



0070-18/2011/6
Ljubljana, dne 27. julij 2011
EVA: 2011-3511-0026
GENERALNI SEKRETARIAT VLADE REPUBLIKE SLOVENIJE Gp.gs@gov.si
ZADEVA: Predlog Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (ZAMS) – predlog za obravnavo
1. Predlog sklepov vlade:
Na podlagi drugega odstavka 2. člena Zakona o Vladi Republike Slovenije (Uradni list RS, št. 24/05 – uradno prečiščeno besedilo, 109/08 in 38/10 – ZUKN) je Vlada Republike Slovenije na ... seji ... sprejela
SKLEP:
Vlada Republike Slovenije je določila besedilo Predloga Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (ZAMS) ter ga pošlje Državnemu zboru Republike Slovenije v obravnavo in sprejetje po nujnem zakonodajnem postopku.
Mag. Helena Kamnar GENERALNA SEKRETARKA
Prejmejo: - Služba vlade za zakonodajo
2.a Osebe, odgovorne za strokovno pripravo in usklajenost gradiva:
dr. Boštjan Žekš, Minister za kulturo Vojko Stopar, Generalni direktor Direktorata za medije
2.b Predstavniki vlade, ki bodo sodelovali pri delu Državnega zbora:
dr. Boštjan Žekš, Minister za kulturo Jožef Školč, Državni sekretar

Vojko Stopar, Generalni direktor Direktorata za medije
Branko Jezovšek, Svetovalec

3. Gradivo se sme objaviti na svetovnem spletu:

DA

4.a Predlog za obravnavo predloga zakona po nujnem oziroma skrajšanem postopku v Državnem zboru RS z obrazložitvijo razlogov:

Predlaga se obravnavati zakona po nujnem postopku v Državnem zboru.

Predlog zakona v celoti prenaša Direktivo 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (kodificirana različica) (UL L št. 95, z dne 15.4.2010), ki bi jo morale države članice EU prenesti v svoje pravne rede do dne 19. 12. 2009. Evropska komisija je glede zadnjih odločitev dne 15. 03. 2011 naslovila na Vlado RS dodatno obrazloženo mnenje (kršitev št. 2010/0191) zaradi nenotifikacije nacionalnih predpisov za prenos Direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah in ji postavila dvo-mesečni rok za izvedbo ukrepov, potrebnih za prenos direktive. V mnenju je EK opozorila na vložitev tožbe zoper RS in naložitev plačila denarne kazni. Vlada RS je Evropski komisiji predhodno že odgovorila, da bo direktiva v celoti prenesena s sprejetjem novega Zakona o medijih (ZMed-1), da se je njegov sprejem zaradi obsežnosti in teže področij urejanja zakona zavlekel, in da bo ZMed-1 predvidoma sprejet v juliju oz. najkasneje septembra 2011. Vlada RS je zato dne 19. 04. 2011 zaprosila Evropsko komisijo za podaljšanje roka. Evropska komisija je podaljšala rok za prenos direktive do 15. 08. 2011. Državni zbor je predlog ZMed-1 obravnaval na seji dne 14. 07. 2011, vendar ga poslanci državnega zbora v prvi obravnavi z glasovanjem dne 15. 07. 2011 niso potrdili, zato se je zakonodajni postopek ZMed-1 končal. Direktiva bo zaradi nepotrditve Zmed-1 tako v celoti prenesena z Zakonom o avdiovizualnih medijskih storitvah, ki pa za razliko od predloga ZMed-1 ureja izključno samo tista vprašanja, ki jih ureja Direktiva 2010/13/EU.

Ker se rok za notifikacijo implementacije omenjene direktive izteče dne 15. 08. 2011, po tem roku pa grozi Republiki Sloveniji tožba pred Sodiščem EU, in v primeru obsodbe izrek dnevne (od 19. 12. 2009 dalje) in pavšalne kazni, menimo, da je predlog za obravnavo predloga zakona po nujnem postopku v Državnem zboru utemeljen, saj bi lahko v nasprotnem primeru nastale težko popravljive posledice na fiskalnem področju države.

4.b Predlog za skrajšanje poslovnih rokov z obrazložitvijo razlogov:

//

5. Kratek povzetek gradiva

Ta zakon določa pravice, obveznosti in odgovornosti pravnih ter fizičnih oseb, ki opravljajo dejavnost ponujanja avdiovizualnih medijskih storitev.

