

**STRATEGIJA**  
**REPUBLIKE SLOVENIJE**  
**NA PODROČJU MEDIJEV**

**ZA OBDOBJE 2017 – 2025**

Ministrstvo za kulturo  
~~15. november~~ 16. december 2016

**KAZALO**

3 **PREDGOVOR**; ~~—~~: Zgodovina medijske zakonodaje

5 **UVOD**; Anton Peršak

7 **KONTEKST**

## 10 POSTOPEK PRIPRAVLJANJA STRATEGIJE

## 14 TEMELJNA POJMA

## 16 CILJI MEDIJSKE STRATEGIJE

## 17 SPLOŠNI CILJI

## 24 STRATEGIJA RTV SLOVENIJA

## 27 POSEBNI CILJI ZA RTV SLOVENIJA

## 36 SPREMLJANJE URESNIČEVANJA STRATEGIJE

OP. UR.: Uporaba moške oblike v dvojini in množini v večini primerov vključuje ženske in moške.

## PREDGOVOR

### Zgodovina medijske zakonodaje

Medijsko zakonodajo v glavnem določajo trije temeljni predpisi, in sicer *Zakon o medijih* iz leta 2001, *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* iz leta 2005 in *Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah* iz leta 2011.

*Zakon o medijih* je bil pomembneje spremenjen in dopolnjen leta 2006, ko so se prenovile zlasti določbe o financiranju programskih vsebin medijev, pravici do popravka, omejevanju koncentracije, programih posebnega pomena, zaščiti otrok in mladoletnikov, programskih deležih, izvajanju radijske in televizijske dejavnosti in druge.

Velike strukturne spremembe v medijski panogi, katerih vzroke lahko najdemo tako v hitrem razvoju digitalnih tehnologij in spremenjenih bralnih navadah kot tudi v učinkih gospodarske krize in upadu oziroma selitvi oglaševanja na druge platforme, pa so že pred koncem prejšnjega desetletja narekovale potrebo po celoviti prenovi medijske zakonodaje.

Ministrstvo za kulturo je zato ob strokovni pomoči skoraj 20-članske ekspertne skupine medijskih strokovnjakov, sodelovanju vseh relevantnih deležnikov in po več kot leto trajajoči javni razpravi leta 2010 oziroma 2011 pripravilo povsem nova zakona o medijih in Radioteleviziji Slovenija. Njuna usoda je znana:

*Zakon o Radioteleviziji Slovenija* so državljani zavrnila na referendumu, predlog *Zakona o medijih* pa poslanci Državnega zbora že po prvem branju.

Zaradi obveznosti prenosa evropske direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah, ki v glavnem ureja televizijske programe in avdiovizualne storitve na zahtevo, je Ministrstvo za kulturo po zavrnitvi predloga novega *Zakona o medijih* po hitrem postopku pripravilo predlog *Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah*, ki je pričel veljati konec leta 2011.

Pri pripravi omenjenih medijskih zakonov se je pokazalo dvoje. Prvič, da je med ključnimi interesnimi skupinami in strokovnimi organizacijami v medijski panogi – pa tudi med političnimi strankami – zelo težko doseči soglasje celo o posameznih najosnovnejših rešitvah. In drugič, da celovite prenove medijske zakonodaje ni možno izpeljati brez podlage v nacionalni medijski strategiji, saj skušajo posamezni (vplivni) deležniki svoje parcialne interese prikazati kot javni interes in s tem pogojevati sprejem ustreznih parcialnih zakonskih rešitev in ukrepov.

Obstoj strateškega dokumenta, ki bo na podlagi analize obstoječega stanja podal smernice za razvoj medijske krajine v Sloveniji, je kot ključen cilj na področju medijev določila tudi *Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2014-2017*.

Z namenom celovite prenove medijske zakonodaje, ki bo odgovarjala na ključne izzive sodobnega medijskega prostora, smo na Ministrstvu za kulturo v letu 2014 najprej pripravili pregled stanja v slovenski medijski krajini, poleg tega pa tudi proučili medijsko zakonodajo nekaterih drugih držav članic EU. V letu 2015 in 2016 so bile sicer najprej pripravljene in nato tudi sprejete manjše, vendar nujne spremembe *Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah* in *Zakona o medijih*. Vzporedno pa so potekale vse potrebne aktivnosti, usmerjene v celovito prenovo medijske zakonodaje, in sicer:

- imenovana je bila zunanja strokovna komisija uglednih medijskih strokovnjakov za pomoč ministrstvu pri pripravi javnih razprav, ki so vodile k oblikovanju osnutka nacionalne medijske strategije;
- izvedenih je bilo 12 javnih razprav po Sloveniji o vseh pomembnejših vprašanjih, ki se dotikajo priprave medijske strategije, vključno s sklepno javno razpravo v Ljubljani;
- naročena, izvedena in javno predstavljena je bila raziskava o tem, kaj javnost meni o slovenskih medijih in novinarjih;
- junija 2016 je Ministrstvo za kulturo v javno obravnavo poslalo prvi osnutek medijske strategije;
- v zadnjih mesecih so bile obravnavane vse pripombe in predlogi na osnutek medijske strategije, ki bodo v največji meri vključeni v novi predlog medijske strategije, ki bo usklajen s ključnimi deležniki na medijskem področju.

Časovnica nadaljnjih aktivnosti Ministrstva za kulturo na tem področju je: nacionalna medijska strategija bo predvidoma sprejeta na Vladi RS do konca letošnjega leta. Osnutka prenovljenega *Zakona o medijih* oziroma *Zakona o Radioteleviziji Slovenija* pa naj bi bila v skladu z *Normativnim delovnim programom Vlade Republike Slovenije za leto 2017* pripravljena do avgusta 2017, vendar bo ministrstvo storilo vse potrebno, da se bo to zgodilo prej.



# UVOD

**Anton Peršak** minister  
za kulturo

Strategija Republike Slovenije na področju medijev je dokument, ki pomeni uresničitev prvega cilja *Nacionalnega programa za kulturo 2014-2017* na področju medijev, izhaja pa iz zavedanja o bistvenem pomenu kakovostnih medijev za stanje demokracije v državi. Kakovost medijev, njihova pluralnost in dostopnost informacij sodijo med ključne pogoje in hkrati kazalce demokratičnosti družbe ter možnosti za kompetentno in učinkovito vključevanje aktivnih državljanov v procese oblikovanja pomembnih odločitev v družbi.

Slovenska medijska krajina je v 25 letih samostojne države doživela boljše in slabše čase, v drugi polovici tega obdobja pa stopnjevanje krize: ta je bila do neke mere posledica zakonodaje, ki se zaradi vpliva različnih interesov številnih deležnikov ni odzivala na nakopičene izzive (vprašanja lastništva, statusa novinarjev in njihovega dela, nedorečenega statusa javnega servisa na RTV Slovenija), bolj ali manj razvidnega vpletanja politike v lastništvo in vodenje (zlasti tiskanih) medijev ter že vsaj ~~desetletje~~ deset let tudi tehnoloških sprememb, ki medijsko krajino v svetovnem merilu radikalno in izjemno hitro spreminjajo.

~~Ta kriza je~~ Vsaj deloma ~~tudi posledica~~ je do krize prišlo tudi zaradi pomanjkanja vizije, kako urediti to področje in kako se lotiti nujno potrebne posodobitve medijskega prostora. Ima pa kriza številne obraze, med katerimi velja izpostaviti:

- zapostavljenost in v določenih vidikih celo izključevanje javnosti in njenega interesa za (objektivno) informiranost, kar predpostavlja pluralnost, dostopnost in verodostojnost informacij;
- razvrednotenje novinarskega poklica, odrekanje strokovne avtonomije urednikom in novinarjem ter stopnjevanje prekarizacije novinarskega dela; - pretirano število »medijev«, ki glede na platformo, izdajatelja in svoj namen ne ustrezajo opredelitvi medija, saj v preveč primerih dejansko prihaja do instrumentalizacije medijev s strani politike oziroma kapitala; - senzacionalizem in produkcijo afer oziroma komercializacijo medijskega prostora in podrejanje vplivu dnevne politike;
- zaostajanje na področju digitalne transformacije medijev.

Potrebno je omeniti tudi nevarnosti, ki jih prinaša morebitna pretirana koncentracija lastništva na področju medijev v celoti ali po posameznih vrstah medijev. Ta pojav, ne le v obliki lastništva medijev posamezne pravne ali fizične osebe, temveč tudi v obliki lastništva povezanih oseb, lahko pripelje do omejevanja pluralizma na področju informiranja, do oblikovanja žanrsko in slogovno enakih programov v okviru mrež radijskih ali televizijskih postaj in seveda do visoke stopnje nelojalne konkurence. Te vrste zastranitve so v Sloveniji že zaznane.

Namen Strategije je nova definicija medija in iz nje izhajajoče osnovne usmeritve za uresničevanje javnega interesa ob doslednem upoštevanju avtonomije in dostojanstva novinarskega dela.

Enako pomemben cilj Strategije je dolgo zahtevana depolitizacija RTV Slovenija (reorganizacija, ki mora omejiti neposreden vpliv politike na odločanje o strokovnih in drugih pomembnih vprašanjih RTV), tudi in predvsem zaradi tehnološkega razvoja povezana s strukturno reorganizacijo ~~iz dveh v tri nosilne platforme oziroma načine distribucije informativnih in drugih vsebin.~~

Ne glede na predloge in pritiske na politične organe in javnost z zahtevami za ukinitvev RTV prispevka, ki je temelj evropskega javnega medijskega servisa, na tem mestu posebej poudarjam, da je to obliko financiranja javnega servisa kot enega ključnih pogojev za delovanje RTV vsekakor potrebno ohraniti.

# KONTEKST

## TEMELJNI DOKUMENTI

Dosedanje razprave o osnutku te Strategije, zlasti javna razprava od 15. junija do 15. julija 2016, so prispevale veliko tehtnih pripomb, dodatnih predlogov in tudi zahtev, na katere je potrebno odgovoriti tudi načelno in ne zgolj na način morebitnih sprememb in prilagoditev besedila strategije. To še posebej velja za, četudi manj opazne in manj kategorične pomisleke, zakaj je strategija sploh potrebna, če smo brez nje preživeli vse od osamosvojitve?

Naj spomnimo, da veljavni in zavezujoči **Nacionalni program za kulturo 20142017** (NPK) na področju medijev kot prvi in ključni cilj postavlja »Sprejem strategije Republike Slovenije na področju medijev za obdobje 2015-2020« in kot najpomembnejši pogoj, ki naj bi omogočil pripravo in sprejem strategije, navaja »analizo stanja na področju medijev v Republiki Sloveniji« ter oboje skupaj pojasnjuje: »Zaradi hitrih tehnoloških sprememb na področju medijev in pojava novih platform za distribucijo vsebin je treba temeljito prenoviti medijsko zakonodajo. Prenova medijske zakonodaje pa zahteva sprejem nacionalne strategije – strateškega dokumenta, ki bo na podlagi analize obstoječega stanja podal smernice za razvoj medijske krajine v Republiki Sloveniji. Dosedanji poskusi spreminjanja medijske zakonodaje so bili kljub temu, da so bili pripravljani s širokim konsenzom zainteresirane in strokovne javnosti, neuspešni tudi zaradi neobstoja nacionalne strategije na tem področju, saj je večina vplivnih deležnikov skušala svoje parcialne interese prikazati kot javni interes in s tem pogojevati sprejem krovnega zakona na področju medijev.«

Prenovo medijske zakonodaje predvideva tudi **Koalicijski sporazum o sodelovanju v Vladi Republike Slovenije za mandatno obdobje 2014-2018**, ki med desetimi točkami na področju kulture pod številko 8 napoveduje »prenovo medijske zakonodaje. V skladu s stališči Nacionalnega programa za kulturo, analizo »Pregled medijske krajine Slovenije«, razvojem stroke in informacijske tehnologije je potrebno definirati javni interes na področju informiranja ter ga sistemsko podpreti. S spremembo medijske zakonodaje vzpostaviti okolje transparentnega lastništva ter avtonomije novinarjev in urednikov.«

Kar zadeva zavezanost Vlade Republike Slovenije in Ministrstva za kulturo za pripravo in sprejem predloga strategije, dvomov potemtakem ni. Da bi se izognili nenehni potrebi po prepogostem spreminjanju zakonodaje zaradi vrtoglavega tehnološkega razvoja v prihodnje, se Strategija s temeljnimi pojmi osredotoča zlasti na osnove, ki so skupne vsem medijem, in se želi izogniti nevarnosti, da bi povzročala prenормiranost ali nezmožnost regulacije morebitnih novih medijev.

