

Društvo novinarjev Slovenije uvodoma ugotavlja, da je Strategija razvoja medijev v Republiki Sloveniji do leta 2024 (v nadaljevanju strategija) glede uresničitve nekaterih ciljev zelo splošna in konkretno izvedbo prepušča zakonodaji, na drugih mestih pa je zelo natančna in ureja podrobnosti, ob tem pa so predlogi premalo domišljeni, neceloviti in niso nujno najustreznejši odgovor na razmere v medijih. Strategija tudi ni zasnovana kot dokument, ki bi definiral osnovne probleme in ponudil vizijo rešitev zanje, manjka analiza stanja, iz katere bi izhajale predlagane rešitve. Pogrešamo akcijski načrt, ki bi definiral časovni načrt za uresničenje posameznih ciljev. Ugotavljamo, da je nekakšna mešanica strateških ciljev in nastavkov za izpeljave rešitev v medijski zakonodaji. Opažamo tudi, da rešitve posegajo na področja drugih ministrstev, pa z njimi še niso usklajene. Iz vizije ni jasno razvidno, kakšna bo glede na trenutno stanje, omejitve majhnega in specifičnega slovenskega medijskega trga in kot rezultat aktivne medijske politike medijska krajina prihodnosti.

Za začetek želimo izpostaviti nekaj dobrih izhodišč strategije razvoja medijev, kot so: redefinicija osnovnih pojmov novinar, izdajatelj, medij; prepoznavanje in pripoznavanje pomena poklicne kolektivne pogodbe za novinarje; spodbude preiskovalnemu novinarstvu in financiranje enega velikega preiskovalnega projekta letno; spodbujanje medijske pismenosti in financiranje izobraževanja novinarjev ter podpora novim organizacijskim oblikam medijev kot tudi preglednejše lastništvo medijev, depolitizacija strokovnega sveta RTVS in regulacija operaterjev.

Pogrešamo pa druge teme, ki so iz strategije nerazumljivo izpadle in jih strategija ne naslavlja. Povsem sta izpuščena vloga in pomen Slovenske tiskovne agencije (STA), ki ima kot medij v 100-odstotni javni lasti v slovenskem medijskem prostoru posebno mesto. Predlagamo, da se v strategijo zapiše, da država zagotavlja avtonomnost delovanja STA ter stabilne vire financiranja za izvajanje omenjene javne službe ter da se STA postavi ob bok RTVS pri navajanju medijev, ki imajo nosilno vlogo pri zagotavljanju informacij v javnem interesu.

Uredniški avtonomiji ni posvečeno več od stavka. Regulacija in samoregulacija uredniške avtonomije v interesu javnosti, ki ima na majhnem in koncentriranem trgu večjo specifično težo kot na večjih in konkurenčno razvitejših trgih, sta se pokazali za pomanjkljivi oziroma podrejeni v razmerju do lastnikov in oblasti. Na podjetniški ravni se je okrepila moč uprav v odnosu do uredništev. Grožnje z odpovedjo zaposlitve in disciplinskimi postopki so postavile pod vprašaj pogodbeno določila, ki novinarja zavezujejo, da poslušnost delodajalcu podredi interesu javnosti. Nihče si ne želi

prenormirane medijske zakonodaje, vendar pa mora biti zagotavljanje uredniške avtonomije po našem mnenju eden od ciljev, zapisanih v medijski strategiji.

Prav tako v strategiji ni pravice do popravka, ki je ustavna kategorija, izvajanje te pravice pa je problematično in mednarodnopravno neprimerljivo. Društvo novinarjev Slovenije že od uveljavitve spremembe zakona o medijih, ki zadeva popravek, opozarja, da se je pravica do popravka v praksi uveljavila kot pravica do ekskluzivnega dostopa do medijskega prostora. Nekateri nosilci politične ali ekonomske moči to pravico izkoriščajo za izsiljevanje objave popravkov, katerih vsebina je očitno neresnična. Zato predlagamo, da zakonodaja omogoči zavrnitev objave očitno neresničnega popravka, zavrnitev objave v primeru, da je medij že objavil odziv vlagatelja popravka, podaljša rok za odgovor na tri delovne dni, saj obstoječi rok sili v zavračanje in na novo definira enakovrednost in dolžino popravka, predvsem za elektronske medije. Zavedamo se velikega vpliva, ki ga medijska objava lahko ima na življenje posameznika, zato se strinjamo, da je pravica do popravka ustrezen korektiv, ki ga zagotavlja tudi ustava, vendar pa po našem mnenju trenutna regulacija in sodna praksa omogočata zlorabo te pravice.

Pogrešamo tudi poglavje o nadzoru medijev. V strategiji ni opredeljena vloga medijskega inšpektorata kot tudi ne vloga Agencije za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije in Sveta za radiodifuzijo. Obstoječa zakonodaja namreč pri nadzoru omogoča arbitrarnost in izdajateljem ne zagotavlja pravne varnosti in predvidljivosti, poleg tega jim nalaga neupravičena administrativna bremena.

Strategija premalo pozornosti posveča digitalnemu razvoju in novim platformam (npr. družbenim medijem) ter odnosu tradicionalnih medijev do posrednikov in ponudnikov vsebin. Medijska pokrajina se hitro spreminja, nanjo so vstopili novi igralci, ki tudi v Sloveniji zavzemajo vedno večji del medijskega in oglaševalskega trga, zato je področje regulacije treba razširiti tudi na on-line platforme in posrednike vsebin, kot so spletni iskalniki, družbena omrežja, trgovine z aplikacijami ... Strategija bi zato morala, seveda ob upoštevanju evropskih direktiv, zajeti tudi ponudnike avdiovizualnih vsebin, ki se jih ne da kvalificirati kot "TV-like", in ponudnike vsebin, ki jih generirajo uporabniki, kot je na primer Youtube. Eden od ciljev bi tako moral biti izenačevanje pogojev na trgu za vse izdajatelje.

