potencialno pomeni zmanjšanje medijske pluralnosti in uredniške neodvisnosti. Prav tako prevladujoči ali monopolni položaj že sam po sebi potencialno predstavlja možnost nastanka nesorazmernega vpliva na javno mnenje in manjšo raznolikost (pluralnost) medijskih glasov.

Če ima en medijski lastnik v lasti več medijev, denimo televizijo, tiskani medij in več spletnih medijev, ti mediji kljub navidezni raznolikosti (več medijskih kanalov) govorijo z enotnim medijskim glasom, kadar pokrivajo bistvene družbene, ekonomske, kulturne ali politične teme. Vsaka pripojitev ali združitev medija pa lahko pomeni izgubo prej avtonomne uredniške redakcije, kar prav tako zmanjša število medijskih glasov in zmanjša raznolikost vsebin.

V medijskem okolju obstaja veliko tveganje, da mediji v lasti enega lastnika praviloma zastopajo enaka ali zelo podobna stališča in interese pri ključnih družbenih, kulturnih, političnih in gospodarskih vprašanjih, ne glede na število naslovov, edicij, radijskih ali televizijskih programov ter drugih medijskih kanalov. Za celovito obveščeno javnost je tvegano tudi, da mediji praviloma ne poročajo o interesih in morebitnih spornih praksah lastnikov ali njihovih poslovnih partnerjev. To je še zlasti problematično v primerih, kadar so mediji del velikih poslovnih skupin, ki imajo interese v več različnih panogah ali sodelujejo pri javnih razpisih.

V takih primerih ni dovolj, če imajo ti mediji formalno zagotovljeno uredniško avtonomijo, saj to ni zadostna varovalka za zaščito medijske raznolikosti (pluralnosti). Za resnično raznolikost medijskih glasov je še vedno nujna tudi raznolikost medijskega lastništva.

Nov Zakon o medijih zato upošteva določbe Uredbe (EU) 2024/1083, ki zahteva poseben postopek presoje medijske koncentracije, ki je drugačen od siceršnje presoje koncentracije na ostalih trgih. Po novem postopku bo moral namreč regulator presojati koncentracije na medijskem trgu, ki bi lahko

bistveno vplivale na pluralnost medijev in uredniško neodvisnost, česar obstoječe presoje koncentracije ne zajemajo.

Za oceno koncentracij na medijskem trgu po tem zakonu je pristojna Agencija za komunikacijska omrežja in storitve (AKOS). Prepovedane so medijske koncentracije, ki bistveno zmanjšujejo medijsko pluralnost ali ki bistveno zmanjšujejo uredniško avtonomijo.

Pri oceni medijske koncentracije se z novim Zakonom o medijih upoštevajo zlasti naslednja merila:

- uresničevanje javnega interesa na področju medijev;
- pričakovani vpliv medijske koncentracije na medijsko pluralnost, ob upoštevanju načela svobode izražanja, oblikovanje javnega mnenja in raznolikost programskih vsebin in medijske ponudbe na trgu, ob upoštevanju spletnega okolja in interesov strank, njihovih povezav ali dejavnosti v drugih medijskih podjetjih ali z njimi povezanimi podjetji, katerih glavna dejavnost ni medijska dejavnost;
- pričakovani vpliv medijske koncentracije na uredniško in novinarsko avtonomijo ter možnosti izražanja različnih mnenj oziroma prepričan in vključevanja raznolikih programskih vsebin.

Prav tako se lahko pri oceni medijske koncentracije upoštevajo tudi naslednje okoliščine:

- morebitne zaveze, ki jih poda podjetje, vključeno v medijsko koncentracijo, za zaščito javnega interesa na področju medijev;
- zaščitni ukrepi za uredniško avtonomijo ter za raznolikost programskih vsebin, vključno z ukrepi, ki so jih priglasitelj ali podjetja, vključena v medijsko koncentracijo, sprejeli za zagotovitev neodvisnosti uredniških odločitev;
- ocena, ali bi brez koncentracije priglasitelj ali podjetja, vključena v medijsko koncentracijo, ostala ekonomsko vzdržna in ali obstajajo še druge možnosti za zagotovitev njene gospodarske vzdržnosti.

Umetna inteligenca

Umetna inteligenca (UI) pridobiva vse večji vpliv v različnih dejavnostih, pri čemer je uporaba UI v medijih posebej občutljiva, še zlasti v primeru generativne umetne inteligence, kjer lahko UI v medijih ustvarja programske vsebine (besedila, fotografije, videe ...), ki jih ni mogoče zlahka razločiti od človeških izdelkov.

Regulacija UI v medijih je ključna za zaščito javnega interesa in pravice državljanov do celovite obveščенosti, saj pravica do celovite obveščенosti vključuje tudi pravico vedeti, ali so medijske vsebine ustvarjene z umetno inteligenco.

Označevanje vsebin ali delov vsebin, ustvarjenih z UI, je v medijih pomembno zaradi vloge novinarstva in medijev v družbi. Regulacija UI v medijih med drugim zasleduje zagotavljanje resničnih in zanesljivih informacij, ohranjanje etičnih meril, preprečevanje neenakosti in pristranskosti ter varnost zaradi možnih dezinformacij.

Novi Zakon o medijih opredeljuje tako vsebine, ki jih UI ustvari v celoti sama, ali dele vsebin, ustvarjenih z GUI, ki jih novinarji vključujejo v članke. Zakon ne prepoveduje same rabe UI v medijih, če je UI uporabljena kot orodje za pomoč pri pripravi programskih vsebin (iskanje, pretvorba govora v besedilo, prevajanje, obdelava slike in zvoka ...), temveč zahteva, da so vsebine, pri katerih so bili uporabljeni sistemi UI, jasno prepoznane in posebej ločene od drugih programskih vsebin medija. Vsaka programska enota, bodisi besedilo bodisi zvok ali avdiovizualne vsebine, mora biti jasno označena, če jo je ustvarila generativna umetna inteligenca.

Uredba (EU) 2024/1083) v 18. členu (Vsebine ponudnikov medijskih storitev na zelo velikih spletnih platformah) določa, da morajo ponudniki zelo velikih spletnih platform zagotoviti funkcijo, ki prejemnikom njihovih storitev omogoča, da izjavijo, da so ponudniki medijskih storitev ter med drugimi obveznostmi tudi, da ne zagotavljajo vsebin, ki jih ustvarijo sistemi umetne inteligence, ne da bi se nad njimi izvajal človeški pregled ali uredniški nadzor.

2.2 Načela

Temeljna načela medijske zakonodaje izvirajo iz dvojne narave medijske dejavnosti.

Medijska zakonodaja na eni strani prepoznava medije kot javne ali zasebne gospodarske družbe, ki delujejo na trgu medijskih potrošnikov in oglaševalcev. Na drugi strani pa jim priznava pomembno vlogo pri delovanju demokratičnih družb, zaradi česar so mediji deležni nekaterih posebnih pravic in

zavezani nekaterim omejitvam, ki temeljijo na spoštovanju svobode izražanja in zagotavljanju pravice javnosti do celovite obveščeniosti.

Na svobodi izražanja, celoviti obveščeniosti in medijski raznolikosti temelji tudi uresničevanje javnega interesa na področju medijev.

Država je zato z medijsko zakonodajo dolžna:

- zagotoviti prost pretok informacij, znanja, mnenj in idej ter ustvariti pogoje, ki medijem omogočajo celovito obveščanje javnosti o vseh pomembnih družbenih vprašanjih;
- ohranяти in spodbujati raznolikost medijskih glasov (pluralnost medijev);
- utrjevati neodvisnost medijev in novinarsko avtonomijo, spodbujati kakovostno novinarstvo ter si prizadevati za zaščito novinarjev in drugih posameznikov, ki s svojim delovanjem prispevajo k celovitemu obveščanju javnosti;
- zaščititi državljane in državljanke pred škodljivimi medijskimi praksami (dezinformacijami, spodbujanjem nasilja, nestrpnosti in sovraštva)
- poskrbeti za preglednost medijskega lastništva in financiranja;
- omejiti koncentracijo medijskega lastništva in s tem pridobivanja nesorazmernega vpliva na javno mnenje.

Pravica do obveščeniosti zajema pravico prebivalcev in prebivalk Republike Slovenije, Slovencev po svetu, pripadnikov oziroma pripadnic slovenskih narodnih manjšin v Avstriji, Hrvaški, Italiji in Madžarski, italijanske in madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji, romske skupnosti, ki živi v Sloveniji, ter invalidov in drugih ranljivih družbenih skupin.

Z namenom zagotavljanja svobode izražanja, celovite obveščeniosti in medijske raznolikosti (pluralnosti) lahko država tudi aktivno poseže v medijski prostor z različnimi oblikami državnih pomoči (subvencije, projektno financiranje ali sofinanciranje, državno oglaševanje in naročanje ...), kadar medijski trg zaradi različnih razlogov in v zadostni meri ne zagotavlja uresničevanja javnega interesa na področju medijev. Takšni ukrepi morajo biti pregledni in utemeljeni na vnaprej določenih, nediskriminatorskih, vsebinsko nevtralnih in objektivnih merilih, učinki porabe javnega denarja pa morajo biti merljivi in preverljivi z vnaprej določenimi kazalniki.

2.3 Poglavitne rešitve

Novi Zakon o medijih temelji na treh glavnih vsebinskih sklopih, ki drug drugega smiselno dopolnjujejo. Namen novega Zakona o medijih pa je tudi v novem medijskem okolju varovati svobodo izražanja, zagotoviti celovito obveščeniost državljanek in državljanov ter spodbujati raznolikost medijskih glasov (pluralnost medijev).

Prvo poglavje zakona zajema zagotavljanje svobode izražanja, novinarske avtonomije in neodvisnosti medijev. Vsebuje določbe o svobodi izražanja, novinarski avtonomiji in uredniški neodvisnosti, zaščiti vira in prepovedi nameščanja vdorne programske opreme za nadzor, odgovornem uredniku, statusu samostojnega novinarja ter informacijah za medije in samostojne novinarje.

Drugo poglavje zajema ukrepe na področju spodbujanja in zaščite medijske raznolikosti (pluralnosti). Opredeljuje javni interes na področju medijev, ureja državne pomoči medijem, zagotavlja transparentnost podatkov o medijih (vpis v razvid medijev, razkritje nasprotja interesov), ureja postopek prigrisatve in presoje koncentracij v medijih, določa obveznost zagotavljanja programskih deležev, ureja programe posebnega pomena.

Tretji vsebinski sklop določa obveznosti in odgovornosti izdajateljev oziroma nujne omejitve medijske dejavnosti, ki so potrebne za zaščito pravice državljanov in prebivalcev do celovite obveščeniosti in pred zlorabami medijske moči. V okviru tega poglavja se urejajo zaščita slovenščine v medijih, prepoved spodbujanja k neenakopravnosti, nasilju in vojni ter razpihovanja sovraštva in nestrpnosti, zaščita otrok v medijih, pravila za komentiranje javnosti, objava nujnega sporočila, splošne zahteve in omejitve pri oglaševanju, državno in politično oglaševanje, prepoved verskega oglaševanja v javnih medijih, obvezno označevanje uporabe umetne inteligence v medijih ter pravica do popravka in odgovora.

Novi Zakon o medijih vsebuje tudi sklop posebnih določb o izvajanju radijske in televizijske dejavnosti, v okviru katerih se urejajo dovoljenja za izvajanje radijske in televizijske dejavnosti, pravica razširjanja na prizemni radiodifuziji, radijske in televizijske programske mreže, tematski programi, lokalna okna,

pravica do kratkega poročanja ter obvezni neodplačni prenos programov prek elektronskih komunikacijskih omrežij.

3. OCENA FINANČNIH POSLEDIC PREDLOGA ZAKONA ZA DRŽAVNI PRORAČUN IN DRUGA JAVNA FINANČNA SREDSTVA

Predlog zakona ima finančne posledice na državni proračun. Predlog zakona nima finančnih posledic za druga javna finančna sredstva.

Ministrstvo za kulturo ima sredstva za izvajanje zakona zagotovljena v svojem finančnem načrtu, in sicer na PP 131081 Izvajanje Zakona o medijih v letu 2025 v višini 4.161.767 EUR ter v letu 2026 v višini 8.000.000 EUR.

Ministrstvo za kulturo ima sredstva za zaposlitev enega zaposlenega na Inšpektoratu RS za kulturo in medije zagotovljene pri proračunskem uporabniku Inšpektoratu RS za kulturo in medije, in sicer v letu 2025 v višini 30.000 EUR in v letu 2026 v višini 31.000 EUR.

Finančne posledice za leto 2025 so ocenjene v skupni višini 4.191.767 EUR, za leto 2026 pa v skupni višini 8.031.000 EUR.

Že sedaj je v postopkih, vezanih na medijske koncentracije, predviden upravni spor. Predlagatelj ocenjuje, da bo posledično število upravnih sporov iz tega naslova ostalo približno enako. Po podatkih ministrstva za kulturo je ministrstvo za kulturo po do sedaj veljavni ureditvi vodilo povprečno pet upravnih postopkov na leto, v katerih je odločalo o omejevanju medijskih koncentracij, število upravnih sporov pa je bilo zanemarljivo (manj kot eden na leto). Posledično iz tega naslova ne bodo nastale dodatne obremenitve sodstva in s tem finančne posledice.

4. NAVEDBA, DA SO SREDSTVA ZA IZVAJANJE ZAKONA V DRŽAVNEM PRORAČUNU ZAGOTOVLJENA, ČE PREDLOG ZAKONA PREDVIDEVA PORABO PRORAČUNSKIH SREDSTEV V OBDOBJU, ZA KATERO JE BIL DRŽAVNI PRORAČUN ŽE SPREJET

Ministrstvo za kulturo ima sredstva za izvajanje zakona zagotovljena v svojem finančnem načrtu, in sicer na PP 131081 Izvajanje Zakona o medijih v letu 2025 v višini 4.161.767 EUR ter v letu 2026 v višini 8.000.000 EUR.

Ministrstvo za kulturo ima sredstva za zaposlitev enega zaposlenega na Inšpektoratu RS za kulturo in medije zagotovljene pri proračunskem uporabniku Inšpektoratu RS za kulturo in medije, in sicer v letu 2025 v višini 30.000 EUR in v letu 2026 v višini 31.000 EUR.

5. PRIKAZ UREDITVE V DRUGIH PRAVNIH SISTEMIH IN PRILAGOJENOSTI PREDLAGANE UREDITVE PRAVU EVROPSKE UNIJE

Predlog zakona je predmet usklajevanja s pravom EU.

Prilagojenost predlagane ureditve pravu EU:

Z novim Zakonom o medijih se prenaša prenašata prvi in drugi odstavek 114. člen Direktive (EU) 2018/1972 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. decembra 2018 o Evropskem zakoniku o elektronskih komunikacijah (UL L št. 321, z dne 17. 12. 2018, str. 36–214).

Prvi in drugi odstavek člena 114 omenjene direktive določata obveznost prenosa (t. i. must carry), in sicer:

1. Države članice lahko naložijo podjetjem, ki so v njihovi pristojnosti in zagotavljajo elektronska komunikacijska omrežja in storitve, ki se uporabljajo za distribucijo radijskih ali televizijskih radiodifuzijskih kanalov v javnosti, razumne obveznosti prenosa posebnih radijskih in televizijskih radiodifuzijskih kanalov in povezanih dopolnilnih storitev, zlasti za zagotovitev ustreznega dostopa končnim uporabnikom invalidom in podatkov, ki podpirajo storitve povezane televizije in elektronskih

programskih vodnikov, kadar pomembno število končnih uporabnikov takih omrežij in storitev slednje uporablja kot svoje glavno sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih radiodifuzijskih kanalov. Take obveznosti se naložijo samo, kadar so potrebne za izpolnitev ciljev v splošnem interesu, kot jih jasno opredeli vsaka država članica, morajo pa biti sorazmerne in pregledne.

2. Države članice do 21. decembra 2019 in nato vsakih pet let pregledajo obveznosti iz odstavka 1, razen če so takšen pregled opravile že v predhodnih štirih letih.

Prvi odstavek 114. člena direktive se prenaša z določbami prvega do štirinajstega odstavka 93. člena novega Zakona o medijih, drugi odstavek 114. člena direktive pa se prenaša s petnajstim odstavkom 93. člena novega Zakona o medijih.

Z novim Zakonom o medijih se tudi podrobneje ureja izvajanje 3., 4., 6., 22. in 25. člena Uredbe (EU) 2024/1083.

Prikaz ureditve v izbranih evropskih državah:

Pri pripravi novega Zakona o medijih je Direktorat za medije na Ministrstvu za kulturo temeljito pregledal medijsko zakonodajo po Evropi in upošteval dobre prakse, ki so primerne za medijski prostor v Sloveniji.

Vendar pa je treba pri primerjavi in uveljavljanju tujih praks upoštevati zgodovinske, družbene, politične in gospodarske dejavnike, ki sooblikujejo delovanje medijev v vsaki posamični družbi. V Evropi do sprejetja Uredbe (EU) 2024/1083 ni bilo uspešnega poskusa uveljavitve enotnega »evropskega zakona o medijih«. Vsaka država je medije regulirala na svoj način ali se je iz medijev umaknila in jih skoraj v celoti prepustila trgu. Zato ni mogoče govoriti o kakršni koli enotni »evropski« ureditvi medijske zakonodaje ali o univerzalnih dobrih praksah, ki bi jih bilo mogoče preprosto uporabiti in prenesti v drugo medijsko okolje.

Sprejemanje Uredbe (EU) 2024/1083 je pokazalo, da je za Evropo še vedno značilna delitev na štiri zelo različne medijske sisteme, ki sta jih v primerjalni analizi iz leta 2004 opisala Daniel C. Hallin in Paolo Mancini v knjigi *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*.

Avtorja sta medijske sisteme analizirala glede na vpliv politike in države v medijih, profesionalizem in značilnosti medijskega trga.

V Avstriji, Nemčiji, Švici in večini skandinavskih držav prevladuje demokratični korporativni model. Zanj so značilne tradicionalno visoke naklade tiskanih medijev, pluralnost vsebin in dobro razvit radiodifuzni medijski sektor z močnimi javnimi mediji. Medijem je zagotovljena visoka stopnja avtonomije, medijski poklici so visoko profesionalizirani in v medijih je uveljavljena samoregulacija (tiskovni sveti, častna razsodišča ...). Posegi države v medijski prostor so zelo omejeni, glavna naloga države je varovanje medijske svobode in svobode izražanja, za ta model so značilne tudi različne oblike državne finančne podpore medijem.

Za Veliko Britanijo in Irsko je značilen severnoatlantski ali liberalni model (ta se je razvil tudi v ZDA in v Kanadi). V tem modelu država medije večinoma prepušča trgu (izjema sta močni radioteleviziji na Irskem in v Veliki Britaniji), zato prevladuje zaseben medijski sektor, ki se je začel z zgodnjim razvojem komercialnega tiska, sledili pa so mu komercialni radii, televizije in različni novi modeli distribucije (kabel, satelit, televizija IP, pretočni video na zahtevo ...).

V Italiji, Španiji, Franciji, Grčiji, na Portugalskem in v večini nekdanjih socialističnih držav pa se je razvil ali izoblikoval mediteranski polariziran pluralni model (Hallin in Mancini sicer opišeta tudi četrti, tranzicijski medijski model, a je v Sloveniji tranzicija prešla v precej tipičen mediteranski model). Za ta model je značilno izrazito padanje naklad tiskanih medijev, močan vpliv političnih strank v medijih (zlasti javnih), velika prepletenost države z gospodarstvom in stihijsko poseganje države v medijski prostor (dodeljevanje ali ukinjanje javnega financiranja, obdobja deregulacije, ki jih zamenjajo obdobja pretirane regulacije, poseganje v avtonomijo vodenja in upravljanja medijev ...).

Ta prikaz ureditve medijske zakonodaje v drugih pravnih sistemih – tako držav članic kot tudi nečlanic Evropske unije – je zato zastavljen na način, da ne predstavlja ureditve celotnega medijskega področja posamezne države ali držav, ampak izpostavi zgolj tiste določbe, ki so najbolj relevantne za medijsko zakonodajo v Sloveniji.

V okviru tega prikaza bodo tako vključene posamezne zakonske rešitve naslednjih držav: Irske,

Danske, Nemčije, Estonije, Nizozemske, Avstrije in Islandije.

Definicija medija

V **Estoniji** Zakon o medijskih storitvah iz leta 2011 s spremembami ureja področje radija in televizije (v zasebnem sektorju). Pri tem Zakon ne definira medija na splošno, pač pa (v 4. členu) le posamezne medijske storitve, ki jih ureja, in sicer:

1. Avdiovizualne medijske storitve, ki so medijske storitve, ki se zagotavljajo v okviru uredniške odgovornosti ponudnika avdiovizualnih vsebin z glavnim namenom javnosti zagotavljati informativne, izobraževalne ali zabavne programe prek elektronske komunikacije. Avdiovizualne medijske storitve so:
 - televizijske storitve, ki se zagotavljajo na podlagi programske sheme za simultano gledanje programov;
 - avdiovizualne vsebine na zahtevo uporabnika, ki obsegajo vsebine, ki jih izbere uporabnik;
 - avdiovizualne tržne komunikacije (propaganda) in druge podobne storitve.
2. Radijske medijske storitve, ki se zagotavljajo v okviru uredniške odgovornosti ponudnika radijskih vsebin na podlagi kataloga programov za simultano poslušanje programov z osnovnim namenom javnosti zagotavljati informativne, izobraževalne in zabavne programe prek elektronske komunikacije.

Zakon o medijskih storitvah v 5. členu definira tudi ponudnika medijskih storitev: »Ponudnik medijskih storitev je pravna ali fizična oseba, ki zagotavlja televizijske storitve, avdiovizualne ali radijske vsebine na zahtevo uporabnika in ima uredniške odgovornosti za izbiro vsebine medijske storitve ter določa vrstni red njene predstavitve pri njenem predvajanju.« Preglednost ponudnikov medijskih storitev je prav tako urejena v zakonu, ki ureja področje javnih informacij o ponudniku medijskih storitev. Zakon določa, da mora ponudnik medijskih storitev jasno in konsistentno omogočiti dostop javnosti do podatkov o izdajatelju medija.

Transparentnost medijskega lastništva

Na **Islandiji** mora ponudnik medijskih storitev Komisijo za medije (neodvisen upravni organ za področje medijev, ki deluje pod okriljem Ministrstva za izobraževanje, znanost in kulturo) informirati o vseh spremembah okoliščin v času trajanja licence, ki imajo vpliv na informacije, dane ob vložitvi prošnje za pridobitev licence.

Ponudniki medijskih storitev morajo obvezno poročati o spremembah svoje lastniške strukture. Ta obveznost se nanaša tako na kupca kot tudi na prodajalca lastniškega deleža medija. Komisija za medije mora biti obveščena o teh poslih v dveh delovnih dneh po sklenitvi kupoprodajne pogodbe. Po vsaki skupščini medijske družbe mora njena uprava v roku štirih delovnih dni poslati Komisiji za medije izpisek iz registra lastnikov medijske družbe.

Vsi ponudniki medijskih storitev, ki imajo stalno licenco, morajo do 31. marca vsakega leta ali dodatno na zahtevo Komisije za medije tej komisiji poslati letno poročilo, ki vsebuje informacije glede strukture programa (domačih ustvarjalcev, evropskih ustvarjalcev, neodvisnih ustvarjalcev, za osebe s posebnimi potrebami, itd.) in o kadrovske zasedbi (zaposlenih) po spolu. Navedene podatke lahko ta komisija zahteva tudi od posebnega akreditiranega in certificiranega ponudnika tovrstnih podatkov, vendar mora v tem primeru pridobitev podatkov financirati sama. Tovrstni ponudnik in njegovi zaposleni so obvezani k nerazkritju pridobljenih podatkov.

Omejevanje koncentracije medijskega lastništva

V **Nemčiji** koncentracijo medijskega lastništva spremlja Komisija za ugotavljanje koncentracije v medijskem sektorju (Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich, krajše KEK). Gre za neodvisen organ, ki deluje v okviru krovne Medijske organizacije (Die Medienanstalten), ki usklajuje delovanje vseh štirinajstih medijskih organov zveznih dežel v Nemčiji.

Spremljanje koncentracije temelji na deležu televizijskega občinstva. Slednje se meri na ravni celotnega televizijskega sektorja, podatki pa so nato posredovani Komisiji za ugotavljanje koncentracije v medijskem sektorju. Ta intervenira vsakič, ko bi katere od televizij oz. televizijskih mrež ob združitvi presegle 30 odstotkov deleža občinstva. V tem primeru obvelja, da bi imele televizije oz. televizijske mreže možnost pridobiti prevelik vpliv na javno mnenje, zato se takšne konsolidacije

lastništva preprečuje. V primeru, da bi se z združitvijo televizij oz. televizijskih mrež doseglo med 25 in 30 odstotkov televizijskega občinstva, lahko Komisija pri presoji za odobritev te združitve v obravnavo vzame tudi podatke o občinstvu v ostalih medijih (radio, splet, itd.), ki so povezani s to televizijsko mrežo.

Takšen pristop k preprečevanju koncentracije medijskega lastništva pa je iz leta v leto bolj pomanjkljiv, saj koncentracijo presoja zgolj na ravni občinstev v televizijskem sektorju. Slednji je sicer še vedno relevanten medijski igralec, sploh med starejšo populacijo, a sčasoma vse bolj izgublja na pomenu v primerjavi z ostalimi medijskimi oblikami in vsebinami (splet, video na zahtevo, itd.). Komisija tako nima vpogleda v realno stanje v drugih, vse bolj bistvenih, delih medijskega sektorja (ne more dostopati do podatkov o številu uporabnikov in občinstvih) ter hkrati nima ustrezne pravne podlage, da bi lahko svoje poslanstvo izvajala na ravni celotnega sektorja.

Prav zato si pri Komisiji prizadevajo za spremembo obstoječe zakonodaje na način, da bi jim omogočala vpogled v celoten medijski sektor, kar bi jo postavilo v korak s časom.

Odgovornost in etika v medijih

Na **Danskem** imajo poseben Zakon o odgovornosti medijev (The Media Liability Act). Zakon predvsem določa kako in zoper koga se lahko sproži postopke v primeru kršitev predpisov. Zakon velja za naslednje vrste medijev:

- domače periodične publikacije, vključno s slikovnim materialom (»images«) in drugimi predstavitevami oz. slikami, ki so tiskane ali kakorkoli reproducirane,
- zvočne in slikovne programe, ki jih oddaja DR (tj. javna oz. nacionalna RTV), TV2 Danmark A/S, TV2 regionalna podjetja in vsi drugi subjekti, ki imajo licenco oz. so registrirani za radijsko ali televizijsko dejavnost,
- besedila, slike in zvočni programi, ki se jih periodično širi oz. posreduje publiki, če so v obliki novic (»form of news presentation«).

Za te vrste medijev velja, da morajo biti registrirani pri danskem Svetu za tisk, sicer zanje določbe tega zakona ne veljajo. Če so registrirani, morajo Svetu sporočiti ime glavnega odgovornega urednika, t. j. osebe, ki dokončno odloča, ali naj gre program ali prispevek v oddajo oz. posredovanje. Nespoštovanje teh zahtev se kaznuje z denarno kaznijo ali z zaporom do štirih mesecev.

Posebni določb o širjenju sovražnih vsebin oz. govora v zakonu ni. Veljajo določbe o kazenski in civilni odgovornosti.

Zakon določa, da morajo vsi množični mediji delovati v skladu z etiko (»sound press ethics«). Spoštovanje pravil o etiki (t. i. The Press Ethical Rules) nadzoruje neodvisen osemčlanski Svet za tisk, ki ga za štiriletni mandat imenuje pravosodni minister. Predsednik in podpredsednik sveta morata biti pravna strokovnjaka, ki ju v imenovanje predlaga predsednik vrhovnega sodišča. Štirje člani izhajajo iz vrst medijev, tako da gre za neke vrste samoregulatorno telo. Dva člana sta predstavnik javnosti. Svet odloča tudi o dolžnosti medija do objave popravka oz. odgovora, nima pa pristojnosti mediju izrekat kakšnih denarnih kazni in ne odloča o morebitni odškodnini, saj je to stvar sodišča. Mediju pa lahko naloži, da objavi odločitev Sveta o ugotovljeni kršitvi. Naloga Sveta je, da zagotovi visoko stopnjo etike danskih medijev.

Pravila o etiki, ki so priloga zakona in se lahko pogosteje spreminjajo, določajo le smernice, ki jih upošteva Svet za tisk. Te med temeljnimi pravili določajo pravilo o spoštovanju zasebnosti: mediji morajo upoštevati, da ima posameznik pravico, da se spoštuje njegova osebna integriteta in nedotakljivost njegovega zasebnega življenja in pravico do varovanja pred neupravičenimi kršitvami. Precejšen del pravil je namenjen tudi poročanju s sodišč, pri čemer je določeno, da se o družinskih razmerah, rasni, verski in etični pripadnosti, narodnosti, spolni usmerjenosti ali članstvu v raznih organizacijah ne poroča, če niso v sodnem primeru pomembni.

Etična pravila veljajo tudi za vsa uredniško oblikovana gradiva (»editorial materials«) in za vse uredniško urejene razprave (»edited discussions«). Če objavljene razprave niso uredniško oblikovane (»unedited discussions«), mora medij objaviti vidne in jasne smernice za take razprave, zagotoviti pa mora tudi učinkovite postopke za obravnavo pritožb zoper njih. Za vsebine, ki jih objavljajo posamezniki (ne gre za registrirane medije) ne veljajo določbe etičnih pravil in Zakona o odgovornosti medijev, temveč velja odgovornost po splošnih pravilih kazenskega prava (npr. za kazniva dejanja zoper čast in dobro ime). Medmrežni (socialni) mediji (»network media«), spletne strani, Facebook in Twitter računi morajo biti posebej registrirani, tudi če je bil tiskani medij že registriran.

Organ za spremljanje izvajanja medijske zakonodaje

Na **Irskem** so nedavno sprejeli nov Zakon o varnosti na spletu in medijski regulaciji (Online Safety and Media Regulation Act). Zakon amandmira predhodni Zakon o radiotelevizijskem oddajanju (Broadcasting Act), ki je slednjega razširil na način, da je v že obstoječo regulacijo medijskega področja – ki jo je hkrati nekoliko nadgradil – vključil še ponudnike videov na zahtevo («video on-demand providers») in platforme za izmenjavo videoposnetkov («video sharing platforms»).

Ob tem je Zakon uvedel še dve bistveni spremembi, ki se tičeta regulacije medijskih vsebin: 1) omogočil je izvajanje ukrepov za izboljšanje varnosti uporabnikov pri uporabi spletnih vsebin in za preprečevanje širjenja škodljivih spletnih vsebin ter 2) prenesel določila Direktive EU o avdiovizualnih medijskih storitvah (Audiovisual Media Services Directive) v zvezi s platformami za izmenjavo videoposnetkov v irsko zakonodajo.

Hkrati je Zakon tudi ukinil obstoječi Irski svet za radiotelevizijsko oddajanje (Broadcasting Authority of Ireland), ki je bil pristojen za spremljanje medijskega področja in namesto tega vzpostavil nov veččlanski regulatorni organ Komisijo za medije (Coimisiún na Meán), ki ima napram predhodniku bistveno več pristojnosti.

Komisija je poleg novega regulativnega okvira za spletno varnost, ki ga določa Zakon, odgovorna za nadzor posodobljenih predpisov za 1) ponudnike radiotelevizijskega oddajanja, 2) ponudnike videa na zahtevo in 3) platforme za izmenjavo videa. Komisija skrbi, da se spoštuje Kodeksa spletne varnosti, za kar bo posebej odgovoren Komisar za spletno varnost. Komisija ima hkrati tudi pooblastila za izdajanje zavezujočih kodeksov in pravil, pobiranje dajatev, izvajanje preiskav, sprejemanje pritožb in izrekanje upravnih glob.

Med drugim je v pristojnosti Komisije, da:

- s pisnim obvestilom od ponudnika določene spletne storitve zahteva, da zagotovi informacije v zvezi s spoštovanjem Kodeksa spletne varnosti;
- naloži upravne globe v višini do 20 milijonov EUR ali 10 odstotkov prometa v poslovnem letu pred datumom izdaje odločbe;
- zahteva predložitve ali hrambo gradiva, ki bi bilo uporabno v okviru preiskav, ki jih izvaja Komisija;
- imenuje osebe za izvajanje revizij pritožb in notranjih sistemov za obravnavanje pritožb;
- zaprosi za sodno odredbe za blokiranje dostopa do nekaterih spletnih storitev ali avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo in/ali
- zahtevati od ponudnika storitev, da odstrani ali onemogoči dostop do določenih škodljivih spletnih vsebin.

Komisija bo pristojna tudi za mehanizem individualnih pritožb, pri čemer se bo sprva osredotočila na zagotavljanje varnosti otrok na spletu ter omejevanje drugih škodljivih spletnih vsebin.

Regulacija novih medijskih igralcev

Na **Irskem** Zakon o varnosti na spletu in medijski regulaciji uvaja ukrepe, ki ne vplivajo zgolj na tradicionalne izdajatelje televizijskih in radijskih programov, temveč tudi na številne ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev in internetnih storitev, vključno s storitvami platform za izmenjavo videoposnetkov, ki so bili prej deležni le omejenega regulatornega nadzora.

Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo morajo tako registrirati svoje storitve ter upoštevati zavezujoče medijske kodekse in pravila. Komisija za medije ima pooblastilo, da lahko od ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo naroči, naj svoje storitve registrirajo. Če se ponudnik avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo ne registrira, se mu lahko naložijo finančne sankcije.

Zakon hkrati na novo vključi storitve platform za izmenjavo videoposnetkov, kot je YouTube, v okvir irske zakonodaje. Komisija za medije ima pristojnost, da določi platforme oz. skupine platform za izmenjavo videov kot tiste, za katere prav tako velja Kodeks spletne varnosti. Komisija mora zagotoviti, da storitve platform za izmenjavo videoposnetkov sprejmejo ustrezne ukrepe za zaščito svojih uporabnikov in izpolnjujejo vse zahteve iz Direktive EU o avdiovizualnih medijskih storitvah.

Državna podpora medijskemu sektorju

Iz namena prenove zakona v medijih izhaja, da lahko država tudi aktivno poseže v medijski prostor z različnimi oblikami državnih pomoči (subvencije, projektno financiranje ali sofinanciranje, državno oglaševanje in naročanje ...), kadar medijski trg zaradi različnih razlogov in v zadostni meri ne zagotavlja uresničevanja javnega interesa na področju medijev.

Novi zakon o medijih se pri zasnovi državnih pomoči ali shem za financiranje in sofinanciranje medijev opira na že uveljavljene medijske sheme po več državah EU, pri čemer so zajete kar najbolj primerljive države glede na velikost medijskega trga in omejenost jezikovnega okolja. V nadaljevanju so tako predstavljeni povzetki medijskih shem na Švedskem, Danskem, v Luksemburgu, Franciji in v Avstriji.

Vse izbrane sheme ogovarjajo na naslednja vprašanja:

- Kakšen je namen sheme državnih pomoči medijem, kaj želi država z njo doseči?
- Kdo je upravičen (in kdo ne) do sredstev iz sheme državnih pomoči medijem?
- Kdo odloča o dodeljevanju sredstev iz sheme državnih pomoči medijem?
- Kakšna so merila za dodelitev sredstev iz sheme državnih pomoči medijem?

Švedska

Državna pomoč SA.43271 (2015/N): Razvojna pomoč za tiskane medije

Namen te državne pomoči je podpreti inovativne projekte, katerih cilj je olajšati prehod obstoječih tiskanih časopisov na digitalno in elektronsko izdajanje na Švedskem. Cilj je ohraniti in spodbujati raznolikost in pluralnost švedskih tiskanih medijev. Hkrati se želijo zmanjšati tveganja, ki jih prinaša prehod medijskega sektorja, ter podpreti dolgoročni razvoj tiskanih medijev in elektronskega izdajanja/založništva. Skupni proračun za to shemo znaša 235 milijonov SEK (kar je okrog 20,5 milijonov EUR).

Svet za subvencioniranje tiska (The Press Subsidies Council) je odgovoren za dodeljevanje pomoči in nadzor nad postopkom izbire. Zagotavlja objektivnost in nepristranskost pri sprejemanju odločitev ter spremlja uporabo in rezultate projektov, financiranih v okviru sheme.

Do sredstev so upravičeni:

- Tiskani splošni časopisi (Printed General Newspapers): gre za časopise, ki pokrivajo aktualne politične zadeve in bogatijo javno politično razpravo ter so hkrati namenjene švedski splošni javnosti. Izpolnjevati morajo posebna merila glede uredniške vsebine, obsega distribucije, neodvisnosti, trajanja izdajanja in jezika.
- Časopisi v jezikih nacionalnih manjšin (National Minority Language Newspapers): Do podpore so upravičeni tudi časopisi, ki izhajajo v jezikih nacionalnih manjšin.

Zahteve, ki jih morajo izpolniti mediji:

- Zahteve glede uredniške vsebine: lastna/neodvisna uredniška vsebina predstavlja vsaj 50 odstotkov vse vsebine medija.
- Distribucija in trajanje: časopisi morajo biti izdajani v najmanj 1500 izvodih, izhajati morajo vsaj enkrat tedensko (že) 12 mesecev pred oddajo vloge in se morajo razširjati predvsem na Švedskem.
- Jezikovna in teritorialna umeščenost: časopisi morajo biti pisani predvsem v švedščini, vendar so do sredstev upravičeni tudi časopisi v jezikih narodnih manjšin.

Državna pomoč SA.49405 (2018/N): Pomoč švedskim medijem

Ta državna pomoč zajema spremembe obstoječe sheme pomoči za tisk in uvaja novo dopolnilno shemo pomoči za medije. Glavni cilj je podpirati švedski medijski sektor s spodbujanjem pluralnosti, raznolikosti in neodvisnosti medijev ter s tem prispevati k demokratičnemu procesu. Predlagano je, da se skupni proračun, namenjen pomoči za medije, poveča s približno 55 milijonov EUR v letu 2019 na 65 milijonov EUR v letu 2021.

Deležniki, ki so upravičeni do sheme pomoči za medije, so v prvi vrsti tiskani informativni mediji, ki izhajajo vsaj trikrat na teden, imajo neodvisno uredniško politiko in spoštujejo novinarske etične kodekse. Cilj te sheme je podpreti produkcijo malih in srednje velikih tiskanih medijev. Upravičenci za sredstva so hkrati tudi vsi ostali mediji, ne glede na platformo razširjanja, razen državnih, občinskih ali regionalnih medijev in javnih radiotelevizij.

Za dodeljevanje sredstev iz te državne pomoči je pristojen Svet za medijsko pomoč (Media Aid

Council), čigar pristojnost je skrbeti za izvrševanje tako obstoječega Zakona o pomoči za tisk (Press Aid Act) kot novega Zakona o medijski pomoči (Media Aid Act).

Zahteve, ki jih morajo izpolniti mediji:

- Uredniška vsebina: vsaj 50 odstotkov vsebine mora biti uredniške/lastne, od tega pa mora biti nadalje 20 odstotkov vsebine, ki je osredotočena na poročanje o aktualno-političnih zadevah.
- Neodvisni uredniški viri: mediji morajo imeti neodvisne uredniške vire (independent editorial sources) in odgovornega urednika, ki upošteva sprejete novinarske etične kodekse.
- Dostopnost: mediji morajo biti dostopni širši javnosti in spodbujati dostopnost za ljudi s posebnimi potrebami.
- Ciljno občinstvo: mediji morajo biti namenjeni Švedom "v širšem smislu", tako v državi kot zunaj nje, z najmanj 1500 rednimi uporabniki/naročniki. Izjeme in manj stroga merila veljajo za zagonska podjetja in medije, namenjene Laponcem in narodnim manjšinam. Poleg tega zakon o pomoči medijem vključuje podporo lokalnim novinarskim pobudam in inovacijskim projektom, namenjenim spodbujanju elektronskega založništva in distribucije.

Državna pomoč SA.57781 (2020/N): Spremembe pomoči švedskim medijem

Namen državne pomoči je zagotoviti finančno podporo medijskemu sektorju na Švedskem. Ta pomoč se izvaja za reševanje finančnih težav, s katerimi se sooča ta sektor, ki so se še povečale zaradi izbruha epidemije COVID-19, in za zagotavljanje ohranjanja raznolikega in močnega medijskega prostora, ki je bistvenega pomena za švedsko družbo. Cilji pomoči vključujejo ohranjanje raznolikega sektorja novičarskih medijev, podpiranje uredniških stroškov, ki jih imajo splošni novičarski mediji, in ublažitev vpliva zmanjšanih prihodkov od oglaševanja. Skupna sredstva, dodeljena za to državno pomoč, znašajo 500 milijonov SEK (približno 47 milijonov EUR).

Švedski svet za subvencije za medije (The Swedish Media Subsidies Council), ki je neodvisen organ v okviru regulativnega organa za medije (The Swedish Press and Broadcasting Authority), je odgovoren za odločanje o tem, kako in komu bodo dodeljena sredstva iz te državne pomoči.

Do sredstev so upravičeni:

- Splošno informativni mediji z uredniškimi/lastnimi vsebinami, ki predstavljajo vsaj 40 odstotkov celotne vsebine, so namenjeni švedskemu občinstvu in izpolnjujejo posebna merila za objavo.
- Medijska podjetja, ki so upravičena do sredstev v skladu s shemo Pomoči švedskim medijem in Zakonom o medijski pomoči.
- Časopisi, namenjeni manjšinskim skupinam, ki imajo nižje zahteve glede objavljanja.
- Državna pomoč iz tega naslova pa se ne more dodeliti medijem, ki jih izdajajo država, občina, regionalni organ ali so javna radiotelevizija.

Zahteve, ki jih morajo izpolniti mediji:

- Izpolnjevanje meril za upravičenost, določenih v Zakonu o medijski pomoči, kot so neodvisni uredniški viri, javna dostopnost in upoštevanje dobrih etičnih praks na področju medijev.
- Izpolnjevanje posebnih meril za izdajanje, vključno s pogostostjo izdajanja in obsegom distribuirane izdaje.
- Ločitev računov, da se prepreči prekomerno nadomestilo ali navzkrižno subvencioniranje.
- Izključitev deležnikov, ki so prekomerno zadolženi ali so v likvidaciji ali stečaju.
- Skladnost s pravili o stopnji pomoči, ki izhajajo iz Zakona o pomoči za tisk in Zakona o medijski pomoči.

Državna pomoč SA.63685 (2021/N): Pomoč za distribucijo časopisov

Namen te državne pomoči je zagotoviti podporo za distribucijo časopisov na Švedskem in s tem zagotoviti dostopnost tiskanih novic po vsej državi. Glavni cilj je ohraniti in spodbujati raznolikost in pluralnost v sektorju tiskanih informativnih medijev, vzdrževati profesionalno novinarstvo in podpirati demokratične procese na različnih ravneh. Pomoč želi nasloviti izzive, s katerimi se sooča sektor novičarskih medijev, zlasti zmanjšanje prihodkov od oglaševanja ter tehnološke in gospodarske spremembe, ki vplivajo na to panogo. Za to pomoč je bil dodeljen skupni proračun v višini 500 milijonov švedskih kron (približno 49 milijonov EUR), ki se razdeli na pet let od leta 2021 do 2025.

Do državne pomoči so upravičeni izdajatelji naročniških tiskanih časopisov, ki delujejo na območjih, kjer leta 2019 ni bilo urejene kolektivne distribucije. Pričakuje se, da bo do tega ukrepa upravičenih približno 150 različnih časopisov. Upravičeni časopisi morajo izpolnjevati posebna merila, med drugim morajo zagotavljati redno in vsestransko poročanje, imeti neodvisne uredniške vire, spoštovati

medijsko etiko in biti namenjeni švedskemu občinstvu. Državne pomoči ni mogoče dodeliti časopisom, ki jih izdajajo država, občine ali regije.

Za dodelitev sredstev iz naslova te državne pomoči je odgovoren Švedski svet za subvencije za medije (The Swedish Media Subsidies Council), ki je neodvisen organ v okviru regulativnega organa za medije (The Swedish Press and Broadcasting Authority). Svet sestavlja do 14 članov, njegova naloga pa je upravljanje pomoči v okviru obstoječega zakonodajnega okvirja.

Pomoč je namenjena kritju dodatnih stroškov distribucije tiskanih časopisov na območjih brez urejenih kolektivnih distribucijskih sistemov. Upravičeni stroški vključujejo stroške, povezane z dostavo časopisov v gospodinjstva ob dnevih, ko se dodatna dostava zagotavlja po višji ceni. Pomoč bo izračunana na podlagi povprečnega dodatnega stroška distribucije na izvod, ki je ocenjen na 14,50 SEK (približno 1,42 EUR), in se bo v obdobju trajanja pomoči postopoma zmanjševala. Upravičenci morajo dokazati, da izpolnjujejo merila za upravičenost, vključno z naročeno izdajo vsaj 1500 izvodov, izdajo vsaj 45 publikacij na leto ter izpolnjujejo uredniške in etične standarde. Za iste upravičene stroške se pomoč ne sme dodeliti iz drugih virov, za zagotovitev preglednosti in preprečitev prekomernih nadomestil pa se bo zahtevalo ločeno računovodstvo.

Danska

Državna pomoč SA.104446 (2022/N): Ponovna uvedba pomoči za produkcijo in pomoč za inovacije za tiskane medije

Namen te državne pomoči je ponovna uvedba podpore za produkcijo in pomoč za inovacije v tiskanih medijih s poudarkom na razširjanju visokokakovostnih vsebin danskim državljanom. Cilj je zagotoviti pluralnost medijev, spodbujati informirano razpravo in podpirati ustvarjanje raznolikih družbeno-političnih informativnih vsebin. Skupni letni proračun sheme znaša približno 447,4 milijona DKK (približno 60 milijonov EUR) leta 2023 in 456,5 milijona DKK (približno 61 milijonov EUR) v letih 2024 in 2025.

Odbor za medije (The Media Board) upravlja shemo in odloča o dodelitvi sredstev državne pomoči. Ta organ ocenjuje vloge, zagotavlja skladnost z merili za upravičenost in spremlja izvajanje financiranih projektov.

Do sredstev so upravičeni:

- Upravičeni deležniki: neodvisne publikacije, namenjene širšemu občinstvu, ki se osredotočajo na družbeno-politične, gospodarske in kulturne teme, so upravičene do produkcijske pomoči. Tej mediji/deležniki morajo imeti glavnega urednika, v uredništvu pa morajo biti zaposlenih vsaj toliko oseb, da njihov skupni delovni čas ustreza vsaj trem zaposlenim za polni delovni čas. Publikacije morajo biti dostopne vsem danskim državljanom pod enakimi pogoji, pri čemer mora biti vsaj polovica vsebine uredniške/lastne, od te pa more vsaj polovica zajemati politične, družbeno-ekonomske in kulturne teme.
- Izjeme: publikacije, namenjene določenim poklicem, panogam ali političnim strankam ter publikacije, ki so v lasti javnih ustanov ali javno financiranih podjetij, niso upravičene do pomoči za produkcijo. Poleg tega so iz podpore izključene publikacije, ki ne izpolnjujejo minimalnih zahtev glede uredniške vsebine ali ne izidejo vsaj desetkrat letno.

Dodatne sheme:

Do dodatne pomoči so upravičeni manjši nacionalni dnevni časopisi in spletni mediji. Manjše nacionalne dnevne publikacije morajo imeti naklado manj kot 40,000 izvodov na posamezen izid, pri čemer vsaj 75 odstotkov publikacije sestavljajo predstavljajo uredniške/lastne vsebine, ki pokrivajo različna tematska področja. Samostojni spletni mediji morajo imeti vsaj 75 odstotkov uredniške/lastne vsebine, ki pokriva širok nabor tem.

Do pomoči za inovacije so upravičena zagonska podjetja, obstoječi mediji in »študije izvedljivosti«, katerih cilj je oceniti izvedljivost novih projektov. Zagonska podjetja se morajo zavezati k neodvisnemu novinarskemu poročanju in zagotoviti finančno neodvisnost po največ triletnem zagonskem obdobju. Obstoječi mediji morajo razširjati neodvisno ustvarjene uredniške vsebine, primerne za promocijo različnih novic družbene in kulturne narave. Namen študij izvedljivosti je oceniti potencial projektov za podporo razvoju publikacij.

Zahteve, ki jih morajo izpolniti mediji:

- Pomoč za produkcijo se izračuna na podlagi uredniških stroškov iz prejšnjega leta in ne sme

- presepati 35 odstotkov teh stroškov, pri čemer je določena zgornja meja na publikacijo.
- Merila vključujejo neodvisnost, širok krog bralcev, minimalne odstotke uredniške vsebine in pogostost izdajanja.

Pri dodatnih shemah:

- Pomoč se dodeli na podlagi velikosti naklade, odstotka uredniške vsebine in zavezanosti neodvisnemu novinarstvu.
- Posebna merila vključujejo tudi upravičenost do drugih shem pomoči.
- Pomoč za zagonske medije lahko znaša do 60 odstotkov upravičenih stroškov.
- Pomoč za razvoj (development aid) je omejena na 40 odstotkov upravičenih stroškov.
- Študije izvedljivosti lahko prejmejo pomoč v višini do 75 odstotkov upravičenih stroškov.

Francija

Državna pomoč SA.100871 (2022/N): Pomoč za podporo medijem, ki so prisotni izključno na spletu

Državna pomoč je namenjena podpori rasti vseh spletnih medijev, zlasti tistih, ki se osredotočajo na politične in splošne informacije. Ukrep želi nasloviti vse osrednje izzive, s katerimi se sooča sektor novinarskih medijev, vključno z upadanjem distribucije časopisov in trendom spremembe medijskega poslovnega modela v smeri digitalne potrošnje. Z zagotavljanjem finančne pomoči si država prizadeva odpraviti tržne pomanjkljivosti in urediti nadaljnje zagotavljanje raznolikih in neodvisnih novinarskih vsebin, ki so bistvene za demokratično razpravo in kulturno pluralnost. Skupni proračun za to pomoč znaša 24 milijonov EUR, letni proračun pa 4 milijone EUR.

Do državne pomoči so upravičeni spletni mediji, ki delujejo izključno na digitalnih platformah in se ukvarjajo predvsem s poročanjem političnih in splošnih informacij. Ti subjekti morajo hkrati izpolnjevati posebna merila glede uredniške usmeritve, strokovnosti in načinov distribucije.

Za dodeljevanje sredstev iz državne pomoči skrbi Direktorat za medije in kulturne industrije (Directorate for Media and Cultural Industries) pri Ministrstvu za kulturo. Ta organ nadzira postopek prijave, ocenjuje merila za upravičenost in določa razdelitev sredstev upravičenim deležnikom.

Zahteve, ki jih morajo izpolniti mediji:

- Upravičeni stroški: sredstva, dodeljena z državno pomočjo, so namenjena kritju različnih stroškov spletnih informativnih medijev. Upravičeni stroški vključujejo uredniške stroške, povezane z ustvarjanjem novinarskih vsebin, stroške trženja za spodbujanje spletne prisotnosti in komercialne stroške, povezane z vključevanjem občinstva in strategijami monetizacije.
- Dokazana upravičenost: da bi bili upravičeni do državne pomoči, morajo spletni novinarski mediji izpolnjevati stroga merila upravičenosti, povezana s kakovostjo vsebine, strokovnostjo in preglednostjo. Ta merila vključujejo spoštovanje novinarskih standardov, preglednost poročanja ter skladnost s pravnimi in etičnimi smernicami. Poleg tega morajo prosilci predložiti dokumentacijo in potrdila, ki dokazujejo njihovo upravičenost in skladnost z regulativnimi zahtevami.

Luksemburg

Državna pomoč SA.60939 (2021/N): Pomoč novinarskim medijem

Namen državne pomoči je zagotoviti finančno podporo različnim zainteresiranim stranem v sektorju novinarskih medijev, vključno z uveljavljenimi založniki (Publishers / Editeurs), novoustanovljenimi založniki (Emerging Publishers / Editeurs émergents) in civilnodružbenimi založniki (Citizen Publishers / Editeurs citoyens). Cilj pomoči je modernizirati sektor, zagotoviti pluralnost medijev in spodbujati pripravo kakovostnih uredniških vsebin ob spoštovanju uredniške neodvisnosti. Skupni proračun, namenjen tej pomoči, znaša 102,8 milijona EUR, pri čemer letni proračun znaša 10,3 milijona EUR.

Do sredstev so upravičeni:

- Uveljavljeni založniki (Editeurs): založniki so upravičeni do pomoči za podporo pluralnosti medijev. Za ta namen lahko prejmejo pomoč v višini 30.000 EUR na poklicnega novinarja s polnim delovnim časom in fiksni del pomoči v višini do 200.000 EUR, ki se določi v okviru razpoložljivih proračunskih sredstev. Založniki lahko za pomoč zaprosijo vsako leto, najvišji letni znesek pa je odvisen od pogostosti objavljanja: 1,6 milijona EUR za dnevne publikacije, 800.000 EUR za

tedenske publikacije, 650.000 EUR za mesečne publikacije in 550.000 EUR za spletne publikacije. Medijske skupine lahko prejmejo največ 2,5 milijona EUR letno.

- Novoustanovljeni založniki (éditeurs émergents): ti lahko prejmejo letni znesek pomoči v višini 100.000 EUR za obdobje največ treh let. Cilj pomoči je pomagati jim pri približevanju statusu in merilom za upravičenost, ki veljajo za uveljavljene založnike. Novoustanovljeni založniki morajo imeti uredniško ekipo z najmanj dvema poklicnima novinarjema s polnim delovnim časom, ustvariti morajo lastne prihodke iz založniške dejavnosti v višini najmanj 200.000 EUR in izpolnjevati druga merila za upravičenost.
- Civilnodružbeni založniki (éditeurs citoyens): civilnodružbeni založniki, ki so neprofitni subjekti, lahko prejmejo enkratni znesek pomoči v višini največ 100.000 EUR. Cilj pomoči je podpirati prizadevanja za medijsko pismenost, družbeno vključevanje in socialno kohezijo. Civilnodružbeni založniki morajo imeti ekipo zaposlenih delavcev, ki ustreza dvema zaposlenima za polni delovni čas, z vsaj enim poklicnim novinarjem ter izpolnjevati druga merila, povezana s finančnimi sredstvi, razširjanjem vsebin in neodvisnostjo.

Zahteve, ki jih morajo izpolniti mediji:

- Teritorialna umeščenost: upravičeni deležniki morajo imeti sedež v Luksemburgu.
- Produkcija vsebine: uveljavljeni založniki morajo pripravljati splošne informacije, namenjene predvsem vsem ali večjemu delu prebivalcev Luksemburga, ki zajemajo tematska področja, kot so nacionalna in mednarodna politika, gospodarstvo, socialne in kulturne zadeve. K medijski raznolikosti morajo prek svojih vsebin prispevati tudi novoustanovljeni založniki in civilnodružbeni založniki.
- Ustvarjanje prihodkov: uveljavljeni založniki morajo letno ustvariti lastne prihodke v višini vsaj 50 odstotkov zneska pomoči. Novoustanovljeni založniki morajo ustvariti lastne prihodke od objavljanja v višini najmanj 200.000 EUR.
- Jezik in distribucija: publikacije morajo biti dostopne celotnemu prebivalstvu, objavljene v jezikih, ki jih uporablja vsaj 15 odstotkov prebivalstva, in distribuirane predvsem za vse ali velik del prebivalcev Luksemburga.
- Dodatna merila: vsi deležniki morajo izpolnjevati dodatna merila za upravičenost, ki se nanašajo na uredniško neodvisnost, prizadevanja za medijsko pismenost, finančno sposobnost in neodvisnost od komercialnih ali tržnih dejavnosti.

Avstrija

Državna pomoč SA.62555 (2021/N): Pomoč za digitalni prehod tiskanih medijev

Državna pomoč je namenjena spodbujanju digitalne preobrazbe tiskanih medijev ter tudi medijem, ki so izključno izdajatelji televizijskih programov ali radijskih programov. Posebni cilji so posodobitev distribucijskih kanalov, izboljšanje dostopa do spletnih vsebin, prenova digitalne infrastrukture in zagotavljanje kvalitetnih digitalnih vsebin širši javnosti. Skupni višina dodeljenih sredstev za to pomoč znaša 134 milijonov EUR, od tega se najprej leta 2021 nameni 34 milijonov EUR, v naslednjih letih pa 20 milijonov EUR.

O dodelitvi pomoči odloča in rezultate spremlja regulativni organ za radiodifuzijo in telekomunikacije Rundfunk und Telekom-Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH).

Do sredstev so upravičeni:

- Izdajatelji dnevni, tedenskih in mesečnih časopisov/revij, ki večino svojih tiskanih vsebin objavijo na spletu v dveh tednih po izidu.
- Izdajatelji televizijskih in radijskih programov, ki se osredotočajo na uredniške vsebine, pomembne za avstrijsko javnost.

Zahteve, ki jih morajo izpolniti mediji:

- Osredotočenost na uredniško vsebino, ki je pomembna za obveščenost širše avstrijske javnosti.
- Stopnja pomoči v okviru priglašene ukrepa ne sme presegati 50 odstotkov upravičenih stroškov za vsak projekt. Skupna pomoč ne sme presegati 750.000 EUR na projekt ali 1.500.000 EUR za projekte, ki jih izvajajo skupni vlagatelji prošeni za pomoč.
- Izpolnjevanje minimalnih pogojev zaposlovanja in objava minimalnega števila izdaj v določenih časovnih okvirih za časopise/revije.
- Kandidati za prejem sredstev morajo predlagati projekte, namenjene posodobitvi lastnih digitalnih distribucijskih kanalov, vzpostavitvi in obnovi svoje digitalne infrastrukture ter zagotavljanju digitalnih vsebin.

- Prejemniki morajo zagotoviti, da upravičeni stroški niso kriti iz drugih shem državne pomoči. Upravičeni stroški vključujejo s projektom povezane stroške za osebe, material, raziskave, razvoj in naložbe ter do 20 odstotkov splošnih stroškov, povezanih s projektom.

6. PRESOJA POSLEDIC, KI JIH BO IMEL SPREJEM ZAKONA

6.1 Presoja administrativnih posledic

a) v postopkih oziroma poslovanju javne uprave ali pravosodnih organov:

Novi zakon uvaja nov razvid medijev, ki ne temelji več na predhodnem vpisu v razvid medijev kot pogoju za opravljanje medijske dejavnosti. Po novem se bodo v razvid medijev vpisovali podatki o medijih, ki jih bodo v 30 dneh po začetku izdajanja medija sporočili izdajatelji, in sicer prek posebnega elektronskega obrazca. Poleg tega se bodo podatki iz razvida medijev samodejno osveževali z zajemanjem podatkov iz podatkovnih zbirk drugih organov (npr. AJPES, AKOS...). Navedene spremembe bodo imele za posledico administrativno razbremenitev organa, saj bo vodenje razvida medijev in posodabljanje podatkov v njem poenostavljeno.

Novi zakon uvaja nov postopek priglasitve in presoje koncentracij na medijskem trgu, za kar je pristojna Agencija za komunikacijska omrežja in storitve (AKOS). Ker je bilo področje omejevanja koncentracije medijev že del veljavnega Zakona o medijih, pri čemer je bil zoper odločitve Ministrstva za kulturo možen upravni spor na Upravno sodišče, posledično uvedba novega postopka ne bo predstavljala dodatnih obveznosti za Upravno sodišče. Glede na statistiko postopkov Ministrstva za kulturo je bilo sicer od 31. 12. 2019 obravnavanih 46 zadev.

b) pri obveznostih strank do javne uprave ali pravosodnih organov:

Novi Zakon o medijih na vseh področjih odpravlja številne administrativne ovire in prenormiranost ter posodablja in v največji meri poenostavlja upravne postopke.

Po novem se bodo v razvid medijev vpisovali podatki o medijih, ki jih bodo v 30 dneh po začetku izdajanja medija sporočili izdajatelji, in sicer prek posebnega elektronskega obrazca. Poleg tega se bodo podatki iz razvida medijev samodejno osveževali z zajemanjem podatkov iz podatkovnih zbirk drugih organov. To bo imelo za posledico manjše administrativne obremenitve strank.

Novi zakon uvaja nov postopek priglasitve in presoje koncentracij na medijskem trgu, za kar je pristojna Agencija za komunikacijska omrežja in storitve (AKOS).

Novi zakon ukinja obveznost objave podatkov o mediju v Uradnem listu, kar bo imelo za posledico prihranek stroškov za objavo.

Novi zakon odpravlja obveznost operaterjev do priglasitve programov in pošiljanja pogodb, ki jih za prenos programov sklenejo operaterji.

Novi zakon ukinja postopek akreditacij za tuja dopisništva in tuje dopisnike.

Novi zakon nadalje prinaša poenostavitve na področju zagotavljanja programskih deležev.

6.2 Presoja posledic za okolje, vključno s prostorskimi in varstvenimi vidiki, in sicer za:

Novi zakon nima posledic za okolje.

6.3 Presoja posledic za gospodarstvo, in sicer za:

Novi zakon prinaša pozitivne posledice za gospodarstvo, saj ne nalaga novih administrativnih obveznosti, obstoječa nepotrebna bremena pa odpravlja.

Novi zakon ohranja obstoječe državne podpore za medije ter obenem dodajajo nove sheme državnih pomoči, in sicer za digitalni prehod tiskanih medijev in za digitalne medije.

Novi zakon odpravlja obstoječo prepoved hkratnega opravljanja radijske in televizijske dejavnosti ter prepovedi vertikalne koncentracije telekomunikacijske in medijske dejavnosti. S tem se odpravljajo nepotrebne ovire za razvoj digitalnega medijskega trga.

Novi zakon odpravlja vse nepotrebne omejitve in zahteve na področju radijskega oglaševanja, s čimer želimo zagotoviti radijskemu sektorju boljše konkurenčne pogoje nasproti drugim, zlasti spletnim medijem in televiziji, ki dosežeta višje tržne deleže na oglaševalskem trgu.

6.4 Presoja posledic za socialno področje, in sicer za:

Novi zakon prinaša številne pozitivne posledice za socialno področje. Novi zakon na področju državnih pomoči medijem zagotavlja finančno podporo za:

- ustvarjanje in razširjanje programskih vsebin, namenjenih osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih ter razvoj ustrezne tehnične infrastrukture;
- delovanje medijev, ki imajo status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev.

Pri ocenjevanju in presoji projektov v okviru javnih razpisov in pozivov, namenjenih uresničevanju javnega interesa na področju medijev, se bodo kot prednostna merila lahko med drugim upoštevala:

- ohranjanje novinarskih delovnih mest za nedoločen čas;
- zagotavljanje visoke stopnje pravne zaščite in trajnejše socialne varnosti tako redno zaposlenim kot drugim pogodbeno vezanim novinarjem;
- zagotavljanje rednega izobraževanja in usposabljanja novinarjev;
- dostopnost programskih vsebin senzorno oviranim osebam v njim prilagojenih tehnikah.

Za dodelitev statusa lokalnega ali regionalnega radijskega in televizijskega programa in nepridobitnega programa posebnega pomena se kot pogoj določi, da ima izdajatelj sklenjeno pogodbo o zaposlitvi za nedoločen čas s polnim delovnim časom z najmanj tremi oziroma dvema novinarjema.

6.5 Presoja posledic za dokumente razvojnega načrtovanja, in sicer za:

Novi zakon nima tovrstnih posledic.

6.6 Presoja posledic za druga področja

Novi zakon nima posledic za druga področja.

6.7 Izvajanje sprejetega predpisa:

a) Predstavitev sprejetega zakona:

Ministrstvo za kulturo bo sprejeti zakon predstavilo širši javnosti prek medijev, javne predstavitve, predstavitve na spletni strani ipd.

b) Spremljanje izvajanja sprejetega predpisa:

Spremljanje izvajanja sprejetega predpisa bodo zagotavljali Ministrstvo za kulturo oziroma Inšpektorat Republike Slovenije za kulturo in medije ter Agencija za komunikacijska omrežja in storitve.

Na področju civilne družbe, ki zadeva medije, že delujejo novinarska strokovna združenja, gospodarska interesna združenja izdajateljev medijev, operaterjev, oglaševalcev itd.

6.8 Druge pomembne okoliščine v zvezi z vprašanji, ki jih ureja predlog zakona

/

7. PRIKAZ SODELOVANJA JAVNOSTI PRI PRIPRAVI PREDLOGA ZAKONA:

Ministrstvo za kulturo je 12. decembra 2023 poslalo predlog novega zakona o medijih v javno obravnavo. Novica je bila objavljena na spletni strani Ministrstva za kulturo ([Predlog Zakona o medijih v javni obravnavi | GOV.SI](#)), predlog zakona pa na portalu E-demokracija ([eUprava - Predlog predpisa \(gov.si\)](#)). Javna obravnava je bila podaljšana do 31. 1. 2024.

V okviru javne razprave je Ministrstvo za kulturo 22. 1. 2024 organiziralo tudi Javni posvet z

naslovom Zakon o medijih: prihodnost in predstavitev dobrih praks iz tujine. Na posvetu so izkušnje predstavili danski raziskovalec medijske krajine Aske Kammer (opisal je danski sistem državnih pomoči medijem), vodja nemške komisije za ugotavljanje koncentracije v medijskem sektorju Georgios Gounalakis (govoril je o regulaciji medijske koncentracije), predstavnik novega irskega medijskega regulatorja Coimisiún na Meán Liam Boyle (kako regulirati nove medije) in predstavnik kosovskega novinarskega Kreshnik Gashi (o preiskovanju in pomenu medijskega lastništva).

Predstavniki Ministrstva za kulturo so v okviru javne razprave sodelovali tudi na okrogli mizi Radia Študent in Društva študentov novinarstva FEJS Ali ste Zmedeni (17. 1. 2024), na kateri so sodelujoči predstavili problematiko »tretjega medijskega sektorja« (neodvisnih, nepridobitnih ali skupnostnih medijev).

Povzetek javne obravnave

Do zaključka javne obravnave so mnenja, pripombe in predloge poslali naslednji subjekti (brez navedbe fizičnih oseb):

Ime osebe oz. deležnika
Ars Ramovš
Informacijski pooblaščenec
Radio Ognjišče
Državljan D
Odvetniška zbornica Slovenije
Pro Plus
Telemach
Radio 94
Radio Murski val
Slovensko muzikološko društvo
Svet za radiodifuzijo (SRDF)
Medijska zbornica Slovenije
Združenje občin Slovenije
Agencija za varstvo konkurence (AVK)
Združenje Sazas
Next Media, Radio Center, Rock Radio
Časoris
Slovensko zavarovalno združenje
United media
RGL – Radio Aktual, Radio Veseljak in Best FM
Javna agencija RS za zdravila in medicinske pripomočke (JAZMP)
Radio Kum Trbovlje (izdajatelj Radio Aktual Kum)
Združenje novinarjev in publicistov (ZNP)
Hiša slovenskega znakovnega jezika
Hiša staromodne glasbe (HSG)
Uprava RTV Slovenija
IPF, ZIP, SiPA, ZFIS, GLOSA, ZSVGS

Banka NLB
Slovenska oglaševalska zbornica (SOZ) in Slovensko združenje medijev (SZM)
Radio-Tednik Ptuj
Državljsko gibanje Resni.ca
Zveza potrošnikov Slovenije
Zveza prijateljev mladine Slovenije – Mreža za otrokove pravice
Zavod PIP
Radio Krka
Zveza društev slepih in slabovidnih Slovenije
Trgovinska zbornica Slovenije
Telekom Slovenije
Slovenska tiskovna agencija
Radio Sora
Zveza društev slovenskih filmskih ustvarjalcev
Radio Pro 1
Naš Čas – Radio Velenje
TS Media – Siol.net
Slovenski filmski center (SFC)
Novi tednik in Radio Celje
Združenje digitalnih televizijskih storitev
Združenje kabelskih operaterjev Slovenije
Gospodarsko interesno združenje lokalnih in regionalnih radijskih postaj Slovenije
Holding Slovenske elektrarne
Društvo novinarjev Slovenije
Nacionalni svet invalidskih organizacij Slovenije
Zveza društev gluhih in naglušnih Slovenije
Varuh človekovih pravic
Pro TV
Združenje mestnih občin Slovenije
Pod črto
Radio študent, Radio MARŠ, NOR
Skupnost občin Slovenije
AKOS – Agencija za komunikacijska omrežja in storitve RS
Akademsko društvo Pravniki
Radio Gorenc
Radio Rogla
GEN-I
Društvo slovenskih skladateljev

Ministrstvo za digitalno preobrazbo
Ženski lobi Slovenije
Združenje gluhih Slovenije
Zavod Oštro
GIZ SNAVP
GEN energija d. o. o.
Sindikato novinarjev Slovenije
Združenje neodvisnih radijev
Društvo Asociacija
Primorski val, Radio Cerklje, Radio Kobarid
Gospodarska zbornica Slovenije
N1 – Odgovorni uredniki slovenskih medijev
Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport
Mestna občina Ljubljana
Časoris

Največ prispelih mnenj, pripomb in predlogov se je nanašalo na:

- javni interes na področju medijev;
- vključitev spletnih vplivnežev v definicijo medijev (kakšne bodo njihove pravice in obveznosti v primerjavi s tradicionalnimi mediji, kakšna bodo merila za vpis v medijski razvid);
- poročanje o državnem oglaševanju (kdo so zavezanci, soglasje vlade za kampanje nad 50.000 evrov);
- uporabo umetne inteligence v medijih (načini uporabe in označevanja);
- presojo koncentracije v medijih (postopek presoje, pristojni regulatorji);
- preglednost medijskega lastništva (medijski razvid, poročanje o lastništvu);
- predlagane nove državne pomoči medijem (zaveze države, vrednost medijskih shem, upravičenost in merila);
- predlagano ustanovitev Nacionalnega sveta za medije;
- status samostojnih novinarjev;
- pravice in dolžnosti izdajateljev, novinarjev in urednikov;
- pravico do popravka in odgovora;
- status programov posebnega pomena, študentskih in nepridobitnih medijev (pobude za ustanovitev »tretjega medijskega sektorja«);
- omejevanje sovražnega govora (skrb pred omejevanjem svobode izražanja);
- oglaševanje in sponzoriranje v medijih;
- poročanje o otrocih (ni smiselno zahtevati soglasja staršev ali skrbnikov za vsako objavljeno informacijo o otroku);
- prepoved verske propagande v javnih medijih;
- plačevanje dovoljenja za opravljanje radijske dejavnosti.

