STRATEGIJA RAZVOJA MEDIJEV V REPUBLIKI SLOVENIJI DO LETA 2024

Verzija 1.0

Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije
junij 2016

UVOD **3**
Strokovna in neodvisna komisija 3
Javne razprave 3
Raziskava odnosa uporabnikov do medijev 4
POGLAVITNI CILJI **6**
VIZIJA (javni interes) **7**
STRATEGIJA **8**
Perspektiva uporabnikov **8**
Kritično razumevanje in sprejemanje medijskih vsebin 8
Cirkulacija slovenskih in evropskih kvalitetnih AV del 8
Soudeležba uporabnikov pri soustvarjanju programskih vsebin 8
Informiranje za lokalna okolja in o njih 8
Presoja verodostojnosti informacij (pri neodvisnem organu) 9
Perspektiva medijev **10**
Definicija medija 10
Socialna varnost novinarjev 10
Novi poslovni modeli za tiskane medije 11
Spoštovanje visokih novinarskih standardov 12
Spodbujanje kulturnih in ustvarjalnih vsebin 12
Odgovorno lastništvo in pogoji za razvoj trga 13
Finančna perspektiva **15**
Nova pravila oglaševanje v medijih 15
Perspektiva novinarjev ter rasti in razvoja medijev **17**
Samoregulacija 17
Usposobljenost novinarjev in urednikov 17
Raziskovalno novinarstvo 18
Spoštovanje intelektualne lastnine 18
Medijska pismenost 19
Tematski kanali 19
STRATEGIJA RADIOTELEVIZIJE SLOVENIJA DO LETA 2024 ..... **20**
VIZIJA RTV Slovenija (javni interes) **21**
STRATEGIJA **22**

Perspektiva RTV (struktura in delovanje) 22
Obseg javne službe 22
Organiziranost RTV Slovenija 22
Generalni direktor 23
Uprava 23
Strokovni (doslej programski) svet 23
Nadzorni svet 24
Odgovorni uredniki 25
Perspektiva uporabnika 26
Najvišja kvaliteta prejetih celovitih informacij 26
Logična razporeditev programskih vsebin in konstantnost 26
Informacija takoj na vseh kanalih 26
Enakopravnosti in celovitost pokrivanja dogodkov v RS 26
Finančna perspektiva 28
RTV prispevek 28
Transparentnost poslovanja 28
Dolgoročno načrtovanje 29
Perspektiva rasti znanja in razvoja 30
Visok profesionalni vstopni prag za novinarje 30
Konstantno izobraževanje 30
Novinarji 30
Odgovorni uredniki 30
Prilagajanje novim tehnologijam in zahtevam uporabnikov 31

Opomba: Besedilo še ni lektorirano (lektorirana bo končna verzija)

UVOD

Ministrstvo za kulturo je celoten postopek sprejemanja strategije na področju medijev izvedlo »od spodaj navzgor«, torej od uporabnika do strategije (oziroma na tej podlagi sprejete nove, sodobne zakonodaje) ter ob upoštevanju strokovnosti in nevmešavanju politike v postopek sprejemanja.

Strokovna in neodvisna komisija

V ta namen je bila dne 2. 9. 2015 imenovana strokovna komisija za pomoč ministrstvu pri pripravi zakonodaje, ki so jo sestavljali ugledni strokovnjaki s področja medijev oz. medijskega prava. To so Barbara Verdnik (predsednica), dr. Sandra Bašič Hrvatin, dr. Nataša Pirc Musar, dr. Jure Strojan in Darja Groznik. Strokovna komisija je na podlagi javnih razprav (glej več spodaj), pridobljenih podatkov ter kvantitativne in kvalitativne analize medijev v Republiki Sloveniji (glej več spodaj) pripravila tudi osnutek besedila strategije, ki ga je nato ministrstvo uporabilo v končnem besedilu.

Javne razprave

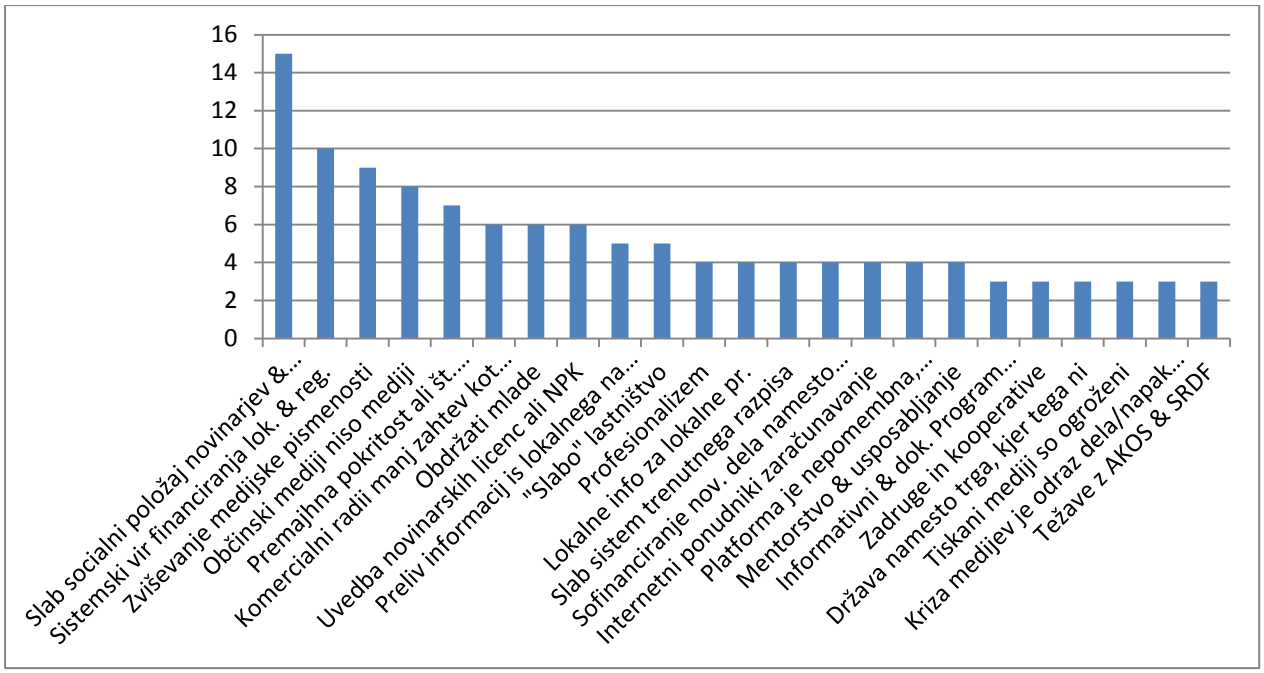
Ministrstvo za kulturo je skupaj s strokovno komisijo v vseh dvanajstih statističnih regijah v Republiki Sloveniji pripravilo javne razprave z glavno temo ugotoviti, kaj je javni interes na področju medijev, poleg tega pa so se posamezne javne razprave nanašale še na posamezna področja delovanja ter položaja medijev in novinarjev v Republiki Sloveniji. Ministrstvo za kulturo je na javne razprave vabilo najširšo strokovno in laično javnost.

Tabela 1: Seznam izvedenih javnih razprav s temami

Datum	**Statistična regija (kraj)**	**Naslov javne razprave**
8. 12. 2015	Obalno-kraška (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 RD 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	Posavska (Krško)	*Javni interes na lokalni ravni in kako mediji zadovoljujejo komunikacijske potrebe lokalnega prebivalstva?*
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. Kakšna je pri tem vloga medijev, države, šole in drugih deležnikov? Imajo klasični mediji in novinarstvo prihodnost? Vizija 2030?*
12. 4. 2016	Osrednjeslovenska (Ljubljana)	*Predstavitev rezultatov javnih razprav in pripombe nanje.*

Povzetki javnih razprav so razvidni iz priloge te strategije[1], najpogosteje izpostavljeni poudarki pa so razvidni iz naslednje tabele[2]:

Tabela 2: Najpogosteje omenjene teme na javnih razpravah



Raziskava odnosa uporabnikov do medijev

Ministrstvo za kulturo je želelo ugotoviti kakšne so medijske potrebe ljudi in ne samo kje in kako delujejo mediji, zato je po postopku oddaje evidenčnih naročil, pri izvajalcu Valicon Ljubljana, naročilo raziskavo, katere namen je bil pridobitev podatkov o tem, kako ljudje ocenjujejo delovanje slovenskih medijev[3].

Cilji oziroma izhodišča so bili kaj je tisto na področju medijev (katere vsebine, kateri tip medijev in katere medijske prakse) kar ljudje definirajo kot pomembne za njihovo informiranje o dogodkih doma in po svetu. Pri tem nas ni zanimala branost, gledanost ali poslušanost posameznih medijev ampak odnos ljudi do tega kar imajo na razpolago na medijskem trgu in kaj je tisto kar po njihovem mnenju primanjkuje. Zanimalo nas je tudi na kakšen način ljudje ocenjujejo verodostojnost medijev, ali jim zaupajo, kje dobijo informacije na temelju katerih oblikujejo svoja stališča do pomembnih družbenih vprašanj, katere so tiste vsebine, ki po njihovem mnenju primanjkujejo in bi si jih želeli imeti, kakšen pomen imajo lokalni mediji, kje dobijo informacije o dogajanju v lokalnem okolju, kakšna je vloga socialnih medijev in družbenih omrežij pri pridobivanju informacij, v kolikšni meri uporabljajo te medije in sami ustvarjajo vsebine, kako dostopajo do medijskih vsebin, kako ocenjujejo raven komunikacije na spletnih forumih, ali so kdaj aktivno posegali po zagotovljenih pravicah do odgovora in popravka. Poseben sklop je moral biti

[1] Glej tudi: Povzetki javnih razprav o medijski strategiji (april 2016).
[2] Tabelo je potrebno brati zgolj kot napotilo oz. približen pokazatelj – za natančnejše rezultate je nujno treba upoštevati tudi posamezne izjave udeležencev javnih razprav.
[3] Glej tudi: Valicon (april 2016), »Raziskava odnosa do medijev«, Ljubljana, Valicon.

namenjen tudi vlogi javnega servisa RTV Slovenija, oziroma v kolikšni meri ta medij s svojimi programi opravlja funkcijo osrednje medijske institucije zadolžene za varovanje javnega interesa na področju medijev.