Pogrešamo tudi jasno opredelitev glede prihodnosti radijskih in televizijskih programov posebnega pomena. Strategija ne odgovarja na vprašanje, ali so ti programi v javnem interesu ali jih bo država financirala, in če da, v okviru kakšnega poslovnega modela.

Nacionalni program za kulturo 2014-17 navaja številne ukrepe za izboljšanje položaja mladih novinarjev in tistih s statusom samostojnega novinarja, strategija pa tega statusa sploh ne omenja, zato se sprašujemo, kakšno je stališče ministrstva do tega statusa.

Do načrta depolitizacije RTVS, ki nadzorni odbor z novimi pristojnostmi popolnoma podreja vladajoči koaliciji, imamo velike zadržke. Če je zmanjšanje števila in neposredno imenovanje članov strokovnega sveta iz civilne družbe dober način za umik politike iz programskega dela RTVS, je zgrešeno, da strategija vlado v upravljanje RTVS pripelje neposredno preko nadzornega sveta.

Konkretne pripombe navajamo pri razčlenitvi posameznih poglavij strategije. V delu, ki se nanašajo na samoregulacijo in spoštovanje etičnih standardov, je sodelovalo tudi Novinarsko častno razsodišče.

## VIZIJA

**KOMENTAR:** Da je vizija v največji meri povezana z uresničevanjem javnega interesa oziroma nanj oprta, je pozitivno.

Opozarjamo, da lokalni in regionalni mediji ne zagotavljajo "manj pomembnih zgodb", ampak objavljajo zgodbe, ki so relevantne za lokalno okolje, niso pa nujno hkrati relevantne za celotno državo, zato predlagamo ponovni premislek in popravek te navedbe. Nasplošje je pomembnost neke teme glede na teritorialni princip problematična opredelitev.

Vizija navaja, da so "osnovne medijske vsebine, ki so v javnem interesu, jasno definirane", s čimer se načeloma strinjamo, vendar pa hkrati ugotavljamo, da jih strategija ne definira natančno. Opredeljuje tudi, da "mediji od novinarjev ne zahtevajo več politične uravnoteženosti", pač pa je kriterij pomembnost dogodka. Vprašanje relevantnosti, pomembnosti se torej nadaljuje tudi v tem delu, ko ostaja nejasno, kako je sploh opredeljena pomembnost dogodka, kdo jo določa, kateri dogodki so na drugi strani za javnost(i) nepomembni in zakaj, po kakšnih merilih jih lahko prepoznavamo za nepomembne.

Hkrati se sprašujemo o podlagi za pavšalno, vsesplošno trditev, da mediji od novinarjev zahtevajo politično uravnoteženost.

Strategija omenja tudi vsakoletno analizo potreb prebivalcev, ki jasno izkazuje variabilni del medijskih vsebin v javnem interesu - ni jasno, kaj in kolikšen del sploh predstavlja variabilnost,

kako ohlapen je potemtakem lahko javni interes in kako se sploh metodološko ustrezno in verodostojno ugotavljajo potrebe prebivalcev na področju medijev.

Vizija navaja tudi: "Uporabnik ima pri neodvisnem organu možnost presoje verodostojnosti informacij." Sprašujemo se, za kakšen organ gre, kdo dobiva pristojnosti presojevalca in zakaj. Do zdaj so mediji sami, preko mehanizmov samoregulacije ali preko pravice do odgovora in popravka, popravljali morebitne napake, kar zagovarjamo tudi v prihodnje.

Vizija ne naslavlja ustrezno digitalnega razvoja in slovenskega medijskega trga ne umešča v evropski in globalni okvir.

## STRATEGIJA

### *Perspektiva uporabnikov*

**KOMENTAR:** Pomembno in dobro je, da je ob visokem profesionalizmu medijev izpostavljeno tudi kritično sprejemanje in razumevanje medijskih vsebin, s tem pa tudi odgovornost vsakega posameznika za (so)oblikovanje javnega mnenja, proaktivnejša vloga posameznika v javnem prostoru in interaktivnost med mediji in javnostmi.

4

### *Cirkulacija slovenskih in evropskih kvalitetnih AV-del*

**KOMENTAR:** Na kakšen način bo država izdajateljce medijev spodbujala k vlaganju v lastno produkcijo? Ali le preko kvot ali načrtuje tudi bolj stimulative spodbude? Mehanizmov v strategiji ni. Eden od mehanizmov za spodbujanje produkcije kakovostnejših vsebin bi lahko bil, da bi država za produkcijo informativnih, izobraževalnih, umetniških, deficitarnih slovenskih AV-del zmanjšala kvoto. Mediji bi bili motivirani za produkcijo zahtevnejših vsebin, če bi s temi vsebinami hitreje dosegli zahtevano kvoto.

### *Soudeležba uporabnikov pri soustvarjanju programskih vsebin*

**KOMENTAR:** To področje bi po mnenju DNS bilo treba prepustiti medijem. Programska zasnova je v domeni izdajateljcev, zato naj bo njihova tudi odločitev, v kolikšni meri in na kakšen način bodo vzpostavili interakcijo s svojimi bralci, poslušalci, gledalci. To naj ne bo v domeni medijske zakonodaje.

### *Informiranje za lokalna okolja in o njih*

**KOMENTAR:** Večja osredotočenost na lokalno informacijo in enakomernejša pokritost z mediji v regionalnih okoljih je pozitivna, niso pa jasno opredeljeni stališče do občinskih glasil in do angažiranja lokalnih medijev kot tudi javnosti v lokalnih okoljih ter načini, kako bo - če sploh bo -

vzpostavljena ločnica med lokalnimi mediji in občinskimi glasili, da bi poleg enakomernejše pokritosti dosegli tudi ustrezno raven profesionalnega in verodostojnega pokrivanja regionalnih območij z medijskimi vsebinami. To sicer dobro opredelijo izhodišča za osnutek medijske strategije, medtem ko v sami strategiji ni natančnejšega razmejevanja med lokalnimi in občinskimi mediji ter ni odgovora na vprašanje, kako bo dostopnost do splošnih informacij v lokalnih okoljih opredeljena kot zakonska obveza. Kako bo regulirana nelojalna konkurenca, ki jo na lokalnih območjih vzpostavljajo občinska glasila v razmerju do lokalnih medijev in kako bo hkrati urejen sistem (so)financiranja iz javnih sredstev?

