

## **PRIPOMBE SVETA ZA RADIODIFUZIJO NA PREDLOG ZAKONA O MEDIJIH ZMed-1(EVA: 2023-3340-0019) IN PREDLOGI SVETA RADIODIFUZIJO ZA SPREMEMBO ZAKONA - PRILOGA K SKLEPU SRDF ŠT. 0132-2/2024/2 Z DNE 30. 1. 2024**

V okvirju svojih pristojnosti, ki jih ima Svet za radiodifuzijo RS (v nadaljevanju: SRDF) na podlagi 12. alineje 100. člena ZMed je Svet na svoji 21. redni seji dne 29.01.2024 sprejel dokument z naslovom "OCENA PREDLOGA ZAKONA O MEDIJIH ZMed-1 IN PREDLOGI SVETA ZA SPREMEMBO ZAKONA". Predlog pričujočega dokumenta je nastal kot rezultat strokovnega dela članov iz vrst Sveta, pod vodstvom predsednika Sveta za radiodifuzijo (SRDF).

GLAVNA UGOTOVITEV PREGLEDA PREDLOGA ZAKONA ZMED-1 JE, DA PREDLAGATELJ NI UPOŠTEVAL ŠE VEDNO AKTUALNI DOKUMENT SRDF Z NASLOVOM *OCENA STANJA NA PODROČJU RADIODIFUZIJE IN PREDLOGI DRŽAVNEM ZBORU ZA IZBOLJŠANJE STANJA (LJUBLJANA, OKTOBER 2011)*, DA PREDLOG ZAKONA NE SLEDI CILJEM, NAČELOM IN POGLAVITNIM REŠITVAM, KI SO ZAPISANE V PREAMBULI PREDLOGA TEGA ZAKONA, KOT TUDI NE MINIMALNEMU STANDARDU VREDNOT DELOVANJA.

Zato SRDF v skladu z pristojnostmi, ki izhajajo iz 11. alineje 1. odstavka 100. člena ZMed-a ne daje soglasja k trenutnemu predlogu zakona ZMed-1 (EVA: 2023-3340-0019), ki ga je dobil s strani Ministrstva za kulturo.

### SPLOŠNE PRIPOMBE

GLEDE SODELOVANJA JAVNOSTI PRI PRIPRAVI PREDLOGA ZAKONA: SRDF ugotavlja, da javnost (strokovna javnost, deležniki,...) pri pripravi predloga zakona ni sodelovala.

**Komentar SRDF:** Dejstvo je, da MK ni zaznalo potrebe, da bi v proces pripravljanja predloga Zakona, kot je bilo to v preteklosti, vključila naslednje deležnike: SRDF, ekspertno javnost, strokovna združenja, univerze (razen ene fakultete) in neodvisno inteligenco. MK je pripravo novega Zmed-1 začelo in dokončalo brez obvestila javnosti.

SRDF meni, da je treba z novim zakonom ZMED-1 zagotoviti medijem na Slovenskem vsestranski in trajnostni razvoj, utrditi njihove najpomembnejše družbene funkcije v duhu vsesplošnih vrednot in obenem zadovoljiti čim večji del njihovih deležnikov s kakovostnimi programskimi vsebinami. Tako mora predlog zakona, kot kasnejši zakon sam, slediti vsesplošnim vrednotam, ki omogočajo civiliziran, stabilen in varen vrednoten razvoj človeka in skupnosti, kot so npr. družina,

ljubezen, resnicoljubnost, pravičnost, poštenje, odgovornost, mir, prijateljstvo, zdravje, življenje, solidarnost, spoštovanje, znanje, zaposlenost, materialna in kulturna preskrbljenost za življenje.

Predlog Zakona o medijih pravi naslednje:

»Medijsko politiko v Sloveniji močno zaznamuje dejstvo, da v zadnjih dvajsetih letih ni bil prenovljen noben ključen medijski zakon. Prav tako ni bil sprejet noben sistemski ukrep za državne pomoči medijem, ki so se zaradi tehnoloških sprememb, pritiskov politike in spremenjenih navad občinstva znašli v velikih finančnih težavah in krizi izgubljenega zaupanja 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 ter varovanje in spodbujanje medijskega pluralizma«.

#### **Komentar SRDF:**

Ni ključni problem medijev pri nas v medijski zakonodaji, ki naj ne bi bila prenovljena, temveč v dominaciji vzorcev slabih praks in zastarale organizacijske kulture v medijih, katere je treba spremeniti. Tovrstne spremembe morajo biti temeljite in dolgotrajne. Pomembno je, da se enkrat začnejo po tridesetih letih neuspešne tranzicije. Dober in **sodoben zakon o medijih** predstavlja **nujen ne pa zadosten pogoj** pričakovanih sprememb medijske krajine. Pravi problemi, ki bi morali skrbeti zakonodajalca so po mnenju SRDF sledeči:

- 1) Eden večjih problemov na področju medijev vidimo v tem, da so se postopoma prelevili iz posrednika med javnostjo in resničnostjo v tistega, ki ustvarja in širi svojo **"umetno konstrukcijo realnosti"**, ki je resda v interesu njegovih lastnikov in/ali političnih botrov, vendar ne v interesu javnosti. Obstaja upravičena zaskrbljenost stroke, da so nekateri mediji postali bolj zainteresirani za širjenje lastne agende kot za zagotavljanje objektivnih informacij ciljni javnosti. Zaradi tega je javnost izpostavljena le določenemu pogledu na dogodke, kar lahko negativno vpliva na sposobnost občinstva, da razume svet okoli sebe. Dodatna težava je v tem, **da so mediji pridobili veliko moč oblikovanja javnega mnenja**, ki ga lahko izkoristijo v svojo korist in korist svojih lastnikov ali sponzorjev. Posledično mediji pogosto ne zagotavljajo objektivnih ali celovitih informacij o svetu, namesto tega pogosto proizvajajo in širijo enostranske ali nepopolne informacije, mite ali nepreverjene govorice, ki služijo njihovim lastnim interesom, kar v sedanjem času predstavlja svetovni trend. Ta težava je še posebej resen v državah, kjer primanjkuje medijske svobode ali imajo izrazito ideološko neuravnoteženo medijsko krajino, kot je primer pri nas v Sloveniji. Sredstva so torej na ta način postala cilj.
- 2) Kljub temu obstajajo tudi nekateri pozitivni trendi, ki se odvijajo v medijih. Na primer, vedno več ljudi se obrača k neodvisnim medijem, ki so manj podvrženi pritiskom

finančnih ali politično-ideološkim interesov. Poleg tega tehnologija ponuja nove možnosti za distribucijo in uživanje v mediju, kar lahko pomaga izboljšati kakovost in raznolikost medijskih vsebin.

Čeprav obstajajo težave v medijih, ne verjamemo, da je situacija obupna. Še vedno obstajajo ljudje in organizacije, ki se kot svetli primeri dobrih praks zavzemajo za objektivno in neodvisno novinarstvo. Upamo, da bodo ti naporji pomagali ohraniti pomembno vlogo medijev v naši družbi.