Na področju medijev se križajo tri velike množice zelo različnih interesov: posameznikov, različnih vplivnih interesnih skupin in ne nazadnje skupnosti državljanek in državljanov v celoti oziroma javni interes. Na eni strani so pričakovanja državljanov, da jim morajo mediji zagotoviti možnosti za čim bolj celovito in objektivno informiranost o vsem, kar se dogaja na vseh področjih življenja skupnosti in na vseh ravneh od globalne do nacionalne in lokalne ravni. Tem pričakovanjem so nemalokrat nasprotna pričakovanja politike in gospodarstva, ki si želita tako oblikovane in selekcionirane informacije, da bi jim bile v neposredno korist.

Lastniki in izdajatelji medijev pa pogosto zahtevajo ureditev, ki bi temeljila na (popolni) svobodi gospodarske pobude in jim omogočala, da njihovi mediji posredujejo takšne vsebine, ki v največji možni meri ~~zagotavljajo~~~~čim~~~~zagotavljajo~~ čim večje občinstvo in s tem seveda dobiček. Družbeni učinki takšnih vsebin jih praviloma ne zanimajo.

Zavezujoča izhodišča javnega interesa na medijskem področju vsebuje **Ustava Republike Slovenije**. Neposredno ali posredno se namreč vprašanj informiranja, človekovih pravic v zvezi z mediji in medijev dotika več členov *Ustave*: najbolj naravnost gotovo 39. člen, ki govori o svobodi izražanja, in 40. člen (pravica do popravka in odgovora), že ob upoštevanju teh dveh členov pa je nujno potrebno imeti v mislih tudi 38. člen (varstvo osebnih podatkov), 21. člen (varstvo človekove osebnosti in dostojanstva) in 27. člen (domneva nedolžnosti).

Pomembno je ob določitvi prvega odstavka 74. člena: »Gospodarska pobuda je svobodna,« tudi določilo v drugem odstavku istega člena: »Gospodarska dejavnost se ne sme izvajati v nasprotju z javno koristjo,«, torej ne v nasprotju z javnim interesom ali mimo načela družbene odgovornosti. Vsekakor pa je v prid dejavnosti potrebno upoštevati tudi upravičena pričakovanja in interese izdajateljev ter njihove izdajateljske pravice. ~~Med večkrat ponovljenimi pričakovanji izdajateljev gotovo velja podpreti njihovo dolgoletno zavzemanje za odpravljanje administrativnih ovir.~~

## **JAVNI RTV SERVIS IN SLOVENSKA TISKOVNA AGENCIJA**

Čeprav gre na področju medijev za gospodarsko dejavnost, ki se v veliki meri odvija v okviru zasebnega sektorja, ni mogoče in ne dopustno spregledati visoke stopnje družbene odgovornosti nosilcev in izvajalcev te dejavnosti. Država je zato med drugim dolžna zagotavljati tudi neodvisno in svobodno delovanje javnega servisa na področju informiranja in posredovanja kulturnih, izobraževalnih, razvedrilnih in drugih vsebin, kar je naloga javne RTV. Zagotavljanje javnega servisa pa ne pomeni, da se zakonodajalec lahko odpove zahtevi, da morajo tudi mediji v zasebni lasti ob programiranju in izvajanju svoje dejavnosti upoštevati načelo družbene odgovornosti in javni interes.

**RTV Slovenija je kot nacionalna radiotelevizija samostojna organizacija v službi javnega interesa in najširše javnosti in ima poseben kulturni in nacionalni pomen ter zagotovljen vir financiranja svoje dejavnosti v obsegu javne službe v obliki obveznega ~~RTV prispevka~~ prebivalcev Republike Slovenije.**

RTV Slovenija je v drugem delu Strategije namenjeno samostojno poglavje. To upravičujeta njen položaj v medijski krajini in poslanstvo, ki ne obsega le zagotavljanja neodvisnega poročanja, saj je RTV Slovenija tudi največji kulturni javni zavod v državi in kot tak med drugim dolžan skrbeti tudi za ohranjanje in razvoj slovenskega jezika in za vključenost manjšin in ranljivih skupin na medijskem področju. Delovanje RTV Slovenija bo zaradi vsega tega še vedno urejal poseben zakon.

Država je 100-odstotna lastnica Slovenske tiskovne agencije (STA), katere dejavnost ravno tako ureja poseben zakon. STA poleg zakonske obveznosti zagotavljanja javne informacijske službe izvaja tudi tržne dejavnosti. 80



novinarjev na sedežu v Ljubljani ter v več slovenskih in treh dopisništvih v tujini pripravlja vsebine v vseh novinarskih žanrih, pa tudi dodatne materiale, kot so kronologije pomembnejših dogajanj, tabele, infografike, sezname ipd. Arhiv STA ima po petindvajsetih letih dela več kot 2 milijona novic, 500.000 fotografij in 70.000 tonskih posnetkov. STA s svojim delovanjem zagotavlja temelj za objektivno in ažurno poročanje praktično vseh drugih medijev v Sloveniji. Zaveza države je tudi v prihodnje zagotavljati razvoj, posodabljanje in ohranitev pomembne vloge STA v slovenski medijski krajini.

## **RAZVOJ NOVIH TEHNOLOGIJ**

Posebej bi želeli izpostaviti razvoj novih tehnologij in z njimi povezane platforme, ki do neke mere in na svoj način prevzemajo delovanje in nekatere funkcije medijev (posredovanje vsebin, komunikacija med viri informacij in uporabniki, vpliv na javno mnenje). To dejstvo je tem bolj pomembno, ker na teh platformah oziroma omrežjih komunicira, sprejema informacije ter se nanje odziva vedno večji del prebivalstva, zlasti mlajši, zato s tem izrecnim vključevanjem tehnološkega razvoja naslavljamo uporabnike in soustvarjalce medijev v prihodnosti. To pomeni tudi razvijanje novih oblik informacij in drugih vsebin v javnem interesu, ki bodo prilagojene pričakovanjem uporabnikov sočasnih tehnologij – nikakor pa ne gre za zanikanje pomena tiska, radia in televizije, ki vsak na svoj način, tudi v povezavi z digitalno tehnologijo, še vedno pomembno soustvarjajo medijsko krajino.

Digitalna transformacija medijskega področja zahteva prenos demokratičnih medijskih standardov tudi v digitalni svet. Glede na dogajanje na področju medijev v zadnjih letih (primeri koncentracije lastništva, zloraba lastništva medijev za doseganje drugih ciljev, spodbujanje nestrpnosti, nespoštovanje kodeksa novinarske etike in celo zakonodaje), pa so vsa navedena izhodišča hkrati v enaki meri prav tako razlogi, zakaj potrebujemo medijsko strategijo in tudi temeljito prenovno medijske zakonodaje.

## **POSTOPEK PRIPRAVLJANJA STRATEGIJE**

### **STROKOVNA KOMISIJA**

Z namenom priprave širših izhodišč za pripravo strategije je bila 2. 9. 2015 imenovana strokovna komisija za pomoč pri pripravi medijske strategije. Sestavljali so jo ugledni strokovnjaki s področja medijev oz. medijskega prava: Barbara Verdnik, predsednica, in člani dr. Sandra Bašić Hrvatina, Darja Groznik, dr. Nataša Pirc Musar in dr. Jure Stojan.

Strokovna komisija je na podlagi javnih razprav (več o njih spodaj), pridobljenih podatkov ter kvantitativne in kvalitativne analize medijev v Republiki Sloveniji (več spodaj) pripravila ***Izhodišča za osnutek medijske strategije***, ki smo jih seveda v največji meri upoštevali pri pripravi besedila Strategije.

Objavljena so na spletni strani ~~ministrstva za kulturo~~[MK](#):

[http://www.mk.gov.si/si/delovna\\_podrocja/direktorat\\_za\\_medije/javna\\_razprava\\_o\\_osnutku\\_medijske\\_strategije/](http://www.mk.gov.si/si/delovna_podrocja/direktorat_za_medije/javna_razprava_o_osnutku_medijske_strategije/)

Strokovna komisija je v poglavju *Ocena stanja* izpostavila, da so »sedanje razmere v medijih v Sloveniji rezultat načrtnega pomanjkanja ustrezne vizije, pomanjkanja učinkovitih mehanizmov preprečevanja opustošenja medijskega prostora z ad hoc spreminjanjem zakonodaje, preobilja napačnih poskusov legalizacije obstoječega stanja, izključitve javnosti iz razprav o prihodnosti medijskega sektorja, izredno močnega vpliva posameznih zasebnih interesov na sprejemanje regulative ter netransparentne in neučinkovite politike sofinanciranja programskih vsebin medijev«.

Strokovna komisija je po izčrpni analizi v smislu zagotavljanja javnega interesa v prvi vrsti terjala »zavezo države, da vsakemu posamezniku in posameznici zagotovi pravico do svobodnega izražanja«, kot »najpomembnejši strukturni ukrep« pa podčrtala »zagotavljanje ustreznih delovno-pravnih pogojev za delo novinarjev in novinark in podporo njihovem izobraževanju, podporo neprofitnim medijskim pobudam, ki delujejo izključno v javnem interesu, umik države iz javnega servisa in ustvarjanje javnih medijev na vseh platformah«.