Izveden je bil kvalitativni del raziskave, kjer je bila uporabljena kombinirana metoda CAWI (spletna anketa) in CAPI (terenska anketa) na velikosti vzorca: n=1001, rezultati pa so bili uteženi in reprezentativni po naslednjih spremenljivkah: kombinacija spol in starost, regija in tip naselja, izobrazba. V kvalitativnem delu so bili zbrani podatki na osnovi poglobljene diskusije - fokusnih skupin v središčih treh glavnih slovenskih pokrajin, zaradi kulturnih razlik v treh pokrajinah (Ljubljana, Koper, Maribor) pri tem, da sta bili dve skupini v vsakem mestu, zaradi širokega starostnega razpona in značilnih razlik v uporabi medijev med mlajšo in starejšo populacijo.

Ključni rezultati kvantitativne in kvalitativne raziskave so bili predstavljeni na zaključni javni razpravi o medijski strategiji, ki je potekala v mesecu aprilu v Ljubljani, celotno poročilo raziskave pa je objavljeno tudi na spletnih straneh ministrstva za kulturo.

POGLAVITNI CILJI

Ministrstvo za kulturo s to strategijo prvenstveno uresničuje naloge, ki jih nalaga Nacionalni program za kulturo 2014-2017.

V okviru nacionalnega programa, analize stanja ter rezultatov javnih razprav pa Ministrstvo za kulturo s to strategijo postavlja pogoje za dosego naslednjih ciljev:

na osnovi opredelitve javnega interesa v zvezi z medijskimi vsebinami in vlogo medijev, pomembnih za slovensko okolje in družbo ter nove definicije medija, ki je tehnološko nevtralna in bo dokončno dorečena z zakonom:

1. vzpostaviti sistem, ki bo omogočal in dajal prednost samoregulaciji medijev, njihovi neodvisnosti in raziskovalnemu novinarstvu;
2. vzpostaviti sistem za striktno spoštovanje intelektualne lastnine (predvsem avtorske in sorodnih pravic) v medijih;
3. vsem prebivalcem v Republiki Sloveniji omogočiti enakomerno in enakopravno zastopanje njihovih območij v medijih, in sicer tako z vidika medijskega pokrivanja teh območij, kakor tudi sprejemanja informacij s teh območij;
4. z namenom zaščite slovenskega jezika zagotoviti predvajanje slovenskih (zaradi zahtev EU tudi evropskih) avdiovizualnih del;
5. izboljšati socialni status novinarjev;
6. uveljaviti spoštovanje in udejanjanje visokih novinarskih standardov;
7. zagotoviti sistem za transparentno, pregledno in odgovorno lastništvo lastnikov medijev;
8. ustvariti sistem in okolje za konstantno medijsko opismenjevanje in vzgojo, z namenom kritičnega razumevanja in sprejemanja medijskih vsebin;
9. zagotavljati in spodbujati deficitarne, kulturne in ustvarjalne vsebine v medijih;
10. uvedba novih poslovnih modelov za medije, predvsem tiskane – zagotoviti pogoje za obstoj teh medijev;
11. odpraviti anomalije v oglaševanju, s čim manjšimi posegi v to področje;
12. uvesti možnost tematskih kanalov.

RTV Slovenija:

1. zagotoviti depolitizacijo programskega sveta RTV Slovenija in preprečiti vplivanje politike, gospodarstva in oglaševanja na programske vsebine;
2. javnemu zavodu omogočiti še dodaten dvig kvalitete podajanja informacij in kulturnih programov;
3. javni zavod narediti učinkovitejši, kvalitetnejši in prijaznejši do njegovih uporabnikov;
4. omogočiti sodelovanje med RTV in regionalnimi / lokalnimi mediji.
5. zagotoviti transparentnost poslovanja in omogočiti dolgoročno načrtovanje;
6. prilagoditi plačevanje RTV prispevka glede na razvoj tehnologije.

VIZIJA (javni interes)

Medijska krajina leta 2024 je pluralizirana, prebivalci Republike Slovenije prejemajo informacije, ki so objektivne, strokovne in celovite. Mediji – ne glede na platformo posredovanja informacij – pokrivajo vsa področja države, viša se odstotek regionalnih medijev, ki imajo nepridobitno pravno statusno obliko. Informacije za lokalne predele zagotavljajo lokalni in regionalni mediji (v primeru manj pomembnih zgodb), ter RTV Slovenija (za vsebine in dogodke, pomembne za celotno državo) – sodelovanje med RTV Slovenija ter regionalnimi in lokalnimi mediji poteka dnevno. Mediji od novinarjev ne zahtevajo več politične uravnoteženosti, pač pa so vodila novinarskega dela pomembnost dogodka ter mednarodno priznana demokratična etična, profesionalna in obrtna merila novinarskega poklica. Osnovne medijske vsebine, ki so v javnem interesu, so jasno definirane, vsakoletna analiza potreb prebivalcev Republike Slovenije na področju medijev pa jasno izkazuje variabilni del medijskih vsebin, ki so v javnem interesu. Vsi mediji zagotavljajo pravično plačilo svojim novinarjem in spoštujejo profesionalne in obrtne standarde novinarskega dela, pri poročanju striktno upoštevajo človekove pravice in zagotavljajo skrb za slovenski jezik. Lastništvo medijev je transparentno in odgovorno, zakonodaja omogoča razvoj poštenega in pravičnega trga. Mediji in delavci v njih se zavedajo svoje družbene odgovornosti.

Ključni interes države je, da uporabniki medijske vsebine sprejemajo in razumejo kritično. Mediji uporabnikom omogočajo soudeležbo pri soustvarjanju programskih vsebin in s tem bogatijo nabor informacij. V Republiki Sloveniji ni lokalnega okolja, kjer lokalni prebivalci ne bi mogli priti do medijskih informacij iz lastnega okolja. Uporabnik ima pri neodvisnem organu možnost presoje verodostojnosti informacij.

Leta 2024 v Republiki Sloveniji uspešno deluje medijska samoregulacija. Republika Slovenija aktivno podpira visok nivo profesionalnega, področnega in obrtnega znanja novinarjev in urednikov ter se zaveda in spodbuja razvoj raziskovalnega novinarstva. Medijska in digitalna pismenost sta del obveznih učnih programov osnovnih in srednjih šol, uporabniki pa se zavedajo pomena primernega plačila za informacijo ter znajo kritično interpretirati novinarsko besedilo. Tako mediji kot novinarji dosledno spoštujejo pravice intelektualne lastnine in jo hkrati promovirajo. Tehnološko nevtralna zakonodaja omogoča razvoj tematskih kanalov in razširjanje novinarskih vsebin po celotnem območju Republike Slovenije, kakor tudi Slovencem, ki živijo v zamejstvu.

Republika Slovenija postavlja zgolj minimalne pogoje za delovanje trga, po drugi strani pa izvaja učinkovite ukrepe, ki preprečujejo zlorabe koncentracije, ter s tem omogoča zdravo konkurenco. Pravila oglaševanja veljajo ne glede na vrsto medija in državo izvora programskih vsebin. Republika Slovenija preko ukrepov državnih pomoči financira ustvarjanje vsebin, ki so deficitarno navzoče na trgu in so v javnem interesu. Republika Slovenija poleg državne pomoči omogoča tudi izvenproračunske vire za financiranje medijskih vsebin v javnem interesu.

Osnovno vlogo pri zagotavljanju informacij v javnem interesu nosi RTV Slovenija, zato je strategija njenega razvoja predstavljena posebej.

STRATEGIJA

Perspektiva uporabnikov

Kritično razumevanje in sprejemanje medijskih vsebin

»Republika Slovenija spodbuja izobraževanje uporabnikov medijev za kritično razumevanje in sprejemanje medijskih vsebin.«

Kljub temu, da celotna strategija razvoja medijev v Republiki Sloveniji zasleduje cilj visokega profesionalizma medijev, obenem še vedno poudarja tudi kritično razumevanje medijskih vsebin. Mediji namreč ne morejo biti edini, ki krojijo javno mnenje, pač pa se mora javno mnenje izoblikovati tudi iz mnenja posameznika in skupnosti. Zato je pričakovanje Republike Slovenije, da uporabniki medijev informacije sprejemajo, o njih razmišljajo in si končno ustvarijo svoje mnenje[4]. V ta namen bo to poglavje vključeno v del medijskega izobraževanja (glej več spodaj).

Cirkulacija slovenskih in evropskih kvalitetnih AV del

»Mediji zagotavljajo večjo cirkulacijo slovenskih in evropskih kvalitetnih AV del.«

V javnem interesu je zagotavljati uporabnikom čedalje večjo dostopnost izvirnih in evropskih avdiovizualnih vsebin, ki izkazujejo kulturno in jezikovno raznolikost evropskega in nacionalnega prostora. Uporabniki morajo imeti možnost, da na trgu izbirajo najboljše kakovostne vsebine, pred pogoj za to pa je, da so ta dela na medijskem trgu dostopna, da vključujejo vse možne platforme in načine distribucije. Sistemsko država v ta namen oblikuje ukrepe za spodbujanje promocije in vlaganja v produkcijo oz. razvoj kvalitetnih vsebin, in na način financiranja s strani izdajateljev medije, ponudnikov storitev (operaterji, ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev).

Soudeležba uporabnikov pri soustvarjanju programskih vsebin

»Uporabniki imajo možnost soudeležbe pri soustvarjanju programskih vsebin.«

Glede na razvoj digitalnih tehnologij in ob upoštevanju pomembnega načela socialne vključenosti se oblikujejo možnosti za soustvarjanje medijskih vsebin in / ali za aktivno udeležbo uporabnikov pri oblikovanju programskih zasnov medijev.

Informiranje za lokalna okolja in o njih

»Republika Slovenija zagotavlja pravico do informiranja tudi v lokalnih okoljih.«

Pravica do dostopanja do informacij, ki so v splošnem in najširšem interesu in ki so dostopna na celotnem ozemlju Republike Slovenije, je eno bistvenih izhodišč za oblikovanje ukrepov zagotavljanja javnega interesa na področju medijev[5]. Glede na neenako regionalno pokritost medijev, večjo koncentracijo medije v večjih urbanih središčih, je

[4] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 47-49.
[5] Glej tudi: Povzetki javnih razprav o medijski strategiji (april 2016), str. 16.

potrebno v ukrepih za razvoj medijev in medijskih vsebin, dostopnost do splošnih informacij v lokalnih okoljih opredeliti kot zakonsko obvezo, čemur sledijo drugi ukrepi s področja regulative in spodbujanja promocije, distribucije in produkcije medijskih vsebin[6].