S tem zakonom se v pravni red Republike Slovenije prenaša Direktiva 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (kodificirana različica) (UL L št. 95, z dne 15.4.2010) (v nadaljnjem besedilu: Direktiva 2010/13/EU).

Temeljni koncept Direktive 2010/13/EU je prinesel prenos logike regulacije s platforme na samo dejavnost ponudnikov avdiovizualnih medijskih. Direktiva 2010/13/EU prenaša regulacijo na vse nove oblike medijskih storitev, seveda, v kolikor je to primerno in resnično potrebno.

Direktiva 2010/13/EU spreminja Direktivo o televiziji brez meja (*Television without Frontiers Directive*), z namenom oblikovanja ohlapnejših pravil, ki regulirajo televizijo in televiziji podobne storitve.

Direktiva 2010/13/EU zajema vse avdiovizualne medijske storitve. To pomeni tako tradicionalno televizijo (linearne storitve), kot tudi video na zahtevo (nelinearne storitve). Osnovni namen Direktive 2010/13/EU je vzpostavitev pravnega okvira za delovanje enotnega evropskega trga na področju avdiovizualnih medijskih storitev.

Direktiva 2010/13/EU uvaja liberalnejša pravila za oglaševanje, tako se npr. ukinja dnevna kvota oglaševanja ter uvede omejitve oglaševanja na uro (12 minut ali dvajset procentov oglaševalskih vsebin na uro), avdiovizualna dela se lahko prekinejo vsake pol ure (do sedaj na 45 minut). Direktiva 2010/13/EU postavlja pravila za promocijsko umeščanje izdelkov, t.i. »*product placement*«, kjer gre za poseben način oglaševanja proizvodov, blagovnih znamk ali storitev, in sicer na tak način, da so ti proizvodi ali blagovne znamke vključeni v samo programsko vsebino.

Direktiva 2010/13/EU prinaša spremenjena pravila na področju ugotavljanja jurisdikcije nad programi, ki se razširjajo preko satelitov. Pri ugotavljanju jurisdikcije nad izdajatelji oziroma ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev je najpomembnejše načelo države izvora, ki določa, da pri zagotavljanju storitev (programov) v druge države, veljajo tista pravila, ki so v veljavi v državi, kjer ima izdajatelj sedež. To je pomembno za spodbujanje čezmejnih storitev, saj izdajatelj ni več odvisen od pravil države, v katero pošilja signal.

Direktiva 2010/13/EU namenja posebno pozornost promociji evropskih avdiovizualnih del. Cilj Direktive 2010/13/EU je tudi spodbujanje koregulacije in samoregulacije, spodbujanje razvoja medijske pismenosti, večje dostopnosti medijskih vsebin za invalide in starejše osebe itd..

Določbe tega zakona se uporabljajo za vse avdiovizualne medijske storitve, to je televizijske programe in druge linearne avdiovizualne medijske storitve ter avdiovizualne medijske storitve na zahtevo oziroma nelinearne avdiovizualne medijske storitve.

Predlog zakona razveljavlja posamezne določbe Zakona o medijih, ki urejajo televizijske programe, saj bo to področje po novem v celoti urejeno v tem predlogu zakona.

Osnovni cilji, ki jih zasleduje predlog zakona, so:

- uskladitev s pravnim redom EU;
- regulacija vseh avdiovizualnih medijskih storitev;
- vzpostavitev učinkovitega nadzora nad izvajanjem zakonskih določil, s prenosom pristojnosti nad regulacijo vseh avdiovizualnih medijskih storitev na Agencije za pošto in elektronske komunikacije.