Komisija je v svojem poročilu poudarila: »Javni interes je pomoč pri sofinanciranju novinarskega dela, zaščita profesionalnih standardov pri ustvarjanju programskih vsebin in ustvarjanje kvalitetnih novinarskih vsebin.« In še: **»Medijev verjetno ne bo mogoče 'rešiti', kar pa je nujno treba zavarovati, je novinarstvo. Profesionalno novinarstvo, ki lahko proizvaja visokokakovostnevisoko kakovostne medijske vsebine v interesu javnosti.«**

V svojem *Zaključku* je strokovna komisija naštel pet »strateških premikov«, ki bi jih Ministrstvo za kulturo moralo narediti »v zelo kratkem času:

1. Pripraviti strategijo, ki bo sledila strateškimi ciljem, zapisanim v teh izhodiščih.
2. Celovito spremeniti medijsko zakonodajo, ki bo varovala javni interes. Priprava novega Zakona o medijih mora biti prioriteta.
3. Sedanje stanje v medijih je mogoče spremeniti samo s sistemskimi ukrepi. Nova medijska politika je odgovornost celotne vlade in ne samo pristojnega ministrstva.
4. V čim krajšem času je treba zagotoviti finančno preglednost vseh javnih virov financiranja medijev.
5. Pristojno ministrstvo mora zagotoviti ustrezen in učinkovit nadzor nad spoštovanjem medijske zakonodaje.«

Komisija je na koncu uvoda v svoje poročilo zapisala naslednje: »Bistvena ugotovitev in priporočilo komisije je, da lahko Slovenija navedene strateške cilje doseže izključno s sistemskimi ukrepi na ravni celotne vladne politike in s sprejetjem zavez vseh političnih akterjev v državi. Glede na trenutno stanje na medijskem področju noben posamični ukrep (npr. sprememba posameznih členov medijske zakonodaje) ne bo prinesel zadovoljivih, kaj šele dolgoročnih učinkov. Naloga Ministrstva za kulturo je, da s svojo aktivno politiko na vladni ravni zagotovi zavezo vseh ostalih pristojnih ministrstev za doseganje soglasja o nujnosti izvajanja strateško zasnovane medijske politike. Zagotavljanje javnega interesa na področju medijev v interesu državljanov in državljanek ni stvar zasebnih in parcialnih interesov kateregakoli deležnika v medijski sferi, temveč je temelj učinkovite medijske politike v interesu javnosti.«

## JAVNE RAZPRAVE

MK je s strokovno komisijo v vseh dvanajstih statističnih regijah v Republiki Sloveniji pripravilo javne razprave o javnem interesu na področju medijev. Poleg tega so se posamezne javne razprave nanašale na posamezna področja delovanja ter položaja medijev in novinarjev. Na javne razprave je bila vabljen najširša javnost, torej tudi vsi deležniki.

Tabela 1: Seznam izvedenih javnih razprav s temami

Datum	Statistična regija (kraj)	Tema javne razprave
8. 12. 2015	Obalnodraška (Koper)	Javni interes in njegova zaščita na področju medijev
15. 1. 2016	Goriška (Nova Gorica)	Mediji danes in javni interes na področju medijev
19. 1. 2016	Gorenjska (Kranj)	Novinarska oz. uredniška avtonomija in javni interes
29. 1. 2016	Koroška (Slovenj Gradec)	Profesionalnost in odgovornost novinarjev, samoregulacija ter javni interes
2. 2. 2016	Podravska (Maribor)	Lastniške strukture v medijih in formalni vidik ustanavljanja medijev, javni interes
10. 2. 2016	Pomurska (Murska Sobota)	Socialni status novinarjev, javni interes
8. 3. 2016	Savinjska (Velenje)	Podeljevanje radijskih frekvenc, oglaševanje in odgovornost operaterjev v medijih, javni interes
15. 3. 2016	Zasavska (Trbovlje)	Zaščita slovenskega jezika v medijih in načini, kako omejevati sovražni govor v njih, javni interes
22. 3. 2016	Spodnjeosavska (Krško)	Javni interes na lokalni ravni
30. 3. 2016	Jugovzhodna (Kočevje)	RTV kot zastopnik javnega interesa - učinkovitost, kakovost in programske vsebine
5. 4. 2016	Notranjsko-Kraška (Cerknica)	Javni interes so medijsko pismeni in aktivni državljani; vloga medijev, države, šole in drugih deležnikov
12. 4. 2016	Osrednjeslovenska (Ljubljana)	Predstavitev rezultatov javnih razprav

Povzetki javnih razprav so objavljeni na spletni strani ~~ministrstva za kulturo~~MK:

[http://www.mk.gov.si/si/delovna\\_podrocja/direktorat\\_za\\_medije/javna\\_razprava\\_o\\_osnutku\\_medijske\\_strategije/](http://www.mk.gov.si/si/delovna_podrocja/direktorat_za_medije/javna_razprava_o_osnutku_medijske_strategije/)

## RAZISKAVA ODNOSA UPORABNIKOV DO MEDIJEV

Ministrstvo za kulturo je želelo ugotoviti, kakšne so medijske potrebe in pričakovanja ljudi, zato je naročilo raziskavo o tem, kako državljani ocenjujejo delovanje slovenskih medijev.

Glavni namen oziroma izhodišče raziskave, ki jo je opravila družba Valicon, je bilo raziskati, kaj na področju medijev (katere vsebine, kateri tip medijev in katere medijske prakse) uporabniki definirajo kot pomembno za svojo informiranost o dogodkih doma in po svetu. Pri tem ni šlo za branost, gledanost ali poslušanost posameznih medijev, temveč za odnos ljudi do vsebin na medijskem trgu ter za vprašanje, česa po njihovem mnenju primanjkuje. Poseben sklop je bil namenjen tudi vlogi javnega servisa RTV Slovenija oziroma vprašanju, v kolikšni meri opravlja svojo funkcijo na področju medijev. Kvantitativni del raziskave je bil izveden na reprezentativni velikosti vzorca: n=1001, kombinirana metoda CAWI (spletna anketa) in CAPI (terenska anketa), rezultati pa so bili obteženi po naslednjih spremenljivkah: spol in starost, regija in tip naselja, izobrazba.

V kvalitativnem delu so bili zbrani podatki na osnovi poglobljene razprave - fokusnih skupin v središčih treh glavnih slovenskih pokrajin (zaradi kulturnih razlik: Koper, Ljubljana, Maribor). V vsakem mestu sta bili dve skupini zaradi značilnih razlik v uporabi medijev med mlajšo in starejšo populacijo.

Raziskava je opozorila na pričakovanja državljanek in državljanov oz. na vsebine in področja, ki bi po njihovem mnenju morala biti bolj prisotna v poročanju in obravnavi medijev. To so:

- javno informativne vsebine, dostopne na celotnem območju Slovenije;
- izobraževalne vsebine, zlasti s področij zgodovine, slovenske zgodovine, kulinarike, popotništva;
- kultura v medijih;
- komercialne vsebine in zabava - več zabavnih programov za mladino in zavračanje resničnostnih »šovov«, manj vojaških, religioznih in vsebin s področja spolnosti.

Državljani se, po raziskavi sodeč, zavzemajo za višjo (kulturno) raven programov ter za:

- manj senzacionalizma;
- objektivnost: vse strani naj imajo možnost izraziti svoja stališča, uporabnik pa naj si sam ustvari svoje mnenje;
- diskusije naj bodo usmerjene k reševanju problemov, novinar naj zna prisluhniti in se pogovarjati o resnih temah in naj zahteva ukrepe ob krivicah;
- zastopanost vseh interesnih skupin; -skrb za raven jezika.

Raziskava je tudi opozorila na vse bolj opazno uveljavljanje novih »medijev« (Google, Facebook, Twitter in druge spletne platforme), saj je iz rezultatov jasno vidno, da uporabniki daleč največji del informacij z določenih področij pridobijo s pomočjo teh platform oziroma da klasični mediji le še v zelo majhni meri dosežejo zlasti mlajše uporabnike.

Zaključno poročilo raziskave v formatu Powerpoint je objavljeno na spletni strani ~~ministrstva za kulturo~~: [MK](#):

[http://www.mk.gov.si/si/delovna\\_podrocja/direktorat\\_za\\_medije/javna\\_razprava\\_o\\_osnutku\\_medijske\\_strategije/](http://www.mk.gov.si/si/delovna_podrocja/direktorat_za_medije/javna_razprava_o_osnutku_medijske_strategije/)

# TEMELJNA POJMA

## 1.

### MEDIJ

je sredstvo oziroma oblika množičnega komuniciranja, katerega glavni namen je praviloma periodično ustvarjanje in razširjanje uredniško oblikovanih medijskih vsebin, posredovanih širšemu občinstvu z namenom obveščanja in zadovoljevanja kulturnih, izobraževalnih ter drugih potreb javnosti, dostopnih na kateri koli način in na kateri koli napravi ali nosilcu.

~~Za razliko od drugih oblik javnega komuniciranja~~ Delovanje medijev temelji na avtonomnosti urednikov in drugih avtorjev pri ustvarjanju programskih vsebin, v skladu s profesionalnimi kodeksi, ter na osebni odgovornosti novinarjev in urednikov oziroma drugih avtorjev prispevkov za posledice njihovega dela.

Ne glede na platformo razširjanja medijskih vsebin za vsako obliko komuniciranja, dostopnega javnosti, veljajo najvišji standardi spoštovanja človekovih pravic, zlasti nedotakljivosti in varstva človekove osebnosti in dostojanstva.

Za zagotavljanje nujne kakovosti informativnih vsebin je ključnega pomena, da jih pripravljajo strokovno usposobljeni poklicni novinarji; zato status informativnega medija lahko pridobi samo medij z zadostnim številom zaposlenih novinarjev z ustrezno izobrazbo glede na obseg programa; razen v primerih, ko zaradi narave medija, npr. študentskega radia, merilo zaposlenosti poklicnih novinarjev ne more biti pogoj za pridobitev statusa medija posebnega pomena.

Sporočila in vsebine, dostopne in v mnogih primerih namenjene javnosti, se pojavljajo tudi na platformah, ki ne ustrezajo opredelitvi medijev po vseh svojih značilnostih in osnovnem namenu (družbena omrežja, portali, spletne strani in vedno pogostejše nove platforme), zato bo zakon v izogib možnim posledicam (nespoštovanje človekovih pravic, nelojalna konkurenca medijem, nespoštovanje avtorskih in izdajateljskih pravic ipd.)v prihodnje moral vsaj deloma urejati tudi ta vprašanja. To še posebej velja za področje zaščite ustavno varovanih kategorij, zaščite otrok in mladoletnikov, spoštovanja človekove zasebnosti, časti in dobrega imena, prepovedi sovražnega govora, pravice do popravka itd. Enako velja za nedopustne primere nespoštovanja avtorskih pravic in pravic izdajateljev, ki investirajo v pridobivanje informacij in oblikovanje medijskih vsebin.

## 2.

### JAVNI INTERES

Nosilec javnega interesa je javnost v najširšem pomenu besede, potemtakem skupnost državljanek in državljanov RS ter drugih prebivalcev v državi ter pripadnikov slovenskih manjšin v sosednjih državah ter Slovencev po svetu.

**Izhodišča in bistvo javnega interesa oziroma najpomembnejša merila vsega, kar je v javnem interesu in se predstavlja kot uresničevanje javnega interesa, so:**

- svoboda izražanja oziroma pravica in potreba po javnem obveščanju in biti obveščen;
- skrb in odgovornost za ohranjanje nacionalne identitete in ohranjanje ter razvoj slovenskega jezika,

**-dostopnost informacij za vse člane skupnosti in  
-ustrezna kakovost, raznolikost oziroma pluralnost ter verodostojnost.**

Najpomembnejši pogoji za uresničevanje javnega interesa so:

-stalna skrb za zagotavljanje kulturne, idejne in geografske pluralnosti ter raznolikosti medijskih vsebin;  
-transparentnost lastništva medijev, lastniški pluralizem in preprečevanje zlorab prevladujočega položaja (previsoke ravni koncentracije lastništva) na medijskem in oglaševalskem trgu;  
-izboljšanje dostopnosti medijskih vsebin za ranljive družbene skupine in senzorne invalide;  
-obstoj kakovostnih splošno-informativnih medijev ~~-(ne glede na vrsto nosilca medijskih vsebin);~~  
; -izboljšanje socialnega položaja ~~samostojnih in mladih~~ novinarjev.