### ***Presoja verodostojnosti informacij (pri neodvisnem organu)***

**KOMENTAR:** Na osnovi izkušenj s programskim svetom RTVS, ki je leglo politizacije in napadov na uredniško avtonomijo, smo proti politično imenovanemu organu, ki bi na kakršenkoli način nadziral novinarje in medije. To je premočen organ, skoncentriran v rokah peščice. Možnost zlorabe je prevelika.

Prepričani smo, da Novinarsko častno razsodišče (NČR) dobro opravlja svoje delo, ima dolgoletno tradicijo in izkušnje, v družbi uživa ugled, javnost ga prepoznava za verodostojno. Novinarska skupnost Kodeks novinarjev Slovenije redno ažurira in prilagaja razmeram, kodeks sprejemata skupščini dveh največjih novinarskih organizacij, ki skupaj štejeta več kot 1400 članov, prav tako Pravilnik o delu NČR, ki opredeljuje postopek delovanja častnega razsodišča. Tudi pravilnik se nenehno razvija, postopek se izpopolnjuje. NČR smo leta 2011 dopolnili z dvema predstavnikoma iz javnosti, tako da ga ne sestavljajo več izključno novinarji, v prihodnosti (po vzoru tiskovnih svetov) razmišljamo tudi o razširitvi z izdajatelji medijev, vendar je to odločitev, ki jo mora sprejeti novinarska skupnost sama. Pritisk na novinarje s strani delodajalcev je že zdaj ogromen, veliko slabih etičnih praks je posledica poslovnih odločitev izdajateljev. Slovenski mediji tudi nimajo izdajateljev, ki jim bi bilo izdajanje medijev osnovna dejavnost. Zanje mediji pomenijo finančno naložbo in politični kapital. Kljub temu pa vzpostavljanje nadzornih organov s strani države po našem mnenju predstavlja preveliko tveganje svobodi govora, zato smo proti takšnemu organu. Prepričani smo, da moramo to razpravo opraviti znotraj medijske skupnosti sami, v okviru samoregulacije, ne da nam regulacijo diktira država. Tudi sprejem kodeksa je stvar ceha in ne zakona o medijih.

### **Perspektiva medijev**

#### ***Definicija medija***

**KOMENTAR:** Vse tri definicije gredo v pravo smer. Spoštujejo osnovno načelo, da ni medija brez novinarja, kar poudarjamo tudi v Društvu novinarjev Slovenije.

Izdajatelj medija naj bi po strategiji imel zaposlene novinarje. Čeprav se zavzemamo za čim večjo zaposlenost novinarjev, opozarjamo, da lahko pride do diskriminacije predvsem manjših izdajateljev in novih medijskih projektov, ki bodo sodelovali le s samozaposlenimi novinarji. Dobro je opredeljeno, da mora izdajatelj zagotavljati ločeno poslovanje medijske in drugih dejavnosti.

### *Socialna varnost novinarjev*

**KOMENTAR:** Konec leta 2015 je po podatkih SURS poklic novinarja opravljalo 2277 ljudi, od tega je bilo 1540 novinarjev zaposlenih, 737 pa samozaposlenih. Le 178 od vseh novinarjev je bilo mlajših od 30 let.

Zaradi pomanjkanja pravne in pogodbene varnosti ter ekonomske odvisnosti od enega izdajatelja so samozaposleni novinarji in novinarji brez statusa še toliko bolj izpostavljeni sankcijam zaradi izražanja mnenj in stališč. Neurejena ali v nasprotju z zakonodajo (delovnopravno, avtorsko, medijsko, davčno) urejena pogodbeno razmerja medijev z novinarji predstavljajo veliko grožnjo izvajanju javnega interesa medijev, zato se strinjamo z ugotovitvijo ministrstva, da je socialni položaj novinarjev oziroma prekarizacija poklica eden največjih problemov. Opozarjamo pa, da je to področje izrazito multidisciplinarno in posega na delovna področja drugih ministrstev in zakonov (zakon o inšpekciji dela, ZDR, dohodnini, socialnem varstvu, pokojninskem in invalidskem zavarovanju ...), zato so ključni jasna stališča in aktivna vloga ministrstva za kulturo pri zagovarjanju ustreznih rešitev za zaščito prekariziranih delavcev v drugi zakonodaji. Medijska zakonodaja je pri urejanju tega področja precej omejena.

Podpiramo strateško usmeritev ministrstva, da je ustrezna socialna varnost novinarjev del javnega interesa na področju medijev in temu primerno tudi stališče strategije, da morajo biti minimalni pogoji dela določeni v nacionalni kolektivni pogodbi za poklicne novinarje oziroma lahko tudi v poklicnih kolektivnih pogodbah javnega in zasebnega sektorja, ki so hierarhično minimalni standard za podjetniške kolektivne pogodbe.

Strinjamo se s spodbujanjem izdajateljev medijev k socialnemu dialogu, k pogajanju in sklepanju kolektivnih pogodb tudi v medijski zakonodaji. Ob spoštovanju svobodne volje obeh strani bi zakon moral definirati prisilne mehanizme, če ena od strani ni reprezentativno organizirana oziroma če ne želi začeti pogajanj.

Kot napačno oziroma pomanjkljivo definirano pa ocenjujemo stališče ministrstva, da bi "kolektivna pogodba zajemala prekarne delavce in delavce, ki delajo (pogosto prisilno) preko s.p." Kolektivna

pogodba namreč v nobenem primeru, ne glede na statusno obliko pogodbenika, ne more biti sredstvo legalizacije sporne in nezakonite prakse prikrivanja delovnega razmerja s civilnopravnimi pogodbami v nasprotju z delovnopravno zakonodajo. Ker je to strateški dokument, predlagamo, da se nasprotovanje nelegalnim oblikam novinarskega dela jasno zapiše kot strateška usmeritev. Država naj spodbuja sanacijo pravnega stanja v zvezi z nezakonitimi in prikritimi delovnimi razmerji, preprečuje naj nastajanje novih prikritih oblik zaposlovanja in spodbuja zaposlitve novinarjev. V kolektivno pogodbo naj se vključijo minimalne pravice in dolžnosti pogodbenih razmerij med novinarji in izdajatelji, ki se sklepajo na osnovi drugih zakonov in niso v nasprotju z delovnopravno zakonodajo.