**Žal predlog novega medijskega zakona ne naslavlja dovolj tega perečega problema!**

- 3) Neodvisni mediji, civilna družba in avtonomni intelektualci razmišljajo in poročajo o tem, kako razviti kritičen odnos do medijev in podpreti neodvisne medije. Čeprav je ta problem resen, obstaja upanje, da bodo v prihodnosti našli načine, kako bi se mediji ponovno obrnili k svojemu pravemu poslanstvu - objektivnemu, celovitemu, poštenemu in informativnemu poročanju.
- 4) »*Main stream*« mediji o se postopoma preoblikovali iz nadzornika oblasti v vlogi "sedme sile" ali "četrte veje oblasti" v absolutno oblast, ki ne samo da je nenadzorovana, temveč tudi nikoli ni bila nikjer izvoljena na demokratičnih volitvah. Zato nima legitimnosti za moč, ki jo izvaja nad navadnim smrtniki. Skratka, mediji so nekoč bili »čuvaji« oblasti, žal pa so danes sami postali oblast. Imajo ogromno moč oblikovanja dojemanja resničnosti in vplivanja na odločitve množice uporabnikov medijskih storitev, vendar brez prave odgovornosti. Ob tem gre za veliko odgovornost, ki je mediji pogosto ne jemljejo resno.
- 5) Današnji mediji imajo ogromno moč in vpliv na javno mnenje. Lahko vplivajo na to, kako ljudje vidijo svet okoli sebe in kako se obnašajo. Vendar to ne pomeni, da posedujejo legitimno moč in da lahko manipulirajo z javnim mnenjem. Pogosto so v lasti velikih korporacij ali bogatih posameznikov, ki imajo lastne interese. To pomeni, da lahko promovirajo določene ideje ali pripovedi, zgodbe in mite, ki služijo interesom njihovih lastnikov ali političnih zaveznikov. Poleg tega današnji masovni mediji pogosto uporabljajo senzacionalizem in senzacionalne naslove, da pritegnejo občinstvo. To lahko pripelje do tega, da se ljudje osredotočijo na manj pomembne stvari zato, da ne bi posvečali pozornost pomembnejšim temam. Zato morajo ljudje biti kritični do virov informacij, jih preverjati, preden jih sprejmejo kot resnične. Zato morajo podpirati medije, ki so posvečeni objektivnemu in informativnemu poročanju.
- 6) Problematična je že sama definicija medija, ki se uporablja v predlogu novega ZMed-1: Očitno je, da zakonodajalec izhaja iz definicije medija, ki je izrazito pomanjkljiva. Obstaja veliko načinov definiranja pojma "medij". V najširšem smislu se mediji lahko opredeljujejo kot "komunikacijska sredstva, ki se uporabljajo za širjenje informacij, vključno s tiskom, radiem, televizijo, internetom in družbenimi omrežji". Vendar pa je ta definicija preširoka in ne zajema vseh vidikov medijev. V ožjem smislu se mediji lahko opredeljujejo kot "zbirke komunikacijskih kanalov, ki se uporabljajo za distribucijo

informacij širšemu občinstvu". Ta definicija je nekoliko natančnejša, vendar še vedno ne zajema vseh vidikov medijev. V še ožjem smislu se mediji lahko opredeljujejo kot "instrumenti, ki se uporabljajo za informiranje, zabavo in izobraževanje širokega občinstva". Tako preliminarno določilo bistva medijev v tem kontekstu se lahko glasi: Mediji so instrumenti, ki se uporabljajo za ustvarjanje, distribucijo in konzumiranje informacij, vključno s tiskom, radiem, televizijo, internetom, družbenimi omrežji, kot tudi novimi mediji, internetom in umetno inteligenco.

Vendar mediji ne širijo le informacij, temveč tudi "programske vsebine", ki lahko vključujejo kulturno-umetniške izdelke (drame, romane, potopise, slike, glasbo ...), znanstveno-raziskovalne oddaje, otroške oddaje, športne ... Mediji so tudi tisto, kar pomeni njihovo ime v latinščini: "nekje med". Odtod je medij po definiciji, nekje med resničnostjo in javnostjo: je POSREDNIK (kot starogrški bog Hermes) med resničnostjo in javnostjo.

OCENA PREDLOGA zakona ZMed-1 kaže na naslednje bistvene slabosti:

- V preambuli k predlogu zakona ZMed-1 niso določeni cilji novega zakona. Ti naj bi bili predvsem uravnotežena, resnicoljubna informiranost prebivalstva, etika, kultura, narodna samobitnost, znanje, pobude k razvoju gospodarstva, itd.
- Celoten predlog zakona je usmerjen v nadzor, oz. v nadzorovano ukinjanje neprijetnih medijev, ne pa v vzpodbujanje razvoja novih medijev, njihovo kreativnost, razvoj medijskega trga na osnovi novih tehnologij, pri upoštevanju vsesplošnih vrednot.
- Trenuten predlog zakona teži k prevladi enostranskega pogleda na razvoj in vsebine medijev, ne podpira pluralizma in uravnoteženega poročanja, kar je pomembno za razvoj kulture, gospodarstva, znanosti in končno tudi demokracije v slovenskem narodnem prostoru.
- Tudi v sestavu novega Sveta za medije ni zaslediti pluralizma, saj v predlogu kriterijev za izbor članov Sveta ni strokovnjakov s področij, kot so telekomunikacije, informatika, ekonomija in pravo, ki bi bili neodvisni poznavalci medijske krajine doma in po svetu. Predlog zakona uvaja kot strokovnjake vodilne direktorje medijskih hiš, ki niso strokovnjaki z vizijo in znanjem s področja razvoja medijev in komunikacij in so glede na svoj položaj v koliziji z globalnimi interesi razvoja medijske krajine.
- Zelo pomembne so tudi Prehodne in končne določbe (od 85. člena dalje), saj omogočajo ukinitvev medijev, poljubno postavljanje pogojev za izdajo dovoljenj za izvajanje radijske in TV dejavnosti (medijev). Tovrstne določbe so na meji med novinarsko svobodo in cenzuro, česar ne poznajo demokracije razvitih držav EU, kot so Danska, Irska, Nemčija
- Predlog zakona govori o sovražnih vsebinah, o katerih v razvitih državah demokracije, kot so Danska, Irska, Nemčija, šele uvajajo široko demokratično razpravo v njihovih

parlamentih in zainteresiranih javnostih. V resnici so sovražne vsebine problematične z vidika človekovih pravic in predstavljajo eno najmočnejših sredstev diskriminacije, še posebno, ker jih težko definiramo in še težje preiskujemo ter kaznujemo. Zato je potrebno z vidika človekovih pravic dolgoročno in pozorno obravnavati to temo v novem zakonu.

- V predlogu zakona ZMed-1 ni v zapisanih ciljev, katere žele doseči s tem zakonom. Pomembni cilji so zagotavljanje celovite obveščenosti, ki omogoča uporabnikom njihov osebni razvoj, na področjih kulture, etike, morale, nacionalne samobitnosti, znanosti, gospodarstva, itd.
- Zakon mora pospešiti spodbujanje medijske pismenosti, kompetenc in vključenosti državljanov v prenovljeni medijski prostor, ki sloni na omogočanju tehnološkega razvoja v skladu z globalnim tehnološkim napredkom in v okviru možnosti za izrabo radio-frekvenčnih resursov, ki jih ima na razpolago država.
- Predlog zakona ne govori o prepovedi mreženja lastništva medijev, kot tudi ne o zahtevi o poznavanju končnega fizičnega lastnika medija. Preglednost medijskega lastništva in omejevanje koncentracije ni vsebovana v predlogu. Prav tako je izražena prevelika vloga regulatorja pri presoji vpliva koncentracije na medijski pluralizem.
- V predlogu ni moč zaslediti problema okoli prodaje medijev, ne ugotavlja, da je frekvenčni prostor nacionalno dobro, kot sta voda in zrak, kar pomeni, da mora biti prodaja medijev mogoča le brez prodaje frekvence prenosnega medija.
- Zakon Zmed-1 mora občinstvu zagotoviti dostop pluralnosti virov informacij in mnenj ter do pluralnosti uredniško-lastniškega nadzora nad njimi. K temu v vsakem primeru spada zagotavljanje in varovanje medijskih pravic posameznikov in družbenih skupin, s posebnim upoštevanjem specifičnih zahtev in potreb pripadnikov občutljivih družbenih skupin, zlasti otrok in mladine, narodnih in družbenih manjšin.
- V predlogu prav tako niso definirane linearne in nelinearne vsebine, skratka, kaj je v realnem času in kaj posnetek. Tu se predlog sicer sklicuje na ZAvMS. V zakon niso vključene še druge AV platforme, ki prihajajo z novimi komunikacijskimi tehnologijami in umetno inteligenco.
- Zakon ne obravnava možnih razpisov za frekvence medijev, čeprav so frekvence narodno dobro in še vedno obstajajo. Kaj bo s temi frekvencami ali se bodo preprodajale?. Tega novi zakon ne opredeljuje niti za klasično niti za digitalno radiodifuzijo.
- Tehnološko gledano je zakon slab, neuporaben, ker tehnološko ne odgovarja pojmu tehnološke konvergence. Imamo 5G, prihaja 6G, ki načeloma omogočata razvoj novih medijskih sistemov, imamo spletne medije, portale, linearne vsebine, nelinearne vsebine, interaktivne medije. Nesmiselno je imeti dva zakona, saj imamo lahko hibridne medije - spletne, linearne, nelinearne, TV po zraku, po kabelskih omrežjih saj je lahko prenosni medij poljuben.