Nujni ukrepi kot dodatni pogoji za uresničevanje javnega interesa:

-spodbujanje in razvoj medijske pismenosti;  
-spodbujanje produkcije kakovostnih in verodostojnih medijskih vsebin na področjih kulture in umetnosti, kritične refleksije družbe, izobraževanja, znanosti, varovanja okolja ipd.;  
-spodbujanje produkcije kakovostnih medijskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom, zlasti na njim dostopnih platformah;  
-spodbujanje ~~raziskovalnega~~preiskovalnega novinarstva inter drugih zahtevnejših in specifičnih novinarskih žanrov in vsebin.

# CILJI MEDIJSKE STRATEGIJE

Vlada Republike Slovenije s to strategijo določa naslednje cilje za vzpostavitev kakovostne medijske krajine, ki na visoki profesionalni ravni zagotavlja tako informativno kot kulturno ter izobraževalno funkcijo medijskih vsebin v javnem interesu.

## Splošni cilji:

1. višja raven medijske pismenosti;
2. pokritost vsega ozemlja Republike Slovenije z medijskimi vsebinami v javnem interesu; velja tudi za najnovejše tehnologije oziroma digitalno okolje, s katerimi se posebej nagovarja mlade uporabnike in omogoča dostop

Slovincem po svetu;

3. novinarsko-uredniška avtonomija, samoregulacija in transparentno lastništvo medijev;
4. urejen delovno-pravni in socialni položaj novinarjev;
5. zagon novih poslovnih modelov za splošno-informativne medije ne glede na platformo razširjanja;
6. odprava ~~anomalij v oglaševanju~~ nesorazmerij na oglaševalskem trgu.

## Posebni cilji za RTV Slovenija:

1. depolitizacija ter reorganizacija upravljanja in vodenja RTV Slovenija; reorganizacija in delovanje RTV v skladu z javnim interesom in razvojem sodobne medijske krajine (nove tehnologije naj bodo statusno-organizacijsko enakovredne radiu in televiziji);
3. opredelitev pomena in obsega kulturnih in izobraževalnih programov v javnem interesu na vseh platformah;
4. izpolnjevanje zavez o vsebinah in dostopnosti za avtohtone italijansko, madžarsko in romsko narodnost ter druge etnične skupine in za senzorne invalide, ~~optimiziranih~~ optimizirano glede na platforme;
5. dosledno in ustrezno zadovoljevanje potreb vseh prebivalcev po objektivni informiranosti in drugih vsebinah v javnem interesu na vseh območjih Republike Slovenije, kakor tudi Slovencev v zamejstvu in po svetu.

## 1. Višja raven medijske pismenosti

### Ukrepi:

- analiza stanja medijske pismenosti (skozi vsa življenjska obdobja uporabnikov medijev) - v letu od začetka veljavnosti Strategije (nadgradnja in sinteza obstoječih raziskav FAME);



- uvedba programa medijska pismenost ali vključevanje vsebin s področja medijske pismenosti v druge šolske predmete;
- sprotno spremljanje stanja na področju medijske pismenosti - raziskava vsaki dve leti od začetka veljavnosti Strategije in ukrepi za izboljšanje stanja.

**Kazalniki:** - \_\_\_ primerjava analize stanja medijske pismenosti iz leta 2017 s ~~preteklimi~~ prihodnjimi analizami; - \_\_\_ raven vključevanja vsebin s področja medijske pismenosti v šolske programe; - \_\_\_ obseg vključevanja odraslih v programe medijskega opismenjevanja.

**Drugi deležniki:** MIZŠ, ~~ljudske univerze, medijske hiše~~ izdajatelji medijev.

Medijsko opismenjevanje v povezavi z digitalnim opismenjevanjem se oblikuje kot nujna učna vsebina, lahko kot del drugega obveznega predmeta (npr. državljanske vzgoje), in ne več kot izbirni predmet. Smiselno je vzpostaviti tudi sistem zagotavljanja medijskega opismenjevanja za odrasle uporabnike.

Zaradi razširjenosti medijev ali spletnih strani, ki posredujejo najrazličnejše informacije, avdiovizualne medijske vsebine, avdiovizualna dela (v nadaljevanju: AV dela) in druge vsebine, je potrebno zagotoviti, da uporabniki pridobijo svoji razvojni stopnji ustrezno znanje in sposobnosti za kritično sprejemanje medijskih vsebin.

Prav tako morajo programi medijske pismenosti predstavljati osvežene podatke o pomenu medijev za delovanje demokratične družbe, o uporabniški soodgovornosti za njihovo delovanje prek plačila za medijske vsebine ter o uporabi mehanizmov za odzivanje na medijska razkritja.

Analize stanja na področju medijske pismenosti mora spremljati medresorska komisija, sestavljena iz predstavnikov ministrstev za kulturo in izobraževanje ter medijskih strokovnjakov in civilne družbe, ki bo poskrbela tudi za pripravo (ter nadaljnje spremljanje) akcijskega načrta za izboljšanje medijske pismenosti.

Republika Slovenija bo finančno podpirala projekte s področja medijske pismenosti.

## **2. Pokritost vsega ozemlja Republike Slovenije z medijskimi vsebinami v javnem interesu; velja tudi za najnovejše tehnologije oziroma digitalno okolje, s katerimi se posebej nagovarja mlade uporabnike in omogoča dostop Slovincem po svetu**

### **Ukrepi:**

- zagotavljanje dostopnosti do različnih medijskih vsebin povsod na ozemlju RS - vsem imetnikom električnih priključkov (plačnikom RTV naročnine) zagotoviti ~~sprejem AV frekvenc ali spletnega dostopa~~ spletni dostop;
- nova opredelitev vloge in statusa medijev oziroma programov posebnega pomena, ki ne smeta več biti odvisna od tehnološke platforme in ne od pravnega statusa

izdajatelja, temveč od zakonsko določenih obveznosti in javnega nadzora (tako kot v primeru javnega zavoda RTV Slovenija);

- ~~uvedba obveznega prispevka operaterjev, ki ponujajo dostop do svetovnega spleta za vse imetnike spletnih priključkov, v skladu za deficitarne informativne vsebine;~~
- zagotavljanje večjega dostopa do evropskih in slovenskih AV del ali možnost finančnega prispevka za vlaganje v razvoj slovenske AV produkcije;
- spodbujanje deficitarnih medijskih vsebin, ki so v javnem interesu; - zaradi zagotavljanja dostopnosti informativnih vsebin Slovincem po svetu in mlajšim uporabnikom bo RS posebej spodbujala in zagotavljala dostopnost medijskih vsebin ~~na~~ novih digitalnih ~~platformah~~ medijih.

#### **Kazalniki:**

- ~~raven pokritosti ozemlja RS z AV in spletnim dostopom;~~
- stopnja zadovoljstva javnosti z lokalnimi medijskimi vsebinami - raziskave vsaki dve leti od začetka veljavnosti Strategije;
- delež slovenskih AV del in deficitarnih medijskih vsebin, ki so v javnem interesu;
- delež uporabnikov medijev med mladimi (14-29), ne glede na platformo - raziskave vsaki dve leti od začetka veljavnosti Strategije; raven zadovoljstva Slovencev po svetu z dostopnostjo medijskih vsebin iz Slovenije - zagotoviti je potrebno ustrezne redne raziskave.

**Drugi deležniki:** Vlada RS, MF, MDDSZ, UVSZS, MJU.

V skladu s sodobnimi novinarskimi standardi pripravljene regionalne in lokalne vsebine so izjemnega pomena za udeleževanje državljanov v javnih zadevah tako na lokalni kot na nacionalni ravni; za to so posebej dolžni skrbeti RTV Slovenija in mediji posebnega pomena. Država ~~spodbujabo kot doslej spodbujala~~ spodbujajo kot doslej spodbujala tudi druge lokalne medije ~~za izvajanje teh nalog.~~, ki posredujejo lokalne informacije.

Država aktivno podpira nastajanje in distribucijo deficitarnih vsebin (s področij kulture, znanosti, izobraževanja, zdravstva ipd.) ter s sistemskimi ukrepi skrbi za pokrivanje celotnega območja Republike Slovenije s temi vsebinami, pri čemer spodbude namenja predvsem za novinarsko delo in ne za pokrivanje drugih stroškov izdajateljev medijev.

Pojav spletnih platform (spletnih strani, portalov, facebook profilov...), na katerih se pojavljajo medijske (informativne in razvedrilne) vsebine, ki tako predstavljajo nelojalno konkurenco medijem, do neke mere že ogroža obstoj in prihodnost medijev, zato je potrebno začeti regulirati takšno ravnanje in odgovornost lastnikov teh platform, materialno, moralno in vsakršno drugo.

V skladu s potrebo po racionalni porabi javnih sredstev bo država pri zagotavljanju pokrivanja vsega ozemlja Republike Slovenije spodbujala sodelovanje lokalnih in regionalnih medijev z javnim zavodom RTV Slovenija.

### **3. Novinarsko-uredniška avtonomija, samoregulacija in transparentno lastništvo medijev**

### Ukrepi:

~~-zakonska ureditev osnovnih pogojev za zagotavljanje uredniške in novinarske avtonomije kot pogojev za vpis medija v razvid medijev;~~

~~-zakonska zahteva po sprejetju in veljavnosti internih aktov izdajatelja (tudi t.i. statutih uredništev), ki opredelijo sodelovanje članov uredništva pri pomembnih notranjih odločitvah;~~

in nadzor nad spoštovanjem te zahteve; -pobuda in spodbude za ustanovitev sveta za medije oz. primerljivega samoregulatornega organa, kot jih poznajo v primerljivih državah; ~~-zakonska ureditev omejitev, spremljanja in zaostritev nadzora in preprečevanja škodljive koncentracije lastništva medijev;~~

~~-razvid medijev bo javno navajal vse podatke o lastnikih medijev.~~

### Kazalniki:

~~-število podpisanih pogodb med izdajatelji in kolektivnimi organizacijami;~~

-število veljavnih internih aktov izdajateljev in njihovo dosledno upoštevanje;

~~-delujoč samoreglativni organ, v katerem so enotno zastopani predstavniki novinarjev, izdajateljev medijev in javnosti;~~

~~-večje zaupanje javnosti v medije v zasebni lasti-~~

glede na raziskavo iz leta 2016.

**Deležniki:** DNS, ZNPS, SNS~~+~~, GZS, AVK.

Strokovna komisija je v svojem poročilu zapisala: »Sedanja medijska zakonodaja s številnimi člani zagotavlja avtonomijo medijev, urednikov in novinarjev. Smo ena redkih držav, ki novinarjem z zakonom zagotavlja pravico do ugovora vesti. Žal pa kot pri marsikaterem drugem členu zakon ne predvideva ustreznih ukrepov v primerih, ko pride do kršitve avtonomije v praksi.« To je treba spremeniti in v zakonu opredeliti sankcije za nespoštovanje tovrstnih določb.

Soglasje uredništva s pomembnimi odločitvami izdajatelja je seveda pomembno, a to zahtevati ga od zasebnih lastnikov v pogojih zasebnega lastništva medijev ni primerno. Je pa ~~smiselno predpisati zahtevo po transparentnih notranjih aktih~~ treba zahtevati transparentne notranje akte z jasno opredeljenimi razmerji, ki naj zavezujejo tako izdajatelja kot uredništvo. Zakon ~~ne~~ določil mora določiti pravila za sprejemanje in veljavnost teh aktov.