Presoja verodostojnosti informacij (pri neodvisnem organu)

»Uporabnik ima možnost presoje verodostojnosti informacij (pri neodvisnem organu).«

Z vidika uporabnikov se pri neodvisni organizaciji, organizirani na način samoregulacije (primer: svet za medije) omogoči možnost presoje verodostojnosti informacij, kadar na kršitve in posledice (ogroženo dostojanstvo ljudi, diskriminatorna obravnava spolov, kršitev pravic otrok in mladoletnih oseb, itd) napotujejo vnaprej določene okoliščine.

[6] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 33-34.

Perspektiva medijev

Definicija medija

»Definicija medija je sodobna in se ne omejuje na vrsto distribucije ali platforme.«

Medij je sredstvo periodičnega javnega razširjanja novinarsko in uredniško oblikovanih informacij, ki lahko v kratkem času in ne glede na obliko posredovanja dosežejo širšo splošno javnost ter imajo nanjo vpliv.

Novinarsko oblikovana informacija pomeni, da je informacijo oblikoval novinar, to je oseba, ki je za to ustrezno izobražena ali priučena ter deluje v skladu z mednarodnimi demokratičnimi etičnimi in profesionalnimi poklicnimi standardi. Uredniška odgovornost pomeni izvajanje učinkovito nadzora nad izborom, organizacijo in objavo vsebin v medijih.

Izdajatelj medija je pravna oseba ali samostojni podjetnik posameznik, ki ima registrirane zgolj medijske dejavnosti po standardni klasifikaciji dejavnosti in ima zaposlene novinarje in urednike. V primeru, da izdajatelj medija izvaja tudi druge pridobitne dejavnosti, mora zagotoviti ločeno poslovanje glede medijske in drugih dejavnosti.

Absolutno bo prepovedano, da je izdajatelj hkrati tudi operater, saj ima operater v trenutnem sistemu neomejeno možnosti arbitrarne izbire programov ter vključenosti posameznih medijev v programske sheme. Nadalje bo imel operater obvezo, da v vse svoje programske sheme vključi vse slovenske medije v vseh kvalitetah (torej npr. za TV: SD, HD, UHD, druge prihodnje oblike …), v katerih bodo izhajali, brezplačno in jih ne sme na noben način zamejevati. V ostalih primerih avdiovizualnih medijskih storitvah se uporablja ZAvMS v skladu s prenovljeno direktivo EU[7].

Socialna varnost novinarjev

»Izdajatelj medija mora zagotavljati ustrezne delovnopravne pogoje za novinarje.«

Slab socialni status novinarjev je bila najpogosteje omenjena težava medijev v Republiki Sloveniji[8]. Ministrstvo za kulturo pa podpira stališče, da novinar, ki je na robu preživetja, težko ravna po najvišji novinarskih standardih. Tudi Ministrstvo za kulturo je v času ekonomske krize lahko zgolj nemo opazovalo množična odpuščanja na področju medijev, saj zakonodaja novinarjem ni dala ustreznih varovalk, ki bi jih lahko ministrstvo uporabilo v primeru anomalij, področje novinarstva pa še vedno ostaja brez konkretne kolektivne pogodbe, ki bi določala minimalne socialne standarde za novinarje. Globalna gospodarska kriza je najbolj prizadela medije, za katere država ugotavlja, da so so-nosilci javnega interesa, to so lokalni in regionalni mediji, saj je bilo v času krize najbolj prizadeto prav lokalno oz. regionalno gospodarstvo. Posledica tega dejstva je občuten upad prihodkov iz naslova oglaševanja, posledično pa seveda odpuščanje ali mizerno plačilo. Še eden od razlogov je nepregledna in divja privatizacija nekaterih večjih slovenskih medijev.[9]

---

[7] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 26.

[8] Glej tudi: Povzetki javnih razprav o medijski strategiji (april 2016), str. 9-10.

[9] Kakšno je stanje novinarstva v Sloveniji, nazorno prikazuje primer z ene od javnih razprav. Novinarji in lastniki medijev so sedeli razdeljeni vsak na svoji polovici dvorane. Govorili so zgolj lastniki. Ko smo enega od novinarjev po zaključku razprave vprašali, zakaj med javno razpravo ni povedal svojega mnenja (javna razprava se je nanašala na novinarje), je tiho in prestrašeno povedal, da mu je njegov direktor prepovedal govoriti. Po mnenju Ministrstva za kulturo tudi ta primer kaže na slabo socialno stanje novinarjev (konkretno, novinar se je bal za izgubo svoje službe v primeru, da bi povedal svoje mnenje).

Ministrstvo za kulturo na tem mestu izrecno poudarja, da se morajo tako izdajatelji medijev, kakor tudi novinarji sami zavedati posebnega pomena medijev v družbi, saj prav neodvisni, visoko strokovni in raziskovalni novinarji pomenijo zagotavljanje demokratičnosti v določeni družbi[10].

Ministrstvo za kulturo zato s to strategijo in posledično s področno zakonodajo na področju medijev posebno skrb posveča zagotavljanju vsaj osnovne socialne varnosti novinarjev. Ker pri tem upošteva sistemsko umeščenost področja v delu, da medijska zakonodaja ne more posegati v delovnopravno zakonodajo, želi ministrstvo s to zakonodajo uporabiti ukrepe, ki so v pristojnosti ministrstva in lahko vpliva nanje. Ministrstvo za kulturo sicer ni privrženo sankcijam, še posebej ne drastičnim, vendar se obenem zaveda, da je socialni položaj delavcev v Republiki Sloveniji v tako izrednih razmerah, kot so trenutno v novinarstvu, treba preprečevati tudi z močnimi ukrepi.

Zaradi vsega navedenega se je Ministrstvo za kulturo odločilo, da kršitev delovnopravne zakonodaje, če se ta ugotovi s pravnomočno odločbo (npr. inšpekcije dela), opredeli kot hujšo kršitev zakona.

Ministrstvo za kulturo nadalje ugotavlja, da je nespoštovanje kolektivnih pogodb na področju novinarstva še ena od težav, ki neposredno vpliva na socialni položaj novinarjev, odgovorni za takšno stanje so v večini primerov izdajatelji. Zaradi parcialnih interesov pogodbenih strank je tako vsakokratno usklajevanje praktično nemogoče, kolektivne pogodbe pogosto tudi ne zajemajo prekarnih delavcev in delavcev, ki delajo (pogosto prisilno) preko s.p.. Zato bo zakon določil, da v primeru, ko kolektivna pogodba ne bo veljala, ko bodo pogajanja blokirana, samodejno začela veljati tarifa za novinarsko delo (ne glede na obliko dela), ki bo vsaj enaka minimalni plači v Republiki Sloveniji za visokošolsko izobrazbo za mesec pred nastopom dogodka.

Zakon bo določil tudi, da se morajo kolektivne pogodbe usklajevati najmanj enkrat v obdobju dveh let.

V skladu z vsem navedenim je ustrezna socialna varnost novinarjev (ta mora biti določena v kolektivni pogodbi), del javnega interesa na področju medijev.

Novi poslovni modeli za tiskane medije

> *»Država mora omogočiti pogoje za nove poslovne oblike medijev, za produkcijo in distribucijo, obenem pa izvesti ustrezne ukrepe za dosego razvoja novih poslovnih oblik.«*

Pregled medijske krajine iz leta 2014, ki jo je pripravilo Ministrstvo za kulturo, in razvid medijev kažeta, da v Republiki Sloveniji obstajata zgolj dve obliki lastninsko-upravljavskega 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 zadrug in medijskih kooperativ[11].

[10] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 23-25.
[11] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 66-72.

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. Zadruga je podjetje in kot pri vsakem drugem poslovnem subjektu je dobiček temelj uspešnosti. Bistvena razlika je v tem, da zadruge ne zasledujejo interesa dobička, ampak je ves morebitni dobiček namenjen razvoju. Zadruge delujejo na temelju vrednot, ki jih morajo imeti zapisane v temeljnih aktih: samoodgovornost, demokracija, enotnost, enakopravnost in solidarnost. Člani kooperativ nadaljujejo tradicijo svojih ustanoviteljev in verjamejo v etične vrednote poštenja, odprtosti, socialne odgovornosti in obče skrbi za druge. Vse te vrednote je nujno vrniti v novinarstvo, saj je eden bistvenih razlogov krize medijev prav v izgubi zaupanja javnosti v njihovo verodostojnost.

Država mora v prvi vrsti ponuditi spodbudnejšo davčno ureditev tega področja. Zakon o medijih pa bo, kot je pojasnjeno v nadaljevanju, ustanavljanje tovrstnih pravnih oblik medijev podpiral z vidika aktivnih ukrepov.

Spoštovanje visokih novinarskih standardov

> *»Mediji morajo zagotavljati spoštovanje profesionalnih standardov za medijske vsebine, za izvedbo, za spoštovanje človekovih pravic, za slovenski jezik.«*

Ne samo novinarji, pač pa v prvi vrsti izdajatelji medijev oz. mediji in uredniki morajo biti tisti, ki morajo spoštovati profesionalne standarde na področju medijev. Le tako bodo namreč lahko omogočene razmere, v katerih bodo novinarji lahko delovali po novinarskih standardih. Zato je Ministrstvo za kulturo spoštovanje novinarskih meril tudi za medije in izdajatelje medijev uvrstilo v javni interes Republike Slovenije na področju medijev.

Za namen uresničitve tega namena bo imel vsak medij dolžnost, da vidno in na najpomembnejšem delu medija javno objavi odločitve novinarskih razsodišč v Republiki Sloveniji, katerih odločitev se bo nanašala na delo novinarjev tega medija. Novinarji pa bodo na drugi strani imeli dolžnost, da si izberejo novinarsko sodišče, katerega odločitve bodo zanjo ali zanj zavezujoče.

RTV Slovenija kot glavni nosilec javnega interesa, ne bo smel zaposlovati novinarja (ali poslovati z njim), za katerega je novinarsko razsodišče v določenem obdobju ugotovilo, da je huje kršil novinarski kodeks ali ponavlja lažje kršitve kodeksa.

Izdajatelji medijev bodo imeli dolžnost, da v vsako pogodbo (o zaposlitvi, o sodelovanju, avtorsko …) vnesejo obvezno pogodbeno določilo, da mora novinar spoštovati kodeks novinarske organizacije, ki si jo sam izbere.

