

RS - Ministrstvo za kulturo
Maistrova ulica 10, 1000 Ljubljana
E: gp.mk@gov.si

Slovensko združenje medijev - SZM
Letališka cesta 35, 1000 Ljubljana
E: info@soz.si; www.soz.si

Ljubljana, 8. 9. 2026

**ZADEVA: PRIPOMBE IN PREDLOGI SLOVENSKE OGLAŠEVALSKE ZBORNICE K
PREDLOGU NOVEGA ZAKONA O MEDIJIH, ZMed-1**

Spoštovani!

V imenu članov Slovenskega združenja medijev - SZM, vam pošiljamo stališča in predloge naše zbornice k predlogu novega Zakona o medijih.

Ministrstvo za kulturo prosimo, da naše pripombe in predloge skrbno preuči ter jih v največji meri upošteva. V primeru, da so k zapisanemu potrebna dodatna pojasnila, smo z veseljem na razpolago.

Dodajamo, da si želimo in pričakujemo, da tudi v prihodnje ohranimo in po možnosti še nadgradimo konstruktiven dialog, ki smo ga že vzpostavili v preteklosti.

Z lepimi pozdravi,

Slovenska oglaševalska zbornica - SOZ
Slovensko združenje medijev - SZM

Mojca Briščik
Izvršna direktorica SOZ

Gregor Memedović
Predsednik Slovenskega združenja medijev
in član UO SOZ

Seznam članov SOZ, ki združuje založnike medijev, podjetja – oglaševalce in komunikacijske agencije, je dostopen tu: <https://www.soz.si/clanstvo/clani-soz>

STALIŠČA IN POBUDE SLOVENSKE OGLAŠEVALSKE ZBORNICE – SOZ K PREDLOGU DOPOLNITEV ZAKONA O MEDIJIH, ZMed -1

UVODOMA

Po skrbnem pregledu dopolnitev predloga ZMed-1 menimo, da morajo biti nekatera področja deležna ponovnega razmisleka in potrebnih dopolnitev oziroma sprememb.

Z vidika Slovenske oglaševalske zbornice, osrednje stanovske organizacije na področju oglaševanja in tržnega komuniciranja, v njenem okviru pa v prvi vrsti Slovenskega združenja medijev, smo se pri pripravi stališč, pripomb in predlogov osredotočili na:

- finančno podporo medijem,
- organu, pristojnem za oceno koncentracij na medijskem trgu,
- posameznim določbam zaradi pravne jasnosti in pomenke določljivosti

Odločili smo se, da v glavnini primerov k posameznim členom podamo ključne pomisleke, dileme in predloge, ob tem pa nas je vodilo tudi načelo, da morajo biti določila zakona zapisana na način, ki omogoča / zagotavlja nedvoumnost njihovega razumevanja in izvajanja v praksi s strani vseh deležnikov. Prav tako je jasnost in nedvoumnost določil zelo pomembna tudi z vidika nadzora. Le tako se lahko prepreči njihova preširoka ali celo napačna interpretacija s strani pristojnih organov.

V nadaljevanju so navedeni natančnejši predlogi sprememb in dopolnitev določenih členov, katerih ureditev je še posebej pomembna za delovanje in obstoj naših članov.

1. in 2. člen - vplivneži in pravila glede oglaševanja

Razumemo razloge za črtanje sedanjega četrtega odstavka 2. člena. Določba je zelo široka, saj pravila ZMed-1 o oglaševanju, sponzoriranju in promocijskem umeščanju razširja tudi na druge oblike javnega komuniciranja, med drugim na vplivneže.

Vseeno pa je pomembno, da je po spremembi povsem jasno, kateri režim velja za vplivneže in druge ustvarjalce, ki ne izpolnjujejo pogojev za medij po ZMed-1. Oglaševalci danes iste oziroma primerljive kampanje izvajajo prek medijev, vplivnežev in drugih ustvarjalcev. Zato bi morala biti pravila glede transparentnosti plačanih objav za naročnike, agencije, medije in ustvarjalce čim bolj jasna in jasno definirana.