Kot je poudarjeno v zaključkih poročila strokovne komisije, mora »pristožno ministrstvo zagotoviti ustrezen in učinkovit nadzor nad spoštovanjem medijske zakonodaje«. Dodajmo, da seveda ne le medijske, temveč tudi vse ostale, ki zadeva novinarsko delo in delovanje medijev, zlasti delovno-pravne in tiste, ki ureja mehanizme konkurence.

\*

Republika Slovenija samoregulacijo razume kot trajno in javno prizadevanje medijskih delavcev oziroma vseh dejavnikov na področju medijev za dialog in za sprejemanje ter delovanje vseh elementov področne regulative. S tem neodvisni mediji sprejmejo svoj delež odgovornosti za kvaliteto javnega diskurza v državi, ob tem pa v celoti ohranijo uredniško avtonomijo. Gre za strokovno in neodvisno analizo vsebin in poslovanja medijev in za notranji nadzor ter obravnavo morebitnih kršitev oz. anomalij.

Ministrstvo za kulturo ugotavlja, da samoregulacija medijev, kot jo poznajo v drugih državah, v Republiki Sloveniji ne obstaja na nobenem področju medijev. Zato je med pripravo strategije pozorno prisluhnilo argumentom za zakonsko ~~vpeljavo samoregulativne organizacije zahtevo po samoregulativni organizaciji~~ in seveda tudi nasprotnim stališčem.

Tema je občutljiva, saj odpira vprašanje, ali gre še za samoregulacijo, če to ureja zakon (četudi bi ta dal zgolj ogrodje samoregulacije, ki bi ga deležniki lahko zapolnili ali pa ne).

MK je na podlagi javnih razprav zaznalo, da si vsaj novinarji sicer želijo samoregulacije, vendar ne na način, da to predpisuje država. ~~Po drugi strani pa je bilo večkrat opozorjeno, da različni deležniki blokirajo nastanek »sveta za medije«, kakršnega poznajo druge države.~~

Zaradi pomembnosti področja za delovanje demokratične države si vseeno velja prizadevati, da deležniki dosežejo soglasje in poskrbijo za ustanovitev in delovanje ustreznega telesa, organa samoregulacije, primerljivega z ureditvijo v drugih državah. Država bo z zakonom omogočila ustanovitev in oblikovanje takšnega organa, ki se ustanovi na pobudo in po volji izdajateljev programov ter novinarjev in omogočila prenos ustreznih pooblastil nanj.

~~O ureditvi v številnih drugih državah je dober vir informacij spletna stran Zveze neodvisnih evropskih tiskovnih svetov:~~

~~Gl.: <http://www.aipce.net/members.html>~~

\*

Republika Slovenija bo zahtevala transparentno lastništvo medijev. Izdajatelj medija bo moral agenciji, pristojni za varstvo konkurence, ažurno sporočiti vsako spremembo lastništva do konkretne fizične osebe in povezanih oseb ter vse druge podatke, pomembne za ugotavljanje koncentracije in preprečevanje njene zlorabe. Podatki bodo na ustrezen način javno objavljeni v razvidu medijev.

Država mora na ravni zakona tudi bolj učinkovito regulirati vprašanje preprečevanja škodljive koncentracije lastništva medijev.

Po zgledu nekaterih drugih držav si bo ministrstvo, pristojno za medije, v primeru dvoma pridržalo pravico do testa javnega interesa, s katerim bo poskrbelo za pluralnost ter s tem za ustavno zajamčeno svobodo izražanja.

Agencija, pristojna za varstvo konkurence, mora dobiti možnosti, da bo spremembe v lastništvu medijev lahko preverjala po bolj zaostrenih in formaliziranih merilih. Finančna konstrukcija vsakega posla bo morala biti pregledna, nedvoumni bodo morali biti vsi viri financiranja, razkrite vse morebitne opcijske pogodbe, tihi družbeniki in delniška »parkirišča«. Voljo medija bo lahko izvrševal zgolj in samo izdajatelj medija.

#### **4. Urejen delovno-pravni in socialni položaj novinarjev**

##### **Ukrepi:**

- dosledno spoštovanje intelektualne lastnine (predvsem avtorske in sorodnih pravic);

-sankcije za medije in njihove odgovorne osebe, ki ne bodo spoštovali prava intelektualne lastnine (prepoved kandidiranja na razpisih ali izrek globe);  
-uvedba obveznih pogodb med izdajatelji ~~medijamedijev~~ in kolektivnimi organizacijami, tudi za določena dela, ki jih opravljajo novinarji;  
-uvedba minimalnega zakonskega okvirja za uveljavljanje delovno-pravnih pravic zaposlenih, normativov in meril za določanje plač, če v dveh letih po uveljavitvi Strategije ne bo prišlo do podpisa kolektivne pogodbe med izdajateljem in novinarji;  
-opredelitev mladih novinarjev kot ranljive skupine, kakor jo opredeljuje *Zakon o socialnem podjetništvu*;  
-finančne spodbude izdajateljem za zaposlovanje mladih novinarjev do 30. leta in pomoči mladim samozaposlenim novinarjem.

#### **Kazalniki:**

-število pritožb oziroma kršitev pravic z naslova intelektualne lastnine; -  
število podpisanih kolektivnih pogodb med izdajatelji in kolektivnimi organizacijami;  
~~priprava in podpis kolektivne pogodbe~~ število podpisanih kolektivnih pogodb ter njihovo spoštovanje ~~le te~~;  
; obseg spodbud izdajateljem za zaposlovanje mladih novinarjev.

**Deležniki:** MGRT (UIL), DNS, ZNPS, SNS.

Novinarji svojo pomembno vlogo »četrte veje oblasti« lahko opravljajo le v urejenem okolju, tako glede svojega socialnega statusa kot urejenih avtorskih pravic in drugih temeljnih elementov novinarskega dela (gl. splošni cilj št. 3).

Ker se država zaveda, da so delujoči mediji ne le v javnem interesu, temveč življenjskega pomena za delovanje demokratične skupnosti, temu področju posveča še posebno skrb, zlasti v času, ko medijska industrija zaradi tehnoloških sprememb doživlja zelo daljnosežno transformacijo. Tudi če se bo zaradi tehnoloških in drugih sprememb število aktivnih novinarjev zmanjšalo, je potrebno zagotoviti, da aktivni novinarji uživajo vso potrebno delovnopravno zaščito za opravljanje svojega dela – to je enakega pomena kot njihova strokovna avtonomija.

Tudi zaradi hitrega tehnološkega razvoja na področju medijev, ki mu mlajši uporabniki praviloma sledijo hitreje, se kot ustrezna spodbuda pri odločanju za novinarski poklic kažejo tudi spodbude medijem za zaposlovanje iz državnega proračuna kot oblika lajšanja socialnih stisk mladih novinarjev.

## **5. Zagon novih poslovnih modelov za splošno-informativne medije**

#### **Ukrepi:**

- projekt *Spodbujanja razvoja socialnega podjetništva, zadružništva, kreativnih industrij in ekonomske demokracije* je potrebno dopolniti glede na področje medijev;

~~v dokumentu *Strategija razvoja socialne ekonomije in ekonomske demokracije od 2017 do 2027* se doda poglavje o medijskih združenjih; ~~v strateško skupino se vključi predstavnik MK;~~~~

- v študijske programe za usposabljanje novinarjev in medijskih ustvarjalcev je potrebno vključiti temeljne informacije o možnostih delovanja v kooperativah ali socialnih podjetjih oziroma kako lahko z lastno ustvarjalnostjo in iniciativo poskrbijo za svojo poklicno prihodnost;     finančne spodbude ustanavljanju pri delovanju novih lastninsko-upravljaljskih modelov medijev (socialna podjetja in zadruga).

**Kazalniki:**

- število neprofitno organiziranih medijev (zadrag, socialnih podjetij);
- stopnja lastniške pluralnosti medijske krajine; - število prvih zaposlitev na novinarska delovna mesta.

**Deležniki:** MGRT, MDDSZ, MIZŠ.

Pregled medijske krajine iz leta 2014, ki jo je pripravilo Ministrstvo za kulturo, in razvid medijev kažeta, da v Republiki Sloveniji obstajata praktično le dve obliki lastninsko-upravljaljskega modela medijev, državni (RTV Slovenija) in zasebni, kar vsekakor ne govori v prid pluralnosti medijske krajine. Obstoječim modelom je zato treba ponuditi alternativo v obliki novih poslovnih modelov, med katerimi velja izpostaviti poslovne prakse zadrag in medijskih kooperativ.

Republika Slovenija mora v prvi vrsti ponuditi spodbudnejšo davčno ureditev tega področja, s posebnim poudarkom na novih poslovnih modelih medijev, ne glede na platformo razširjanja vsebin (kot je zapisano že v NPK 2014-2017).

Za zadružno obliko medijev obstaja veliko razlogov, ki jih v naslednjih točkah povzema strokovna komisija:

- "1. Kooperativa ali zadruga je samostojno združenje ali skupnost posameznikov, ki so se prostovoljno povezali, da bi zadovoljili svoje ekonomske, socialne, kulturne in druge potrebe ali težnje.
2. Zadruga je podjetje in kot pri vsakem drugem poslovnem subjektu je dobiček temelj uspešnosti. Bistvena razlika je v tem, da zadruga ne zasleduje interesa dobička, temveč je ves morebitni dobiček namenjen razvoju.
3. Zadruga deluje na temelju vrednot, ki jih morajo imeti zapisane v temeljnih aktih: samoodgovornost, demokratičnost, enotnost, enakopravnost in solidarnost. Člani kooperativ nadaljujejo tradicijo svojih ustanoviteljev in verjamejo v etične vrednote poštenja, odprtosti, socialne odgovornosti in obče skrbi za druge.
4. Prav te vrednote je treba vrniti v novinarstvo, saj je eden bistvenih razlogov krize medijev prav izguba zaupanja javnosti v njihovo verodostojnost."

**6. Odpraviti anomalije v oglaševanju nesorazmerja na oglaševalskem trgu**

**Ukrepi:**

- bolj učinkovito in skrbno izvajanje konkurenčne zakonodaje na področju zakupa oglasnega prostora in časa;

- prilagoditev pravil oglaševanja zahtevam *Direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah EU*;
- zakonsko urediti obveznost slovenskih kabelskih operaterjev, ki v Sloveniji distribuirajo tuje programe s slovenskimi oglasi, da morajo del dobička nameniti ~~v sklad~~ za financiranje slovenske AV produkcije;
- ~~aktivno sodelovanje v pogajanjih dogovorih~~ EU z globalnimi posredniki oglasov (npr. Google, Facebook, ipd.), da del dobička, ustvarjenega na ozemlju posameznih držav, ~~vrnejo tem državam, v RS namenijo~~ za financiranje programov medijskega opismenjevanja in AV produkcijo ali drugače promovirajo AV vsebine.

#### **Kazalniki:**

- konkurenčno okolje za oglasni zakup - vstopanje novih ponudnikov; - sprejeta zakonodaja za spremljanje in obdavčitev kabelskih operaterjev, ki v Republiki Sloveniji distribuirajo tuje programe s slovenskimi oglasi; - sprejeta politika na ravni EU za obdavčevanje globalnih korporacij na medijskem področju.

**Deležniki:** MGRT, MJU, EU.

Ker so oglaševalska sredstva (lahko) pomemben vir prihodkov številnih medijev, pri nekaterih pa celo glavni, bi morali temeljna pravila za oglaševanje v tradicionalnih medijih uveljaviti tudi za celotno digitalno okolje.