Spodbujanje kulturnih in ustvarjalnih vsebin

> *»Republika Slovenija spodbuja distribucijo in produkcijo kulturnih / ustvarjalnih vsebin, ki ne temeljijo samo na kvotah.«*

Področni zakon predvidi alternativne načina soudeležbe in aktivne participacije medijev pri produkciji, promociji in distribuciji kvalitetnih kulturnih/ustvarjalnih vsebin z vseh področij ustvarjanja, pri čemer se predhodno opredeli posredovanje informacij s področja kulture in ustvarjalnosti kot nujni del informacij v javnem interesu. Izvajanje tega pa opredeli kot deleže ali nujno zagotavljanje vsebine v posameznih programskih zasnovah medijev, ki so kot mediji opredeljeni, ne glede na platformo distribucije. Načini predvidevajo zlasti možnost vlaganja/financiranja v

produkcijo in promocijo. Dosedanji sistem kvot se je izkazal kot nezadostnega tako glede regulatornega okvira kot glede področja pokrivanja, ki obsega le del medijev, preko katerih uporabniki lahko dostopajo do kvalitetnih vsebin.

Odgovorno lastništvo in pogoji za razvoj trga

»Republika Slovenija zahteva transparentno in odgovorno lastništvo medijev in omogoča razvoj trga.«

Benjamin C. Bradlee, urednik Washington Posta, je v osemdesetih letih prejšnjega stoletja izjavil: »Lastništvo vpliva na vsebino medija, zato je najbolje, da je v zasebni lasti nekoga, ki ve, kaj hoče s časopisom (medijem) in ga ima rad.[12]«

Ministrstvo za kulturo poudarja, da se zaveda dejstva, da so vsi večji mediji v Republiki Sloveniji že pomembneje konsolidirani in da je država zamudila možnost vplivanja na nepravilnosti, vendar želi *ex nunc* postaviti pravila igre, da do anomalij na trgu vseeno v prihodnosti ne bo več prihajalo[13].

Tako komisija kot tudi udeleženci na javni razpravah so večkrat poudarili, da divje lastninjenje medijev, brez posledic, lahko privede do propada medijev (konkreten primer so npr. Delo revije)[14]. Ministrstvo za kulturo zaradi vseh »medijskih zgodb« in po preučitvi razlogov, ki so privedle do anomalij ugotavlja, da so za ohranitev medijev dolgoročno najprimernejše pravno statusne oblike, katerih namen ni dobiček – torej zadruge, kooperative ipd. (to zahteva tudi Nacionalni program za kulturo 2014 – 2017). Zato se je Ministrstvo za kulturo odločilo, da bo preko aktivnih ukrepov vedno bolj podpiralo tiste medije, ki bodo organizirani »od spodaj navzgor«. Takšen način je pomemben tudi iz dejstva, da se na takšen način uveljavlja programska zasnova medija v vse pore te organizacije. Po drugi strani pa se presežek prihodkov iz delovanja tovrstne organizacije vrača nazaj v organizacije (dobički se torej ne morejo izplačevati), kar ponovno zasleduje še en del javnega interesa na področju medijev v Republiki Sloveniji – urejen socialni status novinarjev.

Združevanje medijev je pomembno še iz enega razloga. Če želi država zasledovati javni interes v delu, da so vsa območja v Republiki Sloveniji enakomerno pokrita oz. zastopana, mora spodbuditi tudi medije, ki so že na trgu, da začnejo intenzivneje sodelovati pri uresničevanju tega interesa. Ker je v Sloveniji (glede na druge države) neproporcionalno veliko medijev, se tudi državna sredstva pomoči razdrobijo in razdrobljena ne omogočajo ne konkretne pomoči medijem niti ne možnosti, da bi sam medij lahko »pokrival« večje območje. Zato je smer razvoja lokalnih medijev z vidika javnega interesa Republike Slovenije povezovanje lokalnih in regionalnih medijev v regionalne, ki bodo enakomerno pokrivali posamezna območja v Republiki Sloveniji[15]. To ne pomeni, da bo Republika Slovenija lokalne medije zanemarila, bo pa preko aktivnih državnih pomoči postopoma namenjala vedno večji odstotek finančnih sredstev za tovrstne medije. Ti mediji bodo posledično imeli tudi veliko boljše razmere za finančno poslovanje, saj bodo imeli večji »bazen«, iz katerega bodo lahko pridobivali oglaševalska sredstva in bodo do njih zaradi večjega števila uporabnikov tudi lažje prišla.

---

[12] Cf, Jeff Himmelman (2012), *Yours in Thruth: A Personal Protrait of Ben Bradlee. New York: Random House, str. 114.* Citat prevzet iz Izhodišč za osnutek medijske strategije, ki jo je pripravila neodvisna strokovna komisija za pomoč pri pripravi medijske strategije.

[13] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 37-38.

[14] Glej tudi: Povzetki javnih razprav o medijski strategiji (april 2016), str . 7-8.

[15] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 33.

Na podlagi vsega navedenega je Ministrstvo za kulturo ugotovilo, da je javni interes Republike Slovenije v transparentnem in odgovornem lastništvu medijev, v povezovanju lokalnih in regionalnih medijev na regionalnem nivoju v obliki neprofitnih organizacij, kot so zadruge in kooperative ter istočasno omogočanje zdravega trga za vse udeležence na njem[16].

Za uresničitev tega dela javnega interesa bo Republika Slovenija zahtevala transparentno lastništvo medijev. Izdajatelj medija bo tako moral vsako lastniško spremembo sporočiti agenciji, pristojni za varstvo konkurence, enako bo moral storiti za vsako poslovno odločitev, ki bo za posledico imela upravljavsko, kapitalsko, oglaševalsko ali kadrovsko povezanost dveh ali več medijev. Vsak izdajatelj medija bo moral Ministrstvu za kulturo ažurno sporočati vsako spremembo lastništva navzgor (do konkretne fizične osebe) ter vse druge podatke, pomembne za ugotavljanje koncentracije in preprečevanje njene zlorabe. Vsak medij bo moral pristojnemu organu letno ali na zahtevo oddati poročilo o številu uporabnikov, ki jih medij »pokriva«, številu prodanih izvodov, vse podatke o višini in ceni oglaševanja ter druge podatke, ki jih bo organ (pristojna agencija ali ministrstvo) zahteval. Sankcija za lažne podatke ali za ne posredovanje teh podatkov bo prepoved opravljanja medijske dejavnosti.

Mediji bodo podatke vnašali preko elektronske aplikacije Ministrstva za kulturo in bodo javno objavljeni (razen osebnih podatkov in poslovnih skrivnosti po izključno objektivnem kriteriju) v katalogu medijev, ki bo nadomestil razvid medijev. Posledično to pomeni, da ne bo več veljala predpostavka, da je medij zgolj tista organizacija, ki je vpisana v (dosedanji) razvid medijev, pač pa se bo definicija medija ugotavljala na podlagi samega zakona.

Voljo medija bo lahko izvrševal zgolj in samo izdajatelja medija, zakon bo prepovedal poslovanje v imenu medija lastnikom izdajatelja medija.

Za namen zagotavljanja transparentnega lastništva (in za jasen trg z vidika uporabnikov medijev) bo zakon zahteval tudi, da se mediji med seboj jasno ločijo tudi v imenu. Tako bo zakon prepovedal uporabo imena, če bo ta enak ali pretežno podoben imenu drugega medija v prvih desetih znakih imena.

Definicija koncentracije medijev bo jasna in ne bo posegala v obstoječe stanje. Tako bo veljalo, da vsak medij, ki bo dejansko ali potencialno ciljal na število prebivalcev (z izjemo večjih mest, kjer se koncentracija presoja posebej), ki obsegajo 15 % ali več vseh prebivalcev v Republiki Sloveniji imel prevladujoč položaj na trgu.

[16] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 68-69.

Finančna perspektiva

Nova pravila oglaševanje v medijih

»Določijo se nova pravila oglaševanje v medijih, ne glede na platformo in državo izvora.«

Oglaševanje v medijih vedno bolj upada in se seli na druge, zlasti digitalne platforme, kot so na primer družbena omrežja, kjer lahko na zelo enostaven način dosežejo večje število uporabnikov[17]. Oglaševanje na drugih, ne-medijskih platformah, tudi omogoča uporabo inovativnih pristopov in tehnik, ki so sicer v medijih strogo regulirane ali celo prepovedane, oglasi so »personalizirani« oziroma »targetirani« itd. Ker so oglaševalska sredstva glavni vir prihodkov vseh medijev, bi morali temeljna pravila za oglaševanje, ki veljajo v medijih, uveljaviti za celotno digitalno okolje. Medijska zakonodaja pa bo določila še posebej stroga pravila oglaševanja v primeru zaščite otrok, ki predstavljajo najbolj ranljivo skupino uporabnikov medijev. Prav tako bomo podrobneje opredelili pravilo, da mora biti oglaševalska vsebina jasno ločena od uredniško oblikovane medijske vsebine in je torej na noben način ne sme prekrivati. Zato bodo prepovedani t. i. pop up oglasi (in tem podobni).

Posebno vprašanje predstavlja tudi pojav tujih tematskih televizijskih programov, ki s slovenskimi oglasi naslavljajo oziroma »targetirajo« slovensko občinstvo, pri čemer pa ti programi ne razširjajo slovenskih avdiovizualnih del niti kako drugače prispevajo h kulturni raznolikosti v Republiki Sloveniji. Za zagotovitev enakopravnejših 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 produkcije, v katerem kot producenti participirajo izdajatelji slovenskih televizijskih programov.

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

»Z zakonom se določijo minimalni pogoji delovanja medijev na trgu in zagotavljajo ukrepi za preprečitev zlorabe koncentracije (zdrava konkurenca).«

Ker je slovenski medijski trg majhen in hitro obvladljiv, je ureditev delovanja medijev na trgu, zlasti področja medijskega lastništva in koncentracije, vsekakor pomembna. Vendar pa ti ukrepi ne smejo predstavljati dodatnih ovir za normalen razvoj medijskega trga. To, denimo, kaže primer veljavnih prepovedi navzkrižnih povezav med posameznimi dejavnostmi v medijih, ki onemogočajo izrabo pozitivih sinergijskih učinkov. Medijska politika mora zato na področju radia, televizije, tiska in novih medijev z odpravljanjem administrativnih ovir, skrbjo za ustrezno izrabo radiofrekvenčnih resursov, varovanjem konkurence na medijskem trgu in preprečevanjem koncentracije medijskega lastništva zagotavljati izdajateljem medijev pogoje za dolgoročen ekonomski in tehnološki razvoj, katerega rezultat bo raznolika medijska ponudba. V času digitalizacije je treba, navkljub povečevanju števila medijskih platform, preprečiti nastanek škodljivih koncentracij na področju medijev, tako na lokalnem kot na nacionalnem nivoju, ki bi omejevale raznovrstnost. Posebno, če ne celo glavno pozornost pa je treba posvetiti tudi preprečitvi nedovoljenih koncentracij in monopolov na področju oglaševanja (zakupniki oglaševalskega prostora in časa v medijih) oziroma preprečitvi vsakršnih lastniških, poslovnih ali drugih povezav med medijsko in oglaševalsko

[17] Glej tudi: Povzetki javnih razprav o medijski strategiji (april 2016), str . 11-12.

dejavnostjo. Cilj je doseči ravnovesje med odprtim, liberalnim in konkurenčnim prostorom ter zagotavljanjem kakovostnih in raznovrstnih vsebin oziroma pluralno in razgibano medijsko krajino.