Prilagoditve in spremembe predloga zakona

Pri pripravi novega Zakona o medijih je Ministrstvo za kulturo smiselno upoštevalo več pripomb, ki so prispele med javno obravnavo. Od predstavitve prvotnega predloga zakona pa sta bila sprejeta tudi Evropski akt o svobodi medijev in Evropski akt o umetni inteligenci, zato so pri novem predlogu upoštevane tudi spremembe v končnem besedilu obeh aktov.

Bistvene upoštevane spremembe:

- nove definicije in vsebine členov so usklajene Uredbo (EU) 2024/1083 in Evropskim aktom o umetni inteligenci;

- skladno z Uredbo (EU) 2024/1083 so določeni zavezanci za poročanje o državnem oglaševanju;
- skladno z Uredbo (EU) 2024/1083 je spremenjen je postopek priglasitve in presoje medijske koncentracije;
- skladno z Uredbo (EU) 2024/1083 so določeni obseg, pridobivanje in uporaba podatkov o medijih ter vodenje prenovljenega razvida medijev;
- spremenjeno je poglavje o finančni podpori medijem, na novo so določeni namen, upravičenci in merila za pridobivanje državnih pomoči medijem;
- samostojni novinarji imajo pri pridobivanju informacij za novinarje enake pravice kot novinarji, ki sodelujejo z mediji (olajšano je samostojno preiskovanje);
- mnenje uredništva je potrebno tudi pri imenovanju ali razrešitvi vršilca dolžnosti odgovornega urednika, vršilec dolžnosti je lahko imenovan za največ šest mesecev;
- ohranjena je dosedanja omejitev nezdružljivosti oglaševalske in medijske dejavnosti;
- spletni vplivneži so zavezani določbam za varovanje otrok, oglaševanje in zamejevanje spodbujanja sovraštva, nestrpnosti in nasilja;
- dopolnjen je člen, kaj zajema javni interes na področju medijev;
- v okviru rednega razpisa za sofinanciranje medijskih vsebin je razloženo financiranje radijskih in televizijskih programov posebnega pomena ter ostalih medijev, ki lahko kandidirajo na razpisu;
- umaknjen je predlog za ustanovitev Nacionalnega sveta za medije;
- na področju državnega oglaševanja je umaknjeno obvezno soglasje vlade RS za kampanje nad 50.000 evrov;
- umaknjen je predlog »socialnega paketa« na področju distribucije vsebin;
- iz člena za zamejevanje širjenja sovražnega govora so umaknjene nevladne organizacije in varuh človekovih pravic;
- določbe o slovenski glasbi niso več omejene samo na skladbe v slovenskem jeziku;
- popravljena sta člena o političnem in verskem oglaševanju.

Predlogi, ki niso bili upoštevani (z navedbo razloga zavrnitve v oklepaju):

- državnim podjetjem in občinam ni treba poročati o državnem oglaševanju (definicijo državnega oglaševanja in zavezance predpisuje Uredba (EU) 2024/1083, državna podjetja in občine so zajeta v definiciji);
- za presojo koncentracije v medijih zadostujejo postopki in merila za presojo koncentracije v drugih gospodarskih panogah (Uredba (EU) 2024/1083 predpisuje poseben postopek za presojo koncentracije v medijih, ključni merili sta vpliv na pluralnost medijev in posledice za uredniško avtonomijo);
- predlog zakona prinaša dodatne administrativne obremenitve zaradi velike količine podatkov, ki jih morajo poročati in objavljati medijska podjetja (pridobivanje podatkov o medijih je potrebno zaradi izpolnjevanja določil Uredbe (EU) 2024/1083 o preglednosti lastništva, preglednosti državnega financiranja in zahteve po merjenju občinstva);
- status radijskih in televizijskih programov posebnega pomena ter nepridobitnih radijskih in televizijskih programov je treba razširiti na vse medijske oblike; predlog zakona ne vsebuje rešitev, ki bi omogočala tiskanim in elektronskim medijem pridobitev statusa nepridobitnega medija posebnega pomena (javno financiranje ali sofinanciranje medijev z namenom uresničevanja javnega interesa na področju medijev je zajeto v predlogu državnih pomoči, pri čemer je poudarek na medijski dejavnosti upravičencev in ne njihovi organizacijski obliki; status programov posebnega pomena je tradicionalno namenjen radiodifuznim radijskim in televizijskim programom in namen tega zakona ni, da se ta status širi na vse oblike medijev);
- v zakonu o medijih je treba določiti obvezno sklenitev kolektivne pogodbe v medijski dejavnosti, medijski izdajatelji morajo ustanoviti stalni poravnalni odbor ter sprejeti uredniški statut (zakon ne more prisiliti izdajateljev in novinarskih sindikatov k sklenitvi kolektivne pogodbe, saj bi to bilo v nasprotju z načelom svobodnega sklepanja pogodbenih razmerij, prav tako ne more predpisovati notranje organizacije izdajateljev oz. sprejetja notranjih, internih aktov);
- umakniti je treba plačevanje dovoljenja za opravljanje radijske dejavnosti (plačevanje je potrebno za pokritje stroškov, ki jih ima AKOS po tem zakonu z vodenjem nadzora nad radijskimi programi; s tem se izenači ureditve, ki že velja za televizijske programe);
- omejitve uporabe umetne inteligence niso smiselne, tehnološki napredek je prehitel in jih ne bo mogoče izvrševati (označevanje vsebin, ki so delno ali v celoti ustvarjene s sistemi umetne inteligence je v skladu z Uredbo (EU) 2024/1083);

- nasprotje interesov je opredeljeno v dokumentih, ki so podlaga za samoregulacijo v poklicu, zato naj ostane zlasti etična in ne zakonska norma (razkritje nasprotja interesov je predpisano v Uredba (EU) 2024/1083);
- treba je razločevati med pravico do popravka in dosedanja pravico do objave prikaza nasprotnih dejstev (predlog zakona ne spreminja obstoječe definicije pravice do popravka oz. prikaza nasprotnih dejstev, kot tudi ne definicije pravice do odgovora);
- v zakonu mora biti natančno določena tudi višina državne pomoči medijem (višina proračunskih sredstev se določi z vsakokratnim Proračunom RS; ne glede na to pa predlog zakona zaradi tradicije urejanja ohranja določitev višine finančnih sredstev za programe posebnega pomena);
- po zakonu bi Novinarsko častno razsodišče svoje delovanje preneslo na nov Medijski svet za novinarsko etiko, za zagotovitev delovanja, enakomerne finančne podpore in njegove neodvisnosti pa naj ministrstvo podeli najbolj reprezentativnemu združenju novinarjev letno subvencijo v višini 50.000 evrov, namenjeno zagotavljanju njegovega deleža financiranja pri delovanju samoregulativnega organa (po predlogu zakona se državne pomoči namenjajo medijem, ne novinarskim združenjem);
- novinarsko delo bi moralo biti izključeno iz sistema evidentiranja delovnega časa (to vprašanje ni predmet tega zakona).

8. PODATEK O ZUNANJEM STROKOVNJAKU OZIROMA PRAVNI OSEBI, KI JE SODELOVALA PRI PRIPRAVI PREDLOGA ZAKONA, IN ZNESKU PLAČILA ZA TA NAMEN:

- Fakulteta za družbene vede, 2.928,00 EUR z DDV

9. NAVEDBA, KATERI PREDSTAVNIKI PREDLAGATELJA BODO SODELOVALI PRI DELU DRŽAVNEGA ZBORA IN DELOVNIH TELES

- dr. Asta Vrečko, ministrica,
- mag. Marko Rusjan, državni sekretar,
- dr. Blaž Mazi, generalni direktor Direktorata za medije,
- Lenart J. Kučič, sekretar, Kabinet ministrice,
- Branko Jezovšek, sekretar, Direktorat za medije,
- Irena Ostrouška, sekretarka, Direktorat za medije.

II. BESEDILO ČLENOV

I. SPLOŠNE DOLOČBE

1. člen (vsebina zakona)

(1) Ta zakon določa pravice, obveznosti in odgovornosti pravnih in fizičnih oseb na področju medijev ter javni interes Republike Slovenije na področju medijev in ukrepe za njegovo uresničevanje z namenom zagotavljanja svobode izražanja, zaščite svobode in neodvisnosti medijev, spodbujanja in zaščite medijske pluralnosti ter zaščite novinarske in uredniške avtonomije.

(2) S tem zakonom se v pravni red Republike Slovenije prenašata prvi in drugi odstavek 114. člen Direktive (EU) 2018/1972 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. decembra 2018 o Evropskem zakoniku o elektronskih komunikacijah (UL L št. 321, z dne 17. 12. 2018, str. 36), zadnjič spremenjene z Delegirano uredbo Komisije (EU) 2023/444 z dne 16. decembra 2022 o dopolnitvi Direktive (EU) 2018/1972 Evropskega parlamenta in Sveta z ukrepi za zagotovitev učinkovitega dostopa do služb za pomoč v sili prek komunikacij v sili na enotno evropsko številko za klic v sili „112“ (UL L št. 65 z dne 2. 3. 2023, str. 1).

(3) S tem zakonom se podrobneje ureja izvajanje 3., 4., 6., 22. in 25. člena Uredbe (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in spremembi Direktive 2010/13/EU (UL L št. 2024/1083 z dne 17. 4. 2024) (v nadaljnjem besedilu: Uredba (EU) 2024/1083).

2. člen (uporaba zakona)

(1) Ta zakon se uporablja za medije, katerih sta tako sedež oziroma stalno prebivališče izdajatelja medija kot tudi sedež uredništva medija (v nadaljnjem besedilu: uredništvo) v Republiki Sloveniji.

(2) Ne glede na prejšnji odstavek se ta zakon uporablja tudi za medij, katerega sedež oziroma stalno prebivališče izdajatelja medija bodisi samo uredništvo, če gre za medij, ki zagotavlja programske vsebine v slovenščini, je v Republiki Sloveniji.

(3) Za avdiovizualne medijske storitve se ta zakon uporablja glede vprašanj, ki niso urejena z zakonom, ki ureja avdiovizualne medijske storitve, razen če je s tem zakonom določeno drugače.

(4) Določbe tega zakona o razkritju nasprotja interesov (23. člen), prepovedi spodbujanja nasilja ali sovraštva in ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj (53. člen), o zaščiti otrok (54. člen) ter oglaševanju, sponzoriranju in promocijskem umeščanju izdelkov (57. do 62. člen) veljajo za vse oblike komuniciranja, namenjenega splošni javnosti, kar zajema tudi dejavnost vplivnežev ne glede na to, ali štejejo za medij po tem zakonu, razen če je namenjena izključno zasebnemu komuniciranju med posamezniki.

(5) Ne glede na določbe tega člena se glede dodelitve finančne podpore medijem (13. do 17. člen) in ocene koncentracij na medijskem trgu (24. do 42. člen) ta zakon uporablja tudi za izdajatelje, ki nimajo sedeža v Republiki Sloveniji.

3. člen (pomen izrazov)

Izrazi, uporabljeni v tem zakonu, pomenijo:

1. Medij je storitev, kot je določena v 56. in 57. členu Pogodbe o delovanju Evropske unije (Prečiščena različica Pogodbe o delovanju Evropske unije, UL C št. 202 z dne 7. 6. 2016, str. 47), katere namen je periodično zagotavljanje ali razširjanje programskih vsebin, za katere je uredniško odgovoren izdajatelj medija, splošni javnosti, in sicer na katerem koli nosilcu objavljanja informacij ali po kateri koli komunikacijski poti z namenom obveščanja, izobraževanja, zabave, vplivanja na javno mnenje ali trženja uporabnikov.
2. Programska vsebina je posamezna poljubno dolga, uredniško oblikovana zaključena enota v mediju, ki je v besedilni, slikovni, avdio ali video obliki ali kombinacija navedenih oblik in jo oblikuje izdajatelj, ki je zanjo uredniško odgovoren.
3. Izdajatelj ali izdajateljica medija (v nadaljnjem besedilu: izdajatelj) je fizična ali pravna oseba, ki opravlja dejavnost zagotavljanja ali razširjanja programskih vsebin in ima uredniško odgovornost za izbiro programskih vsebin ter ki določa način, na katerega je ta dejavnost organizirana.
4. Uredniška odgovornost zajema izvajanje postopkov nadzora pri izbiranju, organiziranju in razvrščanju ali umeščanju programskih vsebin, ki jih medij zagotavlja ali razširja. Ta odgovornost se uresničuje z rednim sprejemanjem uredniških odločitev, ki so ključnega pomena za vsakodnevno delovanje medija. Uredniška odgovornost obsega tudi nadzor nad programskimi vsebinami, ki so generirane, delno generirane, izbrane ali razvrščene s pomočjo umetne inteligence, vključno z izbiri vsebin in uredniškimi priporočili vsebin za občinstvo.
5. Uredniška odločitev je odločitev, ki se redno sprejema za izvajanje uredniške odgovornosti in je povezana z vsakodnevnim delovanjem izdajatelja medija.
6. Radijska dejavnost je izvirno linearno razširjanje oziroma prenašanje ali oddajanje programskih vsebin v avdio obliki po elektronskih komunikacijskih omrežjih, kot jih opredeljuje zakon, ki ureja elektronske komunikacije, z namenom prenašanja teh vsebin javnosti.
7. Televizijska dejavnost, avdiovizualna medijska storitev in televizijski program pomeni, kot to določa zakon, ki ureja avdiovizualne medijske storitve.
8. Operater ali operaterka elektronskih komunikacij (v nadaljnjem besedilu: operater) pomeni, kot to določa zakon, ki ureja avdiovizualne medijske storitve.
9. Multipleks je del digitalnega telekomunikacijskega radiodifuznega sistema, ki združuje več različnih digitalnih vhodnih kanalov in jih prenaša skupaj.
10. Operater ali operaterka multipleksa (v nadaljnjem besedilu: operater multipleksa) je fizična ali pravna oseba, ki v skladu z zakonom, ki ureja elektronske komunikacije, upravlja multipleks.
11. Spletna platforma pomeni, kot je to določeno v točki (i) 3. člena Uredbe (EU) 2022/2065 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. oktobra 2022 o enotnem trgu digitalnih storitev in spremembi Direktive 2000/31/ES (UL L št. 277 z dne 27. 10. 2022, str. 1), zadnjič dopolnjeni z Delegirano uredbo Komisije (EU) 2024/436 z dne 20. oktobra 2023 o dopolnitvi Uredbe (EU) 2022/2065 Evropskega parlamenta in Sveta z določitvijo pravil o izvajanju revizij za zelo velike spletne platforme in zelo velike spletne iskalnike (UL L št. 2024/436 z dne 2. 2. 2024).
12. Novinar ali novinarka (v nadaljnjem besedilu: novinar) je oseba, ki redno in neposredno zbira, obdeluje, oblikuje, ustvarja ali razvršča informacije za objavo v medijih in ima z izdajateljem sklenjeno pogodbo o zaposlitvi ali drugo redno sodelovanje na podlagi pogodb civilnega prava kot fizična ali samozaposlena oseba ali samostojni novinar.
13. Odgovorni urednik ali odgovorna urednica (v nadaljnjem besedilu: odgovorni urednik) je oseba, odgovorna za izbiro, organizacijo in razvrstitev ali časovno oziroma prostorsko

umestitev programskih vsebin v mediju in ki opravlja druge naloge, določene s temeljnim aktom izdajatelja. Odgovorni urednik je lahko le oseba, ki je poslovno sposobna in ji ni izrečena prepoved opravljanja poklica. Odgovorni urednik ne more biti oseba, ki ima po ustavi ali zakonu imuniteto.

14. Uredništvo sestavljajo odgovorni urednik, uredniki in novinarji, ki so zaposleni pri izdajatelju, ter drugi avtorji prispevkov oziroma stalni programski sodelavci, ki na podlagi pogodbe civilnega prava osebno, samostojno in dlje časa opravljajo delo v okoliščinah ekonomske odvisnosti. Če pri izdajatelju ni zaposlenih urednikov ali novinarjev oziroma tudi ni drugih pogodbenih avtorjev prispevkov oziroma stalnih programskih sodelavcev, lahko uredništvo sestavlja samo odgovorni urednik.
15. Vplivneži so ustvarjalci spletnih vsebin, ki objavljajo na spletnih platformah ali platformah za izmenjavo videov ali zvočnih posnetkov in katerih namen je z objavami vplivati na družbo, javno mnenje ali osebno mnenje posameznikov in javnosti ter katerih objave imajo lahko tudi ekonomski interes z namenom monetiziranja vsebine (zbiranja sledilcev z namenom prodaje ali trženja izdelkov in storitev, trženja oglasov in podobno).
16. Nasprotje interesov so okoliščine, v katerih lahko interes izdajatelja, njegovih poslovnih oseb ali lastnikov izdajatelja vpliva ali ustvarja videz, da vpliva, na nepristransko in objektivno obveščanje v mediju. Interes izdajatelja, njegovih poslovnih oseb ali lastnikov izdajatelja iz prejšnjega stavka pomeni premoženjsko ali nepremoženjsko korist za navedene subjekte, njihove družinske člane in druge fizične ali pravne osebe, s katerimi imajo ali so imeli ti subjekti ali njihovi družinski člani osebne, poslovne ali politične stike.
17. Vdorna programska oprema za nadzor pomeni, kot je to določeno v dvajsetem odstavku 2. člena Uredbe (EU) 2024/1083.
18. Programska zasnova je sestavni del pogodbe o zaposlitvi med izdajateljem in urednikom ter med izdajateljem in novinarjem, v kateri izdajatelj določi namen izdajanja in temeljna vsebinska izhodišča za delovanje medija.
19. Temeljni akt izdajatelja je akt, ki ga sprejme najvišji organ izdajatelja in v katerem poleg prvih svoje organiziranosti in delovanja kot pravnega subjekta ureja tudi vprašanja, ki jih določa ta zakon (na primer sestavo uredništva, razmerja med izdajateljem in uredništvom, medsebojna razmerja v uredništvu, postopek za imenovanje in razrešitev odgovornega urednika).
20. Medijska pluralnost pomeni različnost in raznovrstnost javno dostopne medijske ponudbe (virov, vsebin in stališč), ki je ključna za delovanje demokratične družbe, ker omogoča raznolikost mnenj, odgovorno in kritično razumevanje družbenih vprašanj ter varuje svobodo izražanja.
21. Medijska pismenost pomeni, kot je to določeno v enaindvajsetem odstavku 2. člena Uredbe (EU) 2024/1083.
22. Koncentracija na medijskem trgu pomeni, kot je to določeno v petnajstem odstavku 2. člena Uredbe (EU) 2024/1083.
23. Javni subjekti so Republika Slovenija, samoupravne lokalne skupnosti, državni organi, organi samoupravnih lokalnih skupnosti, javne agencije, javni zavodi, javni skladi, javna podjetja in druge pravne osebe javnega prava oziroma organizacije, ki so ustanovljene z zakonom ali upravnim aktom ali za katere je značilno:
 - cilj organizacije je uresničevanje javnega interesa (na primer izvajanje javne službe), ne pa zasebnih koristi organizacije ali njenih članov,
 - javne oblasti lahko posegajo v upravljanje organizacije oziroma je organizacija bolj kot običajne osebe zasebnega prava podrejena javnemu nadzoru,
 - organizacija ima posebne pravice, zaradi katerih ni v celoti podrejena zasebnemu pravu, ali ima javna pooblastila (na primer morebitno javno financiranje organizacije, pravno ustanovljeni monopolni položaj organizacije, članstvo v organizaciji je obvezno za izvajanje določene dejavnosti, organizacija lahko predpisuje obvezne prispevke članov).

24. Subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov so gospodarske družbe ali druge pravne osebe zasebnega prava, na katere imajo javni subjekti neposredni ali posredni prevladujoč vpliv, posamično ali skupaj. Prevladujoči vpliv je zagotovljen, kadar javni subjekti posamično ali skupaj:
- v gospodarski družbi neposredno ali posredno prek druge gospodarske družbe ali druge pravne osebe zasebnega prava lahko izvajajo prevladujoči vpliv na podlagi večinskega deleža vpisanega kapitala ali imajo pravico nadzora večine ali lahko imenujejo več kot polovico članov poslovnega ali nadzornega organa, ali
 - v drugi pravni osebi zasebnega prava, ki ni gospodarska družba, neposredno ali posredno prek druge gospodarske družbe ali druge pravne osebe zasebnega prava, nastopajo kot ustanovitelji.
25. Dejanski lastnik pomeni, kot je to določeno v 6. točki 3. člena Direktive (EU) 2015/849 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. maja 2015 o preprečevanju uporabe finančnega sistema za pranje denarja ali financiranje terorizma, spremembi Uredbe (EU) št. 648/2012 Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive 2005/60/ES Evropskega parlamenta in Sveta in Direktive Komisije 2006/70/ES (UL L št. 141, z dne 5. 6. 2015, str. 73), zadnjič spremenjene z Uredbo (EU) 2023/1113 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 31. maja 2023 o informacijah, ki spremljajo prenose sredstev in nekaterih kriptosredstev, in spremembi Direktive (EU) 2015/849 (UL L št. 150 z dne 9. 6. 2023, str. 1).
26. Programske vsebine lastne produkcije so uredniško oblikovane zaključene programske enote, katerih producent je izdajatelj sam, ali pa so bile izdelane po njegovem naročilu in za njegov račun. Za programske vsebine lastne produkcije ne štejejo oglasi, radijska in televizijska prodaja ter neplačana obvestila. Zvrsti programskih vsebin lastne produkcije opredeli Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: AKOS) v splošnem aktu o metodologiji nadzorstva iz 101. člena tega zakona.
27. Slovenska avdiovizualna dela so avtorska dela, kot so filmi, nadaljevanke ali nanizanke, ki so izvorno izdelana v slovenskem jeziku oziroma italijanskem ali madžarskem jeziku, če so namenjena avtohtoni italijanski ali madžarski narodni skupnosti v Republiki Sloveniji, ali pa so nastala v večinski ali manjšinski produkciji producentov, ki imajo sedež v Republiki Sloveniji.
28. Slovenska glasba pomeni skladbe, ki se izvajajo v slovenskem jeziku ali so nastale ali so izdane v Republiki Sloveniji.
29. Neodvisni producent pomeni, kot je to določeno v zakonu, ki ureja avdiovizualne medijske storitve.
30. Oddajni čas zajema vse programske vsebine, ki jih posamezni radijski ali televizijski program razširja v določeni časovni enoti. Dnevni oddajni čas zajema vse programske vsebine, ki jih posamezni radijski ali televizijski program razširja od 0. do 24. ure posameznega dneva, razen programskih vsebin, ki so iz dnevnega oddajnega časa izvzete s tem zakonom. Letni oddajni čas zajema vse programske vsebine, ki jih posamezni radijski ali televizijski program razširja v obdobju od 1. januarja do 31. decembra posameznega leta, razen programskih vsebin, ki so iz letnega oddajnega časa izvzete s tem zakonom.
31. Oglaševanje pomeni objavlanje oglasov ali katerih koli drugih vrst plačanih vsebin (v nadaljnjem besedilu: oglasi), katerih objavo naroči fizična ali pravna oseba z namenom, da bi s tem pospeševala pravni promet proizvodov, storitev, nepremičnin, pravic ali obveznosti, pridobivala poslovne partnerje ali si v javnosti ustvarjala ugled in dobro ime. Oglasi se objavljajo za plačilo ali katero koli drugo obliko monetizacije ali drugo podobno nadomestilo (na primer kompenzacije, plačevanje z blagom ali storitvami) ali z namenom samooglaševanja.

Za oglase ne štejejo:

- obveščanje izdajatelja v zvezi s programskimi vsebinami njegovega medija (na primer napovedi lastnih izdaj oziroma oddaj);
- neodplačne objave v zvezi z izvajanjem javnih služb, kulturnih prireditev, dobrodelnih akcij in akcij, ki so splošnega pomena za varnost prebivalcev Republike Slovenije, ter druge objave v širšem javnem interesu;

- neodplačne objave v zvezi s promocijo zdravja in zdravega načina življenja oziroma opozarjanjem na za zdravje škodljivo hrano in pijačo;
 - neodplačne objave v zvezi z varovanjem okolja in podnebnimi spremembami;
 - neodplačne predstavitve umetniških del in kulturno-umetniških prireditev;
 - neodplačno navajanje producentov, organizatorjev ali sponzorjev oziroma donatorjev umetniških del ter kulturno-umetniških prireditev in dobrodelnih akcij, v okviru medijske predstavitve teh del, prireditev oziroma akcij.
32. Sponzoriranje je katera koli oblika prispevanja k financiranju programskih vsebin s strani fizične ali pravne osebe, ki to stori z namenom promocije ali uveljavitve svojega imena ali firme, dejavnosti, izdelka ali znamke oziroma svoje podobe v javnosti.
33. Promocijsko umeščanje izdelkov pomeni kakršno koli obliko komercialnega sporočila, ki vključuje izdelek, storitev ali znamko za njuno označevanje ali se sklicuje nanje, tako, da se pokažejo ali prikažejo v programski vsebini, v zameno za plačilo ali podobno nadomestilo.
34. Radijska prodaja pomeni neposredne ponudbe, ki se v zameno za plačilo predvajajo javnosti v radijskem programu zaradi preskrbe z blagom ali storitvami, vključno z nepremičninami, pravicami in obveznostmi.
35. Televizijska prodaja pomeni, kot je to določeno v zakonu, ki ureja avdiovizualne medijske storitve.
36. Državno oglaševanje pomeni, kot je to določeno v devetnajstem odstavku 2. člena Uredbe (EU) 2024/1083.
37. Politično oglaševanje pomeni, kot je to določeno v Uredbi (EU) 2024/900 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. marca 2024 o preglednosti in ciljanju v političnem oglaševanju (UL L št. 2024/900 z dne 20. 3. 2024).
38. Versko oglaševanje pomeni objavljanje oglasov ali katerih koli drugih vrst plačanih vsebin, katerih objavo naroči verska skupnost mz namenom vplivanja na versko prepričanje posameznikov ali javnosti. Med versko oglaševanje ne štejejo:
- cerkvena oznanila,
 - obveščanje verskih skupnosti o lastnih humanitarnih dejavnostih oziroma dobrodelnih akcijah,
 - javni nagovori predstavnikov verskih skupnosti v okviru večjih verskih praznikov, ki se običajno predvajajo v radijskih in televizijskih programih v Republiki Sloveniji.
39. Merjenje občinstva pomeni, kot je to določeno v šestnajstem odstavku 2. člena Uredbe (EU) 2024/1083.
40. Sistem umetne inteligence pomeni, kot je to določeno v 3. členu Uredbe (EU) 2024/1689 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. junija 2024 o določitvi harmoniziranih pravil o umetni inteligenci in spremembi uredb (ES) št. 300/2008, (EU) št. 167/2013, (EU) št. 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 in (EU) 2019/2144 ter direktiv 2014/90/EU, (EU) 2016/797 in (EU) 2020/1828 (UL L št. 2024/1689 z dne 12. 7. 2024; v nadaljnjem besedilu: Uredba (EU) 2024/1689).
41. Generativna umetna inteligenca se nanaša na sisteme umetne inteligence, ki lahko ustvarijo besedila, fotografije, slike, videe in druge programske vsebine v obliki, ki je ni mogoče zlahka razločiti od programskih vsebin, ki jih ustvarijo ljudje.

II. SVOBODA IZRAŽANJA IN NEODVISNOST MEDIJEV TER NOVINARSKA IN UREDNIŠKA AVTONOMIJA

1. Splošno

4. člen
(svoboda izražanja in neodvisnost medijev)

Dejavnost medijev temelji na svobodi izražanja, nedotakljivosti ter varstvu človekove osebnosti in dostojanstva, svobodnem pretoku informacij in odprtosti medijev za različna mnenja, prepričanja in raznolike vsebine, na avtonomnosti urednikov, novinarjev in drugih avtorjev pri ustvarjanju programskih vsebin v skladu s programskimi zasnovami in poklicnimi kodeksi ter na osebni odgovornosti novinarjev oziroma drugih avtorjev prispevkov in urednikov za posledice njihovega dela.

5. člen (uredniška in novinarska avtonomija)

(1) Uredniki, novinarji in drugi avtorji prispevkov so v okviru programske zasnove medija in v skladu s temeljnim aktom izdajatelja pri svojem delu neodvisni in samostojni.

(2) Novinar ima pravico zavrniti pripravo novinarskega prispevka ali vsako drugo novinarsko opravilo, če bi bilo to v nasprotju s strokovnimi in etičnimi pravili, merili in standardi novinarstva. Novinar ne more zavrniti dela, ki se nanaša na tehnično urejanje programskih vsebin, povzemanje prispevkov drugih avtorjev ali urejanje poročil.

(3) Novinarju se zaradi izražanja mnenj in stališč, ki so v skladu s programsko zasnovo medija ter strokovnimi pravili, merili in standardi, ali v primeru upravičene zavrnitve priprave prispevka ali drugega dela iz prejšnjega odstavka ne sme odpovedati delovnega razmerja ali prekiniti sklenjene pogodbe z njim, zmanjšati plače, spremeniti statusa v uredništvu ali kako drugače poslabšati njegovega položaja.

(4) Nihče ne sme novinarju brez njegovega soglasja pomensko spremeniti njegovega prispevka.

(5) Vsak novinarski prispevek mora biti podpisan (na primer s celim imenom in priimkom novinarja, navedbo uredništva, začetnicami, umetniškim imenom ali psevdonimom). Podpisovanje prispevkov z izmišljenimi avtorji in neobstoječimi osebami ni dopustno. Uporaba psevdonima je dopustna zaradi zaščite vira ali drugih utemeljenih razlogov, pri čemer mora biti v prispevku jasno označeno, da gre za uporabo psevdonima. Podpisovanje novinarskega prispevka brez vednosti novinarja ali proti njegovi volji ni dopustno.

6. člen (zaščita vira informacij)

(1) Izdajatelji in njihovi uredniki, novinarji ali drugi avtorji prispevkov morajo zagotoviti zaupnost vira informacij. Razen sodišča in le v primeru, ko to določa kazenska zakonodaja, ne sme nihče zahtevati od izdajatelja, urednika, novinarja, avtorja prispevka ali katere koli druge osebe, ki bi zaradi svojega poklicnega oziroma drugega razmerja z izdajateljem ali njegovim uredništvom lahko imela informacije, povezane z novinarskimi viri ali zaupnim komuniciranjem, ali pa bi jih lahko identificirale, da razkrije vir informacij ali drugo zaupno komuniciranje. Prav tako se oseb iz prejšnjega stavka ne sme pridržati, preiskovati in kaznovati ali njihovih poslovnih in zasebnih prostorov nadzorovati, preiskati in zaseči, da bi se pridobile informacije, povezane z novinarskimi viri ali zaupnim komuniciranjem, ali bi jih bilo mogoče identificirati, razen če se takšni ukrepi uporabijo na podlagi odločbe sodišča.

(2) Prepovedano je namestiti vdorno programsko opremo za nadzor na katero koli napravo, ki jo pri svojem delu uporabljajo izdajatelji, njihova uredništva, novinarji ali katere koli druge osebe, ki bi zaradi svojega poklicnega oziroma drugega razmerja z izdajateljem ali njegovim uredništvom lahko imele informacije, povezane z novinarskimi viri ali zaupnim komuniciranjem, ali pa bi jih bilo mogoče identificirati, razen če se takšen ukrep uporabi na podlagi odločbe sodišča.

7. člen (odgovorni urednik)

(1) Izdajatelj mora zagotoviti, da ima njegov medij ves čas odgovornega urednika. Pred imenovanjem ali razrešitvijo odgovornega urednika ali imenovanjem vršilca dolžnosti

odgovornega urednika mora izdajatelj pridobiti mnenje uredništva, razen če je v temeljnem aktu izdajatelja določen močnejši vpliv uredništva.

(2) Izdajatelj lahko imenuje vršilca dolžnosti odgovornega urednika za največ šest mesecev.

(3) Odgovorni urednik je odgovoren za vsako objavljeno informacijo, če ta zakon ne določa drugače. To vključuje tudi programske vsebine, generirane, delno generirane, izbrane ali razvrščene s sistemi umetne inteligence, vključno z izbiro vsebin in uredniškimi priporočili vsebin za uporabnike. Če ima medij več odgovornih urednikov, je vsak od njih odgovoren za objave informacij v tistem programskem sklopu, za katerega je odgovoren.

2. Status samostojnega novinarja

8. člen

(pridobitev statusa samostojnega novinarja)

(1) Status samostojnega novinarja posameznik pridobi z vpisom v razvid samostojnih novinarjev pri ministrstvu, pristojnem za medije (v nadaljnjem besedilu: pristojno ministrstvo). O vpisu v razvid odloči pristojno ministrstvo z odločbo.

(2) V razvid iz prejšnjega odstavka se vpiše, kdor izpolnjuje te pogoje:

- ima dokazilo o aktivnem znanju slovenskega jezika, če ni državljan Republike Slovenije;
- ima dokazila o objavah v medijih;
- samostojno opravlja novinarsko dejavnost kot edini ali glavni poklic;
- mu ni s pravnomočno sodno odločbo prepovedano opravljanje te dejavnosti;
- ne opravlja dejavnosti ali sodeluje pri opravljanju dejavnosti, ki so v nasprotju z naravo novinarskega dela, kot jih določajo mednarodni strokovni in etični standardi novinarske dejavnosti (na primer trženjska svetovanja, odnosi z javnostjo, oglaševanje izdelkov ali storitev).

(3) Vloga za vpis v razvid samostojnih novinarjev vsebuje te podatke:

- ime in priimek predlagatelja;
- datum in kraj rojstva;
- enotna matična številka občana (EMŠO);
- davčna številka;
- ulica in kraj stalnega prebivališča ter ulica in kraj morebitnega začasnega prebivališča;
- sedež opravljanja dejavnosti;
- podatek o državljanstvu;
- dan zelenega vpisa v razvid.

(4) Postopek za pridobitev statusa samostojnega novinarja se začne na podlagi vloge pri pristojnem ministrstvu, ki ji predlagatelj priloži dokazila o izpolnjevanju pogojev iz drugega odstavka tega člena in mnenje najmanj enega strokovnega združenja novinarjev.

(5) Na podlagi vloge in mnenja iz prejšnjega odstavka izda pristojno ministrstvo odločbo o vpisu v razvid samostojnih novinarjev, če so izpolnjeni pogoji, določeni v drugem odstavku tega člena.

(6) Predlagatelj, ki izpolnjuje vse pogoje za vpis, se v razvid samostojnih novinarjev vpiše z dnem, navedenem v odločbi.

(7) Način izpolnjevanja pogojev za vpis v razvid samostojnih novinarjev natančneje določi Vlada Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: vlada) z uredbo.

9. člen

(vodenje razvida samostojnih novinarjev)

(1) Samostojni novinar sporoči pristojnemu ministrstvu vsako spremembo podatkov, ki se vodijo v razvidu samostojnih novinarjev, in vsa dejstva, ki vplivajo na izpolnjevanje pogojev iz drugega odstavka prejšnjega člena, v 15 dneh po nastanku spremembe.

(2) Samostojni novinar na zahtevo pristojnega ministrstva predloži dokazila, iz katerih je razvidno, da izpolnjuje pogoje za vpis iz drugega odstavka prejšnjega člena. Rok za predložitev dokazil ne sme biti krajši od 15 dni.

(3) Pristojno ministrstvo preverja izpolnjevanje pogojev za vpis v razvid samostojnih novinarjev v skladu s prejšnjim odstavkom tudi na predlog strokovnih združenj novinarjev, Finančne uprave Republike Slovenije in Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (v nadaljnjem besedilu: AJPES).

(4) Podatki o imenu in priimku samostojnih novinarjev so javno dostopni na spletni strani pristojnega ministrstva. Drugi podatki iz razvida samostojnih novinarjev so dostopni le, če tako določa zakon.

(5) V uredbi iz sedmega odstavka prejšnjega člena se natančneje določijo način vodenja razvida samostojnih novinarjev, podrobnejši postopek za vpis v razvid samostojnih novinarjev in način pridobivanja podatkov iz njega ter način in postopek občasnega preverjanja izpolnjevanja pogojev iz drugega odstavka prejšnjega člena.

10. člen

(izbris iz razvida samostojnih novinarjev)

(1) Pristojno ministrstvo izda odločbo o odvzemu statusa samostojnega novinarja in izbrisu iz razvida samostojnih novinarjev, če samostojni novinar:

- ne izpolnjuje več pogojev iz drugega odstavka 8. člena tega zakona,
- v roku ne predloži dokazil iz drugega odstavka 9. člena tega zakona.

(2) Samostojni novinar se izbriše iz razvida samostojnih novinarjev tudi na njegovo zahtevo. Iz razvida samostojnih novinarjev se izbriše z dnem, ki ga predlaga, vendar ne prej kot z dnem prejema vloge, predložene pristojnemu ministrstvu, razen če gre za primer zakonske nezdržljivosti s statusom samostojnega novinarja.

3. Informacije za medije in samostojne novinarje

11. člen

(informacije za medije in samostojne novinarje)

(1) Informacije za medije in samostojne novinarje (v nadaljnjem besedilu: informacije) so informacije, ki jih subjekti, ki jih kot zavezanec določa zakon, ki ureja dostop do informacij javnega značaja (v nadaljnjem besedilu: zavezanec), pošljejo medijem, ki so vpisani v razvid medijev, ali samostojnim novinarjem, ki so vpisani v razvid samostojnih novinarjev, kot odgovor na vprašanje in so vezane na delovno področje zavezanca, ter informacije, ki jih zavezanci na lastno pobudo pošljejo medijem ali samostojnim novinarjem. Informacije morajo biti resnične in celovite.

(2) Vsak zavezanec za omogočanje pošiljanja informacij za medije in samostojne novinarje določi odgovorno osebo in javno objavi njeno osebno ime, službeno telefonsko številko in naslov službene elektronske pošte. Če ima zavezanec vzpostavljeno službo za odnose z javnostmi, se lahko objavita le telefonska številka in naslov elektronske pošte te službe.

(3) Zavezanec pošlje mediju oziroma samostojnemu novinarju odgovor na vprašanje najpozneje v petih delovnih dneh od prejema vprašanja. Iz odgovora morata biti razvidna ime medija oziroma samostojnega novinarja, ki je zastavil vprašanje, in vsebina vprašanja. Če je medij oziroma samostojni novinar postavil zavezancu več vprašanj, mora zavezanec odgovoriti na vsako vprašanje posebej.

(4) Medij oziroma samostojni novinar lahko zahteva dodatna pojasnila v treh dneh od prejema odgovora. Zavezanec mu pojasnila pošlje nemudoma oziroma najpozneje v treh delovnih dnevih od prejema zahteve za dodatna pojasnila.

(5) Zavezanec lahko mediju oziroma samostojnemu novinarju zavrne ali delno zavrne odgovor na vprašanje, če so zahtevane informacije izvzete iz prostega dostopa po zakonu, ki ureja dostop do informacij javnega značaja, ali če odgovor na vprašanje ni vezan na delovno področje zavezanca. Zavezanec o zavrnitvi ali delni zavrnitvi odgovora na vprašanje pisno obvesti medij oziroma samostojnega novinarja do konca naslednjega delovnega dne od prejema vprašanja.

(6) Zavrnilni ali delno zavrnilni odgovor iz tretjega in petega odstavka tega člena se šteje kot zavrnilna odločba.

(7) Pritožba zoper zavrnilno odločbo iz prejšnjega odstavka je dovoljena le, če zavrnilni ali delno zavrnilni odgovor na vprašanje izhaja iz dokumenta, zadeve, dosjeja, registra, evidence ali drugega dokumentarnega gradiva in če je medij oziroma samostojni novinar zavezancu postavil pisno vprašanje.

(8) O pritožbi zoper odločbo iz šestega odstavka tega člena, ki mora biti v pisni obliki, odloča organ, pristojen za odločanje o pritožbi po zakonu, ki ureja dostop do informacij javnega značaja. Zavezanec odločbo, izdano na podlagi pritožbe, izvrši nemudoma, najpozneje pa v petih delovnih dnevih od vročitve odločbe.

(9) Če je bila informacija za medije in samostojne novinarje v mediju objavljena v celoti in dobesedno, avtor programskega prispevka in odgovorni urednik nista odškodninsko in kazensko odgovorna za vsebinsko pravilnost objave javne informacije. Za resničnost in pravilnost take informacije je odgovoren zavezanec, ki jo je dal.

(10) Za nadzor nad izvajanjem tega člena je pristojen organ, pooblaščen za odločanje o pritožbi po zakonu, ki ureja dostop do informacij javnega značaja.

III. SPODBUJANJE IN ZAŠČITA MEDIJSKE PLURALNOSTI

1. Javni interes na področju medijev

12. člen

(javni interes na področju medijev)

(1) Javni interes na področju medijev zajema:

- pravico državljanov oziroma državljanek Republike Slovenije, Slovencev po svetu, pripadnikov oziroma pripadnic slovenskih narodnih manjšin v Avstriji, Hrvaški, Italiji in Madžarski, avtohtone italijanske in madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji ter romske skupnosti, ki živi v Republiki Sloveniji, do javnega obveščanja in celovite obveščenosti;
- pravico oseb z invalidnostmi do javnega obveščanja in obveščenosti v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih;
- pravico do javnega obveščanja in obveščenosti na lokalnih območjih;
- medijsko pluralnost in raznovrstnost programskih vsebin;
- medijsko pismenost;
- neodvisno, etično in verodostojno novinarstvo ter spodbujanje samoregulacije v medijih;
- preiskovalno novinarstvo;
- kulturno in umetniško ustvarjalnost v medijih;
- uredniško in novinarsko avtonomijo ter neodvisnost medijev.

(2) Za uresničevanje javnega interesa na področju medijev zagotavlja Republika Slovenija sredstva v državnem proračunu.

(3) Za zagotavljanje pravice do javnega obveščanja in obveščenosti na lokalnih območjih lahko samoupravne lokalne skupnosti v skladu z zakonom, ki ureja lokalno samoupravo, zagotavljajo sredstva v občinskih proračunih, pri čemer morajo biti ta sredstva določena na posebni postavki.

2. Finančna podpora medijem

13. člen
(vrste in namen finančnih podpor)

(1) Za uresničevanje javnega interesa na področju medijev podpira Republika Slovenija s proračunskimi sredstvi za medije, zagotovljenimi pri pristojnem ministru, te projekte in programe medijev:

- ustvarjanje programskih vsebin v javnem interesu v splošnoinformativnih tiskanih medijih, radijskih in televizijskih programih ter digitalnih medijih, pri čemer se za ta namen zagotovijo sredstva v letni višini, ki ustreza vrednosti enega odstotka zneska prispevka za programe RTV Slovenija, ki je bil zbran v prejšnjem letu;
- dejavnost programov s statusom posebnega pomena, pri čemer se za ta namen zagotovijo sredstva v letni višini, ki ustreza vrednosti treh odstotkov zneska prispevka za programe RTV Slovenija, ki je bil zbran v prejšnjem letu;
- ustvarjanje in razširjanje programskih vsebin, namenjenih osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih ter razvoj ustrezne tehnične infrastrukture;
- delovanje medijev, ki imajo status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev;
- razvoj novih programskih vsebin, oblik in orodij za novinarsko delo ali doseganje novih občinstev.

(2) Poleg projektov in programov iz prejšnjega odstavka lahko Republika Slovenija za uresničevanje javnega interesa na področju medijev s proračunskimi sredstvi za medije, zagotovljenimi pri pristojnem ministru, zagotavlja finančno podporo medijem tudi v okviru naslednjih posebnih shem državnih pomoči:

- finančna podpora za digitalni prehod tiskanih medijev, kot je določena v 16. členu tega zakona;
- finančna podpora za digitalne medije, kot je določena v 17. členu tega zakona.

(3) Pogoji za dodelitev finančne podpore iz tega člena je predhodna odobritev sheme državne pomoči v skladu s predpisi, ki urejajo državne pomoči.

14. člen
(osnovni pogoji in merila za dodelitev finančne podpore)

(1) Osnovni pogoji, ki morajo biti izpolnjeni za dodelitev finančne podpore iz prejšnjega člena, so:

- skladnost projekta ali programa oziroma dejavnosti izdajatelja z javnim interesom na področju medijev;
- izpolnjevanje zakonskih pogojev za opravljanje dejavnosti (na primer vpis v poklicni ali poslovni register, registracija dejavnosti, dovoljenje za izvajanje dejavnosti);
- zagotovljenost ustreznih strokovnih sposobnosti in izkušenj;
- zagotavljanje preglednosti podatkov o lastništvu medijev, državnem oglaševanju in razkritju nasprotja interesov.

(2) Osnovna merila, na podlagi katerih se presoja upravičenost do dodelitev finančne podpore iz prejšnjega člena, so:

- pomen izvedbe projekta ali programa za uresničevanje javnega interesa na področju medijev;
- kakovost in izvirnost projekta ali programa;
- strokovne reference izdajatelja in sodelujočih pri izvedbi projekta ali programa;
- doseg medija oziroma število uporabnikov medija ali učinkovitost doseganja ciljnih občinstev;
- ustreznost finančnega načrta za izvedbo projekta ali programa.

(3) Glede na značilnosti posamezne vrste finančne podpore iz prejšnjega člena se lahko pri presoji upravičenosti financiranja posameznega projekta ali programa upoštevajo tudi ta prednostna merila:

- spoštovanje profesionalnih in etičnih standardov novinarskega dela;
- spoštovanje načel novinarske in uredniške avtonomije;

- spoštovanje prepovedi spodbujanja nasilja ali sovraštva in ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj;
- spoštovanje zakonskih zahtev v zvezi s plačilom za delo, delovnim časom, počitki, opravljanjem dela na podlagi pogodb civilnega prava kljub obstoju elementov delovnega razmerja ali v zvezi z zaposlovanjem na črno;
- ohranjanje novinarskih delovnih mest za nedoločen čas;
- zagotavljanje visoke stopnje pravne zaščite in trajnejše socialne varnosti tako za zaposlene kot tudi pogodbene novinarje, programske delavce in druge delavce v medijih;
- ureditev pravic in obveznosti novinarjev s kolektivno pogodbo širše ali ožje ravni;
- zagotavljanje rednega izobraževanja in usposabljanja novinarjev, programskih delavcev ali drugih ključnih poklicev v medijih;
- vključevanje preverjanja dejstev pred objavo v uredniški proces;
- nepridobitnost in neprofitnost medija;
- status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev;
- dostopnost programskih vsebin osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih;
- zagotavljanje visokih programskih deležev lastne produkcije, slovenskih avdiovizualnih del in slovenske glasbe.

(4) Prednostna merila iz prejšnjega odstavka pomenijo dodatno število točk za projekte in programe, ki ta merila izpolnjujejo.

(5) Vlada z uredbo podrobneje določi osnovne pogoje ter osnovna in prednostna merila iz tega člena ter podrobnejše pogoje in merila za dodeljevanje državnih pomoči.

(6) Finančne podpore za namene iz prvega in drugega odstavka prejšnjega člena ne morejo pridobiti:

- izdajatelji, ki so javni subjekti ali so subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov;
- izdajatelji, ki so politične stranke ali pa so te neposredni ali posredni lastnik ali ustanovitelj izdajatelja;
- izdajatelji, ki nimajo izpolnjenih pravnih, finančnih ali pogodbenih obveznosti do pristojnega ministrstva kot financerja in do posrednih proračunskih uporabnikov;
- izdajatelji, katerih odgovorni uredniki ali osebe, ki so jih nadomeščale, so bili v zadnjih dveh letih pravnomočno obsojeni za kaznivo dejanje javnega spodbujanja sovraštva, nasilja in nestrpnosti iz 297. člena Kazenskega zakonika (Uradni list RS, št. 50/12 – uradno prečiščeno besedilo, 54/15, 6/16 – popr., 38/16, 27/17, 23/20, 91/20, 95/21, 186/21, 105/22 – ZZNŠPP in 16/23).

(7) Ne glede na prejšnji odstavek omejitev iz prve alineje prejšnjega odstavka ne velja za izdajatelje, ki imajo status programa posebnega pomena.

(8) Za zadnji dve leti iz četrte alineje šestega odstavka tega člena šteje obdobje dveh let neposredno pred objavo javnega poziva ali javnega razpisa iz prvega odstavka 15. člena tega zakona.

15. člen

(postopek dodelitve finančne podpore)

(1) O razdelitvi sredstev za namene iz 13. člena tega zakona odloča pristojno ministrstvo na predlog strokovne komisije in na podlagi izvedenega postopka javnega poziva ali javnega razpisa, po postopku, kot je določen v zakonu, ki ureja uresničevanje javnega interesa za kulturo.

(2) Člane strokovne komisije izmed strokovnjakov za področje medijev imenuje pristojno ministrstvo v skladu z zakonom, ki ureja uresničevanje javnega interesa za kulturo. Člani strokovne komisije ne morejo biti:

- funkcionarji, poslanci in člani vodstev ali izvršilnih organov političnih strank;
- delavci, zaposleni v državnih organih;
- delavci, ki imajo z izdajateljem ali oglaševalsko organizacijo sklenjeno pogodbo o zaposlitvi ali drugo dolgotrajno sodelovanje na podlagi pogodb civilnega prava;
- osebe, ki imajo v lasti več kot en odstotek kapitala ali upravljavskih oziroma glasovalnih pravic v premoženju izdajatelja ali oglaševalski organizaciji;

- osebe, ki jim je bila v zadnjih dveh letih s pravnomočno odločbo izrečena globa zaradi kršitve prepovedi spodbujanja nasilja ali sovraštva in ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj iz 53. člena tega zakona.

(3) Prijavitelj, ki je dobil sredstva na javnem pozivu oziroma javnem razpisu in ni izpolnil pogojev, določenih v tem zakonu ali besedilu javnega poziva oziroma javnega razpisa ali ni izvedel projekta ali programa, mora dodeljena sredstva vrniti.

16. člen

(finančna podpora za digitalni prehod tiskanih medijev)

(1) Finančna podpora za digitalni prehod tiskanih medijev iz prve alineje drugega odstavka 13. člena tega zakona je lahko namenjena za:

- sofinanciranje izdajateljev za prehod obstoječih tiskanih medijev na digitalno izdajanje;
- sofinanciranje izdajateljev za produkcijo v tiskanih medijih, s katero se krijejo uredniški stroški, povezani z ustvarjanjem programskih vsebin;
- sofinanciranje izdajateljev za del distribucije tiskanih medijev, s katero se krijejo stroški, povezani z dostavo tiskanih medijev ob dnevih, ko se dodatna dostava zagotavlja po višji ceni, ali z dostavo na podeželje in redkeje poseljena območja;
- sofinanciranje pravnih in fizičnih oseb za digitalne naročnine.

(2) Do sredstev iz prve do tretje alineje prejšnjega odstavka so upravičeni izdajatelji nacionalnih in regionalnih splošnoinformativnih tiskanih medijev, ki poleg osnovnih pogojev iz prvega odstavka 14. člena tega zakona izpolnjujejo tudi te posebne pogoje:

- so vpisani v razvid medijev;
- izhajajo najmanj 12-krat na leto;
- imajo minimalno naklado 1500 izvodov;
- izhajajo v slovenščini;
- so namenjeni splošni javnosti v Republiki Sloveniji;
- objavljajo večinski delež izvirnih, lastnih programskih vsebin, s katerimi pokrivajo različne aktualne družbene, politične, gospodarske in kulturne teme;
- so pod enakimi pogoji dostopni širši javnosti in zagotavljajo dostopnost za osebe z invalidnostmi;
- imajo neodvisno in avtonomno uredniško politiko;
- imajo v uredništvu zaposlenih najmanj toliko oseb, da njihov skupni delovni čas ustreza vsaj petim zaposlenim za polni delovni čas;
- ponujajo naročniški model že najmanj 12 mesecev pred oddajo vloge na javni poziv oziroma javni razpis.

(3) Do sredstev iz četrte alineje prvega odstavka tega člena so upravičene pravne in fizične osebe, ki so davčni rezidenti v Republiki Sloveniji in se odločijo za digitalno naročnino pri izdajatelju, ki izdaja medij najmanj eno leto pred objavo javnega razpisa ali poziva.

(4) Poleg medijev iz šestega odstavka 14. člena tega zakona do sredstev iz tega člena niso upravičeni:

- brezplačniki,
- občinska glasila;
- publikacije, namenjene posameznim poklicem, panogam ali političnim strankam.

(5) Vlada z uredbo iz petega odstavka 14. člena tega zakona podrobneje določi tudi posebne pogoje ter podrobnejše pogoje in merila za dodeljevanje finančne podpore iz tega člena.

17. člen

(finančna podpora za digitalne medije)

(1) Finančna podpora za digitalne medije iz druge alineje drugega odstavka 13. člena tega zakona je namenjena sofinanciranju produkcije digitalnih medijev.

(2) Do sredstev iz prejšnjega odstavka so upravičeni izdajatelji digitalnih medijev, ki poleg osnovnih pogojev iz prvega odstavka 14. člena tega zakona izpolnjujejo tudi te posebne pogoje:

- so vpisani v razvid medijev;
- izhajajo v slovenščini;
- imajo minimalni doseg 10.000 uporabnikov;
- so namenjeni splošni javnosti v Republiki Sloveniji;
- periodično objavljajo večinski delež izvernih, lastnih programskih vsebin, s katerimi pokrivajo različne aktualne družbene, politične, gospodarske in kulturne teme;
- so pod enakimi pogoji dostopni širši javnosti in zagotavljajo dostopnost za osebe z invalidnostmi;
- imajo neodvisno uredniško politiko;
- imajo v uredništvu zaposlenih najmanj toliko oseb, da njihov skupni delovni čas ustreza vsaj trem zaposlenim za polni delovni čas;
- delujejo izključno v digitalnem okolju.

(3) Poleg medijev iz šestega odstavka 14. člena tega zakona do sredstev iz tega člena niso upravičeni:

- javni mediji;
- občinska glasila;
- digitalni mediji, namenjeni posameznim poklicem, panogam ali političnim strankam;
- spletna mesta tiskanih medijev ter radijskih in televizijskih programov.

(4) Vlada z uredbo iz petega odstavka 14. člena tega zakona podrobneje določi tudi posebne pogoje ter podrobnejše pogoje in merila za dodeljevanje finančne podpore iz tega člena.

18. člen (pregled medijske pluralnosti)

Za uresničevanja javnega interesa na področju medijev in učinkov finančnih podpor se vsaka tri leta pripravi pregled medijske pluralnosti, ki ga naroči pristojno ministrstvo.

19. člen (obveznost pošiljanja podatkov o medijih)

(1) Na podlagi pisne zahteve pristojnega ministrstva izdajatelj, operater, oglaševalska organizacija ali zakupnik medijskega prostora pošlje ali da na voljo podatke o medijih, s katerimi razpolaga, kadar so ti podatki potrebni za izvajanje nalog, določenih v prejšnjem členu.

(2) Podatki se pridobijo le za izvajanje nalog, določenih v prejšnjem členu. V pisni zahtevi iz prejšnjega odstavka se jasno navede namen uporabe podatkov. Zahtevani podatki morajo biti sorazmerni z namenom, za katerega bodo uporabljeni.

3. Preglednost podatkov o medijih

20. člen (razvid medijev)

(1) Pristojno ministrstvo kot uradno evidenco upravlja razvid medijev, v katerem obdeluje te podatke:

- ime medija;
- dan začetka izdajanja oziroma delovanja medija;
- ime in priimek izdajatelja, stalno prebivališče in davčna številka, če je izdajatelj fizična oseba;
- firma izdajatelja, sedež, davčna številka in matična številka, če je izdajatelj pravna oseba;
- ime in priimek odgovorne osebe izdajatelja, če je izdajatelj fizična oseba, ali ime in priimek zakonitega zastopnika, če je izdajatelj pravna oseba;
- kontaktni podatki izdajatelja (telefonska številka, elektronski naslov);
- zvrst in časovni interval razširjanja medija;
- ime in priimek odgovornega urednika;
- sedež uredništva ali stalno prebivališče odgovornega urednika, če funkcijo uredništva opravlja odgovorni urednik sam;

- prevladujoče zvrsti programskih vsebin, ki jih medij zagotavlja oziroma razširja;
- način in območje razširjanja programskih vsebin;
- jezik razširjanja programskih vsebin;
- vire in način financiranja medija;
- znesek sredstev, ki jih je izdajatelj prejel od javnih subjektov ali subjektov pod prevladujočim vplivom javnih subjektov, z navedbo financerja, namena prejetja sredstev in pravne podlage za prejetje oziroma izplačilo sredstev;
- skupni letni znesek sredstev, ki jih je izdajatelj prejel iz naslova državnega oglaševanja, in skupni letni znesek prihodkov iz oglaševanja, ki jih je izdajatelj prejel od javnih subjektov iz tretjih držav ali subjektov pod prevladujočim vplivom javnih subjektov iz tretjih držav;
- ime in priimek vseh neposrednih ali posrednih lastnikov izdajatelja, če so ti lastniki fizične osebe, ali firma, sedež, davčna številka in matična številka vseh neposrednih ali posrednih lastnikov izdajatelja, če so ti lastniki pravne osebe, z navedbo lastniških deležev oziroma deležev upravljavskih ali glasovalnih pravic v kapitalu oziroma premoženju izdajatelja, ki jim omogočajo vplivanje na poslovanje in strateško odločanje izdajatelja, kar vključuje neposredno ali posredno lastništvo države oziroma javnih subjektov ali subjektov pod prevladujočim vplivom javnih subjektov;
- ime in priimek dejanskega lastnika izdajatelja, če je dejanski lastnik fizična oseba, ali firma, sedež, davčna številka in matična številka, če je dejanski lastnik pravna oseba;
- spremembe podatkov iz tega odstavka in dan prenehanja izdajanja oziroma delovanja medija.

(2) Pristojno ministrstvo obdeluje podatke iz prejšnjega odstavka z namenom izvajanja nadzora nad določbami tega zakona ter za zagotavljanje preglednosti delovanja, upravljanja, lastništva in financiranja medijev, s čimer se zagotavljajo ti cilji:

- uporabniki medijev lahko prepoznajo in razumejo morebitna nasprotja interesov, kar je nujni pogoj za oblikovanje dobro informiranih mnenj in s tem za dejavno udeležbo v demokraciji;
- zagotovitev učinkovitega orodja za odvratanje od poseganja v uredniško neodvisnost in s tem v omejevanje tovrstnih tveganj;
- prispevanje k odprtemu in pravičnemu tržnemu okolju ter povečanje odgovornosti medijev do uporabnikov medijev, kar prispeva k bolj kakovostnim medijem.

(3) Izdajatelj najpozneje v 30 dneh po začetku izdajanja oziroma delovanja medija oziroma od nastanka spremembe oziroma prenehanja delovanja pošlje pristojnemu ministrstvu podatke iz prvega odstavka tega člena z izpolnitvijo spletnega obrazca, dostopnega na spletni strani pristojnega ministrstva.

(4) V roku iz prejšnjega odstavka izdajatelj pristojnemu ministrstvu pošlje tudi temeljni akt izdajatelja in programsko zasnovo medija. Če pristojno ministrstvo ugotovi, da temeljni akt izdajatelja ali programska zasnova medija ni v skladu s tem zakonom, izdajatelja pozove, da ugotovljene pomanjkljivosti v določenem roku odpravi.

(5) Evidenca iz prvega odstavka tega člena je javno dostopna na spletni strani pristojnega ministrstva, razen podatkov o davčni številki fizičnih oseb.

(6) Pristojno ministrstvo zbira in obdeluje podatke iz prvega odstavka tega člena, dokler izdajatelj izvaja dejavnost razširjanja programskih vsebin oziroma do prenehanja delovanja medija. Po tem se podatki hranijo trajno, vendar niso več javno dostopni na spletni strani pristojnega ministrstva, ampak lahko do njih dostopa le tisti, ki izkaže pravni ali raziskovalni interes.

(7) Podatki iz tretje do vključno pete alineje prvega odstavka tega člena in od 14. do vključno 17. alineje prvega odstavka tega člena se v razvidu medijev samodejno osvežujejo z zajemanjem podatkov iz podatkovnih zbirk teh organov oziroma subjektov:

- AJPES;
- AKOS;
- ministrstva, pristojnega za finance;
- Uprave Republike Slovenije za javna plačila.

(8) V razvid medijev se ne vpisujejo:

- bilteni, katalogi in drugi nosilci objavljanja informacij, ki so namenjeni izključno oglaševanju, poslovnemu komuniciranju, izobraževalnemu procesu ali notranjemu delu pravnih oseb in drugih organizacij;

- Uradni list Republike Slovenije in druge uradne objave, ki jih določajo predpisi;
- spletne strani državnih organov, samoupravnih lokalnih skupnosti, javnih agencij, javnih podjetij, javnih zavodov in drugih pravnih oseb javnega prava;
- šolska glasila;
- plakati, letaki, prospekti in transparenti.

21. člen

(sporočanje podatkov o financiranju dejavnosti na področju medijev)

(1) Javni subjekti in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov vsako leto do konca februarja pošljejo pristojnemu ministrstvu z izpolnitvijo spletnega obrazca, dostopnega na spletni strani pristojnega ministrstva, podatke o višini sredstev ali drugih prispevkih, namenjenih financiranju dejavnosti na področju medijev v prejšnjem letu, vključujoč sredstva in druge prispevke, namenjene oglaševanju, sponzoriranju in promocijskemu umeščanju izdelkov v medijih, plačila za objavo naročenih programskih vsebin v medijih in donacije izdajateljem ter podatke o končnih prejemnikih (izdajateljih) teh sredstev oziroma prispevkov.

(2) Pristojno ministrstvo podatke iz prejšnjega odstavka javno objavi na svoji spletni strani.

22. člen

(kolofon)

(1) Z namenom natančne in jasne seznanitve uporabnikov medijev s tem, kdo je odgovoren za objavljene programske vsebine, izdajatelj na primernem mestu v mediju, če to ni mogoče, pa na svoji spletni strani, zagotovi objavo teh podatkov:

- ime in priimek oziroma firma in sedež oziroma stalno prebivališče izdajatelja;
- ime in priimek oziroma firma in sedež oziroma stalno prebivališče dejanskega lastnika medija;
- ime in priimek odgovornega urednika;
- število tiskanih izvodov, kadar gre za tiskani medij;
- elektronski naslov ali naslov spletne strani izdajatelja, ki omogoča hitro navezovanje stika z izdajateljem.

(2) Izdajatelj svojim uporabnikom omogoči enostavni in neposredni dostop do teh podatkov:

- ime in priimek oziroma firma in sedež vseh neposrednih ali posrednih lastnikov izdajatelja z navedbo lastniških deležev oziroma deležev upravljavskih ali glasovalnih pravic v kapitalu oziroma premoženju izdajatelja, ki jim omogočajo vplivanje na poslovanje in strateško odločanje izdajatelja, kar vključuje neposredno ali posredno lastništvo države oziroma javnega subjekta ali subjekta pod prevladujočim vplivom javnega subjekta;
- skupni letni znesek sredstev, ki jih je izdajatelj prejel iz naslova državnega oglaševanja, in skupni letni znesek prihodkov iz oglaševanja, ki jih je izdajatelj prejel od javnih subjektov iz tretjih držav ali od subjektov pod prevladujočim vplivom javnih subjektov iz tretjih držav.

(3) Izdajatelj radijskega programa objavi ime oziroma identifikacijo svojega programa najmanj enkrat na vsako uro oddajanja.

(4) Določbe prvega in drugega odstavka tega člena veljajo tudi za avdiovizualne medijske storitve.

23. člen

(razkritje nasprotja interesov)

Izdajatelj na mestu objave programske vsebine razkrije vsako dejansko ali možno nasprotje interesov, ki bi lahko vplivalo na obveščanje javnosti. Razkritje mora biti objavljeno na način, ki je jasno razumljiv in dostopen javnosti.

4. Ocena koncentracij na medijskem trgu

24. člen
(pristojnost in financiranje AKOS)

(1) Za oceno koncentracij na medijskem trgu (v nadaljnjem besedilu: medijska koncentracija) po tem zakonu in v skladu z 22. členom Uredbe (EU) 2024/1083 je pristojna AKOS.

(2) Pojmi, določeni v 3. členu Uredbe 139/2004, in s tem členom neposredno povezani pojmi iz Uredbe 139/2004, ki se uporabljajo v postopku presoje medijske koncentracije, nadzora medijske koncentracije ali prekrškovnem postopku po tem zakonu, se uporabljajo v pomenu, določenim z Uredbo 139/2004.

(3) Postopek ocene medijske koncentracije po tem zakonu je ločen in samostojen od drugih postopkov za presojo koncentracij po zakonu, ki ureja preprečevanje omejevanja konkurence. Slednje velja tudi obratno.

(4) Ne glede na določbe zakona, ki ureja elektronske komunikacije, se sredstva za izvajanje nalog AKOS iz 4. poglavja tega zakona zagotovijo iz državnega proračuna. Sredstva se zagotavljajo v obsegu, ki omogoča izvajanje nalog in pristojnosti AKOS.

25. člen
(začetek postopka ocene medijske koncentracije)

(1) Postopek ocene medijske koncentracije se začne na podlagi priglasitve oziroma po uradni dolžnosti v primerih, ki jih določa ta zakon.

(2) Medijsko koncentracijo je treba prigrasiti pri AKOS pred začetkom njenega izvrševanja, vendar najpozneje 30 dni od sklenitve pogodbe, objave javne ponudbe ali kakršnekoli druge pridobitve kontrole. Rok za prigrasitev začne teči na dan prvega od teh dogodkov.

(3) Medijsko koncentracijo, ki nastane z združitvijo ali pridobitvijo skupne kontrole, morajo skupno prigrasiti podjetja, ki se združujejo, ali podjetja, ki skupaj pridobijo kontrolo. V vseh drugih primerih mora medijsko koncentracijo prigrasiti oseba ali podjetje, ki pridobi kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij (v nadaljnjem besedilu: prigrasitelj).

(4) Medijska koncentracija se prigrasi na posebnem obrazcu, katerega vsebino predpiše AKOS s splošnim aktom, ki ga objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

(5) AKOS prejeto prigrasitev nemudoma pregleda. Če prigrasitev ne vsebuje vseh zahtevanih sestavin iz posebnega obrazca iz prejšnjega odstavka, AKOS prigrasitelja pozove, naj pomanjkljivosti odpravi, in mu določi rok, v katerem jih mora odpraviti. Če prigrasitelj pomanjkljivosti ne odpravi v roku, se šteje, da medijska koncentracija ni bila prigrasena.

(6) AKOS začne postopek ocene medijske koncentracije po uradni dolžnosti z izdajo sklepa o uvedbi postopka, kadar je izkazana verjetnost, da je prišlo do medijske koncentracije, za katero veljajo določbe tega zakona in Uredbe (EU) 2024/1083, in je podjetje ali podjetja niso prigrasila. Pred tem AKOS podjetje ali podjetja pozove k prigrasitvi medijske koncentracije.

26. člen
(zadržanje izvrševanja medijske koncentracije)

(1) Podjetja ne smejo uresničevati pravic in obveznosti, ki izhajajo iz medijske koncentracije, do izdaje odločbe o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083.

(2) Če podjetja medijske koncentracije niso prigrasila, jih AKOS na podlagi šestega odstavka prejšnjega člena pozove, da medijsko koncentracijo prigrasijo ter prenehajo z izvrševanjem medijske koncentracije do izdaje odločbe o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083.

(3) Dejanja, storjena v nasprotju s prvim in drugim odstavkom tega člena, so nična.

(4) Ne glede na prvi do tretji odstavek tega člena lahko AKOS na predlog stranke izda odločbo, s katero dovoli izvrševanje medijske koncentracije v določenem obsegu ali pod določenimi pogoji pred izdajo odločbe o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083, če stranka v predlogu kot verjetno izkaže, da je takšno izvrševanje nujno za ohranjanje storitev javnega interesa na področju medijev. AKOS pri tem upošteva zlasti učinke zadržanja izvrševanja medijske koncentracije na eno ali več v koncentraciji udeleženih podjetij ali na tretje pravne in fizične osebe ter nevarnost, ki jo ta medijska koncentracija pomeni za medijsko pluralnost ali uredniško avtonomijo.

(5) AKOS izda odločbo, s katero dovoli ali zavrne izvrševanje medijske koncentracije pred izdajo odločbe o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom, v 30 delovnih dneh od prejema predloga iz prejšnjega odstavka.

27. člen (ocena medijske koncentracije)

(1) Prepovedane so medijske koncentracije, ki v skladu s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083 bistveno zmanjšujejo medijsko pluralnost ali bistveno zmanjšujejo uredniško avtonomijo.