Sklepno:

Ne predlagamo ohranitve sedanjega četrtega odstavka 2. člena, ampak dopolnitev obrazložitve k 1. členu: *»Črtanje četrtega odstavka 2. člena ne posega v obveznosti oseb, ki ne štejejo za medij oziroma izdajatelja medija po tem zakonu, po predpisih, ki urejajo varstvo potrošnikov in druge oblike komercialnega komuniciranja. Namen črtanja je odpraviti podvajanje in pravno nedoločnost, ne pa znižati zahtev glede transparentnosti komercialnih vsebin.«*

4. člen – novi 13. člen

Predlog spreminja dosedanje bolj zavezujočo ureditev financiranja. Po novem Republika Slovenija projekte in programe "lahko" podpira, posebni shemi za digitalni prehod tiskanih medijev in digitalne medije pa se "lahko oblikujeta". Hkrati se odpravlja določba, da sta posebni shemi večletni.

Razumljivo je, da se konkretna višina sredstev določa v okviru državnega proračuna. Težje pa je zagovarjati ureditev, . V kolikor se pričakuje s strani medijev razvoj, nova zaposlovanja, digitalno transformacijo in kakovostno produkcijo, mora obstajati vsaj osnovna kontinuiteta sistema podpor.

Sklepno:

V prvem odstavku naj se:

»lahko Republika Slovenija ... podpira« nadomesti z: »Republika Slovenija ... podpira«.

V drugem odstavku naj se:

»se lahko oblikujejo tudi naslednje posebne sheme državnih pomoči« nadomesti z: »se oblikujejo naslednje posebne sheme državnih pomoči«.

Konkretna višina sredstev pa se lahko še naprej določa v okviru vsakokratnega državnega proračuna.

4. člen - novi 13. člen, ukinitve podpore razvoju novih vsebin, formatov in orodij

Predlog črta možnost financiranja razvoja novih programskih vsebin, oblik in orodij za novinarsko delo oziroma doseganje novih občinstev.

Digitalna transformacija medijev zahteva vlaganja prav v nove formate, distribucijske rešitve, podatkovno novinarstvo, preverjanje informacij, dostopnost vsebin in tehnološka orodja. To niso dejavnosti zunaj medijske dejavnosti, ampak postajajo njen sestavni del. Zato se zdi bolj smiselno, sam namen natančneje definirati in ga vezati na merljive rezultate.

Sklepno:

V prvi odstavek 13. člena naj se ohrani oziroma doda alineja:

»razvoj novih programskih vsebin, formatov, tehnoloških orodij in distribucijskih rešitev, ki so neposredno povezani z novinarskim delom, preverjanjem informacij, dostopnostjo programskih vsebin ali doseganjem novih občinstev ter imajo določene merljive cilje in rezultate;«

4. člen - novi 13. člen, ukinitve definicije višine sredstev

Predlog v prvi in drugi alineji prvega odstavka spreminja besedilo tako, da ni definirana minimalna višina sredstev za spodbude iz omenjenih alinej.

Kot že omenjeno zgoraj, je (ne)vedenje okoli specifik ureditve na tem področju problematično za obstoj in delovanje številnih medijev. Mediji ne vedo katere spodbude bodo razpisane (glej prejšnji komentar), hkrati pa tudi za tiste, ki so gotove, ne vedo, v kakšnem obsegu bodo razpisane. S tem jim je onemogočeno planiranje in posledično investiranje v projekte, ki so lahko za lokalno okolje ključnega pomena.

Sklepno:

Predlagamo, da se prvi in drugi alineji prvega odstavka novega 13. člena doda zapis o minimalni višini sredstev, ki bi (skupaj z večjo gotovostjo o obstoju teh sredstev) zagotovil stabilno načrtovanje in tako poslovanje in izvedbo lokalno pomembnih projektov.