Izvenproračunski in drugi viri za financiranje medijskih vsebin v javnem interesu

»Država omogoča tudi izvenproračunske in druge vire za financiranje medijskih vsebin v javnem interesu.«

Država mora z javnimi sredstvi poskrbeti za zagotavljanje javnega interesa v medijih, vendar pa je iluzorno pričakovati, da bodo proračunska sredstva zadostovala za financiranje vseh medijskih vsebin v javnem interesu. Prevelika odvisnost od proračunskih sredstev pa tudi ni najboljša rešitev za dosledno zagotovitev avtonomije medijev in uredniške neodvisnosti. Zato je treba pri zagotavljanju oziroma financiranju javnega interesa poiskati rešitve, ki bodo temeljile na konceptu kombinacije proračunskih in izvenproračunskih ter drugih virov[18]. Slednje, npr. iz dela RTV prispevka, bi veljalo zagotoviti zlasti za financiranje dejavnosti lokalnih oziroma regionalnih radijskih in televizijskih programov, ki delujejo v javnem interesu in na ta način predstavljajo dopolnitev ponudbe RTV Slovenija. Ker tudi v tehničnem oziroma časovnem smislu ni izvedljivo, da bi RTV Slovenija celovito informativno pokrila vsa lokalna območja v Republiki Sloveniji, je zato smiselno, da se s tem načinom financiranja zagotovi večje programsko in finančno sodelovanje med RTV Slovenijo in lokalnimi oz. regionalnimi mediji ter doseže dopolnitev in razširitev programa.

Izvenproračunske vire financiranja bi veljalo poiskati tudi za financiranje avdiovizualne produkcije v medijih. Za film namreč velja, da je najdražja umetnost, televizijska produkcija avdiovizualnih (filmskih) vsebin, ki je v zadnjem času v izrednem porastu v svetu, pa glede tega ne zaostaja veliko. Do sedaj je bila obveznost spodbujanja avdiovizualnih del naložena le izdajateljem televizijskih programov (prek t. i. programskih kvot), v prihodnje pa bi veljalo k ustreznemu finančnemu prispevku pritegniti tudi druge »*playerje*«, ki imajo velike finančne dobičke od ponujanja avdiovizualnih vsebin, zlasti ponudnike storitev kabelske retransmisije, IP TV, multipleksov in telekomunikacij.

Financiranje deficitarnih medijskih vsebin v javnem interesu

»Republika Slovenija prek ukrepov državnih pomoči financira ustvarjanje vsebin, ki so deficitarno navzoče na trgu in so v javnem interesu.«

Da lahko državno pomoč medijem štejemo za učinkovito in s tem za upravičeno, mora ta med drugim zasledovati cilje, ki ustrezajo dejanskim potrebam na področju kakovostnih medijev. Prek ukrepov državnih pomoči pa bi morali financirati le tiste programske vsebine v javnem interesu, ki jih trg ne uspe zagotavljati sam in so posledično ogrožene. Katere so to, nam med drugim kažejo aktualne raziskave stanja medijskega pluralizma in tudi izsledki vsakoletnih evalvacij javnega razpisa za sofinanciranje programskih vsebin medijev. Že v NPK 2014–2017 je bilo ugotovljeno, da so med takšnimi ogroženimi programskimi vsebinami in žanri, ki so sicer medijem imanentni in so le redko dostopni zunaj medijske produkcije, kakovostne programske vsebine na področjih kulture in umetnosti ter kritične refleksije družbe, raziskovalno novinarstvo ter drugi zahtevnejši in specifični novinarski žanri. Podelitev državnih pomoči bi zato morala temeljiti na izsledkih raziskav stanja medijskega pluralizma, ne pa, tako kot sedaj, na izrazito omejujočih zakonskih merilih, ki so poleg tega, kot ugotavljajo evalvacije medijskega razpisa, tudi strokovno neutemeljena. V nobenem primeru pa se proračunskih sredstev ne bi smelo namenjati za financiranje

[18] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 41.

vsebin, ki so že tako ali tako sestavni del posameznega medija, ali pa celo tistim izdajateljem medijev, ki so na trgu uspešni in beležijo dobičke[19].

Sistem državnega sofinanciranja bo torej po novem temeljil na vsebinah in novinarskem delu in ne bo več imel vloge socialnega korektiva za medije *per se* (torej v prvi vrsti za lastnike medijev).

Perspektiva novinarjev ter rasti in razvoja medijev

Samoregulacija

»Republika Slovenija omogoča in podpira samoregulacijo medijev.«

Ministrstvo za kulturo ugotavlja, da samoregulacija medijev, kot jo poznajo v drugih državah v Republiki Sloveniji ne obstaja na nobenem področju medijev. Zato je že med pripravo strategije pozorno prisluhnilo vsem argumentom o zakonski vpeljavi samoregulativne organizacije in nasprotovanjem zakonskemu urejanju samoregulacije. Tema je izredno občutljiva, saj tako pravni kot filozofsko-logični vidik na zakonsko urejanje tega področja nakazujeta na temeljno vprašanje, ali gre še za samoregulacijo, če to ureja zakon (četudi bi ta dal samo ogrodje samoregulacije, ki bi ga lahko udeleženci na trgu zapolnili ali pa ne). Ministrstvo za kulturo je na podlagi javnih razprav in pogovorov na njih zaznalo, da si vsaj novinarji sicer želijo samoregulacije, vendar ne želijo, da v to poseže država[20]. Po drugi strani pa je bilo večkrat opozorjeno, da različni deležniki blokirajo nastanek denimo Sveta za medije, kot ga (ali za vse medije ali posamezne vrste) poznajo druge države. Prav zaradi nujnosti samoregulacije je ministrstvo resno razmišljalo o možnosti, da ustanovi Svet za medije, vendar na način, da z zakonskimi varovalkami prepove kakršnokoli vmešavanje države v njegovo delo. Ko je to idejo preverjalo v praksi, je ugotovilo, da so pogledi na takšen način mešani, da pa vendarle prevladujejo stališča, da se država ne sme na noben način vmešavati v samoregulacijo. Ministrstvo za kulturo samoregulacijo razume kot strokovno in neodvisno analizo ciljev in vsebin medijev, njihovo izvajanje, pregled in nadzor ter obravnavanje morebitnih kršitev oz. anomalij.

Usposobljenost novinarjev in urednikov

»Država zagotavlja sistemske ukrepe za usposabljanje novinarjev in urednikov.«

Ministrstvo za kulturo uvodoma izrecno poudarja, da država ne sme presojati strokovne usposobljenosti novinarjev. Zato se je v tem delu oprlo na rezultate javnih razprav in rezultate raziskave o odnosu uporabnikov do medijev. Oba rezultata kažeta, da si uporabniki želijo profesionalizma in manj senzacionalističnega poročanja, kar je Ministrstvo za kulturo tudi prevzelo v javni interes na področju medijev[21].

Za dosego tega cilja bo Ministrstvo za kulturo del sredstev namenilo izključno izobraževanju novinarjev, s posebnim poudarkom na mentorstvu in raziskovalnemu novinarstvu. V zakonu bodo navedene ustrezne varovalke, ki bodo onemogočali vpliv države na vsebino konkretnih zgodb. Posebej bo podpiralo tudi izobraževalne programe, ki bodo

[19] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 21-23.
[20] Glej tudi: Povzetki javnih razprav o medijski strategiji (april 2016), str . 5-6.
[21] Glej tudi: Valicon (april 2016), »Raziskava odnosa do medijev«, Ljubljana, Valicon, str. 61-76.

vsebovali izobraževanje uglednih strokovnjakov s področja novinarskega dela (tudi obrtna znanja), človekovih pravic in ekonomije.

Raziskovalno novinarstvo

»Republika Slovenija spodbuja raziskovalno novinarstvo.«

Raziskovalno novinarstvo je tisti del novinarskega poklica, ki je najtežji, finančno pogosto potraten, odkriva pa najtežje zgodbe posamezne družbe. Na upadanje raziskovalnega novinarstva, ki ga nadomeščata novičarstvo in kvazi raziskovalno novinarstvo manjših in ne toliko pomembnih tem, so opozorili tudi udeleženci javnih razprav[22].

Zato je Republika Slovenija raziskovalno novinarstvo uvrstila v javni interes Republike Slovenije na področju medijev.

Ker je pravo raziskovalno novinarstvo lahko povezano z visokimi stroški[23], bo Republika Slovenija del sredstev, namenjenih za medije namenila sofinanciranju večjih raziskovalnih zgodb. V ta namen bo omogočila, da posebej sestavljena skupina, ki bo vsebovala vrhunske strokovnjake s področja medijev, prava in ekonomije (vsaj en iz tujine), imenovala pa jo bo reprezentativna novinarska organizacija v Republiki Sloveniji, prejme del sredstev za medije, skupina pa izmed raziskovalnih projektov, ki bodo prijavljeni za sofinanciranje, izbere en projekt, ki ga sofinancira iz prej dodeljenih sredstev države. Imena strokovnjakov in tema projekta so tajnost vse do objave zgodbe.

Spoštovanje intelektualne lastnine

»Mediji spoštujejo avtorsko in sorodne pravice ter jih aktivno podpirajo in promovirajo.«

Republika Slovenija bo striktneje kot doslej zahtevala, da ima posamezen medij sklenjene pogodbe tako z avtorji, kakor tudi s kolektivnimi organizacijami na področju avtorske in sorodnih pravic.

Izjemno pogosta praksa v slovenskem medijskem prostoru je trenutno, da izdajatelj medija sklene pogodbo s kolektivnimi organizacijami, zgolj z namenom, da se lahko vpiše v razvid medijev, potem pa to (pogosto že naslednji dan po vpisu) odpove. Ker je avtorska pravica avtorja izjemnega pomena za razvoj kulture in gospodarstva družbe, ji Ministrstvo za kulturo posveča posebno pozornost.

Zato bo Republika Slovenija od vseh medijev zahtevala, da imajo sklenjene pogodbe s kolektivnimi organizacijami oz. avtorji s katerimi sodelujejo, ves čas obstoja medija (pri avtorju za čas dela), v nasprotnem primeru pa bo kršitelja ostro sankcionirala.