(2) Pri oceni medijske koncentracije se upoštevajo zlasti ta merila:

- uresničevanje javnega interesa na področju medijev;
- pričakovani vpliv medijske koncentracije na medijsko pluralnost ob upoštevanju načela svobode izražanja, oblikovanja javnega mnenja in raznolikosti programskih vsebin in medijske ponudbe na trgu, spletnega okolja in interesov strank, njihovih povezav ali dejavnosti v drugih medijskih podjetjih ali z njimi povezanimi podjetji, katerih glavna dejavnost ni medijska dejavnost;
- pričakovani vpliv medijske koncentracije na uredniško avtonomijo ter možnosti izražanja različnih mnenj oziroma prepričanij in vključevanja raznolikih programskih vsebin.

(3) Pri oceni medijske koncentracije se upoštevajo tudi te okoliščine:

- morebitne zaveze podjetja, vključenega v medijsko koncentracijo, za zaščito javnega interesa na področju medijev;
- zaščitni ukrepi za uredniško avtonomijo ter raznolikost programskih vsebin, vključno z ukrepi, ki so jih priglasitelj ali podjetja, vključena v medijsko koncentracijo, sprejeli za zagotovitev neodvisnosti uredniških odločitev;
- ocena, ali bi brez koncentracije priglasitelj ali podjetja, vključena v medijsko koncentracijo, ostala ekonomsko vzdržna in ali obstajajo še druge možnosti za zagotovitev njene gospodarske vzdržnosti.

(4) Če AKOS ugotovi, da obstaja resen dvom o neskladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083, priglasitelja o tem pisno obvesti. Priglasitelj lahko v 30 dneh od seznanitve z razlogi za dvom predlaga zaveze za odpravo dvomov. AKOS lahko ta rok podaljša.

(5) AKOS sprejme tiste zaveze, za katere presodi, da lahko glede na vrsto, obseg in verjetnost uspešne in pravočasne izvedbe odpravijo resen dvom o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083.

(6) Če priglasitelj ne predloži zavez za odpravo dvomov, AKOS z odločbo medijsko koncentracijo prepove. Zoper to odločbo ni sodnega varstva, razen iz razlogov, ki se nanašajo na predložitev zavez.

(7) AKOS podrobneje določi kazalnike meril in okoliščin za oceno medijske koncentracije iz tega člena, ob upoštevanju smernic iz tretjega odstavka 22. člena Uredbe (EU) 2024/1083.

28. člen (uporaba določb o postopku)

(1) AKOS v postopkih ocene medijskih koncentracij na podlagi priglasitve ali po uradni dolžnosti uporablja določbe zakona, ki ureja splošni upravni postopek, če ta zakon v delu, ki ureja oceno medijskih koncentracij, ne določa drugače.

(2) V postopkih iz prejšnjega odstavka lahko uradne osebe ugotavljajo dejstva in pridobivajo oziroma zbirajo dokaze v skladu s pooblastili po zakonu, ki ureja inšpekcijski nadzor.

29. člen (stranke v postopku)

(1) V postopku pred AKOS imajo položaj stranke v postopku podjetje oziroma podjetja, proti katerim se vodi postopek, in priglasitelj.

(2) Vlagatelj ali vlagateljica pobude, prijave, sporočila ali druge vloge nima položaja stranke.

(3) Zaradi možnosti udeležbe tretjih oseb, ki bi lahko izkazale svoj pravni interes za vstop v postopek ter tudi podale morebitne pomembne informacije v povezavi s posamezno koncentracijo, AKOS na svoji spletni strani objavi podatke o priglašeni medijski koncentraciji z navedbo v koncentraciji udeleženih podjetij in priglasitelja, kadar je ta fizična oseba, datum priglasitve, opravilno številko zadeve in medijskega trga, kjer so dejavna udeležena podjetja. V primeru navedbe fizične osebe se objavi njeno osebno ime.

(4) Oseba, ki zatrjuje, da vstopa v postopek zaradi varstva svojih pravnih koristi, mora podati zahtevo za udeležbo v postopku v 30 dneh od dneva objave podatka o uvedbi postopka na spletni strani AKOS.

(5) Zahteva iz prejšnjega odstavka mora vsebovati navedbe in dokaze, ki izkazujejo pravni interes za udeležbo v postopku.

(6) O zahtevi za udeležbo v postopku odloči AKOS s sklepom. Če oseba ne izkaže pravnega interesa, AKOS izda sklep, s katerim se ji položaj stranskega udeleženca ne prizna.

30. člen (pravica strank do pregleda dokumentov zadeve)

(1) Stranke z dnem začetka postopka ocene medijske koncentracije pridobijo pravico do pregleda dokumentov zadeve, razen če uradna oseba presodi, da je to v nasprotju z interesi postopka. Uradna oseba v tem primeru izda sklep, s katerim odloži pravico do pregleda dokumentov. Zoper ta sklep ni sodnega varstva.

(2) Pravico do pregleda dokumentov zadeve ima tudi izvedenec v obsegu, ki je potreben, da poda svoj izvid in mnenje.

(3) Stranke ne morejo niti pregledovati niti preslikavati:

- internih dokumentov AKOS v zadevi, vključno s korespondenco AKOS z drugimi organi ali institucijami,
- podatkov, za katere so z drugimi predpisi določeni posebni režimi njihovega varstva ali posebni pogoji za dostop do njih,
- podatkov, ki se nanašajo na tajnost vira, in
- osnutkov odločb.

(4) Dokazno breme o obstoju zaupnih podatkov iz druge alineje prejšnjega odstavka nosi podjetje, ki to zatrjuje. Na zahtevo AKOS mora podjetje predložiti različico dokumenta, ki ne vsebuje podatkov iz druge alineje prejšnjega odstavka.

(5) AKOS lahko podjetju, proti kateremu se vodi postopek, in priglasitelju razkrije zaupne podatke, če presodi, da njihovo razkritje zaradi zagotovitve pravice do obrambe objektivno prevlada nad interesom varovanja zaupnih podatkov.

31. člen

(sodelovanje z AKOS)

Za izvajanje nalog po tem poglavju morajo državni organi, organi lokalnih skupnosti, nosilci javnih pooblastil ter druge osebe in organizacije, ki imajo podatke, potrebne za odločitev, AKOS na njeno zahtevo brezplačno predložiti zahtevane podatke, vključno s podatki, določenimi kot zaupni, in podatki, ki so v skladu z zakonom, ki ureja tajne podatke, določeni kot tajni.

32. člen (zahteva za sporočanje podatkov)

(1) AKOS lahko po vložitvi priglasitve ali tudi pred začetkom postopka ocene medijske koncentracije po uradni dolžnosti, sorazmerno stanju zadeve vsakemu podjetju, družbenikom in družbenicam, članom organov vodenja ali nadzora, osebam, zaposlenim pri podjetju, ter drugim fizičnim osebam pošlje zahtevo za sporočanje vseh podatkov, ki bi bili lahko potrebni za presojo medijske koncentracije na podlagi tega zakona in Uredbe (EU) 2024/1083. V zahtevi za sporočanje podatkov AKOS navede pravno podlago, namen zahteve, opredelitev zahtevanih podatkov ter določi primeren rok za njihovo sporočanje in opozorilo o zagrojeni denarni kazni zaradi sporočanja nepravilnih, nepopolnih ali zavajajočih podatkov.

(2) Pravne in fizične osebe iz prejšnjega odstavka morajo na zahtevo AKOS omogočiti zaslišanje prič za pridobitev teh dokazov ali drugih, tudi osebnih podatkov, v roku, ki ga določi AKOS.

(3) AKOS lahko zahteva podatke od podjetja tudi s posebnim sklepom, ki vključuje: pravno podlago, namen zahteve, opredelitev zahtevanih podatkov, določitev primerne roka za njihovo sporočanje in opozorilo o zagrojeni denarni kazni zaradi predložitve nepravilnih, nepopolnih ali zavajajočih podatkov ali ker podatki niso bili sporočeni v določenem roku.

(4) Podjetje mora sporočiti vse podatke, ki so mu dostopni, ne zahteva pa se priznanje kršitve določb tega zakona.

(5) Rok za izdajo odločbe ne teče, ko stranka zamuja z odgovorom na zahtevo za sporočanje podatkov.

(6) Če podjetje, na katero je AKOS poslala zahtevo za sporočanje podatkov iz prvega odstavka tega člena, pošlje AKOS nepravilne, nepopolne ali zavajajoče podatke, lahko AKOS izda sklep, s katerim mu naloži denarno kazen v višini do enega odstotka njegovega letnega prometa v prejšnjem poslovnem letu. Rok za plačilo denarne kazni ne sme biti krajši od 15 dni in ne daljši od enega meseca.

(7) Če podjetje, ki mu je AKOS poslala zahtevo za sporočanje podatkov iz tretjega odstavka tega člena, pošlje AKOS nepravilne, nepopolne ali zavajajoče podatke ali jih ne pošlje v roku, lahko AKOS izda sklep, s katerim mu naloži denarno kazen v višini do enega odstotka njegovega letnega prometa v prejšnjem poslovnem letu. Rok za plačilo denarne kazni ne sme biti krajši od 15 dni in ne daljši od enega meseca.

(8) Sklepa iz šestega in sedmega odstavka tega člena sta izvršilna naslova. Izvršbo opravi finančni organ po postopku, predpisanem za izvršbo davčnih obveznosti.

(9) Šteje se, da podjetje ovira postopek, če ga ovirajo člani organov vodenja ali nadzora podjetja, zaposleni v podjetju ali pogodbeni sodelavci podjetja.

33. člen (posebna pooblastila AKOS)

(1) Uradna oseba, ki vodi postopek ocene medijske koncentracije, lahko ne glede na nosilec, na katerem so, brezplačno pregleduje, pridobi ali reproducira:

- poslovne knjige, pogodbe, listine in druge dokumente v povezavi s poslovanjem stranke in njihovim pridobivanjem;
- posnetke in podatke, ki jih izdajatelj, ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev ali operaterji morajo hraniti in sporočiti AKOS na podlagi zakona, ki ureja avdiovizualne medijske storitve, ali na podlagi tega zakona;

- druge posnetke in podatke, ki jih imajo na voljo izdajatelji, ponudniki spletnih platform, ki zagotavljajo dostop do medijskih vsebin, in operaterji;
- podatke o gledanosti, branosti, poslušanosti, nakladi in druge podobne podatke, pridobljene na podlagi merjenj dostopa do platforme ali medijske storitve;
- podatke o realnih cenah oziroma prihodkih iz oglaševanja;
- posnetke programov oziroma objavljene programske vsebine;
- ali vpogleda vanje.

(2) Prav tako lahko uradna oseba, ki vodi postopek, pri pravnih osebah javnega prava brezplačno vpogleda v njihove registre in produkte, ki jih ti ponujajo na trgu, in pridobi podatke iz njih na enak način, kot ti omogočajo vpogled drugim osebam javnega prava ali strankam.

34. člen (izdaja odločbe)

- (1) AKOS v 100 delovnih dneh od dneva začetka postopka ocene medijske koncentracije:
- izda odločbo o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom, če ugotovi, da medijska koncentracija nima bistvenega vpliva na medijsko pluralnost ter uredniško avtonomijo;
 - izda odločbo o neskladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in jo prepove, če ugotovi, da gre za medijsko koncentracijo, ki bistveno zmanjšuje medijsko pluralnost ali bistveno zmanjšuje uredniško avtonomijo.

(2) Odločba iz prve alineje prejšnjega odstavka vključuje tudi morebitne zaveze.

35. člen (sprememba odločbe)

(1) AKOS lahko po uradni dolžnosti ali na predlog stranke, ki so ji bile naložene zaveze, zaradi bistvenih sprememb okoliščin na medijskem trgu spremeni odločbo, s katero je odločila o medijski koncentraciji in zavezah.

(2) Če AKOS ugotovi, da za zagotovitev skladnosti ravnanja s pravili medijske koncentracije sprememba ni mogoča, odločbo o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083 razveljavi in po potrebi odloči o odpravi učinkov medijske koncentracije.

36. člen (poročilo o izpolnjevanju zavez)

AKOS preverja, ali se medijska koncentracija, ki je bila dovoljena z odločbo AKOS, izvršuje v skladu s pogoji oziroma zavezami iz odločbe. V ta namen lahko AKOS od priglasitelja kadar koli zahteva poročilo o izpolnjevanju zavez.

37. člen (posebni primeri razveljavitve odločbe)

(1) AKOS lahko z odločbo razveljavi odločbo o skladnosti medijske koncentracije v skladu s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083 ter z isto odločbo ponovno odloči o oceni medijske koncentracije v skladu s tem zakonom, če:

- odločba temelji na nepravilnih, nepopolnih ali zavajajočih podatkih ali
- podjetje ravna v nasprotju z obveznostmi iz odločbe iz prve alineje prvega odstavka 34. člena tega zakona.

(2) Odločba po prvi alineji prejšnjega odstavka se lahko izda v treh letih od dneva, ko je bila odločba o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083 izdana, odločba po drugi alineji prejšnjega odstavka pa v dveh letih po preteku roka iz odločbe iz druge alineje prejšnjega odstavka.

38. člen

(ukrepi za odpravo učinkov medijske koncentracije)

(1) Če je prišlo do izvedbe ali izvrševanja medijske koncentracije, ki jo je AKOS prepovedala, ali če podjetje ni izpolnilo zavez, določenih v odločbi o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083, lahko AKOS v tej koncentraciji udeležnim podjetjem naloži ukrepe, s katerimi se znova vzpostavi stanje, kot je bilo pred izvedbo te koncentracije, zlasti za zagotovitev uredniške avtonomije, neodvisnosti medijev in medijske pluralnosti.

(2) Kadar stanja, kot je bilo pred izvedbo medijske koncentracije, ni mogoče vzpostaviti, lahko AKOS naloži kateri koli drug primeren ukrep za vzpostavitev stanja, ki je čim bolj podobno stanju pred izvedbo medijske koncentracije.

(3) AKOS naloži ukrepe iz prvega in drugega odstavka tega člena z odločbo o neskladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083 ali posebno odločbo.

39. člen (odločbe in sklepi)

(1) Če so v odločbi ali sklepu, s katerim se postopek konča, navedeni zaupni podatki o stranki, se drugim strankam vroči odločba ali sklep, kjer se ti podatki iz obrazložitve izbrisajo.

(2) Na zahtevo AKOS mora stranka v roku, ki ga določi AKOS, predložiti različico odločbe ali sklepa, s katerim se postopek konča, na katerem označi zaupne podatke. Če stranka tega ne stori v roku, se šteje, da dokument ne vsebuje zaupnih podatkov.

(3) Obvestilo o izdani odločbi ali sklepu, s katerim se postopek konča, se objavi na spletni strani AKOS.

40. člen (sodno varstvo)

Zoper dokončne odločbe ali druge posamične akte AKOS ni dovoljena pritožba, mogoč pa je upravni spor.

41. člen (nezdružljivost opravljanja oglaševalske in medijske dejavnosti)

Fizična ali pravna oseba, ki je registrirana za opravljanje dejavnosti oglaševanja, dejavnosti oglaševalskih agencij, posredovanje oglaševalskega prostora ali za katero koli drugo dejavnost zbiranja, oblikovanja ali posredovanja oglasov, ali njen neposredni ali posredni lastnik ne sme biti hkrati tudi izdajatelj ali ustanovitelj izdajatelja, niti ne sme imeti oziroma pridobiti lastniške ali upravljalvske oziroma glasovalne pravice v kapitalu oziroma premoženju izdajatelja in obratno.

42. člen (nadzor AKOS)

(1) AKOS nadzira izvajanje določb tega poglavja in izpolnjevanje odločb, ki jih izda na njegovi podlagi.

(2) V postopku nadzora po tem zakonu se uporabljajo določbe zakona, ki ureja inšpekcijski nadzor, če s tem zakonom ni določeno drugače.

5. Programski deleži

43. člen (delež lastne produkcije)

(1) Delež programskih vsebin lastne produkcije mora obsegati najmanj 20 odstotkov dnevnega oddajnega časa posameznega radijskega ali televizijskega programa.

(2) V delež lastne produkcije radijskega programa iz prejšnjega odstavka se všteva tudi predvajanje 20 odstotkov slovenske glasbe, ki se predvaja izven programskih vsebin. V delež lastne produkcije televizijskega programa iz prejšnjega odstavka se všteva tudi predvajanje premier in prvih ponovitev slovenskih avdiovizualnih del.

(3) Če je pri izdelavi programske vsebine sodelovalo več izdajateljev, se v delež lastne produkcije vsakemu všteje enak delež, ki je sorazmeren s številom izdajateljev. Če izdajatelji izkažejo, da so pri izdelavi programske vsebine sodelovali z različnimi vložki, se v delež lastne produkcije vsakemu všteje delež, ki je sorazmeren z njegovim vložkom.

(4) V dnevni oddajni čas iz prvega odstavka tega člena se ne všttevajo oglasi, radijska ali TV-prodaja in neplačana obvestila.

(5) Obveznost zagotavljanja deležev lastne produkcije ne velja ob sobotah in nedeljah, državnih praznikih, ki so dela prosti dnevi, in drugih dela prostih dnevih v skladu z zakonom, ki ureja praznike in dela proste dneve v Republiki Sloveniji, ter v času trajanja šolskih počitnic, kot jih določajo predpisi, ki urejajo šolske počitnice za učence. V tem času tudi ne veljajo zahteve za zagotovitev lastne produkcije lokalnih oziroma regionalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena ter lokalnih oziroma regionalnih radijskih ali televizijskih programov v mreži.

(6) Določbe o deležu lastne produkcije po tem zakonu ne veljajo za tematske radijske in televizijske programe.

44. člen

(delež slovenskih avdiovizualnih del)

(1) Delež slovenskih avdiovizualnih del mora obsegati najmanj pet odstotkov letnega oddajnega časa posameznega televizijskega programa.

(2) Izdajatelj televizijskega programa, ki ne izpolnjuje deleža iz prejšnjega odstavka, mora vsako koledarsko leto zagotoviti finančna sredstva v višini najmanj dveh odstotkov vseh njegovih prihodkov iz naslova izvajanja televizijske dejavnosti v prejšnjem koledarskem letu in jih nameniti za produkcijo ali pridobitev pravic do slovenskih avdiovizualnih del, ki jih predvaja v svojem televizijskem programu.

(3) V letni oddajni čas iz prvega odstavka tega člena se ne všttevajo oglasi, poročila, športni dogodki, igre, video strani in TV-prodaja.

(4) Določbe o deležu slovenskih avdiovizualnih del po tem zakonu ne veljajo za:

- televizijske programe, ki so namenjeni občinstvu lokalnih območij Republike Slovenije in niso vključeni v programsko mrežo, ki dosega več kot 50 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije;
- lokalne oziroma regionalne, študentske in nepridobitne televizijske programe s statusom posebnega pomena;
- televizijske programe, pri katerih je povprečna letna gledanost v prejšnjem letu glede na vse razširjane televizijske programe v Republiki Sloveniji znašala manj kot 0,3 odstotka;
- televizijske programe, ki so v skladu z ustanovitvenim aktom in dovoljenjem za izvajanje televizijske dejavnosti namenjeni avtohtoni italijanski ali madžarski narodni skupnosti v Republiki Sloveniji oziroma romski skupnosti, ki živi v Republiki Sloveniji;
- televizijske programe, ki ciljajo drugo državo in niso dostopni v Republiki Sloveniji;
- tematske televizijske programe;
- televizijske programe, namenjene izključno oglaševanju in televizijski prodaji.

(5) Na podlagi tega zakona Republika Slovenija pri pristojnem ministrstvu zagotavlja proračunska sredstva za razvoj avdiovizualne produkcije na področju medijev in spodbuja ustvarjanje slovenskih avdiovizualnih del, kot so igrani, dokumentarni, animirani in eksperimentalni filmi, nadaljevanke in nanizanke, ter druga avdiovizualna dela, kot so igrane,

igrano-dokumentarne, dokumentarne, izobraževalne in razvedrilne oddaje, ter sinhronizacijo programskih vsebin v slovenski jezik.

45. člen
(delež slovenske glasbe)

(1) Delež slovenske glasbe mora obsegati najmanj 20 odstotkov števila vseh skladb, predvajanih v dnevnem oddajnem času posameznega radijskega ali televizijskega programa.

(2) V primeru radijskih in televizijskih programov Radiotelevizije Slovenija znaša delež iz prejšnjega odstavka 40 odstotkov, v primeru lokalnih oziroma regionalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena pa 25 odstotkov.

(3) V primeru glasbenih oddaj, namenjenih predstavitvi in promociji slovenske glasbe, v katerih neodplačno gostujejo glasbeni ustvarjalci in so predvajane v dnevnem oddajnem času med 6. in 22. uro, se za namen ugotavljanja deleža slovenske glasbe število v takšni oddaji predvajanih skladb slovenske glasbe upošteva v dvakratniku.

(4) Določbe o deležih slovenske glasbe po tem zakonu ne veljajo za:

- radijske in televizijske programe, ki so v skladu z ustanovitvenim aktom in dovoljenjem za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti namenjeni avtohtoni italijanski ali madžarski narodni skupnosti v Republiki Sloveniji, romski skupnosti, ki živi v Republiki Sloveniji, ali tuji javnosti;
- radijske in televizijske programe, ki ciljajo drugo državo in niso dostopni v Republiki Sloveniji;
- tematske radijske in televizijske programe.

46. člen
(posebne programske zahteve za Radiotelevizijo Slovenija)

(1) Slovenska avdiovizualna dela morajo na 1. in 2. televizijskem programu Radiotelevizije Slovenija skupaj obsegati najmanj 25 odstotkov letnega oddajnega časa, pri čemer morajo eno četrtno tega deleža ustvariti neodvisni producenti.

(2) Avdiovizualna dela neodvisnih producentov morajo obsegati najmanj deset odstotkov letnega oddajnega časa televizijskih programov Radiotelevizije Slovenija, k čemur se vštevata tudi tisti delež slovenskih avdiovizualnih del iz prejšnjega odstavka, ki ga ustvarijo neodvisni producenti.

(3) V letni oddajni čas iz tega člena se ne vštevajo oglasi, poročila, športni dogodki, igre, video strani in TV-prodaja.

(4) Zahteve iz tega člena ne veljajo za posebni nacionalni televizijski program, namenjen neposrednim prenosom sej Državnega zbora Republike Slovenije, in za televizijske programe, namenjene avtohtoni italijanski ali madžarski narodni skupnosti v Republiki Sloveniji.

6. Programi posebnega pomena

47. člen
(lokalni ali regionalni radijski in televizijski programi posebnega pomena)

(1) Lokalni radijski program posebnega pomena je program, ki je namenjen prebivalcem ene ali več lokalnih skupnosti na območju, na katerem živi največ deset odstotkov prebivalstva Republike Slovenije, in ima v oddajnem času med 5. in 19. uro dnevno najmanj 20 odstotkov programskih vsebin lastne produkcije, namenjenih lokalnemu prebivalstvu.

(2) Regionalni radijski program posebnega pomena je program, ki je namenjen prebivalcem območja (pokrajine, mesta), na katerem živi več kot deset, in ne več kot 50 odstotkov prebivalcev Republike Slovenije, in ima v oddajnem času med 5. in 19. uro dnevno najmanj 20 odstotkov programskih vsebin lastne produkcije, namenjenih regionalnemu prebivalstvu.

(3) Lokalni televizijski program posebnega pomena je program, ki je namenjen prebivalcem ene ali več lokalnih skupnosti na območju, na katerem živi največ deset odstotkov prebivalstva Republike Slovenije, in ima v oddajnem času med 8. in 22. uro dnevno najmanj 20 odstotkov programskih vsebin lastne produkcije, namenjenih lokalnemu prebivalstvu.

(4) Regionalni televizijski program posebnega pomena je program, ki je namenjen prebivalcem območja (pokrajine, mesta), na katerem živi več kot deset, in ne več kot 50 odstotkov prebivalcev Republike Slovenije, in ima v oddajnem času med 8. in 22. uro dnevno najmanj 20 odstotkov programskih vsebin lastne produkcije, namenjenih regionalnemu prebivalstvu.

(5) Status lokalnega oziroma regionalnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena pridobi izdajatelj, ki poleg pogojev iz prvega do četrtega odstavka tega člena izpolnjuje tudi te pogoje:

- so v delež programskih vsebin iz prvega do četrtega odstavka tega člena vštete programske vsebine, ki jih določa splošni akt o metodologiji nadzorstva iz 101. člena tega zakona, razen zabavnih programskih vsebin;
- ima v skladu s svojim ustanovitvenim aktom programski odbor, v katerem so zastopani interesi lokalnega območja s področja kulture, izobraževanja, gospodarstva in športa ter izdajatelja programa;
- v programu zagotavlja vsebine iz življenja in dela Slovencev v zamejstvu, pripadnikov avtohtone italijanske ali madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji ter romske skupnosti, ki živi v Republiki Sloveniji, če te skupnosti živijo na območju, ki mu je program namenjen;
- ima sklenjeno pogodbo o zaposlitvi za nedoločen čas s polnim delovnim časom z najmanj tremi delavci, ki sodelujejo pri pripravi programskih vsebin, razen če gre za program, ki je v skladu z ustanovitvenim aktom in programsko zasnovo namenjen pripadnikom manjšinskih etničnih in narodnih skupnosti.

(6) Programski odbor iz druge alineje prejšnjega odstavka, ki ima najmanj tri člane, spremlja uresničevanje programske zasnove, seznanja odgovornega urednika s svojimi stališči in predlogi, daje mnenje k programski zasnovi in opravlja druge naloge v skladu z ustanovitvenim aktom.

(7) O podelitvi statusa lokalnega oziroma regionalnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena po predhodnem mnenju pristojnega ministrstva odloči AKOS z odločbo.

(8) AKOS po predhodnem mnenju pristojnega ministrstva z odločbo odvzame status lokalnega oziroma regionalnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena, če:

- izdajatelj ne izpolnjuje predpisanih pogojev iz tega člena in ugotovljenih nepravilnosti ne odpravi v roku, ki ga določi AKOS;
- izdajatelj poda zahtevo za odvzem statusa.

48. člen

(lokalni ali regionalni radijski ali televizijski programi v mreži)

(1) Izdajatelji s statusom lokalnega ali regionalnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena se lahko organizacijsko in programsko povežejo za razširjanje lokalnega ali regionalnega radijskega ali televizijskega programa v mreži pod temi pogoji:

- so njihovi programi skupaj namenjeni prebivalcem območja, na katerem živi do 50 odstotkov prebivalcev Republike Slovenije;
- skupna lastna produkcija povezanih izdajateljev med 5. in 19. uro za radijske programe ter med 8. in 22. uro za televizijske programe obsega najmanj 25 odstotkov programskih vsebin, ki se oddajajo prek mreže;
- povezani izdajatelji oblikujejo skupno programsko zasnovo in sklenejo pisni dogovor o načinu njenega izvajanja;
- povezani izdajatelji s posebnim aktom imenujejo odgovornega urednika skupnega programa, ki je odgovoren za razširjanje programskih vsebin v skladu s tem zakonom.

(2) Lokalni ali regionalni radijski ali televizijski programi v mreži se za namene tega zakona v mrežnem oddajnem času obravnavajo kot enotni lokalni ali regionalni radijski ali televizijski program z enotno identifikacijo, pri čemer mora biti ob vsakem začetku predvajanja lokalnega ali

regionalnega radijskega ali televizijskega programa v času, ko ta ne razširja radijske ali televizijske mreže, objavljena identifikacija tega radijskega ali televizijskega programa, ob vsakem začetku razširjanja programske radijske ali televizijske mreže pa identifikacija radijske ali televizijske mreže, kot sta določeni v dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti.

(3) O dovoljenju oddajanja lokalnega ali regionalnega radijskega ali televizijskega programa v mreži na podlagi vloge povezanih izdajateljev odloči AKOS z vpisom mreže v dovoljenje za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti vsakega od povezanih izdajateljev.

49. člen

(študentski radijski in televizijski programi posebnega pomena)

(1) Študentska organizacija je lahko izdajatelj študentskega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena, ali obeh teh programov, če programske vsebine ustvarjajo in razširjajo večinoma študentje in so pretežno namenjene študentski javnosti, ter če uporablja presežek prihodkov nad odhodki samo za izvajanje dejavnosti, za katero je ustanovljena, v skladu z zakonom, ki ureja delovanje in dejavnost samoupravne skupnosti študentov Slovenije, in s svojim ustanovitvenim aktom.

(2) Programske vsebine študentskega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena so informacije vseh vrst in avtorska dela, katerih namen sta obveščanje ter zadovoljevanje izobraževalnih, znanstvenih, strokovnih, umetniških, kulturnih in drugih potreb študentske in širše javnosti.

(3) O podelitvi statusa študentskega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena po predhodnem mnenju pristojnega ministrstva odloči AKOS z odločbo.

(4) AKOS po predhodnem mnenju pristojnega ministrstva z odločbo odvzame status študentskega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena, če:

- izdajatelj ne izpolnjuje predpisanih pogojev iz tega člena in ugotovljenih nepravilnosti ne odpravi v roku, ki ga določi AKOS;
- izdajatelj poda zahtevo za odvzem statusa.

50. člen

(nepridobitni radijski in televizijski programi posebnega pomena)

(1) Status nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena pridobi izdajatelj, ki izpolnjuje te pogoje:

- v dnevnem oddajnem času med 5. in 19. uro, če gre za radijski program, oziroma med 8. in 22. uro, če gre za televizijski program, zagotavlja najmanj 20 odstotkov programskih vsebin lastne produkcije, v katere so kumulativno vključene informativne, kulturno-umetniške, izobraževalne in kulturno-zabavne vsebine;
- ni ustanovljen za opravljanje pridobitne dejavnosti ali pridobivanje dobička ali razvoj, olajševanje ali pospeševanje pridobitne dejavnosti svojih ustanoviteljev, družbenikov ali članov;
- v skladu z ustanovitvenim aktom dobiček ali presežek prihodkov nad odhodki uporablja izključno za doseganje namenov ali ciljev na področju izdajanja nepridobitnega programa in premoženja ne deli med svoje ustanovitelje, družbenike, člane ali druge osebe;
- plače zaposlenih ter nadomestila za plače članov organov upravljanja in nadzora pri izdajatelju ter druga nadomestila (potni stroški, dnevnice in podobno) ne presegajo tarif, ki jih veljavni predpisi in kolektivna pogodba zaposlenih v kulturi določajo za javne zavode;
- ima sklenjeno pogodbo o zaposlitvi za nedoločen čas ali zagotovljeno drugo dolgotrajno sodelovanje z najmanj dvema novinarjema oziroma programskima delavcema, razen če gre za program, ki je namenjen obveščanju pripadnikov manjšinskih etničnih in narodnih skupnosti.

(2) O podelitvi statusa nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena po predhodnem mnenju pristojnega ministrstva odloči AKOS z odločbo.

(3) AKOS po predhodnem mnenju pristojnega ministrstva z odločbo odvzame status nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena, če:

- izdajatelj ne izpolnjuje predpisanih pogojev iz tega člena in ugotovljenih nepravilnosti ne odpravi v roku, ki ga določi AKOS;
- izdajatelj poda zahtevo za odvzem statusa.

51. člen

(pravna podlaga za sprejetje splošnega akta)

AKOS sprejme akt, v katerem podrobneje določi postopek pridobitve oziroma odvzema statusa lokalnega oziroma regionalnega, študentskega in nepridobitnega programa posebnega pomena ter postopek za dovoljenje razširjanja lokalnih oziroma regionalnih radijskih in televizijskih programov v mreži.

IV. OBVEZNOSTI IN ODGOVORNOSTI IZDAJATELJEV TER NUJNE OMEJITVE MEDIJSKE DEJAVNOSTI

1. Splošno

52. člen

(zaščita slovenščine)

(1) Ime medija in njegovih rubrik oziroma oddaj mora biti v slovenščini, razen kadar gre za medije ali njegove rubrike oziroma oddaje, ki so slovenske licenčne različice tujega medija ali rubrik oziroma oddaj z znamkami tega medija.

(2) Programske vsebine in oglasi se morajo v medijih razširjati v slovenščini ali morajo biti ustrezno prevedeni v slovenščino.

(3) Ne glede na določbo prejšnjega odstavka se lahko programske vsebine, ne pa tudi oglasi, izjemoma razširjajo v tujem jeziku zaradi:

- aktualnosti, neposrednosti in avtentičnosti obveščanja javnosti ter je obveščanje v tujem jeziku v interesu javnosti;
- neizogibnih časovnih, tehničnih ali drugih nepričakovanih ovir, na katere izdajatelj ni mogel vplivati.

(4) Razlog oziroma namen razširjanja programskih vsebin v tujem jeziku iz prejšnjega odstavka mora biti posebej opredeljen na vidnem mestu nosilca teh vsebin z razvidnimi grafičnimi, optičnimi ali akustičnimi znaki v slovenščini.

(5) Določbe tega člena ne veljajo za medije, ki so namenjeni avtohtoni italijanski ali madžarski narodni skupnosti v Republiki Sloveniji, romski skupnosti, ki živi v Sloveniji, in za medije, ki so v skladu s programsko zasnovano ali temeljnim aktom izdajatelja namenjeni predvsem bralcem, poslušalcem oziroma gledalcem iz druge jezikovne skupine ali ciljajo drugo državo in niso dostopni v Republiki Sloveniji.

53. člen

(prepoved spodbujanja nasilja ali sovraštva in ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj)

(1) V medijih je prepovedano:

- spodbujati nasilje ali sovraštvo do skupine oseb ali člana take skupine na podlagi spola, rase, barve kože, etničnega ali socialnega porekla, genetskih značilnosti, jezika, vere ali prepričanja, političnega ali drugega mnenja, pripadnosti narodnostni manjšini, premoženja, rojstva, invalidnosti, starosti, spolne usmerjenosti ali državljanstva;
- ščuvati k storitvi kaznivih dejanj terorizma, potovanjem v tujino z namenom terorizma, financiranja terorizma, ščuvanja in javnega poveličevanja terorističnih dejanj, novačenja in usposabljanja za terorizem in tihotapstva, ki podpirajo teroristično dejavnost.

(2) Prepoved iz prejšnjega odstavka velja tudi za avdiovizualne medijske storitve.

54. člen
(zaščita otrok)

(1) Otrokom oziroma mladoletnikom sta po tem zakonu zagotovljena posebno varstvo in skrb. Koristi otrok imajo prednost pred vsemi drugimi pravicami in presojami po tem zakonu.

(2) V medijih je prepovedano prizadeti telesni, duševni ali moralni razvoj otrok. Programske vsebine, ki bi lahko resno škodovale njihovemu telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju (na primer zlasti pornografija in neupravičeno nasilje), so lahko v medijih ponujene le tako, da otroci do njih v normalnih razmerah ne morejo dostopati (na primer z ustreznim tehničnim sredstvom ali tehnično zaščito).

(3) Otroci ne smejo biti v medijih izpostavljeni samovoljnemu ali nezakonitemu vmešavanju v njihovo zasebno življenje, družino ali dom ter nezakonitim napadom zoper njihovo čast in ugled. Pri zbiranju informacij, poročanju in objavi fotografij ter prenašanju izjav o otrocih morajo novinarji pokazati posebno obzirnost in pri tem v nobenem primeru ne smejo škodovati otrokovim koristim.

55. člen
(pravila za komentiranje)

(1) Izdajatelj, ki v okviru medija dovoljuje komentiranje javnosti, oblikuje pravila za komentiranje in jih javno objavi na primernem mestu v mediju.

(2) Pravila za komentiranje iz prejšnjega odstavka določajo:

- določitev načina podpisa zapisanega komentarja;
- prepoved spodbujanja nasilja ali sovraštva do skupine oseb ali člana take skupine na podlagi spola, rase, barve kože, etničnega ali socialnega porekla, genetskih značilnosti, jezika, vere ali prepričanja, političnega ali drugega mnenja, pripadnosti narodnosti manjšini, premoženja, rojstva, invalidnosti, starosti, spolne usmerjenosti ali državljanstva;
- možnost pritožbe zaradi kršitve pravil za komentiranje;
- postopek za obravnavo pritožb.

(3) Komentar, ki ni v skladu z objavljenimi pravili, izdajatelj umakne v najkrajšem možnem času po prijavi oziroma najpozneje v enem delovnem dnevu po prijavi.

56. člen
(objava nujnega sporočila)

(1) Izdajatelj v svojem mediju na zahtevo državnih organov, organov samoupravnih lokalnih skupnosti, javnih agencij, javnih podjetij ali javnih zavodov brez odlašanja brezplačno objavi nujno sporočilo v zvezi z resno nevarnostjo ali ogroženostjo življenja, zdravja ali premoženja ljudi, kulturne in naravne dediščine ter varnosti in obrambe države. Za resničnost in pravilnost sporočila je odgovoren tisti, ki ga je poslal mediju.

(2) V primeru dalj časa trajajoče nevarnosti oziroma ogroženosti se nujno sporočilo objavi večkrat, dokler nevarnost oziroma ogroženost ne preneha.

2. Zahteve in omejitve pri oglaševanju, sponzoriranju, promocijskem umeščanju izdelkov ter radijski in televizijski prodaji

57. člen
(prepoznavnost in označitev oglasov)

(1) Oglaševanje, ki bi lahko zavajalo glede svoje narave, je prepovedano. Oglasi morajo biti jasno prepoznavni kot taki in se morajo razločevati od uredniško oblikovanih programskih vsebin.

(2) Oglasi se označijo z navedbo, da gre za oglase. Druge vrste plačanih objav se označijo kot »plačana objava« in vsebujejo podatke o naročniku objave.

(3) Neodplačne objave se jasno označijo kot take z navedbo, da gre za neodplačne objave, in vsebujejo podatke o naročniku objave.

(4) Programska vsebina, katere objavo naroči pravna ali fizična oseba za plačilo ali drugo podobno nadomestilo, se na izpostavljenem mestu na začetku programske vsebine označi z opozorilom »Plačana objava«, ki je izrazno bolj poudarjeno od sporočila v programski vsebini (krepki tisk oziroma ustrezna zvočna ali vizualna sredstva).

(5) Poleg oglasov in drugih plačanih objav, neodplačnih objav, promocijskega umeščanja izdelkov in sponzoriranih programskih vsebin se posebej označijo kot take tudi katere koli druge vsebine v mediju, ki so namenjene neposredni ali posredni promociji oziroma pospeševanju prodaje, nakupa ali najema izdelka ali storitve ali doseganju drugega oglaševalskega učinka.

58. člen

(posebne zahteve in omejitve pri oglaševanju)

(1) V medijih je prepovedano prikrito oglaševanje, ki bi lahko pri bralcu, poslušalcu ali gledalcu vzbujalo vtis, da gre pri objavljenem oglasu ali drugi plačani objavi za uredniško oblikovano programsko vsebino oziroma novinarski prispevek.

(2) Za prikrito oglaševanje sta odgovorna naročnik objave in odgovorni urednik. V primeru prikritega oglaševanja velja domneva, da je bilo storjeno z namenom. Dokazno breme, da ne gre za prikrito oglaševanje, je na strani odgovornega urednika.

(3) Pri oglaševanju je prepovedano uporabljati tehnične postopke, ki bralcem, poslušalcem oziroma gledalcem ne omogočajo zavestnega zaznavanja oglasov.

(4) Z oglasi ni dovoljeno:

- prizadeti spoštovanja človekovega dostojanstva;
- spodbujati nasilja ali sovraštva do skupine oseb ali člana take skupine na podlagi spola, rase, barve kože, etničnega ali socialnega porekla, genetskih značilnosti, jezika, vere ali prepričanja, političnega ali drugega mnenja, pripadnosti narodnosti manjšini, premoženja, rojstva, invalidnosti, starosti, spolne usmerjenosti ali državljanstva;
- spodbujati vedenja ali dejanj, ki škodujejo zdravju ali varnosti ljudi, zaščitijo okolja ali varstvu kulturne dediščine;
- žaliti verskih ali političnih prepričanj;
- škoditi interesom uporabnikov oziroma potrošnikov;
- tržiti s predpisi neskladnih izdelkov, ki niso zdravila, a se predstavljajo z lastnostmi za zdravljenje in preprečevanje bolezni.

(5) Za oglase iz prejšnjega odstavka sta odgovorna naročnik objave in odgovorni urednik.

59. člen

(prepoved oglaševanja, sponzoriranje, radijske ali televizijske prodaje in promocijskega umeščanja izdelkov v medijih)

Oglaševanje, sponzoriranje, radijska ali televizijska prodaja in promocijsko umeščanje izdelkov v medijih so v primeru alkoholnih pijač, tobaka in tobačnih izdelkov, elektronskih cigaret in posodic za njihovo polnjenje, zdravil, medicinskih pripomočkov, zdravstvene dejavnosti, zdravstvenih storitev in izvajalcev zdravstvene dejavnosti prepovedani, razen če je s posebnim zakonom določeno drugače.

60. člen

(zaščita otrok pri oglaševanju)

(1) Oglasi, katerih pretežno ciljno občinstvo so otroci, ali v katerih nastopajo otroci, ne smejo vsebovati prizorov nasilja, pornografije in drugih vsebin, ki bi lahko škodovale njihovemu zdravju ter duševnemu in telesnemu razvoju ali kako drugače negativno vplivale na dovzetnost otrok.

(2) Z oglasi ni dovoljeno:

- spodbujati otrok k nakupu proizvodov ali storitev z izkoriščanjem njihove neizkušenosti in lahkovernosti;
- spodbujati otrok, da bi prepričevali starše ali koga drugega za nakup proizvodov ali storitev;
- izkoriščati posebnega zaupanja otrok v starše, učitelje ali druge osebe;
- prikazovati otrok v nevarnih situacijah.

61. člen
(naročnik oglasa)

(1) Naročnik oglasa ne sme vplivati na programsko zasnovo in uredniško neodvisnost medija.

(2) Naročnik oglasa je odgovoren za resničnost in pravilnost navedb oziroma podatkov v oglasu.

62. člen
(zahteve in omejitve pri sponzoriranju)

(1) Vsaka sponzorirana programska vsebina se jasno označi kot takšna z navedbo sponzorjevega imena ali njegovega znaka.

(2) Sponzor ne sme vplivati na sponzorirane programske vsebine in njihovo umestitev v mediju ter s tem omejevati uredniške neodvisnosti medija.

(3) Sponzorirane programske vsebine ne smejo spodbujati prodaje oziroma nakupa ali dajanja v najem izdelkov ali storitev sponzorja ali tretje osebe, še posebej ne s posebnimi predstavitvami teh izdelkov ali storitev.

(4) Poročila in druge aktualne informativne programske vsebine ne smejo biti sponzorirani.

63. člen
(omejitve obsega oglasov in radijske prodaje)

Skupni obseg oglasov in radijske prodaje v radijskem programu ne sme preseči 20 odstotkov dnevnega oddajnega časa.

64. člen
(promocijsko umeščanje izdelkov v radijskem programu)

(1) Promocijsko umeščanje izdelkov je dovoljeno v vseh radijskih programih, razen v otroških, verskih in informativnih programskih vsebinah, kot so poročila in dnevnoinformativne oddaje, ter v oddajah za zaščito potrošnikov in v svetovalnih oddajah.

(2) Promocijsko umeščanje izdelkov, ki je v skladu s tem zakonom, se ne šteje za prikrito oglaševanje.

(3) Prepovedano je promocijsko umeščanje izdelkov, za katere velja prepoved oglaševanja oziroma prepoved avdiovizualnih komercialnih sporočil v skladu s tem zakonom ali drugimi zakoni.

(4) Programske vsebine, ki vsebujejo promocijsko umeščanje izdelkov, morajo izpolnjevati te pogoje:

- promocijsko umeščanje izdelkov ne vpliva na vsebino ali razvrstitev v sporedu radijskega programa tako, da bi posegalo v odgovornost in uredniško neodvisnost izdajatelja radijskega programa;
- s promocijskim umeščanjem izdelkov se neposredno ne spodbuja nakup ali najem izdelkov ali storitev, zlasti ne s posebnim navajanjem teh izdelkov ali storitev z namenom promocije, ki moti naravni potek vsebine;
- s promocijskim umeščanjem izdelkov se izdelkom ali storitvam ne pripisuje pomena, ki ni povezan s programsko vsebino, in se vsebinsko neutemeljeno ne postavljajo v ospredje;

- poslušalca oziroma uporabnika je na promocijsko umeščanje izdelka v programsko vsebino treba jasno opozoriti z ustreznim zvokovnim opozorilom na začetku programske vsebine.

(5) Določbe tega člena ne veljajo za programske vsebine, nastale pred dnevom začetka veljavnosti tega zakona.

(6) AKOS podrobneje določi pojme iz tega člena in način označevanja programskih vsebin iz četrte alineje četrtega odstavka tega člena.

65. člen

(posebne omejitve oglaševanja za Radiotelevizijo Slovenija)

(1) Radiotelevizija Slovenija s predvajanjem oglasov ne sme prekinjati radijskih in televizijskih programskih enot, kot so na primer radijske igre in druge oblike režiranih radijskih oddaj, radiofonski eseji, celovečerni filmi ter televizijski filmi (razen serijskih filmov, nanizank in razvedrilnih oddaj), in oddaj, ki imajo kulturni, umetniški, znanstveni ali izobraževalni značaj, in sicer ne glede na dolžino trajanja posamezne programske enote iz tega odstavka.

(2) Na 3. programu Radia Slovenija – programu Ars oglasi ne smejo biti predvajani, dovoljeno pa je sponzoriranje.

(3) Skupni obseg oglasov in radijske prodaje v posameznem radijskem programu Radiotelevizije Slovenija ne sme preseči 15 odstotkov dnevnega oddajnega časa.

66. člen

(državno oglaševanje)

(1) Državno oglaševanje mora delovati po načelih zakonitosti, resničnosti, preglednosti, objektivnosti in stroškovne učinkovitosti ob spoštovanju svobode medijev in medijske pluralnosti ter uresničevanju javnega interesa na področju medijev ter temeljiti na podatkih o dosegu medijev, spletnih platform in oglaševalskih omrežij ter njihovemu doseganju ciljnih občinstev.

(2) Javni subjekti in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov morajo dodelitev sredstev ali drugih prispevkov izdajateljem ali ponudnikom spletnih platform za državno oglaševanje ali javna naročila blaga in storitev izvesti na podlagi odprtih, sorazmernih in nediskriminatornih postopkov ter v skladu s preglednimi, objektivnimi, sorazmernimi in nediskriminatornimi merili, ki so vnaprej javno dostopna.

(3) Javni subjekti in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov morajo najpozneje do konca marca vsakega tekočega leta pripraviti in javno objaviti pregled izvedenih oglaševalskih kampanj za prejšnje leto, ki vključuje te podatke o izdatkih za državno oglaševanje:

- ime in priimek oziroma firma in sedež izdajateljev ali ponudnikov spletnih platform, pri katerih so bile kupljene storitve;
- firma in sedež morebitnih poslovnih skupin, katerih del so izdajatelji ali ponudniki spletnih platform iz prejšnje alineje;
- skupni letni porabljeni znesek in porabljene letne zneske na posameznega izdajatelja ali ponudnika spletne platforme.

(4) Vlada na predlog pristojnega ministrstva sprejme priporočila za izvedbo državnega oglaševanja, s katerimi se določijo minimalni standardi načrtovanja in izvedbe oglaševalskih kampanj.

67. člen

(prepoved političnega in verskega oglaševanja)

(1) Na Radioteleviziji Slovenija, Slovenski tiskovni agenciji in v medijih, ki jih izdajajo javni subjekti ali subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov, ni dovoljeno politično ali versko oglaševanje.

(2) Ne glede na prejšnji odstavek je politično oglaševanje dovoljeno v času volilne in referendumske kampanje v skladu z določbami zakona, ki ureja volilno in referendumsko kampanjo.

3. Umetna inteligenca v medijih

68. člen

(označevanje uporabe sistemov umetne inteligence)

(1) Vsaka programska vsebina, ki je bila delno ali v celoti ustvarjena s sistemi generativne umetne inteligence, se mora povsem jasno prepoznati in se posebej ločiti od drugih programskih vsebin medija.

(2) Vsaka programska vsebina, ki je bila delno ali v celoti ustvarjena s sistemi generativne umetne inteligence, mora biti označena z jasnimi in sistematiziranimi oznakami, in sicer na začetku in koncu programske vsebine.

(3) Izdajatelji morajo uporabnike seznaniti, na kakšen način uporabljajo sisteme umetne inteligence, posebej tam, kjer lahko uporaba takšnih sistemov vsebinsko vpliva na uporabo in razumevanje programskih vsebin, ali pri uporabi sistemov umetne inteligence, ki omogočajo avtomatizirano prilagajanje in ustvarjanje vsebin, ki ustrezajo različnim ciljnim skupinam.

(4) Informacije in oznake o uporabi sistemov umetne inteligence morajo biti v slovenščini oziroma jeziku, ki je uporabnikom na območju Republike Slovenije zlahka razumljiv. Poleg besednega jezika lahko medij pri označevanju vsebin uporablja tudi splošno razumljive simbole in slike ter digitalne kode, ki omogočajo strojno branje.

(5) Uporaba sistemov umetne inteligence, ki so namenjeni uporabnikom, se šteje kot zavajajoča, če na katerikoli način, vključno s predstavitvijo, zavaja uporabnike ali bi jih utegnila zavajati in bi zaradi zavajajoče narave verjetno vplivala na obnašanje ali mnenje uporabnikov.

69. člen

(odgovornost za programske vsebine v zvezi s sistemi umetne inteligence)

Za pravilnost navedb oziroma podatkov v programskih vsebinah, generiranih ali delno generiranih s sistemi umetne inteligence, in za skladnost takšnih programskih vsebin s tem zakonom in drugimi zakoni je odgovoren izdajatelj. Izdajatelj mora v primeru ugotovljenih kršitev takšno programsko vsebino umakniti v najkrajšem možnem času oziroma najpozneje v enem delovnem dnevu po prijavi.

4. Pravica do popravka in odgovora

70. člen

(pravica do popravka)

(1) Vsakdo ima pravico od odgovornega urednika zahtevati, da brezplačno objavi njegov popravek objavljenega obvestila, s katerim je bila prizadeta njegova pravica ali interes. Popravek pomeni:

- zaničanje oziroma popravljanje zatrjevanih neresničnih ali napačnih navedb v objavljenem obvestilu (popravek v ožjem pomenu);
- navajanje oziroma prikaz drugih ali nasprotnih dejstev in okoliščin, s katerimi prizadeta oseba izpodbija ali z namenom izpodbijanja bistveno dopolnjuje navedbe v objavljenem obvestilu.

(2) Objavo popravka lahko zahteva fizična ali pravna oseba, katere pravica ali interes sta bila prizadeta z objavo obvestila, na katerega se popravek nanaša (prizadeta oseba). Objava popravka se lahko zahteva v 30 dneh od dneva, ko je prizadeta oseba izvedela za objavo obvestila, vendar najpozneje v treh mesecih od objave obvestila.

(3) Izraz obvestilo pomeni katero koli vsebino ali informacijo, ne glede na to, v kakšni obliki je bila objavljena.

71. člen (zahteva za objavo popravka)

(1) Zahteva za objavo popravka se vloži pisno. Pisna zahteva je zahteva, ki je napisana ali natisnjena in lastnoročno podpisana, ali zahteva, ki je v elektronski obliki in je podpisana s kvalificiranim elektronskim podpisom.

(2) Iz zahteve za objavo popravka mora biti jasno razvidno, da gre za popravek. V zahtevi za objavo popravka morata biti navedena obvestilo, na katero se nanaša popravek, in datum objave obvestila, na katerega se popravek nanaša.

(3) V zahtevi za objavo popravka mora biti naveden tudi naslov popravka. Če naslov popravka ni naveden oziroma iz vsebine ni razviden, ga po lastni presoji določi odgovorni urednik.

(4) Objava popravka se lahko zahteva tudi, če je bilo obvestilo objavljeno v mediju, ki je prenehal delovati. Prizadeta oseba lahko od takratnega izdajatelja oziroma njegovega pravnega naslednika zahteva, da na svoje stroške zagotovi objavo popravka v drugem mediju, ki je po obsegu in kakovosti razširjanja vsebin primerljiv s prvim.

(5) Če prizadeta oseba v osmih dneh od objave obvestila pisno napove, da bo zahtevala objavo popravka ali zahteva objavo popravka, mora izdajatelj hraniti kopijo vsebine, za katero se zahteva popravek, vse dokler prizadeta oseba lahko zahteva objavo popravka, oziroma v primeru, ko je zahtevala objavo popravka, dokler ne poteče rok za vložitev tožbe in začetek postopka pred sodiščem, oziroma v primeru, ko vloži tožbo in začne postopek pred sodiščem, dokler ni končan sodni postopek.

72. člen (objava popravka)

(1) Popravek mora biti objavljen:

- če medij izhaja mesečno ali v daljših časovnih presledkih in zahteva za objavo popravka prispe vsaj 14 dni pred izidom, v prvi izdaji oziroma oddaji medija po prejemu popravka;
- če medij izhaja tedensko ali na vsakih 14 dni, najpozneje v drugi izdaji oziroma enakovredni oddaji po prejemu popravka;
- če se vsebina medija spreminja ali dopolnjuje večkrat dnevno, v roku enega dne po prejemu popravka;
- v vseh drugih primerih najpozneje v tretji izdaji oziroma enakovredni oddaji po prejemu popravka.

(2) Popravek mora biti objavljen na takem mestu oziroma v terminu in na način, da ima njegova objava enako vrednost kot članek ali prispevek, na katerega se nanaša.

(3) Če izhaja medij v več izdajah ali ima več programov, je treba popravek objaviti v tistih izdajah oziroma programih, v katerih je bil objavljen članek ali prispevek, na katerega se popravek nanaša.

(4) Če se popravek nanaša na dve obvestili ali več obvestil, ki so obravnavala isti dogodek oziroma isto osebo in so bila objavljena v različnih medijih istega izdajatelja, se popravek objavi v vseh teh medijih.

(5) Če je bil izvorni članek ali prispevek, na katerega se nanaša popravek, prikazan s sliko, mora biti tudi popravek objavljen s sliko.

(6) Pri tiskanih medijih se šteje, da je popravek objavljen na enakovrednem mestu, če je popravek objavljen na isti strani v isti rubriki ter v enaki in enako veliki pisavi kot članek, na katerega se nanaša. Če je bil izvorni članek objavljen na naslovnici, zadostuje opozorilo na naslovnici, da je popravek objavljen v tiskanem mediju. Iz opozorila na naslovnici mora biti

razvidno, da gre za popravek, opozorilo na naslovnici pa mora vsebovati najmanj predmet zanikanja oziroma prikaza nasprotnih dejstev, če je bilo v izvirnem članku objavljeno ime prizadetega, pa tudi njegovo ime. Če je bila trditev, na katero se popravek nanaša, navedena v naslovu, se šteje, da je izpolnjen pogoj objave na enakovrednem mestu, če zajema naslov popravka isti prostor kot naslov članka, na katerega se nanaša. Če gre za objavo opozorila na naslovnici, mora opozorilo na naslovnici obsegati najmanj isti prostor, kot ga je obsegal naslov članka, na katerega se popravek nanaša.

(7) Objava v radijskih ali televizijskih programih in drugih tehnično podobnih medijih mora biti prebrana. Če se je izvirno obvestilo v teh programih ponavljalo, zadostuje enkratna objava popravka v časovnem pasu z največjo poslušanostjo oziroma gledanostjo.

(8) Odgovorni urednik mora osebo, ki je zahtevala objavo popravka, pred njegovo objavo pisno obvestiti o mestu in terminu objave popravka. Obvestilo se pošlje na enak način, kot je bila vložena zahteva za objavo popravka.

(9) Popravek je treba objaviti brez sprememb in dopolnitev. Dopustni so samo pravopisni popravki, oseba, ki je zahtevala objavo popravka, pa mora biti o njih obveščena.

(10) Objava popravka mora biti jasno označena kot popravek. Objava popravka mora vsebovati navedbo prizadete osebe in navedbo, na kateri članek oziroma oddajo se nanaša.

(11) V isti izdaji oziroma oddaji ali časovno istočasno ne sme biti hkrati s popravkom objavljen komentar tega popravka ali odgovor nanj.

73. člen (zavrnitev objave popravka)

(1) Odgovorni urednik lahko zavrne zahtevo za objavo popravka če:

- objave popravka ni zahtevala prizadeta oseba;
- se zahtevani popravek ne nanaša na obvestilo, na katero se sklicuje oseba, ki zahteva objavo popravka;
- zahtevani popravek v ničemer ne zanika navedb v objavljenem obvestilu in se v njem ne navajajo oziroma prikazujejo druga ali nasprotna dejstva in okoliščine, s katerimi bi prizadeta oseba izpodbijala ali z namenom izpodbijanja bistveno dopolnjevala navedbe v objavljenem besedilu;
- bi bila objava popravka v nasprotju z zakonom;
- je zahtevani popravek nesorazmerno daljši od obvestila, v katerem so navedbe, zaradi katerih se zahteva objava popravka, oziroma od dela obvestila, na katerega se neposredno nanaša zahteva za objavo popravka;
- ima zahtevani popravek enako vsebino, kot jo ima popravek, o katerem že teče spor pred sodiščem zaradi zavrnitve objave ali neustreznosti načina njegove objave;
- je zahtevani popravek napisan žaljivo;
- je bila zahteva za objavo popravka vložena po preteku roka iz drugega odstavka 70. člena tega zakona.
- je bila zahteva za objavo popravka vložena v nasprotju s formalnimi zahtevami iz prvega in drugega odstavka 71. člena tega zakona.

(2) O zavrnitvi zahteve za objavo popravka mora odgovorni urednik pisno obvestiti osebo, ki je zahtevala objavo popravka, najpozneje v treh delovnih dneh po prejemu zahteve za objavo popravka. Odločitev o zavrnitvi objave popravka mora biti pisno obrazložena in vsebovati navedbo razloga za zavrnitev iz prejšnjega odstavka. Obvestilo o zavrnitvi objave popravka se pošlje na enak način, kot je bila vložena zahteva za objavo popravka.

74. člen (tožba)

(1) Če odgovorni urednik ne objavi popravka v roku in na način, določenim s tem zakonom, ima oseba, ki je zahtevala objavo popravka, pravico zoper izdajatelja vložiti tožbo za objavo popravka pri sodišču, pristojnem za obravnavo in odločanje v sporih iz civilnopravnih razmerij, na območju katerega je sedež oziroma stalno prebivališče izdajatelja.

(2) Tožba se lahko vloži najpozneje v 30 dneh po preteku roka za objavo popravka oziroma od dneva, ko je bil popravek objavljen na način, ki ni v skladu s tem zakonom.

75. člen
(postopek pred sodiščem prve stopnje)

(1) Postopek pred sodiščem prve stopnje je nujen in o njem odloča sodišče prednostno. Sodba mora biti vročena strankam in organu, pristojnemu za nadzor nad določbami tega zakona, najpozneje v treh mesecih po vložitvi tožbe.

(2) Toženec mora odgovoriti na tožbo v 15 dneh od prejema tožbe. Prvi narok za glavno obravnavo mora biti opravljen najpozneje v 30 dneh po prejemu odgovora na tožbo.

(3) Obravnava tožbe je omejena na obravnavanje in dokazovanje dejstev, od katerih je odvisna toženčeva dolžnost objave popravka.

(4) Sodišče mora izdati sodbo in jo pisno izdelati ter vročati strankam najpozneje v 15 dneh po končani glavni obravnavi.

76. člen
(pritožba)

(1) Zoper sodbo sodišča prve stopnje lahko stranki v osmih dneh od njene vročitve vložita pritožbo. O pritožbi odloča višje sodišče.

(2) Pritožba se vroči nasprotni stranki, ki lahko nanjo odgovori v osmih dneh. Pravočasno in dovoljeno pritožbo pošlje sodišče prve stopnje z vsemi spisi višjemu sodišču v treh dneh po prejemu odgovora na pritožbo ali najpozneje v treh dneh po izteku roka za odgovor na pritožbo.

77. člen
(postopek pred sodiščem druge stopnje)

(1) Višje sodišče mora odločiti o pritožbi v 15 dneh od dneva, ko prejme pritožbo s spisom.

(2) Overjen prepis pravnomočne sodbe sodišče nemudoma pošlje izdajatelju, pri katerem mora biti popravek objavljen, in ga naslovi na odgovornega urednika, ter organu, ki je pristojen za nadzor nad določbami tega zakona.

(3) Zoper sodbo višjega sodišča je dovoljena revizija pod pogoji, ki jih določa zakon o pravdnem postopku.

78. člen
(pravica do odgovora)

Vsakdo ima pravico od odgovornega urednika zahtevati, da brezplačno objavi njegov odgovor na objavljeno informacijo, kadar je odgovor v interesu javnosti, ker se v njem z dokazljivimi navedbami zanikajo, bistveno popravljajo ali bistveno dopolnjujejo navedbe v objavljeni informaciji, ki je posebnega pomena za javnost.

79. člen
(objava odgovora)

(1) Odgovor je treba objaviti brez sprememb in dopolnitev, dopustni so le pravopisni popravki.

(2) Odgovorni urednik ima pravico, da od osebe, ki je zahtevala objavo odgovora, pred objavo zahteva skrajšanje odgovora.

(3) Odgovor mora biti objavljen:

- če medij izhaja mesečno ali v daljših časovnih presledkih in zahteva po objavi prispe vsaj 14 dni pred izidom, najpozneje v tretji izdaji oziroma enakovredni oddaji medija po prejemu odgovora;
- če se vsebina medija spreminja ali dopolnjuje večkrat dnevno, v petih delovnih dneh po prejemu odgovora;
- v vseh drugih primerih najpozneje v sedmi izdaji oziroma enakovredni oddaji medija po prejemu odgovora.

80. člen
(smiselna uporaba določb)

(1) Glede pravice do odgovora se smiselno uporabljajo določbe tega zakona, ki se nanašajo na popravek, razen določbe prvega odstavka 72. člena tega zakona, pri čemer lahko odgovorni urednik zavrne objavo vsebinsko enakih odgovorov, če je enega že objavil.

(2) V postopku sodnega varstva se glede pravice do odgovora smiselno uporabljajo določbe tega zakona glede postopka v zvezi s pravico do popravka.

(3) Če ni s tem zakonom drugače določeno, se v sodnih sporih v zvezi z objavo popravka ali odgovora smiselno uporabljajo določbe zakona o pravnem postopku.

V. POSEBNE DOLOČBE O IZVAJANJU RADIJSKE IN TELEVIZIJSKE DEJAVNOSTI

1. Dovoljenje za izvajanje radijske in televizijske dejavnosti

81. člen
(dovoljenje za izvajanje radijske in televizijske dejavnosti)

(1) Izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa izvaja radijsko oziroma televizijsko dejavnost na podlagi in v skladu z dovoljenjem za izvajanje radijske oziroma televizijske dejavnosti (v nadaljnjem besedilu: dovoljenje). Dovoljenje izda AKOS izdajatelju radijskega oziroma televizijskega programa po postopku in pod pogoji iz tega zakona.

(2) Izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa mora pridobiti dovoljenje pred začetkom izvajanja radijske oziroma televizijske dejavnosti.

(3) Izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa mora biti registriran za izvajanje radijske oziroma televizijske dejavnosti.

(4) Vloga za pridobitev dovoljenja vsebuje:

- podatke o izdajatelju programa;
- podatke o vrsti dejavnosti (radijska ali televizijska);
- ime programa in njegovo identifikacijo ter v primeru televizijskega programa njegov logo;
- programske zahteve, ki jih bo izdajatelj upošteval pri razširjanju programa;
- morebitno opredelitev vrste tematskega programa;
- morebitna lokalna okna;
- morebitno povezovanje v programsko mrežo in programske zahteve, ki jih bo upošteval pri njenem razširjanju, njeno ime, identifikacijo in v primeru televizijske programske mreže njen logo.

(5) Izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa mora vlogi za pridobitev dovoljenja priložiti kopije pogodb, sklenjenih s kolektivnimi organizacijami za upravljanje avtorske in sorodnih pravic na delih, ki se bodo izvajala na njegovem programu.

(6) Ime radijskega oziroma televizijskega programa in morebitne programske mreže se določi v skladu z 52. členom tega zakona. V primeru dvoma AKOS zaprosi za mnenje o tem pristojno

ministrstvo.

(7) Ime radijskega oziroma televizijskega programa ne sme biti enako imenu drugega programa, za katerega je že izdano dovoljenje za izvajanje radijske oziroma televizijske dejavnosti. Kot enako ime se obravnava tudi takšno, ki se od drugega imena razlikuje le po nebitnih sestavinah glavnega dela imena.

(8) Pridobitev dovoljenja je za izdajatelje, ki imajo sedež v Republiki Sloveniji, pogoj za pridobitev pravice do uporabe radijskih frekvenc za razširjanje radijskih programov v analogni tehniki oziroma pravice do razširjanja radijskih in televizijskih programov na razpisanem območju v digitalni tehniki v skladu s tem zakonom in zakonom, ki ureja elektronske komunikacije.

(9) Z razveljavitvijo ali prenehanjem dovoljenja prenehajo veljati vse odločbe, s katerimi je bila izdajatelju dodeljena pravica do uporabe radijskih frekvenc za razširjanje radijskih programov v analogni tehniki oziroma podeljena pravica do razširjanja radijskih in televizijskih programov na razpisanem območju v digitalni tehniki.

82. člen

(odločba, s katero se izda dovoljenje)

(1) Odločba, s katero se izda dovoljenje iz prejšnjega člena, ima te obvezne sestavine:

- podatke o izdajatelju programa;
- podatke o vrsti dejavnosti, za katero je dovoljenje izdano (radijska ali televizijska);
- ime programa in njegovo identifikacijo ter v primeru televizijskega programa njegov logo;
- programske zahteve, ki jih mora izdajatelj upoštevati pri razširjanju programa;
- morebitno določitev vrste tematskega programa;
- morebitna lokalna okna;
- morebitno povezanost v programsko mrežo in programske zahteve, ki jih mora upoštevati pri njenem razširjanju, njeno ime, identifikacijo in v primeru televizijske programske mreže njen logo.

(2) Dovoljenje se izda za nedoločen čas.

(3) Med trajanjem začasnega preklica dovoljenja imetnik dovoljenja nima pravice izvajati dejavnosti iz tega dovoljenja.

(4) AKOS v splošnem aktu podrobneje določi vsebino vloge za pridobitev dovoljenja, programske zahteve, ki jih mora izdajatelj določiti v vlogi, in pogoje, pod katerimi jih lahko spreminja, postopek za izdajo, spremembo, prenos in prenehanje odločbe o dovoljenju ter vsebino dovoljenja.

(5) Imetnik odločbe o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti lahko svoje pravice iz dovoljenja prenese na drugo pravno ali fizično osebo, ki izpolnjuje predpisane pogoje za pridobitev dovoljenja.

(6) Dovoljenje preneha veljati, če:

- je prenehal obstajati njegov imetnik;
- njegov imetnik pisno obvesti AKOS, da je prenehal razširjati program;
- njegov imetnik v dveh letih od izdaje dovoljenja ni začel razširjati programa.

(7) V primerih iz prejšnjega odstavka izda AKOS odločbo, s katero ugotovi prenehanje veljavnosti dovoljenja.

(8) V primeru sprememb ali dopolnitev splošnega akta iz četrtega odstavka tega člena AKOS uskladi dovoljenja z novimi določbami splošnega akta v dveh letih od njihove uveljavitve.

83. člen

(uradni evidenci)

(1) AKOS upravlja ti uradni evidenci:

- evidenco imetnikov dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti;
- evidenco imetnikov dovoljenj za izvajanje televizijske dejavnosti.

(2) Uradni evidenci iz prejšnjega odstavka AKOS upravlja kot med seboj povezano informatizirano zbirko.

(3) V uradni evidenci imetnikov dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti AKOS obdeluje te podatke:

- ime radijskega programa in njegova identifikacija,
- osebno ime, naslov in davčna številka za fizične osebe,
- firma, sedež, davčna številka, matična številka in zakoniti zastopnik za pravne osebe,
- datum začetka veljavnosti dovoljenja,
- številka odločbe o dovoljenju,
- ime in identifikacija programske radijske mreže v primeru povezanosti v programsko radijsko mrežo,
- podatek o morebitnem statusu programa posebnega pomena,
- poravnavanje obveznosti imetnika odločbe o dovoljenju, ki izvirajo iz tega zakona.

(4) Glede evidence imetnikov dovoljenj za izvajanje televizijske dejavnosti se uporablja ureditev, določena v zakonu, ki ureja avdiovizualne medijske storitve.

(5) AKOS obdeluje osebne podatke iz tega člena z namenom izvajanja nadzora nad določbami tega zakona.

(6) AKOS podatke iz tega člena pridobiva tudi iz uradnih evidenc drugih državnih organov in z neposredno računalniško oziroma elektronsko povezavo.

(7) AKOS obdeluje podatke iz tega člena, dokler izdajatelj izvaja radijsko oziroma televizijsko dejavnost, nato pa jih hrani trajno.

2. Pravica razširjanja na prizemni radiodifuziji

84. člen

(pravica razširjanja radijskih in televizijskih programov na prizemni radiodifuziji)

(1) Pravica razširjanja radijskih in televizijskih programov na prizemni radiodifuziji pomeni pravico razširjanja radijskih programov v analogni tehniki oziroma pravico razširjanja radijskih ali televizijskih programov v digitalni tehniki.