### ***Novi poslovni modeli za tiskane medije***

**KOMENTAR:** Strinjamo se tako s predlaganimi novimi poslovnimi modeli kot s spodbudnejšo davčno ureditvijo tega področja, pri čemer apeliramo za domišljene davčne stimulacije (tudi nižji DDV za elektronske medije ali opustitev DDV za tiskane medije) ob opredelitvi zavez izdajateljem za doseganje ciljev, ki prispevajo h kakovostnemu in profesionalnemu novinarstvu.

### ***Spoštovanje visokih novinarskih standardov***

**KOMENTAR:** Člani društva in sindikata novinarjev se z včlanitvijo v eno od novinarskih organizacij zavežejo tudi k spoštovanju Kodeksa novinarjev Slovenije, na vsebino kodeksa in delovanje NČR imajo vpliv preko skupščin obeh organizacij. To daje NČR veliko legitimnost. NČR sicer obravnava tudi pritožbe zoper novinarje, ki niso člani društva ali sindikata novinarjev, vendar zanje oblikuje stališče in ne razsodbe. Odločitev NČR o kršitvi kodeksa je kljub vsej njeni moralni teži le mnenje demokratično izvoljenih članov NČR o določenem konkretnem novinarskem prispevku. Strinjamo pa se s predlogom, po katerem bodo mediji dolžni objavljati odločitve novinarskih razsodišč.

Kot na vseh drugih področjih tudi na tem zagovarjamo pluralnost, hkrati torej lahko deluje več novinarskih razsodišč, ne strinjamo pa se s tem, da bi si morali novinarji izbirati enega od njih. Delodajalci oziroma izdajatelji medijev novinarje s pogodbo o zaposlitvi oziroma drugimi civilnopravnimi pogodbami zavežejo k spoštovanju kodeksa, pa naj bo to Kodeks novinarjev Slovenije ali hišni kodeks, zato naj bo odločitev o izbiri kodeksa njihova. Kodeksi novinarske etike so mednarodno primerljivi, verodostojnost medija, ki bi sprejel kodeks, ki ne bi ustrezal splošnim etičnim standardom, pa bi bila močno vprašljiva.

Odločitve razsodišča so le mnenja in v tem smislu ne smejo imeti formalnopravnih posledic, saj v tem primeru razsodišče ne sme sprejemati stališč o novinarjih, ki mu tega niso dovolili.

Ureditev, ki jo strategija predlaga, bi lahko vodila v ustanovitev večjega števila razsodišč, ki bi bila interesno ali politično motivirana, novinarji pa bi se odločili za tisto razsodišče, pri katerem bi bila najmanjša verjetnost, da bi bili obsojeni kršitve kodeksa. Vztrajamo pri stališču, da naj bo pritožnik tisti, ki bo na osnovi svoje presoje o verodostojnosti razsodišča odločal, kam se bo pritožil. Razsodišča pa naj imajo pravico podajati mnenja o vseh novinarjih.

Strinjamo se s stališčem, da so hujše kršitve etičnih standardov lahko eden od razlogov za prekinitve sodelovanja z novinarjem. Vendar pa hkrati opozarjamo, da ugotovitev NČR, da je novinar kršil katerega od členov kodeksa v konkretnem primeru, še ne pomeni, da ta novinar sistematično krši kodeks. Delovnopravne posledice ugotovljenih hujših in sistematičnih kršitev kodeksa bi moral delodajalec ugotavljati in postopke izpeljati v skladu z delovnopravno zakonodajo in svojimi notranjimi disciplinskimi postopki, nikakor pa ne avtomatično po določilih ZMED.

Določilo, da si mora novinar izbrati kodeks ene od novinarskih organizacij, je neustrezno. Izdajatelj naj izbere, kateri kodeks naj imajo novinarji v pogodbi, delodajalec je tisti, ki določa osnovne okvire za novinarjevo delo in zanj tudi odgovarja.

### ***Spodbujanje kulturnih in ustvarjalnih vsebin***

**KOMENTAR:** Poudarek naj ne bo na kvotah, saj te ne dajejo ustreznih rezultatov, mediji pa jih razumejo kot pretirano in vsiljeno regulacijo. Predvsem pa kvote slovenskih izdajateljev ne smejo postavljati v neenakopraven položaj s tujimi programi. Država mora najti druge mehanizme, ki bodo bolj učinkovito spodbujali produkcijo kakovostnih vsebin.

### ***Odgovorno lastništvo in pogoji za razvoj trga***

**KOMENTAR:** Navedba, da bo "voljo medija lahko izvrševal zgolj in samo izdajatelj medija in da bo zakon prepovedoval poslovanje v imenu medija lastnikom medija", je po našem mnenju ustavno sporna, saj preveč omejuje lastnike medijev. Ukrepi za zagotavljanje transparentnega lastništva medijev pa so prenormirani.

Podpiramo načelo "od spodaj navzgor", problem je le, da večina medijev nima takšne organizacijske strukture, zato je treba v obstoječih realnih strukturah zagotoviti notranjo demokracijo, avtonomijo in uredniško neodvisnost. Mediji niso tovarne, zato jih ni mogoče upravljati kot tovarne, česar se mnogi izdajatelji ne zavedajo. Spori med izdajatelji in uredništvu se trenutno urejajo zunaj, na sodiščih ali z zunanjimi pritiski stanovskih in drugih organizacij, oziroma se ne urejajo, nerazrešeni konflikti pa vodijo v samocenzuro, strah in šikaniranje novinarjev, to pa je v nasprotju z interesi javnosti. V zakonodajo je zato treba vnesti pravila urejanja konfliktov med uredništvom in



izdajateljem ter znotraj uredništva. Ponovno je treba uvesti arbitražne postopke, ki jih je slovenska medijska zakonodaja že vsebovala. Vlogo institutov notranje avtonomije uredništev v razmerju do izdajateljev je treba okrepiti z uvedbo zavezujočih mnenj k vsem za operativno zagotavljanje uredniške neodvisnosti pomembnim notranjim odločitvam, če se zanje izreče 75 odstotkov članov uredništva.