- Tehnološko gledano lokalnih medijev praktično ni več, čeprav so zakonu omenjeni. Vsak lokalni program se lahko prenaša preko mreže do laptopov, do mobilnih telefonov tako da je pokritost s poslušalstvom takoj preko 50 %. To dejstvo predlog zakona krepko spregleda.
- Definicijo medija bi bilo potrebno v zakonu tehnološko bolj jasno opredeliti.
- Zakon lahko uvede monitoring AKOS-a tako, da ga izvaja realnem času (real-time). Pri tem bi moral AKOS definirati bi portal, predpisati vmesnik za pošiljanje informacij, ki se sproti, pošiljajo v sistem AKOS-a. AKOS sam bi lahko snemal v realnem času, saj določeni operaterji zagotavljajo praktično vse R in TV programe v shemah kabelskih operaterjev.

SRDF se zavzema za to, da zakon vsebuje vsaj minimalni standard delovanja medijev, ki se morajo pri svojem delu opirati na vrednote kot so: svoboda, nedotakljivost človekove osebnosti in dostojanstva, spoštljivost, resnicoljubnost, odprtost pretoka informacij, družbena in osebna odgovornost, kompetentnost, kakovost, izvirnost, uporabnost, pluralizem, uravnoteženost, etika in multi-disciplinarnost.

Že dokument SRDF Državnemu zboru iz meseca oktobra 2011, ki govori o stanju na področju radiodifuzije, posega na področja vrednot, katerim morajo slediti mediji, saj vrednote bistveno sooblikujejo, usmerjajo in določajo položaj, vlogo, način delovanja medijev, vplivajo na vzorce dobrih praks in odpirajo oz. zapirajo realno mogoče dosežke medijev ter odločilno zarišejo njihov doseg in meje v sodobnem svetu. Zato je že tedaj Svet zagovarjal mnenje, da morajo biti prizadevanja vseh akterjev in deležnikov, ki nastopajo v našem medijskem prostoru, dosledno in trajno usmerjena v upoštevanje in gojenje določenih prostovoljno izbranih in dosledno prakticiranih vrednot.

V omenjenem dokumentu Sveta je tudi izpostavljeno, da se medijskih storitev ne sme obravnavati kot izključno tržno vrednost, saj so nosilke identitet, norm in pomenov in imajo naraščajočo pomembnost za demokratično družbo, izobraževanje in kulturni razvoj, zlasti z zagotavljanjem standardov, kot so: svoboda obveščanja, raznolikost mnenj, kulturna raznolikost in pluralizem medijev.

Zdajšnje stanje stvari in duha predlaganega zakona ZMed-1, ki je obremenjeno s podedovanim problemom nerazumevanja prave vloge medijev in ki po svoji naravi in poslanstvu morajo profesionalno, vestno, odgovorno in pošteno delovati, ocenjujemo kot nezadovoljivo in posledično nevarno zaradi možnih anomalij v družbi, ki jih pušča za sabo.

Poslanstvo zakona Zmed-1 vidimo tudi v tem, da omogoča medijem, da občinstvu nudijo raznovrstne, kakovostne, privlačne in inovativne programe, da prispeva k aktivnemu razvoju področja medijev, ki je v Sloveniji zaradi znanih zgodovinskih razlogov tudi danes, posebej glede

na razvite demokratične družbe v EU, še vedno nezadostno razvito in predstavlja področje velikih priložnosti.

Pomembno je tudi razumevanje javnega interesa na področju medijev, katerih naloga je, da občinstvu nudijo raznovrstne, kakovostne, privlačne in inovativne programe, in s tem prispevajo k aktivnemu razvoju področja medijev, kar zajema:

- svobodo obveščanja, dostojanstvo človeka, raznolikost mnenj, kulturno raznolikost, nepristranskost in objektivnost v cilju zagotavljanja uravnoteženih informacij, svetovnonazorski in ideološki pluralizem medijev, pravico do točnih, zanesljivih in preverljivih informacij, varstvo mladoletnikov in potrošnikov, medijsko pismenost in povečanje osveščenosti javnosti;
- pravico državljanov oziroma državljanek 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 do:
  - javnega obveščanja in do osveščenosti,
  - pluralnosti in raznovrstnosti medijev in programskih vsebin,
  - kompetentnega, neodvisnega, moralno odgovornega in verodostojnega novinarstva,
  - kulturno-umetniške ustvarjalnosti in
  - njihove aktivne udeležbe v participativnem novinarstvu ali drugih oblikah sodelovanja;
- 
- medijsko krajino osvobodeno nestrpnosti, sovraštva, primitivizma in nespodobnega javnega komuniciranja, ki omogoča zadovoljevanje izobraževalnih, znanstvenih, strokovnih, umetniških, kulturnih in drugih potreb svojega občinstva in širše javnosti;
- druge cilje v javnem interesu na področju medijev, ki so opredeljeni v nacionalnem programu za kulturo ali drugih nacionalnih strateških dokumentih.

Za uresničevanje javnega interesa na področju medijev, zagotavlja Republika Slovenija sredstva v državnem proračunu. Zato je zagotavljanje sredstev v državnem proračunu za uresničevanje javnega interesa ključnega pomena. Vendar pa bi bilo smiselno, da bi v samem zakonu ZMed-1 določili kriterije, kako se bodo ta sredstva razporejala in kakšen nadzor bo nad njihovo učinkovitostjo.

## AKTUALNI IZZIVI

Na splošno se sodobni glavni mediji soočajo z vrsto izzivov, vključno z zmanjševanjem zaupanja, povečano konkurenco, širjenjem dezinformacij in rapidno rastjo uporabe umetne inteligence.

Vendar imajo tudi številne priložnosti, kot so vzpon digitalnih medijev in rastoče globalno občinstvo. Prihodnost globalnih medijev bo odvisna od njihove sposobnosti prilagajanja tem izzivom in izkoriščanja teh priložnosti. Zaradi tega bomo na tem mestu podali kratko SWOT analizo sodobnih masovnih občil na Slovenskem, ki bi morala biti podlaga zakonskih rešitev.

#### **Prednosti:**

- širok doseg: MSM imajo sposobnost doseganja velikega občinstva prek različnih platform, kar jim omogočajo informiranje, zabavo in prepričevanje javnosti;
- hitra rast vpliva medijev z živo sliko na oblikovanje mnenj in stališč posameznikov ter družbinih skupin kot tudi prevladujočega javnega mnenja v celoti;
- obseg, bogastvo in razvejanost programske ponudbe javne radiotelevizije, ki se izvaja v okviru javnega zavoda RTV Slovenija, ki med drugim vsebuje tudi kakovostno produkcijo na področju izobraževalnih oddaj;
- multimedijske vsebine, ki jih v okviru javne službe razvija RTV Slovenija;
- obveza RTV Slovenija, da pripravlja vsebine in programe za pripadnike verskih ter narodnostnih manjšin/skupnosti;
- pojav novih, ožje profiliranih programov, ki so prilagojeni specifičnim potrebam posameznih segmentov uporabnikov;
- povečanje dodatnih informacijskih storitev elektronskih medijev, odpiranje možnosti za interaktivnost;
- pospešeno in neustavljivo prehajanje radijskih in TV-programov na internet;
- konvergenca medijev, ki omogoča opazen večdimenzionalni razvoj multimedijskeosti medijev v obdobju postmoderne;

#### **Slabosti:**

- Obremenjenost s podedovanim problemom nerazumevanja *prave vloge medijev*, ki po svoji naravi in poslanstvu morajo profesionalno, vestno, odgovorno in pošteno *delovati*.
- *Nepregledno lastništvo medijev*, kar sovpada s komercializacijo slovenskih medijev in zreduciranostjo medijev na gospodarske in/ali administrativne organizacije (npr. zavode, javne zavode ipd.), kar povzroča metamorfozo medijev v propagandna trobila za potrebe njihovih lastnikov ali sponzorjev.
- Omejevanje koncentracije in lastniške povezanosti obstaja le v obliki mrtve črke na papirju oz. pobožne želje zakonodajalca, kot primer dobrih praks v realnem življenju medijske krajne.
- *Nevarno znižanje kakovostnih in profesionalnih standardov* ter ostrega ločevanja novinarskih vsebin od oglaševalskih ali politično-aktivističnih oziroma celo podrejanje prvih drugim prinaša s seboj neusmiljeni *preživitveni boj za delež znotraj omejenega oglaševalskega prostora*.