---

[22] Glej tudi: Povzetki javnih razprav o medijski strategiji (april 2016).

[23] Konkretno, če npr. novinar dela na zgodbi eno leto in vmes ni fizično prisoten pri mediju (torej ne more opravljati drugega dela), potem mora izdajatelj medija vse leto novinarja plačevati za eno zgodbo. Tega si slovenski mediji (glede na njihovo finančno stanje) enostavno ne morejo privoščiti.

Medijska pismenost

»Medijska in digitalna pismenost je del obveznih učnih načrtov.«

Medijska vzgoja v povezavi z digitalno pismenostjo se oblikuje kot obvezni predmet in ne več kot izbirni predmet[24]. Vzpostavi se tudi sistem zagotavljanja medijske pismenosti za odrasle uporabnike. Zaradi razširjenosti medijev ali spletni strani, ki posredujejo najrazličnejše informacije, video vsebine, posnetke, spletnih omrežij je potrebno zagotoviti, da uporabniki pridobijo razvojnim stopnjam ustrezno znanje in sposobnosti za kritično sprejemanje informacije, njihovo vrednotenje in dejavno oblikovanja razmerja do sveta, do družbe in do samega sebe. Prav tako morajo programi medijske pismenosti zagotavljati neprekinjeno izobraževanje in ozaveščanje uporabnikov o pomenu medijev, plačilu za informacijo, ipd..

Izvajanje programov digitalne pismenosti poteka v sodelovanje z nosilci medijskih dejavnosti, novinarji, izdajatelji medijev, ponudniki spletnih storitev, ustvarjalci.

Tematski kanali

»Republika Slovenija zagotavlja pogoje za razvoj tematskih kanalov.«

Zaradi vse bolj različnih potreb in okusov poslušalcev in gledalcev je razvoj tematskih programov nujen in neizogiben. Temu trendu so se že pred leti popolnoma prilagodile tuje televizijske korporacije, ki s svojimi tematskimi programi s slovenskimi podnapisi in slovenskimi oglasi že nekaj let »targetirajo« tudi slovensko občinstvo, pri tem pa so na slovenski trg vstopile skorajda brez omejitev ali posebnih zahtev, čeprav se potegujejo za iste gledalce in oglaševalski denar kot slovenski televizijski programi, za katere velja nacionalna zakonodaja, ki zahteva zagotavljanje nacionalnih programskih deležev. Država bo zato v prvi vrsti zagotovila osnovno regulacijo platform, kot so kabelska ali IP TV, na način, da slovenski televizijski programi ne bodo v neenakem položaju v primerjavi s programi tujih televizijskih korporacij. Zakonodaja ne bo dopuščala, da so operaterji t. i. »*gate keeperji*«, ki povsem prosto odločajo o tem, kateri programi se bodo razširjali na ozemlju Republike Slovenije.

Izdajatelji slovenskih specializiranih in tematskih televizijskih programov pa tudi sicer potrebujejo spodbudnejše medijsko okolje. Zakonodaja bo omogočala tematske programe, ki so namenjeni specifičnemu segmentu občinstva in za katere je značilna tematska in žanrska istovrstnost (npr. specializiran TV program za otroke, kulturni program ipd.).

[24] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 49.

STRATEGIJA RADIOTELEVIZIJE SLOVENIJA DO LETA 2024

VIZIJA RTV Slovenija (javni interes)

Leta 2024 je RTV Slovenija privlačna in sodobna javna televizija, ki pri izvajanju svoje javne službe dosledni sledi načelom javne radiodifuzije: široka dostopnost javnosti, nediskriminatornost, pluralnost, demokratičnost, socialna vključenost, spodbujanje kulture ter širok razpon in raznolikost programov. V okviru javne službe in drugih programov RTV Slovenija izvaja temeljno poslanstvo, da informira, posreduje in oblikuje tehtne kulturne vsebine, izobražuje in zabava. Uporabnikom svojih storitev posreduje celovite, ažurne in resnične informacije. Te so dostopne na vseh klasičnih in sodobnih platformah. V ospredju informacij je raziskovalno novinarstvo, kritika in teme, ki jih drugi mediji ne prinašajo. RTV Slovenija informacije podaja verodostojno, objektivno, nepristransko in brez senzacionalizma. Programi RTV Slovenija so smiselno urejeni, konstantni in predvidljivi z vidika umeščenosti posameznih programskih vsebin. RTV Slovenija najširši javnosti omogoča dostop do kvalitetnih, izvirnih in vrhunskih programskih vsebin ter dostop do svojega arhiva preko vsebin na zahtevo. RTV Slovenija zagotavlja medijsko in vsesplošno izobraževanje za vse generacije, s posebnim poudarkom na medijskem izobraževanju otrok in mladostnikov.

Javna služba RTV Slovenija je jasno določena. RTV Slovenija je fleksibilna organizacija, ki se je zmožna hitro in učinkovito odzvati na zahteve njenih uporabnikov in nastajanje novih tehnologij. Vodstvo RTV Slovenija (uprava in strokovni svet) je apolitično, ustanoviteljica Republika Slovenija pa svoje interese uveljavlja skozi nadzorni svet. Nadzorni svet ima ustrezne pristojnosti in konstantno nadzoruje delo uprave. Strokovni svet ne posega v konkretne programske vsebine ter skrbi za uresničevanje izvajanja programskih strateških ciljev. Novinarji in uredniki so odgovorni do svojega dela in ga opravljajo v skladu z najvišjimi profesionalnimi etičnimi, moralnimi, profesionalnimi in obrtni standardi. Upravo RTV Slovenija sestavljajo generalni direktor ter direktorji Radia Slovenija, Televizije Slovenija, Centra sodobnih tehnologij, financ in kadrov. Generalni direktor si direktorje izbira sam, mandati pa potečejo istočasno s potekom mandata generalnega direktorja.

Republika Slovenija RTV Slovenija preko RTV prispevka in neposrednih izplačil iz proračuna zagotavlja vzdržno financiranje za izvajanje javne službe. V delih poslovanja, ki se ne nanašajo na izvajanje javne službe, RTV Slovenija nastopa kot samostojen udeleženec na trgu, pri tem pa striktno ločuje financiranje med javno službo in tržno dejavnostjo. Presežki prihodkov s tržnega dela poslovanja RTV Slovenija porablja samo za bogatitev programskih vsebin v okviru javne službe in s tem povezanih stroškov. Poslovanje RTV Slovenija je učinkovito, tudi zaradi uspešnega povezovanja in sodelovanja z lokalnimi in regionalnimi mediji na območju celotne Republike Slovenije.

RTV se zaveda svoje odgovornosti do slovenskega jezika in zato lahko pred mikrofonom in TV kamero nastopajo le novinarji, ki so pred začetkom dela uspešno pridobili certifikat radijskega govorca na RTV Slovenija. RTV Slovenija govorno izobraževanje svojim zaposlenim in kandidatom v okviru javne službe nudi brezplačno, za novinarjev drugih medij pa proti primernem plačilu. Novinarji in odgovorni uredniki se letno udeležujejo izobraževanj in novo pridobljena obrtna in strokovna znanja neposredno prenašajo v svoje delo in procese RTV Slovenija[25].

[25] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 50-62.

STRATEGIJA

Perspektiva RTV (struktura in delovanje)

Obseg javne službe

Javna služba RTV Slovenija (javni interes), ki se financira iz javnih sredstev, obsega programske vsebine, ki zagotavljajo informiranost, izobraževanje in zabavo na najvišji ravni kvalitete, dostopnosti in demokratičnosti, predvsem pa:

- *informativne vsebine;*
- *kvalitetne in vrhunske kulturne in umetniške vsebine;*
- *vrhunske razvedrilne vsebine;*
- *izvirne igrane, animirane in dokumentarne filme/oddaje/vsebine;*
- *izobraževalne programe in vsebine s področja znanosti;*
- *pomembnejše športne vsebine;*
- *prenos vsebin sej državnega zbora, državnega sveta, pristojnih delovnih organov in pomembnejših organov EU;*
- *ustvarjanje, produkcijo in arhiviranje prej navedenih vsebin;*
- *posredovanje prej navedenih vsebin v okviru uredniško oblikovanih programov ali na zahtevo;*
- *storitev oddajnikov in zvez, vezanih na oddajanje prej navedenih vsebin.*

V okviru razpoložljivih možnosti zasedenosti oddajnega časa, kadrovskih in tehničnih kapacitet, lahko RTV Slovenija izvaja tržni program, ki se finančno vodi ločeno od programov javne službe. V tem delu RTV Slovenija nastopa kot *de iure gestionis,* torej kot »klasičen« gospodarski subjekt, in mora kot tak delovati povsem enako kot drugi udeleženci na trgu (na noben način ne sme izkrivljati trga).

Vsebine so organizirane na način posameznih radijskih, televizijskih in multimedijskih programov ter avdiovizualnih storitev na zahtevo, ob upoštevanju razvoja tehnologije in večinskega vira financiranja.

Organiziranost RTV Slovenija

Organiziranost RTV Slovenija je ključna za uresničevanje javne službe. Le učinkoviti, odzivni in visoko profesionalni organi upravljanja namreč lahko dosegajo zastavljene cilje znotraj finančnih zmožnosti RTV Slovenija in obenem sledijo razvoju in posledično razmahu novih tehnologij.

Glede na rezultate javnih razprav[26], ki jih je Ministrstvo za kulturo organiziralo konec leta 2015 in v začetku leta 2016, ter glede na raziskavo o odnosu uporabnikov medijev[27], je ena izmed glavnih nalog te strategije depolitizacija trenutnega programskega sveta. Neizbežno dejstvo pa je tudi, da mora Republika Slovenija, kot ustanoviteljica RTV

[26] Glej tudi: Povzetki javnih razprav o medijski strategiji (april 2016), str. 17-18.
[27] Glej tudi: Valicon (april 2016), »Raziskava odnosa do medijev«, Ljubljana, Valicon, str. 93-113.

Slovenija, imeti določen vpliv nad izvajanjem javne službe, ne da se preko političnih stališč in nadzorov ta vpliv pozna v programih RTV Slovenija.

V skladu z vsem navedenim se je Ministrstvo za kulturo oprlo na predlog strokovne komisije za pomoč pri pripravi medijske zakonodaje, ki je predlagala popolno depolitizacijo programskega sveta, zmanjšanje števila članov sveta ter možnost vpliva države (in s tem posredno politike) kot ustanoviteljice na (zgolj poslovno in strateško!) delovanje javnega zavoda preko nadzornega sveta RTV Slovenija[28].