Treba je zagotoviti učinkovito pravno varstvo za uveljavljanje ugovora vesti za novinarje, ki imajo v skladu z zakonodajo pravico izražanja mnenj in stališč, ki so v skladu z vsebinsko zasnovo medija in profesionalnimi standardi.

Res je, da imamo v Sloveniji preveč medijev, vendar to ni razlog, da se državna pomoč medijem razdrobi, zakonodajalec je namreč tisti, ki je določil kriterije in ključ razdeljevanja. Z ustreznimi kriteriji bi lahko preprečil pretirano drobljenje sredstev.

Ne dvomimo o sinergijah, ki jih prinaša povezovanje medijev, vendar opozarjamo, da smo za združevanje v ekonomskem in organizacijskem smislu, vendar ne na račun raznolikosti, lokalnih informacij in izgube delovnih mest. Tako je na primer povezovanje radijskih postaj v mreže z ekonomskega stališča razumljivo in morda celo nujno za preživetje malih radijskih postaj, je pa vprašanje, ali ni to povezovanje okrnilo dostopa lokalnih skupnosti do lokalnih informacij in uniformiralo programov lokalnih radijskih postaj. Strategija mora dati jasen odgovor, kako bo država zagotavljala dostop državljanov do lokalnih informacij, kar je v javnem interesu.

Če vpis v katalog ne bo pogoj za opravljanje dejavnosti, bodo pa mediji po drugi strani morali priglašati vsako spremembo lastništva, se sprašujemo, iz katerih osnovnih podatkov bo ministrstvo izhajalo?

Strinjamo se, da nadzor nad lastništvom prevzame Agencija za varstvo konkurence (AVK). Agencija bi morala spremembe v lastništvu medijev preverjati po bistveno bolj zaostrenih in formaliziranih merilih, ki bi jih moral izpolniti vsak (bodoči) medijski lastnik. Finančna konstrukcija vsakega posla bi morala biti povsem pregledna, nedvoumni bi morali biti vsi viri financiranja, razkriti vse morebitne opcijske pogodbe, tihi družbeniki in delniška parkirišča. To bi lastniške vstopne v medije onemogočilo špekulantom in tistim lastnikom, ki bi želeli medije zgolj finančno izčrpati.

Agencija bi morala pri presoji koncentracije poleg določil iz 11. člena ZPOMK-1 upoštevati tudi:

- finančno trdnost imetnika deleža oziroma priglasiatelja koncentracije,
- verjetne posledice, če bodoči imetnik oziroma priglasiatelj koncentracije pridobi

- delež, za nadaljnji obstoj medija,
- obstoj morebitnih tihih družbenikov v lastništvu ali zastopstvu kupca kvalificiranega deleža, pri čemer mora od priglasitelja zahtevati njihovo razkritje,
  - obstoj opsijskih ali terminskih pogodb, ki jih je pridobitelj pred nakupom ali neposredno po njem sklenil s tretjimi osebami, pri čemer mora od priglasitelja zahtevati njihovo razkritje,
  - ali je bilo ali bo v zvezi s pridobitvijo deleža, ki je predmet priglasitve koncentracije zahteve, storjeno dejanje pranja denarja iz prvega odstavka 2. člena ZPPDFT ali financiranja terorizma iz drugega odstavka 2. člena ZPPDFT, ali izveden poskus tega dejanja, ali da bo ta pridobitev povečala tveganje pranja denarja ali financiranja terorizma iz prvega odstavka 6. člena ZPPDFT,
  - zaveze o uresničevanju dolgoročne strategije razvoja medija.

Agenciji za varstvo konkurence bi bilo treba koncentracijo priglasiti tudi v primeru:

- sklenitve kvalificiranega delničarskega sporazuma (oziroma za povečanje lastniškega in upravljaljskega deleža oziroma deleža glasovalnih pravic - v nadaljevanju deleža - v njegovem okviru) med lastnikoma ali lastniki medijskega podjetja,
- pristopa novega udeleženca h kvalificiranemu delničarskemu sporazumu oziroma za primer, da delničarski sporazum postane kvalificirani delničarski sporazum,
- pridobitve kvalificiranega deleža v primeru pridobitve položaja nadrejene osebe na podlagi drugega pravnega posla (podjetniška pogodba),
- sklenitve opsijske pogodbe ali druge vrste terminskega posla med lastniki medijskega podjetja, katerih skupni delež presega kvalificiranega, oziroma sklenitve vsake opsijske pogodbe, ki njun ali njihov skupni delež poveča za najmanj 10 odstotkov.

V strategiji pogrešamo odločnejše stališče do občinskih medijev (glasil), ki po mnenju DNS predstavljajo veliko anomalijo na trgu in ogrožajo neodvisne lokalne medije, ki ne prejemajo občinskih sredstev. Medijska strategija, ki sicer naslavlja problem števila medijev, bi morala odgovoriti na to vprašanje. Menimo, da bi morali biti občinski mediji upravičeni do javnih sredstev le, če so hkrati podvrženi ustrezni regulaciji po vzoru drugih javnih medijev. Vzpostaviti je treba minimalne mehanizme, ki bodo zagotavljali uredniško neodvisnost občinskih glasil, kar je v lokalnem okolju še težje doseči kot na nacionalni ravni.

Definicija prevladujočega položaja je problematična, saj tiskani mediji skoraj ne bodo dosegali prevladujočega položaja, televizijski in radijski mediji pa v veliki večini, kot tudi skorajda vsak spletni medij. Kakšen smisel ima definicija prevladujočega položaja, če ga dosega 1000 medijev,

kot tudi, kakšen smisel ima ločeno presojanje koncentracije v večjih mestih (poleg tega ni jasno, kaj pomeni dejansko in potencialno ciljanje na število prebivalcev).