5. člen – 14/6

Predlog pravi, da podpore ne morejo pridobiti izdajatelji, ki so »povezani v programske mreže«.

Problematična je predvsem definicija. Če je namen določbe preprečevanje financiranja podvojene produkcije in spodbujanje pluralnosti, bi bilo bolj sorazmerno presojeti konkretni medij oziroma projekt.

Sklepno:

Tretja alineja šestega odstavka 14. člena naj se glasi:

»izdajatelji, povezani v programske mreže, če pri projektu ali programu, za katerega zaprosijo za finančno podporo, ne zagotavljajo samostojne uredniške odgovornosti in lastne produkcije programskih vsebin;«.

7. in 8. člen – 16. in 17. člen

Tako tiskani kot digitalni medij mora objavljati večinski delež izvirnih vsebin lastne produkcije, ki »niso bile delno ali v celoti ustvarjene s sistemi generativne umetne inteligence«.

Besedilo ne govori samo o tem, da UI ne sme ustvariti celotnega članka. Govori tudi o vsebini, ki je bila »delno« ustvarjena z generativno UI. To lahko zajame zelo širok spekter uporabe. Primer: novinar uporabi generativni sistem za osnutek, povzetek dokumenta, jezikovno preoblikovanje ali prevod, to pa še ne pomeni, da je končni novinarski izdelek ustvarila umetna inteligenca. Ali je končni članek potem »delno ustvarjen« z UI? Predlog tega ne definira natančno.

Kriterij bi moral biti tehnološko nevtralen. Bistveni bi morali biti avtorski in uredniški prispevek, izvirnost vsebine ter odgovornost izdajatelja za končni izdelek.

Sklepno:

V 16. in 17. členu naj se relevantni del alineje glasi:

»objavljajo večinski delež izvirnih programskih vsebin lastne produkcije, pri katerih je bistveni ustvarjalni in uredniški prispevek zagotovil avtor oziroma uredništvo; uporaba sistemov generativne umetne inteligence kot pomožnega orodja pri prepisovanju, prevajanju, povzemanju, analizi, jezikovni obdelavi ali drugih podpornih opravilih sama po sebi ne pomeni, da vsebina ni vsebina lastne produkcije, če je končna vsebina uredniško preverjena in zanjo odgovarja izdajatelj;«

7. in 8. člen - 16. in 17. člen, pogoj 5 oziroma 3 zaposlenih

Za tiskane medije se zahteva najmanj toliko zaposlenih, da njihov skupni delovni čas ustreza petim zaposlenim za polni delovni čas, pri digitalnih pa trem.

Sam ZMed-1 pa uredništvo opredeljuje širše. Poleg zaposlenih urednikov in novinarjev lahko uredništvo sestavljajo tudi drugi avtorji oziroma stalni programski sodelavci, če izpolnjujejo pogoje iz 14. točke 3. člena.

Tukaj se izpostavlja nedoslednost, saj zakon pri definiciji uredništva priznava tudi takšne oblike stalnega sodelovanja, pri ugotavljanju uredniške kapacitete za podporo pa upošteva samo zaposlene, kar pa ne pomeni, da zaposlovanje za nedoločen čas ne bi smelo biti spodbujano. Zakon ga že posebej določa kot eno od prednostnih meril.

Sklepno:

Za digitalne medije: »imajo v uredništvu zagotovljen obseg uredniškega in novinarskega dela, ki ustreza najmanj trem polnim delovnim časom, pri čemer se upoštevajo zaposleni in drugi člani uredništva iz 14. točke 3. člena tega zakona;«

Za tiskane medije enako, z obsegom najmanj petih polnih delovnih časov.

8. člen – 17/2

Predlagano besedilo je celo manj jasno od veljavnega. Veljavni ZMed-1 določa minimalni doseg »10.000 posameznih uporabnikov v zadnjih 12 mesecih«. V predlogu novele ostane samo »minimalni doseg 10.000 posameznih uporabnikov«. S tem izgine referenčno obdobje, v katerem se doseg ugotavlja.

