

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KULTURO

Ljubljana, 17. november 2016

Maistrova 10

1000 LJUBLJANA

g. Anton Peršak, minister

Predmet: Pripombe na drugi predlog Strategije razvoja medijev v Republiki Sloveniji od leta 2017 do leta 2025

Spoštovani,

Člani Medijske zbornice ugotavljajo, da nov predlog Strategije razvoja medijev v RS od leta 2017 do leta 2025 (v nadaljevanju besedila: Strategija), žal razen v redkih izjemah, ni upoštevalo predlogov, ki so bili posredovani 14. julija 2016.

Ugotavljamo, da Strategija nima jasno opredeljenih ciljev glede razvoja medijskega prostora. Tako ne pove, kakšno medijsko krajino si država želi in kakšne konkretne ukrepe bo sprejela, da bo dosegla pogoje za razvoj medijev. Mediji se že vrsto let srečujejo z upadanjem oglaševalskih in ostalih prihodkov, ki je prizadelo zlasti lokalne medije in prepolovilo naklade časopisov. Ravno zato bi morala biti Strategija razvojno usmerjena.

Med prioritetskimi cilji še vedno pogrešamo:

- ukrepe za zmanjšanje administrativnih ovir;
- povečanje konkurenčnosti slovenskih medijev napram tujim;
- prilagoditev produkcije letnim časom, praznikom in dnevom v tednu;
- opredelitev vloge lokalnih in regionalnih medijev, njihov pomen za lokalno in regionalno okolje ter ureditev ustreznega financiranja;
- razvoj domačih digitalnih platform (DAB+, DVBT, kabela, splet).
- analizo smiselnosti obveznosti izdajateljev, ki nimajo podlage v AVMS Direktivi (kvote, razen evropskih).

Menimo, da bi morala Strategija na enakovreden način obravnavati vse medije in ponuditi rešitve za prihodnji razvoj vseh medijev v Republiki Sloveniji, saj bo na njej temeljil nov zakon o medijih, ki pokriva več kot zgolj delovanje RTV, medijsko opismenjevanje in položaj novinarjev. Morala bi biti namenjena medijem, pa jih besedilo skoraj ne omenja. Strategija ne vsebuje vizije za razvoj medijskega prostora, saj je vizija napisana samo za RTV. Zato se lahko vprašamo, ali ostali mediji niso vredni, da bi predlog Strategije vključeval tudi vizijo njihovega razvoja?

Poleg zgoraj naštetih ciljev še enkrat podrobneje izpostavljamo tiste točke, ki jih predlog Strategije ne naslavlja oziroma jim ne posveča dovolj pozornosti. V luči prizadevanja za celovito reševanje področja medijev opozarjamo tudi na tista vprašanja, ki se ne tičejo zgolj radiodifuznih medijev.

Na področju radiodifuznih medijev tako Strategija ne vključuje vizije in ukrepov na naslednjih področjih in kakor ugotavljamo jih tudi sploh ne omenja:

- lokalne in regionalne radijske in televizijske programe s statusom posebnega pomena in sistemski vir financiranja;
- lokalne radijske in televizijske programe brez statusa posebnega pomena;
- DAB + omrežje in prihodnji razvoj lokalnih in regionalnih DAB + omrežij;
- "Visual radio" kot nova multimedijaska platforma (po trenutni zakonodaji je tak medij

- prepovedan, saj združuje radio in TV v nov enoten medij);
- omejevanje obvladovanja TV frekvenc s strani kabelskih operaterjev, ko bo multipleks ugasnil (POP TV ga že zpušča);
- opredelitev prihodnje vloge AKOS;
- opredelitev prihodnje vloge Sveta za radiodifuzijo in analiza smiselnosti nadaljnega obstoja tega organa;
- potrebno bo zakonsko regulirati operaterje, saj so ti del avdiovizualnega področja in nujen vmesni člen med izdajatelji in drugimi ponudniki AV medijskih storitev in državljeni.

Na področju tiskanih medijev:

- strategija ne omenja tiskanih medijev in ukrepov države, ki bi jim olajšali delovanje (npr. nižja stopnja DDV), prav tako nikjer ne omenja lokalnih časopisov.

Splet:

- strategija ne omenja slovenskih spletnih medijev, prav tako pogrešamo vizijo razvoja na tem področju. V Strategiji je zapisano samo določilo o obdavčitvi vsakega internetnega priključka, kar je nesprejemljivo.

Poleg tega velja izpostaviti še naslednje točke, ki se tičejo celotnega medijskega prostora:

- Strategija ne omenja povezovanja slovenskih medijev v smislu lažjega konkuriranja tujim, omenja samo škodljivo koncentracijo, pri tem pa pozablja, da so slovenski mediji tujim konkurenčni le, če pride do povezovanja med njimi;
- Strategija se ne dotika vprašanja posredovanja informacij javnega značaja in težav, ki jih imajo zaradi tega novinarji pri svojem delu;
- v Strategiji nikjer ni omenjena posodobitev pravice do popravka, ker prihaja do zlorab;
- Strategija nikjer ne vsebuje določil o poenostavitvi postopkov za nadzor in izdajo dovoljenj, ki so trenutno ena najbolj zapletenih v Evropi;
- Strategija tudi ne opredeljuje pojma "medijska pismenost" in ne predvideva načina, kako jo bo ugotavljala.