(2) Pravica razširjanja radijskih programov na razpisanem območju v analogni radiodifuzni tehniki po tem zakonu predstavlja pravico do uporabe radijskih frekvenc za opravljanje analogne radiodifuzije v skladu z zakonom, ki ureja elektronske komunikacije. Dodeli se po postopku javnega razpisa, ki ga vodi AKOS v skladu z zakonom, ki ureja elektronske komunikacije, in na podlagi obrazloženega predloga Sveta za radiodifuzijo, ter z uporabo pogojev in meril za izbiro ponudnikov iz petega in šestega odstavka tega člena.

(3) Pravica razširjanja radijskih ali televizijskih programov na razpisanem območju v digitalni radiodifuzni tehniki (v nadaljnjem besedilu: pravica razširjanja programa v digitalni tehniki) omogoča dostop do prostih kapacitet v okviru omrežja prizemne digitalne radiodifuzije na območju, na katerega se pravica nanaša. Dodeli se po postopku javnega razpisa, ki ga vodi AKOS ob smiselni uporabi zakona, ki ureja elektronske komunikacije, in na podlagi obrazloženega predloga Sveta za radiodifuzijo, ter z uporabo pogojev in meril za izbiro ponudnikov iz petega in šestega odstavka tega člena.

(4) AKOS s sklepom o uvedbi javnega razpisa določi tudi pogoje in merila za izbiro ponudnikov za razširjanje radijskih ali televizijskih programov na razpisanem območju ter opredeli pogoje, ki jih bo moral ponudnik upoštevati pri razširjanju programa, za katerega bo pridobil pravico razširjanja.

(5) V postopku izbire med zainteresiranimi ponudniki programa na javnem razpisu se upoštevajo zlasti ta merila glede izvajanja radijske oziroma televizijske dejavnosti:

- obseg in raznovrstnost programske ponudbe na razpisanem območju;
- trajanje programa in programskih vsebin lastne produkcije;

- zavezanost strokovnim in etičnim standardom;
- žanrska in tematska ustreznost programske ponudbe;
- ekonomsko stanje ponudnika programa;
- tehnična in kadrovska usposobljenost za radijsko oziroma televizijsko dejavnost;
- izkušnje na področju radijske oziroma televizijske dejavnosti;
- učinkovitost uporabe radijskih frekvenc, če gre za dodelitev pravice razširjanja v analogni tehniki.

(6) Pri izbiri programa se prednostno upoštevata:

- razširjanje programa v slovenskem jeziku oziroma v jeziku avtohtone italijanske ali madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji;
- prosta dostopnost (nekodiranost) programa.

(7) Na javnih razpisih za dodelitev pravic razširjanja v digitalni tehniki AKOS opravi izbiro in odloči z izdajo ene ali več odločb o dodelitvi pravice razširjanja radijskih ali televizijskih programov.

(8) Odločba o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki vsebuje:

- podatke o izbranem izdajatelju;
- podatke o vrsti dejavnosti (radijska ali televizijska);
- ime programa;
- vrsto programa;
- območje razširjanja;
- pogoje, ki jih bo moral ponudnik upoštevati pri razširjanju programa.

(9) AKOS izda odločbo o dodelitvi pravice razširjanja v digitalni tehniki, namenjeni za prireditve in druge časovno omejene dogodke, praviloma največ za 15 dni ali drugi predvideni čas trajanja prireditve.

(10) AKOS vodi uradno evidenco dodeljenih pravic razširjanja v digitalni tehniki, ki vsebuje podatke o tem, katerim fizičnim ali pravnim osebam so bile posamezne pravice dodeljene. Podatki iz te uradne evidence so javni.

85. člen

(sprememba odločbe o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki)

(1) AKOS po uradni dolžnosti spremeni odločbo, s katero se je dodelila pravica razširjanja programa v digitalni tehniki, in sicer če se spremeni:

- izdajatelj programa,
- ime izdajatelja ali
- ime programa.

(2) V primerih iz prejšnjega odstavka AKOS izda novo odločbo, s katero se izdana odločba deloma ali v celoti spremeni.

86. člen

(razveljavitev odločbe o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki)

(1) Odločba o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki se lahko razveljavi. AKOS razveljavi odločbo o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki na predlog imetnika pravice, kadar se ji ta želi odpovedati, ali po uradni dolžnosti.

(2) AKOS razveljavi odločbo o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki po uradni dolžnosti, če v postopku nadzora po tem zakonu ugotovi, da imetnik ne izpolnjuje predpisanih pogojev in obveznosti, določenih na podlagi veljavne zakonodaje ali njegove odločbe o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki.

87. člen

(prenehanje pravice razširjanja programa v digitalni tehniki)

(1) Pravica razširjanja programa v digitalni tehniki preneha veljati:

- če je prenehal obstajati njen imetnik;
- z razveljavitvijo dovoljenja za izvajanje radijske in televizijske dejavnosti.

(2) V primerih iz prejšnjega odstavka AKOS izda odločbo, s katero ugotovi prenehanje pravice razširjanja programa v digitalni tehniki.

3. Posebnosti pri izvajanju radijske in televizijske dejavnosti

88. člen

(radijske in televizijske programske mreže)

(1) Izdajatelji televizijskih in radijskih programov, ki nimajo statusa programa posebnega pomena, se lahko povezujejo v programske mreže pod temi pogoji:

- vsak od povezanih izdajateljev oddaja na območju, za katero mu je bilo izdano dovoljenje, najmanj dve uri programa lastne produkcije dnevno;
- skupna lastna produkcija povezanih izdajateljev, ki je izdelana v slovenskem jeziku in v katero se ne všteva program iz prejšnje alineje, dnevno obsega najmanj 25 odstotkov programskih vsebin, ki se oddajajo prek programske mreže;
- povezani izdajatelji sklenejo skupni pisni pravni akt o načinu njenega izvajanja;
- povezani izdajatelji s posebnim aktom imenujejo odgovornega urednika skupnega programa, ki je odgovoren za razširjanje programskih vsebin v skladu s tem zakonom.

(2) Radijska ali televizijska programska mreža se za potrebe tega zakona v mrežnem oddajnem času obravnava kot enotni televizijski ali radijski program z enotno identifikacijo, pri čemer mora biti ob vsakem začetku predvajanja radijskega ali televizijskega programa v času, ko ta ne razširja radijske ali televizijske programske mreže, objavljena identifikacija tega radijskega ali televizijskega programa, ob vsakem začetku razširjanja programske radijske ali televizijske mreže pa identifikacija radijske ali televizijske mreže, kot sta določeni v dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti.

(3) Povezovanje radijskega ali televizijskega programa v programsko mrežo na podlagi vloge povezanih izdajateljev določi AKOS z vpisom programske mreže v dovoljenje vsakega od povezanih izdajateljev.

89. člen

(tematski program)

(1) Tematski radijski program je radijski program, ki je namenjen posebnemu segmentu poslušalcev in s katerim se razširjajo izključno tematsko oziroma žanrsko istovrstne programske vsebine ali glasba.

(2) AKOS določi vrsto tematskega radijskega programa v dovoljenju za izvajanje radijske dejavnosti na podlagi vloge izdajatelja.

(3) AKOS v soglasju s pristojnim ministrstvom v splošnem aktu določi vrste tematskih radijskih programov, njihove značilnosti oziroma programske vsebine, ki jih ti programi lahko razširjajo, in programske zahteve, ki jih mora izdajatelj določiti v vlogi, ter pogoje, pod katerimi jih lahko spreminja.

90. člen

(lokalna okna)

(1) Izdajatelj radijskega programa lahko na analognih radijskih frekvencah, ki jih uporablja za razširjanje svojega radijskega programa, ločeno predvaja lokalna okna, v katerih mora istočasno predvajati različne lokalne informativne programske vsebine, lahko pa tudi druge programske vsebine oziroma oglase.

(2) Radijski program se lahko prekinja z lokalnimi okni največ enkrat vsako uro, pri čemer se morajo vsa lokalna okna predvajati istočasno in v enakem trajanju. Vsako od lokalnih oken lahko traja največ tri minute.

(3) Skupni obseg oglasov v lokalnem oknu ne sme presegati 30 odstotkov trajanja lokalnega okna.

(4) AKOS določi vsebino, število, trajanje in analogne radijske frekvence, na katerih so posamezna lokalna okna, v dovoljenju na podlagi vloge izdajatelja.

(5) AKOS podrobneje določi vsebino in značilnosti lokalnih oken v splošnem aktu iz četrtega odstavka 82. člena tega zakona.

(6) Lokalnih oken ni dopustno predvajati v radijskih programih, ki so vključeni v radijsko programsko mrežo.

91. člen (pravica do kratkega poročanja)

(1) Vsak izdajatelj radijskega programa ima pod enakimi pogoji pravico do kratkega poročanja o vseh pomembnih prireditvah in drugih dogodkih, ki so dostopni javnosti.

(2) Za kratko poročanje po tem členu šteje predvajanje poročila, ki traja največ minuto in pol, in je predvajano v sklopu informativnega programa.

(3) Organizator pomembnega dogodka lahko kot nadomestilo zahteva od izdajatelja le plačilo vstopnine, če je ta predvidena, in nadomestilo za morebitne dejanske stroške, ki nastanejo zaradi izvajanja te organizatorjeve obveznosti.

(4) Pravica do kratkega poročanja se mora izvajati tako, da ne moti oziroma ne ovira poteka dogodka.

(5) Pravica do kratkega poročanja se lahko omeji ali izključi, če bi njeno izvrševanje hudo prizadelo čustva udeležencev dogodka ali ogrozilo javno varnost in red.

(6) Izdajatelj radijskega programa, ki je uveljavil pravico do kratkega poročanja, mora omogočiti izdajatelju, ki dogodka ni mogel posneti, enkratno uporabo svojega posnetka, ter lahko za to zahteva povrnitev prenosorazmernega dela dejanskih stroškov in navedbo svojega imena oziroma firme ob objavi.

4. Obvezni neodplačni prenos programov

92. člen (obvezni neodplačni prenos programov)

(1) Operater mora omogočiti neodplačni prenos radijskih oziroma televizijskih programov v linearni obliki in povezanih dopolnilnih storitev izdajateljev Radiotelevizije Slovenija ter lokalnih oziroma regionalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena v vseh svojih elektronskih komunikacijskih omrežjih, ki so namenjena distribuciji radijskih oziroma televizijskih programov končnim uporabnikom.

(2) Neodplačni prenos pomeni storitev prenosa signalov radijskih in televizijskih programov po elektronskih komunikacijskih omrežjih do končnih uporabnikov, pri čemer operater to storitev izvaja za izdajatelje neodplačno od sprejemne postaje, ki jo uporablja operater, do končnih uporabnikov, izdajatelji pa operaterju omogočijo neodplačni prenos teh programov.

(3) Obveznost neodplačnega prenosa pomeni prepoved plačil tehničnih stroškov prenosa programa. Obveznost neodplačnega prenosa ne vpliva na morebitne obveznosti operaterja in izdajatelja programa iz naslova varstva avtorske in sorodnih pravic.

(4) Operater in izdajatelj iz prvega odstavka tega člena za prenos in način vključitve programov v elektronske komunikacijske storitve skleneta dogovor. Če ne pride do sklenitve dogovora v 15 dneh od dne, ko je operater ali izdajatelj zahteval vključitev programa, se lahko smiselno uporablja 68. člen Zakona o kolektivnem upravljanju avtorske in sorodnih pravic (Uradni list RS, št. 63/16 in 130/22). Če mediacija ni uspešna, AKOS o tem odloči z odločbo na podlagi vloge operaterja ali izdajatelja.

(5) Operater in izdajatelj iz prvega odstavka tega člena prosto urejata razmerja v zvezi s prenosom radijskih in televizijskih storitev, ki ne spadajo v obveznost prenosa.

(6) Obveznost neodplačnega prenosa lokalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena se nanaša le na območje, ki so mu ti programi v skladu s tem zakonom ali dovoljenjem namenjeni in ga vsebinsko pokrivajo.

(7) Obveznost neodplačnega prenosa velja le za operaterje, ki jih pomembno število končnih uporabnikov uporablja kot glavni način za sprejem radijskih oziroma televizijskih programov.

(8) Za izvajanje določb tega člena AKOS na podlagi podatkov iz svojih odločb upravlja evidenco, v kateri obdeluje podatke o:

- radijskih in televizijskih programih, ki izpolnjujejo pogoje za neodplačni prenos;
- območju, ki so mu lokalni oziroma regionalni, študentski in nepridobitni radijski in televizijski programi s statusom posebnega pomena namenjeni in ga vsebinsko pokrivajo;
- elektronskih komunikacijskih omrežij, ki jih pomembno število končnih uporabnikov uporablja za sprejem radijskih in televizijskih programov, in o operaterjih, za katere velja obveznost neodplačnega prenosa.

(9) Radijski in televizijski programi, ki izpolnjujejo pogoje za neodplačni prenos, se v evidenco vpišejo na podlagi zakona (programi Radiotelevizije Slovenija) oziroma veljavnih odločb o dodelitvi statusa programa posebnega pomena.

(10) Območje, ki so mu lokalni oziroma regionalni, študentski in nepridobitni radijski in televizijski programi s statusom posebnega pomena namenjeni in ga vsebinsko pokrivajo, se v primeru programov Radiotelevizije Slovenija določi na podlagi zakona, v primeru programov s statusom posebnega pomena pa na podlagi podatkov iz dovoljenja ali odločbe o dodelitvi statusa programa posebnega pomena. Če območje ni določeno v predhodno navedenih odločbah, AKOS po uradni dolžnosti območje določi v posebni odločbi.

(11) Elektronsko komunikacijsko omrežje, ki ga pomembno število končnih uporabnikov uporablja za sprejem radijskih in televizijskih programov, in operaterja, za katerega velja obveznost neodplačnega prenosa, določi AKOS po uradni dolžnosti v posebni odločbi.

(12) Dopolnilne storitve iz prvega odstavka tega člena se nanašajo zlasti na zagotovitev ustreznega dostopa končnim uporabnikom invalidom in podatkov, ki podpirajo storitve povezane televizije in elektronskih programskih vodnikov. AKOS lahko s splošnim aktom določi dodatne dopolnilne storitve, ki zasledujejo javni interes.

(13) AKOS sprejme splošni akt, s katerim določi metodologijo za določitev elektronskega komunikacijskega omrežja, ki ga pomembno število končnih uporabnikov uporablja kot sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih programov.

(14) Določbe tega člena se ne uporabljajo za operaterje prizemnih radiodifuznih omrežij.

(15) AKOS na vsakih pet let pregleda obveznosti iz prvega odstavka tega člena ter pripravi poročilo, ki ga pošlje v seznanitev pristojnemu ministrstvu in ministrstvu, pristojnemu za elektronske komunikacije.

93. člen

(obvezno razširjanje programov prek prizemne digitalne radiodifuzije)

(1) Radiotelevizija Slovenija kot operater multipleksa, namenjenega javni radioteleviziji, omogoča neodplačno razširjanje radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena, če obstajajo proste zmogljivosti multipleksa po njegovi zasedbi s programi

Radiotelevizija Slovenija, na največ desetih odstotkih zmogljivosti multipleksa v vsaki regiji (razumna obveznost prenosa). Izdajatelji teh radijskih in televizijskih programov Radioteleviziji Slovenija kot operaterju multipleksa v zameno za razširjanje programov mesečno plačujejo sorazmerni delež amortizacijskih in vzdrževalnih stroškov (ustrezno plačilo za ukrepe).

(2) Radiotelevizija Slovenija omogoča neodplačno razširjanje radijskih in televizijskih programov tistim izdajateljem, ki so na podlagi zakona, ki ureja elektronske komunikacije, imetniki odločbe o dodelitvi radijskih frekvenc za lastni multipleks, in ki na oddajnih točkah Radiotelevizije Slovenija z lastno opremo razširjajo radijske in televizijske programe s statusom posebnega pomena. Če izdajatelji teh programov v svoj multipleks vključijo tudi druge programe, Radiotelevizija Slovenija za programe, ki nimajo statusa programa posebnega pomena v skladu s tem zakonom, omogoča odplačno razširjanje.

(3) Operater prizemnega digitalnega omrežja na posameznem območju Republike Slovenije mora pod enakimi pogoji razširjati radijske oziroma televizijske programe, ki imajo dovoljenje iz 85. člena tega zakona za isto območje, razen ko gre za razširjanje programov na podlagi prvega in drugega odstavka tega člena.

(4) Operater prizemnega digitalnega omrežja na posameznem območju Republike Slovenije ne sme razširjati programov, ki nimajo pravice iz tretjega odstavka 84. člena tega zakona za isto območje.

(5) Operater prizemnega digitalnega omrežja na posameznem območju Republike Slovenije mora dovoliti vključitev vseh programov, ki imajo pravico iz tretjega odstavka 84. člena tega zakona za isto območje, če obstajajo razpoložljive zmogljivosti na omrežju.

5. Svet za radiodifuzijo

94. člen (naloge)

Svet za radiodifuzijo je neodvisno strokovno telo, ki opravlja te naloge:

- ocenjuje stanje radijskih in televizijskih programov;
- pripravi obrazloženi predlog izbire ponudnikov na javnih razpisih za dodelitev pravic razširjanja radijskih in televizijskih programov na prizemni radiodifuziji;
- pripravi seznam pomembnejših dogodkov za televizijski prenos, v skladu z zakonom, ki ureja avdiovizualne medijske storitve;
- za Državni zbor Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: državni zbor) pripravlja letna poročila oziroma ocene stanja na področju radiodifuzije in predloge za izboljšanje stanja;
- opravlja druge naloge v skladu s tem zakonom, aktom o ustanovitvi, z zakonom, ki ureja avdiovizualne medijske storitve, in zakonom, ki ureja elektronske komunikacije.

95. člen (sestava, imenovanje in razrešitev)

(1) Svet za radiodifuzijo sestavlja sedem članov, ki jih na podlagi javnega poziva imenuje državni zbor. Na javni poziv se lahko prijavijo kandidati s področja prava, telekomunikacij in informatike, avdiovizualne kulture, ekonomije, novinarstva in komunikologije.

(2) Člani Sveta za radiodifuzijo (v nadaljnjem besedilu: član sveta) ne morejo biti:

- funkcionarji, poslanci in zaposleni v državnih organih;
- člani vodstev političnih strank;
- redno zaposleni pri izdajatelju radijskega ali televizijskega programa ali v oglaševalski organizaciji;
- osebe, ki imajo kot zunanji sodelavci sklenjeno pogodbeno razmerje z izdajateljem radijskega ali televizijskega programa ali oglaševalsko organizacijo;
- osebe, ki imajo v lasti več kot en odstotek kapitala ali upravljavskih oziroma glasovalnih pravic v premoženju izdajatelja radijskega ali televizijskega programa ali v oglaševalski organizaciji.

- (3) Svet za radiodifuzijo ima predsednika, ki ga imenujejo člani sveta izmed sebe.
- (4) Mandat predsednika in članov sveta je pet let. Po izteku mandata so lahko ponovno imenovani.
- (5) Član sveta je lahko predčasno razrešen:
- če to sam zahteva;
 - če je obsojen za kaznivo dejanje s kaznijo odvzema prostosti;
 - zaradi trajne izgube delovne zmožnosti za opravljanje svoje funkcije;
 - če ne izpolnjuje več pogojev za člana sveta;
 - če ne ravna v skladu z zakonom;
 - če se neopravičeno ne udeležuje sej sveta.
- (6) Član sveta je predčasno razrešen, ko državni zbor ugotovi nastop enega od razlogov iz prejšnjega odstavka in na tej podlagi odloči o predčasni razrešitvi. Pobudo za predčasno razrešitev na podlagi druge do vključno šeste alineje prejšnjega odstavka lahko da državnemu zboru pristojno ministrstvo, AKOS ali neposredno Svet za radiodifuzijo.
- (7) Natančnejšo organizacijo in način delovanja Sveta za radiodifuzijo v skladu s tem zakonom določi državni zbor v aktu o ustanovitvi.

96. člen
(podpora in sredstva za delovanje)

- (1) Sredstva za delo Sveta za radiodifuzijo zagotovi AKOS. Sredstva po nalogu Sveta za radiodifuzijo upravlja AKOS.
- (2) Člani sveta imajo pravico do povračila stroškov in nagrade za svoje delo v skladu z aktom o ustanovitvi.
- (3) Tehnično, strokovno, finančno in administrativno podporo za delovanje Sveta za radiodifuzijo zagotovi in izvaja AKOS.

VI. NADZOR

97. člen
(nadzor)

- (1) Nadzor nad izvajanjem tega zakona opravlja Inšpektorat Republike Slovenije za kulturo in medije.
- (2) Ne glede na prejšnji odstavek AKOS opravlja nadzor nad izvajanjem prvega in drugega odstavka 22. člena zakona (če gre za avdiovizualne medijske storitve), tretjega odstavka 22. člena tega zakona, 24. do 50. člena tega zakona, 53. člena tega zakona (če gre za avdiovizualne medijske storitve), 54. člena tega zakona (če gre za radijske programe), 57. do 62. člena tega zakona (če gre za radijske programe), 63. do 65. člena tega zakona, 68. in 69. člena tega zakona, 81. do 93. člena tega zakona ter 98. in 99. člena tega zakona.
- (3) Naloge nadzora iz prejšnjega odstavka izvajajo osebe, ki so zaposlene na AKOS in jih minister pooblasti za izvajanje teh nalog (v nadaljnjem besedilu: pooblaščen osebe AKOS).
- (4) Pooblastilo za opravljanje nalog nadzora iz prejšnjega odstavka se izkazuje s službeno izkaznico, ki jo izda pristojni minister.
- (5) Pooblaščen osebe AKOS morajo izpolnjevati pogoje za inšpektorje, ki jih predpisuje zakon, ki ureja inšpekcijski nadzor.
- (6) Osebe iz drugega odstavka tega člena samostojno opravljajo naloge nadzora po tem zakonu, vodijo upravni postopek ter izdajajo odločbe in sklepe v upravnem postopku. Za druga

pooblastila, pristojnosti, postopek in ukrepanje se smiselno uporabljajo določbe zakona, ki ureja inšpekcijski nadzor.

(7) Pooblaščen osebna AKOS ali pristojna inšpektorica oziroma pristojni inšpektor imajo v primeru kršitev določb tega zakona, če ta zakon ne določa drugače, pravico in dolžnost:

- odrediti ukrepe za odpravo nepravilnosti in pomanjkljivosti na način in v roku, ki ga sam določi;
- izvesti postopke v skladu z zakonom, ki ureja prekrške;
- naznaniti kaznivo dejanje ali vložiti kazensko ovadbo za kaznivo dejanje, ki se preganja po uradni dolžnosti;
- predlagati drugemu pristojnemu organu sprejetje ukrepov.

(8) AKOS lahko v primeru kršitev določb oziroma neizvajanja zahtev in omejitev iz drugega odstavka tega člena v okviru inšpekcijskega nadzora:

- izdajatelju začasno prekliče dovoljenje za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti;
- izdajatelju razveljavi dovoljenje za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti;
- izdajatelju začasno odvzame pravico razširjanja programa na razpisanem območju v digitalni radiodifuzni tehniki;
- izdajatelju odvzame pravico razširjanja na razpisanem območju v digitalni radiodifuzni tehniki;
- izdajatelju odvzame status programa posebnega pomena.

98. člen

(obvezna hramba posnetkov in podatkov)

(1) Izdajatelji radijskih programov morajo najmanj 30 dni hraniti posnetke vsakega posameznega dneva programa z vsemi objavljenimi programskimi, oglaševalskimi in drugimi vsebinami, kakor so bile zaporedno predvajane v 24 urah, v obliki in način, ki ju podrobneje določi AKOS. Izdajatelji radijskih programov, ki predvajajo lokalna okna, morajo hraniti posnetke tudi za vsako posamezno lokalno okno posebej.

(2) Izdajatelji televizijskih programov morajo najmanj šest mesecev hraniti posnetke programskih vsebin ter spremljajočih oglaševalskih in drugih vsebin po tem, ko so jih zadnjič ponudili za ogled ali poslušanje, s spremljajočimi podatki ter v obliki in na način, ki ju podrobneje predpiše AKOS.

(3) Izdajatelji televizijskih programov morajo poleg posnetkov iz prejšnjega odstavka najmanj šest mesecev za vsak dan posebej hraniti tudi podatke o vseh predvajanih programskih, oglaševalskih in drugih vsebinah. Podatki morajo vsebovati informacije o datumu predvajanja vsebine, začetnem času, trajanju, naslovu, vrsti in zvrsti vsebine ter vrsti produkcije in producentu, kakor to podrobneje določi AKOS.

(4) Izdajatelji televizijskih programov morajo najmanj eno leto hraniti podatke o predvajanih slovenskih avdiovizualnih delih in slovenskih avdiovizualnih delih neodvisnih producentov v letnem oddajnem času za prejšnje koledarsko leto. Podatki morajo vsebovati informacije o datumu in času, ko so bila dela predvajana ali na voljo za ogled, o njihovem trajanju, naslovu, vrsti in zvrsti ter vrsti produkcije in producentu, kakor to podrobneje določi AKOS.

(5) V primeru tehnične okvare, zaradi katere izdajatelj radijskega ali televizijskega programa ni shranil določenega dela programske vsebine, mora izdajatelj o okvari in obsegu neposnete predvajane programske vsebine v treh dneh pisno obvestiti AKOS.

99. člen

(pošiljanje podatkov)

(1) Izdajatelji radijskih oziroma televizijskih programov morajo poslati AKOS vse zahtevane podatke o programu, potrebne za izvedbo posameznega postopka nadzora po tem zakonu, pri čemer morajo zahtevani podatki izhajati iz posnetkov programa, ki jih morajo izdajatelji hraniti v skladu s prejšnjim členom.

(2) Posnetki programa in podatki o programu se pošljejo ali dajo na voljo na podlagi pisne zahteve AKOS brezplačno, in sicer v obsegu, ki je potreben za dokazovanje izpolnjevanja

programskih zahtev oziroma drugih obveznosti po tem zakonu, in v roku, ki ne sme biti krajši od 15 dni, ter v obliki in na način, določenih v pisni zahtevi AKOS.

(3) Zahtevani podatki morajo biti sorazmerni z namenom, za katerega bodo uporabljeni. AKOS mora v zahtevi navesti namen uporabe zahtevanih podatkov.

100. člen (metodologija nadzorstva)

AKOS s splošnim aktom določi metodologijo nadzorstva, s katero podrobneje določi način ugotavljanja izpolnjevanja programskih zahtev in omejitev, ki po tem zakonu veljajo za radijske in televizijske programe, obveznost hrambe ter pošiljanje posnetkov programa in podatkov o programu ter klasifikacijo programskih in drugih vsebin, ki izhajajo iz tega zakona. AKOS s splošnim aktom določi tudi tehnične značilnosti in opremo posnetkov, podrobneje pa lahko uredi tudi druga vprašanja, ki nastanejo pri izvrševanju posameznih določb tega zakona iz njegove pristojnosti.

VII. KAZENSKÉ DOLOČBE

101. člen (najhujši prekrški)

(1) Z globo od 5.000 do 50.000 evrov se kaznuje za prekršek pravna oseba, z globo od 10.000 do 100.000 evrov pa pravna oseba, ki po zakonu, ki ureja gospodarske družbe, šteje za srednjo ali veliko gospodarsko družbo, če:

1. ravna v nasprotju z 41. členom tega zakona;
2. delež slovenskih avdiovizualnih del ne obsega najmanj pet odstotkov letnega oddajnega časa televizijskega programa (prvi odstavek 44. člena);
3. izdajatelj, ki ne izpolnjuje deleža iz prvega odstavka 44. člena tega zakona, vsako koledarsko leto ne zagotovi finančnih sredstev v višini najmanj dveh odstotkov vseh njegovih prihodkov iz naslova izvajanja televizijske dejavnosti v prejšnjem koledarskem letu in jih ne nameni za produkcijo ali pridobitev pravic do slovenskih avdiovizualnih del, ki jih predvaja v svojem televizijskem programu (drugi odstavek 44. člena);
4. slovenska avdiovizualna dela na 1. in 2. televizijskem programu Radiotelevizije Slovenija skupaj ne obsegajo najmanj 25 odstotkov letnega oddajnega časa ali če ene četrte tega deleža niso ustvarili neodvisni producenti (prvi odstavek 46. člena);
5. avdiovizualna dela neodvisnih producentov ne obsegajo najmanj deset odstotkov letnega oddajnega časa televizijskih programov Radiotelevizije Slovenija (drugi odstavek 46. člena);
6. kot operater ne omogoči neodplačnega prenosa radijskih oziroma televizijskih programov v linearni obliki ali povezanih dopolnilnih storitev izdajateljev Radiotelevizije Slovenija ali lokalnih oziroma regionalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena v skladu z določbami prvega do tretjega odstavka 92. člena tega zakona;
7. kot Radiotelevizija Slovenija kot operater multipleksa, namenjenega javni radioteleviziji, ne omogoči neodplačnega razširjanja radijskih in televizijskih programov v skladu s prvim odstavkom 93. člena tega zakona;
8. kot Radiotelevizija Slovenija ne omogoči neodplačnega razširjanja radijskih in televizijskih programov v skladu z drugim odstavkom 93. člena tega zakona,
9. kot operater prizemnega digitalnega omrežja razširja radijske oziroma televizijske programe v nasprotju s tretjim ali četrtem odstavkom 93. člena tega zakona;
10. kot operater prizemnega digitalnega omrežja ne dovoli vključitve programov v skladu s petim odstavkom 93. člena tega zakona.

(2) Z globo od 2.500 do 10.000 evrov se kaznuje za prekršek iz prejšnjega odstavka samostojni podjetnik posameznik ali posameznik, ki samostojno opravlja dejavnost.

(3) Z globo od 500 do 2.500 evrov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena tudi odgovorna oseba pravne osebe, odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika, odgovorna oseba posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost, ali odgovorna oseba v državnem organu ali odgovorna oseba samoupravne lokalne skupnosti.

(4) Z globo od 200 do 1.000 eurov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena posameznik.

102. člen
(hujši prekrški)

- (1) Z globo od 2.000 do 20.000 eurov se kaznuje za prekršek pravna oseba, če:
1. krši zaščito vira informacij iz prvega odstavka 6. člena tega zakona;
 2. v nasprotju z drugim odstavkom 6. člena tega zakona namesti vdorno programsko opremo za nadzor;
 3. ne razkrije vsakega dejanskega ali možnega nasprotja interesov ali tega ne objavi v skladu s 23. členom tega zakona;
 4. v mediju spodbuja nasilje ali sovraštvo do skupine oseb ali člana take skupine na podlagi spola, rase, barve kože, etničnega ali socialnega porekla, genetskih značilnosti, jezika, vere ali prepričanja, političnega ali drugega mnenja, pripadnosti narodnostni manjšini, premoženja, rojstva, invalidnosti, starosti, spolne usmerjenosti ali državljanstva (prva alineja prvega odstavka 53. člena);
 5. v mediju prizadene telesni, duševni ali moralni razvoj otrok ali če programske vsebine, ki bi lahko resno škodovale njihovemu telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju, v mediju niso ponujene tako, da otroci do njih v normalnih razmerah ne morejo dostopati (drugi odstavek 54. člena);
 6. otroke v mediju izpostavi samovoljnemu ali nezakonitemu vmešavanju v njihovo zasebno življenje, družino ali dom ali nezakonitim napadom zoper njihovo čast in ugled ali če pri zbiranju informacij, poročanju in objavi fotografij ter pri prenašanju izjav o otrocih ne pokaže posebne obzirnosti oziroma če pri tem škoduje otrokovim koristim (tretji odstavek 54. člena);
 7. kot izdajatelj v svojem mediju na zahtevo državnih organov, javnih podjetij ali javnih zavodov brez odlašanja brezplačno ne objavi nujnega sporočila v zvezi z resno ogroženostjo življenja, zdravja ali premoženja ljudi, kulturne in naravne dediščine ter varnosti države (prvi odstavek 56. člena) ali če v primeru dalj časa trajajoče nevarnosti oziroma ogroženosti nujnega sporočila ne objavi večkrat, dokler nevarnost oziroma ogroženost ne preneha (drugi odstavek 56. člena);
 8. oglaševanje zavaja glede svoje narave ali oglasi niso jasno prepoznavni kot taki oziroma se ne razločujejo od uredniško oblikovanih programskih vsebin (prvi odstavek 57. člena);
 9. oglasi niso označeni z navedbo, da gre za oglase, ali če druge vrste plačanih objav niso označene kot »plačana objava« ali ne vsebujejo podatka o naročniku objave (drugi odstavek 57. člena);
 10. programska vsebina, katere objavo naroči pravna ali fizična oseba za plačilo ali drugo podobno nadomestilo, ni označena v skladu s četrtem odstavkom 57. člena tega zakona;
 11. vsebine v mediju, ki so namenjene neposredni ali posredni promociji oziroma pospeševanju prodaje, nakupa ali najema izdelka ali storitve ali doseganju drugega oglaševalskega učinka, niso posebej označene kot take (peti odstavek 57. člena);
 12. v mediju prikrito oglašuje tako, da pri bralcu, poslušalcu ali gledalcu vzbuja vtis, da gre pri objavljenem oglasu ali drugi plačani objavi za uredniško oblikovano programsko vsebino oziroma novinarski prispevek (prvi odstavek 58. člena);
 13. pri oglaševanju uporablja tehnične postopke, ki bralcem, poslušalcem oziroma gledalcem ne omogočajo zavestnega zaznavanja oglasov (tretji odstavek 58. člena);
 14. z oglasi prizadene spoštovanje človekovega dostojanstva ali spodbuja nasilje ali sovraštvo do skupine oseb ali člana take skupine na podlagi spola, rase, barve kože, etničnega ali socialnega porekla, genetskih značilnosti, jezika, vere ali prepričanja, političnega ali drugega mnenja, pripadnosti narodnostni manjšini, premoženja, rojstva, invalidnosti, starosti, spolne usmerjenosti ali državljanstva ali spodbuja vedenja ali dejanja, ki škodujejo zdravju ali varnosti ljudi, zaščitni okolja ali varstvu kulturne dediščine, ali žali verska ali politična prepričanja ali škodi interesom uporabnikov oziroma potrošnikov ali trži s predpisi neskladne izdelke, ki niso zdravila, a se predstavljajo z lastnostmi za zdravljenje in preprečevanje bolezni (četrti odstavek 58. člena zakona);
 15. izvaja oglaševanje, sponzoriranje, radijsko ali televizijsko prodajo ali promocijsko umeščanje izdelkov v medijih v primerih iz 59. člena tega zakona;
 16. oglasi, katerih pretežno ciljno občinstvo so otroci, ali v katerih nastopajo otroci, vsebujejo prizore nasilja, pornografije ali druge vsebine, ki bi lahko škodovale njihovemu zdravju ali duševnemu ali telesnemu razvoju ali kako drugače negativno vplivale na dovtetnost otrok (prvi odstavek 60. člena);

17. z oglasi spodbuja otroke k nakupu proizvodov ali storitev z izkoriščanjem njihove neizkušenosti in lahkovernosti ali spodbuja otroke, da bi prepričevali starše ali koga drugega v nakup proizvodov ali storitev, ali izkorišča posebno zaupanje otrok v starše, učitelje ali druge osebe ali prikazuje otroke v nevarnih situacijah (drugi odstavek 60. člena);
18. kot naročnik oglasa vpliva na programsko zasnovo ali uredniško neodvisnost medija (prvi odstavek 61. člena);
19. sponzorirana programska vsebina ni jasno označena kot takšna z navedbo sponzorjevega imena ali njegovega znaka (prvi odstavek 62. člena);
20. so poročila ali druge aktualne informativne programske vsebine sponzorirane (četrti odstavek 62. člena);
21. kot javni subjekt ali subjekt pod prevladujočim vplivom javnih subjektov izvede dodelitev sredstev ali drugih prispevkov izdajateljem ali ponudnikom spletnih platform za državno oglaševanje ali javna naročila blaga in storitev v nasprotju z drugim odstavkom 66. člena tega zakona;
22. kot javni subjekt ali subjekt pod prevladujočim vplivom javnih subjektov najpozneje do konca marca tekočega leta ne pripravi in javno objavi pregleda izvedenih oglaševalskih kampanj za prejšnje leto v skladu s tretjim odstavkom 66. člena tega zakona;
23. kot Radiotelevizija Slovenija, Slovenska tiskovna agencija ali medij, ki ga izdaja javni subjekt ali subjekt pod prevladujočim vplivom javnih subjektov, politično ali versko oglašuje (prvi odstavek 67. člena);
24. se programska vsebina, ki je bila delno ali v celoti ustvarjena s sistemi generativne umetne inteligence, povsem jasno ne prepozna ali se posebej ne loči od drugih programskih vsebin medija (prvi odstavek 68. člena);
25. programska vsebina, ki je bila delno ali v celoti ustvarjena s sistemi generativne umetne inteligence, ni označena z jasnimi in sistematiziranimi oznakami, in sicer na začetku in koncu programske vsebine (drugi odstavek 68. člena);
26. kot izdajatelj uporabnikov ne seznanj, na kakšen način uporablja sisteme umetne inteligence (tretji odstavek 68. člena);
27. informacije ali oznake o uporabi sistemov umetne inteligence niso v slovenščini oziroma jeziku, ki je uporabnikom na območju Republike Slovenije zlahka razumljiv (četrti odstavek 68. člena).

(2) Z globo od 1.000 do 5.000 eurov se kaznuje za prekršek iz prejšnjega odstavka samostojni podjetnik posameznik ali posameznik, ki samostojno opravlja dejavnost.

(3) Z globo od 250 do 1.000 eurov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena tudi odgovorna oseba pravne osebe, odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika, odgovorna oseba posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost, ali odgovorna oseba v državnem organu ali odgovorna oseba samoupravne lokalne skupnosti.

(4) Z globo od 100 do 500 eurov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena posameznik.

103. člen (lažji prekrški)

(1) Z globo od 1.000 do 10.000 eurov se kaznuje za prekršek pravna oseba, če:

1. delež programskih vsebin lastne produkcije ne obsega najmanj 20 odstotkov dnevnega oddajnega časa posameznega radijskega ali televizijskega programa (prvi odstavek 43. člena);
2. delež slovenske glasbe ne obsega najmanj 20 odstotkov števila vseh skladb, predvajanih v dnevnem oddajnem času posameznega radijskega ali televizijskega programa (prvi odstavek 45. člena);
3. v primeru radijskih in televizijskih programov Radiotelevizije Slovenija delež iz prvega odstavka 45. člena tega zakona ne znaša najmanj 40 odstotkov ali v primeru lokalnih oziroma regionalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena ta delež ne znaša najmanj 25 odstotkov (drugi odstavek 45. člena);
4. je ime medija ali njegovih rubrik oziroma oddaj v nasprotju s prvim odstavkom 52. člena tega zakona;
5. razširja programske vsebine ali oglase v nasprotju z zahtevami iz drugega do četrtega odstavka 52. člena tega zakona;

6. kot izdajatelj, ki v okviru medija dovoljuje komentiranje javnosti, ne oblikuje pravil za komentiranje ali jih javno ne objavi na primernem mestu v mediju (prvi odstavek 55. člena);
7. pravila za komentiranje ne določajo sestavin iz drugega odstavka 55. člena tega zakona;
8. komentarja, ki ni v skladu z objavljenimi pravili, ne umakne v najkrajšem možnem času po prijavi oziroma najpozneje v enem delovnem dnevu po prijavi (tretji odstavek 55. člena);
9. neodplačne objave niso jasno označene kot take z navedbo, da gre za neodplačne objave, ali če ne vsebujejo podatka o naročniku objave (tretji odstavek 57. člena);
10. kot sponzor vpliva na sponzorirane programske vsebine ali njihovo umestitev v mediju in s tem omejuje uredniško neodvisnost medija (drugi odstavek 62. člena);
11. sponzorirane programske vsebine spodbujajo prodajo oziroma nakup ali dajanje v najem izdelkov ali storitev sponzorja ali tretje osebe, še posebej s posebnimi predstavitvami teh izdelkov ali storitev (tretji odstavek 62. člena);
12. skupni obseg oglasov in radijske prodaje v radijskem programu presega 20 odstotkov dnevnega oddajnega časa (63. člen);
13. v radijskem programu promocijsko umešča izdelke v otroških, verskih ali informativnih programskih vsebinah, kot so poročila in dnevnoinformativne oddaje, ali v oddajah za zaščito potrošnikov ali svetovalnih oddajah (prvi odstavek 64. člena);
14. programske vsebine, ki vsebujejo promocijsko umeščanje izdelkov, ne izpolnjujejo pogojev iz četrtega odstavka 64. člena tega zakona;
15. kot Radiotelevizija Slovenija s predvajanjem oglasov prekinja radijske ali televizijske programske enote ali oddaje iz prvega odstavka 65. člena tega zakona (prvi odstavek 65. člena);
16. na tretjem programu Radia Slovenija – programu Ars predvaja oglase (drugi odstavek 65. člena);
17. skupni obseg oglasov in radijske prodaje v posameznem radijskem programu Radiotelevizije Slovenija presega 15 odstotkov dnevnega oddajnega časa (tretji odstavek 65. člena);
18. kot izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa ne izvaja radijske oziroma televizijske dejavnosti na podlagi ali v skladu z dovoljenjem za izvajanje radijske oziroma televizijske dejavnosti (prvi odstavek 81. člena);
19. kot imetnik dovoljenja za izvajanje radijske oziroma televizijske dejavnosti izvaja dejavnost iz tega dovoljenja med trajanjem začasnega preklica (tretji odstavek 82. člena);
20. kot izdajatelj radijskega programa predvaja lokalna okna v nasprotju s prvim odstavkom 90. člena tega zakona;
21. prekinja radijski program z lokalnimi okni v nasprotju z drugim odstavkom 90. člena tega zakona;
22. skupni obseg oglasov v lokalnem oknu presega 30 odstotkov trajanja lokalnega okna (tretji odstavek 90. člena);
23. predvaja lokalna okna v radijskih programih, ki so vključeni v radijsko programsko mrežo (šesti odstavek 90. člena).

(2) Z globo od 500 do 2.500 eurov se kaznuje za prekršek iz prejšnjega odstavka samostojni podjetnik posameznik ali posameznik, ki samostojno opravlja dejavnost.

(3) Z globo od 100 do 500 eurov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena tudi odgovorna oseba pravne osebe, odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika, odgovorna oseba posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost, ali odgovorna oseba v državnem organu ali odgovorna oseba samoupravne lokalne skupnosti.

(4) Z globo od 50 do 200 eurov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena posameznik.

104. člen (najlažji prekrški)

- (1) Z globo od 500 do 2.500 eurov se kaznuje za prekršek pravna oseba, če:
 1. je novinarski prispevek podpisan v nasprotju s petim odstavkom 5. člena tega zakona;
 2. kot izdajatelj ne zagotovi, da ima njegov medij ves čas odgovornega urednika, ali če imenovanje ali razrešitev odgovornega urednika ali imenovanje vršilca dolžnosti odgovornega urednika izvede v nasprotju s prvim odstavkom 7. člena tega zakona;
 3. kot izdajatelj imenuje vršilca dolžnosti odgovornega urednika za več kot šest mesecev (drugi odstavek 7. člena);

4. ne pošlje odgovora na vprašanje v roku iz tretjega odstavka 11. člena tega zakona ali če ne pošlje dodatnih pojasnil v roku iz četrtega odstavka 11. člena tega zakona ali če ravna v nasprotju s petim odstavkom 11. člena tega zakona;
5. ne pošlje ali da na voljo zahtevanih podatkov o medijih v skladu s prvim odstavkom 19. člena tega zakona;
6. kot izdajatelj najpozneje v 30 dneh po začetku izdajanja oziroma delovanja medija oziroma od nastanka spremembe oziroma od prenehanja delovanja pristojnemu ministrstvu ne pošlje podatkov iz prvega odstavka 20. člena tega zakona (tretji odstavek 20. člena);
7. v roku iz tretjega odstavka 20. člena tega zakona ne pošlje temeljnega akta izdajatelja ali programske zasnove medija (četrti odstavek 20. člena);
8. kot javni subjekt ali subjekt pod prevladujočim vplivom javnih subjektov ne pošlje podatkov v skladu s prvim odstavkom 21. člena tega zakona;
9. kot izdajatelj ne zagotovi objave predpisanih podatkov v skladu s prvim odstavkom 22. člena tega zakona;
10. kot izdajatelj ne zagotovi dostopa do podatkov v skladu z drugim odstavkom 22. člena tega zakona;
11. kot izdajatelj radijskega programa ne objavi imena oziroma identifikacije svojega programa najmanj enkrat na vsako uro oddajanja (tretji odstavek 22. člena);
12. kot izdajatelj v primeru ugotovljenih kršitev iz 69. člena tega zakona ne umakne programske vsebine v najkrajšem možnem času oziroma najpozneje v enem delovnem dnevu po prijavi (69. člen);
13. ne hrani kopije vsebine, za katero se zahteva popravek, v skladu s petim odstavkom 71. člena tega zakona;
14. o zavrnitvi zahteve za objavo popravka odgovorni urednik pisno ne obvesti osebe, ki je zahtevala objavo popravka, najpozneje v treh delovnih dneh po prejemu zahteve za objavo popravka ali odločitev o zavrnitvi objave popravka ni pisno obrazložena ali ne vsebuje navedbe razloga za zavrnitev iz prvega odstavka 73. člena tega zakona ali obvestilo o zavrnitvi objave popravka ni bilo poslano na enak način, kot je bila vložena zahteva za objavo popravka (drugi odstavek 73. člena);
15. ne objavi identifikacije radijskega oziroma televizijskega programa v skladu z drugim odstavkom 88. člena tega zakona;
16. kot izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa ne hrani posnetkov ali podatkov v skladu s prvim do četrtem odstavkom 98. člena tega zakona;
17. kot izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa v primeru tehnične okvare, zaradi katere ni shranil določenega dela programske vsebine, o okvari in obsegu neposnete predvajane programske vsebine pisno ne obvesti AKOS v treh dneh (peti odstavek 98. člena);
18. kot izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa ne pošlje ali da na voljo posnetkov ali podatkov v skladu s prvim ali drugim odstavkom 99. člena tega zakona.

(2) Z globo od 200 do 1.000 eurov se kaznuje za prekršek iz prejšnjega odstavka samostojni podjetnik posameznik ali posameznik, ki samostojno opravlja dejavnost.

(3) Z globo od 50 do 250 eurov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena tudi odgovorna oseba pravne osebe, odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika, odgovorna oseba posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost, ali odgovorna oseba v državnem organu ali odgovorna oseba samoupravne lokalne skupnosti.

(4) Z globo od 50 do 100 eurov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena posameznik.

105. člen

(globe pri medijskih koncentracijah)

(1) Z globo do deset odstotkov letnega prometa v medijski koncentraciji udeleženega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu se kaznuje za prekršek pravna oseba ali samostojni podjetnik posameznik, če:

- ne priglasijo medijske koncentracije v skladu z drugim odstavkom 25. člena tega zakona;
- pred izdajo odločbe o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083 uresničuje pravice ali obveznosti, ki izhajajo iz medijske koncentracije (prvi odstavek 26. člena);

- ne izpolni obveznosti, določenih v odločbi o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083;
- ravna v nasprotju z odločbo o neskladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in Uredbo (EU) 2024/1083;
- izvršuje prepovedano medijsko koncentracijo iz prvega odstavka 27. člena tega zakona.

(2) Z globo od 5.000 do 10.000 eurov se kaznuje za prekršek iz prejšnjega odstavka odgovorna oseba pravne osebe ali odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika.

(3) Z globo od 2.500 do 5.000 eurov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena fizična oseba, ki že obvladuje najmanj eno podjetje.

106. člen
(prekršek samostojnega novinarja)

Z globo od 50 do 100 eurov se kaznuje za prekršek samostojni novinar, če najpozneje v 15 dneh po nastanku spremembe ne sporoči pristojnemu ministrstvu spremembe podatka, ki se vodi v razvidu samostojnih novinarjev, ali dejstva, ki vpliva na izpolnjevanje pogojev iz drugega odstavka 8. člena tega zakona (prvi odstavek 9. člena).

107. člen
(višina globe v hitrem prekrškovnem postopku)

Za prekrške iz tega zakona se sme v hitrem postopku izreči globa tudi v znesku, ki je višji od najnižje predpisane globe, določene s tem zakonom.

VIII. PREHODNE IN KONČNE DOLOČBE

108. člen
(prehodna ureditev upravnih postopkov in postopkov nadzora)

(1) Upravni postopki, ki ob uveljavitvi tega zakona še niso končani, se končajo po predpisih, ki so veljali do uveljavitve tega zakona, razen če je v prehodnih določbah tega zakona za posamezni upravni postopek določeno drugače.

(2) Postopki upravnega in inšpekcijskega nadzora, ki ob uveljavitvi tega zakona še niso končani, se končajo po predpisih, ki so veljali do uveljavitve tega zakona.

109. člen
(prehodna ureditev postopka vpisa v razvid medijev)

(1) Postopki vpisa v razvid medijev, ki ob uveljavitvi tega zakona še niso končani, se končajo v skladu z določbami tega zakona.

(2) Pristojno ministrstvo v šestih mesecih od uveljavitve tega zakona pozove vse izdajatelje medijev, ki so vpisani v razvid medijev, da sporočijo:

- podatke, potrebne za presojo, ali medij izpolnjuje pogoje za medij in za vpis v razvid medijev po tem zakonu;
- podatke, ki se vodijo v razvidu medijev po tem zakonu.

(3) Če izdajatelji v roku, ki ne sme biti krajši od 30 dni, ne sporočijo podatkov iz prejšnjega odstavka, pristojno ministrstvo po uradni dolžnosti izbriše medij iz razvida medijev. Pristojno ministrstvo izbriše medij iz razvida medijev, če ugotovi, da medij ne izpolnjuje pogojev za vpis v razvid medijev po tem zakonu ali če medij ne izhaja več oziroma je prenehal delovati.

110. člen
(prehodna ureditev postopka vpisa v razvid samostojnih novinarjev)

(1) Postopki vpisa v razvid samostojnih novinarjev, ki ob uveljavitvi tega zakona še niso končani, se končajo v skladu z določbami tega zakona.

(2) Novinarji, ki imajo ob uveljavitvi tega zakona status samostojnega novinarja v skladu z Zakonom o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAVMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16, 39/16, 45/19 – odl. US, 67/19 – odl. US in 82/21; v nadaljnjem besedilu: Zakon o medijih), se v razvid samostojnih novinarjev iz 8. člena tega zakona vpišejo po uradni dolžnosti.

(3) Pristojno ministrstvo novinarje iz prejšnjega odstavka pozove, da uskladijo izpolnjevanje pogojev za pridobitev statusa samostojnega novinarja z določbami tega zakona najpozneje v šestih mesecih po uveljavitvi tega zakona.

111. člen

(prehodna ureditev programov s statusom posebnega pomena)

(1) Izdajatelji radijskih ali televizijskih programov, ki imajo ob uveljavitvi tega zakona status lokalnega ali regionalnega radijskega ali televizijskega programa v skladu s 77. do 79. členom Zakona o medijih, imajo ob uveljavitvi tega zakona priznan status lokalnega oziroma regionalnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena v skladu s 47. členom tega zakona.

(2) Izdajatelji radijskih ali televizijskih programov, ki imajo ob uveljavitvi tega zakona status študentskega radijskega ali televizijskega programa v skladu z 80. členom Zakona o medijih, imajo ob uveljavitvi tega zakona priznan status študentskega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena v skladu z 49. členom tega zakona.

(3) Izdajatelji radijskih ali televizijskih programov, ki imajo ob uveljavitvi tega zakona status nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa v skladu z 81. členom Zakona o medijih, imajo ob uveljavitvi tega zakona priznan status nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena v skladu s 50. členom tega zakona.

(4) Izdajatelji radijskih ali televizijskih programov, ki imajo ob uveljavitvi tega zakona status lokalnega programa posebnega pomena in so v skladu z drugim odstavkom 79. člena Zakona o medijih in na podlagi odločbe AKOS organizacijsko in programsko povezani za izdajanje lokalnega programa v mreži, imajo ob uveljavitvi tega zakona priznано, da so organizacijsko in programsko povezani za razširjanje lokalnega radijskega ali televizijskega programa v mreži v skladu z 48. členom tega zakona.

(5) Postopki priznanja statusa lokalnega oziroma regionalnega, študentskega ali nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa, ki ob uveljavitvi tega zakona še niso končani, se končajo v skladu z določbami tega zakona.

(6) Izdajatelji iz prvega do četrtega odstavka tega člena uskladijo svoj status programa posebnega pomena z določbami tega zakona najpozneje v šestih mesecih od uveljavitve tega zakona.

112. člen

(prehodna ureditev postopkov izdaje dovoljenj za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti)

Postopki za izdajo dovoljenja za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti, ki ob uveljavitvi tega zakona še niso končani, se končajo po določbah tega zakona.

113. člen

(prehodna ureditev postopkov akreditacije tujega dopisništva oziroma tujega dopisnika)

(1) Odločbe o akreditaciji tujega dopisništva oziroma odločbe o akreditaciji tujega dopisnika v Republiki Sloveniji in izkaznice o akreditaciji, izdane do uveljavitve tega zakona, veljajo do poteka veljavnosti teh odločb.

(2) Postopki v zvezi z vpisom v register tujih dopisništev in dopisnikov, ki ob uveljavitvi tega zakona še niso končani, se ustavijo.

114. člen
(prehodna ureditev Sveta za radiodifuzijo)

(1) Svet za radiodifuzijo nadaljuje delo v obstoječi sestavi.

(2) Naloge, ki jih je Svet za radiodifuzijo že začel izvajati in ob uveljavitvi tega zakona še niso končane, se končajo po določbah Zakona o medijih, razen če v zvezi s posameznim postopkom v prehodnih določbah tega zakona ni določeno drugače.

115. člen
(rok za sprejetje oziroma uskladitev podzakonskih in drugih aktov)

(1) Vlada sprejme uredbi iz sedmega odstavka 8. člena in petega odstavka 14. člena tega zakona ter priporočila iz četrtega odstavka 66. člena najpozneje v šestih mesecih po uveljavitvi tega zakona.

(2) AKOS sprejme splošne akte iz četrtega odstavka 25. člena, sedmega odstavka 27. člena, 51. člena, šestega odstavka 64. člena, tretjega odstavka 89. člena in trinajstega odstavka 92. člena tega zakona najpozneje v šestih mesecih po uveljavitvi tega zakona.

(3) AKOS z določbami tega zakona uskladi Splošni akt o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti (Uradni list RS, št. 95/06 in 25/07) in Splošni akt o metodologiji nadzorstva avdiovizualnih medijskih storitev, radijskih programov in platform za izmenjavo videov (Uradni list RS, št. 87/22) najpozneje v šestih mesecih po uveljavitvi tega zakona.

(4) Pristojno ministrstvo pripravi prvi pregled medijske pluralnosti iz 18. člena tega zakona v dveh letih po uveljavitvi tega zakona.

116. člen
(prenehanje veljavnosti predpisov in podaljšanje njihove uporabe)

(1) Z uveljavitvijo tega zakona preneha veljati Zakon o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOMK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAvMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16, 39/16, 45/19 – odl. US, 67/19 – odl. US in 82/21; v nadaljnjem besedilu: Zakon o medijih).

(2) Ne glede na določbo prejšnjega odstavka se:

- 4. in 4a. člen Zakona o medijih uporabljata do začetka uveljavitve uredbe iz petega odstavka 14. člena tega zakona,
- 56. do 58. člen Zakona o medijih uporabljajo do začetka uporabe 24. do 40. člena tega zakona.

(3) Z uveljavitvijo tega zakona prenehajo veljati:

- Pravilnik o načinu vodenja in postopku za vpis ter o posredovanju podatkov iz razvida medijev (Uradni list RS, št. 58/01 in 94/02),
- Uredba o merilih oziroma pogojih za določitev slovenskih avdiovizualnih del (Uradni list RS, št. 105/01),
- Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Uradni list RS, št. 77/02), vendar se uporablja do sprejetja s tem zakonom posodobljenega Splošnega akta o metodologiji nadzorstva avdiovizualnih medijskih storitev, radijskih programov in platform za izmenjavo videov (Uradni list RS, št. 87/22), kolikor ni v nasprotju z določbami tega zakona,
- Uredba o izvedbi rednega letnega javnega razpisa za sofinanciranje ustvarjanja programskih vsebin medijev (Uradni list RS, št. 78/06, 4/11 in 8/12), vendar se uporablja do uveljavitve uredbe iz petega odstavka 14. člena tega zakona,

- Uredba o postopku in podrobnejših merilih za pridobitev statusa samostojnega novinarja in za vodenje razvida kot javne knjige (Uradni list RS, št. 105/01), vendar se uporablja do uveljavitve uredbe iz petega odstavka 8. člena tega zakona in
- Pravilnik o programih posebnega pomena (Uradni list RS, št. 85/02), vendar se uporablja do uveljavitve splošnega akta iz 51. člena tega zakona.

117. člen

(začetek uporabe določb o oceni koncentracij na medijskem trgu)

- (1) Določbe od 24. do 40. člena tega zakona se začnejo uporabljati 8. avgusta 2025.
- (2) Postopki, začeti na podlagi 58. člena Zakona o medijih, ki ob začetku uporabe 24. do 40. člena tega zakona še niso končani, se končajo v skladu z določbami 58. člena Zakona o medijih.
- (3) Postopki ocene koncentracij na medijskem trgu po tem zakonu se uporabljajo le za koncentracije na medijskem trgu, nastale po začetku uporabe 24. do 40. člena tega zakona.
- (4) Ničnost iz tretjega odstavka 26. člena tega zakona velja le za dejanja, storjena po začetku uporabe 24. do 40. člena tega zakona.

118. člen

(začetek veljavnosti zakona)

Ta zakon začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

III. OBRAZLOŽITEV

K 1. členu (vsebina zakona):

S 1. členom predloga novega Zakona o medijih (v nadaljevanju: predlog zakona) se določa vsebina, ki jo ta zakon ureja. Zakon o medijih določa pravice, obveznosti in odgovornosti pravnih in fizičnih oseb na področju medijev ter javni interes Republike Slovenije na področju medijev in ukrepe za njegovo uresničevanje, z namenom zagotavljanja svobode izražanja, zaščite svobode in neodvisnosti medijev, spodbujanja in zaščite medijske pluralnosti ter zaščite novinarske in uredniške avtonomije.

Z predlogom zakona se v pravni red Republike Slovenije prenašata prvi in drugi odstavek 114. člena Direktive (EU) 2018/1972 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. decembra 2018 o Evropskem zakoniku o elektronskih komunikacijah (UL L št. 321, z dne 17. 12. 2018, str. 36), zadnjič spremenjena z Delegirano uredbo Komisije (EU) 2023/444 z dne 16. decembra 2022 o dopolnitvi Direktive (EU) 2018/1972 Evropskega parlamenta in Sveta z ukrepi za zagotovitev učinkovitega dostopa do služb za pomoč v sili prek komunikacij v sili na enotno evropsko številko za klic v sili „112“ (UL L št. 65 z dne 2. 3. 2023, str. 1). Pri tem gre za delni prenos, s katerim se prenaša obveznost prenosa signalov radijskih in televizijskih programov po elektronskih komunikacijskih omrežjih operaterjev, ki je v predlogu zakona urejena v 93. členu.

Tretji odstavek 1. člena Uredbe (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in spremembi Direktive 2010/13/EU (UL L št. 2024/1083 z dne 17. 4. 2024) (v nadaljnjem besedilu: Uredba (EU) 2024/1083) določa, da uredba ne vpliva na možnost držav članic, da sprejmejo podrobnejša ali strožja pravila na področjih iz poglavja II (Pravice in dolžnosti ponudnikov in prejemnikov medijskih storitev – ki med drugim zajema 3., 4. in 6. člen), poglavja III, oddelek 5 (Zahteve za ukrepe in postopke za zagotovitev dobro delujočega medijskega trga – ki med drugim zajema 22. člen), in 25. člena (Dodeljevanje javnih sredstev za državno oglaševanje in javna naročila blaga ali storitev), če taka pravila zagotavljajo višjo raven zaščite medijske pluralnosti ali uredniške neodvisnosti v skladu s to uredbo in so v skladu s pravom Unije. S tem namenom se s predlogom zakona podrobneje ureja izvajanje 3., 4., 6., 22. in 25. člena Uredbe (EU) 2024/1083, in sicer:

- 3. člen Uredbe (EU) 2024/1083, ki določa, da države članice spoštujejo pravico prejemnikov medijskih storitev do dostopa do pluralnosti uredniško neodvisnih medijskih vsebin in zagotovijo, da so v skladu s to uredbo vzpostavljeni okvirni pogoji za zaščito te pravice v korist svobodnega in demokratičnega govora, se podrobneje ureja v 4. členu predloga zakona, ki zagotavlja svobodo izražanja in neodvisnost medijev, ter v 12. členu predloga zakona, ki določa javni interes na področju medijev;
- 4. člen Uredbe (EU) 2024/1083, ki določa pravice ponudnikov medijskih storitev oz. izdajateljev, se podrobneje ureja v 4., 5., 6., 7. in 12. členu predloga zakona;
- 6. člen Uredbe (EU) 2024/1083, ki določa dolžnosti ponudnikov medijskih storitev oz. izdajateljev, se podrobneje ureja v 20. in 22. členu predloga zakona ter v 5. in 23. členu predloga zakona;
- 22. člen Uredbe (EU) 2024/1083, ki ureja oceno koncentracij na medijskem trgu, se podrobneje ureja v 24. do 40. členu predloga zakona in
- 25. člen Uredbe (EU) 2024/1083, ki ureja dodeljevanje javnih sredstev za državno oglaševanje in javna naročila blaga in storitev, se podrobneje ureja v 20., 21. in 66. členu predloga zakona.

K 2. členu (uporaba zakona):

Določa se, za katere medije se uporablja zakon. Zakon o medijih se primarno uporablja za medije, pri katerih sta v Republiki Sloveniji tako sedež oziroma stalno prebivališče izdajatelja kot tudi sedež uredništva. Takšna je tudi dosedanja ureditev (z izjemami, ki so za avdiovizualne medijske storitve določeni v Zakonu o avdiovizualnih medijskih storitvah; v nadaljevanju: ZAVMS). S tem zakonom pa se dodaja izjema, po kateri se ta zakon uporablja tudi v primeru, ko ima v Republiki Sloveniji sedež oziroma stalno prebivališče bodisi samo izdajatelj medija bodisi samo uredništvo tega medija, če je ob tem izpolnjen še dodaten pogoj, in sicer, da gre v tem primeru za medij, ki zagotavlja programske vsebine v slovenščini.

V razmerju do Zakona o medijih je ZAVMS specialen. Za avdiovizualne medijske storitve se zato ta zakon uporablja le za vprašanja, ki niso urejena z zakonom, ki ureja avdiovizualne medijske storitve, razen če je s tem zakonom določeno drugače. Tako je na primer področje oglaševanja oziroma avdiovizualnih komercialnih sporočil v primeru avdiovizualnih medijskih storitev (npr. televizijski programi) specialno urejeno v ZAVMS. Zato v tem primeru velja specialna ureditev v

ZAVMS in se Zakon o medijih ne uporablja. Drugače pa je določeno v primeru kolofona (prvi in drugi odstavek 22. člena) in prepovedi spodbujanja nasilja ali sovraštva in ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj (53. člen), kjer te določbe veljajo tudi za avdiovizualne medijske storitve.

Posamezne določbe predloga zakona, in sicer o razkritju nasprotja interesov (23. člen), prepovedi spodbujanja nasilja ali sovraštva in ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj (53. člen), zaščiti otrok (54. člen) ter o oglaševanju, sponzoriranju in promocijskem umeščanju izdelkov (57. do 62. člen), bodo veljale za vse oblike komunikacij, namenjene splošni javnosti, kar zajema tudi dejavnost vplivnežev, ne glede na to, ali štejejo za medij po tem zakonu, razen če so namenjene izključno zasebni komunikaciji med posamezniki.

Pri vprašanih dodelitve finančne podpore medijem in ocene koncentracij na medijskem trgu pa se ta zakon uporablja tudi za izdajatelje, ki nimajo sedeža v Republiki Sloveniji. Morebitno pogojevanje obveznosti upravičenca, da ima svoj sedež v Republiki Sloveniji, namreč ni dovoljeno po pravilih EU o državnih pomoči. V primeru ocene koncentracij na medijskem trgu pa lahko kontrolo nad slovenskim izdajateljem pridobiva tudi tuje podjetje.

K 3. členu (pomen izrazov):

Podane so definicije vseh ključnih izrazov, uporabljenih v predlogu zakona.

K 4. členu (svoboda izražanja in neodvisnost medijev):

Predlog zakona ohranja v veljavi obstoječo opredelitev pravice do svobode izražanja. Dejavnost medijev temelji na svobodi izražanja, nedotakljivosti in varstvu človekove osebnosti in dostojanstva, na svobodnem pretoku informacij in odprtosti medijev za različna mnenja, prepričanja in raznolike vsebine, na avtonomnosti urednikov, novinarjev in drugih avtorjev pri ustvarjanju programskih vsebin v skladu s programskimi zasnovami in profesionalnimi kodeksi ter na osebni odgovornosti novinarjev oziroma drugih avtorjev prispevkov in urednikov za posledice njihovega dela. Gre za identično določbo, kot jo vsebuje že obstoječi Zakon o medijih. Svoboda izražanja je tako kot druge ustavne pravice omejena z enakimi pravicami drugih.

Mediji predstavljajo temeljni element vsake demokratične družbe, saj si njenega obstoja in razvoja ni možno predstavljati brez svobodnega delovanja medijev. Svoboda izražanja, ki jo v največji meri izvršujejo ravno mediji, namreč pomaga vzpostavljati in oblikovati nepristransko informirano javnost, pogojuje njeno sposobnost za nadziranje vseh vej oblasti ter zagotavlja učinkovito delovanje politične opozicije vsakokratni oblasti. Mediji v svoji funkciji »psov čuvajev« opozarjajo na kršitve človekovih pravic in so, sicer neformalno, eden izmed štirih temeljev oblasti, kar je v več primerih potrdila tudi ustavnosodna praksa. Svoboda izražanja na podlagi prvega odstavka 39. člena Ustave Republike Slovenija zato uživa posebno varstvo kot človekova pravica in zahteva od države sprejem ustreznih predpisov, ki naj zagotovijo, da bodo lahko mediji samostojno izvrševali svoje funkcije pri svobodnem oblikovanju javnega mnenja.

Z navedeno določbo se podrobneje urejajo 3. člen Uredbe (EU) 2024/1083, ki določa:

»Države članice spoštujejo pravico prejemnikov medijskih storitev do dostopa do pluralnosti uredniško neodvisnih medijskih vsebin in zagotovijo, da so v skladu s to uredbo vzpostavljeni okvirni pogoji za zaščito te pravice v korist svobodnega in demokratičnega govora.«,

ter določbi 1. in 2. odstavka 4. člena Uredbe (EU) 2024/1083, ki določata:

»1. Ponudniki medijskih storitev imajo pravico, da svoje gospodarske dejavnosti na notranjem trgu opravljajo brez omejitev, razen če so te dovoljene na podlagi prava Unije.

2. Države članice spoštujejo dejansko uredniško svobodo in neodvisnost ponudnikov medijskih storitev, medtem ko ti opravljajo svoje poklicne dejavnosti. Države članice, vključno z njihovimi nacionalnimi regulativnimi organi in telesi, ne posegajo v uredniške politike in uredniške odločitve ponudnikov medijskih storitev in nanje ne poskušajo vplivati.«.

K 5. členu (uredniška in novinarska avtonomija):

Člen opredeljuje uredniško in novinarsko avtonomijo, katere obstoj je ključen za neodvisnost medijev in izvrševanje njihove funkcije na področju zagotavljanja pravice do obveščeniosti. Brez avtonomnih novinarjev in uredništev si ni mogoče predstavljati svobodnih medijev, ki so predpogoj za obstoj demokratične družbe. Poseben položaj urednikov in novinarjev v odnosu do drugih zaposlenih je utemeljen na njihovi posebni vlogi, ki jo imajo v družbi na področju uresničevanja pravice do svobode govora in pravice do obveščeniosti.

Predlog zakona ohranja vse v obstoječem Zakonu o medijih določene institute uredniške in novinarske avtonomije, tj. da so uredniki, novinarji in drugi avtorji prispevkov v okviru programske zasnove medija in v skladu s temeljnim aktom izdajatelja pri svojem delu neodvisni in samostojni ter da se novinarju zaradi izražanja mnenj in stališč, ki so v skladu s programsko zasnovo medija ter s profesionalnimi pravili, merili in standardi, ne sme odpovedati delovnega razmerja ali prekiniti sklenjene pogodbe z njim, zmanjšati plače, spremeniti statusa v uredništvu ali kako drugače poslabšati njegovega položaja.

Predlog zakona na novo določa naslednje dodatne ukrepe za povečanje avtonomije novinarjev:

- Novinar ima pravico zavrniti pripravo novinarskega prispevka ali vsako drugo novinarsko opravilo, če bi bilo v nasprotju s profesionalnimi in etičnimi pravili, merili in standardi novinarskega dela. Novinar ne more zavrniti dela, ki se nanaša na tehnično urejanje programskih vsebin, povzemanje prispevkov drugih avtorjev ali urejanje poročil.
- Nihče ne sme novinarju brez njegovega soglasja pomensko spremeniti njegovega prispevka.
- Vsak novinarski prispevek mora biti podpisan (na primer s polnim imenom in priimkom novinarja, navedbo uredništva, z inicialkami, umetniškim imenom ali psevdonimom).