- *Primanjkljaj segmentacije*, ki bi lahko vodila k večji kakovosti medijskih vsebin. Kajti, programske sheme radijskih in televizijskih programov so si preveč podobne, kar je možno pripisati predvsem prikriti oligopolnosti, deloma pa tudi majhnosti našega medijskega prostora in dejstvu, da sta gledanost oziroma poslušanost pogosto edini oziroma ključni kriterij pri oblikovanju programskih usmeritev. Ker izdajatelji medijev ugotavljajo, da je občinstvo za *profilacijo medijev premajhno*, zato se odločajo za programske vsebine, ki dosejajo največjo poslušanost oz. gledanost.
- *Število akterjev v radiodifuziji*: Po oceni Agencije in SRDF-ja je v etru trenutno registriranih in delujočih *preveč radijskih in TV-postaj* s premajhnim območjem pokrivanja; takšna *prenasičenost se neposredno negativno odraža na kakovosti radiodifuzije*.
- Vzpon alternativnih medijev je prinesel nove vire informacij in zabave občinstvu, ampak to lahko fragmentarna medijsko krajino in oteži konkurenco *main stream* medijem, kateri prispevajo k fragmentaciji občinstva, s tem da mu še posebej prek novih tehnologij (npr. spletnih portalov) omogočajo selektiven pristop in izključno usmerjenost na delno izbiro vsebin, ne da bi pri tem vsaj deloma skušali opravljati svojo temeljno funkcijo celovitega posredovanja med stvarnostjo in javnostjo;
- dolgoletno stihijsko dodeljevanje radijskih frekvenc in nezavezanost izdajateljev programskim standardom pri njihovi uporabi;
- preprodaja radijskih frekvenc ob nespoštovanju programskih zahtev;
- majhen oglaševalski kolač, v katerega prispeva nekaj velikih oglaševalcev, kar povzroča odvisnost medijev od teh;
- premalo konkurence na nacionalni ravni oz. premalo paralelnih informativnih sistemov;
- neustrezna zakonska merila za subvencioniranje programskih vsebin v javnem interesu, predvsem pa prešibko preverjanje učinkov subvencioniranja programskih vsebin v javnem interesu;
- nezadostno učinkovit sistem nadzora porabe finančnih sredstev za sofinanciranje programskih vsebin;
- nepopolna evalvacija učinkov sofinanciranja programskih vsebin glede na ciljne javnosti;
- nezadostna pooblastila regulatorja pri nadzoru;
- zakonska določila, ki ne omogočajo popolnoma samostojnega, neodvisnega in strokovnega dela SRDF-ja (ta nima lastne strokovne službe), s čimer se krni avtoriteta institucije v javnosti in moti delo tega neodvisnega organa pri uresničevanju njegovega poslanstva;
- neurejen status in nezagotovljena eksistenčna varnost novinarjev;
- zaupanje v glavne medije v javnosti upada, saj postajajo ljudje bolj skeptični do tradicionalnih medijskih virov. To lahko oteži MSM-u doseganje svojega občinstva in vplivanje na javno mnenje;

- izzivi glede prihodkov od oglasov: Zmanjšanje tradicionalnih modelov oglaševanja ogroža prihodke MSM-jev. To lahko oteži njihovo vlaganje v visokokakovostno novinarstvo in produkcijo.

#### **Priložnosti:**

- *Globalni doseg:* Internet je omogočil medijem doseganje globalnega občinstva. To jim lahko pomaga podirati ovire in deliti informacije z ljudmi po vsem svetu.
- *Digitalizacija:* Vzpon interneta in digitalnih tehnologij je ustvaril nove priložnosti za medije:
  - a) doseganje občinstva in distribucijo svoje vsebin
  - ter b) doseganje novega občinstva in eksperimentiranje z novimi načini pripovedovanja zgodb. To jim lahko pomaga razširiti svoj doseg in pritegniti novo občinstvo.
- *Podatki in analitika:* MSM lahko uporabljajo podatke in analitiko, da bolje razumejo svoje občinstvo in prilagodijo svojo programsko vsebino njihovim potrebam. To jim lahko pomaga izboljšati njihovo poročanje, privabiti več gledalcev z izdelavo bolj relevantne vsebine ter prilagoditi svojo programsko vsebino potrebam občinstva.
- *Vključevanje skupnosti:* MSM lahko stopijo v interakcijo s svojim občinstvom prek družbenih medijev in drugih spletnih platform. To jim lahko pomaga graditi odnose s svojimi gledalci in pridobiti povratne informacije o svojem poročanju.
- *Nove medijske platforme:* MSM lahko izkoristijo nove medijske platforme, da dosežejo širše občinstvo in se povežejo z novimi gledalci, poslušalci, bralci.
- *Vlaganje v digitalne medije:* MSM lahko vlagajo v digitalne medije, da izboljšajo svojo prisotnost na spletu in konkurirajo novim medijskim platformam.
- Oblikovanje in sprejetje novega sodobnega zakona za področje radia, televizije in novih medijev.
- Vzgoja in izobraževanje ozaveščenih uporabnikov medijev skozi programe medijske pismenosti, kar od nas že dolgo časa zahteva Direktiva .
- Sprotno dopolnjevanje in po potrebi redefiniranje nacionalne strategije razvoja radijskih in TV-programov na podlagi sistematičnih in rednih znanstveno-strokovnih raziskav medijev.
- Oblikovanje spodbudnega okolja za produkcijo AV-vsebin za medijske umetnike, izvajalce in tehnike.
- Medijska konvergenca oz. dopolnjevanje vsebin klasičnih elektronskih medijev s ponudbo spletnih multimedijskih vsebin.

#### **Nevarnosti:**

- *Konkurenca novih medijev:* glavni mediji se soočajo s povečano konkurenco novih medijskih platform, kot so družbena omrežja, spletni viri novic...

- *Lažne novice in dezinformacije*: MSM se soočajo z izzivom boja proti lažnim novicam in dezinformacijam.
- *Zaupanje v medije*: glavni mediji se soočajo s padcem zaupanja javnosti.
- *Družbena omrežja*: Družbena omrežja so postala glavna konkurenca glavnim medijem. To je hitrejši in interaktivnejši način komunikacije, kar lahko oteži konkurenco glavnim medijem v hitrosti in doseganju občinstva.
- pretirano podrejanje programskih vsebin medijev maksimiranju dobičkov njihovih lastnikov;
- padec profesionalnega nivoja novinarstva in razvrednotenje novinarskega poklica;
- pohod t. i. »participativnih« vsebin v televizijskih programih, ki temeljijo na plačljivem sodelovanju gledalcev v programu prek plačljivih telefonskih linij in SMS-sporočil (*participation TV*);
- neenake možnosti za uporabo sodobnih medijev (t. i. *digitalna ločnica*) in s tem povezana socialna izključenost;
- pojav informativno-zabavnih vsebin (*infotainment*) namesto klasičnih informativnih žanrov (te vsebine same po sebi niso nujno slabe, slabe so, če ne dosegajo ustrezne ravni kakovosti);
- pojav, da mediji, še zlasti javni servisi, postanejo dovzetni za politično in/ali kapitalsko vmešavanje v svoje programske vsebine ob pomanjkanju zavezanosti javnemu interesu oziroma zadovoljevanju interesov občinstva.
- neustavljiva tabloidizacija radia in televizije;
- visoka nadomestila za avtorske pravice (zlasti za vsebine, ki pritegnejo največ občinstva) manjšajo možnosti za pojav novih programov brez ustreznega ekonomskega ozadja;
- neustavljiv proces medijske koncentracije, ki ima za nujno posledico monopolizacijo in/ali oligopolizacijo na nacionalnih in lokalnih trgih;
- ukinjanje in/ali komercializacija programov posebnega pomena ter lokalnih in/ali regionalnih medijev z dolgo tradicijo;
- dominacija *mainstreamovskega* sloga v etru večine izdajateljev, nasproti katerega vsaka *alternativna subkultura* predstavlja le neko *hendikepirano marginalnost*;
- neprilagojenost ponudnikov medijskih vsebin spremenjenim navadam potrošnikov t.i. *generacije Z*;
- starejše generacije in tudi posamezniki znotraj vseh starostnih skupin, ki niso vajeni uporabe modernih informacijskih tehnologij, postajajo vse bolj odrinjeni od dostopa v svet novih medijev in uporabe njegovih storitev;
- *dezinformacije in neresnice*: Širjenje dezinformacij in neresnic predstavlja velik izziv za MSM. Morajo najti načine za preverjanje informacij in boj proti neresničnim trditvam.