### ***Finančna perspektiva***

#### ***Nova pravila oglaševanja v medijih***

**KOMENTAR:** Strinjamo se, da je potrebno striktno in dosledno ločevanje novinarskega in oglaševalskega prostora na vseh medijskih platformah, saj zaznavamo vse več spornih, zavajajočih praks, ki spodkopavajo verodostojnost novinarskega dela. Strinjamo se, da je dodatna zaščita otrok, predvsem na novih platformah, potrebna.

Pri prepovedi tako imenovanih pop-up oglasov se sprašujemo, ali bodo ti prepovedani in regulirani tudi širše in kako (ali samo za slovenske platforme, kako pa npr. za globalne digitalne platforme?), kot tudi, kaj pomeni, da bodo prepovedani tovrstni in "tem podobni oglasi" - kateri oglasi bodo torej še prepovedani in kako?

Bi pa na tem področju medijski inšpektor že v okviru obstoječe zakonodaje lahko bil precej bolj aktiven in učinkovit.

11

Ideja o skladu za financiranje slovenske AV-produkcije iz dobičkov tujih tematskih programov je dobra, je pa vprašanje, ali bo to zadostna rešitev proti vdoru tujih tematskih programov na slovenski oglaševalski trg. Morda bi na tem področju lahko razmišljali tudi o deregulaciji oziroma regulacijo uskladili z direktivo AVMS, saj bi na ta način domači in tuji igralci na trgu imeli enake pogoje. Medije zaradi preveč oglasov znotraj ure programa najhitreje in najbolj učinkovito kaznujejo gledalci sami. Televizijski programi več oglasov v uri programa preprosto ne prenesejo.

#### ***Minimalni pogoji delovanja medijev na trgu in ukrepi za preprečitev zlorabe koncentracije***

**KOMENTAR:** Strinjamo se z zastavljenimi cilji, vendar glede na izkušnje upamo, da se ministrstvo zaveda težavnosti zapisa teh ciljev v zakonodajo, predvsem na področju definicije nedovoljene koncentracije v povezavi z oglaševalskim trgom.

Oglaševalski denar je ključni del prihodkov današnjih medijev. Spričo kriznega sesutja oglaševalskega trga in njegovega počasnega pobiranja v Sloveniji ne moremo mimo dejstva, da gre na področju zakupa oglasov za trg, ki ga obvladuje peščica igralcev. To jim omogoča tudi različne dogovore, ne nujno usmerjene v lažji dostop večine medijev do oglaševalskega denarja - tako med sabo kot z največjimi strankami. Menimo, da je to področje, ki ga ni mogoče prepustiti zgolj pravu

varstva konkurence oziroma regulatorju trga, ampak natančneje opredeliti tudi v medijski zakonodaji, ki podobne omejitve že pozna na nekaterih drugih področjih.

Pri delitvi oglaševalskega kolača na spletu imajo vse večjo vlogo spletni posredniki v lasti mednarodnih multinacionalk (Google News, Facebook), ki pomenijo nelojalno konkurenco na trgu, saj:

- a) ne ustvarjajo vsebine,
- b) delujejo v davčno precej ugodnejših okoljih,
- c) imajo zaradi svojega tržnega deleža in tehnološkega položaja moč pri selekcioniranju medijskih vsebin.

To je področje, ki ga nacionalna medijska zakonodaja sama po sebi ne more v celoti urediti, lahko pa se usmeri v iskanje rešitev, ki bodo domačim medijem olajšali položaj. Vlada Republike Slovenije bi se pri tem morala nasloniti na zgled iz nekaterih držav, ki so že ugriznile v to kislno jabolko, in prizadevanj Evropske komisije, ki je položaj teh velikanov že prepoznala kot težavo za medijski trg. Menimo, da bi prav temu vprašanju že v kratkem morala biti posvečena katera od javnih razprav, na kateri bi sodelovali predstavniki ministrstva, izdajateljev in drugi.

#### ***Izvenproračunski in drugi viri financiranja medijskih vsebin v javnem interesu***

**KOMENTAR:** Do danes rešitve, ki so RTVS nalagale namenjanje dela RTV-naročnine za neodvisno produkcijo, niso bile uspešne, zato smo glede predlaganih rešitev skeptični.

Strinjamo se, da bi vsi ponudniki vsebin, ki služijo z redistribucijo vsebin, ki jih večinoma producirajo tradicionalni mediji, preko skladov morali prispevati za produkcijo teh vsebin kot tudi v avtorskopravnem smislu imetnikom avtorskih pravic plačati nadomestila za uporabo njihovih avtorskih del.

#### ***Financiranje deficitarnih medijskih vsebin v javnem interesu***

**KOMENTAR:** Ne strinjamo se, da bi morala država financirati le deficitarne vsebine, financirati bi morala tudi tako imenovano hard core osnovno medijsko ponudbo, ki je ključna za kvalificirano odločanje državljanov. Prav tako se ne strinjamo, da je neprimerno financirati dobičkonosne medije. Zakaj bi bili dobri projekti uspešnih medijev, ki bi bistveno prispevali k raznolikosti in raznovrstnosti medijskih vsebin, izključeni iz financiranja? Tudi bazično novinarstvo potrebuje finančno podporo, predvsem v času vse večjega pritiska oglaševalcev na novinarske vsebine. Vsekakor pa mora biti poudarek na deficitarnih vsebinah, ki jih je treba definirati na osnovi analiz in raziskav, kot predlaga tudi strategija.

Financirati bi bilo treba neposredno novinarske projekte oziroma novinarsko delo in ne izdajateljev medijev, mlade novinarje bi lahko spodbujali preko štipendij. Med kriteriji za dodelitev sredstev bi morala biti tudi sklenjena kolektivna pogodba za novinarje in druge ustvarjalce medijskih vsebin, prednost bi morali imeti projekti izdajateljev, ki imajo redno zaposlene novinarje in v preteklosti niso bili pravnomočno obsojeni zaradi kršitev delovnopravne zakonodaje. Ena od možnih pomoči medijem bi bila po analogiji z e-knjigo znižana stopnja DDV tudi za spletne medije in mobilne aplikacije.