Z navedeno določbo se, v povezavi s 4. členom predloga zakona, podrobneje ureja določba 2. odstavka 4. člena Uredbe (EU) 2024/1083, ki določa: *»2. Države članice spoštujejo dejansko uredniško svobodo in neodvisnost ponudnikov medijskih storitev, medtem ko ti opravljajo svoje poklicne dejavnosti. Države članice, vključno z njihovimi nacionalnimi regulativnimi organi in telesi, ne posegajo v uredniške politike in uredniške odločitve ponudnikov medijskih storitev in nanje ne poskušajo vplivati.«.*

V zvezi s tem je v preambuli Uredbe (EU) 2024/1083 pod točkama (17) zapisano naslednje: *»Zaščita uredniške neodvisnosti je osnovni pogoj za izvajanje dejavnosti ponudnikov medijskih storitev in njihovo poklicno integriteto v varnem medijskem okolju. Uredniška neodvisnost je zlasti pomembna za ponudnike medijskih storitev, ki zagotavljajo novice in aktualne informativne vsebine, saj imajo te družbeno vlogo kot javne dobrine. Ponudniki medijskih storitev bi morali imeti možnost, da svoje gospodarske dejavnosti na notranjem trgu izvajajo svobodno in pod enakimi pogoji konkurirajo v vse bolj spletnem okolju, kjer informacije prehajajo preko meja.«.*

Z določbo o zaščiti uredniške in novinarske avtonomije pa se nadalje podrobneje ureja tudi 3. (a) točka 6. člena Uredbe (EU) 2024/1083, ki določa, da *»ponudniki medijskih storitev, ki zagotavljajo novice in aktualne informativne vsebine, sprejmejo ukrepe, ki se jim zdijo primerni za zagotovitev neodvisnosti uredniških odločitev. Namen takih ukrepov je zlasti:*

(a) zagotoviti, da se uredniške odločitve lahko svobodno sprejemajo v skladu z ustaljeno uredniško usmeritvijo zadevnega ponudnika medijskih storitev.«.

K 6. členu (zaščita vira informacij):

Ključni element avtonomije novinarskega dela je tudi institut zaščite vira informacij. Za svobodno delovanje medijev je ključno, da lahko viri sporočajo pomembne informacije z zaupanjem in vedenjem, da njihova identiteta ne bo razkrita.

V nasprotju z dosedanjo ureditvijo, po kateri razen sodišča, in le v primeru, ko to določa kazenska zakonodaja, nihče ne sme zahtevati od urednika, novinarja ali avtorja prispevka, da razkrijejo vir informacij, je po predlogu zakona dolžnost varovanja zaupnosti vira tudi na novinarjih in urednikih oziroma avtorjih prispevkov. Nova je tudi zahteva, da se razkritje vira informacij (s strani sodišča) ne sme zahtevati tudi od katerekoli druge osebe, ki bi zaradi svojega poklicnega oziroma drugega razmerja z izdajateljem ali njegovim uredništvom lahko imela informacijo, na podlagi katere bi bilo mogoče identificirati novinarski vir.

Z namenom zaščite novinarskih virov je dodana tudi prepoved nameščanja vdorne programske opreme za nadzor, in sicer na katerokoli napravo, ki jo pri svojem delu uporabljajo izdajatelji, njihova uredništva, novinarji ali katerekoli druge osebe, ki bi zaradi svojega poklicnega oziroma drugega razmerja z izdajateljem ali njegovim uredništvom lahko imele informacije, na podlagi katerih bi bilo mogoče identificirati novinarske vire, z namenom pridobivanja takih informacij, ki bi lahko povzročile kršitev njihove pravice do zaščite vira informacij, razen če se takšni ukrepi uporabijo na podlagi odločbe sodišča.

Z navedeno določbo se podrobneje ureja določba 3. odstavka 4. člena Uredbe (EU) 2024/1083, ki državam članicam nalaga, da zagotavljajo učinkovito zaščito novinarskih virov in zaupnih komunikacij. V zvezi s tem preambula Uredbe (EU) 2024/1083 navaja naslednje:

»(19) Novinarji in uredniki so glavni akterji pri pripravi in zagotavljanju zaupanja vrednih medijskih vsebin, zlasti s poročanjem o novicah ali aktualnih informativnih vsebinah. Viri za novinarje pomenijo „surovino“: so osnova za ustvarjanje medijskih vsebin, zlasti novic in aktualnih informativnih vsebin. Zato je bistveno zaščititi zmožnost novinarjev, da zbirajo, preverjajo in analizirajo informacije, zlasti informacije, ki se prenašajo ali sporočajo zaupno, tako na spletu kot drugje, ter se nanašajo na novinarske vire ali se ti prek njih lahko identificirajo. Ponudniki medijskih storitev in njihovo uredniško osebje, zlasti novinarji, vključno s tistimi, ki delajo v nestandardnih oblikah zaposlitve, kot so samostojni delavci, bi morali imeti možnost, da se zanesejo na zanesljivo zaščito novinarskih virov in zaupnih komunikacij, tudi pred neupravičenim vmešavanjem in uporabo tehnologij za nadzor. Neobstoj take zaščite lahko odvrta od prostega pretoka virov do ponudnikov medijskih storitev, zato je lahko ovirano svobodno opravljanje gospodarske dejavnosti ponudnikov medijskih storitev, tudi v škodo zagotavljanja informacij javnosti, vključno z zadevami, ki so v javnem interesu. Posledično bi bila lahko zaradi takih ovir ogrožena svoboda novinarjev, da opravljajo svojo gospodarsko dejavnost in izpolnjujejo svojo ključno vlogo „javnega čuvaja“, to pa bi lahko negativno vplivalo na dostop do kakovostnih medijskih storitev.«.

K 7. členu (odgovorni urednik):

Izdajatelj mora zagotoviti, da ima medij ves čas odgovornega urednika. To je pomembno iz razloga obstoja odgovornosti za objavljene vsebine, kar je temeljna funkcija odgovornega urednika. Predlog zakona ohranja obveznost pridobitve najmanj predhodnega mnenja uredništva v postopkih imenovanja ali razrešitve odgovornega urednika – vključno ko gre za imenovanje vršilca dolžnosti, ki je lahko imenovan le za največ šest mesecev –, kar je pomemben element instituta uredniške avtonomije.

S predlogom zakona se pri odgovornosti za vsako objavljeno informacijo izrecno vključujejo tudi medijske vsebine, ki so generirane, delno generirane, izbrane ali razvrščene s pomočjo sistemov umetne inteligence, vključno z izbiri vsebin in uredniškimi priporočili vsebin za občinstvo.

K 8. členu (pridobitev statusa samostojnega novinarja):

Člen določa postopek vpisa v razvid samostojnih novinarjev. Ključen pogoj za pridobitev statusa samostojnega novinarja je, da gre za osebo, ki samostojno opravlja novinarsko dejavnost kot edini ali glavni poklic. S statusom samostojnega novinarja so nezdružljive dejavnosti, kot npr. marketinška svetovanja, odnosi z javnostmi, oglaševanje izdelkov ali storitev.

K 9. členu (vodenje razvida samostojnih novinarjev):

Člen določa postopek sporočanja sprememb podatkov v zvezi z opravljanjem dejavnosti samostojnega novinarja, preverjanjem pogojev za status, vodenjem evidence itd.

K 10. členu (izbris iz razvida samostojnih novinarjev):

Člen določa pogoje oz. razloge in postopek za izbris samostojnega novinarja iz razvida.

K 11. členu (informacije za medije in samostojne novinarje):

Predlog zakona v bistvenem delu ohranja v veljavi obstoječo ureditev pravice, po kateri lahko mediji in samostojni novinarji od vseh subjektov, ki jih kot zavezance določa Zakon o dostop do informacij javnega značaja, zahtevajo odgovor na vprašanje, ki je vezan na delovno področje organa. V primerjavi z obstoječo ureditvijo je skrajšan rok, v katerem mora zavezanec poslati mediju odgovor na vprašanje, in sicer z dosedanjih sedmih delovnih dni na pet delovnih dni. Čimprejšnji odgovor je pomemben za zagotavljanje pravice javnosti do pravočasne obveščenosti ter za učinkovito izvajanje javnega nadzora nad delovanjem organov.

K 12. členu (javni interes na področju medijev):

Pri opredelitvi javnega interesa na področju medijev gre za določitev ključnih ciljev, ki jih želi država prek sistema finančnih podpor medijem in drugih zakonskih ukrepov uresničiti na področju medijev. Opredelitev javnega interesa na področju medijev zato predstavlja jedro Zakona o medijih. Določa okvir, v katerega država lahko posega – bodisi prek izvajanja nadzora bodisi z aktivnimi ukrepi finančnih podpor na področju medijev.

Z opredelitvijo javnega interesa na področju medijev se Republika Slovenija zavezuje k njegovemu uresničevanju in za ta namen tudi zagotavlja sredstva v državnem proračunu.

Z zavezo, da bo država uresničevala javni interes na področju medijev, katerega ključna cilja sta zagotavljanje pravice do javnega obveščanja in celovite obveščenosti ter zagotavljanje medijske pluralnosti, se na načelni ravni uresničuje tudi obveznost države po 3. členu Uredbe (EU)

2024/1083, ki določa, da države članice spoštujejo pravico prejemnikov medijskih storitev do dostopa do pluralnosti uredniško neodvisnih medijskih vsebin in zagotovijo, da so v skladu s to uredbo vzpostavljeni okvirni pogoji za zaščito te pravice v korist svobodnega in demokratičnega govora.

Uresničevanje javnega interesa na področju medijev se priznava tudi samoupravnim lokalnim skupnostim. Te lahko za zagotavljanje pravice do javnega obveščanja in do obveščenosti na lokalnih območjih zagotovijo oz. rezervirajo sredstva v občinskih proračunih. Višina teh sredstev je prepuščena avtonomni odločitvi občin.

Z namenom zagotovitve večje transparentnosti porabe občinskih sredstev je prav tako določena zahteva, da občine sredstva, namenjena zagotavljanju pravice do javnega obveščanja in do obveščenosti na lokalnih območjih, zagotovijo na posebni postavki v občinskih proračunih.

K 13. členu (vrste in namen finančnih podpor):

Določajo se ukrepi, ki jih bo Ministrstvo za kulturo z namenom uresničevanja javnega interesa na področju medijev podprlo s proračunskimi sredstvi. Gre za enega izmed ključnih področij predloga zakona, kajti finančne podpore so najbolj učinkovit instrument, s katerim lahko država na dopusten način posega trg in poskrbi za uresničevanje javnega interesa na področju medijev v primerih, ko tega ne zagotovi trg.

S predlogom zakona se ohranjajo vse obstoječe državne podpore na področju medijev, torej javni razpisi, namenjeni sofinanciranju programskih vsebin medijev, programom posebnega pomena ter ustvarjanju in razširjanju programskih vsebin, namenjenih osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih ter razvoju ustrezne tehnične infrastrukture. Kot osebe z invalidnostmi so zajete vse senzorno ovirane osebe oz. osebe z okvaro vida ali sluha (slepi in slabovidni, gluhi in naglušni, gluhoslepi), osebe z motnjo v duševnem razvoju, kot tudi vse druge osebe s posebnimi potrebami.

Obstoječim finančnim podporam pa se dodajajo nove, posebne sheme finančnih podpor, in sicer finančna podpora za tiskane medije in digitalni prehod ter finančna podpora za digitalne medije.

K 14. členu (osnovni pogoji in merila za dodelitev finančne podpore):

Pri podeljevanju finančnih podpor se bo sledilo načelu vsebinsko nevtralnih ukrepov, kar pomeni, da bodo do državnih pomoči pod enakimi pogoji upravičeni vsi mediji, ki bodo izpolnjevali osnovne pogoje in merila. S tem se želi zmanjšati možnost vpliva aktualne politike na razdeljevanje javnega denarja v medije, kar se je v preteklih dvajsetih letih izkazalo za eno izmed glavnih slabosti dosedanje ureditve.

Predlog zakona omogoča, da se glede na specifičnost posamezne finančne podpore določijo tudi prednostna merila, na podlagi katerih bodo lahko projekti ali programi prejeli dodatno število točk. S takšnimi mehкими ukrepi pozitivne diskriminacije želimo nameniti še dodatno spodbudo izvajanju določenih ciljev, ki so v javnem interesu na področju medijev.

Predlog zakona določa tudi, kdo ni upravičen do finančne podpore, in sicer:

- izdajatelji, ki so javni subjekti ali so subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov;
- izdajatelji, ki so politične stranke ali pa so slednje neposredni ali posredni lastnik ali ustanovitelj izdajatelja;
- izdajatelji, ki nimajo izpolnjenih pravnih, finančnih ali pogodbenih obveznosti do Ministrstva za kulturo kot financerja in njegovih posrednih proračunskih uporabnikov;
- izdajatelji, katerih odgovorni uredniki ali osebe, ki so jih je nadomeščale, so bili v zadnjih dveh letih pravnomočno obsojeni za kaznivo dejanje javnega spodbujanja sovraštva, nasilja in nestrpnosti po Kazenskem zakoniku.

Izvetje javnih subjektov in političnih strank iz sistema finančnih podpor za medije utemeljujemo s tem, da takšni izdajatelji zaradi svoje podrejenosti, povezanosti in dejanske odvisnosti od države, občin ali političnih strank namreč ne morejo uresničevati ciljev, ki sodijo pod javni interes na področju medijev, predvsem zagotavljanja objektivne obveščenosti prek neodvisnega, etičnega in verodostojnega novinarstva. S financiranjem izdajateljev, ki so pod prevladujočim vplivom države, bi le še povečali tveganje za nastanek političnega vplivanja. Financiranje medijev, ki so pod prevladujočim vplivom političnih strank, bi prav tako lahko odprlo vprašanje skladnosti z določbami o financiranju političnih strank po zakonu o političnih strankah. Zaradi navedenih razlogov in tveganj je primerno in nujno, da se navedene izdajatelje izključi iz tovrstnega financiranja.

T. i. sovražni govor, ki je po Ustavi in zakonu prepovedan in kazniv, predstavlja zlorabo pravice do svobode izražanja. Sovražni govor v smislu spodbujanja k neenakopravnosti in nestrpnosti namreč presega okvire zaščite, vsebovane v pravici do svobodnega izražanja, zato ne sodi na področje medijske svobode. Mediji oz. izdajatelji, ki širijo prepovedan in kazniv sovražni govor, zato po predlogu zakona niso upravičeni do finančnih podpor. Da je lahko odrekanje javnofinančne podpore še posebej učinkovita odvratalna sankcija v boju zoper t. i. prepovedan oz. nezakonit sovražni govor, pa kažejo tudi nekateri nedavni dokumenti, h katerim so države, vključno s Slovenijo, pristopile na mednarodni ravni. Globalni sporazum o varnih, urejenih in zakonitih migracijah tako za doseganje cilja »odprave vseh oblik diskriminacije in spodbujanja javnega diskurza o razumevanju migracij, temelječega na dejstvih« predvideva tudi »umik javne finančne in materialne podpore izdajateljem medijev, ki sistematično spodbujajo nestrpnost, ksenofobijo, rasizem in druge oblike diskriminacije migrantov, ob polnem upoštevanju medijske svobode«.

K 15. členu (postopek dodelitve finančne podpore):

Člen določa postopek razdelitve sredstev, ki se vodi v skladu z ureditvijo v zakonu, ki ureja uresničevanja javnega interesa za kulturo (ZUJIK), ter pogoje za člane strokovne komisije.

K 16. členu (finančna podpora za digitalni prehod tiskanih medijev):

Določena je nova shema državne pomoči za digitalni prehod tiskanih medijev, ki je lahko namenjena za:

- sofinanciranje izdajateljev za prehod obstoječih tiskanih medijev na digitalno izdajanje;
- sofinanciranje izdajateljev za produkcijo v tiskanih medijih, s katero se krijejo uredniški stroški, povezani z ustvarjanjem programskih vsebin;
- sofinanciranje izdajateljev za del distribucije tiskanih medijev, s katero se krijejo stroški, povezani z dostavo tiskanih medijev ob dnevih, ko se dodatna dostava zagotavlja po višji ceni, ali z dostavo na podeželje in redkeje poseljena območja;
- sofinanciranje pravnih in fizičnih oseb za digitalne naročnine.

Sofinanciranje dela distribucije je namenjeno spodbujanju digitalnega prehoda, pri čemer izdajateljem omogoča, da z začasnim (časovno omejenim) delnim subvencioniranjem stroškov tiskane distribucije lažje financirajo digitalni prehod, hkrati pa takšna finančna pomoč varuje tudi pravice medijskih uporabnikov, ki še ne dostopajo do digitalnih vsebin in spremljajo informativne vsebine v tiskani obliki. Do sredstev po tej shemi bodo upravičeni nacionalni in regionalni splošno-informativni tiskani mediji, ki bodo poleg osnovnih pogojev izpolnjevali tudi posebne pogoje. Ta državna pomoč ne bo namenjena brezplačnikom, občinskim glasilom in publikacijam, namenjenim posameznim poklicem, panogam ali političnim strankam.

K 17. členu (finančna podpora za digitalne medije):

Določena je nova shema državne pomoči za digitalne medije, ki je namenjena sofinanciranju produkcije digitalnih medijev. Do sredstev po tej shemi bodo upravičeni digitalni mediji, ki bodo poleg osnovnih pogojev izpolnjevali tudi posebne pogoje. Ta državna pomoč ne bo namenjena javnim medijem, občinskim glasilom, digitalnim medijem, namenjenim posameznim poklicem, panogam ali političnim strankam, ali spletnim mestom izdajateljev tiskanih medijev ter radijskih in televizijskih programov.

K 18. členu (pregled medijske pluralnosti):

Določena je pravna podlaga za pripravo pregleda medijske pluralnosti, s katero se bodo ugotavljali uresničevanje javnega interesa na področju medijev in učinki finančnih podpor. Ta se pripravi na vsake tri leta, pri čemer pripravo (pri zunanjih strokovnih organizacijah) naroči Ministrstvo za kulturo.

K 19. členu (obveznost pošiljanja podatkov o medijih):

Za pripravo pregleda medijske pluralnosti so potrebni ustrezni podatki o medijih, s katerimi razpolagajo izdajatelji, operaterji, oglaševalske organizacije ali zakupniki medijskega prostora. Zato bodo navedeni subjekti morali poslati ali dati na voljo te podatke, če jih bo Ministrstvo za kulturo zahtevalo. Navedena določba predstavlja pravno podlago za pridobitev teh podatkov, pri tem pa ni izključeno, da bo lahko zaproseni subjekt, ki razpolaga s temi podatki, le-te predal ob ustreznem plačilu. To bo prišlo v poštev zlasti v primeru, če bi bila priprava in posredovanje teh podatkov povezana z nesorazmernimi stroški, ali če gre za podatke, ki jih navedeni subjekt tudi sicer trži.

K 20. členu (razvid medijev):

Vodenje razvida medijev je ključen instrument za zagotavljanja transparentnosti podatkov o medijih. Za uporabnike medijev je ključnega pomena, da z gotovostjo vedo, kdo je lastnik medijev in kdo stoji za njimi, da lahko prepoznajo in razumejo morebitna nasprotja interesov, kar je osnovni pogoj za oblikovanje dobro informiranih mnenj in posledično za dejavno udeležbo v demokraciji. Taka preglednost je tudi učinkovito orodje za odvrčanje od poseganja v uredniško neodvisnost in s tem omejevanje tovrstnih tveganj. Poleg tega prispeva k odprtemu in pravičnemu tržnemu okolju ter povečuje odgovornost medijev do njihovih uporabnikov, kar nenazadnje prispeva h kakovosti medijskih storitev na notranjem trgu.

Z določbami o razvidu medijev se podrobneje ureja 2. odstavek 6. člena Uredbe (EU) 2024/1083, ki državam članicam nalaga, da nacionalnim regulativnim organom ali telesom ali drugim pristojnim organom ali telesom zaupajo razvoj nacionalnih zbirk podatkov o lastništvu medijev, ki vsebujejo informacije iz odstavka 1, med katere pa sodijo naslednje informacije oziroma podatki o izdajateljih:

- firma in ime in kontaktni podatki;
- imena neposrednih ali posrednih lastnikov z deleži, ki jim omogočajo vplivanje na poslovanje in strateško odločanje, kar vključuje neposredno ali posredno lastništvo države ali javnega organa ali subjekta;
- imena dejanskih lastnikov, kakor je opredeljeno v členu 3, točki 6, Direktive (EU) 2015/849;
- skupni letni znesek javnih sredstev za državno oglaševanje, ki jim je bil dodeljen, in skupni letni znesek prihodkov iz oglaševanja, ki so jih prejeli od javnih organov ali subjektov iz tretjih držav.

V preambuli Uredbe (EU) 2024/1083 je v zvezi z zagotavljanjem preglednosti lastništva medijev navedeno naslednje:

»Da bi države članice dodatno prispevale k visoki ravni preglednosti lastništva medijev, bi morale nacionalne regulativne organe ali telesa ali druge pristojne organe in telesa pooblastiti tudi za oblikovanje podatkovnih zbirk o lastništvu medijev. Take podatkovne zbirke bi morale delovati kot točka „vse na enem mestu“, ki bi prejemnikom medijskih storitev omogočala enostavno preverjanje ustreznih informacij v zvezi z določenim ponudnikom medijskih storitev. Glede na nacionalne upravne posebnosti in za zmanjšanje upravnega bremena bi bilo treba državam članicam omogočiti prožnost pri odločanju o tem, kateri organ ali telo bo pristojno za oblikovanje takih podatkovnih zbirk o lastništvu medijev. To bi lahko bil na primer nacionalni regulativni organ ali telo ali drug upravni organ, ki bi se lahko pri izpolnjevanju te naloge zanašal na pomoč drugega organa z ustreznim strokovnim znanjem.«.

S tem namenom se v razvidu medijev vodijo oziroma obdelujejo vsi podatki, ki jih določa že obstoječi razvid medijev, ter dodajo podatki, ki jih določa 1. odstavek 6. člena Uredbe (EU) 2024/1083.

V primerjavi z obstoječo ureditvijo je bistvena sprememba v ukinitvi obveznosti predhodnega vpisa v razvid medijev, o kateri se sedaj odloča v upravnem postopku.

Ministrstvo za kulturo upravlja razvid medijev kot uradno evidenco, v kateri se obdelujejo predpisani podatki o medijih, ki jih v 30 dneh po začetku izdajanja medija (oz. v 30 dneh od nastanka spremembe) sporočijo njihovi izdajatelji.

Ker je namen nove ureditve razvida medijev odpraviti obstoječe administrativne obveznosti in ovire ter obenem zagotoviti sorazmernost ukrepa, so določene izjeme od obveznosti vpisa v razvid medijev. Obveznost priglasitve v razvid medijev ne bo veljala za:

- biltene, kataloge in druge nosilce objavljanja informacij, ki so namenjeni izključno oglaševanju, poslovnemu komuniciranju, izobraževalnemu procesu ali notranjemu delu pravnih oseb in drugih organizacij;
- Uradni list Republike Slovenije in druge uradne objave, ki jih določajo predpisi;
- spletne strani državnih organov, samoupravnih lokalnih skupnosti, javnih agencij, javnih podjetij, javnih zavodov in drugih pravnih oseb javnega prava;
- šolska glasila;
- plakate, letake, prospekte in transparente.

K 21. členu (sporočanje podatkov o financiranju dejavnosti na področju medijev):

Določena je pravna podlaga, na podlagi katere lahko Ministrstvo za kulturo z namenom zagotovitve popolne transparentnosti podatkov o financiranju dejavnosti na področju medijev zahteva razkritje podatkov o višini sredstev ali drugih prispevkih, ki jih medijem namenjajo javni subjekti in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov.

K 22. členu (kolofon):

Namen kolofona je, da so uporabniki medijev na viden, pregleden in zlahka razumljiv način seznanjeni s tem, kdo je odgovoren za objavljene programske vsebine. Gre zlasti za podatke o tem, kdo je izdajatelj, odgovorni urednik in dejanski lastnik medija.

Z namenom podrobnejše ureditve 1. točke 6. člena Uredbe (EU) 2024/1083 se izdajateljem določa obveznost objave tudi drugih podatkov o mediju, in sicer:

- ime in priimek oziroma firma in sedež vseh neposrednih ali posrednih lastnikov izdajatelja, z navedbo lastniških deležev oziroma deležev upravljaljskih ali glasovalnih pravic v kapitalu oziroma premoženju izdajatelja, ki jim omogočajo vplivanje na poslovanje in strateško odločanje izdajatelja, kar vključuje neposredno ali posredno lastništvo države oziroma javnega subjekta ali subjekta pod prevladujočim vplivom javnega subjekta;
- skupni letni znesek sredstev, ki jih je izdajatelj prejel iz naslova državnega oglaševanja, in skupni letni znesek prihodkov iz oglaševanja, ki jih je izdajatelj prejel od javnih subjektov iz tretjih držav ali subjektov pod prevladujočim vplivom javnih subjektov iz tretjih držav.

Zahteve Uredbe (EU) 2024/1083 po javni objavi podatkov so sicer širše, kot so zahteve kolofona, a jih lahko izdajatelji javno objavijo tudi na drugačen način, denimo na svojem spletnem mestu, kadar to zaradi obsega podatkov ne bi bilo praktično (v tiskanih izdajah ali na družbenih omrežjih).

Za izdajatelja radijskega programa je določena obveznost objave imena oziroma identifikacije programa najmanj enkrat na vsako uro oddajanja.

Podobna obveznost je za avdiovizualne medijske storitve določena v ZAvMS. Ker pa se s predlogom zakona v skladu z Uredbo (EU) 2024/1083 določa obveznost objave še dodatnih podatkov, se predlog zakona v tem delu uporablja tudi za avdiovizualne medijske storitve.

K 23. členu (razkritje nasprotja interesov):

Prepoznavanje morebitnih nasprotij interesov je osnovni pogoj za oblikovanje dobro informiranih mnenj in posledično za dejavno udeležbo v demokraciji. Taka preglednost je tudi učinkovito orodje za odvrčanje od poseganja v uredniško neodvisnost in s tem omejevanje tovrstnih tveganj. Poleg tega prispeva k odprtemu in pravičnemu tržnemu okolju ter povečuje odgovornost medijev do prejemnikov medijskih storitev, kar nenazadnje prispeva h kakovosti medijskih storitev na notranjem trgu. Zato je ključno, da izdajatelji razkrijejo vsako dejansko ali potencialno nasprotje interesov, ki bi lahko vplivalo na obveščanje javnosti. Razkritje mora biti objavljeno na način, ki je jasno razumljiv in dostopen javnosti.

S tem členom se podrobneje in strožje (kar je v skladu s pooblastilom iz 3. točke 1. člena Uredbe (EU) 2024/1083, ki državam članicam dopušča strožja pravila) ureja 3. (b) točka 6. člena Uredbe (EU) 2024/1083, ki določa, da »ponudniki medijskih storitev, ki zagotavljajo novice in aktualne informativne vsebine, sprejmejo ukrepe, ki se jim zdijo primerni za zagotovitev neodvisnosti uredniških odločitev. Namen takih ukrepov je zlasti:

(b) omogočiti razkritje vsakega dejanskega ali potencialnega nasprotja interesov, ki bi lahko vplivalo na zagotavljanje novic in aktualnih informativnih vsebin.«.

Strožje pravilo glede na Uredbo (EU) 2024/1083 se nanaša na to, da se zahteva po razkritju vsakega dejanskega ali potencialnega nasprotja interesov nalaga vsem izdajateljem medijem, ne zgolj tistim, ki zagotavljajo novice in aktualne informativne vsebine.

K 24. členu (pristojnost in financiranje AKOS):

22. člen Uredbe (EU) 2024/1083 določa, da države članice v nacionalnem pravu določijo materialna in postopkovna pravila, ki omogočajo oceno koncentracij na medijskem trgu, ki bi lahko bistveno vplivale na pluralnost medijev in uredniško neodvisnost. Drugi odstavek 1. člena Uredbe (EU) 2024/1083 določa, da države članice lahko v tem členu sprejmejo podrobnejša in strožja pravila, če taka pravila zagotavljajo višjo raven zaščite medijske pluralnosti ali uredniške neodvisnosti v skladu s to uredbo in so v skladu s pravom Unije. Ta člen v skladu s 7. členom Uredbe (EU) 2024/1083 kot pristojni organ za oceno koncentracij na medijskem trgu določa AKOS. Ker je koncentracija na medijskem trgu že določena z Uredbo (EU) 2024/1083, in sicer pomeni koncentracijo, kakor je opredeljena v členu 3. Uredbe (ES) št. 139/20024, ki vključuje vsaj enega ponudnika medijske storitve ali enega ponudnika spletne platforme, ki zagotavlja dostop do medijskih vsebin, se za potrebe opredelitve specifičnih pojmov, uporabljenih v presojah koncentracije, uporabljajo pojmi, kot so opredeljeni v Uredbi (ES) št. 139/20024. Vendar pa gre pri presoji koncentracij na medijskem trgu za poseben postopek, ki je vsebinsko opredeljen v 22. členu

Uredbe (EU) 2024/1083. Ta določa, da morajo države članice v nacionalnem pravu določiti materialna in postopkovna pravila, ki omogočajo oceno koncentracij na medijskem trgu, ki bi lahko bistveno vplivale na pluralnost medijev in uredniško neodvisnost.

Ker gre za novo nalogo AKOS, se predvideva zagotovitev dodatnih sredstev za delo in izvajanje nalog. Določbe predloga zakona o postopkovnih in materialnih pravilih za oceno koncentracij na medijskem trgu nadomeščajo v celoti obstoječe člene o omejevanju koncentracije v ZMed, s čimer se zagotavljajo transparentna in javna pravila, ki bodo omogočala strankam objektivno presojo, ki bo temeljila na vnaprej znanih merilih, postopkih, pogojih, pravicah in dolžnosti ter tudi omogočila seznanitev javnosti in morebitnih zainteresiranih strank s postopki medijske koncentracije v teku.

K 25. členu (začetek postopka ocene medijske koncentracije):

Člen opredeljuje začetek postopka in način postopka ocene medijske koncentracije. Podrobneje ureja postopek vnaprejšnje priglasitve, kot je določeno z 2. členom Uredbe (EU) 2024/1083. Postopek se začne s priglasitvijo podjetja, ki je zavezano k priglasitvi, ali po uradni dolžnosti, kadar podjetje koncentracije ne priglasí.

V primeru priglasitve AKOS preizkusi popolnost vloge in izvede morebiten poziv k dopolnitvi. Če podjetje, ki bi moralo priglasiti koncentracijo, tega ne stori, AKOS podjetje naprej pozove k priglasitvi, vendar pa postopek v vsakem primeru začne.

Ker se glede na opredelitev pojma koncentracije na medijskem trgu, presoja medijske koncentracije začne, ko ta vključuje vsaj enega ponudnika medijske storitve ali enega ponudnika spletne platforme, ki zagotavlja dostop do medijskih vsebin, se podrobneje zavezanci glede na dejavnost ali statusno obliko ne opredeljujejo, pomembno je, da je v koncentraciji vsaj en ponudnik medijske storitve oziroma medij ali spletna platforma, ki zagotavlja dostop do medijskih vsebin.

Medijsko koncentracijo je treba priglasiti vnaprej, s predlogom zakona pa je določeno, da pred začetkom njenega izvrševanja, najpozneje 30 dni od sklenitve pogodbe, objave javne ponudbe ali kakršnekoli druge pridobitve kontrole. Rok za priglasitev začne teči na dan prvega od navedenih dogodkov.

Če podjetje, udeleženo v koncentraciji, priglasitve ne izvede, začne postopek ocene AKOS po uradni dolžnosti. Za priglasitev koncentracije bo AKOS do začetka uveljavitve teh določb pripravil ustrezen obrazec, s katerim bo določil potrebne elemente za presojo, ob upoštevanju drugih določb glede materialnih pravil, potrebnih za presojo medijske koncentracije.

Člen nadalje določa, da morajo v primeru, če bi prišlo do medijske koncentracije z združitvijo ali pridobitvijo skupne kontrole, medijsko koncentracijo skupno priglasiti podjetja, ki se združujejo, ali podjetja, ki skupaj pridobijo kontrolo. V vseh drugih primerih mora medijsko koncentracijo priglasiti oseba ali podjetje, ki pridobi kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij.

K 26. členu (zadržanje izvajanja medijske koncentracije):

Glede na določbo 24. člena predloga zakona podjetja ne smejo uresničevati pravic in obveznosti, ki izhajajo iz medijske koncentracije, do izdaje odločbe o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom. Dejanja, ki jih izvajajo v okviru koncentracije, ne da bi jo predhodno priglasila ali ne da bi AKOS po uradni dolžnosti o koncentraciji odločil, so nična.

Izjemoma lahko AKOS na predlog stranke izda odločbo, s katero dovoli izvrševanje medijske koncentracije v določenem obsegu ali pod določenimi pogoji pred izdajo odločbe o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom, če stranka v predlogu kot verjetno izkaže, da je takšno izvrševanje nujno za ohranjanje storitev javnega interesa na področju medijev. AKOS pri tem upošteva zlasti učinke zadržanja izvrševanja medijske koncentracije na eno ali več v koncentraciji udeleženih podjetij ali na tretje pravne in fizične osebe in nevarnost, ki jo ta medijska koncentracija pomeni za medijsko pluralnost ali uredniško avtonomijo. Ta določba je skladna z 22. členom Uredbe (EU) 2024/1083, vendar omogoča izjemo, da podjetje oziroma podjetja nadaljuje dejavnost, vendar le pod pogojem vsebinske presoje, v okviru katere bi se utemeljeno izkazalo, da bi lahko zaradi zadržanja izvajanja prišlo do posledic za zmanjšano ali okrnjeno izvajanje storitev javnega interesa na področju medijev, hkrati pa pri tem upošteva, kakšen vpliv ima ali bi imelo nadaljnje izvajanje te koncentracije na medijsko pluralnost in uredniško avtonomijo. Odločbo je treba izdati v 30 dneh.

K 27. členu (ocena medijske koncentracije):

Uredba (EU) 2024/1083 v 22. členu določa, da morajo biti pravila za oceno koncentracije pregledna, objektivna, sorazmerna in nediskriminatorna; da zahtevajo, da stranke, vključene v tako koncentracijo na medijskem trgu, vnaprej priglasijo koncentracijo ustreznim nacionalnim organom ali telesom ali takim organom ali telesom zagotovijo ustrezna pooblastila, da od teh strank pridobijo informacije, ki so potrebne za oceno koncentracije; da se imenujejo nacionalni regulativni organi ali telesa kot odgovorni za oceno ali da se zagotovi, da vsebinsko sodelujejo pri oceni; da se vnaprej določajo objektivna, nediskriminatorna in sorazmerna merila za priglasitev takšnih koncentracij na medijskem trgu in za oceno vpliva na pluralnost medijev in uredniško neodvisnost ter da se vnaprej navedejo časovni okviri za dokončanje takih ocen. Pri oceni koncentracije na medijskem trgu se upoštevajo naslednji elementi: pričakovani vpliv koncentracije na medijskem trgu na pluralnost medijev, vključno z njenimi učinki na oblikovanje javnega mnenja in raznolikost medijskih storitev in medijske ponudbe na trgu, ob upoštevanju spletnega okolja in interesov strank, njihovih povezav ali dejavnosti v drugih medijskih ali nemedijskih podjetjih; zaščitni ukrepi za uredniško neodvisnost, vključno z ukrepi, ki so jih ponudniki medijskih storitev sprejeli za zagotovitev neodvisnosti uredniških odločitev ter ali bi brez koncentracije stranka, vključena v koncentracijo na medijskem trgu, ostala ekonomsko vzdržna in ali obstajajo še druge možnosti za zagotovitev njune gospodarske vzdržnosti ter kadar je ustrezno, zaveze, ki jih lahko ponudi katera koli stranka, vključena v koncentracijo na medijskem trgu, za zaščito pluralnosti medijev in uredniške neodvisnosti. Navedeno je še, da se lahko po potrebi upoštevajo ugotovitve iz letnega poročila Komisije o stanju pravne države, kar zadeva pluralnost in svobodo medijev.

Ob upoštevanju te določbe člen podrobneje opredeljuje merila in okoliščine, ki jih mora AKOS upoštevati pri presoji oziroma oceni medijskih koncentracij. Člen sledi obveznosti, določeni v 22. členu Uredbe (EU) 2024/1083, da države članice v nacionalnem pravu sprejmejo materialna in postopkovna pravila. Sledi ciljem zagotavljanja medijske pluralnosti in svobode izražanja ter s tem povezanih možnosti za raznolikost programskih vsebin in medijske ponudbe na trgu, zagotavljanja uredniške avtonomije, javnega interesa na področju medijev, kot je opredeljen v zakonu, ter upoštevanja različnih povezav, ki bi nastala s koncentracijo določenih podjetij. Med zaščitnimi ukrepi so določeni ukrepi za zagotavljanje uredniške avtonomije, ki jih priglasitelj predlaga v postopku. Pri tem je pomembno, da s koncentracijo ne prihaja do krčenja uredniške neodvisnosti pri sprejemanju in izvajanju uredniških odločitev v povezavi z novimi lastniškimi razmerji. Kot pomembna okoliščina se dodatna navaja presoja, ali bi se s koncentracijo omogočila nadaljnji obstoj in delovanje medijev, ki bi sicer lahko prenehali delovati.

Člen nadalje določa, da je v primeru ugotovitve, da koncentracija bistveno zmanjšuje medijsko pluralnost ali uredniško avtonomijo, ta koncentracija prepovedana, kar je podlaga za izdajo zavrnilne odločbe, kot je opredeljeno v nadaljnjih členih. Pri tem je treba poudariti, da Uredba (EU) 2024/1083 ne določa podrobnejšega ravnanja regulatornih organov v primeru ugotovitve, kadar pride do negativnega vpliva koncentracije, temveč je to prepuščeno državam članicam, zato je treba to urediti z materialnimi in postopkovnimi določbami. Ob tem je v zakonu določeno več možnosti za odpravo bistvenih vplivov na medijski pluralizem in uredniško neodvisnost, zato je prepoved treba razumeti kot končno posledico pri ugotavljanju dejanskega stanja, predlaganih zavez in izvedljivosti teh zavez s strani strank v postopku. Kot smiselno primerjavo se navaja določba glede prepovedi v Zakonu o preprečevanju omejevanja koncentracije (ZPOmK-2), s katerimi so opredeljene okoliščine, kadar je koncentracija prepovedana (primeroma, kadar bistveno vpliva na omejevanje konkurence).

V skladu z navedenimi podrobnimi merili in okoliščinami je v četrtem odstavku 27. člena predloga zakona določen 30-dnevni rok, v katerem je stranka dolžna AKOS posredovati zaveze za odpravo sumov o neskladnosti. AKOS sprejme tiste zaveze, za katere presodi, da lahko glede na naravo, obseg in verjetnost uspešne in pravočasne izvedbe odpravijo resen dvom o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom. Če priglasitelj ne predloži zavez za odpravo dvomov, AKOS z odločbo medijsko koncentracijo prepove. Zoper to odločbo ni sodnega varstva, razen iz razlogov, ki se nanašajo na predložitev zavez.

S členom je določeno tudi, da AKOS na podlagi splošnih meril in elementov in ob upoštevanju smernic, ki jih bo pripravila Evropska komisija, sprejme splošni akt, ki bo določil indikatorje meril in okoliščin za oceno medijske koncentracije iz tega člena.

K 28. členu (uporaba določb o postopku):

Člen določa, da se v postopkih ocene medijskih koncentracij na podlagi priglasitve ali po uradni dolžnosti uporabljajo določbe zakona, ki ureja splošni upravni postopek, če ta zakon v delu, ki ureja oceno medijskih koncentracij, ne določa drugače.

Z namenom pridobivanja podatkov za celovito obravnavo medijskih koncentracij uradne osebe AKOS ugotavljajo dejstva in pridobivajo oziroma zbirajo dokaze v skladu s pooblastili, kot jih določa zakon, ki ureja inšpekcijski nadzor. To ne pomeni, da so uradne osebe AKOS, ki vodijo postopek ocene medijskih koncentracij oz. v njem opravljajo posamezna dejanja, inšpektorji, saj postopek ocene medijskih koncentracij ni inšpekcijski postopek oz. postopek nadzora, ampak je upravni postopek. Gre zgolj za določitev istih pooblastil, kot jih sicer imajo inšpekcijski organi. Zato je treba uradne osebe AKOS, ki vodijo postopek ocene medijskih koncentracij oz. v njem opravljajo posamezna dejanja, razlikovati od »pooblaščenih oseb agencije«, kot jih določa 292. člen ZEKom-2 ali tretji odstavek 98. člena tega predloga zakona oz. drugi odstavek 109. člena obstoječega ZMed, in pri katerih gre torej za osebe, ki opravljajo naloge nadzora na AKOS, so zaposlene na AKOS in imajo za to pooblastilo ministra, pristojnega za področje, na katerem se izvaja nadzor.

K 29. členu (stranke v postopku):

V postopku ocene medijske koncentracije pred AKOS imata položaj stranke podjetje (oziroma podjetja), proti kateremu se vodi postopek, in priglasiatelj.

Glede izraza podjetje se uporablja pomen, kot je opredeljen v 3. členu Uredbe 139/2004, in sicer gre za splošni pojem podjetja, ki je prenesen tudi v slovensko zakonodajo (ZPOMK-2, 3. člen), pri čemer velja, da je podjetje »subjekt, ki opravlja gospodarsko dejavnost, ne glede na njegovo pravnoorganizacijsko obliko in lastninsko pripadnost. Podjetje je tudi podjetniško združenje, ki neposredno ne opravlja gospodarske dejavnosti, vendar vpliva ali bi lahko vplivalo na ravnanje podjetij iz prvega stavka te točke na trgu«. 3. člen Uredbe 139/2004 določa, da se šteje, da koncentracija nastane, kadar se trajno spremeni nadzor zaradi naslednjih dejavnikov: (a) združitve dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij, ali (b) pridobitve neposrednega ali posrednega nadzora enega ali več drugih podjetij ali njihovih delov s strani ene ali več oseb, ki že nadzorujejo vsaj eno podjetje, ali s strani enega ali več podjetij, bodisi z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja bodisi s pogodbo ali kakor koli drugače. Nadzor nastane s pravicami, pogodbami ali drugimi sredstvi, ki ločeno ali skupno in ob upoštevanju ustreznih dejstev ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva na podjetje, in sicer: (a) lastništvo ali pravica do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja; (b) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilni vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja. Nadzor pridobijo osebe ali podjetja, ki: (a) imajo pravice ali so upravičeni do njih na podlagi zadevnih pogodb; ali (b) kljub temu, da nimajo teh pravic ali niso upravičeni do njih na podlagi takšnih pogodb, imajo pravico do uveljavljanja pravic, ki iz njih izhajajo. Četrty odstavek 3. člena Uredbe 139/2004 določa, da ustanovitev skupnega podjetja, ki trajno opravlja vse funkcije samostojnega gospodarskega subjekta, predstavlja koncentracijo v smislu odstavka 1(b) (se pravi pridobitve neposrednega ali posrednega nadzora enega ali več drugih podjetij ali njihovih delov s strani ene ali več oseb, ki že nadzorujejo vsaj eno podjetje, ali s strani enega ali več podjetij, bodisi z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja bodisi s pogodbo ali kakor koli drugače). Priglasiatelj je podjetje, ki priglasijo medijsko koncentracijo.

Člen opredeljuje tudi način določanja stranskih udeležencev oziroma strank, ki bi lahko izkazale svoj pravni interes za vstop v postopek. Z namenom omogočiti to pravico morebitnim stranskim udeležencem mora AKOS na spletni strani objaviti podatke o priglašeni medijski koncentraciji. O zahtevi za vstop v postopek AKOS izda sklep, s katerim zavrne ali prizna lastnost stranskega udeleženca.

K 30. členu (pravica strank do pregleda dokumentov zadeve):

Stranke z dnem začetka postopka ocene medijske koncentracije pridobijo pravico do pregleda dokumentov zadeve, razen če uradna oseba presodi, da je to v nasprotju z interesi postopka. Uradna oseba v tem primeru izda sklep, s katerim odloži pravico do pregleda dokumentov. Člen izrecno določa, da zoper ta sklep ni sodnega varstva. Pravico do pregleda dokumentov zadeve ima tudi izvedenec v obsegu, ki je potreben, da poda svoj izvid in mnenje.

Člen podrobneje določa, da stranke ne morejo pregledovati niti preslikavati: internih dokumentov AKOS v zadevi, vključno s korespondenco AKOS z drugimi organi ali institucijami, podatkov, za katere so z drugimi predpisi določeni posebni režimi njihovega varstva ali posebni pogoji za dostop do njih, podatkov, ki se nanašajo na tajnost vira in osnutkov odločb. Dokazno breme o obstoju zaupnih podatkov nosi podjetje, ki to zatrjuje. Na zahtevo AKOS mora podjetje predložiti različico dokumenta, ki ne vsebuje zaupnih podatkov. AKOS lahko podjetju, proti kateremu se vodi postopek, in priglasiatelju razkrije zaupne podatke, če presodi, da njihovo razkritje zaradi zagotovitve pravice do obrambe objektivno prevlada nad interesom varovanja zaupnih podatkov.

K 31. členu (sodelovanje z AKOS):

Člen opredeljuje način sodelovanja z AKOS, in sicer so dolžni državni organi, organi lokalnih skupnosti, nosilci javnih pooblastil ter druge osebe in organizacije, ki razpolagajo s podatki, potrebnimi za odločitev, na zahtevo AKOS predložiti zahtevane podatke, vključno s podatki, ki so določenimi kot zaupni ali tajni.

K 32. členu (zahteva za sporočanje podatkov):

V okviru členov, ki zadevajo postopkovna pravila, ta člen podrobneje opredeljuje dolžnosti podjetij in priglasiteljev ter z njimi povezanih oseb (vsako podjetje, družbeniki in družbenice, člani organov vodenja ali nadzora, osebe zaposlene pri podjetju, druge fizične osebe), da v primeru zahteve AKOS le-temu sporočijo vse podatke, ki bi lahko bili relevantni ob upoštevanju pravil iz tega zakona. Zahteva AKOS mora biti sorazmerna glede na stanje zadeve. AKOS mora navesti pravno podlago, namen zahteve, opredelitev zahtevanih podatkov, rok za posredovanje in hkrati opozorilo o zagroženi denarni kazni v primeru, da bi bili posredovani podatki nepopolni, nepravilni ali zavajajoči. Če podjetje, na katero je AKOS naslovil zahtevo za sporočanje podatkov iz prvega odstavka tega člena, posreduje AKOS nepravilne, nepopolne ali zavajajoče podatke, lahko AKOS izda sklep, s katerim mu naloži denarno kazen v višini do enega odstotka njegovega letnega prometa v prejšnjem poslovnem letu. Rok za plačilo denarne kazni ne sme biti krajši od 15 dni in ne daljši od enega meseca.

Pravne in fizične osebe iz prejšnjega odstavka morajo na zahtevo AKOS omogočiti zaslišanje prič za pridobitev teh dokazov ali drugih, tudi osebnih podatkov, v roku, ki ga določi AKOS.

Drugi način pridobivanja podatkov, ki je določen v tretjem odstavku tega člena, je strožji in bolj določen ter predstavlja za podjetje oziroma povezane osebe prisilo. V tem primeru AKOS izda poseben sklep, ki vključuje: pravno podlago, namen zahteve, opredelitev zahtevanih podatkov, določitev primerne roka za njihovo sporočanje in opozorilo o zagroženi denarni kazni zaradi posredovanja nepravilnih, nepopolnih ali zavajajočih podatkov ali zaradi neposredovanja podatkov v določenem roku. Če oseba ali podjetje, na katero je AKOS naslovil to zahtevo v obliki sklepa za posredovanje podatkov, posreduje AKOS nepravilne, nepopolne ali zavajajoče podatke ali jih ne pošlje v roku, lahko AKOS izda sklep, s katerim mu naloži denarno kazen v višini do enega odstotka njegovega letnega prometa v prejšnjem poslovnem letu. Rok za plačilo denarne kazni ne sme biti krajši od 15 dni in ne daljši od enega meseca.

Zahteva po prvem odstavku tega člena pomeni, da naslovnik prostovoljno da navedene informacije. Po tretjem odstavku pa jih mora dati v postavljenem roku na podlagi izdanega upravnega akta, ki mora biti utemeljen, kar je lahko predmet sodnega preizkusa. Zahteva za sporočanje informacij ne predstavlja prisile, vendar pa mora oseba ali podjetje pri tem ravnati pošteno, zato je lahko tudi predmet izdaje sklepa o naložitvi kazni. Sklepa o naložitvi kazni sta izvršilna naslova. Izvršbo opravi finančni organ po postopku, predpisanem za izvršbo davčnih obveznosti. Šteje se, da podjetje ovira postopek, če ga ovirajo člani organov vodenja ali nadzora podjetja, zaposleni v podjetju ali pogodbeni sodelavci podjetja.

Podjetje mora posredovati vse podatke, ki so mu dostopni, ni pa dolžno priznati kršitve določb tega zakona. Rok za izdajo odločbe ne teče, ko je stranka v zamudi z odgovorom na zahtevo za posredovanje podatkov.

K 33. členu (posebna pooblastila AKOS):

Člen opredeljuje posebna pooblastila uradne osebe, ki vodi postopek ocene medijske koncentracije. Ta lahko ne glede na nosilec, na katerem so, brezplačno pregleduje, vpogleda, pridobi ali reproducira:

- poslovne knjige, pogodbe, listine in druge dokumente v povezavi s poslovanjem stranke in njihovo pridobivanje;
- posnetke in podatke, ki so jih izdajatelji, ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev ali operaterji dolžni hraniti in posredovati AKOS na podlagi zakona, ki ureja avdiovizualne medijske storitve, ali na podlagi tega zakona;
- druge posnetke in podatke, s katerimi razpolagajo izdajatelji, ponudniki spletnih platform, ki zagotavljajo dostop do medijskih vsebin, in operaterji;
- podatke o gledanosti, branosti, poslušnosti, nakladi in druge podobne podatke, pridobljene na podlagi merjenj dostopa do platforme ali medijske storitve;
- podatke o realnih cenah oziroma prihodkih iz oglaševanja;
- posnetke programov oziroma objavljene programske vsebine.

Uradna oseba, ki vodi postopek, lahko pri pravnih osebah javnega prava brezplačno vpogleda v njihove registre in v produkte, ki jih ti ponujajo na trgu, in pridobi podatke iz njih na enak način, kot ti omogočajo vpogled drugim osebam javnega prava ali strankam.

K 34. členu (izdaja odločbe):

AKOS izda odločbo v 100 delovnih dneh od dneva začetka postopka ocene medijske koncentracije. Rok za izdajo odločbe je instrukcijski.

Z odločbo lahko dovoli medijsko koncentracijo ali jo zavrne. Pri tem izhaja iz določb 27. člena predloga zakona ter:

- izda odločbo o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom, če ugotovi, da medijska koncentracija nima bistvenega vpliva na medijsko pluralnost ter uredniško avtonomijo, ali
- izda odločbo o neskladnosti medijske koncentracije s tem zakonom in jo prepove, če ugotovi, da gre za medijsko koncentracijo, ki bistveno zmanjšuje medijsko pluralnost ali uredniško avtonomijo.

Odločba iz prve alineje prejšnjega odstavka vključuje tudi morebitne zaveze.

K 35. členu (sprememba odločbe):

Zaradi spremenljivih razmer na medijskem trgu, ko v razmeroma kratkem roku predpisane obveznosti za izvajanje medijske koncentracije niso več smiselne ali izvedljive ali pa nastopijo druge okoliščine, ki bi lahko bistveno vplivale na medijsko pluralnost ali uredniško neodvisnost, lahko AKOS v teh primerih po uradni dolžnosti ali na predlog stranke, ki so ji bile naložene zaveze, zaradi bistvenih sprememb okoliščin na medijskem trgu spremeni odločbo, s katero je odločil o medijski koncentraciji in o zavezah ter upravni akt ustrezno obrazloži. Če je sprememba takšna, da lahko ob upoštevanju že izdane odločbe AKOS v konkretnem primeru ugotovi bistveno vplivanje na medijsko pluralnost ali uredniško neodvisnost, to odločbo razveljavi in po potrebi odloči o odpravi učinkov medijske koncentracije.

K 36. členu (poročilo o izpolnjevanju zavez):

AKOS preverja, ali se medijska koncentracija, ki je bila dovoljena z odločbo AKOS, izvršuje v skladu s pogoji oziroma zavezami iz odločbe. V ta namen lahko AKOS od priglavitelja kadarkoli zahteva poročilo o izpolnjevanju zavez.

K 37. členu (posebni primeri razveljavitve odločbe):

AKOS lahko z odločbo razveljavi odločbo o skladnosti medijske koncentracije v skladu s tem zakonom in z isto odločbo ponovno odloči o oceni medijske koncentracije v skladu s tem zakonom:

- če odločba temelji na nepravilnih, nepopolnih ali zavajajočih podatkih ali
- če podjetje ravna v nasprotju z obveznostmi iz odločbe iz prve alineje prvega odstavka 34. člena tega zakona.

Odločba po prvi alineji se lahko izda v treh letih od dneva, ko je bila odločba o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom izdana, odločba po drugi alineji pa v dveh letih po preteku roka iz odločbe iz druge alineje prejšnjega odstavka.

K 38. členu (ukrepi za odpravo učinkov medijske koncentracije):

Če je prišlo do izvedbe ali izvrševanja medijske koncentracije, ki jo je AKOS prepovedal, ali če podjetje ni izpolnilo zavez, določenih v odločbi o skladnosti medijske koncentracije s tem zakonom, lahko AKOS v tej koncentraciji udeleženi podjetji naloži ukrepe, s katerimi se znova vzpostavi stanje, kot je bilo pred izvedbo te koncentracije, zlasti za zagotovitev uredniške avtonomije, neodvisnost medijev in medijske pluralnosti.

Kadar stanja, kot je bilo pred izvedbo medijske koncentracije, ni mogoče vzpostaviti, lahko AKOS naloži kateri koli drug primeren ukrep za vzpostavitev stanja, ki je čim bolj podobno stanju pred izvedbo medijske koncentracije.

AKOS naloži navedene ukrepe z odločbo o neskladnosti medijske koncentracije s tem zakonom ali s posebno odločbo.

K 39. členu (odločbe in sklepi):

Člen opredeljuje ravnanje z zaupnimi podatki, navedenimi v odločbi. Kadar je v postopek vključenih več strank, se v primeru, da so v odločbi ali sklepu, s katerim se postopek konča, navedeni zaupni

podatki o stranki, drugim strankam vroči odločba ali sklep, v katerem se ti podatki iz obrazložitve izbrišejo.

Za potrebe javnega razpolaganja z informacijami in izdanimi upravnimi akti mora stranka na zahtevo in v roku, ki ga določi AKOS, predložiti različico odločbe ali sklepa, s katerim se postopek konča, na katerem označi zaupne podatke. Če stranka tega ne stori v roku, se šteje, da dokument ne vsebuje zaupnih podatkov.

Javnost dela AKOS se zagotavlja tako, da se obvestilo o izdani odločbi ali sklepu, s katerim se postopek konča, objavi na spletni strani AKOS.

K 40. členu (sodno varstvo):

Zoper dokončne odločbe ali druge posamične akte AKOS ni dovoljena pritožba, možen pa je upravni spor.

K 41. členu (nezdružljivost opravljanja oglaševalske in medijske dejavnosti):

Z namenom preprečevanja nasprotja interesov je izrecno predpisana nezdružljivost opravljanja oglaševalske in medijske dejavnosti.

K 42. členu (nadzor AKOS):

AKOS je pristojen za izvajanje nadzora nad spoštovanjem členov o medijski koncentraciji ter nad izpolnjevanjem odločb, ki jih izda na podlagi teh členov.

K 43. členu (delež lastne produkcije):

Delež programskih vsebin lastne produkcije mora obsegati najmanj 20 odstotkov dnevnega oddajnega časa posameznega radijskega ali televizijskega programa, v katerega se všteta tudi določen delež predvajanja slovenske glasbe ter predvajanje premier in prvih ponovitev slovenskih avdiovizualnih del.

Po novem je višina deleža za radijske in televizijske programe izenačena. Prav tako za televizijske programe ni več določena posebna obveznost za čas med 18. in 22. uro.

Namen nove ureditve je, da se zagotovi lažje zagotavljanje deležev lastne produkcije, kar zlasti za manjše radijske in televizijske programe predstavlja veliko finančno breme, večjim, nacionalnim programom pa tudi dodatne ovire nasproti tujim programom, ki tovrstnih zahtev ne poznajo.

S tem namenom se določajo tudi izjeme od obveznosti zagotavljanja deležev lastne produkcije, in sicer te ne bodo veljale ob sobotah in nedeljah, ob državnih praznikih, ki so dela prosti dnevi, in drugih dela prostih dnevih v skladu z zakonom, ki ureja praznike in dela proste dneve v Republiki Sloveniji, ter v času trajanja šolskih počitnic, kot jih določajo predpisi, ki urejajo šolske počitnice za učence. V tem času tudi ne bodo veljale zahteve po lastni produkciji lokalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena. Določbe o deležu lastne produkcije po tem zakonu prav tako ne bodo veljale za tematske radijske in televizijske programe.

K 44. členu (delež slovenskih avdiovizualnih del):

Obveznost zagotavljanja predpisanega deleža slovenskih avdiovizualnih del je namenjena zagotavljanju pluralnosti programskih vsebin ter varovanju in ohranitvi slovenske kulturne, jezikovne in nacionalne identitete.

Določena je jasnejša definicija slovenskih avdiovizualnih del, in sicer so to avtorska dela, kot so filmi, nadaljevanke ali nanizanke, ki so izvorno izdelani v slovenskem jeziku oziroma v italijanskem ali madžarskem jeziku, če so namenjeni avtohtoni italijanski ali madžarski narodni skupnosti v Republiki Sloveniji ali pa so nastali v večinski ali manjšinski produkciji producentov, ki imajo sedež v Republiki Sloveniji.

Obstoječa ureditev v ZMed določa obveznost prizadevanja, da slovenska avdiovizualna dela obsegajo pomemben delež letnega oddajnega časa, obenem pa obveznost, da ta dela obsegajo najmanj dva odstotka letnega oddajnega časa (do leta 2003) in da se mora nato ta delež vsako leto zviševati, dokler ne obsega najmanj pet odstotkov.

Da se zagotovita popolna jasnost in določnost obveznosti, smo določbo prenovili, in sicer mora delež slovenskih avdiovizualnih del obsegati najmanj pet odstotkov letnega oddajnega časa televizijskega programa.

Pri obveznosti zagotavljanja predpisanega deleža slovenskih avdiovizualnih del določamo možnost, da izdajatelj televizijskega programa, ki ne izpolnjuje tega deleža, za produkcijo ali za pridobitev pravic do slovenskih avdiovizualnih del, ki jih predvaja prek svojega televizijskega programa, vsako koledarsko leto nameni finančni prispevek v višini najmanj dveh odstotkov vseh njegovih prihodkov iz naslova izvajanja televizijske dejavnosti v preteklem koledarskem letu.

Določajo se tudi utemeljene oz. razumne izjeme od obveznosti doseganja deležev.

K 45. členu (delež slovenske glasbe):

Namen obveznih deležev slovenske glasbe je že od njihove uveljavitve v ZMed iz leta 2001 zaščita in promocija slovenske glasbene ustvarjalnosti, zaščita slovenskega jezika in ohranjanje slovenske kulturne in nacionalne identitete. Nova ureditev ne odstopa od teh ciljev, kot tudi ne spreminja osnovne višine kvot iz novele ZMed-A iz leta 2006, katerim so zavezani zasebne oz. komercialne radijske in televizijske postaje, programi s statusom posebnega pomena in javna Radiotelevizija Slovenija.

Delež slovenske glasbe mora obsegati najmanj 20 odstotkov števila vseh skladb, predvajanih v dnevnem oddajnem času posameznega radijskega ali televizijskega programa. V primeru radijskih in televizijskih programov Radiotelevizije Slovenija je ta delež 40 odstotkov, v primeru lokalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena pa 25 odstotkov.

Nova ureditev prinaša pomembno spremembo, ki bo prispevala k lažjemu izvajanju te obveznosti. Predpisan delež slovenske glasbe se po novem glasi na število vseh predvajanih skladb, in ne več na obseg predvajanja. S to spremembo se bodo občutno zmanjšale administrativne obveznosti izdajateljev pri oblikovanju seznamov predvajanja in načrtovanja glasbenih shem.

Nova ureditev ukinja obstoječe tri časovne pasove, v okviru katerih se mora zagotavljati kvota slovenske glasbe, kar je bilo v praksi težko izvedljivo, to pa bo izdajateljem omogočilo večjo prožnost pri oblikovanju glasbenih shem.

Ustavno sodišče je z odločbo št. U-I-26/17-33, U-I-87/16-35 in U-I-105/16-32 z dne 24. 10. 2019, objavljeno v Uradnem listu RS št. 67/2019 z dne 8. 11. 2019, zaradi neskladja z 2. členom Ustave RS (načelo jasnosti in pomenke določljivosti predpisov) razveljavilo prvi odstavek 86. člena in prvi do peti odstavek 86.a člena ZMed, kolikor te določbe veljajo za zasebne radijske postaje.

Ustavno sodišče je sicer glede namena in ciljev ureditve o obveznih deležih predvajanja slovenske glasbe, torej ohranjanja slovenske nacionalne in kulturne identitete, zaščite in spodbujanja slovenske glasbene ustvarjalnosti (v tem okviru pa še posebej novejše in manj uveljavljene) ter zaščite slovenskega jezika oziroma interesa poslušalcev, da lahko v vsakem delu dneva po radijskih postajah poslušajo slovensko glasbo, ki jih določata tudi 4. in 5. člen ZMed (kot vsebino javnega interesa na področju medijev oziroma kot splošno načelo ZMed), navedlo, da gre pri navedenem zagotovo za javne interese, ki lahko utemeljujejo posege v človekove pravice. Vendar je presodilo, da nejasnosti v ZMed (merila za identifikacijo »slovenskih« ustvarjalcev in poustvarjalcev glasbenih del ter radijskih programov, ki »v večinskem delu predvajajo instrumentalno glasbo«) ni mogoče odpraviti z namensko razlago, ki bi upoštevala tako ugotovljene zakonske namene.

Ustavno sodišče je navedlo, da je načelo jasnosti in pomenke določljivosti predpisov eno izmed načel pravne države iz 2. člena Ustave. Če zakoni in drugi predpisi niso jasni, obstaja možnost različne uporabe zakona in drugega predpisa in arbitrarnosti državnih organov ali drugih organov za izvrševanje javnih pooblastil, ki odločajo o pravicah posameznikov. Predpis je protiustavno nejasen, kadar se z ustaljenimi metodami razlage ne da ugotoviti njegove vsebine, ne pa zgolj zato, ker ne daje odgovorov na vsa vprašanja, ki se utegnejo pojaviti pri njegovem izvrševanju v praksi. Zakon torej izpolnjuje zahteve po jasnosti in pomenki določljivosti, če je na njegovi podlagi ravnanje organov, ki ga morajo izvajati (ali nadzorovati, kako ga izvajajo njegovi naslovniki), določno in predvidljivo. S tem je zagotovljeno, da naslovniki pravnih pravil niso izpostavljeni stopnji nepredvidljivosti in negotovosti pravnih posledic njihovih storitev ali opustitev, ki je ustavnopravno nevzdržna in nesprejemljiva.

Opredelelitev slovenske glasbe je v obstoječi ureditvi podana v četrtem odstavku 67. člena ZMed, ki jo opredeljuje kot »glasbo slovenskega izvora, ki zajema pojem vokalne, vokalno-instrumentalne in instrumentalne glasbe«. Prvi odstavek 86. člena ZMed pa določa, da mora biti najmanj 20 odstotkov vse dnevno predvajane glasbe vsakega radijskega programa »slovenska glasba oziroma glasbena produkcija slovenskih ustvarjalcev in poustvarjalcev«.

Ustavno sodišče je presodilo, da bi sistem obveznih deležev predvajanja slovenske glasbe, utemeljen izključno na etnični pripadnosti, zahteval (a) množično zbiranje podatkov o narodnostni pripadnosti velikega števila umetnikov, pogosto na podlagi nezanesljivih sklepanj iz osebnega imena in drugih (nejasnih) okoliščin, po njihovi pridobitvi pa (b) razločevanje glasbenih del glede uvrščanja v obvezne deleže glede na umetnikovo nacionalnost, kar bi posredno vplivalo tako na njegovo umetniško svobodo (59. člen Ustave) kot tudi na izvrševanje gospodarske pobude (prvi odstavek 74. člena Ustave). Tak sistem bi bil nesprejemljiv najmanj z vidika tako omenjenih ustavnih določb kot tudi prvega odstavka 14., 34. in 38. člena Ustave.

Z upoštevanjem zadevne ustavne odločbe je zato določena nova definicija slovenske glasbe, ki zajema skladbe, ki so izvajane v slovenskem jeziku ali pa so producirane ali izdane v Republiki Sloveniji.

Z namenom lažjega zagotavljanja predpisanih deležev se določa možnost, da se v primeru glasbenih oddaj, namenjenih predstavitvi in promociji glasbe v slovenskem jeziku, v katerih neodplačno gostujejo glasbeni ustvarjalci in so predvajane v dnevnem oddajnem času med 6. in 22. uro, za namen ugotavljanja deleža glasbe v slovenskem jeziku število v takšni oddaji predvajanih skladb v slovenskem jeziku upošteva v dvakratniku. S tem ukrepom se radijske in televizijske programe spodbuja, da poleg predvajanja slovenske glasbe pripravljajo tudi oddaje, namenjene promociji slovenske glasbe njenim ustvarjalcem, ki na ta način dobijo dodatno priložnost, da se predstavijo poslušalcem in gledalcem.

Nova ureditev določa tudi širši krog upravičenih izjem zagotavljanja kvote slovenske glasbe.

K 46. členu (posebne programske zahteve za Radiotelevizijo Slovenija):

Zaradi posebne vloge, ki jo ima kot izvajalec javne službe na področju medijev, mora RTV Slovenija izpolnjevati strožje programske zahteve na področju zagotavljanja slovenskih avdiovizualnih del. Predlog zakona ohranja v veljavi obstoječo ureditev, po kateri morajo slovenska avdiovizualna dela na 1. in 2. televizijskem programu RTV Slovenija obsegati najmanj 25 odstotkov letnega oddajnega časa, pri čemer morajo eno četrtino tega deleža ustvariti neodvisni producenti. Avdiovizualna dela neodvisnih producentov morajo nadalje obsegati najmanj 10 odstotkov letnega oddajnega časa televizijskih programov Radiotelevizije Slovenija, k čemur se všteva tudi prej omenjeni delež slovenskih avdiovizualnih del, ki ga ustvarijo neodvisni producenti.

Izjema od doseganja deležev je določena za posebni parlamentarni televizijski program, namenjen neposrednim prenosom sej Državnega zbora, in za televizijske programe, ki so namenjeni italijanski in madžarski narodni skupnosti.

K 47. členu (lokalni ali regionalni radijski in televizijski programi posebnega pomena):

Z novo ureditvijo se izenačijo vsebinski oz. programski pogoji (programske zahteve) za pridobitev statusa lokalnega in regionalnega radijskega in televizijskega programa posebnega pomena, ohranja pa se razlikovanje med statusoma, in sicer glede na to, komu je program namenjen (lokalni program je namenjen prebivalcem lokalnega območja, na katerem živi do 10 odstotkov prebivalcev Republike Slovenije, pri regionalnem programu pa je ta odstotek med 10 in 50).

Nova ureditev odpravlja nekatere obstoječe pogoje za pridobitev statusa, ki so se v praksi izkazali za nepotrebne ali težje izvršljive, kot npr. prepoved izdajanja drugih programov ali zaposlitev šestih delavcev za nedoločen čas s polnim delovnim čas. Drugi obstoječi pogoji pa so se prilagodili v smislu večje relevantnosti za javni interes.

Nova ureditev ne spreminja postopka dodelitve statusa. O tem po predhodnem mnenju Ministrstva za kulturo odloči AKOS z odločbo. Odvzem statusa lokalnega radijskega ali televizijskega programa bo sledil, če izdajatelj ne bo izpolnjeval predpisanih pogojev, vendar šele, če ugotovljenih nepravilnosti ne bo odpravil v roku, ki ga je določil AKOS. Po novem je tudi določena možnost, da izdajatelj sam poda zahtevo za odvzem statusa.

K 48. členu (lokalni ali regionalni radijski ali televizijski program v mreži):

Pomembna novost, ki jo prinaša nova ureditev in bo dodatna spodbuda za razvoj lokalnih radijskih in televizijskih programov, je možnost, da se izdajatelji s statusom lokalnega oziroma regionalnega radijskega ali televizijskega programa organizacijsko in programsko povežejo za razširjanje lokalnega ali regionalnega radijskega ali televizijskega programa v mreži.

Po obstoječi ureditvi se lahko radijski programi s statusom lokalnega programa posebnega pomena povežejo le v regionalno mrežo, vendar morata tako mreža kot tudi matični programi izpolnjevati vse obveznosti, ki jih glede statusa določa zakon. Takšna ureditev se v praksi ni pokazala za najustreznejšo in učinkovito, saj imata dva programa, s tem pa njuna izdajatelja, ki sta se zaradi finančne stiske povezala, več programskih obveznosti kot drugi lokalni radijski programi, ki imajo večje območje pokrivanja in povezovanja ne potrebujejo. V lokalnem okolju, v katerem je težko zagotoviti ustrezen kader in zadostno količino kakovostnih programskih vsebin, je te zahteve izjemno težko izpolnjevati, izdajatelji pa se srečujejo tudi s tehničnimi težavami. Dva lokalna radijska programa, ki želita sodelovati, morata v programu uporabljati celo tri različna imena (imeni obeh matičnih programov in ime regionalne mreže), kar med poslušalci povzroča veliko zmedo. Z združitvijo dveh programov s statusom, ki sta premajhna, da bi bil njun poslovni model ekonomsko upravičen, bomo dobili en program s statusom, ki bo lažje ključoval vse večjim izzivom na medijskem trgu, poslušalci pa ne bodo prikrajšani za obseg programskih vsebin.