- *spremembe v življenjskem slogu in navadah občinstva*: Ljudje vse pogosteje pridobivajo novice iz različnih virov, vključno z družbenimi mediji in spletnimi platformami. To otežuje MSM-u ohranjanje svojega občinstva.

## KONKRETNE PRIPOMBE SRDF K POSAMEZNYM TOČKAM PREDLOGA ZMed-1

- 3. člen – v tej točki manjka vnesen končni lastnik medijske hiše oz. mora biti podana lastniška struktura do končne fizične osebe.
- 3. člen – v točki 4 uvaja strojno odgovornost – tu je odgovoren le urednik, tudi za vse izbire vsebin in postavitve vsebin, pripravljenih s pomočjo umetne inteligence (strojev).  
V istem členu je govora o rednem preverjanju orodij umetne inteligence - orodja so kupljena, preverjajo se ob nakupu, kot se preverjajo rezultati podpore UI pri delu celotne medijske hiše.
- 3. člen – v točki 6 uvaja izvirno linearno razširjanje, nelinearno pa ne. Slednje pomenijo ponovitve oddaj. Pav tako med medije spadajo vse AV vsebine, ki so lahko linearne ali nelinearne (npr. interaktivna TV).
- 3. člen – v točki 13 uvaja pojem medijski pluralizem. Ta bi moral tudi na tem nivoju vpeljati pluralizem poročanja, to je pojem uravnoteženega poročanja. Sicer pa ne vemo kaj je hotel predlagatelj s tem členom povedati.
- 3. člen – v točki 34 uvaja pojem novinarske generativne umetne inteligence. Ta je lahko povezana le s soustvarjanjem novinarskih vsebin, ne pa s samostojnim strojnimi ustvarjanjem le-teh. UI je lahko le orodje pri ustvarjanju vsebin za katere je odgovoren urednik, ne more pa biti UI samostojni ustvarjalec vsebin.
- 8. člen, točka 2 , sporne alineje:
  - *da ima dokazila, da prejema večino letnih prihodkov iz naslova opravljanja novinarske dejavnosti;* kaj je večina prihodkov?  
*da opravlja novinarsko dejavnost kot edini ali glavni poklic za polni ali polovični delovni čas; zelo slabo za PPP – programe posebnega pomena*
  - *da mu ni s pravnomočno sodno odločbo prepovedano opravljanje te dejavnosti;*  
- *da v zadnjih treh letih ni bil več kot enkrat pravnomočno obsojen na novinarskem častnem razsodišču. Katero je to novinarsko častno razsodišče ?*  
Opravljanje gospodarske dejavnosti je v skladu z ustavno ureditvijo o pravici do svobodne gospodarske pobude
- 10. člen govori o izbrisu samostojnega novinarja. Tu manjkajo podrobnejši enoviti kriteriji za izbris.
- 12. člen Informacije morajo biti resnične in celovite; nikjer ni kriterija resničnosti in celovitosti. (novinar bi moral podati okoliščine, pod katerimi je zbral določene informacije)
- 13. člen - Pozitivno poudarja pravico državljanov do obveščanja in medijske pluralnosti. Vključuje podporo medijski pismenosti, neodvisnemu novinarstvu ter kulturni in umetniški ustvarjalnosti v medijih. Negativni pomislek pa je, da koncept "drugi cilji v javnem interesu" je precej širok in odprt za različno interpretacijo. Koncept je podedovan iz pravne ureditve bivšega režima in nima kaj iskati v novem Zmed-1. V trenutnem predlogu ne vsebuje jasnih meril za ocenjevanje izpolnjevanja javnega interesa.

- 14. člen - Državne pomoči medijem. Svet ocenjuje pozitivno da ta člen opredeljuje specifične namene državnih pomoči, vključno s podporo programskim vsebinam, medijski pismenosti, digitalnemu prehodu itd. In določa pogoje, ki jih morajo izpolnjevati prejemniki državne pomoči. Slabo stran pa predstavljajo pogoji za prejem državne pomoči, ki so lahko preveč restriktivni in omejujoči za določene medijske akterje. Odvisnost od državne pomoči lahko vpliva na uredniško neodvisnost nekaterih medijev. Ni zagotovljena učinkovita kontrola o načinu uporabe dodeljenih sredstev.

- 15. člen – govori o odločanju dodelitve državne pomoči, pri čemer določa postopek razpisa in pogoje za sodelovanje. Uporablja kriterije za ocenjevanje projektov, ki upoštevajo različne vidike, vključno s strokovnimi referencami in vsebinsko zasnovo, kar ocenjujemo pozitivno.

Negativno stališče imamo do odločanje o državni pomoči, ki je prepuščeno pristojnemu ministrstvu, kar lahko poveča tveganje za politični vpliv in korupcijska tveganja. Zahteva odobritev sheme državne pomoči s strani Evropske komisije, kar lahko podaljša postopek.

- 16. člen – govori o transparentnosti podatkov o medijih in pozitivno vzpostavlja razvid medijev, ki vsebuje številne ključne podatke o medijih, njihovem financiranju in lastništvu. Zahteva redno posodabljanje podatkov in omogoča javen dostop.

Žal pa manjkajo nekateri podatki, kot so finančni podatki in lastniška struktura. Ti podatki bi lahko bili občutljivi in bi lahko sprožili pomisleke glede zasebnosti. Poleg tega so pogosto podatki o lastnikih medijev vprašljivi glede na to, da se stvarni lastniki skrivajo za podjetji, ki so registrirana v davčnih oazah na fiktivna imena. Kljun temu mora zakon zahtevati podatke o fizičnem končnem lastniku.

Ta zahteva po informaciji o lastništvu drugih medijev ali podjetij je pomembna, saj lahko prihaja do koncentracije in s tem povezanih interesov.

- 18. člen – govori o obvezni objavi podatkov v medijih. Pri tem so zahteva po jasni objavi odgovornih oseb, lastniške strukture in drugih ključnih informacij v mediju in poudarek na transparentnosti pozitivni, saj taka objava lahko prispeva k zaupanju javnosti v medijske vsebine. Slabost pa lahko predstavljajo nekatere zahteve, kot so navedbe dejanskega lastnika, saj lahko sprožijo pomisleke o zasebnosti in varovanju osebnih podatkov.

- 19. člen – Razkrija konflikt interesov, pri čemer poudarja pomembnost razkritja konflikta interesov za izdajatelje, urednike in novinarje in določa postopke za obvladovanje konflikta interesov. Pri tem pa ne upošteva, da je opredelitev konflikta interesov je lahko subjektivna in odvisna od interpretacije.

Skupno gledano, predlog medijskega zakona v delu, ki se nanaša na spodbujanje in zaščito medijskega pluralizma vsebuje številne pozitivne elemente, vendar obstajajo tudi nekateri izzivi, zlasti v zvezi z odprtimi interpretacijami določb in morebitnimi vplivi na uredniško neodvisnost nekaterih medijev. Pomembno je, da se sprejmejo izboljšane formulacije in kriterije, ki bodo omogočali nadaljnje ukrepe za zagotovitev učinkovitega izvajanja zakona in preprečevanje morebitnih zlorab v praksi. Kajti, papir vse prenese, zato je najbolj pomembno, da so zakonska

določila takšna, da ne dopuščajo poljubno interpretacijo, dopuščajo le uradno interpretacijo, ki je del razlage posameznih členov.

- 20. člen, kaj je javni interes pri medijski koncentraciji? Potrebna je opredelitev javnega interesa.  
- pri presoji koncentracije ni natančno določenih absolutnih kriterijev. Preveč abstraktna in ohlapna opredelitev koncentracije v medijih.  
- člen govori tudi o zagotovljenosti uredniške neodvisnosti; kakšni so kriteriji za ugotavljanje te neodvisnosti?

- 25. člen – kaj je lokalni radijski program – je to samo preko prizemne radiodifuzije, tudi preko interneta, tudi preko satelita (npr. 5G bo v Rel 18 to omogoča) – ali preko telefona, bo to preko digitalnih multipleksov. Dejansko bi morali definicije tehnološko drugače voditi - R je lahko klasična radiodifuzija, digitalna, preko spletnega portala. Preambula to nakazuje, dejanske definicije pa so daleč od tega.