Ministrstvo za kulturo je za namen učinkovite organizacije prevzelo osnovno logiko in načela delovanja delniških družb po ZGD-1, pri tem pa je ves čas upoštevalo, da gre za javni zavod v javnem interesu in da je torej kakršnakoli privatizacija RTV Slovenija vsaj neprimerna.

Zaradi vsakokratnih oz. pogostih zapletov pri načinu imenovanja generalnega direktorja, se za vsa imenovanja smiselno uporablja zakon, ki ureja zavode (in posledično pravila civilnega prava), za ugotavljanje odgovornost vodstva pa se smiselno uporablja zakon, ki ureja gospodarske družbe, v delu odgovornosti vodstvenih delavcev v delniških družbah.

Na podlagi vsega navedenega se je v postopku izdelave strategije kot najprimernejša organizacijska oblika poslovanja RTV Slovenija izkazala ureditev, ki je predstavljena v naslednjih podpoglavjih.

Generalni direktor

> *»Generalni direktor dobi večjo avtonomijo, vključno z imenovanjem svoje ekipe (tudi odgovornih urednikov), istočasno pa tudi večjo odgovornost za svoje delo in delo svoje ekipe.«*

Generalni direktor *de facto* postane operativni direktor RTV Slovenija. Generalnega direktorja imenuje nadzorni svet po predhodni potrditvi strokovnega sveta.

Uprava

Upravo RTV Slovenija sestavljajo generalni direktor, direktor TV Slovenija, direktor Radia Slovenija, direktor Centra novih tehnologij, finančni direktor in kadrovski direktor. Direktorje si izbere generalni direktor po lastni presoji, ustrezati pa morajo formalnim pogojem za imenovanje. Mandat članov uprave je vezan na mandat generalnega direktorja. Generalni direktor je odgovoren za delo uprave. Poslovanje in odločanje v upravi določi generalni direktor po lastni presoji.

Odgovornost uprave za poslovanje se presoja po smiselno enakih pravilih kot za člane uprave delniške družbe po ZGD-1.

Strokovni (doslej programski) svet

> *»Programski svet se preimenuje v strokovni svet in postane popolnoma depolitiziran, na novo se mu določi njegova strokovna vloga, število članov se zmanjša.«*

[28] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 52-55.

Kot navedeno že v uvodu, je ena glavnih nalog te strategije popolna depolitizacija sedanjega programskega sveta in nova določitev njegovih pristojnosti. Prav zaradi pristojnosti se programski svet preimenuje v strokovni svet, da se tudi že iz samega imena da razbrati, da se strokovni svet ne sme ukvarjati s konkretnim programom.
»Tudi oba Aktiva novinarjev, televizije in radia, pogosto opozarjata na nedopustno poseganje programskega sveta v programsko politiko. Aktiv novinarjev Informativnega programa TV SLO, uredništvo slovenskega programa Koper, upravni odbor Društva novinarjev Slovenije in IO Aktiva novinarjev radia Slovenija so aprila 2016 podpisali Odprto pismo članom programskega sveta RTV Slovenija. V njem so opozorili, da programski svet z obravnavami konkretnih oddaj, prispevkov in novinarjev grobo posega v novinarsko in uredniško avtonomijo.[29]*«*

Pristojnosti strokovnega sveta so izdelava strategije programskih vsebin v okviru vsebin, določenih z javno službo RTV Slovenija, nadzor nad uresničevanjem programske strategije in delovanja RTV Slovenija, nadzor nad uresničevanjem vsebin, ki so v obsegu javne službe, in predlogi za izboljšanje programskega dela v smislu izpolnjevanja ali izboljšanja javne službe.

Razprava in odločitve strokovnega sveta na noben način ne smejo vključevati konkretnih prispevkov, ocene novinarskega dela ali programskih vsebin. Prav tako mu nikakor ni dovoljeno razpravljati o uravnoteženosti, pluralnosti, profesionalnosti novinarskega dela in o drugih vsebinskih elementih programov RTV Slovenija.

Strokovni svet se zmanjša na največ 15 uglednih strokovnjakov na področju medijev, izobraževanja, kulture, umetnosti, znanosti ali varstva človekovih pravic. Člane predlagajo civilna družba, reprezentativna novinarska organizacija, manjšine, uporabniki s posebnimi potrebami. Predsednik strokovnega sveta mora biti medijski ali pravni strokovnjak, z izkazanimi vodstvenimi delovnimi izkušnjami, strokovni svetniki pa lahko imenujejo eno osebo izmed sebe ali pa osebo, ki ni član sveta.

Nadzorni svet

> *»Nadzorni svet pridobi večje pristojnosti, vključno z odstavitvijo generalnega direktorja po objektivnih merilih, sestavljajo ga finančni, pravni in medijski strokovnjaki, ki jih predlagajo pristojna ministrstva (MF, MGRT, MK), strokovnjak s področja medijske pismenosti, ki ga predlaga MIZŠ, ter predstavnik zaposlenih.«*

Nadzorni svet sestavljajo predstavniki ustanovitelja, torej Republike Slovenije, katere naloge izvršuje Vlada Republike Slovenije. S tem se izvršuje pravica ustanovitelja in sofinancerja do nadzora javnega zavoda.

Nadzorni svet ima pet članov, od teh je en predstavnik zaposlenih, ki je vezni člen med razmerami v javnem zavodu in nadzornim svetom. Pristojna ministrstva predlagajo svoje člane po naslednjih merilih:

- ministrstvo, pristojno za finance, predlaga uglednega finančnega strokovnjaka;
- ministrstvo, pristojno za gospodarstvo, predlaga uglednega gospodarstvenika;
- ministrstvo, pristojno za medije, predlaga uglednega medijskega strokovnjaka;
- ministrstvo, pristojno za izobraževanje, predlaga strokovnjaka s področja medijskega opismenjevanja.

[29] 25. apr. 2016. <http://novinar.com/9378> (dostop 5. maj 2016) – citat iz Izhodišč za osnutek medijske strategije.

Predloge za člane nadzornega sveta na predlog pristojnega ministrstva potrdi Vlada Republike Slovenije. Mandat članov nadzornega sveta (razen predstavnika zaposlenih) je vezan na mandat vlade. Predstavnika zaposlenih izvolijo zaposleni in pogodbeni sodelavci na RTV Slovenija.

Nadzorni svet ima poleg pristojnosti predlaganja generalnega direktorja pristojnost do pregleda vse dokumentacije RTV Slovenija in lahko ob ugotovljenih nepravilnostih ali nezakonitostih generalnega direktorja ali članov uprave razreši generalnega direktorja (s tem pa posledično celotno upravo). Enako velja, če uprava na zahtevo nadzornega sveta temu ne posreduje zahtevanih dokumentov ali odgovorov. Nadzorni svet nadzira zakonitost poslovanje uprave, smotrnost porabe javnih sredstev in njeno učinkovitost glede na zastavljene cilje RTV Slovenija. Zastavljeni cilji so del pogodbe o zaposlitvi generalnega direktorja in članov uprave.

Finančni strokovnjak in gospodarstvenik morata imeti dokazljive izkušnje z nadziranjem gospodarskih družb.

Odgovorni uredniki

Enako kot direktorje, generalni direktor imenuje tudi odgovorne urednike, pri čemer je za imenovanje obvezno soglasje novinarskega kolektiva v posamezni NOE. Enako, kot za upravo, tudi za odgovorne urednike velja, da jim mandat poteče z iztekom mandata generalnega direktorja.

Perspektiva uporabnika

Najvišja kvaliteta prejetih celovitih informacij

»Novinarji RTV Slovenija določijo, uveljavijo ter striktno izvršujejo in spoštujejo najvišje etične, profesionalne in obrtne standarde, ki ne smejo biti nižji od standardov demokratičnih reprezentativnih organizacij v RS in EU.«

RTV Slovenija mora kot največji izdajatelj medijev v RS in hkrati kot največji zaposlovalec novinarjev zagotavljati najvišje standarde novinarskega dela in biti vzgled novinarjem drugih medijskih hiš. Novinarski aktiv na RTV Slovenija mora uveljaviti ustrezne mehanizme samoregulacije in popravljanja napak oziroma sankcioniranja kršitev profesionalnih in etičnih standardov. Ti morajo biti del pogodbe o zaposlitvi, pri čemer mora biti hujša ali groba kršitev novinarskih (etičnih) standardov opredeljena kot kršitev delovnih obveznosti (disciplinska kršitev). Novinar, ki je bil obsojen na NČR oz. je v preteklosti večkrat, huje ali grobo kršil novinarske (etične) standarde, ne bi smel biti zaposlen na RTV Slovenija, oziroma ne bi smel sodelovati pri pripravi programskih vsebin.

Logična razporeditev programskih vsebin in konstantnost

»TV in RS programi se strukturirajo glede na obseg in definicijo javne službe in se – posledično – financirajo glede na razmejitev javne službe od komercialnih vsebin.«

RTV Slovenija mora postati najsodobnejša medijska hiša, ki sledi 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 RS. RTV Slovenija zato poleg »splošnih« programov pripravlja in oddaja tudi posebne tematske programe, s katerimi se približa potrebam in željam večjega kroga gledalcev in poslušalcev.

Informacija takoj na vseh kanalih

»RTV mora ažurno vključevati in povezovati različne platforme informiranja javnosti, vključno z vsebinami na zahtevo.«

RTV Slovenija je en izdajatelj več medijev in mora kot tak tudi enotno nastopa v odnosu do javnosti. Zato je dolžna skrbeti za ažurno in tekoče obveščanje prebivalstva na vseh platformah istočasno in v enaki meri ter pod isto blagovno znamko (posledično se denimo spremeni »MMC« v »RTV«[30]), ne glede na to, kateri od medijev določeno informacijo dobi.

Enakopravnosti in celovitost pokrivanja dogodkov v RS

»RTV zagotavlja enakomerno in celovito informiranje in pokritost vseh lokalnih območij v RS in na območjih, kjer živijo slovenske manjšine.«

Ena najpogostejših kritik na račun RTV na javnih razpravah po statističnih regijah[31] je bila, da so lokalna območja izredno slabo pokrita z dopisniki RTV Slovenija oziroma, da – kot so se plastično izrazili prebivalci posameznih

[30] Kot kaže raziskava družbe Valicon, je MMC med uporabniki neprepoznan in posledično vnaša zmedo med njimi.
[31] Glej tudi: Povzetki javnih razprav o medijski strategiji (april 2016).

lokalnih območij – novica iz njihovih krajev pride na nacionalni nivo samo, »*če kakšen športnih iz teh krajev zmaga ali pa 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 obvezno treba vključiti tudi informacije o Slovencih, ki živijo v ZDA, Argentini, Avstraliji …).