Lokalni ali regionalni radijski ali televizijski programi v mreži se za namene tega zakona v mrežnem oddajnem času obravnavajo kot enotni program z enotno identifikacijo. To je npr. relevantno za izpolnjevanje kvot in drugih programskih obveznosti ali za kandidiranje na razpisih po tem zakonu. O dovolitvi oddajanja lokalnega oziroma regionalnega radijskega ali televizijskega programa v mreži bo na podlagi vloge povezanih izdajateljev odločil AKOS z vpisom mreže v dovoljenje za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti vsakega od povezanih izdajateljev.

K 49. členu (študentski radijski in televizijski programi posebnega pomena):

Predlog zakona ohranja obstoječo ureditev statusa študentskega programa posebnega pomena. Izdajatelj študentskega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena je lahko le študentska organizacija. Programske vsebine tega programa morajo ustvarjati in razširjati večinoma študentje in biti pretežno namenjene študentski javnosti. Presežek prihodkov nad odhodki se lahko uporablja samo za izvajanje dejavnosti, za katero je študentska organizacija ustanovljena, v skladu z zakonom, ki ureja delovanje in dejavnost samoupravne skupnosti študentov Slovenije, in s svojim ustanovitvenim aktom.

K 50. členu (nepridobitni radijski in televizijski programi posebnega pomena):

Predlog zakona ohranja programske zahteve, ki jih mora izpolnjevati nepridobitni program posebnega pomena, in sicer mora le-ta v dnevnem oddajnem času med 5. in 19. uro, če gre za radijski program, oziroma med 8. in 22. uro, če gre za televizijski program, zagotavljati najmanj 20 odstotkov programskih vsebin lastne produkcije, v katere so kumulativno vključene informativne, umetniške, izobraževalne in kulturno-zabavne vsebine.

Ohranjena je tudi dosedanja zahteva, da izdajatelj tega programa dobiček ali presežek prihodkov nad odhodki uporablja izključno za doseganje namenov ali ciljev na področju izdajanja nepridobitnega programa, ter je dodatno poudarjeno, da svojega premoženja ne deli med svoje ustanovitelje, družbenike, člane ali druge osebe. Izdajatelj ne sme biti ustanovljen z namenom opravljanja pridobitne dejavnosti ali z namenom pridobivanja dobička ali z namenom razvoja, olajševanja ali pospeševanja pridobitne dejavnosti svojih ustanoviteljev, družbenikov ali članov. Po obstoječi ureditvi plače njegovih zaposlenih ter nadomestila za plače članov organov upravljanja in nadzora pri izdajatelju ter druga nadomestila (potni stroški, dnevnice itd.) ne smejo presegati tarif, ki jih veljavni predpisi in kolektivna pogodba zaposlenih v kulturi določajo za javne zavode. Zahteve glede zaposlitve so glede na obstoječo ureditev zmanjšane, in sicer mora izdajatelj imeti sklenjeno pogodbo o zaposlitvi za nedoločen čas ali zagotovljeno drugo dolgotrajno sodelovanje z najmanj dvema novinarjema oziroma programskima delavcema, razen če gre za program, ki je namenjen obveščanju pripadnikov manjšinskih etničnih in narodnih skupnosti.

Postopek podelitve in odvzema statusa je v primerjavi z obstoječo ureditvijo spremenjen. Po novem bo o podelitvi in odvzemu statusa nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena odločil AKOS po predhodnem mnenju Ministrstva za kulturo. S tem se ta postopek uskladi s postopki za lokalni oz. regionalni in študentski status, o čemer je že do sedaj odločal AKOS.

K 51. členu (pravna podlaga za sprejem splošnega akta):

Določena je pravna podlaga za sprejem splošnega akta AKOS, s katerim se podrobneje določita postopek pridobitve oziroma odvzema statusa lokalnega oziroma regionalnega, študentskega in nepridobitnega programa posebnega pomena ter postopek za dovolitev razširjanja lokalnih oziroma regionalnih radijskih in televizijskih programov v mreži.

K 52. členu (zaščita slovenščine):

Zaščito slovenščine primarno ureja krovni Zakon o javni rabi slovenščine (ZJRS). Ta v 22. členu določa, da mora biti jezik v medijih, registriranih v Republiki Sloveniji, slovenski, da morajo biti tujejezični radijski in televizijski programi ali njihovi deli, ki jih prevzemajo izdajatelji, ustanovljeni oziroma registrirani v Republiki Sloveniji, prevedeni v slovenščino, in da če so v medijih, ki izhajajo v slovenščini, objavljena sporočila tudi v tujem jeziku, ne smejo biti izrazno bolj poudarjena kot sporočila v slovenščini. ZJRS pa dopušča, da se lahko v področnem zakonu (ZMed) uredijo posebnosti in izjeme glede navedenih (splošnih) pravil.

Zaščita slovenščine v medijih se nanaša na ime medija oz. imena njegovih rubrik oziroma oddaj – razen če gre za slovenske licenčne različice tujega medija – ter tudi na vse programske in oglaševalske vsebine, ki se razširjajo prek medija. Obveznost zagotavljanja programskih vsebin v slovenščini se izjemoma ne zahteva v primerih, ko to zaradi aktualnosti, neposrednosti in avtentičnosti obveščanja javnosti ni mogoče ter je obveščanje v tujem jeziku v interesu javnosti ali zaradi neizogibnih časovnih, tehničnih ali drugih nepričakovanih ovir, na katere izdajatelj ni mogel vplivati. V navedenih primerih zakon zahteva, da se razlog oziroma namen razširjanja programskih vsebin v tujem jeziku posebej opredeli na vidnem mestu nosilca medija z razvidnimi grafičnimi, optičnimi ali akustičnimi znaki v slovenskem jeziku.

Obveznosti v zvezi z zaščito slovenščine v medijih ne bodo veljale za medije, ki so namenjeni madžarski ali italijanski narodni skupnosti v Republiki Sloveniji, romski skupnosti, ki živi v Sloveniji, in za medije, ki so v skladu s programsko zasnovo ali ustanovitvenim aktom izdajatelja v prvi vrsti namenjeni bralcem, poslušalcem oziroma gledalcem iz druge jezikovne skupine ali ciljajo na drugo državo in niso dostopni v Republiki Sloveniji.

K 53. členu (prepoved spodbujanja nasilja ali sovraštva in ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj):

Ustava Republike Slovenije v prvem odstavku 63. člena kot protiustavno opredeljuje »vsakršno spodbujanje k narodni, rasni, verski ali drugi neenakopravnosti ter razpihovanje narodnega, rasnega verskega ali drugega sovraštva in nestrpnosti«. Ta ustavna norma je konkretizirana v 297. členu Kazenskega zakonika (KZ-1), ki inkriminira javno spodbujanje sovraštva, nasilja ali nestrpnosti, ter v 20. členu Zakona o varstvu javnega reda in miru (ZJRM-1), ki kot posebne prekrške opredeljuje prekrške nasilnega in drznega vedenja, nedostojnega vedenja, poškodovanja uradnega napisa, oznake ali odločbe, pisanja po objektih in uničevanja državnih simbolov, kadar so ti storjeni »z namenom vzbujanja narodnostne, rasne, spolne, etnične, verske, politične nestrpnosti ali nestrpnosti glede spolne usmerjenosti«.

Eno najbolj uveljavljenih opredelitev t. i. sovražnega govora je že leta 1997 sprejel Odbor ministrov Sveta Evrope, ki je v prilogi k Priporočilu št. R (97) 20 sovražni govor opredelil kot vse oblike izražanja, ki širijo, spodbujajo, promovirajo ali opravičujejo rasno sovraštvo, ksenofobijo, antisemitizem ali druge oblike sovraštva, ki temeljijo na nestrpnosti, vključno z nestrpnostjo, ki se izraža z napadalnim nacionalizmom in etnocentrizmom, diskriminacijo in negativno nastrojenostjo zoper manjšine, migrante in osebe migrantskega izvora. Še natančnejšo opredelitev, ki je zaradi sklicevanja na neizčrpen obseg zaščitene osebnih okoliščin tudi aktualnejša, je podala Evropska komisija proti rasizmu in nestrpnosti (ECRI), ki je v svojem Splošnem priporočilu št. 15 o boju proti sovražnemu govoru sovražni govor opredelila kot vsakršno »zagovarjanje, spodbujanje ali pozivanje k zaničevanju, sovraštvu ali očrnitvi oseb ali skupin oseb, kot tudi vsakršno nadlegovanje, žalitve, negativno stereotipizacijo, stigmatizacijo ali grožnje tem osebam ali skupinam oseb ter opravičevanje navedenih oblik izražanja, ki temelji na neizčrpnem seznamu osebnih okoliščin in statusov, vključno z 'raso', barvo kože, izvorom, narodno ali etnično pripadnostjo, starostjo, invalidnostjo, jezikom, vero ali prepričanjem, spolom, spolno identiteto in spolno usmerjenostjo«.

Navedeni opredelitvi kažeta na bistveno značilnost sovražnega govora, ki je v motivu njegovega izvajanja oziroma v razlogih za izbiro njegovih žrtev. Sovražni govor je zoper posamezne osebe oziroma skupine oseb nujno uperjen zaradi njihovih osebnih okoliščin. Skupni imenovalec oblik sovražnega govora je v tem, da je njihov izvor v stereotipih, predsodkih in stigmah (temelječih na osebnih okoliščinah), ki negativno vplivajo na dostojanstvo posameznika in posredno tudi skupine, ki ji pripada.

V sodobni družbi predstavljajo mediji temeljni in najpomembnejši kanal obveščanja javnosti ter instrument zagotavljanja posameznikove pravice do obveščeniosti, obenem pa so tudi ključen dejavnik vplivanja na javno mnenje in družbeno klimo. ECRI ugotavlja, da je pojavnost sovražnega govora največja prav v medijih in na spletu, pri čemer splet dodatno omogoča takojšnje in široko razširjanje medijskih sporočil. Regulacija sovražnega govora v medijih lahko zato pomembno vpliva na zmanjševanje njegove pojavnosti, pri čemer mora njene meje postavljati mednarodnopravno priznana pravica do svobode izražanja, ki predstavlja temelj vsake demokratične družbe. Na tem mestu je treba poudariti, da, kot izhaja iz Deklaracije Odbora ministrov Sveta Evrope o svobodi politične razprave v medijih, svoboda govora *»ne vključuje pravice do izražanja rasističnih mnenj ali mnenj, ki spodbujajo k sovraštvu, ksenofobiji, antisemitizmu ali katerikoli obliki nestrpnosti«*.

Prva mednarodnopravna prepoved sovražnega govora izhaja iz Mednarodne konvencije o odpravi vseh oblik rasne diskriminacije (MKORD) iz leta 1965, ki v 4. členu državam pogodbenicam nalaga obveznost uveljavitve *»takojšnjih in učinkovitih ukrepov/ z namenom, da z njimi izkoreninijo ščuvanje k diskriminaciji ali dejanja diskriminacije«*, med drugim *»razglasiti za kaznivo ravnanje sleherno širjenje idej, temelječih na rasni večvrednosti ali rasnem sovraštvu, ščuvanje k rasni diskriminaciji, kakor tudi vsa dejanja nasilja ali spodbujanja k takim dejanjem proti katerikoli rasi ali skupini ljudi druge barve kože ali drugega etničnega porekla /.../«*.

Navedena prepoved se ne omejuje zgolj na kazenski pregon sovražnega govora. Odbor OZN za odpravo rasne diskriminacije v Splošnem komentarju št. 35 iz leta 2013 pojasnjuje, da predstavlja celovita zakonodaja s področja civilnega, upravnega in kazenskega prava, ki mora predpisovati tudi sankcije za primere kršitev, minimalne zahteve za učinkovit boj proti rasističnemu sovražnemu govoru, pri čemer naj se kazenskopravna sredstva uporabijo za najhujše oblike sovražnega govora, za milejše oblike pa druga pravna sredstva.

Podobno prepoved kot MKORD vsebuje tudi Mednarodni pakt o državljanskih in političnih pravicah (MPDPP) iz leta 1966, ki v 20. členu nalaga državam, da z zakonom prepovedo *»vsako hujskanje k nacionalnemu, rasnemu ali verskemu sovraštvu, ki bi pomenilo spodbujanje k diskriminaciji, sovražnosti ali nasilju«*. Odbor OZN za človekove pravice je že leta 1983 v Splošnem komentarju št. 11 pojasnil, da je za polno učinkovanje prepovedi iz 20. člena MPDPP potrebno, da države sprejmejo zakonodajo, ki bo tovrstno spodbujanje razglasila za neskladno z javno politiko in predpisala ustrezne sankcije za primere kršitev. Potrebo po raznolikih, ne zgolj kazenskopravnih sankcijah za kršitve 20. člena MPDPP izpostavlja tudi t. i. Akcijski načrt iz Rabata, ki je bil oktobra 2012 sprejet pod okriljem Urada visoke komisarke OZN za človekove pravice.

Regulacija sovražnega govora v medijih je torej utemeljena tudi z mednarodnimi obveznostmi Republike Slovenije, ki je pogodbenica tako MKORD kot MPDPP, in na nobenega izmed relevantnih členov obeh konvencij ni podala pridržka.

Pri tem je treba poudariti, da namen prepovedi in sankcioniranja t. i. sovražnega govora v medijih nikakor ni pavšalno omejevanje pravice do svobode govora, saj namreč ta pravica ni absolutna, sovražni govor pa presega njene okvire. To jasno določa tudi mednarodno pravo človekovih pravic. MPDPP v 19. členu tako določa, da uveljavljanje pravice do svobodnega izražanja obsega *»posebne dolžnosti in posebno odgovornost«*, zato je lahko podvrženo omejitvam, ki pa morajo biti izrecno določene z zakonom in nujne, med drugim tudi zaradi spoštovanja pravic in ugleda drugih. Odbor OZN za odpravo rasne diskriminacije v Splošnem komentarju št. 35 pa je poudaril, da *»uveljavljanje pravice do svobodnega izražanja ne sme biti uperjeno v uničenje pravic in svoboščin drugih, vključno s pravico do enakosti in nediskriminacije«*.

Bistveno enako določilo vsebuje tudi Evropska konvencija o človekovih pravicah (EKČP), ki v 10. členu določa, da izvrševanje svobode govora vključuje tudi dolžnosti in odgovornosti in je zato lahko podvrženo *»obličnostnim pogojem, omejitvam ali kaznim, ki jih določa zakon in ki so nujne v demokratični družbi /.../ za zavarovanje ugleda in pravic drugih«*.

Večdesetletna praksa Evropskega sodišča za človekove pravice (ESČP) odseva pomen vseh relevantnih človekovih pravic – od svobode izražanja na eni strani do nediskriminacije in dostojanstva na drugi. To je bistveno za obstoj demokratičnih in pluralističnih družb, kakršnih vizija je zajeta v EKČP. ESČP je v prid pravici do svobodnega izražanja v zadevi Handyside proti Združenemu kraljestvu odločilo, da se ta *».../ ne nanaša zgolj na 'informacije' in 'ideje', ki so sprejete z odobravanjem, temveč tudi na tiste, ki žalijo, pretresajo ali motijo državo ali katerikoli del*

prebivalstva. Takšne so zahteve pluralizma, strpnosti in odprtosti, brez katerih demokratične družbe ne bi bilo.»

Hkrati pa je ESČP na drugi strani v sodbi *Erbakan proti Turčiji* pravico do svobodnega izražanja postavilo na tehtnico s pravico do nediskriminacije in odločilo, da »/.../ strpnost in spoštovanje enakega dostojanstva vseh ljudi predstavljata temelj demokratične in pluralistične družbe. Zaradi tega je, z načelnega stališča, v nekaterih demokratičnih družbah nujno sankcionirati ali celo preprečiti vse oblike izražanja, ki širijo, spodbujajo, zagovarjajo ali opravičujejo sovraštvo, ki temelji na nestrpnosti /.../, upoštevajoč, da so takšne /.../ 'omejitve' ali 'kazni' sorazmerne zasledovanemu legitimnemu cilju.«

ESČP je skozi prakso v primerih sovražnega govora razvilo večdimenzionalne standarde pravne presoje, prek katerih odloča o dopustnosti posegov držav v pravico do svobodnega izražanja, kadar je ta postavljena nasproti pravicama do nediskriminacije in dostojanstva. Ti standardi zagotavljajo zaščito človekovih pravic in vladavino prava ter, kot izhaja iz že omenjenega priporočila ECRI, preprečujejo omejitve sovražnega govora pred zlorabo za namene utišanja manjšin, kritik vladnih politik, politične opozicije ali verskih prepričanj, torej temeljnih sestavin demokratičnega dialoga.

Namen zakonske prepovedi spodbujanja nasilja in sovraštva v medijih, kot je predlagan v predlogu zakona, je, da se izhajajoč iz ustavne prepovedi spodbujanja k neenakopravnosti in nestrpnosti ter prepovedi spodbujanja k nasilju in vojni (63. člen Ustave Republike Slovenije), mednarodnih obveznosti Republike Slovenije ter mednarodne sodne prakse zagotovi učinkovito preprečevanje razširjanja t. i. sovražnega govora prek medijev, ob hkratni zagotovitvi, da zadevna omejitve ne bo nesorazmerno posegala v svobodo izražanja, zagotovljeno v prvem odstavku 39. člena Ustave Republike Slovenije.

Z novo ureditvijo določamo natančnejšo zakonsko konkretizacijo prepovedanega ravnanja, in sicer se v medijih prepoveduje spodbujanje nasilja ali sovraštva do skupine oseb ali člana take skupine na podlagi spola, rase, barve kože, etničnega ali socialnega porekla, genetskih značilnosti, jezika, vere ali prepričanja, političnega ali drugega mnenja, pripadnosti narodnosti manjšini, premoženja, rojstva, invalidnosti, starosti, spolne usmerjenosti ali državljanstva. Poleg tega se v medijih prepoveduje spodbujanje terorizma, kar sicer po Kazenskem zakoniku predstavlja kaznivo dejanje.

Pri navedenih prepovedih gre za uskladitev s prepovedjo, ki jo je določila Direktiva 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (UL L št. 95 z dne 15. 4. 2010, str. 1), zadnjič spremenjena z Direktivo (EU) 2018/1808/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. novembra 2018 o spremembi Direktive 2010/13/EU o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) glede na spreminjajoče se tržne razmere (UL L št. 303 z dne 28. 11. 2018, str. 69), in je bila v slovenski pravni red že implementirana z Zakonom o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. 87/11, 84/15 in 204/21; v nadaljnjem besedilu: ZAVMS). Na ta način se torej ureditev, ki je doslej veljala le za avdiovizualne medijske storitve, izenačuje za vse medije oziroma bo po novem tudi za avdiovizualne medijske storitve veljala prepoved v tem zakonu, in ne več v ZAVMS.

Glavna pomanjkljivost obstoječe ureditve je v tem, da ima pravno naravo napolilne določbe, saj zakonodajalec zanjo ni določil kazenske sankcije v obliki globe. To pomeni, da tudi ob morebitni prijavi zoper vsebino, ki jo objavi medij, ukrepanje ni možno, saj pristojni inšpektorat na podlagi navedene odločbe ni upravičen izreči sankcije oziroma uvesti prekrškovnega postopka. To pomanjkljivost s predlogom zakona odpravljamo, saj se za kršitev določbe o prepovedi spodbujanja nasilja in sovraštva v medijih določa sankcija globe.

K 54. členu (zaščita otrok):

Otrokom kot najbolj občutljivejši kategoriji uporabnikov medijev ta zakon namenja posebno skrb in pozornost. Zakon na več mestih zagotavlja ukrepe, ki otroke ščitijo pred izpostavljenostjo vsebinam, ki bi lahko ogrozile njihov telesni, duševni in moralni razvoj. Pri tem se kot vodilo upošteva koncept korist otrok, ki ga kot eno glavnih načel spoštovanja otrokovih pravic vsebuje 3. člen Konvencije Združenih narodov o otrokovih pravicah (1989) in tudi vsi drugi ključni mednarodni dokumenti s področja otrokovih pravic.

K 55. členu (pravila za komentiranje):

Presoja komentarjev javnosti oz. njihova obravnava in morebitna odstranitev sta izključno stvar samoregulacije izdajatelja medija. To pomeni, da izdajatelj sam določi, na kakšen način bo izvajal to dejavnost. To je pomembno zato, ker namen ureditve spletnega komentiranja ni v tem, da bi se iz odgovornega urednika naredilo objektivno odgovorno osebo, ki bo morala skrbeti za stalni in predhodni nadzor (zunanjih) komentatorjev kot neke vrste javnopravni cenzor. Predlog zakona določa le minimalno vsebino, ki jo izdajatelj uredi in sprejme sam, pri tem pa mu zakon ne nalaga nobenih obveznosti, ki bi šle v smer predhodne moderacije komentarjev, kot tudi ne določa njegove odgovornosti za vsebino komentarjev. Pravni režim spletnega komentiranja namreč ne sme voditi v obvezno predhodno moderacijo uporabniških komentarjev, kot tudi ne v prekomerno moderacijo »iz previdnosti« oz. celo v preventiven izklop možnosti komentiranja na spletnih medijskih portalih. Navedeno bi namreč dušilo svobodo tiska oz. izražanja, ker bi bistveno otežilo možnost javnosti, da na istem, dobro vidnem in javno izpostavljenem mestu komentira vsebino, ki je predmet medijskega prispevka.

S predlogom zakona se obstoječa ureditev iz leta 2016, s katero je določeno, da mora izdajatelj, ki v okviru medija dovoljuje komentiranje javnosti, oblikovati pravila za komentiranje ter jih javno objaviti na primernem mestu v mediju; komentar, ki ni v skladu z objavljenimi pravili, pa mora biti umaknjen v najkrajšem možnem času po prijavi oziroma najpozneje v enem delovnem dnevu po prijavi, dopolnjuje z obveznimi elementi, ki jih mora izdajatelj urediti v pravilih za komentiranje. Slednja morajo biti v skladu z ZMed in obvezno določati:

- opredelitev načina podpisa zapisanega komentarja (kar ne pomeni nujno, da bo komentar podpisan z imenom in priimkom, ampak lahko izdajatelj določi tudi drug način, to pomeni, da je komentiranje še vedno lahko tudi anonimno, če se izdajatelj tako odloči);
- prepoved spodbujanja nasilja ali sovraštva do skupine oseb ali člana take skupine na podlagi spola, rase, barve kože, etničnega ali socialnega porekla, genetskih značilnosti, jezika, vere ali prepričanja, političnega ali drugega mnenja, pripadnosti narodnostni manjšini, premoženja, rojstva, invalidnosti, starosti, spolne usmerjenosti ali državljanstva;
- možnost podaje pritožbe zaradi kršitve navedenih pravil;
- postopek za obravnavo pritožb.

Namen takšne ureditve je zagotoviti učinkovit način samoregulacije sovražnega oziroma žaljivega govora na spletu, brez nevarnosti, da bi prišlo do cenzure komentiranja, saj medij sam določi lastna pravila komentiranja in mora umakniti sporni komentar šele po prijavi.

K 56. členu (objava nujnega sporočila):

Člen določa obveznost objave nujnega sporočila. Izdajatelj mora v svojem mediju na zahtevo državnih organov, organov samoupravnih lokalnih skupnosti, javnih agencij, javnih podjetij ali javnih zavodov brez odlašanja brezplačno objaviti nujno sporočilo v zvezi z resno nevarnostjo ali ogroženostjo življenja, zdravja ali premoženja ljudi, kulturne in naravne dediščine ter varnosti in obrambe države. Za resničnost in točnost sporočila odgovarja tisti, ki ga je poslal mediju. V primerjavi z obstoječo ureditvijo se dodaja obveznost, da se mora v primeru dalj časa trajajoče nevarnosti oziroma ogroženosti nujno sporočilo objaviti večkrat, dokler nevarnost oziroma ogroženost ne preneha.

K 57. členu (prepoznavnost in označitev oglasov):

Jasno ločevanje programskih od oglaševalskih vsebin je temeljno pravilo pri oglaševanju, ki ga določa že veljavna določba tretjega odstavka 46. člena ZMed in ga predlog zakona ohranja. Jasno ločitev oglaševalskih od drugih programskih vsebin zahteva tudi Direktiva 2010/13/EU, ki ureja avdiovizualne medijske storitve in je bila prenesena v Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (ZAvMS).

Nova ureditev zajema tudi mejne primere, ko objavo programskih vsebin (npr. članek, intervju ipd.) v mediju naročijo pravne ali fizične osebe – ne glede na to, s kakšnim namenom –, in sicer za plačilo ali drugo podobno nadomestilo. Po novi ureditvi bodo morale biti takšne programske vsebine na izpostavljenem mestu na začetku programske vsebine označene z opozorilom »plačana objava«, ki bo izrazno bolj poudarjeno od sporočila v programski vsebini (npr. s krepkim tiskom). Bralci oz. uporabniki medijev morajo biti seznanjeni, da objavljena programska vsebina ni rezultat svobodnega in avtonomnega novinarskega dela, temveč so jo naročile tretje osebe. Pomembno je poudariti, da zakon nikakor ne prepoveduje tovrstnih praks. Medij o tem odloča samostojno in avtonomno. Pomembno pa je zagotoviti dosledno razlikovanje in ločevanje vseh oglaševalskih in njim podobnih vsebin od programskih vsebin medijev, ki jih v okviru svoje novinarske in uredniške avtonomije ustvarijo novinarji in drugi sodelavci pri mediju.

Iz istega razloga, torej zaradi dosledne razločitve uredniško oblikovanih programskih vsebin od oglaševalskih oz. komercialnih sporočil, morajo biti poleg oglasov, plačanih objav in sponzoriranih programskih vsebin posebej označene kot take tudi katerekoli druge vsebine v mediju, ki so namenjene neposredni ali posredni promociji oziroma pospeševanju prodaje, nakupa ali najema izdelka ali storitve ali doseganju kakega drugega oglaševalskega učinka.

Ker prepoznavnost in označitev oglasov v avdiovizualnih medijskih storitvah že specialno ureja ZAVMS, se v tem primeru za njih ne uporablja Zakon o medijih, ampak velja ureditev v ZAVMS.

K 58. členu (posebne zahteve in omejitve pri oglaševanju):

Prikrito oglaševanje pomeni, da bi lahko pri bralcu, poslušalcu ali gledalcu vzbujalo vtis, da gre v primeru objave oglasa ali druge plačane objave za uredniško oblikovano programsko vsebino oziroma novinarski prispevek. Z novo ureditvijo dodajamo jasnejšo opredelitev, usklajeno z Direktivo 2010/13/EU, in določbo, da je dokazno breme, da ne gre za prikrito oglaševanje, na strani odgovornega urednika.

Pri oglaševanju je prepovedano uporabljati tehnične postopke, ki bralcem, poslušalcem oziroma gledalcem ne omogočajo zavestnega zaznavanja oglasov. Gre za t. i. subliminalne tehnike oglaševanja, ki jih prepoveduje tudi Direktiva 2010/13/EU, isto prepoved pa vsebuje tudi že obstoječi ZMed. Bistvo subliminalnega oglaševanja je, da ob uporabi normalnih zavestnih zaznav nista omogočena zavestna percepcija oglaševalske vsebine in posledično ocenjevanje njenega sporočila oziroma vrednostne opredelitve prejete informacije. Najbolj pogosti primer take tehnike je uporaba večjega števila slik, ki se prikažejo v sekundi. Posameznik jih lahko zavestno zazna le določeno število, čez to določeno število pa ne (oko jih sicer vidi, vendar možgani tega ne procesirajo kot sliko, zato se posameznik slike ne zaveda).

Ker so posebne zahteve in omejitve pri oglaševanju v avdiovizualnih medijskih storitvah že specialno urejene v ZAVMS, se v tem primeru za njih ne uporablja Zakon o medijih, marveč velja ureditev v ZAVMS.

Drugače pa velja za prepoved oglasov, s katerimi se ne sme prizadeti spoštovanja človekovega dostojanstva; spodbujati nasilja ali sovraštva do skupine oseb ali člana take skupine na podlagi spola, rase, barve kože, etničnega ali socialnega porekla, genetskih značilnosti, jezika, vere ali prepričanja, političnega ali drugega mnenja, pripadnosti narodnosti manjšini, premoženja, rojstva, invalidnosti, starosti, spolne usmerjenosti ali državljanstva, spodbujati vedenja ali dejanj, ki škodujejo zdravju ali varnosti ljudi, zaščiti okolja ali varstvu kulturne dediščine, žaliti verskih ali političnih prepričanj, škoditi interesom uporabnikov oziroma potrošnikov in tržiti s prepisi neskladnih izdelkov, ki niso zdravila, a se predstavljajo z lastnostmi za zdravljenje in preprečevanje bolezni. V tem primeru velja ureditev v tem zakonu (Zakon o medijih), in ne v ZAVMS, saj se z Zakonom o medijih ta vprašanja urejajo drugače kot v ZAVMS. Bistvena sprememba je ta, da bosta za naštete oglase odgovarjala tako naročnik objave, kot tudi odgovorni urednik. Z dodatnim prevzemanjem odgovornosti tudi s strani medija se želi zlasti z vidika varstva interesov potrošnikov doseči učinkovitejša preprečitev objavljanja tovrstnih oglasov.

K 59. členu (prepoved oglaševanja, sponzoriranja, radijske in televizijske prodaje in promocijskega umeščanja izdelkov v medijih):

S predlogom zakona se prepovedujejo oglaševanje, sponzoriranje, radijska ali televizijska prodaja in promocijsko umeščanje izdelkov v medijih, in sicer v primeru alkoholnih pijač, tobaka in tobaknih izdelkov, elektronskih cigaret in posodic za njihovo polnjenje, zdravil, medicinskih pripomočkov, zdravstvene dejavnosti, zdravstvenih storitev in izvajalcev zdravstvene dejavnosti, razen če drugače določa posebni zakon (s čimer so zlasti mišljeni zakoni iz pristojnosti Ministrstva za zdravje).

K 60. členu (zaščita otrok pri oglaševanju):

Predlog zakona ohranja v veljavi obstoječo ureditev. Pri varstvu otrok v oglaševanju gre za splošno sprejete strokovne standarde, ki jih določa tudi Slovenski oglaševalski kodeks. Otroci so kategorija uporabnikov medijev, ki morajo biti deležni posebne zaščite. To še posebej velja za oglaševanje, v katerem bodisi nastopajo otroci bodisi jim je namenjeno, saj lahko zaradi njihove nezrelosti, neizkušenosti oziroma lahkovernosti hitro pride do negativnih posledic za njihov razvoj. Ker je namen oglaševanja v tem, da se spodbuja ljudi k potrošnji, pri tem pa se uporabljajo različne tehnike, ki poskušajo čim bolj eliminirati zmožnost zavestnega odločanja in le-to preseliti na področje podzavestnega, na področje subtilnosti oziroma čustev, je treba pri otrocih, ki zaradi svoje starosti še nimajo popolnoma izoblikovane zmožnosti zavestnega sprejemanja odločitev, določiti

natančnejša in strožja pravila. Tovrstni oglasi zato ne smejo vsebovati prizorov nasilja, pornografije in drugih vsebin, ki bi lahko škodovale otrokovemu zdravju ter duševnemu in telesnemu razvoju ali kako drugače negativno vplivale na dovzetnost otrok. Z oglasi, namenjenimi otrokom, se prav tako ne sme spodbujati otrok k nakupu proizvodov ali storitev z izkoriščanjem njihove nezkušenosti in lahkovernosti, spodbujati otrok, da bi prepričevali starše ali koga drugega v nakup proizvodov ali storitev, izkoriščati posebnega zaupanja otrok v starše, učitelje ali druge osebe ali prikazovati otrok v nevarnih situacijah.

K 61. členu (naročnik oglasa):

Predlog zakona ohranja v veljavi obstoječo ureditev. Naročnik oglasa ne sme vplivati na programsko zasnovo medija in uredniško neodvisnost medija. Naročnik oglasa odgovarja za resničnost in točnost navedb oziroma podatkov v oglasu. Gre za določilo, s katero se določa razmejitve med odgovornostjo in neodvisnostjo odgovornega urednika na eni strani in naročnika oglasa na drugi strani.

K 62. člen (zahteve in omejitve pri sponzoriranju):

Predlog zakona ohranja v veljavi obstoječo ureditev glede zahtev in omejitev pri sponzoriranju. Vsaka sponzorirana programska vsebina mora biti jasno označena kot takšna, z navedbo sponzorjevega imena ali njegovega znaka. Gre za temeljno pravilo o ločevanju med uredniško oblikovanimi vsebinami in oglaševalskimi vsebinami v širšem smislu, kamor štejemo tudi sponzoriranje.

Nadalje se pri sponzoriranju zahteva, da sponzor ne sme vplivati na sponzorirane programske vsebine in na njihovo umestitev v mediju, da sponzorirane programske vsebine ne smejo spodbujati prodaje oziroma nakupa ali dajanja v najem izdelkov ali storitev sponzorja ali tretje osebe, še posebej ne s posebnim predstavljanjem teh izdelkov ali storitev.

Poročila in druge aktualne informativne programske vsebine ne smejo biti sponzorirane. To je pomembno zaradi dosledne zaščite pravice do obveščeniosti oziroma ohranjanja videza neodvisnosti, verodostojnosti in kredibilnosti informacij.

K 63. členu (omejitve obsega oglasov in radijske prodaje):

Predlog zakona na področju radijskega oglaševanja ohranja le še omejitve skupnega obsega oglasov in radijske prodaje, in sicer le-ta skupaj ne sme preseči 20 odstotkov dnevnega oddajnega časa. Druge obstoječe omejitve pa se odpravijo. Razlog za to je slab finančni položaj radijskih programov, ki imajo v primerjavi z elektronskimi in digitalnimi mediji znatno nižji delež na področju oglaševanja, zgolj 2-odstotni. Na oglaševalskem trgu prednjačita televizija, ki ima okoli 80-odstotni delež, ter internetno oglaševanje, ki je v nenehnem porastu in predstavlja največjo konkurenco klasičnim medijem. Ker so radijske programske vsebine, predvsem glasba, vedno bolj dostopne tudi na drugih, njim konkurenčnih platformah, ki ne predstavljajo omejene naravne dobrine in zato tudi ne zapadejo pod regulacijo, so se obstoječe posebne določbe glede omejitev radijskega oglaševanja (kar se tiče posebnih določb glede omejitev televizijskega oglaševanja, so te že sedaj urejene v ZAvMS) pokazale za nepotrebne. Radijski programi imajo tudi pomembno vlogo na področju zagotavljanja preverjenih in kredibilnih informacij, zato so lahko protiutež dezinformacijam, ki se razširjajo prek spleta. Radijskim programom je zato treba omogočiti, da so konkurenčnejši pri dostopu do oglaševalskega trga, ker se s tem zagotavljajo neodvisni finančni viri, ki jim omogočajo preživetje in razvoj novih poslovnih modelov. Glede na navedeno strožja ureditev področja oglaševanja za radijske programe po vzoru televizijskih ni več upravičena oz. smiselna.

Omejitve obsega televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje ureja ZAvMS, v skladu z evropsko direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah.

K 64. členu (promocijsko umeščanje izdelkov v radijskem programu):

Ta praksa se v radijskih programih pojavlja že dalj časa, vendar je bilo to področje popolnoma neregulirano. Pri promocijskem umeščanju izdelkov gre za prakso, ko se v programskih vsebinah pojavljajo izdelki, storitve in blagovne znanke, vendar poslušalec ni seznanjen s tem, da izdajatelj to počne za plačilo. Glavni namen določbe je zagotoviti transparentnost te prakse do poslušalcev. Podobna ureditev je z ZAvMS že uveljavljena v televizijskih programih.

K 65. členu (posebne omejitve oglaševanja za Radiotelevizijo Slovenija):

Predlog zakona ohranja v veljavi obstoječo ureditev, po kateri Radiotelevizija Slovenija ne sme prekinjati radijskih in televizijskih programskih enot, kot so na primer radijske igre in druge oblike

režiranih radijskih oddaj, radiofonski eseji, celovečerni filmi ter televizijski filmi (razen serijskih filmov, nanizank in razvedrilnih oddaj), in oddaj, ki imajo kulturni, umetniški, znanstveni ali izobraževalni značaj, s predvajanjem oglasov, in sicer ne glede na dolžino trajanja posamezne programske enote iz tega člena.

Prav tako se ohranja prepoved predvajanja oglasov na tretjem programu Radia Slovenija. Po novem pa je dovoljeno sponzoriranje, ker nima posebnega vpliva na poslušalce. Ohranja se tudi omejitev največjega skupnega obseg oglasov in radijske prodaje v posameznem radijskem programu Radiotelevizije Slovenija, ki ne sme preseči 15 odstotkov dnevnega oddajnega časa.

Posebne oz. strožje omejitve za RTV Slovenija so utemeljene z razlogi posebnega statusa in poslanstva javne radiotelevizije ter dejstva, da ima RTV Slovenija zagotovljena sistemska sredstva iz naslova RTV-prispevka. Zato ni toliko odvisna od sredstev, pridobljenih s trženjem oglaševalskega časa, kot to velja za komercialne medije.

K 66. členu (državno oglaševanje):

Javna sredstva, dodeljena za državno oglaševanje in javna naročila blaga ali storitev, so pomemben vir prihodkov za številne izdajatelje in ponudnike spletnih platform, kar prispeva k njihovi gospodarski vzdržnosti. Da se zagotovijo enake možnosti na notranjem trgu, mora biti dostop do teh sredstev nediskriminatorno zagotovljen vsem izdajateljem ali ponudnikom spletnih platform. Poleg tega lahko zaradi javnih sredstev, dodeljenih za državno oglaševanje in javna naročila blaga ali storitev, izdajatelji in ponudniki spletnih platform postanejo ranljivi za neprimeren državni vpliv ali pristranske interese v škodo svobode opravljanja storitev in temeljnih pravic. Nepregledno in pristransko dodeljevanje takih sredstev je zato močno orodje za vplivanje na uredniško svobodo medijev, njihovo „ugrabitev“ ali prikrito subvencioniranje, da bi pridobili nepošteno politično ali komercialno prednost ali naklonjeno poročanje.

S členom o državnem oglaševanju se zato določajo standardi oz. načela, ki jih morajo spoštovati javni subjekti (npr. državni organi, javni zavodi ipd.) in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov (npr. javno podjetje) kot naročniki državnega oglaševanja v medijih oz. v postopkih načrtovanja in izvedbe oglaševalskih kampanj. S tem sledimo pravilom Uredbe (EU) 2024/1083, ki zahteva večjo preglednost državnega oglaševanja, oz. podrobneje urejamo njen 25. člen.

Po navedeni uredbi državno oglaševanje pomeni prikazovanje, promocijo, objavlanje ali razširjanje promocijskega ali samopromocijskega sporočila ali javne objave ali informacijske kampanje v okviru katere koli medijske storitve ali spletne platforme, običajno v zameno za plačilo ali kakšno drugo nadomestilo, s strani javnega organa ali subjekta, zanj ali v njegovem imenu. Uredba (EU) 2024/1083 v prvem odstavku 25. člena določa zahtevo, da se morajo javna sredstva ali kakršna koli druga nadomestila ali koristi, ki jih javni organi ali subjekti neposredno ali posredno dajo na voljo ponudnikom medijskih storitev ali ponudnikom spletnih platform za državno oglaševanje ali pogodb o javnih naročilih blaga ali storitev, sklenjenih s ponudniki medijskih storitev ali ponudniki spletnih platform, dodeliti v skladu s preglednimi, objektivnimi, sorazmernimi in nediskriminatornimi merili, ki so vnaprej javno dostopna z elektronskimi in do uporabnika prijaznimi sredstvi, ter na podlagi odprtih, sorazmernih in nediskriminatornih postopkov.

S predlogom zakona zato določamo, da mora državno oglaševanje delovati po načelih zakonitosti, resničnosti, transparentnosti, objektivnosti in stroškovne učinkovitosti, ob spoštovanju svobode medijev in medijske pluralnosti ter uresničevanju javnega interesa na področju medijev ter temeljiti na podatkih o dosegu medijev, spletnih platform in oglaševalskih omrežij ter njihovem doseganju ciljnih občinstev. Javni subjekti in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov morajo dodelitev sredstev ali drugih prispevkov izdajateljem ali ponudnikom spletnih platform za državno oglaševanje ali za javna naročila blaga in storitev izvesti na podlagi odprtih, sorazmernih in nediskriminatornih postopkov ter v skladu s preglednimi, objektivnimi, sorazmernimi in nediskriminatornimi merili, ki so vnaprej javno dostopna. Zakon torej ne določa konkretnih pravil postopka in meril za izbor, temveč so ta še vedno prepuščena posameznemu javnemu subjektu, ki bo moral spoštovati prej navedena načela. V pomoč pri tem pa jim bodo posebna priporočila za izvedbo državnega oglaševanja, ki jih bo sprejela Vlada Republike Slovenije na predlog Ministrstva za kulturo, in s katerimi se bodo določili minimalni standardi načrtovanja in izvedbe oglaševalskih kampanj.

Z namenom zagotovitve transparentnosti podatkov o državnem oglaševanju se določa zahteva, da morajo javni subjekti in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov najpozneje do konca

marca vsakega tekočega leta pripraviti in javno objaviti pregled izvedenih oglaševalskih kampanj za preteklo leto, ki vključuje naslednje podatke o izdatkih za državno oglaševanje:

- ime in priimek oziroma firma in sedež izdajateljev ali ponudnikov spletnih platform, pri katerih so bile kupljene storitve;
- firma in sedež morebitnih poslovnih skupin, katerih del so izdajatelji ali ponudniki spletnih platform iz prejšnje alineje;
- skupni letni porabljen znesek in porabljene letne zneske na posameznega izdajatelja ali ponudnika spletne platforme.

K 67. členu (prepoved političnega in verskega oglaševanja):

Na Radioteleviziji Slovenija, Slovenski tiskovni agenciji in v medijih, ki jih izdajajo javni subjekti ali subjekti s prevladujočim vplivom javnih subjektov, se prepoveduje politično in versko oglaševanje. Politično oglaševanje je dovoljeno le v času volilne in referendumске kampanje v skladu z določbami zakona, ki ureja volilno in referendumsko kampanjo.

Politično oglaševanje ima pomen, kot je določen v Uredbi (EU) 2024/900 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. marca 2024 o preglednosti in ciljanju v političnem oglaševanju (UL L št. 2024/900 z dne 20. 3. 2024). Politično oglaševanje pomeni pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje, prikazovanje ali razširjanje sporočila s kakršnimi koli sredstvi, običajno za plačilo ali prek notranjih dejavnosti ali v okviru kampanje političnega oglaševanja:

- s strani političnega akterja, zanj ali v njegovem imenu, razen če je sporočilo povsem zasebne ali povsem komercialne narave, ali
- ki lahko vpliva in je zasnovano, da vpliva na izid volitev ali referendum, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek na ravni Unije, nacionalni, regionalni ali lokalni ravni; in ne vključuje:
 - sporočil iz uradnih virov držav članic ali Unije, ki so strogo omejena na organizacijo volitev ali referendumov ter način udeležbe na njih, vključno z napovedjo kandidatur ali vprašanjem, o katerem se odloča na referendumu, oziroma ki spodbujajo udeležbo na volitvah ali referendumih,
 - obveščanja javnosti, katerega namen je zagotoviti uradne informacije javnosti s strani, za ali v imenu katerega koli javnega organa države članice ali s strani, za ali v imenu Unije, vključno s strani, za ali v imenu članov vlade države članice, pod pogojem, da ne more vplivati in ni zasnovano, da vpliva na izid volitev ali referendum, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek, ter
 - predstavitve kandidatov na določenih javnih mestih ali v medijih, ki je izrecno določena z zakonom in dodeljena brezplačno ob zagotavljanju enake obravnave kandidatov.

Versko oglaševanje pa pomeni objavlanje oglasov ali katerihkoli drugih vrst plačanih vsebin, katerih objavo naroči verska skupnost, z namenom vplivanja na versko prepričanje posameznikov ali javnosti. Med versko oglaševanje ne štejejo:

- cerkvena oznanila,
- obveščanja verskih skupnosti o lastnih humanitarnih dejavnostih oziroma dobrodelnih akcijah,
- javni nagovori predstavnikov verskih skupnosti v okviru večjih verskih praznikov, ki se običajno predvajajo v radijskih in televizijskih programih v Republiki Sloveniji.

Namen prepovedi političnega in verskega oglaševanja je, da se v javnih medijih, ki so zavezani višjim programskih in strokovnim standardom na področju zagotavljanja pravice do obveščeniosti, preprečijo potencialni primeri zlorab porabe javnih sredstev za namen političnega ali verskega oglaševanja.

K 68. členu (označevanje uporabe sistemov umetne inteligence):

Določba zahteva jasno označevanje vsake programske vsebine, ki je bila v večjem delu ali v celoti ustvarjena s sistemi generativne umetne inteligence (GUI). Ta zakon ne omejuje uporabe sistemov umetne inteligence, ki se v medijih uporabljajo kot orodja pri pripravi, obdelavi in produkciji programskih vsebin, kot so denimo sistemi za črkovanje, prepoznavanje govora, pretvorbo besedila ter produkcijsko obdelavo fotografij, zvoka in videoposnetkov.

Z označevanjem je zagotovljena seznanitev uporabnikov medijev, da je programsko vsebino ustvarila generativna umetna inteligenca. Ta seznanitev je potrebna zaradi določenih omejitev sistemov generativne umetne inteligence, ki izhajajo iz njihovega delovanja in lahko negativno vplivajo na pravico do celovite obveščeniosti. Uporaba generativne umetne inteligence je zato med drugim že omejena pri akademskem in izobraževalnem delu ter v dokumentarni in novinarski

fotografiji, saj ni mogoče z gotovostjo določiti ali preveriti virov, iz katerih je sistem generativne umetne inteligence ustvaril ali poustvaril programsko vsebino ali pa si jo je delno ali v celoti izmislil.

K 69. členu (odgovornost za programske vsebine v zvezi s sistemi umetne inteligence):

Za programske vsebine, ki jih ustvarijo ali delno ustvarijo sistemi generativne umetne inteligence, so odgovorni izdajatelji. Enako velja za skladnost takšnih programskih vsebin s tem zakonom in z drugimi zakoni. Izdajatelj mora v primeru ugotovljenih kršitev takšno vsebino umakniti v najkrajšem možnem času oziroma najpozneje v enem delovnem dnevu po prijavi.

K 70. členu (pravica do popravka):

Pravica do popravka (in odgovora) je ena izmed pravic, ki jih Ustava Republike Slovenije uvršča med temeljne človekove pravice in svoboščine ter je v tem smislu edinstvena, saj v drugih državah ta pravica ni ustavno zaščitena. Večina držav pa ne pozna pravice do popravka niti na ravni zakonske zaščite. Tudi Evropska konvencija o človekovih pravicah (EKČP) ne vsebuje pravice do popravka in odgovora. Nekateri teoretiki pravico do popravka utemeljujejo s široko razlago 10. člena EKČP.

Ustava v 40. členu določa, da je zagotovljena *»pravica do popravka objavljenega obvestila, s katerim sta prizadeta pravica ali interes posameznika, organizacije ali organa, in prav tako je zagotovljena pravica do odgovora na objavljeno informacijo.«*

Upošteva ustavno določbo, je treba ločiti pravico do popravka od pravice do odgovora. Pravica do popravka zagotavlja pravico vsakomur, da reagira na napačne ali neresnične informacije, s katerim so prizadete njegove pravice. Izdajatelj mora brezplačno objaviti njegov popravek. Tako razlaga pravico do popravka tudi Ustavno sodišče v odločbi št. Up-124/05 z dne 15. 2. 2007. Ta zaščita naj bi bila namenjena predvsem tistim, ki sicer nimajo možnosti dostopa do medijev.

Ustavno sodišče je tako v svojih odločbah, med drugim, zapisalo:

»Ustavno besedilo pravico do popravka veže na prizadetost pravice tistega, ki popravek zahteva. Bistvo pravice do popravka je v tem, da ima vsakdo pravico odzvati se na obvestilo, objavljeno v medijih, ki prikazuje netočna dejstva o njem in so z njim prizadete njegove pravice ali koristi. Pravica do popravka je primarno namenjena varstvu zasebnega interesa prizadetega posameznika, ki lahko v odgovoru na objavljeno obvestilo zatrjuje netočno prikazovanje dejstev in ščiti svoje osebne pravice (čast, dobro ime, ugled, zasebnost ali dostojanstvo).«

»Pravica do popravka je pravica od odgovornega urednika zahtevati brezplačno objavo odziva na vsakršno objavljeno obvestilo, s katerim sta bila prizadeta pravica ali interes posameznika, organizacije ali organa. Namen pravice do popravka ("right of reply") je v tem, da ima vsaka fizična ali pravna oseba pravico odzvati se na informacijo, objavljeno v medijih, ki prikazuje netočna dejstva o njej in so z njo prizadete njene osebne pravice. Koncept pravice do popravka zajema dva vidika: (1) zagotavljanje celovite in uravnotežene podobe dogajanja (v tem okviru zlasti varovanje interesa javnosti po objektivni in vsestranski informiranosti) ter (2) uresničevanje posameznikove pravice do varstva dobrega imena, časti in zasebnosti (in s tem tudi ustavno varovane pravice do dostojanstva).«

»Pravica do popravka je individualna pravica civilnopravne narave, s katero prizadeti varuje svoje pravice in interese in jo ima tedaj, ko sta bila z objavljeno informacijo prizadeta njegova pravica ali interes. Pravice do popravka ni mogoče enačiti s pravico dostopa do medija. Od slednje jo loči močna osebna nota; pravica do popravka je namreč vezana na prizadetost pravice oziroma interesa tistega, ki popravek zahteva, in nastane kot posledica prej objavljenega prispevka (npr. članka). Gre za način, na katerega lahko posameznik s sredstvi medijskega prava brani svojo čast ali dobro ime z učinkovitim sodelovanjem v javni razpravi, ki ga zadeva. S tem, ko ima prizadeti možnost objave popravka na informacijo, ima nasproti medijem enakopravnejši položaj, ustvarjeno je določeno ravnotežje, varovano načelo enakosti orožij.«

Pri tem pa je treba tudi upoštevati, da je pravica do popravka in odgovora le eno izmed »pravnih sredstev«, ki jih lahko uporabijo prizadete osebe. Če gre za hude posege v pravice in svoboščine, ki so opredeljeni kot kazniva dejanja zoper čast in dobro ime, je možna uvedba kazenskega postopka zoper avtorja ali odgovornega urednika. Če gre za posege, storjene prek medijev, kazenski zakonik dejanja strožje obravnava, saj so za kazniva dejanja zoper čast in dobro ime, storjena prek medijev, zagrožene višje kazni kot za preostala tovrstna kazniva dejanja. Kot sankcija pa je predvidena tudi objava sodbe. Poleg uvedbe kazenskega postopka ima vsak prizadeti na razpolago tudi civilno pravne sankcije, določene v Obligacijskem zakoniku. V tožbah pred civilnim

sodiščem lahko prizadeti uveljavlja denarno odškodnino za materialno ali nematerialno škodo, ki mu je nastala zaradi objav, lahko pa uveljavlja tudi sankcije v obliki objave sodbe, popravka, opravičila ali preklica izjave. Gre za sankcije, ki so zelo podobne oziroma identične sankcijam, določenim v okviru pravice do popravka in odgovora po Zakonu o medijih.

Predlog zakona ne spreminja definicije oz. opredelitve pravice do popravka. Popravek zajema:

- zanikanje oziroma popravljanje zatrjevanih neresničnih ali napačnih navedb v objavljenem obvestilu (popravek v ožjem smislu);
- navajanje oziroma prikaz drugih ali nasprotnih dejstev in okoliščin, s katerimi prizadeta oseba spodbija ali z namenom spodbijanja bistveno dopolnjuje navedbe v objavljenem obvestilu.

Popravek predstavlja sredstvo, s katerim se korigira objava neresničnih dejstev ali trditev. Pravica do popravka, ko gre za objavo napačnih navedb, pa širi to pravico tudi na primere, ko je sicer bila objavljena resnična informacija, vendar na način, ki ima neresnično sporočilno vsebino.

Vsakdo ima pravico od odgovornega urednika zahtevati, da brezplačno objavi njegov popravek objavljenega obvestila. Gre za pravico vsakogar, kajti človekove pravice in svoboščine niso in ne morejo biti omejene na posamezne subjekte. Da je pravica dejansko lahko vedno izvršljiva, je objava popravka brezplačna. Nadalje lahko posamezna oseba, ki je bila prizadeta z objavo, zahteva le objavo svojega popravka. Prizadeta oseba se mora sama odločiti, ali želi uveljavljati varstvo svojih pravic. Obstoječi zakon za pravico do popravka določa, da je to pravica osebe, katere pravica ali interes je bil prizadet.

Določena je tudi definicija pojma obvestila, s katerim je mišljena katerakoli vsebina ali informacija, ne glede na to, v kakšni obliki je bila objavljena. Pravico do popravka se torej lahko nanaša na vsako objavljeno vsebino v mediju.

Določena sta tudi subjektivni rok, v katerem je treba zahtevati popravek, ter absolutni objektivni rok, po katerem pravice do popravka ni več mogoče uveljavljati. Pravica se ne more uveljavljati v neomejenem roku, saj varstvo po preteku daljšega časa nima več pomena, prizadeti pa lahko svoje pravice oziroma interese še vedno zaščitijo v civilnem ali kazenskem postopku, v katerem so roki daljši. Po obligacijskem zakoniku je rok za uveljavljanje zahtevka tri leta, odkar je oškodovanec izvedel za škodo in za tistega, ki jo je povzročil, oziroma pet let od nastanka škode. Zaradi specifičnosti pravice do popravka, saj je le-ta smiselna le v določenem časovnem obdobju – če želimo z njo doseči namen, ki naj ga ima –, je absolutni objektivni rok za uveljavljanje pravice do popravka bistveno krajši.

K 71. členu (zahteva za objavo popravka):

Člen določa pravila in zahteve, potrebne za objavo popravka. Zahteva za objavo popravka se vložijo pisno. Pisna zahteva je zahteva, ki je napisana ali natisnjena in lastnoročno podpisana, ali zahteva, ki je v elektronski obliki in je podpisana s kvalificiranim elektronskim podpisom. Zahteva po obličnosti je nujna, ker omogoča možnost preverjanja, kdaj je izdajatelj oz. odgovorni urednik prejel zahtevo. Ker so določeni relativno kratki roki za obravnavo zahteve in odločanje o zahtevi, je treba natančno vedeti, kdaj je odgovorni urednik zahtevo dejansko prevzel oziroma se z njo seznanil.

Upošteva pomen instituta pravice do popravka, katerega temeljna značilnost je hitrost, je določen tudi pogoj, da mora biti z zahteve za objavo popravka jasno razvidno, da gre za popravek. V praksi namreč izdajatelji pogosto na prvi pogled ne vedo, ali so prejeli vabila na prireditve, pisma bralcev ali kaj drugega. Ker so roki za odločanje relativno kratki, je prav, da obstaja na strani osebe, ki zahteva popravek, dodatna dolžnost, ki omogoči izdajatelju, da že zaradi oznake nemudoma začne obravnavo določenega dopisa, ki bi ga sicer lahko pustil čakati dalj časa.

V zahtevi za objavo popravka mora biti naveden tudi naslov popravka. Če naslov popravka ni naveden oziroma iz vsebine ni razviden, ga določi po lastni presoji odgovorni urednik.

Objava popravka se lahko zahteva tudi, če je bilo obvestilo objavljeno prek medija, ki je prenehal delovati. Prizadeta oseba lahko od takratnega izdajatelja oziroma od njegovega pravnega naslednika zahteva, da na svoje stroške poskrbi za objavo popravka v drugem mediju, ki je po obsegu in kakovosti razširjanja vsebin primerljiv s prvim.

K 72. členu (objava popravka):

Po prejemu zahteve za objavo popravka je postopek v fazi odločanja odgovornega urednika, ki lahko popravek objavi ali pa zahtevo za objavo zavrne.

Zakon za posamezne vrste medijev določa skrajne roke za objavo popravka ter mesto, način in termin, v katerem mora biti objavljen popravek, tako da bo njegova objava enakovredna objavi vsebine, na katero se nanaša.

Odgovorni urednik medija mora prizadetega pred objavo popravka obvestiti o mestu in terminu objave, pri čemer se obvestilo pošlje na način, kot je bila vložena zahteva. Obstoječi ZMed po nepotrebem določa rok za obveščanje prizadetega o objavi popravka. Takšni ali drugačni roki za obveščanje prizadetega o objavi niso pomembni za uresničevanje pravic prizadetega, lahko pa njihovo navajanje povzroči težave pri poslovanju znotraj teh rokov. Bistveno je le, da je prizadeti vnaprej obveščen o objavi popravka, to pa mu zagotavlja predlagana sprememba.

Popravek se mora objaviti brez sprememb in dopolnitev. Dopustni so samo pravopisni popravki, oseba, ki je zahtevala objavo popravka, pa mora biti o njih obveščena. Avtorja popravka se torej ne sprašuje, ali se strinja s pravopisnimi popravki. Kadar torej popravki ne posegajo v vsebino in izvrševanje pravice do popravka, ima odgovorni urednik nedvomno pravico zahtevati uveljavljanje jezikovnih standardov, ki veljajo v mediju.

Objava popravka mora biti jasno označena kot popravek. Objava popravka mora vsebovati navedbo prizadete osebe in navedbo, na kateri članek oziroma oddajo se nanaša. V isti izdaji oziroma oddaji ali časovno istočasno ne sme biti hkrati s popravkom objavljen komentar tega popravka ali odgovor nanj.

K 73. členu (zavrnitev objave popravka):

Člen določa razloge oz. primere, v katerih lahko odgovorni urednik zavrne zahtevo za objavo popravka. Zavrnilni razlogi se v primerjavi z obstoječo ureditvijo bistveno ne spreminjajo.

Nekateri razlogi so povsem procesne narave, to pomeni, da odgovorni urednik v teh primerih zahteve ne bo vsebinsko obravnaval. To so primeri, če objave popravka ni zahtevala prizadeta oseba, če je bila zahteva za objavo popravka vložena v nasprotju s formalnimi zahtevami ali če je bila zahteva za objavo popravka vložena po preteku roka. V vseh drugih primerih bo odgovorni urednik vsebinsko obravnaval zahtevo.

Glede na obstoječo ureditev je določen daljši rok (namesto dosedanjih 24 ur tri delovne dni), v katerem mora odgovorni urednik obvestiti prizadeto osebo, ki je zahtevala objavo popravka, da bo njeno zahtevo zavrnil. Podaljšanje roka s 24 ur na tri delovne dni utemeljujemo s tem, da lahko odgovorni urednik sprejme relevantno odločitev samo na podlagi analize oz. natančne presoje vsebine popravka, v številnih primerih pa se bo moral odgovorni urednik tudi posvetovati s pravnimi zastopniki medijev. Za navedena opravila je 24-urni rok prekratek, še posebej ob upoštevanju, da mora biti zavrnitev objave popravka tudi pisno obrazložena. Če zahteva za objavo popravka prispe v petek po zaključku redakcije, pa je takšen rok tudi neživiljenjski.

K 74. členu (tožba):

Določen je postopek za vložitev tožbe, če odgovorni urednik ne objavi popravka v roku in na način, ki je določen s tem zakonom. V tem primeru ima oseba, ki je zahtevala objavo popravka, pravico zoper izdajatelja vložiti tožbo za objavo popravka pri sodišču, pristojnem za obravnavo in odločanje v sporih iz civilnopравnih razmerij, na območju katerega je sedež oziroma stalno prebivališče izdajatelja. Tožba se lahko vloži najpozneje v 30 dneh po preteku roka za objavo popravka, oziroma od dneva, ko je bil popravek objavljen na način, ki ni v skladu s tem zakonom.

K 75. členu (postopek pred sodiščem prve stopnje):

Določen je postopek pred sodiščem prve stopnje. Postopek zaradi objave popravka pred sodiščem prve stopnje je nujen in o njem odloča sodišče prednostno. Sodba mora biti vročena strankam in organu, pristojnemu za nadzor nad določbami tega zakona, najpozneje v treh mesecih po vložitvi tožbe.

Toženec mora odgovoriti na tožbo v 15 dneh od prejema tožbe. Prvi narok za glavno obravnavo mora biti opravljen najpozneje v 30 dneh po prejemu odgovora na tožbo. Obravnava tožbe je omejena na obravnavanje in dokazovanje dejstev, od katerih je odvisna toženčeva dolžnost objave popravka.

Sodišče mora izdati sodbo in jo pisno izdelati ter vročiti strankam najpozneje v 15 dneh po končani glavni obravnavi.

K 76. členu (pritožba):

Določen je postopek za vložitev pritožbe. Zoper sodbo sodišča prve stopnje lahko stranki v 8 dneh od njene vročitve vložita pritožbo. O pritožbi odloča višje sodišče. Pritožba se vroči nasprotni stranki, ki lahko nanjo odgovori v 8 dneh. Pravočasno in dovoljeno pritožbo pošlje sodišče prve stopnje z vsemi spisi višjemu sodišču v 3 dneh po prejemu odgovora na pritožbo ali najpozneje v 3 dneh po izteku roka za odgovor na pritožbo.

K 77. členu (postopek pred sodiščem druge stopnje):

Določen je postopek pred sodiščem druge stopnje, ki odloči o pritožbi. Višje sodišče mora odločiti o pritožbi v 15 dneh od dneva, ko prejme pritožbo s spisom. Overjen prepis pravnomočne sodbe sodišče nemudoma pošlje izdajatelju, pri katerem mora biti popravek objavljen, in ga naslovi na odgovornega urednika, ter organu, ki je pristojen za nadzor nad določbami tega zakona. Zoper sodbo višjega sodišča je dovoljena revizija, vendar pod pogoji, ki jih določa Zakon o pravdnem postopku.

K 78. členu (pravica do odgovora):

Predlog zakona ohranja v veljavi obstoječo ureditev. Pravica do odgovora pomeni, da lahko vsakdo od odgovornega urednika zahteva, da brezplačno objavi njegov odgovor na objavljeno informacijo, kadar je odgovor v interesu javnosti, ker se v njem z dokazljivimi navedbami zanika, bistveno popravlja ali bistveno dopolnjuje navedbe v objavljeni informaciji, ki je posebnega pomena za javnost.

Medtem ko je popravek namenjen varstvu osebnih interesov, kot sta čast in ugled, je odgovor namenjen varstvu interesa javnosti po pridobitvi informacij, ki zadevajo posebne teme, vedenje o teh pa predpostavlja obstoj posebnega znanja ali izvedenstva. Javni interes ima praviloma vedno odraz v interesu posameznikov. V primeru odgovora pa gre običajno za interes, ki posameznika neposredno ne zadeva v takšnem obsegu, da bi imel občutek, da gre za prekomeren poseg v njegove pravice, kljub temu pa je s stališča javnosti obveščanje o posamezni informaciji iz objektivnih razlogov zelo pomembno. Z odgovorom naj se z dokazljivimi navedbami zanika ali dopolni navedbe v vsebini takrat, kadar tak odgovor pomembno prispeva k objavljeni informaciji, ki je posebnega pomena za javnost.

Odgovor, tako kot je zastavljen, lahko pomeni velik poseg v pravice medija, zato mora biti omejen z javnim interesom in zato uporabljen zgolj izjemoma. Država ni dolžna zagotavljati aktivnega izvajanja pravice do svobode izražanja. Zagotavljati mora le, da se nobenemu ne preprečuje, da jo izvaja.

Odgovor zato ni namenjen PR službam, temveč osebam z znanjem in izkušnjami, ki bodo na ta način pomembno pripomogle k pravilnemu razumevanju objavljene vsebine, ob pogoju, da obstaja resničen interes javnosti, da izve pravo informacijo. Za uveljavljanje pravice do odgovora tudi ni dovolj, da določena oseba želi posredovati javnosti informacije, za katere meni, da so pomembne, če morda le-te niso nujno pomembne s stališča javnosti kot take. Praviloma naj taka oseba to naredi z uporabo svojih sredstev, torej na lastne stroške.

K 79. člen (objava odgovora):

Odgovor se mora objaviti brez sprememb in dopolnitev, dopustni so le pravopisni popravki. Odgovorni urednik ima pravico, da od osebe, ki je zahtevala objavo odgovora, pred objavo zahteva skrajšanje odgovora.

Roki za objavo odgovora so v primerjavi z roki pri objavi popravka daljši, ker v nasprotju s popravkom, pri katerem je hitrost eden izmed temeljnih elementov za zmanjšanje ali morda celo za odpravo oziroma preprečitev škode, ki je nastala ali bi nastala posamezniku z objavo vsebine, pri odgovoru ne gre za odpravljanje ali preprečevanje take škode, ampak za to, da se javnosti posreduje pravilne informacije, prav tako pa pri odgovoru ne gre za varovanje pravic posameznikov, temveč interesa javnosti, kateremu pa ne gre tako velika stopnja zaščite. Zaradi teh razlogov ima medij pravico, da ustrezno umesti odgovor v medij v daljšem časovnem obdobju.

K 80. členu (smiselna uporaba določb):

Za postopek v zvezi s pravico do odgovora se določa smiselna uporaba določb, ki se nanašajo na popravek. V sodnih sporih v zvezi z objavo popravka ali odgovora pa se smiselno uporabljajo določbe Zakona o pravdnem postopku.

K 81. členu (dovoljenje za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti):

Dovoljenje je predpisano že v obstoječem zakonu, kar se kaže kot ustrezna praksa na področju radia in televizije. V dovoljenju se določijo programske zahteve pri izvajanju dejavnosti, ki jih izdajatelj sam opredeli in jih je zavezan spoštovati. V praksi se je pokazala potreba po natančnejši ureditvi določenih vprašanj, kar bo prispevalo k preglednosti in učinkovitejši regulaciji.

V primerjavi z obstoječo ureditvijo se jasneje določa, da lahko izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa izvaja to dejavnost le na podlagi in v skladu z dovoljenjem za izvajanje radijske oziroma televizijske dejavnosti, ki ga izda AKOS po postopku in pod pogoji iz tega zakona, ter da mora izdajatelj pridobiti to dovoljenje še pred začetkom izvajanja radijske oziroma televizijske dejavnosti. Izdajatelj mora biti registriran za izvajanje radijske oziroma televizijske dejavnosti.

Natančneje je določen postopek za pridobitev dovoljenja in obvezne sestavine vloge. Po novem se v tem postopku preverjajo tudi obstoj pogodb, sklenjenih s kolektivnimi organizacijami za varstvo avtorske in sorodnih pravic na delih, zaščita slovenščine in prepoved izbire enakih imen programov. Do sedaj se je to preverjalo v postopku vpisa v razvid medijev, vendar je zaradi spremembe postopka vpisa v razvid medijev, ki ni več predhoden, postopek za izdajo dovoljenja postal prva in tudi edina vstopna točka za izdajanje radijskega in televizijskega programa.

Kot je veljalo že sedaj, izdajatelj z dovoljenjem za izvajanje radijske in televizijske dejavnosti pridobi upravičenje, da kandidira za pridobitev pravice do uporabe radijskih frekvenc za razširjanje radijskih programov v analogni tehniki oziroma pravice do razširjanja radijskih in televizijskih programov na razpisanem območju v digitalni tehniki. Prav tako se ne spreminja določba, da z razveljavitvijo ali prenehanjem dovoljenja prenehajo veljati vse odločbe, s katerimi je bila izdajatelju podeljena pravica do uporabe radijskih frekvenc za razširjanje radijskih programov v analogni tehniki oziroma pravica do razširjanja radijskih in televizijskih programov na razpisanem območju v digitalni tehniki.

K 82. členu (odločba, s katero se izda dovoljenje):

Določene so sestavine odločbe o dovoljenju, katerim se v primerjavi z obstoječo ureditvijo dodajajo tudi podatki v zvezi z morebitnimi lokalnimi okni, tematskimi programi in povezanostjo v programsko mrežo.

Po novem se določa možnost odpovedi dovoljenju, in sicer tako, da imetnik dovoljenja pisno obvesti AKOS, da je prenehal izvajati radijsko ali televizijsko dejavnost.

Ker se morajo v primeru naknadnih sprememb ali dopolnitev Splošnega akta o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti ustrezno uskladiti že izdana dovoljenja, se določa prehodni rok dveh let.

K 83. členu (uradni evidenci):

Določa se pravna podlaga za vodenje evidence imetnikov dovoljenj, ki je potrebna zaradi izvajanja nadzora nad določbami tega zakona.

K 84. členu (pravica razširjanja radijskih in televizijskih programov na prizemni radiodifuziji):

Pravico razširjanja radijskih in televizijskih programov na prizemni radiodifuziji ureja več zakonov. Z uveljavitvijo ZEKom-2 so se na enem mestu združile vse določbe, ki se nanašajo na upravljanje radiofrekvenčnega spektra, medtem ko ZMed že sedaj določa vsebinske pogoje za pridobitev pravic razširjanja na prizemni radiodifuziji. S predlaganimi spremembami se, kolikor je to mogoče, vzpostavlja enoten in bolj pregleden okvir regulacije programov na obeh področjih radiodifuzije (analogne in digitalne), predvsem pa se predlaga poenotenje meril za obe vrsti razpisov, saj so bila ta do sedaj bistveno različna. Z razvojem digitalne radiodifuzije razlogi za različno obravnavo niso več smiselni.