### **Perspektiva novinarjev**

#### ***Samoregulacija***

**KOMENTAR:** Naj ne postane regulacija.

#### ***Usposobljenost novinarjev in urednikov***

**KOMENTAR:** Nimamo pripomb in soglašamo, da je financiranje izobraževanja novinarjev in urednikov najboljši način za dvig znanja, etičnosti in kakovosti medijske produkcije, ki je v nedvomnem javnem interesu.

#### ***Raziskovalno novinarstvo***

**KOMENTAR:** Ministrstvo je prepoznalo problem in predlagalo ustrezne mehanizme za doseg cilja.

#### ***Spoštovanje intelektualne lastnine***

**KOMENTAR:** Nismo prepričani, da se ministrstvo zaveda poraznega stanja na področju avtorskih pravic v medijih v Sloveniji. Problem niso le izdajatelji, ki nimajo sklenjenih pogodb s kolektivnimi organizacijami, ampak tudi zadnje, ki samovoljno določajo tarife. Z vidika novinarjev so še bolj problematične tako imenovane grabežljive pogodbe, s katerimi avtorji po pravilu na izdajatelje prenesejo vse svoje pravice. Cilj medijske strategije bi morala biti tudi urejena in poštena pogodbeno razmerja izdajateljev z avtorji, ki bi vključevala ustrezna nadomestila za sekundarno rabo avtorskih del. Tudi na tem področju bi država morala zaščititi šibkejšega in spodbujati sprejem ustreznih tarif in kolektivnih dogovorov.

Avtor je podobno kot v drugih panogah na koncu vrednostne verige, to so vse bolj tudi tradicionalni mediji, saj največjo dodano vrednost poberejo posredniki vsebin (Youtube, Google, Facebook, torrenti, Netflix ...). Zakonodaja mora odgovoriti na spremenjene razmere na trgu in se, če je nacionalni zakonodajni okvir za te globalne igralce preozek, aktivno vključiti v razprave v okviru EU, kjer je na primer trenutno odprta direktiva "Copyright". Strategija bi morala te probleme vsaj nasloviti, če na določenih področjih ne more ponuditi rešitev.

### **Medijska pismenost**

**KOMENTAR:** Podpiramo. Hkrati opozarjamo, da je za uveljavitev potrebna čimprejšnja širša usklajenost z drugimi strategijami oziroma usmeritvami (področje šolstva, znanosti, vzgoje in izobraževanja).

Medijska, digitalna pismenost mora ob splošnem izobraževanju za prepoznavanje vloge in pomena medijev ter težnje h kritičnemu aktivnemu državljanstvu (izpostavljene tudi v izhodiščih za osnutek medijske strategije) in prepoznavanje implikacij medijev za delovanje demokratičnih družb vsebovati skrb za ustrezno raven (javne) rabe slovenskega jezika (odgovornost do slovenskega jezika je sicer bolj poudarjena in izpostavljena v poglavju o RTV, vendar pa je pomembna širše, v vseh medijih in v širšem javnem prostoru). Ob tem pripominjamo, da bi ministrstvo za kulturo kot predlagatelj medijske strategije, ki izpostavlja odgovornost do slovenskega jezika, moralo samo dosledneje spoštovati zaveze, ki jih nalaga medijem oziroma spoštovati in uveljavljati kakovost, ki jo pričakuje od medijev (pri tem merimo na nepopolno lekturo besedila strategije in tudi del opredelitev, ki jih ministrstvo v strategiji uporablja).

### **Tematski kanali**

**KOMENTAR:** Zakonodaja mora zagotoviti pogoje za razvoj tematskih programov.

14

## **STRATEGIJA RADIOTELEVIZIJE SLOVENIJA**

### **Obseg javne službe**

**KOMENTAR:** Radioteleviziji Slovenija je treba zagotoviti (zakonske) pogoje, da začne v okviru javne službe in po zgledu tujih javnih servisov razvijati tematske programe. Temu delu je v strategiji namenjenih premalo besed. Zaradi izjemnega produkcijsko-arhivskega potenciala, ki ga premore RTVS, in tehničnih pogojev, ki jih ima na voljo (kabelski operaterji, multipleksi, vsebine na zahtevo, MMC ...), je takšen razvoj javnega servisa samoumeven, hkrati pa predstavlja tudi možnost za zaposlovanje najrazličnejših medijskih ustvarjalcev. Dejstvo je, da slovensko RTV na tem področju že nekaj let prehitevajo vsi javni servisi v regiji. Predlog strategije bi se moral še posebej ukvarjati z javnim radiem, ki se bo po zgledu televizije kmalu preselil na digitalno platformo, kar pomeni, da se bo ponudba radijskih programov v prihodnje še bolj drobila, specializirala. S tega vidika je pomembno omeniti še tako imenovani visual radio, ki je pri nas praktično nezakonit, v tujini pa del vsakodnevne medijske ponudbe.

### **Organiziranost RTV Slovenija**

**KOMENTAR:** Strategija se skorajda ne ukvarja s trenutno organiziranostjo RTVS v obliki "nacionalke", dveh regionalnih centrov, dopisništev ... Takšna organiziranost je namreč glede na tehnološki razvoj

vprašljiva. Strategija bi morala zato zelo natančno opredeliti vlogo, status in naloge regionalnih centrov, pri čemer seveda drži, da koprski center in dopisništvo v Murski Soboti opravljata posebno vlogo na področju zagotavljanja programa za manjšine. Na drugi strani je treba poudariti, da se je v zadnjem obdobju tudi RTVS znašla v spirali ukinjanja lokalnih in mednarodnih dopisništev, zato bi morala strategija opredeliti status dopisniške mreže RTVS. Z reorganizacijo RTVS (ali res potrebuje prav vse svoje dele oziroma enote?) bi lahko vzpostavili platformo (tudi za tematske programe), na kateri bi se RTVS razvijala v sodoben, kakovosten in profesionalen javni servis. Med drugim strategija tretjega, parlamentarnega programa, ki je že dalj časa v sivi coni zakona, sploh ne omenja. Prav tako ne omenja spletne platforme MMC, ki se razvija v samostojen medij. Tretji program je treba po našem mnenju čim prej nameniti potrebam tematskega razvrščanja programov (informativni program). Parlamentarni program, ki naj bo namenjen izključno prenašanju sej državnega zbora in njegovih delovnih teles, naj se preseli na splet, financira in tehnično vzdržuje pa naj ga državni zbor sam.