Prav tako ni jasno, po kateri metodologiji se »posamezni uporabnik« ugotavlja in kateri podatkovni viri se štejejo za ustrezne. Zakon ne določa v samem členu kako se uporabnike meri, v katerem obdobju, kdo meri, kako se prepreči manipulacija s prometom, ali gre za »unique users« naprave, račune itd. Pri digitalnih medijih je to pomembno, ker lahko različna analitična orodja in načini merjenja pokažejo različne rezultate.

V predhodnem besedilu je bilo izrecno navedeno 10.000 posameznih uporabnikov v zadnjih 12 mesecih; novi predlog obdobja v tem kriteriju ne navede.

Sklepno:

Tretja alineja drugega odstavka 17. člena naj se glasi:

»imajo minimalni doseg 10.000 posameznih uporabnikov v zadnjih 12 mesecih;«

V četrtem odstavku naj se dodatno določi, da uredba podrobneje opredeli metodologijo ugotavljanja in dokazovanja dosega ter dopustne vire podatkov.

7. člen – 16/2

Za podporo mora imeti nacionalni ali regionalni splošno-informativni tiskani medij najmanj 1.500 izvodov naklade.

To je zelo jasen prag, vendar lahko iz sistema izloči majhne regionalne ali lokalne kakovostne časopise, ki imajo pomemben vpliv na svojo skupnost.

Sklepno:

Prag 1.500 nadomestiti z relativnim merilom oziroma dodatno omogočiti podporo medijem z dokazano regionalno javno funkcijo.

10. in 11. člen

To je institucionalna sprememba, da se vse pristojnosti glede presoje medijskih koncentracij prenesejo z AVK na AKOS.

Argument / sklicevanje na 22. člen EMFA in celo na dialog z Evropsko komisijo, ki je Slovenijo opozorila, da pri sedANJI ureditvi ni zagotovljeno vsebinsko sodelovanje medijskega regulatorja, je na mestu, a ostaja vprašanje: *»Ali je primerno, da isti regulator, ki je medijski regulator, hkrati vodi koncentracijske postopke, ali bi moral obstajati bolj formaliziran mehanizem sodelovanja AKOS in AVK?«*

Ključno pri vsem je, da se pri tem ne izgubi strokovno znanje AVK na področju ekonomike trgov in koncentracij. Pri medijski koncentraciji imamo namreč dva različna vidika: vpliv na medijsko pluralnost in uredniško neodvisnost ter ekonomske in konkurenčne učinke koncentracije. Zato bi bilo smiselno v zakon vključiti formalno sodelovanje obeh organov, pri čemer bi AKOS ostal pristojen za oceno medijske koncentracije po ZMed-1.

Sklepno:

V 24. člen naj se doda nov odstavek:

»AKOS pri oceni medijske koncentracije, kadar so za presojo pomembni ekonomski in tržni vidiki, pridobi strokovno mnenje Javne agencije Republike Slovenije za varstvo konkurence. Mnenje se nanaša na ekonomske in tržne vidike ter ne posega v ločenost postopka ocene medijske koncentracije po tem zakonu od postopkov po predpisih, ki urejajo varstvo konkurence. Če AKOS od mnenja odstopi, razloge za odstop obrazloži v odločbi.«

12. člen

Predlog črta 4. točko 100. člena, ki je predvidevala globo 2.000 EUR – 20.000 EUR za pravno osebo, če v mediju spodbuja nasilje ali sovražstvo na podlagi naštetih osebnih okoliščin.

Razlog je podvajanje s kazenskim pravom in nevarnost ne bis in idem, kar se smatra kot razumljiv pravni argument. Toda z odstranitvijo prekrška izgine tudi hitrejši oziroma drugačen mehanizem za sankcioniranje po ZMed-1.

Sklepno:

Pred črtanjem bi bilo smiselno natančno določiti, katera ravnanja so: prekršek, kaznivo dejanje in katera sploh niso sankcionirana.