Točka 6 – kako bo minister ugotavljal brez posvetovalnega strokovnega organa (do sedaj SRDF) neizpolnjevanje pogojev statusa PPP. Enako velja za 26, 27 in 28.

- 28. člen Nepridobitni radijski in televizijski programi posebnega pomena govori v tč. 3 o odvzemu statusa nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa posebnega pomena, kjer je potrebno dodati kriterij neresničnega, zavajajočega in neuravnoveženega poročanja.

- 30. člen, V uvodu pod točko 5 v segmentu ki se nanaša na organ za izvajanje in spremljanje medijske zakonodaje pripravljavec zakona navaja in opredeljuje ureditev v Republiki Irski, kjer se navaja, da je bil nov zakon o varnosti in medijski regulaciji, ter se navaja tudi, da je bila nov regulativni organ vzpostavljena komisija za medije. V nadaljevanju ugotavljamo, da je v okviru 30 člena predloga zakona, ki ureja nacionalni svet za medije, ne sledijo niti dosedanjim pristojnostim, kaj šele ureditvi komisije v Republiki Irski na katero se pripravljavec zakonodaje sklicuje in naslanja.

- 31. člen, odstavek 1 – kaj je predlagatelj mislil z enakomerno zastopanostjo spolov z ozirom na enakomerno zastopanostjo strokovnih področij oz. izkušenj.

Zato SRDF predlaga, da je potrebno 1. odstavek tega člena spremeniti, ker je v sedanji formulaciji navadna ideološka floskula. Takšna ideološko naravnana intencija ne more biti zakonsko določilo, posebej pa ne, ker ni jasno kaj in kdaj je doseženo stanje »v največji možni meri«. Pomembno je, da so vsi člani sveta »vrhunski strokovnjaki« ne glede na nacionalnost, vero, spol, raso, ipd. Zakonska določila morajo dajati videz vrednostne nevtralnosti in objektivnosti.

Zaradi tega predlagamo sledečo spremembo 1. odstavka tega člena:

- Svet sestavlja sedem članov, ki so izkušeni, izobraženi in kompetentni za opravljanje nalog določenih v 1. odstavku tega člena zakona.
- Predsednika sveta za medije imenujejo člani sveta izmed sebe.
- Vlada na podlagi izvedenega javnega poziva oblikuje predlog liste kandidatov za člane Sveta za medije in jo pošlje v imenovanje Državnemu zboru Republike Slovenije (v

nadaljnem besedilu: državni zbor). Državni zbor glasuje o celotni listi kandidatov. Lista je potrjena, če zanjo glasuje večina vseh poslancev.

Člani SRDF menimo, da v kolikor imamo dejansko delitev oblasti na zakonodajalsko, sodno in izvršilno, potem je ideja, da vlada kot organ izvršilne oblasti »oblikuje predlog liste kandidatov za člane sveta« je milo rečeno nehigienična, ker jemlje pravico Državnemu zboru, da (kot je to bilo do sedaj) izbere člane neodvisnega ekspertnega telesa kot je Svet za medije po postopku, ki ga izvede sama. Vlada bi v primeru udejanjenja predlagane zakonske rešitve nevarno prekoračila mejo svojih ustavnih pristojnosti in, posledično okrnila ugled in dobro ime ter avtoriteto Sveta kot neodvisnega, avtonomnega regulatornega organa na področju medijev.

odstavek 2 - Svet za medije mora tudi opravljati še dodatne aktivnosti:

- spremljati trende razvoja medijev v svetu in opozarjanje na nove storitve;
- pripravljati in ocenjevati kriterije razpisov porazdeljevanja frekvenčnih področij za FM DAB in druge tehnologije prenosa na področju medijskih vsebin.

odstavek 5 – po kakšnih kriterijih se bo presojalo uglednost strokovnjaka. Kako opredeliti uglednega strokovnjaka s področja avdiovizualne kulture? Prosimo predlagatelja, da pojasni ali je mogoče zakon brati tudi na način, da so lahko za člane nacionalnega Sveta za medije, imenovani tudi osebe, ki v času imenovanja v Svet zasedajo vodilne ali vodstvene položaje v medijih ali v njihovih uredništvih.

Smiselno je širši nabor. Dosedanja definicija je vključevala tudi strokovnjake za ekonomijo, pravo, telekomunikacije, informatiko.

- 31. člen, odstavek 6 – tu je smiselno opredeliti, da gre za funkcije na državni ravni – npr. »državni funkcionarji« ali »izvršilni organi«

- 31. člen – smiselno je ohraniti dosedanje varovalke – ne smejo biti zaposleni pri izdajateljih medijev, zaposleni v javni upravi, lastniki medijev, zunanji sodelavci medijev (Naj se pogleda varovalke v ZMed 101. členu)

*Člani Sveta za radiodifuzijo ne morejo biti:*

- *funkcionarji, poslanci in delavci, zaposleni v državnih organih;*
- *člani vodstev političnih strank;*
- *delavci, ki so 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 z oglaševalsko organizacijo;*
- *osebe, ki imajo v lasti več kot en (1) odstotek kapitala ali upravljavskih oziroma glasovalnih pravic v premoženju izdajatelja radijskega ali televizijskega programa, ali v oglaševalski organizaciji*



Komentar SRDF: trenutni opis dopušča konflikt interesov.

- 32. člen v sredstvih za delovanje mora zakon zagotoviti ustrezne nagrade za zahtevano strokovno delo v svetu, kot tudi sredstva za dodatno izobraževanje ali povezovanje s sličnimi Sveti v EU. Delo v Svetu je strokovno, neodvisno, zahteva poglobljeno in kritično odzivnost, zato mora biti delo članov profesionalizirano! Zato se mora *tekst v skladu z uredbo, ki ureja sejnine in povračila stroškov v javnih skladih, javnih agencijah, javnih zavodih in javnih gospodarskih zavodih. Če želimo imeti kvaliteten Svet, moramo delo članov Sveta ustrezno nagraditi* črtati iz 32. člena

Odstavek 3 - Člani SRDF se ne strinjamo s predlogom, da »Državni zbor glasuje o celotni listi kandidatov«, kar pravzaprav pomeni, da glasuje v paketu po principu - sprejmi vse ali pa nobenega – tovrstna pravna rešitev je dostojna preteklega obdobja, zaradi tega SRDF odločno zavrača in predlaga naslednjo formulacijo 3. odstavka tega člena:

- Državni zbor na podlagi izvedenega javnega poziva najmanj 6 mesecev pred iztekom mandata aktualnem sklicu sveta, oblikuje predlog liste kandidatov za člane novega sklica sveta za medije in ga da na glasovanje, pri čemer se glasuje o vsakem od sedmih kandidatov posebej. Lista je izglasovana, če je za vseh sedem kandidatov glasovala večina vseh poslancev.

odstavek 5 – govori da so člani Sveta za medije lahko le ugledni strokovnjaki s področja medijev, novinarstva, komunikologije ali avdiovizualne kulture oziroma ugledne osebe z večletnimi izkušnjami na vodilnih ali vodstvenih položajih v medijih oziroma v uredništvih medijev predstavlja flagranten primer kulturnega incesta. Člani regulatornega organa naj bi bili izbrani iz ekskluzivnega kroga tistih medijskih osebnosti, ki bi se pravzaprav ukvarjale same s seboj in nadzirale tako rekoč same sebe. Takšna rešitev je diskriminatorna do poklicev, ki so neizogibni, če želimo postaviti objektivno in nepristransko telo, ki se ukvarja z regulacijo na področju medijev. Tukaj mislimo zlasti na filozofe, sociologe kulture, pravnike, ekonomiste, jezikoslovce, neodvisne ugledne intelektualce, univerzitetne profesorje, ki se ukvarjajo z mediji.

odstavek 6 – pravi, da člani sveta za medije ne morejo biti funkcionarji, poslanci in člani vodstev ali izvršilnih organov političnih strank.