Nadalje, omenjanje "možnosti vpliva države (in s tem posredno politike) kot ustanoviteljice na (zgolj poslovno in strateško!) delovanje javnega zavoda preko nadzornega sveta RTV Slovenija" je popolnoma zgrešeno. Na eni strani je depolitizacija in reorganizacija programskega (strokovnega) sveta seveda na mestu, vendar pa so njegove pristojnosti kontradiktorno definirane. V strokovnem svetu morajo imeti svoje predstavnike tudi zaposleni. V izogib zlorabam, ki so se v preteklosti že zgodile, je treba dodati tudi pravilo, da morajo člani iz civilne družbe v strokovni svet imenovati najvišji organi civilnodružbenih organizacij. S preobrazbo nadzornega sveta, kakršna je navedena v strategiji, postane RTVS talka vsakokratne vladajoče koalicije. Drugače se nadzornega sveta, v katerem poleg predstavnika zaposlenih sedijo še štirje predstavniki ministrstev, ki jih potrjuje vlada, ne da razumeti. Nadzora (državni zbor, opozicija?) praktično ni. Ob tem pa nadzorni svet odloča o poslovnih skrivnostih ter dobi orodje, da lahko imenuje in razrešuje generalnega direktorja (kar sicer ni nujno slaba rešitev), posredno pa tudi celotno njegovo ekipo (upravo) - pri čemer je varovalka v obliki soglasja strokovnega sveta premalo. Iz načelnih razlogov, saj javna RTVS ni državni ali vladni medij, kot tudi zato, ker v zadnjem obdobju slovenske vlade praviloma ne dokončajo mandata, RTVS pa potrebuje stabilno upravljanje, nasprotujemo predlogu, da je mandat vodstva RTVS vezan na mandat vlade. Če morajo ministrstva v nadzorni svet imenovati strokovnjake in ne politike, je nerazumljivo, zakaj mora biti mandat "strokovnjakov" vezan na mandat vlade. Prav tako se postavlja vprašanje, zakaj nadzorni svet potrebuje strokovnjaka s področja medijskega opismenjevanja in zakaj ministrstvo za kulturo kot pristojno ministrstvo ni predlagatelj člana nadzornega sveta. Nadzorni svet bi moral biti sestavljen iz strokovnjakov, ki imajo znanje in izkušnje z upravljanjem in nadzorovanjem velikih javnih sistemov; ekonomistov, pravnikov, finančnikov, revizorjev.

***Najvišja kvaliteta prejetih celovitih informacij***

*"Novinar, ki je bil obsojen na NČR oziroma je v preteklosti večkrat huje ali grobo kršil novinarske (etične) standarde, ne bi smel biti zaposlen na RTV Slovenija oziroma ne bi smel sodelovati pri pripravi programskih vsebin."*

**KOMENTAR:** Ustrahovanje novinarjev ne sodi v dokument 21. stoletja. Ob nadzornem svetu, kakršen je naveden v predlogu strategije, lahko zaključimo, da dobi vladajoča koalicija po liniji nadzorni svet-generalni direktor-uprava-odgovorni uredniki idealno orodje za utišanje kritičnih novinarjev.

Strinjamo se s stališčem, da so hujše kršitve etičnih standardov lahko eden od razlogov za prekinitev sodelovanja z novinarjem. Vendar pa hkrati opozarjamo, da ugotovitev NČR, da je novinar kršil katerega od členov kodeksa v konkretnem primeru, še ne pomeni, da ta novinar sistematično krši kodeks. V vsakem poklicu se dogajajo napake in tako je tudi v novinarstvu. Najboljši novinarji hodijo vselej po robu. Delovnopravne posledice ugotovljenih hujših in sistematičnih kršitev kodeksa bi moral delodajalec ugotavljati in postopke izpeljati v skladu z delovnopravno zakonodajo in svojimi notranjimi disciplinskimi postopki, nikakor pa ne avtomatično po določilih ZMED.

***Enakopravnost in celovitost pokrivanja dogodkov v RS***

**KOMENTAR:** Omenjanje sodelovanja RTVS z lokalnimi oziroma regionalnimi mediji, da bi se celovito pokrivalo lokalno dogajanje, je ob mreži radijskih in televizijskih programov posebnega pomena nesmiselno. Vprašanje je, ali in kako mediji posebnega pomena uresničujejo svojo vlogo, ki jim je bila dodeljena in za kar pridobivajo tudi državna sredstva. Javna medijska mreža je skupaj s strukturo RTVS potrebna popolne organizacijske prenove. Strategija mora ponuditi odgovor, kakšna naj ta javna mreža bo.

***RTV-prispevek***

**KOMENTAR:** Radiotelevizija Slovenija mora ohraniti zdajšnji način financiranja javne službe, torej prek RTV-prispevka. Sistem deluje in glede na nekatere slabe prakse iz tujine (ukinjanje ali nižanje prispevka, umik državnega subvencioniranja ...) bi bilo vsakršno poseganje vanj kontraproduktivno. Če že, bi moral sistem delovati tudi za tiste, ki doma nimajo televizijskega ali radijskega sprejemnika, vendar programe spremljajo prek mobilnih aplikacij - takih je namreč vse več. Posebno poglavje je tudi usklajevanje višine RTV-prispevka z rastjo cen oziroma plač.

v Ljubljani, 12. julija 2016

Upravni odbor Društva novinarjev Slovenije