Pomembno je, da je oglaševalska vsebina jasno ločena od uredniško oblikovane vsebine. Na tem področju sicer obstaja nedorečeno področje promocijskega prikazovanja (»umeščanja«) izdelkov, zlasti na AV področju, denimo v filmih in nadaljevankah, v siceršnje medijske vsebine.

Posebno vprašanje so tuji tematski televizijski programi, ki s slovenskimi ~~podnapisi in~~ oglasi naslavlja slovensko občinstvo, pri čemer pa ti programi ~~ni~~ ne razširjajo slovenskih avdiovizualnih del niti kako drugače ne prispevajo h kulturni raznolikosti v Republiki Sloveniji. Za zagotovitev enakopravnih pogojev delovanja na trgu oziroma za izničenje izgube oglaševalskih sredstev za slovenske izdajatelje bi zato morali poiskati rešitve v smeri, da se zakonsko zaveže slovenske operaterje, ki te tuje programe distribuirajo, da del dobička od svoje dejavnosti namenijo ~~v poseben sklad~~ za financiranje slovenske avdiovizualne AV produkcije, ~~v katerem kot producenti participirajo izdajatelji slovenskih televizijskih programov~~.

Slovenija se (po zgledu in v sodelovanju z drugimi evropskimi državami, najboljše kar enotno kot EU ali celo širše) dogovori z največjimi globalnimi posredniki oglasov, kot sta trenutno zlasti Google in Facebook, da del dobička, ki ga ustvari z oglaševanjem na območju Slovenije, ~~nakazujejo v sklad za medije, iz katerega se med drugim financirajo programi namenijo za financiranje programov iz~~ te medijske strategije.

## **STRATEGIJA RTV SLOVENIJA**

*»Medtem ko glavni televizijski zasloni ostajajo pomembno orodje za izmenjavo avdiovizualnih izkušenj, so mnogi gledalci začeli uporabljati druge, prenosne*

naprave za gledanje avdiovizualnih vsebin. Tradicionalne televizijske vsebine še vedno predstavljajo velik delež povprečnega dnevnega časa gledanja televizije. Vendar so nove vrste vsebin, na primer kratki videi ali vsebine, ki jih ustvarijo uporabniki, vedno pomembnejše, novi udeleženci na trgu, vključno s ponudniki storitev videa na zahtevo in platform za izmenjavo videov, pa so zdaj že uveljavljeni.«

**Predlog Direktive Evropskega parlamenta in Evropskega sveta**  
o spremembi Direktive 2010/13/EU o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev glede na spreminjajoče se tržne razmere.

## **Izhodišča in vizija**

**Radiotelevizija Slovenija (RTV) kot največja medijska hiša ter hkrati največji kulturni javni zavod v skladu z javnim interesom in zakonodajo na področju informiranja in medijev izvaja javno službo na področju informiranja in kulture.**

V skladu s svojim poslanstvom in obveznostmi do vseh državljanek in državljanov Republike Slovenije, slovenskih manjšin v sosednjih državah ter Slovencev po svetu RTV zagotavlja objektivne informacije o vseh pomembnih dogodkih v Republiki Sloveniji in po svetu s posebnim ozirom na svobodo izražanja in pravico uporabnikov zahtevati objektivne informacije o dogodkih.

Skrbi tudi za ustvarjanje in posredovanje kakovostnih in raznolikih izobraževalnih in kulturnih vsebin, še posebej s področij glasbe, avdiovizualnih umetnosti ter radiu in televiziji ustreznih dramskih in sorodnih vsebin. Pri tem RTV posebej skrbi za razvoj in zgledno rabo slovenskega jezika in ustvarjalni dialog z uporabniki (občinstvom).

**RTV posebej skrbi tudi za informiranje in druge vsebine z vseh pomembnih področij družbenega življenja, še posebej s področij gospodarstva, znanosti, ~~izobraževanja~~, zdravstva, socialne politike in socialnega varstva, športa idr.**

RTV je z ustanovitvijo in dosedanjim delovanjem Multimedijskega centra (MMC) začela in bo v prihodnje še stopnjevala digitalno transformacijo svoje dejavnosti in vsebin, tako informativnih kot kulturnih- in izobraževalnih. To je bistvenega pomena za uresničevanje poslanstva javnega servisa, tako zaradi tehnološkega razvoja kot zaradi pričakovanj in celo zahtev uporabnikov, še posebej mladih, ki se pri iskanju in uporabi informativnih in kulturnih vsebin vedno bolj osredotočajo na digitalne ~~kanale~~-platforme.

RTV bo v okviru izvajanja javne službe na področju informiranja, izobraževanja in kulture v enaki meri kot doslej zagotavljala tudi delovanje regionalnih centrov v Mariboru in Kopru ter si v skladu z novimi tehnološkimi možnostmi prizadevala za racionalizacijo in nižje stroške te dejavnosti, ne da bi to pomenilo nižanje ravni kakovosti ali obsega programov teh centrov. RTV bo v prihodnosti na dosedanjih in novih platformah zagotavljala programe za avtohtone narodne skupnosti v Republiki Sloveniji in tudi za zadovoljevanje medijskih potreb slovenske manjšine v sosednjih državah in Slovencev po svetu, informativne programe za tuje javnosti, za senzorno ovirane ter verske skupnosti. RTV ~~bo razvijala~~razvija tudi programe, ki omogočajo sodelovanje in neposredno vključevanje v izobraževalne procese, zlasti na ravni osnovne šole,



in na ta način med drugim aktivno ~~prispevala~~prispeva k izboljševanju medijske pismenosti.

RTV Slovenija ~~bo~~ z vsemi načini distribucije in z vsemi programi ~~razvijala~~razvija in ~~posređevala~~posređuje informativne, kulturne, razvedrilne, športne in druge vsebine v skladu z javnim interesom in potrebami različnih javnosti ter ~~skrbela~~skrbi za razvoj v skladu s tehnološkim razvojem in potrebami uporabnikov.

V delu poslovanja in distribucije, ki ne sodita v javno službo, ~~bo~~ RTV ~~nastopala~~nastopa na trgu, pri tem pa dosledno ~~ločevala~~ločuje financiranje javne službe in tržno dejavnost. Presežke prihodkov s tržnega dela poslovanja ~~bo~~ RTV ~~vlagala~~vlaga v bogatenje programskih vsebin v okviru javne službe, ~~morebitna~~ izguba iz tržnega dela pa se ne sme pokrivati iz virov, ki so namenjeni javni službi.

RTV Slovenija bo tudi v prihodnje že doslej določeni delež sredstev iz RTV prispevka namenjala za sofinanciranje izvirne slovenske produkcije AV del zunaj RTV, ki mora po vseh parametrih ustrezati pogojem za predvajanje v okviru programov RTV v ustreznem programskem času.

Zakon bo RTV Slovenija omogočil tudi koprodukcije s tujimi, zlasti evropskimi javnimi televizijami in radijskimi postajami.

## Obseg javne službe

Javna služba RTV Slovenija, ki se financira iz javnih sredstev, obsega:

- informativne vsebine, ki zadevajo vsa področja življenja v državi in svetu;
- kakovostne kulturne in umetniške vsebine, zlasti izvirni glasbeni, igrani, dokumentarni ~~in~~ itd. program (pomemben del v lastni produkciji) ter kritično refleksijo vseh področij kulture v Republiki Sloveniji in širše;
- izobraževalne programe in vsebine s področja znanosti ter aktivno sodelovanje z izobraževalnim sistemom;
- ~~produkcije~~produkcija in ~~distribucije~~distribucija informativnih, kulturnih in razvedrilnih vsebin ~~programov~~ za mladino in otroke (tudi kot del prizadevanj za izboljšanje medijske pismenosti);
- predvajanje z zakonom določenih kvot slovenskih in evropskih AV in glasbenih del;
- prenose sej državnega zbora, državnega sveta, pristojnih delovnih organov in pomembnejših organov EU ter informacije o dogajanju v vseh teh organih;
- posebej oblikovane vsebine in programe za slovenske manjšine v sosednjih državah in Slovence po svetu;
- posebej oblikovane vsebine in programe za avtohtone narodne skupnosti;

- posebej oblikovane vsebine in programe za druge manjšine in senzorne invalide v Republiki Sloveniji; - kakovostne razvedrilne vsebine;  
~~kakovostne razvedrilne vsebine;~~
- pomembnejše športne vsebine;
- ustvarjanje, ~~produkcije~~produkcija in arhiviranje prej navedenih vsebin;
- sodelovanje s slovenskimi producenti pri produkciji prej navedenih vsebin;
- posredovanje navedenih vsebin v okviru uredniško oblikovanih programov ali na zahtevo;
- storitev oddajnikov in zvez.

Vsebine so organizirane na način posameznih programov in programskih sklopov ob upoštevanju razvoja tehnologij in večinskega vira financiranja. Zakon bo podrobneje opredelil minimalni obseg ~~teh~~ vsebin v javnem interesu v programih RTV, ne glede na to pa RTV zlasti na področju kulture, znanosti ter izobraževanja skrbi za razvoj vsebin in formatov, s katerimi ta področja predstavlja in približuje širši javnosti.

RTV v okviru javne službe in ne glede na način distribucije ali tehnološko platformo distribucije posveča posebno skrb lastni produkciji kulturnih vsebin in v ta namen omogoča delovanje in kakovostno rast simfoničnega orkestra RTV in drugih glasbenih zasedb, produkcijo novih skladb različnih glasbenih žanrov ter lastno avdiovizualno, dramsko, publicistično in drugo izvirno produkcijo.

Vprašanje obsega, ~~ki ne sme biti manjši od dosedanjega,~~ in meril kakovosti javne službe se podrobneje uredi z zakonom.

Javna služba se financira z RTV prispevkom, ki se redno usklajuje z inflacijo, ter s proračunskimi sredstvi za posebne, z zakonom določene dodatne naloge ~~-~~ in iz tržne dejavnosti, zato bi bilo oddaje oziroma celovite programske enote (filme, reportaže, epizode nadaljevanj, intervjujev, pogovornih oddaj ipd.) iz okvira javne službe nedostojno prekinjati z oglasi in podobnimi sporočili.

Program RTV Slovenija in programsko shemo za vsako leto vsak zase potrjujeta programski svet in nadzorni svet RTV Slovenija; smiselno bi bilo, da sveta program in programsko shemo obravnavata in potrjujeta na skupni seji in čim bolj usklajeno, tako z vsebinskega kakor tudi s finančnega vidika, čeprav je edino primerno, da oba dokumenta podpre večina v vsakem od obeh svetov.

## Strateški cilji RTV Slovenija

### 1. Depolitizacija ter reorganizacija upravljanja in vodenja RTV Slovenija

#### Ukrepi:

- sprememba sestave programskega sveta in načina imenovanja članov;
- sprememba sestave in načina imenovanja članov nadzornega sveta; - zakonska ureditev strokovne avtonomije uredništev in mandatov odgovornih urednikov;

- ~~zakonska ureditev strokovne avtonomije uredništev in mandatov odgovornih urednikov, ki niso vezani na mandat generalnega direktorja;~~
- ~~ureditev podrobnejših vprašanj strokovne avtonomije uredništev in novinarjev z internimi akti RTV;~~
- ~~(varianta: uvedba dvočlanske uprave s poslovnim direktorjem, ki ga imenuje nadzorni svet, ter programskim, ki ga imenuje programski svet).~~

#### **Kazalniki:**

- zmanjšanje števila pritožb na račun pristranskosti;
- stopnja zadovoljstva posameznih javnosti z uresničevanjem javnega interesa - raziskava vsaki dve leti po uveljavitvi Strategije;
- raven urejenosti strokovne avtonomije uredništev in novinarjev z internimi akti RTV.