Člani SRDF se sprašujemo zakaj samo »vodstev ali izvršilnih organov političnih strank«? Kaj pa vodstev samih medijev, ki naj bi jih Svet nadziral, ali vodstev gospodarskih družb, ki so lastnice medijev? Torej, ta člen je potrebno dopolniti na sledeči način:

- Člani sveta za medije ne morejo biti poslanci DZ, člani vodstev ali izvršilnih organov političnih strank in/ali medijev, državni funkcionarji, lastniki in/ali člani vodstev gospodarskih družb, če so le-te lastnice medijev.

odstavek 9 – pravi, da natančnejšo organizacijo in način delovanja sveta za medije v skladu s tem zakonom določi vlada v aktu o ustanovitvi.

Člani SRDF vidimo v tem vtikanje vlade tam, kje ji ni mesto! Če se zares želi ustvariti vsaj videz avtonomije Sveta za medije v javnosti, potem Akt o ustanovitvi sveta mora sprejeti isto telo, ki izvoli člane sveta in kateremu le-ti vsako leto podajo poročilo o stanju na področju medijev in o lastnem delu. Zato predlagamo, da se 9. odstavek spremeni tako, da se glasi:

- Natančnejšo organizacijo in način delovanja sveta za medije v skladu s tem zakonom določi Državni zbor v aktu o ustanovitvi.

odstavek 10 – govori, da Svet za medije izvaja naloge iz tega zakona po poslovniku, ki ga sprejme najpozneje v treh mesecih po imenovanju vseh članov sveta za medije.

Člani SRDF mislimo, da ta določba spregleduje dejstvo, da Poslovnik Sveta že obstaja iz obdobja prejšnjega sklica sveta, ki nima omejen rok uporabe. Lahko se omeni možnost spremembe in dopolnitve Poslovnika s strani nove zasedbe Sveta.

Manjka pa določba:

- o primopredaji poslov med starim in novoizvoljenim Svetom in
- o funkciji z opisom nalog sekretarja Sveta.

32. člen govori o pogojih in sredstvih za delovanje - Vlada zagotovi administrativno in tehnično podporo ter sredstva za delovanje sveta za medije.

V SRDF menimo, da v skladu z dosedanjo rešitvijo je bilo to opravilo v pristojnosti Agencije AKOS. V praksi so se izkazale vse možne slabosti te rešitve. Glavna je, da svet ne more ohraniti lastne neodvisnosti, če Svetu neka druga institucija izvršilne oblasti zagotavlja podporo za delovanje. Zaradi tega predlagamo, da se ta odstavek nadomesti z naslednjim besedilom:

- Strokovno, administrativno in tehnično podporo Svetu za medije zagotavlja njegova lastna služba.
- Prostor, oprema in finančna sredstva za delovanje sveta za medije se zagotavljajo iz proračuna RS kot lastna proračunska postavka.
- Predsednik in člani Sveta za medije imajo pravico do redne zaposlitve na 1/5 delovnega časa za določen čas trajanja mandata in s tem do povračila stroškov poti in sodelovanja s tovrstnimi telesi EU in do nagrade za svoje delo, v skladu z Zakonom o delovnih razmerjih.

33. člen, odstavek 2 – SLO jezik – kaj v primeru operaterjev, ki distribuirajo tuje programe, Vse vsebine niso prevedene. Zahtevo po prevodu je potrebno jasno opredeliti.

Tu pride do potrebe sistemske uporabe UI in prevajalnikov.

- 34. člen govori o prepovedi spodbujanja k neenakopravnosti, nasilju in pravi v tč. 2, da sme pristojni inšpektor izdajatelju izdati začasni ukrep odstranitve oziroma prepovedi razširjanja spornih vsebin; kakšni so kriteriji, po katerih izda izdajatelju začasni ukrep?
- 34. člen v točki 4 govori o pristojnem inšpektorju. Kakšni so kriteriji, ki jim mora zadostiti kandidat, da postane Pristojni inšpektor?
- 35. člen – ni opredeljeno, da morajo biti vsebine označene, ki lahko škodujejo razvoju otrok.
- 36. člen v točki 2 tega člena manjka zahteva po uravnoteženem komentiranju.
- 41. člen ni zahteve po oznaki, da oglas ni primeren za otroke,
- 45. člen - Promocijsko umeščanje izdelkov (Product placement) je definiran samo za radijske programe (45. člen), ne pa tudi za TV in spletne medije. (kako pa v primeru digitalnih medijev, ko bodo na razpolago metode zakasnjene poslušanja, kako je s programiranim izločevanjem reklam?)
- 48. člen – verska propaganda – to je zapisano preveč na široko, npr. obvestilo o verskem dogodku ni več dovoljeno, pa bi moralo biti dovoljeno.
- 49. člen – GUI – ni smiselno se fokusirati na posamezne vrste umetne inteligence, področje se še razvija in se bo lahko še razvijalo, zato je smiselno uporabljati splošen izraz UI.  
V tem členu manjka zaščita potrošnika pred analizo in modeliranjem njihovega obnašanja, s tem pa tudi z njihovim manipuliranjem. To se bo odrazilo predvsem pri interaktivnih AV medijih, ki prihajajo na trg, ali pri medijih na zahtevo.
- 50. člen – UI – načeloma bi bilo možno omogočiti tudi takšne vsebine (deep fake), tudi ne samo za omenjene žanre (mladinske, izobraževalne, razvedrilne in humoristične), ker se lahko zgodi, da se bodo takšne zvrsti razširile tudi na druga področja. Potrebne in smiselne so varovalke in jasna označba. Zato je nujno jasno določiti odgovornost izdajatelja za točnost in skladnost vsebin, ustvarjenih s pomočjo sistemov umetne inteligence.  
V točki 4 tega člena bi v izobraževalnih oddajah dopuščali uporabo metod globokega potvarjanja in sicer na področju simulacij, potrebnih za razumevanje učnih materialov.

Medijske vsebine ustvarjene s pomočjo sistemov generativne umetne inteligence, morajo biti jasno označene in ločene od drugih vsebin, to pa zahteva sistematične oznake na začetku in koncu vsebine, kar prispeva k transparentnosti, s tem pa k preprečitvi zavajanja občinstva.

- 52. člen – elektronska pošta bi načeloma morala biti dovolj.
- 62. člen Kaj pa interaktivni mediji?
- 71. člen – tematski program ni vezan le na radijski, temveč tudi na televizijski, multimedijski program.
- 76. člen – inšpekcijski nadzor nad izvajanjem zakona opravlja pooblaščen oseba agencije, kot določa zakon. Kakšni so kriteriji izbora te osebe in kdo izvaja nadzor nad delom te osebe. To funkcijo bi lahko na osnovi pritožb uporabnikov izvajal strokovno močen, neodvisen Svet za medije.

V osnovi pa člani SRDF menijo, da ta člen ni potreben in da ga je potrebno nadomestiti z nadzorom Sveta za medije.

- 91. člen – prenehanje mandata Sveta za radiodifuzijo je smiselno, če to postane neodvisno strokovno profesionalno telo, ki ga po vzoru Irske lahko preimenujemo v Svet za medije.

Svet za medije je neodvisno strokovno telo na področju medijev, ki usmerja uresničevanje javnega interesa na področju medijev.

odstavek 2 – pravi, da naloge Sveta za radiodifuzijo, ki jih določa zakon, ki ureja elektronske komunikacije, zakon, ki ureja avdiovizualne medijske storitve in zakon, ki ureja Radiotelevizijo Slovenija, se s prenehanjem njegovega delovanja prenesejo na Svet za medije.

Člani SRD menimo, da je takšna rešitev neustavna in je nesprejemljiva, saj imajo izvoljeni funkcionarji v vsaki pravni državi, pravico do rednega dokončanja svojega mandata. Zato SRDF predlaga naslednjo kompromisno rešitev:

- Z dnem uveljavitve tega zakona ne preneha mandat predsedniku in članom Sveta za radiodifuzijo, temveč se le-ta avtomatično prenese na Svet za medije.
- Predsednik in člani Sveta za medije iz prejšnjega odstavka tega člena opravljajo svojo funkcijo do izteka mandata na katerega so bili izvoljeni z Aktom o ustanovitvi tega sklica SRDF.
- Državni zbor začne postopek imenovanja novega sklica sveta za medije najmanj 6 mesecev pred iztekom roka iz prejšnjega odstavka tega člena.

Člani SFRD tudi menimo da je definicija Sveta za medije kontradiktorna in preveč ohlapna.

V tem členu manjka jasna in razločna razmejitev pristojnosti in obveznosti treh regulatornih teles na področju medijev, in sicer MK, agencije in sveta za medije!