Izdajanje odločb za analogno radiodifuzijo ostaja primarno urejeno v ZEKom-2, izdajanje odločb za dodeljevanje digitalnih pravic pa je bilo že sedaj urejeno v ZMed, ki je sistemsko najbolj primeren zakon. Predlog zakona pri tem glede na dosedanji zakon podrobneje ureja nekatera vprašanja, ki so se pojavila v praksi, npr. izrecno omenja pogoje pri razširjanju programa ter ureja razveljavitev odločbe o dodelitvi.

K 85. členu (sprememba odločbe o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki):

Določeni so postopek in pogoji za spremembo odločbe o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki.

K 86. členu (razveljavitev odločbe o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki):

Določeni so postopek in pogoji za razveljavitev odločbe o dodelitvi pravice razširjanja programa v digitalni tehniki.

K 87. členu (prenehanje pravice razširjanja programa v digitalni tehniki):

Določeni so postopek in pogoji za prenehanje pravice razširjanja programa v digitalni tehniki.

K 88. členu (radijske in televizijske programske mreže):

Povezovanje izdajateljev v programske mreže omogoča že obstoječi ZMed. Z novim zakonom se na to področje bistveno ne posega. Povezovanje v programske mreže izdajateljem na razdrobljenem (predvsem radijskem) trgu omogoča konsolidacijo poslovanja ter doseganje večjih občinstev. Zakon od vsakega od povezanih izdajateljev zahteva oddajanje določenega obsega lastne produkcije in ne dopušča popolnega zlivanja povezanih programov v enoten mrežni program. Zato nova ureditev prinaša tudi obveznost identifikacije in ustreznega ločevanja mrežnega oddajnega časa od oddajnega časa, v katerem vsak od povezanih izdajateljev ter njihovih programov razširja svoj program.

K 89. členu (tematski program):

Na novo se določa možnost ustanovitve tematskega radijskega programa. Ta v skladu z ureditvijo v ZAvMS že velja za televizijske programe. Uvajanje digitalnega oddajanja tudi za radijske programe pomeni sproščanje frekvenčnih zmogljivosti in omogoča nastanek novih radijskih programov. Izkušnje iz tujine kažejo, da so največje gonilo razvoja digitalnega oddajanja ravno tematski programi, zato je ta sprememba nujna.

Ureditev v predlogu zakona sledi ureditvi tematskih televizijskih programov v ZAvMS. Tematski radijski program je definiran kot radijski program, ki je namenjen specifičnemu segmentu poslušalcev in prek katerega se razširjajo izključno tematsko oziroma žanrsko istovrstne programske vsebine ali glasba. Vrsta tematskega radijskega programa bo AKOS na podlagi vloge izdajatelja določil v dovoljenju. Vrste tematskih radijskih programov, njihove značilnosti oziroma programske vsebine, ki jih ti programi lahko razširjajo, in programske zahteve, ki jih mora izdajatelj določiti v vlogi, ter pogoje, pod katerimi jih lahko spreminja, bo AKOS v soglasju z Ministrstvom za kulturo določil v splošnem aktu.

K 90. členu (lokalna okna):

S predlogom zakona uvajamo možnost predvajanja t. i. lokalnih oken. Po novi ureditvi bo lahko izdajatelj na analognih radijskih frekvencah, ki jih uporablja za razširjanje svojega radijskega programa, ločeno predvajal lokalna okna, v katerih bo lahko istočasno predvajal različne lokalne informativne programske vsebine, lahko pa tudi druge programske vsebine oziroma oglaševanja.

Radijski program se bo lahko prekinil z lokalnimi okni največ enkrat na vsako posamezno uro, pri čemer se bodo morala vsa lokalna okna predvajati istočasno in v enakem trajanju. Vsako od lokalnih oken bo lahko trajalo največ tri minute. Skupni obseg oglasov v lokalnem oknu ne sme presegati 30 odstotkov trajanja lokalnega okna.

Predvajanje lokalnih oken določi AKOS na podlagi vloge izdajatelja v dovoljenju. Pogoji za predvajanje lokalnih oken bodo podrobneje določeni v splošnem aktu.

Lokalna okna bodo pomenila dodatno programsko obogatitev lokalnih okolij, ki so ekonomsko šibkejša in ne zmorejo financiranja celodnevne produkcije. Na ta način se bo vsem izdajateljem na območju Republike Slovenije omogočilo zagotavljanje ločenih lokalnih vsebin tudi v manjših lokalnih skupnostih. Tak pristop k lokalnim vsebinam zagotavlja, da vsako lokalno okolje dostopa do vsebin, ki so temu lokalnemu okolju namenjene oziroma iz njega izhajajo. Prav tako pa se bodo na ta način omogočili enaki pogoji delovanja na trgu za radijske mreže in nacionalne programe ter bolj enakovredne možnosti za pridobivanje oglaševalskih sredstev s strani radijskega trga kot celote nasproti drugim ponudnikom vsebin, ki ne poznajo nobenih omejitev glede lokaliziranega oglaševanja.

K 91. členu (pravica do kratkega poročanja):

Predlog zakona ohranja v veljavi obstoječo ureditev. Za kratko poročanje šteje predvajanje poročila, ki traja največ minuto in pol ter je predvajano v sklopu informativnega programa. Vsak izdajatelj radijskega programa ima pod enakimi pogoji pravico do kratkega poročanja o vseh pomembnih prireditvah in drugih dogodkih, ki so dostopni javnosti, s tem, da se mora pravica

izvajati tako, da ne moti oziroma ne ovira poteka dogodka, organizator pomembnega dogodka pa lahko v nadomestilo zahteva od izdajatelja le plačilo vstopnine, če je ta predvidena, in nadomestilo za morebitne dejanske stroške, ki nastanejo zaradi izvrševanja te organizatorjeve obveznosti.

Pravica do kratkega poročanja se lahko omeji ali izključi, če bi njeno izvrševanje hudo prizadelo čustva udeležencev dogodka ali ogrozilo javno varnost in red.

Izdajatelj, ki je uveljavil pravico do kratkega poročanja, mora omogočiti izdajatelju, ki dogodka ni mogel posneti, enkratno uporabo svojega posnetka, ter lahko za to zahteva povrnitev premosorazmernega dela dejanskih stroškov in navedbo svojega imena oziroma firme ob objavi.

Pravico do kratkega poročanja v televizijskih programih ureja ZAvMS, in sicer v skladu z evropsko direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah.

K 92. členu (obvezni neodplačni prenos programov):

S prenovo obveznosti prenosa (must carry), ki je v obstoječem ZMed urejena v določbah 112. člena, se v pravni red Republike Slovenije prenašajo določbe člena 114 Direktive (EU) 2018/1972 Evropskega Parlamenta in Sveta z dne 11. decembra 2018 o Evropskem zakoniku o elektronskih komunikacijah (Direktive (EU) 2018/1972).

Predmetni člen Direktive (EU) 2018/1972 določa, da države članice lahko naložijo podjetjem, ki so v njihovi pristojnosti in zagotavljajo elektronska komunikacijska omrežja, ki se uporabljajo za prenos radijskih ali televizijskih radiodifuzijskih kanalov, razumne obveznosti prenosa posebnih radijskih in televizijskih radiodifuzijskih programov in povezanih dopolnilnih storitev, zlasti za zagotovitev ustreznega dostopa končnim uporabnikom invalidom in podatkov, ki podpirajo storitve povezane televizije in elektronskih programskih vodnikov, kadar pomembno število končnih uporabnikov takih omrežij in storitev slednje uporablja kot svoje glavno sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih radiodifuzijskih programov. Take obveznosti (obveznosti prenosa) se naložijo samo, kadar so potrebne za izpolnitev ciljev v splošnem interesu, kot jih jasno opredeli vsaka država članica, morajo pa biti sorazmerne in pregledne.

Obveznosti prenosa, ki jih naložijo države članice EU, morajo biti razumne, to pomeni, da so naložene obveznosti sorazmerne in pregledne z vidika jasno opredeljenih ciljev v splošnem interesu. Države članice morajo v svojem nacionalnem pravu zagotoviti objektivno utemeljitev obveznosti prenosa, ki jih naložijo, za zagotovitev, da bodo te obveznosti pregledne, sorazmerne in jasno opredeljene. Obveznosti prenosa je treba redno pregledovati vsaj vsakih pet let, da se uskladijo s tehnološkim in tržnim razvojem, s čimer se zagotovi, da so še naprej sorazmerne s cilji, ki jih je treba doseči.

Elektronska komunikacijska omrežja in storitve, ki se uporabljajo za distribucijo radijskih ali televizijskih programov, vključujejo kabelska, IPTV, satelitska in prizemna radiodifuzijska omrežja. Vključujejo lahko tudi druga omrežja, če znatno število končnih uporabnikov taka omrežja uporablja kot glavno sredstvo za sprejemanje radijskih in televizijskih programov. Obveznosti prenosa lahko vključujejo tudi prenos storitev, ki so posebej namenjene omogočanju enakovrednega dostopa za končne uporabnike invalide. Ustrezno dopolnilne storitve vključujejo storitve, ki izboljšujejo dostopnost za končne uporabnike invalide, kot so videotekst, podnaslavljanje za končne uporabnike, ki so senzorni invalidi ali starejše osebe, zvočni opis, govornjeni podnapisi in tolmačenje v znakovni jezik, in bi lahko po potrebi vključevale dostop do povezanih podatkov. Zaradi vse obsežnejšega zagotavljanja in sprejemanja storitev povezane televizije ter pomena, ki ga ima EPG – elektronski programski vodič za izbiro končnih uporabnikov, je prenos programskih podatkov, potrebnih za podpiranje funkcionalnosti povezane televizije in EPG, mogoče vključiti v obveznosti prenosa. Obveznost prenosa lahko vključuje informacije o vsebini programa in o dostopu do te vsebine, ne pa same vsebine programa.

V skladu z navedenimi usmeritvami, zlasti z zahtevo po določitvi razumnih obveznosti, ki morajo biti sorazmerne in pregledne z vidika jasno opredeljenih ciljev v splošnem interesu, se obveznost prenosa »programov must carry« nanaša zgolj na radijske in televizijske programe Radiotelevizije Slovenija ter lokalne, regionalne, študentske in nepridobitne radijske in televizijske programe s statusom posebnega pomena (pri čemer se obveznost prenosa nanaša na prenos programa v linearni obliki in povezanih dopolnilnih storitev).

Ker izdajatelji programov prihajajo iz različnih krajev Slovenije, kjer praviloma tudi ustvarjajo svoje programe, nova ureditev jasno in določno opredeljuje, da se operaterjeva obveznost neodplačnega

prenosa programa začne v sprejemni postaji operaterja, torej mora izdajatelj signal svojega programa dostaviti do sprejemne postaje operaterja, tam ga operater lahko prevzame in nato vključi v svoje programske sheme.

Neodplačnost prenosa pomeni prepoved plačil tehničnih stroškov prenosa programa. Obveznost neodplačnega prenosa ne vpliva na morebitne obveznosti operaterja in izdajatelja programa iz naslova varstva avtorske pravice in sorodnih pravic.

Obveznost neodplačnega prenosa lokalnih, regionalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena se nanaša le na območje, ki so mu ti programi v skladu s tem zakonom ali dovoljenjem namenjeni in ga vsebinsko pokrivajo. Zaradi zahteve po sorazmernih obveznostih se obveznost prenosa za operaterje ne more nanašati na tista območja, katerim navedeni programi niso programski namenjeni, in torej na teh območjih ne izpolnjujejo zakonskega javnega interesa.

V skladu z jasno zahtevo Direktive (EU) 2018/1972 obveznost prenosa velja le za tiste operaterje, ki v okviru svojih elektronskih komunikacijskih omrežij, ki jih pomembno število končnih uporabnikov uporablja kot svoje glavno sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih programov, ponujajo storitev spremljanja radijskih in televizijskih programov.

Z namenom izvajanja zadevnih določb se tudi uvaja evidenca, ki jo upravlja AKOS. V njej se vodijo podatki o radijskih in televizijskih programih, ki izpolnjujejo pogoje za neodplačni prenos, območju, ki so mu lokalni, študentski in nepridobitni radijski in televizijski programi s statusom posebnega pomena v skladu s tem zakonom ali dovoljenjem namenjeni in ga vsebinsko pokrivajo, elektronskih komunikacijskih omrežjih, ki jih pomembno število končnih uporabnikov uporablja kot svoje glavno sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih programov, in operaterjih, za katere velja obveznost neodplačnega prenosa.

AKOS bo splošnem aktu določil metodologijo za določitev elektronskega komunikacijskega omrežja, ki ga pomembno število končnih uporabnikov uporablja kot svoje glavno sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih programov. Namen splošnega akta je vzpostaviti predvidljiv način določanja operaterjev, ki prek svojih omrežij ponujajo storitev spremljanja radijskih in televizijskih programov, ki jih pomembno število končnih uporabnikov uporablja kot glavno sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih programov in za katere velja, da so programe obvezani neodplačno prenašati. Na ta način bo izdajateljem teh programov za vsako območje, ki mu je posamezen program namenjen, nedvoumno znano, kateri operater je njihov TV-program obvezan neodplačno prenašati, prav tako bodo s temi podatki seznanjeni operaterji, ki bodo vedeli, kateri programi so na posameznih območjih upravičeni do neodplačnega prenosa. AKOS razpolaga z geografsko zelo natančnimi (razdrobljenimi) podatki o tržnih deležih in številu aktivnih priključkov posameznih operaterjev, prav tako agencija vodi uradno evidenco operaterjev. Določitev operaterjev, za katere velja obveznost neodplačnega prenosa, bo agencija izvedla na način, da bo na območju, ki mu je vsak posamičen program namenjen, preverila, kateri operaterji, ki ponujajo tudi sprejem televizijskih in radijskih programov, so tam prisotni in kakšni so njihovi tržni deleži, ter opredelila prag, nad katerim je mogoče govoriti o pomembnem številu končnih uporabnikov, ki storitev spremljanja radijskih in televizijskih programov prek omrežja posameznega operaterja uporabljajo kot glavno sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih programov.

AKOS na vsakih pet let pregleda zagotavljanje obveznega neodplačnega prenosa programov, pripravi poročilo ter ga pošlje v seznanitev Ministrstvu za kulturo in Ministrstvu za digitalno preobrazbo.

K 93. členu (obvezno razširjanje programov prek prizemne digitalne radiodifuzije):

Predlog zakona ohranja v veljavi obstoječo ureditev, s katero se RTV Sloveniji kot operaterju multipleksa, namenjenega javni radioteleviziji, nalaga obvezno neodplačno razširjanje radijskih in televizijskih programov s statusom posebnega pomena prek prizemne digitalne radiodifuzije.

K 94. členu (naloge):

Člen določa naloge Sveta za radiodifuzijo (SRDF) kot neodvisnega strokovnega telesa. V primerjavi z obstoječo ureditvijo SRDF ohrani naloge, vezane na ocenjevanje stanje radijskih in televizijskih programov, priprave obrazloženega predloga izbire ponudnikov na javnih razpisih za dodelitev pravic razširjanja radijskih in televizijskih programov na prizemni radiodifuziji, pripravo predloga seznam pomembnejših dogodkov za televizijski prenos ter priprave letnih poročil oziroma ocen stanja na področju radiodifuzije in predlogov za izboljšanje stanja, ki jih pošlje Državnemu

zboru. Drugih nalog SRDF, ki jih določa obstoječi ZMed, pa SRDF ne bo več opravljal, saj so te naloge zaradi spremenjene ureditve posameznih postopkov postale nerelevantne.

K 95. členu (sestava, imenovanje in razrešitev):

Sestava SRDF ter imenovanje in razrešitev članov SRDF so določeni enako kot v obstoječi ureditvi v ZMed.

K 96. členu (podpora in sredstva za delovanje):

Ohranja se obstoječa ureditev glede zagotovitve sredstev za delovanja ter zagotovitve tehnične, strokovne, finančne in administrativne podpore za delovanje SRDF.

K 97. členu (nadzor):

Določa se razmejitev pristojnosti izvajanja upravnega in inšpekcijskega nadzora nad izvajanjem tega zakona med Inšpektoratom Republike Slovenije za kulturo in medije (IRSKM) in AKOS ter določajo inšpekcijski ukrepi.

K 98. členu (obvezna hramba posnetkov in podatkov):

Določa se obveznost hrambe posnetkov programa in podatkov o vseh predvajanih programskih, oglaševalskih in drugih vsebinah, ki jih AKOS potrebuje za izvajanje nadzora.

K 99. členu (pošiljanje podatkov):

Določa se obveznost pošiljanja podatkov o programu, ki jih AKOS potrebuje za izvedbo posameznega postopka nadzora po tem zakonu.

K 100. členu (metodologija nadzorstva):

Določena je pravna podlaga za sprejem splošnega akta AKOS, s katerim se določi metodologija nadzorstva, s katero se nato določijo način ugotavljanja izpolnjevanja programskih zahtev in omejitev, ki po tem zakonu veljajo za radijske in televizijske programe, obveznost hrambe, pošiljanje posnetkov programa in podatkov o programu ter klasifikacija programskih in drugih vsebin, ki izhajajo iz tega zakona, tehnične značilnosti in oprema posnetkov, podrobneje pa tudi druga vprašanja, ki se pojavijo pri izvrševanju posameznih določb tega zakona iz pristojnosti AKOS.

K 101. – 106. členu (prekrški):

Z navedenimi členi se določajo kazenske določbe za prekrške, in sicer za najhujše prekrške, hujše prekrške, lažje prekrške in najlažje prekrške. Posebej so določene globe pri medijskih koncentracijah in za prekršek samostojnega novinarja v zvezi z nesporočanjem sprememb. Globe za prekrške so določene ob upoštevanju načela sorazmernosti in teže prekrška oz. njegovih škodljivih posledic za javni interes. Višina oz. razpon glob sta v primerjavi z obstoječo ureditvijo zmanjšana, saj bi morebitna visoka denarna kazen lahko pomenila preveliko tveganje za delovanje medija.

V zvezi z globami za kršitve določb o medijskih koncentracijah po tem zakonu je treba poudariti, da te globe ne vplivajo na druge postopke, v katerih se lahko izrečejo sankcije zaradi nepriglasitve koncentracije. V tem primeru ne gre za kršitev načela »ne bis in idem«, saj postopki zasledujejo druge pravne cilje in vrednote.

K 107. členu (višina globe v hitrem prekrškovnem postopku):

Člen določa izrek višje globe v hitrem prekrškovnem postopku, v skladu s pooblastilom iz tretjega odstavka 52. člena ZP-1.

K 108. členu (prehodna ureditev upravnih postopkov in postopkov nadzora):

Določa se prehodna ureditev upravnih postopkov in postopkov nadzora.

K 109. členu (prehodna ureditev postopka vpisa v razvid medijev):

Gre za prehodne določbe, s katerimi se v prehodnem obdobju uredijo postopki vpisa v razvid medijev in uskladijo vpisani podatki o medijih.

K 110. členu (prehodna ureditev postopka vpisa v razvid samostojnih novinarjev):

S prehodnimi določbami se uredijo postopki vpisa v razvid samostojnih novinarjev.

K 111. členu (prehodna ureditev programov s statusom posebnega pomena):

S prehodno določbo se uredi prehodna ureditev programov s statusom posebnega pomena.

K 112. členu (prehodna ureditev postopkov izdaje dovoljenj za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti):

S prehodno določbo se uredijo postopki izdaje dovoljenj za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti.

K 113. členu (prehodna ureditev postopkov akreditacije tujega dopisništva oziroma tujega dopisnika):

S prehodno določbo se uredijo postopki v zvezi z vpisom v register tujih dopisništev in dopisnikov. Novi zakon ne vsebuje več določb o predstavnikih tujih medijev in tiskovnih agencijah oz. o tujih dopisnikih in dopisništvih. Zakon o zaposlovanju, samozaposlovanju in delu tujcev (Uradni list RS, št. 1/18 – uradno prečiščeno besedilo in 31/18), s katerim se določajo pogoji za zaposlovanje, samozaposlovanje in delo tujcev ter s tem povezane naloge Republike Slovenije za urejanje in zaščito trga dela, v drugem odstavku 5. člena določa, da se določbe tega zakona ne uporabljajo za tujce, ki so tuji dopisniki, akreditirani v Republiki Sloveniji in drugi dopisniki in poročevalci za tuje medije, v času izvajanja dejavnosti obveščanja (3. točka). Obveznost vpisa v register tujih dopisništev in dopisnikov, s čimer tuje dopisništvo ali dopisnik pridobi akreditacijo v Republiki Sloveniji, je zato nepotrebna in predstavlja administrativno breme za opravljanje dejavnosti.

K 114. členu (prehodna ureditev Sveta za radiodifuzijo):

Določa se prehodna ureditev SRDF, ki nadaljuje delo v obstoječi sestavi. Naloge, ki jih je SRDF že začel izvajati in ob uveljavitvi tega zakona še niso končani, se končajo po določbah obstoječega ZMed, razen če novi zakon glede posameznega postopka v prehodnih določbah določa drugače (npr. če je izrecno določeno, da se postopek konča po novem zakonu, ta pa ne določa več sodelovanja SRDF v postopku).

K 115. členu (rok za sprejem oziroma uskladitev podzakonskih in drugih aktov):

S prehodnimi določbami se določi rok za sprejem oz. uskladitev podzakonskih aktov oz. splošnih aktov.

K 116. členu (prenehanje veljavnosti predpisov in podaljšanje njihove uporabe):

Določata se prenehanje veljavnosti ZMed in predpisov, izdanih na njegovi podlagi, ter podaljšanje njihove uporabe.

K 117. členu (začetek uporabe določb o oceni koncentracij na medijskem trgu):

Določa se začetek uporabe določb o oceni koncentracij na medijskem trgu.

K 118. členu (začetek veljavnosti zakona):

Določa se začetek veljavnosti tega zakona.

IV. BESEDILO ČLENOV, KI SE SPREMINJAJO

Z novim Zakonom o medijih se razveljavlja celoten Zakon o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAvMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16, 39/16, 45/19 – odl. US, 67/19 – odl. US in 82/21).

V. PRILOGE

- osnutki podzakonskih predpisov
- Izjava o skladnosti

PRILOGA – OSNUTKI PODZAKONSKIH PREDPISOV

Na podlagi petega odstavka 14. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št.____, v nadaljnem besedilu: ZMed-1) in v skladu s prvim in drugim odstavkom 103. člena Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 77/07 – uradno prečiščeno besedilo, 56/08, 4/10, 20/11, 111/13, 68/16, 61/17, 21/18 – ZNOrg, 3/22 – ZDeb in 105/22 – ZZNŠP) izdaja Vlada Republike Slovenije

UREDBO

O IZVEDBI POSTOPKA IZBIRE PROJEKTOV IN PROGRAMOV TER OSNOVNIH POGOJIH, OSNOVNIH MERILIH TER PREDNOSTNIH MERILIH ZA DODELJEVANJE DRŽAVNIH POMOČI MEDIJEM

1. Člen

(vsebina)

S to uredbo se določijo:

- način in postopki izbire projektov in programov, prijavljenih na javne pozive in javne razpise s področja medijev
- osnovni pogoji, osnovna merila ter prednostna merila za izbor projektov in programov na javnih pozivih in javnih razpisih iz prve alineje tega člena;

2. člen

(postopek)

(1) Postopek javnih razpisov in javnih pozivov izvede ministrstvo, pristojno za medije (v nadaljnem besedilu: pristojno ministrstvo), na podlagi te uredbe in v skladu z določbami Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo ((Uradni list RS, št. 77/07 – uradno prečiščeno besedilo, 56/08, 4/10, 20/11, 111/13, 68/16, 61/17, 21/18 – ZNOrg, 3/22 – ZDeb in 105/22 – ZZNŠP; v nadaljnem besedilu: ZUJIK), ki urejajo javne pozive in javne razpise.

(2) V postopku javnega poziva in javnega razpisa se smiselno uporablja predpis, ki je izdan na podlagi 106. člena ZUJIK, razen če ta uredba ne določa drugače.

3. člen

(vrste in namen finančnih podpor)

(1) Pristojno ministrstvo sofinancira projekte in programe s področja medijev prek javnih razpisov (v nadaljnem besedilu: razpis). Ko je skladno z zakonom, ki ureja uresničevanje javnega interesa za kulturo mogoče jasno vnaprej določiti kriterije in zahteve, ki jih mora izpolnjevati javni kulturni program, sofinancira projekte in programe prek javnega poziva (v nadaljnem besedilu: poziv).

(2) Cilji in namen sofinanciranja medijev je zagotavljanje javnega interesa v medijih, ki zajema:

- zagotavljanje pravice državljanov oziroma državljanek Republike Slovenije, Slovencev po svetu, pripadnikov oziroma pripadnic slovenskih narodnih manjšin v Avstriji, Hrvaški, Italiji in Madžarski, avtohtone italijanske in madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji, ter romske skupnosti, ki živi v Republiki Sloveniji, do javnega obveščanja in celovite obveščenosti;
- zagotavljanje pravice oseb z invalidnostmi do javnega obveščanja in do obveščenosti v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih;
- zagotavljanje pravice do javnega obveščanja in obveščenosti na lokalnih območjih;
- zagotavljanje medijske pluralnosti in raznovrstnosti programskih vsebin;
- spodbujanje medijske pismenosti;

- spodbujanje neodvisnega, etičnega in verodostojnega novinarstva ter spodbujanje samoregulacije v medijih;
- spodbujanje preiskovalnega novinarstva;
- zagotavljanje kulturne in umetniške ustvarjalnosti v medijih;
- zagotavljanje uredniške in novinarske avtonomije ter neodvisnost medijev.

(3) Pristojno ministrstvo z namenom uresničevanja javnega interesa na področju medijev sofinancira naslednje projekte oziroma programe medijev:

1. ustvarjanje programskih vsebin v javnem interesu v splošno-informativnih tiskanih medijih, radijskih in televizijskih programih ter digitalnih medijih, pri čemer se za ta namen zagotovijo sredstva v letni višini, ki ustreza vrednosti najmanj enega odstotka zneska prispevka za programe RTV Slovenija, ki je bil zbran v preteklem letu;
2. dejavnost programov s statusom posebnega pomena, pri čemer se za ta namen zagotovijo sredstva v letni višini, ki ustreza vrednosti najmanj treh odstotkov zneska prispevka za programe RTV Slovenija, ki je bil zbran v preteklem letu;
3. ustvarjanje in razširjanje programskih vsebin, namenjenih osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih ter razvoj ustrezne tehnične infrastrukture;
4. delovanje medijev, ki imajo status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev;
5. razvoj novih programskih vsebin, oblik in orodij za novinarsko delo ali doseganje novih občinstev.

(4) Poleg projektov in programov iz prejšnjega odstavka lahko pristojno ministrstvo z namenom uresničevanja javnega interesa na področju medijev sofinancira medije tudi v okviru naslednjih posebnih finančnih pomoči:

1. podpora za tiskane medije in digitalni prehod z namenom, da bi olajšala prehod na digitalno izdajanje ali izboljšala njihovo poslovanje v digitalnem okolju in je lahko namenjena:
 - za prehod obstoječih tiskanih medijev na digitalno izdajanje;
 - za produkcijo v tiskanih medijih, s katero se krijejo uredniški stroški, povezani z ustvarjanjem programskih vsebin;
 - za del distribucije tiskanih medijev, s katero se krijejo stroški, povezani z dostavo tiskanih medijev ob dnevih, ko se dodatna dostava zagotavlja po višji ceni, ali z dostavo na podeželje in redkeje poseljena območja;
 - pravnim in fizičnim osebam za digitalne naročnine.
2. sofinanciranje produkcije digitalnih medijev z namenom podpore novim digitalnim projektom, ki niso vezani na tiskane medije.

(5) Projekti in programi, prijavljeni na razpise in pozive s področja medijev, navedenih v tem členu, se sofinancirajo na podlagi veljavne sheme državne pomoči, kar se navede v besedilu posameznega razpisa in poziva.

4. člen

(omejitve sodelovanja na razpisu in pozivu)

(1) Na razpisu in pozivu pristojnega ministrstva ne morejo biti sofinancirani:

- izdajatelji, ki so javni subjekti ali so subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov (ne velja za izdajatelje, ki imajo status programa posebnega pomena);

- izdajatelji, ki so politične stranke ali pa so slednje neposredni ali posredni lastnik ali ustanovitelj izdajatelja;
- izdajatelji, ki nimajo izpolnjenih pravnih, finančnih ali pogodbenih obveznosti do pristojnega ministrstva kot financerja in njegovih posrednih proračunskih uporabnikov;
- izdajatelji, katerih odgovorni uredniki ali osebe, ki so jih nadomeščale, so bili v zadnjih dveh letih pravnomočno obsojeni za kaznivo dejanje javnega spodbujanja sovraštva, nasilja in nestrpnosti po Kazenskem zakoniku. Obdobje zadnjih dveh let se računa od datuma objave javnega poziva ali javnega razpisa.

(2) Prijavitelji ne morejo kandidirati na javnem pozivu ali javnem razpisu iz te uredbe z istimi projekti, s katerimi kandidirajo na katerem koli javnem razpisu ali pozivu za sredstva ministrstva.

5. člen

(razpisna vrednost sofinanciranja)

Z besedilom posameznega razpisa ali poziva se določita okvirna vrednost razpisanih sredstev. Projekti ali programi se sofinancirajo v največ 50-odstotnem deležu upravičenih stroškov iz sredstev proračuna Republike Slovenije. Projekti se lahko sofinancirajo tudi iz drugih javnih virov, vendar skupaj ne sme presežati 50 % vseh upravičenih stroškov projekta.

6. člen

(postopek dodelitve finančne podpore)

(1) Minister s sklepom o začetku postopka iz 104. člena ZUJIK določi besedilo javnega razpisa ali javnega poziva, ki vsebuje podatke, določene v 107. ali 114. členu ZUJIK.

(2) Javni razpis ali javni poziv iz te uredbe se razpiše do višine sredstev, ki so za namen iz te uredbe predvidena v državnem proračunu.

(3) Dodeljena sredstva se lahko porabijo za pokrivanje upravičenih stroškov, nastalih izključno pri aktivnostih, ki so v neposredni zvezi s sofinanciranim projektom ali programom po pogodbi.

7. člen

(izvedba razpisa ali poziva)

(1) Besedilo razpisa ali poziva se objavi na spletnem mestu pristojnega ministrstva, v Uradnem listu Republike Slovenije pa se objavi informacija o razpisu.

(2) Besedilo razpisa ali poziva mora vsebovati najmanj podatke, določene z zakonom, ki ureja uresničevanje interesa za kulturo.

8. člen

(potek postopka izbora projektov)

(1) Razpisi in pozivi se izvajajo po naslednjih fazah:

1. uvedba postopka:
 - priprava podlag za sprejem sklepa o začetku postopka;
 - sprejem sklepa o začetku postopka;
 - objava poziva ali razpisa;
2. priprava vlog za obravnavo ter zavržbe:
 - evidentiranje prispelih vlog;
 - odpiranje vlog;
 - pozivanje na dopolnitev nepopolnih vlog in dopolnjevanje le-teh;
 - izdaja posamičnih sklepov o zavržbi nepopolnih in nepravočasnih vlog ter vlog, ki jih niso vložile upravičene osebe;
3. ocenjevanje in vrednotenje vlog:
 - ocenjevanje in vrednotenje ustreznih vlog;
 - oblikovanje končnega predloga strokovno programske komisije;
4. izbor projektov oziroma programov:

- izdaja posamičnih odločb o odobritvi ali zavrnitvi sofinanciranja projekta.

(2) Na podlagi predloga strokovne komisije izda minister o vsaki ustrezni vlogi, prispeli na javni razpis ali javni poziv, posamično odločbo, s katero se odloči o odobritvi ter deležu sofinanciranja ali zavrnitvi sofinanciranja posameznega kulturnega projekta oziroma kulturnega programa.

9. člen

(strokovna komisija)

(1) O razdelitvi sredstev za namene iz 3. člena te uredbe odloča pristojno ministrstvo na predlog strokovne komisije in na podlagi izvedenega postopka javnega poziva ali javnega razpisa.

(2) Člane strokovne komisije izmed strokovnjakov za področje medijev imenuje pristojno ministrstvo v skladu z zakonom, ki ureja uresničevanja javnega interesa za kulturo. Člani strokovne komisije ne morejo biti:

- funkcionarji, poslanci in člani vodstev ali izvršilnih organov političnih strank;
- delavci, zaposleni v državnih organih;
- delavci, ki imajo z izdajateljem ali oglaševalsko organizacijo sklenjeno pogodbo o zaposlitvi ali sklenjeno drugo dolgotrajno sodelovanje na podlagi pogodb civilnega prava;
- osebe, ki imajo v lasti več kot en odstotek kapitala ali upravljavskih oziroma glasovalnih pravic v premoženju izdajatelja ali v oglaševalski organizaciji;
- osebe, ki so jim bile v zadnjih dveh letih s pravnomočno odločbo izrečena globa za kršitev prepovedi spodbujanja nasilja ali sovraštva in ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj iz 53. člena Zmed-1

10. člen

(osnovni pogoji za dodelitev finančne podpore)

Osnovni pogoji za sofinanciranje programov in projektov iz 3. člena te uredbe so:

- skladnost projekta ali programa oziroma dejavnosti izdajatelja z javnim interesom na področju medijev;
- ustreznost za opravljanje dejavnosti (na primer vpis v poklicni ali poslovni register, registracija dejavnosti, dovoljenje za izvajanje dejavnosti);
- zagotovljenost ustreznih ekonomskih in finančnih zmogljivosti;
- zagotovljenost ustreznih strokovnih sposobnosti in izkušenj;
- zagotavljanje preglednosti podatkov o lastništvu medijev in državnem oglaševanju ter o razkritju nasprotja interesov.

11. člen

(osnovna merila za dodelitev finančne podpore)

Osnovna merila, na podlagi katerih pristojna strokovna komisija presoja upravičenost do sofinanciranja programov in projektov iz 3. člena te uredbe so:

- pomen izvedbe projekta ali programa za uresničevanje javnega interesa na področju medijev;
- kakovost in izvirnost projekta ali programa;
- strokovne reference izdajatelja in sodelujočih pri izvedbi projekta ali programa;
- doseg medija oziroma število uporabnikov medija ali učinkovitost doseganja ciljnih občinstev;
- ustreznost finančnega načrta realizacije projekta ali programa.

12. člen

(prednostna merila)

(1) Glede na specifičnost posamezne vrste finančne podpore iz 3. člena te uredbe lahko pristojna strokovna komisija pri presoji upravičenosti financiranja posameznega projekta oziroma programa upošteva tudi naslednja prednostna merila:

- spoštovanje profesionalnih in etičnih standardov novinarskega dela;

- spoštovanje načel novinarske in uredniške avtonomije;
- spoštovanje prepovedi spodbujanja nasilja ali sovraštva in ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj;
- spoštovanje zakonskih zahtev v zvezi s plačilom za delo, delovnim časom, počitki, opravljanjem dela na podlagi pogodb civilnega prava kljub obstoju elementov delovnega razmerja ali v zvezi z zaposlovanjem na črno;
- ohranjanje novinarskih delovnih mest za nedoločen čas;
- zagotavljanje visoke stopnje pravne zaščite in trajnejše socialne varnosti tako zaposlenim kot pogodbeno vezanim novinarjem, programskim delavcem in drugim ključnim delavcem v medijih;
- ureditev pravic in obveznosti novinarjev s kolektivno pogodbo širše ali ožje ravni;
- zagotavljanje rednega izobraževanja in usposabljanja novinarjev, programskih delavcev ali drugih ključnih poklicev v medijih;
- vključevanje preverjanja dejstev pred objavo v uredniški proces;
- nepridobitnost in neprofitnost medija;
- status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev;
- dostopnost programskih vsebin osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih;
- zagotavljanje visokih programskih deležev lastne produkcije, slovenskih avdiovizualnih del in slovenske glasbe.

(2) Prednostna merila iz prejšnjega odstavka pomenijo dodatno število točk, ki jih prejmejo projekti oziroma programi, ki ta merila izpolnjujejo.

13. člen

(sofinanciranje ustvarjanje programskih vsebin v splošno-informativnih tiskanih medijih, radijskih in televizijskih programih ter digitalnih medijih)

(1) Namen sofinanciranja ustvarjanja programskih vsebin v javnem interesu v splošno-informativnih tiskanih medijih, radijskih in televizijskih programih ter digitalnih medijih je podpiranje in spodbujanje kakovostnega novinarstva, zagotavljanje kakovostnih in raznolikih novinarskih vsebin, ter zagotavljanje dostopa do različnih virov informacij za javnost, pri čemer se za ta namen zagotovijo sredstva v letni višini, ki ustreza vrednosti najmanj enega odstotka zneska prispevka za programe RTV Slovenija, ki je bil zbran v preteklem letu.

(2) Osnovni pogoji za sofinanciranje programov in projektov ustvarjanja programskih vsebin v splošno-informativnih tiskanih medijih

- pogoj 1
- pogoj 2

(3) Osnovna merila za sofinanciranje programov in projektov ustvarjanja programskih vsebin v splošno-informativnih tiskanih medijih:

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

(3) Prednostna merila za sofinanciranje programov in projektov ustvarjanja programskih vsebin v splošno-informativnih tiskanih medijih:

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

14. člen

(sofinanciranje dejavnosti programov posebnega pomena)

(1) Namen sofinanciranje je podpora dejavnosti programov s statusom posebnega pomena, pri čemer se za ta namen zagotovijo sredstva v letni višini, ki ustreza vrednosti najmanj treh odstotkov zneska prispevka za programe RTV Slovenija, ki je bil zbran v preteklem letu.

(2) Osnovni pogoji za sofinanciranje programov dejavnosti programov posebnega pomena

- pogoj 1
- pogoj 2

(3) Osnovna merila za sofinanciranje dejavnosti programov posebnega pomena:

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

(4) Prednostna merila za sofinanciranje dejavnosti programov posebnega pomena:

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

15. člen

(sofinanciranje ustvarjanja in razširjanja programskih vsebin, namenjenih osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih ter razvoj ustrezne tehnične infrastrukture)

(1) Namen sofinanciranja ustvarjanje in razširjanje programskih vsebin, namenjenih osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih ter razvoj ustrezne tehnične infrastrukture je zagotoviti enakopraven dostop do informacij, izobraževanja in kulturnih vsebin za osebe z različnimi vrstami invalidnosti.

(2) Osnovni pogoji za sofinanciranje ustvarjanja in razširjanja programskih vsebin, namenjenih osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih ter razvoj ustrezne tehnične infrastrukture:

- pogoj 1
- pogoj 2

(3) Osnovna merila za sofinanciranje ustvarjanja in razširjanja programskih vsebin, namenjenih osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih ter razvoj ustrezne tehnične infrastrukture:

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

(4) Prednostna merila za sofinanciranje ustvarjanja in razširjanja programskih vsebin, namenjenih osebam z invalidnostmi v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih ter razvoj ustrezne tehnične infrastrukture:

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

16. člen

(sofinanciranje delovanja medijev, ki imajo status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev)

(1) Namen sofinanciranja delovanja medijev, ki imajo status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev, je podpreti delovanje medijskih organizacij, katerih dejavnost prispeva k večji informiranosti in pluralnosti mnenj ter zagotavljanju kakovostnega, neodvisnega in raznolikega novinarstva.

(2) Osnovni pogoji za sofinanciranje delovanja medijev, ki imajo status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev

- pogoj 1
- pogoj 2

(3) Osnovna merila za sofinanciranje delovanja medijev, ki imajo status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

(4) Prednostna merila za sofinanciranje delovanja medijev, ki imajo status nevladne organizacije v javnem interesu na področju medijev:

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

17. člen

(sofinanciranje razvoja novih programskih vsebin, oblik in orodij za novinarsko delo ali doseganje novih občinstev)

(1) Namen sofinanciranja razvoja novih programskih vsebin, oblik in orodij za novinarsko delo ali doseganje novih občinstev, je podpora inovacijam v novinarstvu, ki pomagajo novinarjem, medijskim organizacijam ali nevladnim medijem, da se prilagodijo novim tehnologijam in spreminjajočim se medijskim navadam ter ustvarijo vsebine, ki bodo dosegle nove ciljne skupine ali občinstva.

(2) Osnovni pogoji za sofinanciranje razvoja novih programskih vsebin, oblik in orodij za novinarsko delo ali doseganje novih občinstev:

- pogoj 1
- pogoj 2

(3) Osnovna merila za sofinanciranje razvoja novih programskih vsebin, oblik in orodij za novinarsko delo ali doseganje novih občinstev:

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

(4) Prednostna merila za sofinanciranje razvoja novih programskih vsebin, oblik in orodij za novinarsko delo ali doseganje novih občinstev:

- merilo 1
- merilo 2
- merilo 3

18. člen

(sofinanciranje tiskanih medijev in digitalni prehod)

(1) Namen sofinanciranja tiskanih medijev in digitalni prehod je olajšanje prehoda na digitalno izdajanje ali izboljšanje njihovega poslovanja v digitalnem okolju. Finančna podpora za tiskane medije in digitalni prehod je lahko namenjena za:

- sofinanciranje izdajateljev za prehod obstoječih tiskanih medijev na digitalno izdajanje;

- sofinanciranje izdajateljev za produkcijo v tiskanih medijih, s katero se krijejo uredniški stroški, povezani z ustvarjanjem programskih vsebin;
- sofinanciranje izdajateljev za del distribucije tiskanih medijev, s katero se krijejo stroški, povezani z dostavo tiskanih medijev ob dnevih, ko se dodatna dostava zagotavlja po višji ceni, ali z dostavo na podeželje in redkeje poseljena območja;
- sofinanciranje pravnih in fizičnih oseb za digitalne naročnine.

(2) Do sredstev iz prve do tretje alineje prejšnjega odstavka so upravičeni izdajatelji nacionalnih in regionalnih splošno-informativnih tiskanih medijev, ki poleg osnovnih pogojev iz 10. člena te uredbe izpolnjujejo tudi naslednje posebne pogoje:

- so vpisani v razvid medijev;
- izhajajo najmanj 12-krat na leto;
- imajo minimalno naklado 1500 izvodov;
- izhajajo v slovenščini;
- namenjeni so splošni javnosti v Republiki Sloveniji;
- objavljajo večinski delež izvirmih, lastnih programskih vsebin, s katerimi pokrivajo širok nabor aktualnih družbenih, političnih, gospodarskih in kulturnih tem;
- so pod enakimi pogoji dostopni širši javnosti in skrbijo za dostopnost za ljudi z invalidnostmi;
- imajo neodvisno in avtonomno uredniško politiko;
- imajo v uredništvu zaposlenih najmanj toliko oseb, da njihov skupni delovni čas ustreza vsaj petim zaposlenim za polni delovni čas;
- ponujajo naročniški model že najmanj 12 mesecev pred oddajo vloge na javni poziv oziroma javni razpis.

(3) Do sredstev iz četrte alineje prvega odstavka tega člena so upravičene pravne in fizične osebe, ki so davčni rezidenti v Republiki Sloveniji in se odločijo za digitalno naročnino pri izdajatelju, ki izdaja medij najmanj eno leto pred objavo javnega razpisa ali poziva.

(4) Poleg medijev iz 4. člena te uredbe do sredstev iz tega člena niso upravičeni:

- brezplačniki,
- občinska glasila;
- publikacije, namenjene posameznim poklicem, panogam ali političnim strankam.

(5) Osnovna merila, na podlagi katerih pristojna strokovna komisija presoja upravičenost do sofinanciranja programov in projektov za tiskane medije in digitalni prehod:

- Merilo 1
- Merilo 2
- Merilo 3
-

(4) Prednostna merila, ki pomenijo dodatno število točk, ki jih prejmejo projekti oziroma program za tiskane medije in digitalni prehod, ki ta merila izpolnjujejo:

- Merilo 1
- Merilo 2
- Merilo 3

19. člen

(sofinanciranje produkcije digitalnih medijev)

(1) Namen sofinanciranja produkcije digitalnih medijev je podpora novim digitalnim projektom, ki niso vezani na tiskane medije ter produkcija kvalitetnih digitalnih vsebin.

(2) Do sredstev so upravičeni izdajatelji digitalnih medijev, ki poleg osnovnih pogojev iz 10. člena te uredbe izpolnjujejo tudi naslednje posebne pogoje:

- so vpisani v razvid medijev;
- izhajajo v slovenščini;
- imajo minimalni doseg 10.000 uporabnikov;

- namenjeni so splošni javnosti v Republiki Sloveniji;
- periodično objavljajo večinski delež izvernih, lastnih programskih vsebin, s katerimi pokrivajo širok nabor aktualnih družbenih, političnih, gospodarskih in kulturnih tem;
- so pod enakimi pogoji dostopni širši javnosti in skrbijo za dostopnost za ljudi z invalidnostmi;
- imajo neodvisno uredniško politiko;
- v uredništvu imajo zaposlenih najmanj toliko oseb, da njihov skupni delovni čas ustreza vsaj trem zaposlenim za polni delovni čas;
- delujejo izključno v digitalnem okolju.

(3) Poleg medijev iz 4. člena te uredbe do sredstev iz tega člena niso upravičeni: javni mediji;

- občinska glasila;
- digitalni mediji, namenjenih posameznim poklicem, panogam ali političnim strankam;
- spletna mesta tiskanih medijev ter radijskih in televizijskih programov.

(5) Osnovna merila, na podlagi katerih pristojna strokovna komisija presoja upravičenost do sofinanciranja programov in projektov za tiskane medije in digitalni prehod:

- Merilo 1
- Merilo 2
- Merilo 3

(4) Prednostna merila, ki pomenijo dodatno število točk, ki jih prejmejo projekti oziroma program za tiskane medije in digitalni prehod, ki ta merila izpolnjujejo:

- Merilo 1
- Merilo 2

»PREHODNA IN KONČNI DOLOČBI«

20. člen

(prehodna določba)

Komisija, imenovana na podlagi Uredbe o izvedbi rednega letnega javnega razpisa za sofinanciranje ustvarjanja programskih vsebin in razvoja tehnične infrastrukture na področju medijev (Uradni list RS, št. 78/06 4/11 in 8/12), opravlja naloge do izteka svojega mandata.

21. člen

(prenehanje veljavnosti)

Z dnem uveljavitve te uredbe preneha veljati Uredba o izvedbi rednega letnega javnega razpisa za sofinanciranje ustvarjanja programskih vsebin in razvoja tehnične infrastrukture na področju medijev (Uradni list RS, št. 78/06 4/11 in 8/12).

22. člen

(začetek veljavnosti)

Ta uredba začne veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Št. _____

Ljubljana, dne _____

Vlada Republike Slovenije
dr. Robert Golob l. r.
Predsednik

Na podlagi petega odstavka 8. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. ____;) izdaja Vlada Republike Slovenije

UREDBO

O POSTOPKU PRIDOBITVE STATUSA SAMOSTOJNEGA NOVINARJA IN NAČINU VODENJA RAZVIDA SAMOSTOJNIH NOVINARJEV

1. člen

Ta uredba določa postopek in način izkaza izpolnjevanja pogojev za pridobitev statusa samostojnega novinarja, način za vodenje razvida samostojnih novinarjev pri ministrstvu, pristojnem za medije (v nadaljnjem besedilu: pristojno ministrstvo), način za posredovanje podatkov iz njega ter način in postopek občasnega preverjanja izpolnjevanja pogojev, ki jih morajo za vpis v razvid izpolnjevati samostojni novinarji.

I. POSTOPEK ZA PRIDOBITEV STATUSA SAMOSTOJNEGA NOVINARJA IN POGOJI ZA VPIS V RAZVID SAMOSTOJNIH NOVINARJEV

2. člen

Status samostojnega novinarja se pridobi z vpisom v razvid samostojnih novinarjev pri pristojnem ministrstvu (v nadaljnjem besedilu: razvid) po predhodnem mnenju najmanj enega strokovnega združenja novinarjev.

O vpisu v razvid odloči pristojno ministrstvo z odločbo.

3. člen

Za strokovno združenje novinarjev iz prejšnjega člena te uredbe šteje reprezentativno strokovno združenje novinarjev, v katero je včlanjenih najmanj 100 novinarjev ali drugih avtorjev medijskih prispevkov. Obstoje pogoja reprezentativnosti ugotavlja ministrstvo na predlog strokovnega združenja novinarjev.

4. člen

V razvid se lahko vpiše, kdor izpolnjuje naslednje pogoje:

- da ima izkaz o aktivnem znanju slovenskega jezika, če ni državljan Republike Slovenije;
- da ima dokazila o objavah v medijih;
- da samostojno opravlja novinarsko dejavnost kot edini ali glavni poklic ali polovični delovni čas;
- da mu ni s pravnomočno sodno odločbo prepovedano opravljanje te dejavnosti;
- da ne opravlja dejavnosti ali sodeluje pri opravljanju dejavnosti, ki so v nasprotju z naravo novinarskega dela, kot jih določajo mednarodni strokovni in etičnimi standardi novinarske dejavnosti (na primer marketinška svetovanja, odnosi z javnostjo, oglaševanje izdelkov ali storitev).

5. člen

Aktivno znanje slovenskega jezika iz prve alineje prejšnjega člena te uredbe se ugotovi na podlagi izkaza, ki ga izda Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Center za slovenščino kot drugi in tuji jezik.

6. člen

Kot dokazila iz druge alineje 4. člena te uredbe veljajo kopije ali posnetki člankov, reportaž, intervjujev ter drugih novinarskih zvrsti, ki so bili objavljeni pod imenom predlagatelja.

Predlagatelj mora predložiti vsaj 20 dokazil iz prvega odstavka tega člena za obdobje enega leta pred predložitvijo in navesti imena medijev, v katerih so bili prispevki objavljeni.

Kot dokazilo o izpolnjevanju pogoja iz prvega in drugega odstavka tega člena šteje tudi potrdilo o objavah oziroma izjava medija, pri katerem novinar dela oziroma z njim sodeluje.

7. člen

Po tej uredbi opravlja posameznik novinarsko dejavnost kot edini ali glavni poklic, kadar je v delovnem razmerju za polni ali polovičen delovni čas oziroma ne opravlja druge samostojne poklicne dejavnosti.

Kot dokaz o izpolnjenem merilu iz prejšnjega odstavka tega člena velja izjava predlagatelja.

8. člen

Kot dokazilo o izpolnjenem pogoju iz četrte alineje 4. člena te uredbe velja izjava predlagatelja.

9. člen

Kot dokazilo o izpolnjenem pogoju iz pete alineje 4. člena te uredbe velja izjava predlagatelja.

10. člen

Vloga za vpis v razvid vsebuje naslednje podatke:

- ime in priimek predlagatelja;
- datum in kraj rojstva;
- ulica in kraj stalnega prebivališča ter ulica in kraj morebitnega začasnega prebivališča;
- sedež opravljanja dejavnosti
- podatek o državljanstvu;
- enotna matična številka občana (EMŠO)
- davčna številka
- telefonska številka
- elektronski naslov
- datum želenega vpisa v razvid.

Z oddajo vloge predlagatelj izrecno dovoljuje pristojnemu ministrstvu zbiranje in obdelavo osebnih podatkov za namene vodenje Razvida samostojnih novinarjev v skladu z Zakonom o medijih in zakonom, ki ureja varstvo osebnih podatkov.

11. člen

Predlagatelj mora vlogi za vpis v razvid priložiti naslednje dokumente in dokazila:

- če je državljan Republike Slovenije, potrdilo o državljanstvu;
- če ni državljan Republike Slovenije, izkaz o aktivnem znanju slovenskega jezika, ki ga izda Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Center za slovenščino kot drugi in tuji jezik;
- dokazila o objavah v medijih, v obsegu, obliki in na način, kot določa ta uredba;
- izjavo, da opravlja novinarsko dejavnost kot edini ali glavni poklic;
- izjavo o tem, da mu ni s pravnomočno sodno odločbo prepovedano opravljanje novinarske dejavnosti;

- izjavo, da ne opravlja dejavnosti ali sodeluje pri opravljanju dejavnosti, ki so v nasprotju z naravo novinarskega dela, kot jih določajo mednarodni strokovni in etičnimi standardi novinarske dejavnosti (na primer marketinška svetovanja, odnosi z javnostjo, oglaševanje izdelkov ali storitev).
- predhodno mnenje najmanj enega strokovnega združenja novinarjev.
- soglasje za zbiranje in obdelavo osebnih podatkov za namene vodenje Razvida samostojnih novinarjev v skladu z Zakonom o medijih in zakonom, ki ureja varstvo osebnih podatkov.

12. člen

Predlagatelj, ki izpolnjuje pogoje za vpis, se v razvid vpiše z dnem, ki ga sam navede kot želeni datum vpisa, vendar ne pred datumom prejema vloge za vpis v razvid na ministrstvo. Če predlagatelj v vlogi ne navede želenega datuma vpisa, se v razvid vpiše z dnem, ko pristojno ministrstvo izda odločbo o vpisu.

II. POSTOPEK VODENJA RAZVIDA IN OBČASNEGA PREVERJANJA IZPOLNJEVANJA POGOJEV ZA VPIS V RAZVID

13. člen

Samostojni novinar mora sporočiti pristojnemu ministrstvu vsako spremembo podatkov iz drugega in tretjega odstavka prejšnjega člena, in sicer najpozneje v 15 dneh od nastanka spremembe.

14. člen

Samostojni novinar mora na zahtevo pristojnega ministrstva predložiti dokazila iz 6. člena te uredbe, iz katerih je razvidno, da še izpolnjuje pogoj za vpis v razvid iz druge alineje 4. člena te uredbe.

Pristojno ministrstvo preverja izpolnjevanje pogojev za vpis v razvid samostojnih novinarjev v skladu s prejšnjim odstavkom tudi na predlog strokovnih združenj novinarjev, Finančne uprave Republike Slovenije in Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (v nadaljnjem besedilu: AJ PES).

Samostojni novinar mora v 15 dneh od prejema zahteve iz prvega odstavka tega člena predložiti zahtevana dokazila, razen če dokaže, da zahtevanih dokazil iz opravičljivih razlogov ni mogel predložiti v predpisanem roku.

Samostojnemu novinarju, ki dokaže, da iz opravičljivih razlogov ni mogel predložiti zahtevanih dokazil v roku iz prejšnjega odstavka, ministrstvo ob presoji vseh okoliščin primera podaljša rok za predložitev dokazil.

15. člen

Samostojnega novinarja, ki ne izpolnjuje več katerega koli izmed pogojev iz 4. člena te uredbe, se izbriše iz razvida. Iz razvida se izbriše tudi, če v roku, kot je opredeljen v četrtem odstavku prejšnjega člena, ne predloži zahtevanih dokazil.

Samostojnega novinarja se izbriše iz razvida tudi na njegovo zahtevo. Iz razvida se izbriše z dnem, ki ga sam predlaga, vendar ne prej kot z dnem prejema vloge na ministrstvo, razen če gre za primer zakonske nezdržljivosti s statusom samostojnega novinarja.

O izbrisu iz razvida odloči pristojno ministrstvo z odločbo.

16. člen

Razvid vsebuje naslednje podatke:

- ime in priimek samostojnega novinarja;
- zaporedna številka in datum vpisa;
- evidenčna številka vpisa;
- datum in kraj rojstva;
- ulica in kraj stalnega bivališča;
- ulica in kraj morebitnega začasnega bivališča;
- sedež opravljanja dejavnosti;
- podatek o državljanstvu;
- enotna matična številka občana (EMŠO)
- davčna številka
- telefonska številka
- elektronski naslov
- podatki o prilogah k vlogi za vpis;
- podatki o spremembah podatkov v zvezi z vpisom;
- podatek o datumu in razlogu za izbris;
- podatki o preverjanju pogojev za vpis;
- podatki o morebitnih predhodnih vpisih in izbrisih.

Podatki o imenu in priimku samostojnih novinarjev so javni in dostopni vsakomur. Seznanitev s podatki se omogoči tako, da se jih objavi na spletnih straneh pristojnega ministrstva, da na vpogled, ali tako, da se zagotovi njihov prepis, fotokopijo ali elektronski zapis. Ostali podatki iz razvida samostojnih novinarjev so dostopni le, če tako določa zakon.

III. PREHODNE IN KONČNE DOLOČBE

17. člen

Novinarje, ki so imeli na dan uveljavitve Zmed-1 status samostojnega novinarja na podlagi Zakona medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAvMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16, 39/16, 45/19 – odl. US, 67/19 – odl. US in 82/21, v nadaljevanju: ZMed), se vpiše v razvid po uradni dolžnosti.

18. člen

Društvo novinarjev Slovenije in Sindikat novinarjev Slovenije, ki sta v postopku ugotavljanja statusa samostojnega novinarja podajala predhodna mnenja na podlagi ZMed, veljata za strokovno združenje novinarjev iz 3. člena te uredbe.

19. člen

Z dnem uveljavitve te uredbe preneha veljati Uredba o postopku in podrobnejših merilih za pridobitev statusa samostojnega novinarja in za vodenje razvida kot javne knjige (Uradni list RS, št. 105/01).

20. člen

Ta uredba začne veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Št. _____

Ljubljana, dne _____.

Vlada Republike Slovenije
dr. Robert Golob l. r.
Predsednik

Na podlagi drugega odstavka četrtega odstavka 64. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. XY/XY) je Vlada Republike Slovenije sprejela

PRIPOROČILA ZA IZVEDBO DRŽAVNEGA OGLAŠEVANJA

1. člen

(vsebina pravilnika)

Ta sklep določa priporočila za izvedbo državnega oglaševanja, s katerimi se določijo minimalni standardi načrtovanja in izvedbe oglaševalskih kampanj.

2. člen

(pomen izrazov)

Zavezanci za izvajanje teh priporočil so javni subjekti in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov.

Drugi izrazi, uporabljeni v tem pravilniku, imajo enak pomen, kot je določen v zakonu, ki ureja, ki ureja medije, oziroma zakonu, ki ureja javni zavod RTV Slovenija.

3. člen

(načela oglaševanja)

Oglaševalske akcije in kampanje javnih subjektov in subjektov pod prevladujočim vplivom javnih subjektov (v nadaljnjem besedilu: organi) so namenjene primarno obveščanju (informiranju), promociji vladnih ukrepov, politik ter ozaveščanju in spreminjanju navad in mišljenja ciljnih skupin javnosti, ki jim je sporočilo namenjeno.

Organ (kot naročnik oglaševanja oziroma oglaševalec) uporablja marketinški pristop oglaševanja za nekomercialne namene in pri tem upošteva ta Priporočila za izvedbo državnega oglaševanja (v nadaljnjem besedilu: Priporočila).

Priporočila so namenjena izboljšanju transparentnosti in učinkovitosti ter smotni, gospodarni porabi javnih sredstev pri izvedbi državnega oglaševanja.

Cilj je zagotoviti transparentno in na strokovnih načelih pripravljeno oglaševalsko kampanjo organov na medijskem in drugem oglaševalskem trgu (kot so spletne platforme, oglaševalska omrežja in druge oglaševalske platforme) in s tem:

- zagotavljati sledljivost javnih sredstev,
- utemeljiti vključenost posameznega medija v medijski zakup po poenotenih metrikah za vse medije.

4. člen

(temeljna oglaševalska pravila)

Organi pri oglaševanju upoštevajo temeljna pravila slovenskega oglaševalskega kodeksa, ki izhajajo tudi iz določb mednarodnega kodeksa ICC (ICC Advertising and Marketing Communications Code), med njimi posebej:

- oglaševanje mora biti zakonito, dostojno, pošteno, resnično in dokazljivo,
- oglaševanje mora biti zasnovano odgovorno do posameznika in družbe kot celote,
- oglaševanje mora biti spoštljivo do slovenskega jezika.

5. člen

(izvedba oglaševalske kampanje)

Za učinkovito izvedbo oglaševalske kampanje ali akcije morajo organi:

- pripraviti celovito komunikacijsko strategijo in izvedbeni medijski načrt (z opredeljenimi ciljnimi javnostmi, ključnimi sporočili, kanali, orodji, jasno merljivimi kazalniki uspešnosti ter pričakovanimi rezultati),
- beležiti in utemeljiti spremembe medijskega načrta,
- pripraviti vizualne vsebine in vizualne podobe oglasnih sporočil in oglasnih formatov,
- pripravi izbor (klasičnih in novih) medijev ter načrt zakupa oglasnega prostora, pri čemer naj se upoštevajo medijske navade ciljnega občinstva oziroma javnosti in predstavitvene zmožnosti oglaševalskega »produkta oziroma storitve« glede vsebine (promocije), dosega medija ter stroškov,
- izbere cenovni model zakupa akcije,
- opredelijo cilji, ki jih organ želi doseči z oglaševalsko akcijo oziroma kampanjo,
- opredelijo kazalci učinkovitosti in uspešnosti – doseg oglasnega sporočila (število ljudi, ki jih je oglas dosegel) in natančnost ciljanja oglasov pri posamezni ciljni javnosti (ujemanje in ustreznost s cilji kampanje),
- pridobijo podatki o gledanosti, branosti, poslušanosti, obisku spletne strani, dosegu objav in drugih kazalnikih ter ob tem navedejo viri metrik (kot so na primer MOSS, AGB Nielsen, TVBeat, Raziskava branosti in bralcev, Google Analytics ...) utemeljitev izbora medija v medijskem zakupu temelji na primerljivi metriki oziroma raziskavi.

Pričakovani učinek oglaševanja naj upošteva:

- značilnosti ciljnih skupin,
- značilnosti medijev, spletnih platform, oglaševalskih omrežij oziroma drugega oglasnega prostora, v katerih organ komunicira oziroma oglašuje,
- kontekst oglaševanja,
- naravo oglaševalskega »produkta ali storitve« ter vsebino in obliko z oglaševanjem povezanega gradiva ali dejavnosti.

6. člen

(zakup oglasnega prostora)

Organi lahko zakupijo oglasni prostor neposredno (samostojno) pri ponudniku oglasnega ali medijskega prostora ali prek posrednikov oziroma oglaševalskih agencij. Agencije opravijo bodisi samo zakupno (pomoč pri medijskem načrtovanju zakupa) ali kreativno (pomoč pri oblikovanju kreativnih rešitev za vsebino oglasnih formatov) vlogo, bodisi oboje.

Na oglasnem prostoru naj bo jasno prepoznano, da gre za oglasno sporočilo in kdo je njegov naročnik in plačnik.

7. člen

(Poročanje)

Organi morajo najpozneje do konca marca vsakega tekočega leta pripraviti in javno objaviti pregled izvedenih oglaševalskih kampanj za preteklo leto, ki vključuje naslednje podatke o izdatkih za državno oglaševanje:

- ime in priimek oziroma firma in sedež izdajateljev ali ponudnikov spletnih platform, pri katerih so bile kupljene storitve;
- firma in sedež morebitnih poslovnih skupin, katerih del so izdajatelji ali ponudniki spletnih platform iz prejšnje alineje;
- skupni letni porabljeni znesek in porabljene letne zneske na posameznega izdajatelja ali ponudnika spletne platforme.

8. člen

(merjenje sporočilne uspešnosti)

– Organ naj pri merjenju sporočilne uspešnosti uporablja tržno relevantne, prosto dostopne in naročene metrike, izsledke (javnomnenjskih) raziskav ter ostala orodja.

– Kadar je možno, naj organi od ponudnikov za merjenje občinstva (ali posredno prek ponudnikov medijskih oziroma oglaševalskih storitev) pridobijo informacije o uporabljeni metodologiji (na primer. elemente, kot so velikost merjenega vzorca, opredelitev kazalnikov, ki se merijo, metrike, metode merjenja ter obdobje merjenja ...).

– Merjenje občinstva je eno od pomembnih orodij za ocenjevanje uspešnosti oglasnih vsebin in za razumevanje preferenc občinstva ter je pomembno tudi za načrtovanje prihodnjih oglaševalskih korakov.

9. člen

(oglaševalski proračun)

Organi določijo višino sredstev za oglaševanje v letnem proračunu.

Proračun za oglaševalsko kampanjo naj v največji možni meri temelji na predhodni analizi stanja in potreb, ki upošteva tako širše koristi prebivalstva kot tudi prednostne vladne politike.

Organi pri izvedbi oglaševanja upoštevajo tržno upravičenost medijskega oziroma oglasnega zakupa.

Organi oglaševanja naj dajo javnosti na voljo natančne, celovite, razumljive informacije o izdatkih za oglaševanje, dodeljenih ponudnikom medijskih oziroma oglaševalskih storitev, ki naj vključujejo:

- imena ponudnikov medijskih oziroma oglaševalskih storitev, od katerih so bile kupljene oglaševalske storitve,
- skupni porabljeni znesek oglaševalske kampanje ter zneske, porabljene po posameznih ponudnikih medijskih storitev.

10. člen

(sodelovanje strokovnjakov (pripravljavcev) s komunikatorji)

Priporoča se, da se pripravljavci pri pripravi razpisne dokumentacije posvetujejo z neodvisnimi strokovnjaki oziroma svetovalci za medijski zakup, še posebej, ko gre za večje oglaševalske kampanje.

Pri pripravi oglaševalskih kampanj se pripravljavci (vsebinski strokovnjaki idr.) že v fazi načrtovanja kampanje povežejo s svojimi službami za odnose z javnostmi (komunikacijskimi strokovnjaki), če te niso same nosilke oglaševanja.

11. člen

(Uporaba nacionalne znamke »I feel Slovenia«)

Pri oglaševanju za tuje javnosti in mednarodnih dogodkov, ki jih organizirajo vlada oziroma ministrstva, naj se uporabi nacionalna znamka »I FEEL SLOVENIA« v skladu s Priročnikom znamke Slovenije in Priročnikom celostne grafične podobe blagovne in storitvene znamke »I FEEL SLOVENIA«.

Tudi pri oglaševalskih akcijah za slovensko javnost se priporoča souporaba nacionalne znamke »I FEEL SLOVENIA«, še posebej v primerih, ko kampanja vsebuje tudi promocijske elemente oziroma sporočila, ki so skupna nacionalni znamki, kot na primer: trajnostni razvoj, zelena usmerjenost, nišnost, varstvo okolja, kreativnost, inovativnost, kakovost življenja.

12. člen

(Poročanje)

Organi morajo najpozneje do konca marca vsakega tekočega leta pripraviti in javno objaviti pregled izvedenih oglaševalskih kampanj za preteklo leto, ki vključuje naslednje podatke o izdatkih za državno oglaševanje:

- ime in priimek oziroma firma in sedež izdajateljev ali ponudnikov spletnih platform, pri katerih so bile kupljene storitve;
- firma in sedež morebitnih poslovnih skupin, katerih del so izdajatelji ali ponudniki spletnih platform iz prejšnje alineje;
- skupni letni porabljeni znesek in porabljene letne zneske na posameznega izdajatelja ali ponudnika spletne platforme.

13. člen

(začetek veljavnosti)

Ta priporočila začnejo veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Ljubljana, dne xx. xx. 20xx

Na podlagi sedmega odstavka 27. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. XX/XX) izdaja Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije naslednji

SPLOŠNI AKT

o določitvi indikatorjev meril in okoliščin za oceno medijske koncentracije

1. člen

(predmet ureditve)

Ta splošni akt podrobneje določa indikatorje meril in okoliščin iz 27. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. XX/XX, v nadaljnjem besedilu: ZMed-1), ki jih Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: agencija) upošteva pri oceni medijske koncentracije.

2. člen

(pomen izrazov)

Izrazi, uporabljeni v tem splošnem aktu, imajo enak pomen, kot je določen v ZMed-1.

3. člen

(smiselna uporaba indikatorjev)

Indikatorji, opredeljeni v tem splošnem aktu, se v posameznem primeru ocene medijske koncentracije uporabijo smiselno glede na okoliščine presoje posameznega primera medijske koncentracije in v njej udeleženih podjetij.

4. člen

(indikatorji merila uresničevanje javnega interesa na področju medijev)

Uresničevanje javnega interesa na področju medijev se presoja zlasti z uporabo naslednjih indikatorjev:

- a) pravica državljanov oziroma državljanek Republike Slovenije, Slovencev po svetu, pripadnikov oziroma pripadnic slovenskih narodnih manjšin v Avstriji, Hrvaški, Italiji in Madžarski, avtohtone italijanske in madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji, ter romske skupnosti, ki živi v Republiki Sloveniji, do javnega obveščanja in celovite obveščenosti (npr. naslavljanje raznolikih tem in stališč, pomembnih za celovito obveščenost javnosti; prisotnost in dostopnost programskih vsebin, ki so namenjene posameznim manjšinam; naslavljanje tem, namenjenih potrebam manjšin; reprezentacija manjšin in dostop manjšin do medijskega prostora);
- b) pravica oseb z invalidnostmi do javnega obveščanja in do obveščenosti v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih (npr. opremljenost programskih vsebin in storitev s tehnikami dostopnosti in obseg vsebin, opremljenih s temi tehnikami);
- c) pravica do javnega obveščanja in obveščenosti na lokalnih oz. regionalnih območjih (npr. kateri mediji izvajajo tovrstno obveščanje, v kolikšnem obsegu izvajajo obveščanje in v katerih programskih vsebinah oz. storitvah, ali so pri obveščanju zajete relevantne lokalne oz. regionalne teme, ali so v obveščanje zajeti prikazi nasprotnih mnenj o določeni temi);
- a) medijska pluralnost in raznovrstnost programskih vsebin (npr. ohranjanje raznolikosti medijev po namenu in formatu; ohranjanje raznolikih medijskih funkcij, kot so zagotavljanje informacij, izobraževanje in zabava, ter zagotavljanje tematske raznolikosti programskih vsebin, tveganje za izginjanje oz. upadanje določenih žanrov ali zvrsti);
- d) zagotavljanje neodvisnega, etičnega, verodostojnega in preiskovalnega novinarstva, uredniške in novinarske avtonomije ter neodvisnosti medijev ter spodbujanje samoregulacije v medijih, kar se presoja v povezavi z indikatorji, navedenimi v 5. členu tega splošnega akta;

- e) zastopanost kulturne in umetniške ustvarjalnosti v medijih (npr. kateri mediji predvajajo kakšne kulturne in umetniške vsebine, promocija slovenske in evropske avdiovizualne produkcije in slovenske glasbe).