Za dosego tega cilja se RTV Slovenija sama odloča, ali bo za neko področje imenovala dopisnika ali pa bo (proti plačilu) sodelovala z lokalnimi oz. regionalnimi mediji. Ti pa morajo na drugi strani zagotavljati povsem enake (obrtne, profesionalne in etične) standarde, kot jih mora zasledovati RTV Slovenija.

Takšna zahteva seveda ne pomeni, da bodo na dnevni ravni pokrite prav vse slovenske občine, kar je seveda neizvedljivo glede na programski čas RTV Slovenija. Mora pa – tudi zaradi novih zmogljivosti RTV Slovenija, ki jih prinaša ta strategija – RTV Slovenija močno oz. občutno povečati delež vsebin iz navedenih območij.

Nespoštovanje te zahteve Republike Slovenije, kot ustanoviteljice javnega zavoda, je razlog za razrešitev uprave[32].

[32] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 56-59.

Finančna perspektiva

RTV prispevek

»Obstoj RTV prispevka je vezan na posest naprave, ob domnevi, da ima vsak prebivalec RS v svojem gospodinjstvu vsaj eno elektronsko napravo.«

Trenutni RTV prispevek že dalj časa ne sledi več novim tehnologijam in sledi domnevi, da ima naročnik TV ali RA sprejemnik, če ima električni priključek. Takšen način financiranja RTV prispevka ne pokrije sodobnih tehnologij, kot je informiranje javnosti preko spletnega portala rtvslo.si. Ob upoštevanju navedenega ter ob dejstvu, da po podatkih iz letnega poročila RTV Slovenija za leto 2015, RTV prispevek v Republiki Sloveniji plačuje več kot 600.000 zavezancev, po številu ogledov spletnih strani pa se je spletno mesto rtvslo.si v zadnjem četrtletju utrdilo na drugem mestu med novičarskimi portali, po številu obiskovalcev pa ostaja na tretjem mestu, je bilo treba najti način, ki bo RTV zagotavljal tudi financiranje novih medijev, obenem pa z vidika uporabnika upošteval tudi njegovo materialno stanje. V samem postopku izdelave strategije so se pojavljale različne oblike financiranja (praksa drugih držav), in sicer v obliki namenskega davka, dajatve ipd., Ministrstvo za kulturo pa je na podlagi vseh zbranih dejstev ocenilo, da je najprimernejše financiranje RTV Slovenija ohranitev RTV prispevka kot načina sofinanciranja RTV Slovenija, ob razširitvi nabora zavezancev za plačilo na krog vseh tistih, ki uporabljajo vsaj eno elektronsko napravo, ki ima možnost dostopa do interneta, radio ali televizijo. Podobno kot doslej gre za izpodbojno pravno domnevo (*praesumptio iuris tantum*), ki jo lahko vsak zavezanec tudi ovrže, če dokaže (obrnjeno dokazno breme), da v gospodinjstvu takšne naprave ni. Obrnjeno dokazno breme je potrebno zaradi številnih kršitev pravice do neplačevanja prispevka, ki jih RTV *de facto* ni mogla nadzirati, saj nima pravice do vstopa v stanovanje. Ker se posledično občutno razširi krog zavezancev, Ministrstvo za kulturo ugotavlja, da se bo posledično znižala tudi višina RTV prispevka. To pa posledično pomeni, da bodo lahko socialno šibka gospodinjstva uveljavljala znižanje ali celotno odpravo dolžnosti plačevanja[33].

Transparentnost poslovanja

»RTV mora zagotoviti in striktno izvrševati pravila izvajanja finančnih programov ter obenem redno izvajati nadzor, z namenom zagotavljanja transparentnosti poslovanja.«

Poslovanje RTV Slovenija mora biti transparentno. Za uresničevanje tega načela mora RTV Slovenija javno objavljati vse finančne podatke, razen tistih, ki so poslovna skrivnost po objektivnem kriteriju po ZGD-1, pa še te zgolj v delu podatkov, katerih razkritje bi pomenilo izgube pogajalske moči na trgu. O obstoju poslovne skrivnosti bo odločal nadzorni svet.

Vsekakor pa bo RTV Slovenija morala vnaprej objaviti vse tarife za storitve, ki jih plačuje, prepovedan bo način plačevanja po dvojnih (deloma tajnih) tarifah. S tem se zagotavlja tudi pravično plačilo za vse avtorje, katerih dela RTV Slovenija odkupi, predvaja ali drugače uporabi.

Načelo transparentnost velja v celoti in brez izjem tudi za posredovanje vseh zahtevanih dokumentov, ki jih uprava pošlje nadzornemu svetu. Kršitev ali prikrivanje podatkov samodejno pomeni razrešitev uprave RTV Slovenija.

---

[33] Glej tudi: Izhodišča za osnutek medijske strategije (maj 2016). Ljubljana: Strokovna komisija za pomoč pri pripravi nacionalne medijske strategije, str. 59.

Dolgoročno načrtovanje

»RTV Slovenija mora dolgoročno načrtovati strukturo financiranja javne službe, ob predhodni preverbi javne službe.«

Na podlagi zakonsko določenega obsega javne službe se določi predvideni obseg programsko materialnih stroškov ter stroškov dela, primerljivih z obsegom drugih javnih servisov v EU. Zaradi obvladovanja stroškov se za daljše obdobje, vezano na strateške dokumente RTV Slovenije, opredeli deleže administrativnih stroškov in stroškov splošnih služb, deleže programskih stroškov namenjenih programov s področij informiranja, kulture, izobraževanja in znanosti ter v športa in vrhunskih razvedrilnih oddaj, ob upoštevanju razmejitve javnih sredstev in sredstev iz tržne dejavnosti.

Pri tem je potrebno upoštevati dosledno razmejitev sodil prihodkov in odhodkov za javno službo in tržno dejavnosti, upoštevanje stroškov, potrebnih za zakonsko izvajanje javne službe ter konkurenčne prednosti RTV Slovenija pri ustvarjanju in distribuciji kvalitetnih in vrhunskih avdiovizualnih del in vsebin.

Perspektiva rasti znanja in razvoja

Visok profesionalni vstopni prag za novinarje

»Vsi novinarji in nastopajoči, ki so ali bodo zaposleni na RTV Slovenija, morajo pred začetkom dela pridobiti certifikat radijskega govorca, ki ga izvaja RTV Slovenija.«

Ministrstvo za kulturo meni, da je šola govora na Radiu Slovenija nedvomno ena najboljših, če ne celo najboljša tovrstna šola oz. izobraževanje v Republiki Sloveniji. Zato je za obstoj in razvoj slovenskega jezika izjemnega pomena. Še pomembneje je, kar je nedvomno v javnem interesu RTV Slovenija, da slovenski jezik ne le ohranja, pač pa ga tudi na najvišji ravni uveljavlja v svojih programskih vsebinah.

Takšen pogoj bo veljal za vse novinarje in druge nastopajoče *ex nunc*, torej za vse, ki bodo začeli delati na RTV Slovenija. S tem se uveljavi načelo prepovedi retroaktivnosti in zavaruje pravni položaj zaposlenih (pravna varnost), ki so pravico do dela na RTV že pridobili.

Konstantno izobraževanje

Novinarji

»RTV mora vsakega novinarja RTV Slovenija vsaj enkrat letno napotiti na usposabljanje s področja človekovih pravic, prava, ekonomije in novinarskih obrtnih znanj.«

Javne razprave, ki jih je Ministrstvo za kulturo z namenom ugotoviti javni interes na področju medijev, kakor tudi priporočila strokovni komisije in raziskava o pogledu uporabnikov na medije, razkrivajo, da je uporabnikom pomembna profesionalnost novinarjev, ne želijo pa si – vsaj ne na RTV Slovenija – senzacionalističnega poročanja. Po drugi strani o RTV Slovenija menijo, da so njeni mediji sicer dobri, obenem pa dolgočasni.

Z namenom doseganja višje profesionalnosti novinarjev, po drugi strani pa izboljšanje njihovih obrtnih znanj, je takšno obveznost za RTV Slovenija v strategiji in – posledično v zakonu – nujno predpisati.

Odgovorni uredniki

»RTV Slovenija mora vse odgovorne urednike RTV Slovenija vsaj enkrat letno napotiti na izobraževanje v tujino, in sicer v priznane medijske hiše.«

V skladu z navedenim v prejšnjem poglavju je nedvomno moč ugotoviti, da so prav uredniki tisti, ki na koncu odločijo, ali je nek prispevek v skladu z najvišjimi standardi ali ne. Posledično morajo imeti dovolj znanja, da to lahko (navadno v zelo kratkem času) presodijo in se odločijo. Izkušnje iz Slovenije v skladu z ugotovitvami celotnega postopka sprejemanja medijske strategije, očitno niso dovolj, zato je treba obveznost izobraževanja v tujini dodatno predpisati z zakonom. Le tako lahko namreč Republika Slovenija, kot ustanoviteljica RTV Slovenija zasleduje, javni interes, ki v tej točki ni zgolj objektivnost, nepristranskost in verodostojnost podanih informacij, pač pa tudi »obrtni« del podajanja informacije, ki mora biti privlačna in hkrati ne-senzacionalistična. Ker po oceni Ministrstva za kulturo takšnega standarda v Republiki Sloveniji (vsaj denimo na področju sodobnih režiserskih prijemov) primanjkuje, je odločitev za obvezna izobraževanja v tujini za RTV Slovenija, ki mora izpolnjevati najvišje standarde, nujno potrebna.

Prilagajanje novim tehnologijam in zahtevam uporabnikov

»RTV Slovenija mora vseskozi slediti razvoju novih tehnologij na medijskem področju ter te v primeru, da postanejo mednarodno priznani standard, ažurno vključevati v svoje storitve.«

V dobi izjemnega razvoja tehnologije je RTV Slovenija obvezana slediti tem tehnologijam in se nanje ažurno odzivati. Medijski svet se namreč izjemno hitro spreminja tudi na področju infrastrukture in ne-sledenje temu razvoju lahko v zelo kratkem času pripelje do propada posameznega medija. Zato mora RTV Slovenija kot javni interes na področju razvoja novih medijev ažurno slediti spremembam in tehnične standarde, ki se uveljavijo na področju njenega dela, ažurno vključevati v svojo infrastrukturo. Koriščenje javne infrastrukture pa mora pod enakimi pogoji nadalje omogočiti vsem udeležencem na trgu.