Menimo, da bi morala biti med prioritetskimi cilji zagotavljanje takšnih pogojev poslovanja, ki bi omogočal razvoj medijev. Pri tem imamo v mislih zlasti zmanjšanje finančnih bremen nadzora, usklajeno medijsko zakonodajo, ki jo pokrivajo različna resorna ministrstva ter zagotovitev stabilnega vira financiranja programskih vsebin, ki so v javnem interesu na lokalnem in regionalnem nivoju. Dolgoročno stabilno poslovanje bo omogočilo medijem tudi zaposlovanje novinarjev in drugih strokovnih kadrov, ki ustvarjajo medijske vsebine.

Ugotavljamo, da ima država že sedaj dovolj vzvodov za regulacijo delovanja medijev, zato ne vidimo potrebe po dodatni regulaciji, naj bo to nadzor nad lastništvom medijev, področje oglaševanja, področje avtorskega prava ali pa urejanja pravic, ki jih že ureja zakon o delovnih razmerjih. Ponovno poudarjamo, da se pravice iz delovnih razmerij ne morejo urejati v Zakonu o medijih. Strategija razvoja medijev na splošno obravnava novinarje tako, da ne upošteva dejstva, da imajo ti enakopraven položaj z ostalimi zaposlenimi in ne bolj ugodnega ali kakorkoli drugačnega. Pripada jim enaka socialna varnost kot vsem ostalim zaposlenim v RS.

Prav tako medijska zakonodaja ne more biti ujetnik interesov določenih skupin (npr. glasbeni avtorji, producenti AV del in podobno) V kolikor država meni, da je ureditev in financiranje določenega področja v javnem interesu, ga naj uredi na drug način, kot je prevalitev bremen na izdajatelje medijev.

Strinjamo se s trditvijo, da mora biti interes v transparentnem in odgovornem lastništvu, za kar ima država na voljo že sedaj veliko vzvodov za preprečevanje in nadzor ter ukrepanje v primeru nepravilnosti. Menimo pa, da je preživetje slovenskih medijev možno s povezovanjem in s tem z optimiranjem stroškov, kar jim bo dalo konkurenčno prednost pred tujimi mediji. Vsekakor pa menimo, da bodoče medijske krajine ne bodo rešile zadruga oziroma kooperative, ki po našem mnenju niso nov poslovni model, ampak le alternativa za mlade začetnike.

Področje avtorskih in sorodnih pravic ureja ZASP, ki ga pristojno ministrstvo namerava prenoviti v naslednje letu. Zakonodaja se prenavlja tudi zaradi tega, ker je bilo to področje

netransparentno urejeno in so bile možne zlorabe. Izdajatelji so imeli v veliko primerih težave pri sklepanju sporazumov s kolektivnimi organizacijami. Strategija s svojimi ukrepi prisiljuje izdajatelje, da bodo sklepali sporazume pod zanje neugodnimi pogoji in ne bodo odražali tržnih razmer ter posredno povzročali več tožb in sodnih postopkov.

Strategija omenja ponovno opredelitev lokalnih medijev, pri tem pa konkretno ne pove, kaj ima s tem v mislih. Poudarjamo pa, da zahteva po prisilnem povezovanju lokalnih medijev, ki jo je omenjala prvotna verzija strategije, v realnosti ni možno. V poglavju, ki ureja delovanje JZ RTV je omenjena večja vloga RTV na lokalnem nivoju, saj mu nalaga povezovanje z lokalnimi mediji za pridobivanje informativnih vsebin lokalnega izvora. Poudarjamo, da lahko samo mediji, ki delujejo v lokalnem okolju kontinuirano zagotavljajo lokalne vsebine, kar omenjajo tudi zaključki regijskih razprav, seveda pod pogojem financiranja priprave teh vsebin.

Pohvaliti je potrebno prizadevanja za regulacijo tujih tematskih programov, ki naj bi del dobička iz svoje dejavnosti namenili v poseben sklad. Žal pa ni jasno, na kakšen način naj bi bili slovenski izdajatelji udeleženi pri delitvi teh sredstev in ravno tako ni jasno, ali je tako prelivanje sploh zakonito. Poleg tega pa so ti mediji registrirani v tujini in zato njihovih prihodkov ni mogoče ugotavljati, saj ti podatki v RS niso dostopni. Celo agencije, ki tržijo tuje medije so v večji meri registrirane v tujini, kjer imajo tudi sedež.

Lepo pozdravljeni!

Rajko Djordjevič, l.r.
predsednik GZS-MZ, ZRDF

Marija Volčjak, l.r.
Predsednica GZS-MZ Združenje založnikov časopisov in revij



Irma Butina
direktorica GZS-MZ