5. člen

(indikatorji merila pričakovani vpliv medijske koncentracije na medijsko pluralnost)

Pričakovani vpliv medijske koncentracije na medijsko pluralnost, ob upoštevanju načela svobode izražanja, oblikovanje javnega mnenja in raznolikost programskih vsebin in medijske ponudbe na trgu, ob upoštevanju spletnega okolja in interesov strank, njihovih povezav ali dejavnosti v drugih medijskih podjetjih ali z njimi povezanimi podjetji, katerih glavna dejavnost ni medijska dejavnost, se presoja zlasti z uporabo naslednjih indikatorjev:

- a) stopnja centralizacije medijskega sektorja (npr. vpliv kombiniranega lastništva regionalnih oz. lokalnih in nacionalnih medijev istega podjetja na ohranjanje lokalnega oz. regionalnega ustvarjanja in distribucije vsebin, vključno z ohranjanjem uredništev in zaposlitev novinarjev v lokalnih oz. regionalnih okoljih);
- b) koncentracija občinstev (kopičenje gledanosti, poslušnosti, naklade, dosega spletnih medijev ipd. v rokah istega podjetja);
- c) nadzor posamezne osebe oz. podjetja nad drugimi povezanimi dejavnostmi, kot so oglaševanje ali telekomunikacije (npr. vpliv na dostop do oglaševalskih sredstev ali dostop do distribucijskih kanalov (npr. TV-sheme operaterjev)).

6. člen

(indikatorji merila pričakovani vpliv medijske koncentracije na uredniško in novinarsko avtonomijo ter možnosti izražanja različnih mnenj oziroma prepričanj in vključevanja raznolikih programskih vsebin)

Pričakovani vpliv medijske koncentracije na uredniško in novinarsko avtonomijo ter možnosti izražanja različnih mnenj oziroma prepričanj in vključevanja raznolikih programskih vsebin se presoja zlasti z uporabo naslednjih indikatorjev:

- a) vpliv spremembe lastništva oz. medijske koncentracije na delovne pogoje medijskih delavcev (npr. ohranjanje uredništev, ohranjanje delovnih mest novinarjev, programskih delavcev in drugih ključnih delavcev v medijih, ohranjanje lokalnih oz. regionalnih uredništev, izobraževanja in usposabljanja zaposlenih v medijih);
- b) vloga medijskih delavcev pri sprejemanju odločitev v uredništvih (npr. neodvisnost pri delu oz. poročanju, zaščita pred pritiski in tožbami (SLAPP), zagotavljanje ustreznih delovnih pogojev za preiskovalno novinarstvo, spodbujanje samoregulacije);
- c) zastopanost različnih političnih in ideoloških stališč in interesov v medijih (npr. zagotavljanje vsem družbenim segmentom, vključno z manjšinskimi stališči in interesi, da dosežejo javnost; prikazi nasprotnih mnenj o določeni temi);
- d) politična instrumentalizacija medijev (npr. prevladujoče pozitivno ali negativno predstavljanje posameznih političnih akterjev ali skupin oz. stališč, politični pritiski pri ustvarjanju programskih vsebin);
- e) ukrepi za preprečevanje širjenja dezinformacij in sovražnega govora (npr. ukrepi za preverjanje dejstev pred objavo, interni akti za preprečevanje sovražnega ali neprimernega poročanja ter diskriminacije, pravila za javno komentiranje).

7. člen

(indikatorji za presojo okoliščin, ki se upoštevajo pri oceni medijske koncentracije)

Morebitne zaveze, ki jih poda podjetje, vključeno v medijsko koncentracijo, za zaščito javnega interesa na področju medijev, ter zaščitni ukrepi za uredniško in novinarsko avtonomijo ter za raznolikost programskih vsebin, vključno z ukrepi, ki so jih priglasitelj ali podjetja, vključena v medijsko koncentracijo, sprejeli za zagotovitev neodvisnosti uredniških odločitev, se presoja zlasti z uporabo naslednjih indikatorjev:

- a) uvajanje zaščitnih ukrepov, s katerimi bo zagotovljeno zastopanje in izražanje mnenj različnih kulturnih in družbenih skupin, vključno z manjšinskimi stališči in interesi;

- b) uvajanje zaščitnih ukrepov, s katerimi se bo zagotovilo pravico oseb z invalidnostmi do javnega obveščanja in do obveščnosti v njim prilagojenih tehnikah, oblikah in jezikih;
- c) uvajanje zaščitnih ukrepov za produkcijo lokalno oz. regionalno usmerjenih ali ustvarjenih vsebin in storitev ter varoval za obstoj oz. delovanje novinarjev in drugih ključnih medijskih delavcev iz lokalnih oz. regionalnih skupnosti;
- d) uvajanje zaščitnih ukrepov za obstoj oz. ohranjanje uredništev, urejene delovne razmere novinarjev, programskih delavcev in drugih ključnih delavcev v medijih, ohranjanje lokalnih oz. regionalnih uredništev, spodbujanje preiskovalnega novinarstva in za zaščito pred političnimi ali lastniškimi pritiski;
- e) uvajanje zaščitnih ukrepov za zagotavljanje tematske raznolikosti medijev in programskih vsebin ter zaveze za spodbujanje in promocijo kulturne in umetniške ustvarjalnosti.

8. člen

(indikatorji za oceno ekonomske vzdržnosti priglasiatelja ali podjetij, vključenih v medijsko koncentracijo)

Pri oceni, ali bi brez koncentracije priglasiatelj ali podjetja, vključena v medijsko koncentracijo, ostala ekonomsko vzdržna in ali obstajajo še druge možnosti za zagotovitev njene gospodarske vzdržnosti, se uporabi zlasti naslednje indikatorje:

- a) podatke o virih prihodkov in diverzifikaciji teh virov;
- b) podatke o oglaševalskih prihodkih na večletni ravni;
- c) podatke o poslovni uspešnosti in stabilnosti na večletni ravni;
- d) podatke o številu zaposlenih in morebitnih spremembah na večletni ravni;
- e) podatke o doseganju občinstev (trend na večletni ravni).

9. člen

(pridobivanje podatkov za oceno medijske koncentracije)

Za presojo v tem splošnem aktu opredeljenih indikatorjev agencija pridobiva podatke iz programskih zasnov in temeljnih aktov izdajatelja, pregleda medijske pluralnosti iz 18. člena ZMed-1, razvida medijev iz 20. člena ZMed-1, podatkov o financiranju dejavnosti na področju medijev iz 21. člena ZMed-1, dovoljenj za izvajanje radijske oz. televizijske dejavnosti ter priglasiitev avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, podatkov o poslušnosti, gledanosti, nakladah in dosegih medijev, kontinuirane kvalitativne in kvantitativne raziskave spremljanja medijskega trga ter drugih podatkov, ki jih pridobi na podlagi 31. in 32. člena ZMed-1.

10. člen

(začetek veljavnosti)

Ta splošni akt začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Št.

Ljubljana, dne

EVA

Mag. Marko Mišmaš

Direktor

Na podlagi četrtega odstavka 25. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. XX/XX) in na podlagi drugega odstavka 232. člena Zakona o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 130/22 in 18/23 – ZDU-1O) Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije izdaja

SPLOŠNI AKT
o vsebini obrazca za priglasitev medijske koncentracije

1. člen
(vsebina splošnega akta)

Ta splošni akt določa vsebino obrazca za priglasitev medijske koncentracije (v nadaljnjem besedilu: obrazec), ki ga morajo osebe, ki skladno z XX odstavkom XX člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. XX/XX; v nadaljnjem besedilu: ZMed-1) priglašajo medijsko koncentracijo (v nadaljnjem besedilu: priglasitelji), izpolnjenega poslati Agenciji za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: agencija).

2. člen
(obrazec)

Priglasitelji morajo koncentracijo priglasiti agenciji na obrazcu iz priloge, ki je sestavni del tega splošnega akta.

3. člen
(predložitev podatkov)

(1) Priglasitelji morajo v obrazcu navesti resnične in popolne podatke.

(2) Če priglasitelji ne razpolagajo s posameznimi podatki, ki jih je treba navesti v obrazcu, teh podatkov pa jim kljub lastnemu prizadevanju ni uspelo pridobiti, morajo to navesti v samem obrazcu skupaj z navedbo, kje bi lahko agencija te podatke pridobila.

(3) Agencija lahko v primeru iz prejšnjega odstavka pozove priglasitelja, da namesto podatkov, s katerimi ne razpolagajo, dajo lastno oceno teh podatkov s pisno utemeljitvijo.

4. člen
(opustitev izpolnjevanja posameznih sestavin obrazca)

Priglasiteljem posameznih točk obrazca ni treba izpolniti, če menijo, da podatki, ki se zahtevajo v teh točkah, niso potrebni za presojo koncentracije. Razloge za opustitev je treba v priglasitvi utemeljiti. Če se agencija s tem ne strinja, pozove priglasitelja k izpolnitvi tudi teh točk.

5. člen
(označevanje prilog)

Priloge k posameznim točkam obrazca je treba ustrezno označiti in navesti število strani priloženega dokumenta. Oznaka priloženega dokumenta in število strani se navedeta tudi k posamezni točki obrazca.

6. člen
(začetek veljavnosti)

Ta splošni akt začne veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije, uporabljati pa se začne XX. XX. XXXX.

Št.

Ljubljana, dne

EVA

Mag. Marko Mišmaš

Direktor

Priloga: Obrazec o priglasitvi medijske koncentracije

OBRAZEC ZA PRIGLASITEV MEDIJSKE KONCENTRACIJE

1 V KONCENTRACIJI UDELEŽENA PODJETJA

1.1 Podjetje ali podjetja, ki morajo priglasiti koncentracijo (v nadaljnjem besedilu: priglasiatelj)

Če ni izrecno določeno drugače, smiselno vse navedbe v tem obrazcu, ki se nanašajo na v koncentraciji udeležena podjetja, vključujejo tudi fizične osebe, ki pred nastankom koncentracije že obvladujejo vsaj eno podjetje.

Za vsakega priglasiatelja:

- 1.1.1 ime ali firma;
- 1.1.2 matična številka;
- 1.1.3 naslov oziroma poslovni naslov (ulica, hišna številka, poštna številka, pošta);
- 1.1.4 številka telefona in elektronski naslov;
- 1.1.5 gospodarska področja, na katerih je dejaven;
- 1.1.6 medijska področja, na katerih je dejaven;
- 1.1.7 medijske storitve in spletne platforme, ki zagotavljajo dostop do medijskih storitev, v katerih ima delež posamezna pravna ali fizična oseba priglasiatelja;
- 1.1.8 oseba za stike (ime, položaj, številka telefona, elektronski naslov);
- 1.1.9 zastopnik (ime, položaj, podjetje, naslov, številka telefona, elektronski naslov);
- 1.1.10 pooblaščenec (ime, naslov, številka telefona, elektronski naslov).

Če je priglasiatelj fizična oseba, mora navesti:

- 1.1.11 ime in priimek, ki ga uporablja v pravnem prometu;
- 1.1.12 naslov stalnega ali začasnega prebivališča;
- 1.1.13 številka telefona in elektronski naslov;
- 1.1.14 pooblaščenec (ime, naslov, številka telefona, elektronski naslov).

Zastopnik oziroma pooblaščenec priglasiatelja mora predložiti pisno pooblastilo za zastopanje.

1.2 Podatki o ponudniku medijske storitve in/ali spletne platforme, ki zagotavlja dostop do medijskih vsebin, v premoženju katerega želi priglasiatelj pridobiti delež

Za vsako prevzeto podjetje:

- 1.2.1 ime ali firma;
- 1.2.2 matična številka;
- 1.2.3 naslov oziroma poslovni naslov (ulica, hišna številka, poštna številka, pošta);
- 1.2.4 številka telefona in elektronski naslov;
- 1.2.5 medijske storitve in spletne platforme, ki zagotavljajo dostop do medijskih storitev, v katerih ima delež posamezna pravna ali fizična oseba (ponudnik) prevzetega podjetja;
- 1.2.6 medijska področja, na katerih je dejavno;
- 1.2.7 oseba za stike (ime, položaj, številka telefona, elektronski naslov);
- 1.2.8 zastopnik (ime, položaj, podjetje, naslov, številka telefona, elektronski naslov).

1.3 Skupna priglasitev

Če je pri skupni priglasitvi imenovan skupni predstavnik oziroma pooblaščenec, navedite:

- 1.3.1 ime skupnega predstavnika oziroma pooblaščenca;
- 1.3.2 naslov skupnega predstavnika oziroma pooblaščenca;
- 1.3.3 ime osebe za stike (in naslov, če je drugačen kot pod 1.3.2).

Skupni predstavnik oziroma pooblaščenec mora predložiti pisno pooblastilo za zastopanje.

Če gre za skupno priglasitev ter predstavnik ali pooblaščenec ni imenovan, morata priglasiatelja obvezno določiti skupnega pooblaščenca za vročitev.

2 PODROBNOSTI O KONCENTRACIJI

2.2 Opišite naravo koncentracije, ki jo priglašate.

Pri tem navedite:

- (a) ali je predlagana koncentracija
 - združitve dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij,
 - pridobitev izključne ali skupne kontrole nad celoto ali deli enega ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače,
 - ustanovitev skupnega podjetja, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem, v smislu 4. točke 3. člena Uredbe Sveta (ES) št. I 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij (v nadaljnjem besedilu: Uredba ES o združitvah);
- (b) ali je predmet koncentracije celota ali posamezni del enega ali več podjetij;
- (c) kratko predstavitev ekonomske in finančne strukture koncentracije;
- (d) ali se nadzorni svet, uprava ali drug organ, ki zakonito zastopa prevzeto podjetje, strinja z javno ponudbo za odkup vrednostnih papirjev;
- (e) predlagane ali pričakovane datume vseh pomembnejših dogodkov, načrtovanih za izvedbo koncentracije;
- (f) predlagano strukturo lastništva in kontrole po izvedeni koncentraciji;
- (g) vsako finančno ali drugo pomoč, ki jo je katero koli v koncentraciji udeleženo podjetje prejelo iz katerega koli vira (tudi javnega vira), ter obliko in višino te pomoči.

2.3 Navedite seznam gospodarskih področij, na katera se koncentracija nanaša.

2.4 Navedite seznam medijskih področij, na katera se koncentracija nanaša.

2.4 Navedite vrednost transakcije (nakupno ceno ali vrednost premoženja ali sredstev).

2.5 Za vsako v koncentraciji udeleženo podjetje in druga podjetja v skupini navedite celotni letni promet na trgu Republike Slovenije v predhodnem poslovnem letu. Predložite dokumente oziroma dele poslovnih knjig ali letnih poročil, iz katerih izhaja navedeni letni promet, če le-ti niso na voljo v javnih evidencah.

2.6 Predložite letna poročila z revidiranimi računovodskimi izkazi v koncentraciji udeleženih podjetij za najmanj zadnja tri poslovna leta, če ta niso na voljo v javnih evidencah; če kdo od udeležencev ni zavezan k reviziji računovodskih izkazov, je treba predložiti nerevidirane računovodske izkaze.

2.7 Opišite gospodarsko utemeljitev koncentracije.

2.8 Agencija v skladu s tretjim odstavkom 29. člena ZMed-1 na svoji spletni strani objavi podatke o priglašeni medijski koncentraciji. V ta namen navedite:

- (a) kratek naziv priglasitelja oz. stranke postopka;
- (b) kratek naziv prevzetega podjetja;
- (c) medijski trgi, kjer so dejavna udeležena podjetja, na katerega se koncentracija nanaša.

3 LASTNIŠTVO IN KONTROLA

Za vsako v koncentraciji udeleženo podjetje predložite seznam vseh podjetij, ki spadajo v isto skupino. Ta seznam mora vključevati:

3.1 vsa podjetja ali osebe, ki imajo nad v koncentraciji udeleženimi podjetji neposredno ali posredno kontrolo (seznam gospodujočih podjetij);

3.2 vsa podjetja, nad katerimi imajo neposredno ali posredno kontrolo (seznam odvisnih podjetij):

- (a) v koncentraciji udeležena podjetja;
- (b) katero koli drugo podjetje, določeno v točki 3.1.

Za vsako postavko je treba navesti vrsto in sredstva izvajanja kontrole.

V tej točki zahtevani podatki so lahko prikazani v obliki organigramov ali diagramov.

4 OSEBNE IN FINANČNE POVEZAVE TER PREDHODNE PRIDOBITVE

Za vsako v koncentraciji udeleženo podjetje in za vsa podjetja in osebe, določene v skladu s 3. točko, je treba zagotoviti:

4.1 seznam vseh drugih podjetij, ki so dejavna na katerem koli od upoštevnihi trgov (upoštevnihi trgi so opredeljeni v 6. točki), v katerih imajo podjetja ali osebe posamezno ali skupno najmanj 10 % glasovalnih pravic, izdanega delniškega kapitala ali drugih vrednostnih papirjev (v vsakem primeru je treba navesti imetnika in delež, katerega imetnik je);

4.2 seznam članov uprave, upravnega odbora ali drugega organa, ki zakonito zastopa podjetje, ki so tudi člani uprave, upravnega odbora ali drugega organa, ki zakonito zastopa podjetje, ali nadzornega sveta katerega drugega podjetja, dejavnega na upoštevnihi trgih, in za vsako podjetje seznam članov nadzornega sveta, ki so tudi člani uprave, upravnega odbora ali drugega organa, ki zakonito zastopa podjetje, katerega drugega podjetja, dejavnega na upoštevnihi trgih (v vsakem primeru je treba navesti ime drugega podjetja in položaj osebe);

4.3 podrobnosti o pridobitvah kakršnih koli poslovnih deležev v podjetjih, ki so dejavna na upoštevnihi trgih, za zadnja tri leta.

V tej točki zahtevani podatki so lahko prikazani v obliki organigramov ali diagramov.

5 DODATNA DOKUMENTACIJA

Priglasitelj mora predložiti:

5.1 kopije končnih ali najnovejših različic vseh dokumentov, na podlagi katerih je prišlo do koncentracije;

5.2 pri javni ponudbi kopijo ponudbe; če ob priglasihi ni na voljo, jo je treba predložiti takoj, ko je mogoče, in ne pozneje, kot je poslana delničarjem;

5.3 kopije analiz, poročil, študij, raziskav in primerljivih dokumentov, ki so bili predloženi ali pripravljene za katerega koli člana ali s strani člana uprave, nadzornega sveta, upravnega odbora ali za drugo osebo ali s strani druge osebe, ki opravlja podobne naloge, ali skupščino delničarjev zaradi ocene ali analize koncentracije glede na tržne deleže, konkurenčne pogoje, konkurente (dejanske in potencialne), razloge za koncentracijo, možnosti za povečanje prodaje oziroma širitve na druge medijske ali geografske trge in/ali splošne tržne pogoje ter vpliv na delovanje notranjega trga (to je notranjega trga Evropske unije) medijskih storitev.

Za vsak dokument navedite (če to ni že navedeno na samem dokumentu):

- (a) datum njegovega nastanka oziroma priprave ter
- (b) ime in položaj vsakega posameznika, ki je dokumente pripravil.

5.4 akte in mnenja Agencije za varstvo konkurence, ki so bila izdana posameznemu priglasitelju in prevzemniku v zadnjih petih letih.

6 UPOŠTEVNI TRGI

6.1 Upoštevni trgi so medijski trgi, na katerih ima koncentracija vpliv (določeno v skladu s 6., 7. in 8. točko prvega odstavka 3. člena ZPOMk-2).

6.1.1 Opredelite vse upoštevne medijske trge, na katerih poslujeta najmanj dve v koncentraciji udeleženi podjetji ali druga podjetja v skupini in navedite skupni tržni delež, do katerega bo koncentracija privedla (horizontalna razmerja). Podajte vsebinsko utemeljitev vsakega opredeljenega upoštevnega trga.

6.1.2 Opredelite vse upoštevne medijske trge, na katerih posluje katero od v koncentraciji udeleženih podjetij ali katero od drugih podjetij v skupini, ki so v medsebojnem vertikalnem razmerju s trgov, na katerem posluje kakšno drugo v koncentraciji udeleženo podjetje ali drugo podjetje v skupini, ne glede na to, ali obstaja med njima odnos med dobaviteljem in odjemalcem, in navedite tržni delež posameznega podjetja ali skupni tržni delež na katerem koli od vertikalno povezanihi trgov (vertikalna razmerja). Podajte vsebinsko utemeljitev vsakega opredeljenega upoštevnega trga.

6.1.4 Navedite druge upoštevne trge storitev, ki v točkah 6.1.1, 6.1.2 ali 6.1.3 niso opredeljeni, na katerih ima lahko priglašena koncentracija posledice, zlasti ker:

(a) ima katero od v koncentraciji udeleženih podjetij ali drugo podjetje v skupini pomemben tržni delež in če je kakšno drugo v koncentraciji udeleženo podjetje ali drugo podjetje v skupini potencialni konkurent na tem upoštevni trgu. Podjetje se lahko obravnava kot potencialni konkurent, zlasti če načrtuje vstop na upoštevni trg ali če je pripravilo ali sledilo takim načrtom v zadnjih dveh letih;

(b) ima katero od v koncentraciji udeleženih podjetij ali drugo podjetje v skupini pomemben tržni delež in če ima kakšno drugo v koncentraciji udeleženo podjetje ali drugo podjetje v skupini pomembne pravice intelektualne lastnine na trgu;

(c) je katero od v koncentraciji udeleženih podjetij ali drugo podjetje v skupini prisotno na proizvodnem/storitvenem trgu, ki je sosednji trg in tesno povezan z upoštevni proizvodnim/storitvenim trgom, na katerem je dejavno kakšno drugo v koncentraciji udeleženo podjetje ali drugo podjetje v skupini, pri čemer znašajo posamični ali skupni tržni deleži podjetij na katerem koli od teh proizvodnih/storitvenih trgov tržni delež, ki bi lahko bil pomemben. Proizvodni/storitveni trgi so tesno povezani sosednji trgi, če se proizvodi/storitve medsebojno dopolnjujejo (če uporaba enega proizvoda vključuje uporabo drugega proizvoda) ali če spadajo v paleto proizvodov/storitev, ki jih običajno kupuje ista skupina kupcev za enako končno uporabo (npr. neposredna ali posredna povezava med ponudnikom medijske storitve in operaterjem, ki medijske storitve distribuira, oziroma povezava s podjetji, ki oglašujejo storitve v medijskih storitvah ipd.);

(d) je katero od v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini nov ali potencialni konkurent, ki ima dostop do pomembnih storitev, pravic intelektualne lastnine, infrastrukture, tržno pomembnih evidenc podatkov ali drugih konkurenčno pomembnih sredstev;

(e) katero od v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini posluje na trgu z visokimi vstopnimi ovirami, na visoko koncentriranem trgu ali na trgu z zaznamimi težavami glede konkurence.

Podajte vsebinsko utemeljitev vsakega opredeljenega upoštevne trga.

6.1.5 Za vsakega od upoštevni proizvodnih/storitvenih trgov oziroma sosednjih proizvodnih/storitvenih trgov, opredeljenih v točkah 6.1.1, 6.1.2, 6.1.3 in 6.1.4, opredelite obseg upoštevne geografskega trga (pojem upoštevni geografski trg opredeljuje 8. točka prvega odstavka 3. člena zakona). Podajte vsebinsko utemeljitev vsakega opredeljenega upoštevne geografskega trga.

6.1.6 Če nobeno od v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini ne opravlja gospodarske dejavnosti na istem upoštevni proizvodnem ali storitvenem in geografskem trgu (horizontalno prekrivanje dejavnosti) ali na upoštevni proizvodnem ali storitvenem trgu, ki je v vertikalnem razmerju ali tesno povezan sosednji trg s proizvodnim ali storitvenim upoštevni trgom, na katerem posluje kateri koli drug udeležene koncentracije, ni treba izpolniti točke 6.2.

6.2 Informacije o upoštevni trgih

Za vsako pravno in fizično osebo, ki je udeležena v podjetju priglasiatelja in v podjetju prevzemnika navedite:

- (a) Delež prodaje oglaševalskega prostora v Republiki Sloveniji v vsakem posameznem mediju kot ga določa ZMed-1 in tudi navedbo imena posameznega medija.
- (b) Način distribucije ponudnika medijske storitve oziroma ponudnika spletne platforme, ki zagotavlja dostop do medijskih vsebin na območju Republike Slovenije in delež pokritosti območja Republike Slovenije za vsako vrsto distribucije te medijske storitve oziroma spletne platforme.
- (c) Delež, ki ga ima priglasiatelj v celotnem premoženju ponudnika medijske storitve oziroma ponudnika spletne platforme.

V tej točki se navedejo podatki in informacije za opredeljen obseg upoštevne geografskega trga iz točke 6.1.5 tega obrazca. Kadar pa so upoštevni geografski trgi po obsegu večji od območja Republike Slovenije, je treba zagotoviti podatke za širši upoštevni geografski trg in ločeno prikazati podatke za območje Republike Slovenije.

6.2.1 Velikost trga

6.2.1.1 Navedite oceno velikosti posameznih upoštevni trgov, opredeljenih v točkah 6.1.1 in 6.1.2, glede na vrednost (v eurih) in količinski obseg (v enotah) prodaje za vsako od preteklih treh let in oceno, kako se bodo upoštevni trgi razvijali v prihodnjih treh letih.

6.2.1.2 Navedite oceno velikosti posameznih upoštevni trgov, opredeljenih v točki 6.1.3, glede na vrednost (v eurih) in količinski obseg (v enotah) prodaje za vsako od preteklih treh let in oceno, kako se bodo upoštevni trgi razvijali v prihodnjih treh letih.

6.2.1.3 Navedite oceno velikosti posameznih upoštevni/sosednji trgov, opredeljenih v točki 6.1.4, glede na vrednost (v eurih) in količinski obseg (v enotah) prodaje za vsako od preteklih treh let in oceno, kako se bodo upoštevni/sosednji trgi razvijali v primerjavi z drugimi upoštevni trgi, navedenimi v točki 6.1.

6.2.1.4 Navedite podlago in vire izračunov, na katerih temeljijo predstavljene ocene. Predložite kopije uporabljenih virov, ki potrjujejo te izračune, če so na voljo, ter predstavite uporabljeni metodologijo.

6.2.2 Obseg in vrednost prodaje ter tržni delež

6.2.2.1 Navedite vrednost in količinski obseg prodaje vsakega v koncentraciji udeleženega podjetja in drugih podjetij v skupini ter ocenite njihove tržne deleže na upoštevni trgih, opredeljenih v točkah 6.1.1 in 6.1.2, ločeno za vsako od zadnjih treh let.

6.2.2.2 Ocenite tržne deleže vsakega v koncentraciji udeleženega podjetja in drugih podjetij v skupini na upoštevni trgih, opredeljenih v točki 6.1.3, ločeno za vsako od zadnjih treh let.

6.2.2.3 Ocenite tržne deleže vsakega v koncentraciji udeleženega podjetja in drugih podjetij v skupini na upoštevni/sosednji trgih, opredeljenih v točki 6.1.4, ločeno za vsako od zadnjih treh let.

6.2.2.4 Navedite podlago in vire izračunov, na katerih temeljijo predstavljene ocene. Predložite kopije uporabljenih virov, ki potrjujejo te izračune, če so na voljo, ter predstavite uporabljeni metodologijo izračunov.

6.2.3 Najpomembnejši konkurenti

6.2.3.1 Navedite oceno tržnih deležev po vrednosti (in po potrebi po količini) vseh konkurentov (vključno z uvozniki), katerih tržni delež na posameznem upoštevni trgu dosega najmanj 5 %. Informacije se pošljejo ločeno za vsako od zadnjih treh let.

6.2.3.2 Navedite podlago in vire izračunov, na katerih temeljijo predstavljene ocene. Predložite kopije uporabljenih virov, ki potrjujejo te izračune, če so na voljo, in predstavite uporabljeni metodologijo izračunov.

6.2.3.3 Navedite firmo, naslov, številko telefona in elektronski naslov konkurentov, ki ste jih navedli pod točko 6.2.3.1.

6.2.3.4 Opišite obseg vertikalne integracije v koncentraciji udeleženih podjetij in drugih podjetij v skupini v primerjavi z njihovimi največjimi konkurenti.

6.2.5 Poslovanje podjetij

6.2.5.1 Navedite primerjavo cenovnih ravni, ki jih dosegajo v koncentraciji udeležena podjetja in druga podjetja v skupini v vsaki državi oziroma na vsakem območju, na katerem poslujejo.

6.2.5.2 Navedite primerjavo cenovnih ravni med v koncentraciji udeleženimi podjetji in drugimi podjetji v skupini na eni strani in njihovimi največjimi konkurenti na drugi strani na vsakem opredeljenem upoštevni trgu.

6.2.7 Struktura ponudbe in povpraševanja

6.2.7.1 Pojasnite distribucijske poti in mreže servisnih storitev, ki obstajajo na upoštevni trgih. Pri tem po potrebi upoštevajte:

- (a) distribucijske sisteme, ki prevladujejo na upoštevni trgih, in njihov pomen. V kakšnem obsegu distribucijo izvajajo v koncentraciji udeležena podjetja in druga podjetja v skupini oziroma v kakšnem obsegu to izvajajo tretja podjetja;

- (b) mreže servisnih storitev (na primer vzdrževanje in popravila), ki prevladujejo na upoštevni trgih, in njihov pomen. V kakšnem obsegu te storitve izvajajo v koncentraciji udeleženi podjetji in druga podjetja v skupini oziroma v kakšnem obsegu to izvajajo tretja podjetja.

6.2.7.2 Navedite oceno skupnih razpoložljivih proizvodnih zmogljivosti na upoštevni trgih za zadnja tri leta. Navedite, kolikšen del proizvodnih zmogljivosti se pripisuje v koncentraciji udeleženi podjetjem in drugim podjetjem v skupini in kakšne so bile stopnje izrabe teh zmogljivosti. Po potrebi navedite lokacijo in zmogljivost proizvodnih mest v koncentraciji udeleženi podjetij in drugih podjetij v skupini.

6.2.7.3 Navedite, ali ima katero od v koncentraciji udeleženi podjetij in katero drugo podjetje v skupini ali kateri od konkurentov razvojne proizvode, proizvode, ki bodo verjetno v kratkem na upoštevni trgih, ali načrte za razširitev (ali skrčenje) obsega proizvodnje ali prodaje. Če je tako, navedite oceno načrtovane prodaje in tržnih deležev v koncentraciji udeleženi podjetij in drugih podjetij v skupini v naslednjih treh do petih letih.

6.2.7.4 Razložite strukturo povpraševanja glede na:

- (a) cikel trga (na primer v zagonu, širitvi, zrelosti ali upadu) in napovedje stopnje rasti povpraševanja;
- (b) pomen preferenc kupcev (na primer glede zvestobe blagovni znamki, pred- in poprodajnih storitev, ponudbe celotne palete proizvodov ali mrežnih učinkov);
- (c) vlogo diferenciacije proizvodov glede lastnosti ali kakovosti in glede na obseg, v katerem so proizvodi v koncentraciji udeleženi podjetij in drugih podjetij v skupini med seboj tesni substituti;
- (d) vlogo stroškov prehoda (v časovnem in stroškovnem/izdatkovnem smislu) za kupce, kadar preidejo od enega dobavitelja k drugemu;
- (e) stopnjo koncentracije ali razpršenosti kupcev;
- (f) razdelitev kupcev v različne skupine, pri čemer opišite »značilnega kupca« za vsako skupino;
- (g) pomen pogodb o ekskluzivni distribuciji in drugih vrst dolgoročnih pogodb;
- (h) pomen javnega sektorja kot kupca.

6.2.8 Vstop na trg, umik s trga in dejavniki, ki na to vplivajo

6.2.8.1 Navedite podjetja, če jih poznate, ki so v zadnjih petih letih vstopila na upoštevne trge ali se z njih umaknila. Navedite ime ali firmo, naslov, številko telefona ter elektronski naslov podjetij, ki so vstopila, in ocenite trenutni tržni delež vsakega od teh podjetij. Če je katero od v koncentraciji udeleženi podjetij ali drugih podjetij v skupini v zadnjih petih letih vstopilo na upoštevni trg, navedite analizo ovir za vstop.

6.2.8.2 Navedite podjetja, če jih poznate, za katera je verjetno, da bodo v prihodnje vstopila na upoštevne trge. Navedite ime ali firmo, naslov, številko telefona ter elektronski naslov teh podjetij. Pojasnite, zakaj je tak vstop verjeten, in predvidite čas verjetnega vstopa.

6.2.8.3 Navedite dejavnike, ki vplivajo na vstop ali na umik na posamezne upoštevne trge, pri čemer upoštevajte proizvodni in geografski vidik. Pri tem po potrebi upoštevajte:

- (a) skupne stroške vstopa (raziskave in razvoj, proizvodnja, vzpostavitev distribucijskih
- (b) sistemov, oglaševanje, servisiranje ipd.), ocenjene glede na pomembnega sposobnega
- (c) konkurenta, pri čemer navedite tržni delež takega konkurenta;
- (d) vse pravne ovire za vstop na upoštevne trge, na primer dovoljenje vlade, določanje
- (e) standardov, ovire, ki so posledica postopkov certifikacije proizvodov, zahteve po dokazih o
- (f) preteklem poslovanju, priporočilih;
- (g) omejitve zaradi obstoja patentov, znanja in izkušenj ter drugih pravic intelektualne lastnine
- (h) na teh upoštevni trgih ter morebitne omejitve, ki jih povzročajo prenos takih pravic;
- (i) obseg, v katerem je vsako od v koncentraciji udeleženi podjetij ali drugih podjetij v skupini
- (j) imetnik, dajalec ali pridobitelj licence za patent, znanje in izkušnje ter drugih pravic
- (k) industrijske lastnine;
- (l) pomen ekonomije obsega za proizvodnjo ali distribucijo na upoštevni trgih;
- (m) dostop do virov nabave (na primer razpoložljivost surovin, ustrezne tehnologije in potrebna
- (n) infrastruktura).

6.2.9 Raziskave in razvoj

Opišite pomen raziskav in razvoja z vidika sposobnosti podjetja, ki posluje na upoštevni trgih, da konkurira dolgoročno. Razložite naravo raziskav in razvoja, ki jih na upoštevni trgih opravljajo v koncentraciji udeležena podjetja ali druga podjetja v skupini. Pri tem po potrebi upoštevajte:

- (a) smer razvoja in intenzivnost raziskav in razvoja (intenzivnost raziskav in razvoja je opredeljena kot delež za raziskave in razvoj v skupnem prometu v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini) na teh trgih ter za v koncentraciji udeležena podjetja ali druga podjetja v skupini;
- (b) potek tehnološkega razvoja za te trge v ustreznem časovnem obdobju (vključno z razvijanjem proizvodov in/ali storitev, proizvodnih postopkov, distribucijskih sistemov ipd.);
- (c) najpomembnejše inovacije na upoštevni trgih in podjetja, ki so nosilna pri inovacijah;
- (d) inovacijski cikel na upoštevni trgih in na kateri stopnji cikla so v koncentraciji udeležena podjetja ali druga podjetja v skupini.

6.2.10 Sporazumi o sodelovanju

6.2.10.1 V kakšnem obsegu obstajajo na upoštevni trgih sporazumi o sodelovanju (horizontalni, vertikalni ali drugi).

6.2.10.2 Navedite najpomembnejše sporazume o sodelovanju, v katere so vključena v koncentraciji udeležena podjetja ali druga podjetja v skupini na upoštevni trgih (na primer sporazumi o raziskavah in razvoju, licenciranju, skupni proizvodnji, specializaciji, distribuciji, dolgoročni dobavi in izmenjavi podatkov).

6.2.11 Podjetniška združenja

6.2.11.1 V zvezi s podjetniškimi združenji, ki delujejo na upoštevni trgih, navedite:

- (a) podjetniška združenja, v katera so včlanjena v koncentraciji udeležena podjetja ali druga podjetja v skupini;
- (b) najpomembnejša podjetniška združenja, v katera so včlanjeni uporabniki storitev in dobavitelji v koncentraciji udeleženih podjetij ali drugih podjetij v skupini.
- (c) Navedite ime ali firmo, naslov oziroma poslovni naslov, številko telefona in elektronski naslov teh podjetniških združenj.

6.2.12 Razmere na upoštevni trgih in povečanje učinkovitosti

6.2.12.1 Opišite, kako bi predlagana koncentracija vplivala na interese končnih uporabnikov storitev (gledalci, poslušalci, bralci idr.), novinarjev in urednikov ter na tehnološki in gospodarski napredek.

6.2.12.2 Če se sklicujete na povečanje učinkovitosti, ki ga ustvarja koncentracija, tj. da bi učinkovitost, ki jo ustvarja koncentracija, verjetno povečala sposobnost in spodbudila nov subjekt, da bi ravnal protikonkurenčno v korist uporabnikov storitev, predložite opis vsakega povečanja učinkovitosti in dodatne dokumente, povezane z njim (med drugim tudi glede prihrankov pri stroških, uvedbe novih proizvodov in izboljšave storitev ali proizvodov, ki bo posledica predlagane koncentracije, za vsak posamezen proizvod).

Za vsako navedeno povečanje učinkovitosti navedite:

- (a) podrobno obrazložitev, kako bo predlagana koncentracija omogočila novemu subjektu, da bo dosegel povečanje učinkovitosti. Podrobno navedite ukrepe, ki jih v koncentraciji udeležena podjetja nameravajo sprejeti za povečanje učinkovitosti, tveganja, ki so povezana s tem, in potreben čas ter stroške;
- (b) če je mogoče, količinsko opredelitev povečanja učinkovitosti in podrobno obrazložitev izračuna količinske opredelitve. Kadar je pomembno, pošljite tudi oceno o pomembnosti povečanja učinkovitosti glede uvedbe novih proizvodov ali izboljšanja kakovosti. Za povečanje učinkovitosti, ki je povezano s prihranki pri stroških, posebej navedite enkratni prihranek pri fiksnih stroških, ponavljajoče se prihranke pri fiksnih stroških in prihranke pri variabilnih stroških (v eurih na enoto in eurih na leto);
- (c) obseg verjetnih koristi povečanja učinkovitosti za potrošnike in podrobno obrazložitev, kako ste to ugotovili;
- (d) razlog, zaradi katerega v koncentraciji udeležena podjetja ne morejo doseči povečanja učinkovitosti v podobnem obsegu drugače kot s predlagano koncentracijo, in na način, za katerega bi bilo verjetno, da ni sporen z vidika konkurence.

8 SKUPNO PODJETJE

8.1 Ali dve ali več podjetij, ki ustanovljajo skupno podjetje, v precejšnjem obsegu ohranjajo dejavnost na istem trgu kot skupno podjetje ali na trgu, ki je s trgom skupnega podjetja vertikalno povezan ali je njegov sosednji trg?

Če je odgovor pritrdilen, za vsakega od naštetih upoštevni trgov navedite te podatke:

- (a) letni promet vsakega podjetja, ki ustanavlja skupno podjetje, v predhodnem poslovnem letu;
- (b) gospodarski pomen dejavnosti skupnega podjetja glede na ta promet;
- (c) tržni delež vsakega podjetja, ki ustanavlja skupno podjetje, na vsakem od zgoraj navedenih trgov.

Če je odgovor nikalen, ga utemeljite.

8.2 Če je odgovor pod točko 8.1 pritrdilen, utemeljite, zakaj po vašem mnenju ustanovitev skupnega podjetja ne vodi v usklajevanje med neodvisnimi podjetji, ki bi omejevalo konkurenco.

9 VPLIV KONCENTRACIJE NA MEDIJSKI TRG

9.1 Navedite, na kakšen način se v medijski storitvi oziroma na spletni platformi, ki zagotavlja dostop do medijskih vsebin (v nadaljnjem besedilu: spletna platforma), zagotavlja pravica do javnega obveščanja in celovite obveščeniosti v skladu z ZMed-1 in splošnim aktom, ki določa indikatorje meril in okoliščin za oceno medijske koncentracije, in oceno, na kakšen način se bo ta pravica zagotavljala po izvedeni koncentraciji.

9.2 Navedite, na kakšen način se v medijski storitvi oziroma na spletni platformi zagotavljajo pravice oseb z invalidnostmi, in oceno, na kakšen način se bo ta pravica zagotavljala po izvedeni koncentraciji.

9.3 Navedite, na kakšen način se v medijski storitvi oziroma na spletni platformi, ki zagotavlja dostop do medijskih vsebin, zagotavlja medijska pluralnost in raznovrstnost programskih vsebin, in oceno, na kakšen način se bo ta pravica zagotavljala po izvedeni koncentraciji.

9.4 Navedite in pojasnite pričakovani vpliv koncentracije na medijskem trgu na pluralnost medijev, vključno z njenimi učinki na oblikovanje javnega mnenja in raznolikost medijskih storitev in medijske ponudbe na trgu.

9.5 Navedite zaščitne ukrepe za uredniško neodvisnost in ukrepe za zagotovitev neodvisnosti uredniških odločitev, ki so veljali v zadnjih treh letih do priglasitve koncentracije ter zaveze za izvedbo konkretnih zaščitnih ukrepov po izvedeni koncentraciji in navedbo teh zaščitnih ukrepov.

9.6 Navedite, na kakšen način se v medijski storitvi oziroma na spletni platformi, ki zagotavlja dostop do medijskih vsebin, zagotavlja neodvisno, etično, verodostojno in preiskovalno novinarstvo, uredniško in novinarsko avtonomijo ter neodvisnost medijev, in oceno, na kakšen način se bo ta pravica zagotavljala po izvedeni koncentraciji. Navedeno utemeljite. Predložite vse notranje akte ponudnika/ov medijske storitve oziroma platforme, ki se nanašajo na navedeno in tudi na morebitno samoregulacijo.

9.7 Navedite delovna mesta in število delovnih mest v medijski storitvi oziroma spletni platformi na dan priglasitve koncentracije, zadnja tri leta pred priglasitvijo koncentracije in oceno ter utemeljitev zaposlenih naslednja tri leta po izvedeni koncentraciji.

9.8 Navedite, na kakšen način in v kakšnem obsegu se v medijski storitvi oziroma na spletni platformi, zagotavlja zastopanost kulturne in umetniške ustvarjalnosti v medijih v skladu z ZMed-1 in splošnim aktom, ki določa indikatorje meril in okoliščin za oceno medijske koncentracije, in oceno, na kakšen način se bo to zagotavljalo po izvedeni koncentraciji. Oceno tudi utemeljite.

9.9 Navedba upoštevnihih lokalnih in regionalnih medijskih trgov, na katerih deluje medijska storitev oziroma spletna platforma v Republiki Sloveniji ter ocena vpliva koncentracije na navedene upoštevne trge.

9.10 Navedba deleža občinstva medijske storitve oziroma spletne platforme v Republiki Sloveniji in ocena vpliva koncentracije na deleže občinstva v posameznih medijih na ozemlju Republike Slovenije.

9.11 Povezanost ponudnika/ov medijske storitve oziroma spletne platforme z drugimi povezanimi dejavnostmi (na primer oglaševanje in telekomunikacije in druge dejavnosti) na dan vložitve priglasitve in ocena glede te povezanosti po izvedeni koncentraciji in v nadaljnjih treh letih po izvedeni koncentraciji.

9.12 Ocena nadzora posamezne osebe priglasitelja nad drugimi dejavnostmi, ki so lahko povezane z medijsko storitvijo oziroma spletno platformo glede na ZMed-1 in splošni akt, ki določa indikatorje meril in okoliščin za oceno medijske koncentracije, pred in po izvedeni koncentraciji.

9.13 Navedite, ali bi ponudnik medijske storitve oziroma spletne platforme, ki je predmet koncentracije, brez koncentracije ostal ekonomsko vzdržen. Navedeno ustrezno pojasnite. Pojasnite tudi, kakšne bi bile druge možnosti za zagotovitev gospodarske vzdržnosti ponudnika.

9.14 Navedite, ali bi druge stranke, vključene v koncentracijo na medijskem trgu ostale ekonomsko vzdržne brez koncentracije in kakšne bi bile druge možnosti za zagotovitev gospodarske vzdržnosti teh strank.

10 VPLIV KONCENTRACIJE NA MEDIJSKI TRG EVROPSKE UNIJE

Navedite in utemeljite vpliv oziroma verjetnost vpliva koncentracije na medijskem trgu na delovanje notranjega trga medijskih storitev Evropske unije.

11 PRIGLASITEV KONCENTRACIJE DRUGIM PRISTOJNIM ORGANOM

Navedite organe, pristojne za varstvo konkurence drugih držav, in druge pristojne slovenske organe, ki so jim udeleženci priglasili ali jim morajo priglasiti koncentracijo ali pri katerih so zaprosili ali morajo zaprositi za dovoljenje za koncentracijo. Za vsak pristojni organ predložite ime, naslov, številko telefona in elektronski naslov, datum oziroma načrtovani datum vložitve priglasitve, datum oziroma predvideni datum odločitve organa. Če so postopki končani, predložite kopijo odločitve v izvirnem jeziku s priloženim slovenskim prevodom.

12 DRUGE INFORMACIJE V ZVEZI S KONCENTRACIJO

Udeleženci koncentracije lahko predložijo tudi druge informacije, za katere menijo, da so potrebne za celovito presojo koncentracije.

13 IZJAVA

Priglasitev mora vsebovati to izjavo:

Priglasitelj izjavlja, da so podatki v priglasitvi resnični in da so izvodi priloženih dokumentov, ki jih zahteva ta obrazec, verodostojni in popolni. Priglasitelj nadalje izjavlja, da so vse poslane ocene najboljše mogoče ocene na podlagi razpoložljivih podatkov.

Kraj in datum:

Ime, priimek in položaj:

Podpis

Na podlagi 51. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. ..., v nadaljevanju: ZMed) Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljevanju: agencija) izdaja

Splošni akt o programih posebnega pomena

1. člen (vsebina splošnega akta)

Ta splošni akt določa:

- postopek pridobitve lokalnega, regionalnega, študentskega in nepridobitnega programa posebnega pomena (v nadaljevanju tudi: status),
- postopek za dovolitev razširjanja lokalnih oziroma regionalnih radijskih oziroma televizijskih programov v mreži ter
- postopek odvzema statusa.

I. Postopek pridobitve statusa lokalnega ali regionalnega programa posebnega pomena

2. člen (vloga za dodelitev statusa)

Status se lahko dodeli na pisno vlogo izdajatelja programa, naslovljeno na agencijo.

Vloga za pridobitev statusa lokalnega ali regionalnega programa posebnega pomena mora vsebovati:

- navedbo izdajatelja, programa in statusa, ki ga izdajatelj želi pridobiti za svoj program;
- dokazila o imenovanju programskega odbora, v katerem so zastopani interesi lokalnega območja s področja kulture, izobraževanja, gospodarstva in športa ter izdajatelja programa;
- dokazila o zagotavljanju vsebin iz življenja in dela Slovencev v zamejstvu, pripadnikov avtohtone italijanske ali madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji ter romske skupnosti, ki živi v Republiki Sloveniji, če te skupnosti živijo na območju, kateremu je namenjen njegov program;
- dokazila o zaposlitvi za nedoločen čas s polnim delovnim časom z najmanj tremi delavci, ki sodelujejo pri pripravi programskih vsebin, razen če gre za program, ki je v skladu z ustanovitvenim aktom in programsko zasnovan namenjen pripadnikom manjšinskih etničnih in narodnih skupnosti.

3. člen (preverjanje izpolnjevanja pogojev)

Po prejemu popolne vloge agencija preveri izpolnjevanje pogojev za dodelitev statusa na podlagi:

- dokazil, ki jih je izdajatelj priložil vlogi;
- analize radijskega oziroma televizijskega programa, ki jo agencija izvede na podlagi podatkov o programu in posnetkov programa, ki jih pridobi sama, jih naroči pri zunanjih izvajalcih ali jih pridobi od izdajatelja programa, ki prosi za status;
- drugih podatkov in dokazov, ki jih za potrebe preverjanja izpolnjevanja pogojev pridobi sama, od izdajatelja, ki prosi za status ali od tretjih oseb, ki s temi podatki ali dokazi razpolagajo in so jih na podlagi veljavne zakonodaje dolžni posredovati agenciji na njeno zahtevo.

4. člen
(pravica do izjave)

Po opravljenem preverjanju izpolnjevanja pogojev za dodelitev statusa agencija o ugotovitvah pisno seznanj izdajatelja in ga po potrebi pozove k posredovanju dodatnih pojasnil ali dokazil. Ta lahko nato v roku, ki ga določi agencija, poda obrazložene pisne pripombe k njenim ugotovitvam oziroma posreduje dodatna pojasnila ali dokazila, na podlagi katerih agencija ponovno preveri morebitne sporne ugotovitve.

5. člen
(mnenje pristojnega ministrstva)

Obravnavano vlogo za status s poročilom o izpolnjevanju pogojev za dodelitev statusa agencija posreduje Ministrstvu za kulturo (v nadaljevanju: ministrstvo) in ga zaprosi za predhodno mnenje o vložnikovem izpolnjevanju pogojev za pridobitev statusa.

Ministrstvo posreduje mnenje najpozneje v 15 dneh od dne prejema zaprosila agencije. Če agencija v tem času od ministrstva ne prejme mnenja, šteje, da ministrstvo nima pripomb, in nadaljuje postopek.

6. člen
(odločba)

Na podlagi vseh ugotovitev in pridobljenega mnenja agencija izda izdajatelju odločbo, s katero odloči o dodelitvi statusa, in o tem obvesti ministrstvo.

II. Postopek pridobitve statusa študentskega programa posebnega pomena

7. člen
(vloga)

Status se lahko dodeli na pisno vlogo izdajatelja programa, naslovljeno na agencijo.

Vloga za pridobitev statusa študentskega programa posebnega pomena mora vsebovati:

- navedbo izdajatelja, programa in statusa, ki ga izdajatelj želi pridobiti za svoj program;
- dokazila, da je izdajatelj študentska organizacija;
- dokazila, da programske vsebine ustvarjajo in razširjajo večinoma študentje (npr. seznam programskih sodelavcev, redno zaposlenih in pogodbenih, ter študentov, ki prejemajo izplačila prek študentskega servisa, ki izkazuje, da je večina sodelavcev, ki ustvarjajo in razširjajo programske vsebine študentskega programa, študentov);
- dokazila, da so programske vsebine pretežno namenjene študentski javnosti (npr. programsko zasnovano in tedensko programsko shemo, iz katerih je to razvidno);
- dokazila, da izdajatelj uporablja presežek prihodkov nad odhodki samo za dejavnost, za katero je ustanovljen;

8. člen
(preverjanje izpolnjevanja pogojev in postopek do izdaje odločbe)

Za nadaljnji postopek do izdaje končnega akta se smiselno uporabljajo določbe 4., 5., 6. in 7. člena tega splošnega akta.

III. Postopek pridobitve statusa nepridobitnega programa posebnega pomena

9. člen
(vloga)

Status se lahko dodeli na pisno vlogo izdajatelja programa, naslovljeno na agencijo.

Vloga za pridobitev statusa nepridobitnega programa posebnega pomena mora vsebovati:

- navedbo izdajatelja, programa in statusa, ki ga izdajatelj želi pridobiti za svoj program;
- dokazila, da izdajatelj ni ustanovljen z namenom opravljanja pridobitne dejavnosti ali z namenom pridobivanja dobička ali z namenom razvoja, olajševanja ali pospeševanja pridobitne dejavnosti svojih ustanoviteljev, družbenikov ali članov;
- ustanovni akt, iz katerega izhaja, da dobiček ali presežek prihodkov nad odhodki uporablja izključno za doseganje namenov ali ciljev na področju izdajanja nepridobitnega programa in svojega premoženja ne deli med svoje ustanovitelje, družbenike, člane ali druge osebe;
- dokazila, da plače njegovih zaposlenih ter nadomestila za plače članov organov upravljanja in nadzora pri izdajatelju ter druga nadomestila (potni stroški, dnevnice itd.) ne presegajo tarif, ki jih veljavni predpisi in kolektivna pogodba zaposlenih v kulturi določajo za javne zavode;
- dokazila, da ima sklenjeno pogodbo o zaposlitvi za nedoločen čas oziroma zagotovljeno drugo dolgotrajno sodelovanje z najmanj dvema novinarjema oziroma programskima delavcema, razen če gre za program, ki je namenjen obveščanju pripadnikov manjšinskih etničnih in narodnih skupnosti.

10. člen
(preverjanje izpolnjevanja pogojev in postopek do izdaje odločbe)

Za nadaljnji postopek do izdaje končnega akta se smiselno uporabljajo določbe 4., 5., 6. in 7. člena tega splošnega akta.

IV. Postopek za dovolitev razširjanja lokalnih oziroma regionalnih radijskih in televizijskih programov v mreži

11. člen
(vloga za vpis mreže v dovoljenje)

Vpis mreže v dovoljenje lokalnega ali regionalnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena se lahko dovoli na pisno vlogo izdajateljev s statusom lokalnega ali regionalnega radijskega ali televizijskega programa, naslovljeno na agencijo.

Vloga mora vsebovati:

- navedbo izdajateljev in programov, ki želijo razširjati lokalni ali regionalni radijski ali televizijski program v mreži;
- veljavna dovoljenja za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti programov, ki jih izdajatelji želijo razširjati v mreži;
- skupni pisni pravni akt o načinu izvajanja mreže;
- poseben akt o imenovanju odgovornega urednika skupnega programa, ki odgovarja za razširjanje programskih vsebin v skladu z ZMed.

12. člen
(preverjanje izpolnjevanja pogojev)

Za nadaljnji postopek do izdaje končnega akta se smiselno uporabljajo določbe 4. in 5. člena tega splošnega akta.

13. člen
(vpis mreže v dovoljenje)

Če so izpolnjeni vsi pogoji za razširjanje lokalnega ali regionalnega radijskega ali televizijskega programa v mreži, agencija izda novo odločbo o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti, v katero vpiše mrežo v dovoljenje za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti vsakega od povezanih izdajateljev. V nasprotnem primeru agencija izda zavrnilno odločbo.

V. Postopek za odvzem statusa

14. člen

Če agencija v okviru postopka inšpekcijskega nadzora ugotovi, da izdajatelj ne izpolnjuje predpisanih pogojev za podelitev statusa, mu z inšpekcijsko odločbo odredi odpravo ugotovljenih nepravilnosti in rok, v katerem naj te nepravilnosti odpravi.

Če izdajatelj, ki mu je bila izdana odločba iz prejšnjega odstavka, nepravilnosti ne odpravi v danem roku, agencija o tem seznani ministrstvo in ga zaprosi za predhodno mnenje o odvzemu statusa. Agencija ob tem ministrstvu posreduje gradiva, ki so relevantna za presojo oziroma pripravo predhodnega mnenja o odvzemu statusa (npr. inšpekcijska odločba, dodatna pojasnila in druga gradiva).

Ministrstvo posreduje mnenje najpozneje v 15 dneh od dne prejema zaprosila agencije. Če agencija v tem času od ministrstva ne prejme mnenja, šteje, da ministrstvo nima pripomb, in nadaljuje postopek.

15. člen
(odločba)

Na podlagi vseh ugotovitev in mnenja ministrstva agencija izda izdajatelju odločbo, s katero odloči o odvzemu statusa, in po vročitvi odločbe izdajatelju o tem obvesti ministrstvo.

VI. PREHODNA IN KONČNA DOLOČBA

16. člen
(začetek veljavnosti)

Ta splošni akt začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Št.

Ljubljana, dne

EVA

Na podlagi ... člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. ...) Agencije za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije izdaja

SPLOŠNI AKT

o metodologiji za določitev elektronskega komunikacijskega omrežja, ki ga pomembno število končnih uporabnikov uporablja kot sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih programov

1. člen (vsebina splošnega akta)

Ta splošni akt določa metodologijo, na podlagi katere se določi elektronska komunikacijska omrežja, ki jih pomembno število končnih uporabnikov uporablja kot sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih.

2. člen (določitev elektronskega komunikacijskega omrežja)

Elektronsko komunikacijsko omrežje, ki ga pomembno število končnih uporabnikov uporablja kot svoje glavno sredstvo za sprejem radijskih in televizijskih programov, je fiksno širokopasovno elektronsko komunikacijsko omrežje.

Operater fiksnega širokopasovnega elektronskega komunikacijskega omrežja, ki ponuja storitve dostopa do radia oziroma televizije, je dolžan omogočati neodplačni prenos signalov radijskih in televizijskih programov s statusom programa posebnega pomena do končnih uporabnikov le na območju, kateremu je radijski oziroma televizijski program posebnega pomena namenjen.

Agencija na podlagi lastnih podatkov oziroma evidenc preveri kateri operaterji fiksnih širokopasovnih elektronskih komunikacijskih omrežij ponujajo storitev dostopa do radijskih programov oziroma storitev dostopa do televizijskih programov na območjih, katerim so radijski oziroma televizijski programi posebnega pomena namenjeni.

3. člen (začetek veljavnosti splošnega akta)

Ta splošni akt začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Št. ...
Ljubljana, ...
EVA ...

Mag. Marko Mišmaš
Direktor

Na podlagi ... člena Zakona o medijih (Uradni list RS, _ ; v nadaljevanju: ZMed-nov) in v soglasju z Ministrstvom za kulturo št....., Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije izdaja

SPLOŠNI AKT

O TEMATSKIH RADIJSKIH PROGRAMIH

1. člen

vsebina splošnega akta in pomeni izrazov

(1) Ta splošni akt določa vrste tematskih radijskih programov, njihove značilnosti oziroma programske vsebine, ki jih ti programi lahko razširjajo, programske zahteve, ki jih mora izdajatelj določiti v svoji vlogi, in pogoje, pod katerimi jih lahko spreminja.

(2) Za tematske radijske programe se smiselno uporabljajo določbe zakona, ki ureja medije, o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti in Splošnega akta o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti (Uradni list RS, št. 95/06 in 25/07)...

(3) Tema programske vsebine pomeni predmet obravnave programske vsebine (tudi glasbo) oziroma specializirano vsebino (tudi glasbo), ki je namenjena specifičnemu segmentu poslušalcev.

2. člen

vrste in značilnosti tematskih radijskih programov

(1) Tematski radijski program je radijski program, ki je namenjen specifičnemu segmentu poslušalcev, in prek katerega se razširja izključno ena tema ali ena programska vsebina ali ena zvrst glasbe.

(2) Poleg posredovane teme ali ene programske vsebine ali ene zvrsti glasbe istovrstnih oziroma sorodnih žanrov se lahko v tematskem radijskem programu razširjajo zgolj še oglasi, radijska prodaja, novice, ločila, opozorila in podobni programski elementi...

(3) Vrste tematskih radijskih programov in njihove značilnosti so lahko:

- glasbeni, ki so specializirani za določeno zvrst glasbe (npr. jazz, kjer se ob tej zvrsti glasbe, razširjajo še novice ter glasbene oddaje s tega področja glasbene zvrsti)
- informativni, športni, prometni, šolski in podobni, ki so specializirani za določeno temo ali programsko vsebino, ki jo obravnavajo

(4) Značilnosti tematskih radijskih programov izhajajo iz programskih zahtev, navedenih v dovoljenju za izvajanje radijske dejavnosti, ki se izda na podlagičlena ZMed-nov (; v nadaljnjem besedilu: ZMed). Izdajatelj jih mora opredeliti v vlogi za izdajo dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti za tematski radijski program.

3. člen

podlaga in postopek za izdajo dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti za tematski radijski program

Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: agencija) začne postopek za izdajo dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti za tematski radijski program na vlogo in ga izda na podlagi zakona, ki ureja medije.

4. člen

vsebina vloge za izdajo dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti za tematski radijski program

(1) Vloga za pridobitev dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti za tematski radijski program mora poleg sestavin iz ... člena ZMed-nov in sestavin iz ... člena Splošnega akta o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti ... vsebovati tudi:

- navedbo, da gre za tematski radijski program,
- navedbo vrste tematskega radijskega programa: npr. glasbeni (z navedbo prevladujoče glasbene zvrsti), informativni, športni, prometni, šolski in podobni
- značilnosti tematskega radijskega programa, ki morajo izhajati iz obrazca o osnovnih programskih zahtevah, ki jih izdajatelj upošteva pri razširjanju programa.

(2) Obrazec iz prejšnjega odstavka je PRILOGA ... Splošnega akta o dovoljenju za izvajanje radijske ali radijske dejavnosti in ga mora izdajatelj izpolniti oddo vključno ...točke. Ostalih točk izdajatelj v primeru vloge za pridobitev dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti za tematski radijski program ne izpolni.

5. člen

vsebina dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti za tematski radijski program

Dovoljenje mora poleg sestavin iz ... člena ZMed-nov in sestavin iz ... člena Splošnega akta o dovoljenju za izvajanje radijske ali radijske dejavnosti (Uradni list RS, št. 95/06 in 25/07) vsebovati tudi:

- navedbo, da gre za tematski radijski program,
- navedbo vrste tematskega radijskega programa: npr. glasbeni (z navedbo prevladujoče glasbene zvrsti), informativni, športni, prometni, šolski in podobni
- značilnosti tematskega radijskega programa, ki morajo izhajati iz obrazca o osnovnih programskih zahtevah, ki jih izdajatelj upošteva pri razširjanju programa.

6. člen

pogoji in postopek za spremembo dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti za tematski radijski program

(1) Na vlogo imetnika dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti za tematski radijski program se lahko spremenijo osnovne programske zahteve iz dovoljenja in sestavine iz 5. člena tega splošnega akta.

(2) Vloga iz prejšnjega odstavka za tematski radijski program, ki po spremembi ne bo več tematski, mora vsebovati naslednje sestavine:

- navedbo, da gre za radijski program, ki po spremembi ne bo več tematski,
- podatke o izdajatelju (ime vložnika, sedež oziroma naslov vložnika, navedbo zakonitega zastopnika ali morebitnega pooblaščenca, matična številka),
- številko in datum dovoljenja, ki se spreminja,
- navedbo osnovnih programskih zahtev, ki se spreminjajo,
- izpolnjen obrazec o osnovnih programskih zahtevah, ki jih izdajatelj upošteva pri razširjanju programa, z upoštevanimi predlaganimi spremembami,
- razloge za spremembo osnovnih programskih zahtev.

(3) Vloga iz prvega odstavka tega člena za tematski radijski program, ki bo tudi po spremembi tematski, mora poleg sestavin iz prejšnjega odstavka tega člena, razen navedbe iz prve alineje, vsebovati tudi sestavine iz 4. člena tega splošnega akta.

(4) Obrazec iz ... tega člena je PRILOGA ... Splošnega akta o dovoljenju za izvajanje radijske ali radijske dejavnosti

(5) Dodatnih programskih zahtev ni mogoče spreminjati.

(6) Agencija po uradni dolžnosti spremeni dovoljenje, če se spremenijo podatki o imetniku dovoljenja ali ime tematskega radijskega programa. Imetnik dovoljenja je dolžan navedene spremembe sporočiti agenciji najkasneje v tridesetih (30) dneh od njihovega nastanka.

(7) V primeru iz prvega in šestega odstavka tega člena agencija izda novo dovoljenje, staro dovoljenje pa preneha veljati.

7. člen

veljavnost splošnega akta

Ta splošni akt začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Št...

Ljubljana, dne

Mag. Marko Mišmaš

Direktor

Na podlagi šestega odstavka 64. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št.; ZMed-x) in na podlagi drugega odstavka 232. člena Zakona o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 130/22; ZEKom-2) ter za izvrševanje 62. in 64. člena ZMed-x Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije izdaja

SPLOŠNI AKT **o promocijskem umeščanju izdelkov in sponzoriranju v radijskem programu**

I. SPLOŠNI DOLOČBI

1. člen **(vsebina splošnega akta)**

Ta splošni akt določa način označevanja programskih vsebin iz prvega odstavka 62. člena in četrte alineje četrtega odstavka 64. člena ZMed-x, podrobneje določa zahteve in omejitve ter nekatere izraze,.

2. člen **(pomen izrazov)**

(1) Izrazi, uporabljeni v tem splošnem aktu, imajo za namen njegovega izvajanja naslednji pomen:

1. Dobavitelj je vsaka pravna ali fizična oseba, ki priskrbi izdelke, storitve ali znamke z namenom njihove umestitve v programsko vsebino.
2. Promocijsko umeščen izdelek pomeni kakršnokoli obliko oglaševanja, ki vključuje ali se sklicuje na izdelek, storitev ali znamko za njuno označevanje, tako da se predstavijo v programski vsebini v zameno za plačilo ali podobno nadomestilo.
3. Sklicevanje na izdelek, storitev ali njuno znamko pomeni zlasti neposredno zvočno sklicevanje nanje, kot tudi uporabo oglaševalskih sloganov ali njihovih delov ali katerihkoli drugih prepoznavnih znakov ali njihovih kombinacij, ki so v jasni povezavi z določenim izdelkom, storitvijo ali njuno znamko, kot na primer besede, vključno z osebnimi imeni, črke, številke in drugi jezikovni znaki ter zvoki.
4. Sponzor je vsaka pravna ali fizična oseba, ki v kateri koli obliki prispeva k financiranju programskih vsebin z namenom promocije ali uveljavitve svojega imena, dejavnosti, izdelka ali znamke oziroma podobe v javnosti.

(2) Ostali izrazi, uporabljeni v tem splošnem aktu, imajo enak pomen, kot je določen v zakonu, ki ureja medije.

II. PROMOCIJSKO UMEŠČANJE IZDELKOV

3. člen **(označevanje promocijskega umeščanja izdelkov)**

(1) Namen označitve programske vsebine, ki vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov, je izključno v tem, da se poslušalca nedvoumno seznanijo z dejstvom, da bo med poslušanjem posamezne programske vsebine izpostavljen komercialnemu sporočilu, ki želi vplivati na njegovo potrošniško vedenje.

(2) Označitev mora biti izvedena z objavo jasnega zvočnega opozorila, ki vsebuje besedno zvezo »*oddaja vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov/storitev/blagovnih znamk*« na začetku in po morebitnih prekinitvah oddaje.

(3) Zvočno opozorilo iz prejšnjega odstavka ne sme vsebovati nobenih drugih elementov (na primer oglaševalskih elementov kot so ime izdelka, znamke, prepoznavni zvočni elementi komercialnih sporočil dobavitelja) ali na drug način preusmerjati pozornosti poslušalca k promocijsko umeščenemu izdelku (na primer uporaba zvočnega učinka).

4. člen **(pripisovanje vsebinsko neutemeljenega pomena in posebno navajanje z namenom promocije)**

Promocijsko umeščnemu izdelku se ne sme pripisovati pomena, ki ni povezan s temo oziroma zgodbo programske vsebine ali ga posebno navajati z namenom promocije. Za vsebinsko neutemeljen pomen in posebno navajanje z namenom promocije se šteje zlasti:

- pripisovanje vidnejšega pomena promocijsko umeščnemu izdelku v primerjavi z ostalo vsebino;
- opozarjanje na promocijsko umeščen izdelek z namenom privabiti poslušalčevo pozornost, ki moti naraven potek vsebine oziroma potvarja siceršnjo umeščenost izdelka v naravi (na primer sklicevanje na izdelek, opis izdelka, navajanje izdelka brez vsebinske upravičenosti);
- navajanje koristi, pozitivnih lastnosti ali učinkov promocijsko umeščenega izdelka, oglaševalskih sloganov ali njihovih delov, kontaktnih podatkov dobavitelja promocijsko umeščenega izdelka (na primer naslov, spletna stran, telefonska številka) ali prodajnih podatkov promocijsko umeščenega izdelka (na primer cena, lastnosti, mere) brez vsebinske upravičenosti ter z očitnim promocijskim namenom, ki moti siceršnji namen uredniško oblikovane programske vsebine.

III. SPONZORIRANJE

5. člen (napoved sponzorstva)

(1) Napoved sponzorstva mora biti nevtralna in namenjena zgolj seznanitvi poslušalca z obstojem sponzorstva programske vsebine oziroma sponzorskega sporazuma ter identifikaciji sponzorja.

(2) Napoved oziroma označitev mora biti izvedena z objavo zvokovnega opozorila, ki vsebuje besedno zvezo »*sponzor oddaje je*«, in sicer na začetku ter po morebitnih prekinitvah programske vsebine.

(3) Napoved sponzorstva iz prvega odstavka tega člena ne sme vsebovati oglaševalskih ali drugih elementov (na primer predvajanje oglasnega sporočila ali njegovega dela), ki bi lahko zavajali poslušalca glede namena napovedi sponzorstva.

IV. KONČNA DOLOČBA

6. člen (začetek veljavnosti)

Ta splošni akt začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Št. xxxx-x/xxxx/xLjubljana, dne xx. xx. xxxx
EVA xxxx-xxxx-xxxx

mag. Marko Mišmaš
direktor