Zato predlagamo naslednjo spremembo:

Svet za medije (v nadaljnjem besedilu: svet) je avtonomni, kolegijski, strokovni, regulatorni organ na področju medijev, ki ima naslednje pristojnosti in odgovornosti:

- spremlja stanje na področju medijev;
- opravlja monitoring programskih vsebin medijev in njihovega izvajanja v skladu s programsko zasnovo; v primeru ugotovljenih kršitev ima pravico in dolžnost od izdajatelja zahtevati takojšnjo odpravo nepravilnosti ter izrekat kazni po zakonu, ki ureja inšpekcijski nadzor;
- pripravi, oziroma naroči analizo uresničevanja javnega interesa na področju medijev;
- pripravi, oziroma naroči raziskavo stanja medijskega pluralizma, nestrpnosti in kulture javnega komuniciranja;
- daje predhodna mnenja v postopku presoje koncentracij v medijih;
- obravnava predloge predpisov s področja medijev oziroma daje pobude in predloge za urejanje posameznih vprašanj na teh področjih;
- pripravlja letna poročila o svojem delu z oceno stanja na področju medijev;



SVET ZA RADIODIFUZIJO

Stegne 7  
1000 Ljubljana  
Slovenija

- opravlja druge naloge v skladu z aktom o ustanovitvi, zakonom, ki ureja elektronske komunikacije, zakonom, ki ureja avdiovizualne medijske storitve, in zakonom, ki ureja Radiotelevizijo Slovenija.

- 94. člen – veljavnost ZAVMS je smiselno ohraniti.

V točki 2 je uredba, ki jo je potrebno prečrtati in sicer zahteva ukinitve Uredbe o izvedbi rednega letnega javnega razpisa za sofinanciranje ustvarjanja programskih vsebin medijev.

## SPLOŠNI KOMENTARJI na člene zakona ZMed-1

- dileme - lastne vsebine (25.člen)
- Omejitve lastništva - sedaj je omogočeno, da se podjetja povezujejo, in gradijo mreže. Dosedanji zakon je to precej omejeval, in so bile omejitve pri povezovanju. To se sedaj ne omejuje več. Nevarnost predloga zakona je, da bomo prišli v samo dve mreži, mogoče celo eno samo mrežo.
- Omejitve lastništva dosedanji opis Zmed, 56. člen je precej boljši:

### *Omejitve lastništva, 56. člen*

- 1) Izdajatelj splošno - informativnega tiskanega dnevnika ter fizična in pravna oseba ali skupina povezanih oseb, ki ima v kapitalu oziroma premoženju tega izdajatelja več kot dvajset (20) odstotni lastniški delež ali več kot dvajset (20) odstotkov upravljavskih oziroma glasovalnih pravic, ne more biti tudi izdajatelj ali soustanovitelj izdajatelja radijskega oziroma televizijskega programa, niti ne more izvajati radijske in televizijske dejavnosti.*
- 2) Izdajatelj radijskega oziroma televizijskega programa ter fizična ali pravna oseba ali skupina povezanih oseb, ki ima v njegovem premoženju več kot dvajset (20) odstotni lastniški delež ali več kot dvajset (20) odstotkov upravljavskih oziroma glasovalnih pravic, ne more biti tudi izdajatelj oziroma soustanovitelj izdajatelja splošno - informativnega tiskanega dnevnika.*
- 3) Izdajatelj, pravna ali fizična oseba, ali skupina povezanih oseb iz prvega in iz drugega odstavka tega člena ima lahko največ dvajset (20) odstotni lastniški delež ali dvajset (20) odstotni delež upravljavskih oziroma glasovalnih pravic v premoženju drugega izdajatelja, razen v primerih, ko ta zakon določa drugače.*

- Omejevanje koncentracije, 58. člen – tam so dodatne varovalke, pomen je tudi imel SRDF, vse to se sedaj ukinja.
- Ni več podane nezdržljivosti opravljanja R in TV dejavnosti, ter oglaševalske dejavnosti (ZMed 59. in 60. člen). Načeloma bi imeli lahko enovito rešitev: spletni medij, R in TV dejavnost, saj gre za tehnološke enovite rešitve. Vsekakor pa v tem segmentu ne bi smelo biti oglaševalske dejavnosti.
- Ni omejitve, kot je definirana v 61. členu Zmed, da telekomunikacijsko podjetje izvaja tudi direktno R ali TV dejavnost.
- Nikjer ni definiran Impresij.
- Ni dovolj široko opredeljen javni interes - dosedanji opis:  
*ZMed 4. člen*

*(1) Republika Slovenija podpira medije pri ustvarjanju in razširjanju programskih vsebin, ki so pomembne:*

- *za uresničevanje pravice državljanov oziroma državljanek Republike Slovenije, Slovencev po svetu, pripadnikov oziroma pripadnic slovenskih narodnih manjšin v Italiji, Avstriji in Madžarski, italijanske in madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji ter romske skupnosti, ki živi v Sloveniji, do javnega obveščanja in do obveščenosti;*
  - *za zagotavljanje pluralnosti in raznolikosti medijev;*
  - *za ohranjanje slovenske nacionalne in kulturne identitete;*
  - *za vzpodbujanje kulturne ustvarjalnosti na področju medijev;*
  - *za kulturo javnega dialoga;*
  - *za utrjevanje pravne in socialne države;*
  - *za razvoj izobraževanja in znanost*
- R ali TV program – načeloma do sedaj to ne sme biti isti izdajatelj, niti ne sme biti oglaševalska agencija.
- Svet za medije ima premalo pooblastil, naj se pogleda ZMed 100. člen

*100. člen*

*(1) Svet za radiodifuzijo je neodvisno strokovno telo, ki: - daje agenciji pobude za izvajanje strokovnega nadzorstva nad izvajanjem programskih zahtev in omejitev iz tega zakona; - daje agenciji obrazložen predlog izbire ponudnikov na javnih razpisih za dodelitev radijskih frekvenc za opravljanje radiodifuzije; - daje agenciji predhodno mnenje o izdaji, prenosu in razveljavitvi odločbe o dovoljenju za izvajanje radijske in televizijske dejavnosti; - daje agenciji predhodno mnenje o dodelitvi oziroma odvzemu statusa lokalnega, regionalnega in študentskega radijskega ali televizijskega programa; - daje pristojnemu ministrstvu predhodno mnenje o dodelitvi ali odvzemu statusa nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa; - daje pristojnemu ministrstvu predhodno mnenje o omejevanju koncentracije; - ocenjuje stanje radijskih in televizijskih programov; - predlaga pristojnemu ministru podrobnejša merila za opredelitev lokalnih in regionalnih vsebin, postopek in pogoje za pridobitev statusa programov posebnega pomena ter merila za vsebine lastne produkcije in druge vsebine radijskih in televizijskih programov iz tega zakona; - daje soglasje k predpisu, s katerim se določita postopek izdaje, podaljšanja, prenosa, spremembe, preklica, razveljavitve in prenehanja odločbe o izdaji dovoljenja za radijsko in televizijsko dejavnost ter njena vsebina; - predlaga način in merila za oblikovanje seznama dogodkov, pomembnih za javnost Republike Slovenije, in postopek obveznih posvetovanj med zainteresiranimi stranmi, ter oblikuje predlog agencije za vsebino tega seznama; - daje soglasje agenciji k strategiji razvoja radijskih in televizijskih programov v Republiki Sloveniji; - za 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 in zakonom, ki ureja elektronske komunikacije.*



SVET ZA RADIODIFUZIJO

Stegne 7  
1000 Ljubljana  
Slovenija

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

*(3) Svet za radiodifuzijo ima predsednika, ki ga imenujejo člani sveta izmed sebe.*

*(4) Mandat predsednika in članov je pet let.*

*(5) Po izteku mandata, so lahko ponovno imenovani.*

*(5) Natančnejšo organizacijo in način delovanja Sveta za radiodifuzijo v skladu s tem zakonom določi državni zbor v aktu o ustanovitvi.*

- Za sofinanciranje medijev je smiselno, da se financira predvsem vsebine, pripravo vsebin, in to lokalne vsebine - za PPP (programe posebnega pomena) - sploh za lokalne medije. Aktualne bi bile večletne sheme, kar bi omogočilo bolj stabilno financiranje medijev - to je bila dosedanja želja, in to je zelo upravičeni predlog.