#### **Drugi deležniki:** RTV SLO, DZ.

Glede na rezultate javnih razprav, ki jih je Ministrstvo za kulturo organiziralo konec leta 2015 in v začetku leta 2016, ter glede na raziskavo o odnosu uporabnikov medijev, je ena glavnih nalog te strategije depolitizacija programskega sveta. Nesporno pa je tudi dejstvo, da mora Republika Slovenija kot ustanoviteljica RTV Slovenija imeti določen vpliv nad izvajanjem javne službe - a ne tako, da bi bil preko političnih stališč in ~~nadzorov~~nadzora ta vpliv zaznaven v vsebinah RTV Slovenija, temveč predvsem z vidika nadzora nad poslovanjem RTV.

V skladu z navedenim se je MK oprlo na predlog strokovne komisije za pomoč pri pripravi medijske zakonodaje: zmanjšanje števila članov programskega sveta ter omejitev vpliva države (in s tem politike) kot ustanoviteljice na izključno poslovno in strateško delovanje javnega zavoda preko nadzornega sveta.

#### **Programski svet**

Pristojnosti programskega sveta so: oblikovanje in sprejemanje programske politike RTV, sodelovanje pri snovanju strategij razvoja programskih vsebin v okviru javne službe RTV Slovenija in v okviru tržne dejavnosti RTV, ki mora predstavljati dodatni vir sredstev za podporo javni službi, nadzor nad uresničevanjem teh strategij in uresničevanjem vsebin v obsegu javne službe in razprave o kakovosti ter predlogi za izboljšanje programskega dela v smislu izpolnjevanja ali izboljšanja javne službe.

Programski svet spremlja tudi kakovost vsebin in razpravlja o potrebi in načinih za izboljšanje ter za uravnoteženje programskega dela. Programski svet posebej bdi nad uravnoteženostjo programov, spremlja kakovost posameznih programov in sodeluje z varuhom ~~gledalcev~~, poslušalcev, gledalcev in uporabnikov drugih platform za distribucijo programskih vsebin.

Zakon bo opredelil pristojnosti in način imenovanja varuha.

Programski svet se glede na dosedanjo sestavo zmanjša, sestavljajo ga ugledni strokovnjaki na področju medijev, izobraževanja, kulture, umetnosti, znanosti ter varstva človekovih pravic. Člane predlagajo predstavniki ustvarjalcev programskih vsebin, civilna družba, novinarske organizacije, avtohtone narodne skupnosti in predstavniki senzornih invalidov.

Člane programskega sveta neposredno imenujejo organizacije ali koordinacije organizacij, ki imajo pravico biti zastopane v programskem svetu (vsaka svojega predstavnika). Imenovanje članov je torej v pristojnosti organizacij, ki bodo zastopane v programskem svetu. Predstavnike v programskem svetu imenujejo:, ~~in ne več Državnega zbora.~~

~~Predstavnike v programskem svetu imenujejo:~~

~~novinarske organizacije v RS, 1 član;~~

~~(varianta: novinarske organizacije v RS, 2 člana);~~

-Slovenska akademija znanosti in umetnosti, 1 član;

-organizacija gluhih in naglušnih, 1 član;

-organizacija slepih in slabovidnih, 1 član;

-nevladne organizacije, 1 član;

-varuh človekovih pravic, 1 član;

-avtohtona italijanska narodnostna skupnost v RS, 1 član;

-avtohtona madžarska narodnostna skupnost v RS, 1 član; ~~avtohtona romska narodnostna skupnost v RS, 1 član;~~

-predstavniki verskih skupnosti, 1 član;

-predstavniki združenj ustvarjalcev - DSP, 1 član;

-predstavniki združenj ustvarjalcev - ZDUS, 1 član;

-predstavniki združenj ustvarjalcev - organizacije slovenskih glasbenikov, 1 član;

~~združenja AV producentov, 1 član;~~

~~aktiva ravnateljev OŠ~~ predstavniki združenj s področja filma in srednjih šol AV produkcije, 1 član;

-združenja občin, 1 član;

-zaposleni na RTV Slovenija, 2 člana.

~~Mandat članov traja pet let.~~

## **Nadzorni svet**

Nadzorni svet nadzira delo uprave, smotrnost in zakonitost porabe javnih in tržno pridobljenih sredstev ter njihovo uporabo za zagotavljanje javne službe in uspešnost uprave glede doseganja zastavljenih ciljev RTV Slovenija.

Zastavljeni cilji so del pogodbe o zaposlitvi generalnega direktorja in članov uprave.

~~Zastavljeni cilji so del pogodbe o zaposlitvi generalnega (varianta: poslovnega direktorja) direktorja in članov uprave.~~

Nadzorni svet ima poleg pristojnosti predlaganja generalnega ~~(poslovnega)~~ direktorja pristojnost dostop do ~~pregleda~~ vse dokumentacije RTV Slovenija.

Nadzorni svet posveča posebno skrb ustrezni porabi sredstev, pridobljenih s tržno dejavnostjo RTV.

Nadzorni svet RTV ima pet članov, po enega imenujejo:

- zaposleni na RTV Slovenija,
- ministrstvo, pristojno za medije (predstavnik ustanovitelja in sofinancerja),
- Državni zbor RS (predstavnik javnosti),

- Gospodarska zbornica Slovenije (strokovnjak za finančno poslovanje in korporativno upravljanje in nadzor le-tega),
- Rektorska konferenca (strokovnjak za medijsko področje oz. za vprašanja uresničevanja javnega interesa).

Mandat članov traja pet let.

### Generalni direktor

Generalnega direktorja imenuje nadzorni svet. Pred imenovanjem pridobi stališče programskega sveta o kandidatu, ki ga namerava imenovati.

~~(Varianta: uvedba dvočlanske uprave s poslovnim direktorjem, ki ga imenuje nadzorni svet, ter programskim, ki ga imenuje programski svet.)~~  
Generalni direktor takoj po prevzemu dolžnosti imenuje svojega namestnika, pristojnega za program oziroma za poslovanje RTV Slovenija.

### Uprava

~~Morebitne druge~~ člane uprave izbere in imenuje generalni direktor, ~~ustrezati pa morajo formalnim pogojem za imenovanje.~~ Mandat članov uprave je vezan na mandat generalnega direktorja. Generalni direktor je odgovoren za delo uprave. Pred imenovanjem članov uprave generalni direktor pridobi mnenje programskega in nadzornega sveta o kandidatih, ki jih namerava imenovati.

### Odgovorni uredniki

~~Enako kot člane uprave,~~ Generalni direktor imenuje tudi odgovorne urednike, pri čemer pred imenovanjem posameznega odgovornega urednika pridobi stališče novinarskega kolektiva oziroma članov uredništva o kandidatu, ~~ki ga namerava imenovati.~~ Mandat odgovornih urednikov je pet let in ni vezan na mandat generalnega direktorja.

~~(Varianta:  
Kolikor bo sprejeta odločitev za dvočlansko upravo, bo potrebno z zakonom urediti postopke usklajevanja odločitev ter razmejitev pristojnosti poslovnega in programskega direktorja; med drugim tudi vprašanje imenovanj morebitnih pomočnikov poslovnega direktorja glede na stopnjo samostojnosti posameznih enot RTV ter odgovornih urednikov, ki jih bo v tem primeru imenoval programski direktor.)~~

V času javne razprave in dodatnih razprav o osnutku in delovnih verzijah osnutka strategije je bil resno obravnavan tudi predlog, posredovan iz vodstva RTV, v skladu s katerim naj bi strategija in nato zakon določila, da bo RTV Slovenija v prihodnje vodila dvočlanska uprava (poslovni in programski direktor). Vendar je bilo slišati tudi številne pomisleke in tudi utemeljene ugovore zoper takšno rešitev.

Predlagatelj se je naposled odločil za, po njegovem mnenju, smiselno kompromisno rešitev, v skladu s katero nadzorni svet imenuje generalnega direktorja in pri tem upošteva stališče programskega sveta o kandidatu, ki ga misli predlagati. Generalni direktor nato imenuje svojega namestnika,

pristojnega za vprašanja programa oziroma za vprašanja poslovanja glede na to, za katero področje je sam bolj usposobljen oziroma mu namerava sam posvečati več pozornosti.

## **2. Reorganizacija in delovanje RTV v skladu z javnim interesom in razvojem sodobne medijske krajine**

### **Ukrepi:**

- kot enakovreden tretji kanal oziroma način distribucije informativnih vsebin v okviru javne službe se poleg radia in televizije vzpostavi digitalna platforma kot samostojni komunikacijski kanal (~~»center informativnih vsebin«~~) za distribucijo platformi primerno oblikovanih informativnih vsebin, ki omogoča nenehno sprotno informiranje o dogajanju v RS in svetu;
- sistem razporejanja, oblikovanja in distribucije vsebin se prilagodi potrebam uporabnikov, tj. javnemu interesu, in specifikam platform (radio, televizija, digitalna platforma), kar (lahko) pomeni tudi prehod na skupna področna uredništva, ki so neodvisna od tehnologije/platform; - vzpostavitev tematskih programov.

### **Kazalniki:**

- sprememba aktov RTV Slovenija, med drugim tudi smiselno preimenovanje in repozicioniranje MMC RTV, ki ga (po podatkih iz raziskave) številni uporabniki ne prepoznavajo kot del javne RTV;
- stopnja zadovoljstva javnosti z vsebinami v javnem interesu na posameznih platformah (glede na raziskavo iz 2016) - na osnovi raziskave vsaki dve leti po uveljavitvi Strategije;
- ocene strokovne javnosti v zvezi z doseganjem profesionalnih standardov v okviru posameznih platform oz. formatov;
- uspešnost tematskih programov, ki se v določeni meri financirajo tudi iz lastnih prihodkov (oglaševanje, vsebine na zahtevo) - na osnovi raziskave vsaki dve leti po uveljavitvi Strategije.

**Drugi deležniki:** RTV SLO, novinarske organizacije, FDV.

RTV Slovenija mora tudi in predvsem v javnem interesu slediti tehnološkemu razvoju na področju priprave in razširjanja programov.

Programi in storitve RTV Slovenija morajo omogočati širok nabor vsebin, ki zagotavljajo temeljno poslanstvo RTV Slovenija, ki je v zagotavljanju demokratičnih, socialnih in kulturnih potreb prebivalcev Republike Slovenije. RTV Slovenija zato poleg »splošnih« programov pripravlja in oddaja tudi posebne tematske programe, s katerimi se približa potrebam in željam specifičnih skupin gledalcev in poslušalcev ter različnih generacij.

## **3. Opredelitev pomena in obsega kulturnih in izobraževalnih programov v javnem interesu na vseh platformah**

### **Ukrepi:**

- RTV Slovenija v sodelovanju z Nacionalnim svetom za kulturo v 6 mesecih po sprejetju te Strategije pripravi široko zasnovano razpravo in v nadaljevanju

študijo o uresničevanju javnega interesa za kulturo v okviru RTV, o nujnih sestavinah kulturnih programov RTV in potrebnih resursih;

- RTV Slovenija v sodelovanju z MIZŠ in Zavodom RS za šolstvo v 6 mesecih po sprejetju te Strategije pripravi študijo o možnostih sodelovanja med RTV in šolskim sistemom ter nalogah RTV na področju izobraževanja in potrebnih resursih;
- usklajeni predlogi se na ustrezen način vključijo v strategijo in delovni program RTV ter v potrebnem obsegu v novi *Zakon o RTV Slovenija*;
- prilagoditev izobraževalnih programov na RTV Slovenija in po potrebi na AGRFT in drugih ustreznih ustanovah.

#### **Kazalniki:**

- ustrezen delež vseh vrst kulturnih vsebin v javnem interesu na RTV Slovenija, smiselno porazdeljenih po vseh platformah;
- ustrezen delež vseh vrst izobraževalnih vsebin v javnem interesu na RTV Slovenija, smiselno porazdeljenih po vseh platformah;
- stopnja zadovoljstva javnosti s kulturnimi in izobraževalnimi vsebinami na vseh platformah RTV Slovenija - na osnovi raziskave vsaki dve leti po uveljavitvi Strategije.

**Drugi deležniki:** RTV SLO, NSK, MIZŠ, Zavod za šolstvo, SFC, AGRFT.

RTV Slovenija je po vrsti kazalnikov največja kulturna ustanova v državi (predvsem na področju glasbe in AV produkcije), glede na svoj potencial in dogajanje v medijski krajini pa to lahko postane še v večji meri. Smiselno je razmišljati o tesnejših povezavah s SFC in drugimi deležniki ter o številnih možnostih za posredovanje kulturnih vsebin v javnem interesu, ki jih ponujajo nove medijske platforme.

V javnem interesu je nedvomno, da se RTV še bolj dejavno loti AV produkcije, kjer je v preteklosti že dosegala vidne uspehe, tudi v sodelovanju z drugimi producenti. Glede na svoje potenciale in vlogo bi lahko osrednja kulturna ustanova mesečnopogosteje npr. predvajala vsaj eno premiero dolgometražnega AV izdelka (pomemben del v lastni produkciji) in tudi več žanrsko različnih izvernih nanizank ali nadaljevanj. Takšna produkcija bi zagotavljala tudi kakovostno rast ustreznih kadrov od piscev, režiserjev in igralcev do tehničnih poklicev. Enako velja za mediju primerne radijske umetniške vsebine.

Z racionalizacijo, ki jo omogoča tehnološki razvoj, in optimizacijo poslovanja ter na druge načine je mogoče zagotoviti tudi več sredstev za tovrstne programe, saj gre nedvomno za dejavnost v javnem interesu. Takšen pristop omogoča tudi zagotavljanje predpisane kvote slovenskih in evropskih AV del. Tudi drugim vrstam umetnosti mora RTV Slovenija v javnem interesu posvečati zadostno in predvsem sistematično pozornost, prav tako pa tudi refleksiji sočasne umetniške produkcije in stanju kulturne dediščine. Pri tem je seveda pomembno, da so tovrstne vsebine umeščene v solidno gledane programske termine, pripravljene po sodobnih produkcijskih standardih in namenjene sorazmerno širokemu krogu gledalcev. Možna je tudi vzpostavitev tematskega kulturno-umetniškega televizijskega programa, a tudi na osrednjih kanalih in v najbolj gledanih terminih je potrebno zagotoviti določeno količino (seveda programski umestitvi primernih) kulturnih vsebin.

Izobraževalne vsebine je prav tako še mogoče pomembno nadgraditi in povečati njihov obseg, pri čemer gre za dvojno poslanstvo: poleg atraktivnega posredovanja določenih učnih vsebin so izobraževalne vsebine dodatno namenjene medijskemu opismenjevanju, tudi in še posebej na digitalnih platformah. Doslej ne dovolj izkoriščen je tudi potencial RTV pri izvajanju izobraževalnih programov v okviru šolskega sistema.

V ta namen je zelo pomembno povezovanje z MIZŠ in strokovnimi ustanovami s tega področja ter s šolskim sistemom in z ustvarjalci, ki morajo poskrbeti, da so vsebine oblikovane na sodoben in atraktiven način.



#### 4. Izpolnjevanje zavez o vsebinah in dostopnosti za avtohtone italijansko, madžarsko-~~in~~, romsko narodnost in druge etnične skupine ~~ter~~in za senzorne invalide, optimiziranih glede na nove platforme

##### Ukrepi:

- ustrezna oblika racionalizacije in reorganizacije uredništev in produkcijskih enot RTV Slovenija, ne da bi to kakorkoli vplivalo na obseg in kakovost programov, tudi programov za avtohtone manjšine, glede na tehnološki razvoj in nove tehnološke možnosti;
- razširitev njihovega področja dela na poročanje o dogajanju v sosednjih državah ter v zvezi s tem okrepljeno sodelovanje z uredništvom informativnega programa, ne glede na platformo;
- znakovni jezik postane uradni jezik RTV Slovenija, zato se zagotovi tolmačenje oziroma prevod določene količine vsebin, ne glede na izvorno platformo - prevod pa upošteva ranljivi skupini najbolj dostopno platformo;
- povečevanje deleža vsebin s tolmačenjem oz. drugimi ustreznimi prilagoditvami za ranljive skupine; - možnost tematskega programa za ranljive skupine kot pilotski projekt uvajanja tematskih kanalov;
- okrepljeno sodelovanje z »infrastrukturo« ranljivih skupin, zlasti z izobraževalnimi ustanovami in prostovoljskimi društvi.

##### Kazalniki:

- povečana količina vsebin s področja avtohtonih narodnosti tudi na novih platformah glede na stanje leta 2016;
- povečana količina vsebin iz manjšinskega okolja in sosednjih držav v okviru informativnih programov, ne glede na platformo, glede na stanje leta 2016;
- obseg prevedenih oz. opisanih vsebin za ranljive skupine, ki se postopoma povečuje: ciljna vrednost je vsakoletno povečanje vsebin javne službe za 3 %, ne glede na platformo, glede na stanje leta 2016.

**Drugi deležniki:** RTV SLO, javni mediji sosednjih držav, MIZŠ, MDDSZ.

Javni servis za avtohtone narodne skupnosti je doslej deloval zelo dobro, pomembno pa je zagotoviti, da enako ostane tudi z uveljavljanjem novih platform. Tozadevna reorganizacija RTV Slovenija je priložnost tudi za optimiziranje delovanja manjšinskih redakcij za pokrivanje informativnih vsebin v javnem interesu iz sosednjih držav, saj s tem lahko pomembno obogatijo poročanje tudi za slovensko javnost. RTV je že doslej izvajala tudi radijski program za romsko skupnost in prav je, da tudi v prihodnje zagotovi ustrezne programske vsebine, namenjene romski skupnosti, v vseh treh načinih distribucije. Enako velja za programske vsebine, namenjene drugim manjšinam, ki živijo v Sloveniji.

Nove platforme so priložnost ~~tudi~~ za obogatitev vsebin za senzorne invalide, pri čemer ~~pa~~ je treba še vedno skrbeti tudi za prilagajanje vsebin na radiu in televiziji.

Uvedba tematskih kanalov je v primeru senzornih invalidov še posebej v javnem interesu, zato velja k temu projektu pristopiti prednostno in izkušnje nato uporabiti pri uvajanju drugih tematskih kanalov. V zvezi s kadri se velja

tesneje povezati z izobraževalnimi ustanovami in društvi, ki povezujejo senzorne invalide in njihove svojce.

## **5. Dosledno in ustrezno zadovoljevanje potreb vseh prebivalcev po objektivni informiranosti in drugih programskih vsebinah RTV Slovenija na vseh območjih Slovenije, kakor tudi Slovencev v zamejstvu in po svetu**

### **Ukrepi:**

- v programsko produkcijskih načrtih RTV Slovenija zagotoviti, da so v tedenskem intervalu vsa področja Republike Slovenije in zamejstva ustrezno predstavljena v programih RTV;
- razširitev programskega časa in prostora za lokalne tematike, po potrebi tudi s tematskim programom, neodvisno od platforme;
- sodelovanje RTV z lokalnimi mediji v okviru pridobivanja informativnih vsebin lokalnega izvora;
- zadostno število dopisniških mest (oziroma ~~drugih~~drugi ustreznih virov) za informacije o življenju Slovencev po svetu, vključno z morebitnim tematskim programom, neodvisno od platforme.

### **Kazalniki:**

- rast števila in obsega lokalnih vsebin in informacij iz zamejstva ter o Slovincih po svetu, ne glede na platformo, glede na leto 2016;
- stopnja zadovoljstva uporabnikov v zvezi s poročanjem o lokalnem dogajanju - na osnovi raziskave vsaki dve leti po uveljavitvi Strategije;
- izboljševanje sodelovanja s slovenskimi manjšinami v sosednjih državah in Slovenci po svetu - test zadovoljstva ob vsakoletnih srečanjih s predstavniki Slovencev v diaspori in vključevanje manjšin v sosednjih državah v raziskavo vsaki dve leti.

**Drugi deležniki:** RTV SLO, UVSZS.

Na javnih razpravah po statističnih regijah je bila pogosta opazka, da so lokalna območja izredno slabo pokrita z dopisniki RTV Slovenija oziroma da - kot so se plastično izrazili prebivalci posameznih lokalnih območij - novica iz njihovih krajev pride na nacionalni nivo samo, »če kakšen športnik iz teh krajev zmaga ali če koga umorijo.« Po drugi strani pa je v trenutnem sistemu enostavno nemogoče, da bi RTV lahko vsakodnevno poročal prav iz vseh krajev Slovenije, saj za to ni dovolj programskih kapacitet.

Zato je javni interes na področju vsebinskega dela RTV Slovenija in znotraj definicije javne službe (v delu informativnih vsebin) enakopravno in celovito pokrivanje vseh lokalnih območij v Republiki Sloveniji, kakor tudi območij, kjer živijo slovenske manjšine (v to je treba vključiti tudi informacije o Slovincih po svetu).

Te vsebine lahko na pomemben način pomenijo tudi spodbude za poslovne priložnosti v Sloveniji ali po svetu, zato velja tudi v tej smeri razmišljati o ~~ustrezni zasedbi~~ustreznizasedbi uredništev.

Obstaja tudi možnost povezovanja z lokalnimi mediji - a to ne bi smelo vplivati na pluralnost poročanja s posameznih območij. Ta možnost je zato bolj izhod v sili.

## **SPREMLJANJE URESNIČEVANJA STRATEGIJE**

Direktorat za medije na Ministrstvu za kulturo bo sproti spremljal in vrednotil uresničevanje Strategije, tako v neposrednih stikih z mediji kakor tudi s spremljanjem odmevov na dogajanje na področju medijev v javnosti.

Ministrstvo za kulturo bo vsaki dve leti v začetku leta naročilo raziskavo, izvedeno na območju celotne Slovenije in na območjih, kjer živijo slovenske manjšine v sosednjih državah, s katero bo ugotavljalo raven zadovoljstva uporabnikov z mediji in vse druge pokazatelje, kot jih je ugotavljala raziskava iz leta 2016, in kot jih narekujejo kazalniki, navedeni ob posameznih ukrepih v Strategiji.

Ministrstvo za kulturo bo vsaki dve leti, po pridobljenih rezultatih raziskav iz prejšnjega odstavka, pripravilo *Poročilo o uresničevanju Strategije* za Vlado RS in *Poročilo* na njegovo željo predstavilo tudi Odboru Državnega zbora za kulturo in na njegovo željo tudi Državnemu svetu RS. Poročilo bo predložilo v obravnavo tudi Nacionalnemu svetu za kulturo.