Predlog zakona temelji na naslednjih splošnih načelih:

- varstvo otrok in mladoletnikov
- varstvo ranljivih družbenih skupin
- svoboda razširjanja avdiovizualnih medijskih storitev iz drugih držav
- prepoved spodbujanja k neenakopravnosti in nestrpnosti
- varstvo avtorske in sorodnih pravic
- pravica do popravka in odgovora

Poglavitna področja v predlogu zakona so:

- zaščita otrok in mladoletnikov
- spodbujanje distribucije in produkcije evropskih avdiovizualnih del
- avdiovizualno komercialno sporočanje
- izključne pravice in pravica do kratkega poročanja v televizijskih programih

6. Presoja posledic

a)	na javnofinančna sredstva v višini, večji od 40 000 EUR v tekočem in naslednjih treh letih	NE
b)	na usklajenost slovenskega pravnega reda s pravnim redom Evropske unije	DA
c)	administrativne posledice	NE
č)	na gospodarstvo, posebej na mala in srednja podjetja ter konkurenčnost podjetij	NE
d)	na okolje, kar vključuje tudi prostorske in varstvene vidike	NE
e)	na socialno področje	NE
f)	na dokumenta razvojnega načrtovanja: - na nacionalne dokumente razvojnega načrtovanja,	NE

	<ul style="list-style-type: none"> - na razvojne politike na ravni programov po strukturi razvojne klasifikacije programskega proračuna - na razvojne dokumente Evropske unije in mednarodnih organizacij 	
7.a Predstavitev ocene finančnih posledic, višjih od 40 000 EUR		
//		
7.b Predstavitev ocene finančnih posledic, nižjih od 40 000 EUR		
//		
8. Predstavitev sodelovanja javnosti		
Gradivo je bilo predhodno objavljeno na spletni strani predlagatelja		NE
<p>Vsa vprašanja, ki jih ureja obravnavani predlog zakona, so bila javnosti predstavljena že s predlogom Zakona o medijih, s katerim je Vlada RS prvotno želela prenesti zadevno direktivo. Predlog zakona o medijih ni bil potrjen v Državnem zboru. Ker se dodatni rok za implementacijo direktive izteče dne 15. 08. 2011, se direktiva v celoti prenaša s tem predlogom zakona.</p> <p>Ministrstvo za kulturo je osnutek zakona o medijih, v katerem so bila predstavljena tudi vsa vprašanja oz. področja urejanja iz obravnavanega predloga zakona, z namenom seznanitve javnosti objavilo dne 28. 07. 2010. Osnutek zakona o medijih je bil objavljen na portalu E-demokracija in na spletni strani Ministrstva za kulturo do dne 20. 09. 2010. Ministrstvo je v okviru javne razprave prejelo mnenja, pripombe in predloge okoli 90 subjektov, ki so na ministrstvo poslali približno 120 dokumentov v tej zadevi. Mnenja, predlogi in pripombe so se predvsem nanašale na področje ureditve pravic in obveznosti uredništva (novinarska avtonomija), programskih radijskih mrež, zaščite otrok in mladoletnikov, programskih deležev, zlasti kvote slovenske glasbe, državnih pomoči medijem in na področje varstva konkurence v medijih oziroma nadzora nad koncentracijami v medijih.</p> <p>Ministrstvo za kulturo je na podlagi posredovanih pripomb oblikovalo nov, t. i. drugi osnutek zakona o medijih, ki ga je objavilo dne 16. 11. 2010 na svoji spletni strani.</p> <p>Ministrstvo je vse od začetka javne razprave v juliju 2010 pa do konca zakonodajnega postopka o predlogu zakona o medijih sprejemalo mnenja, predlogi in pripombe javnosti. Ministrstvo se je na temo novega zakona o medijih sestalo s številnimi subjekti, delujočimi na področju medijev. Iz tega razloga predlagatelj zakona meni, da so bila vsa vprašanja iz obravnavanega predloga zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah ustrezno predstavljena javnosti.</p>		
9. Predstavitev medresorskega usklajevanja		
<p>Vprašanja, ki jih ureja predlog zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah, so bila v celoti usklajena v okviru medresorskega usklajevanja o predlogu zakona o medijih, ki pa nato ni bil potrjen v Državnem zboru. Obravnavani predlog zakona prav tako ne vsebuje nobene nove določbe, ki jih ni določal že v celoti medresorsko usklajeni predlog zakona o medijih. Iz tega razloga predlagatelj predloga zakona ocenjuje, da dodatna medresorska uskladitev ni potrebna, saj so bila vsa vprašanja, ki jih ureja predlog zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah, v celoti medresorsko usklajena v okviru postopka sprejemanja predloga zakona o medijih.</p>		
10. Gradivo je lektorirano		NE
11. Zahteva predlagatelja za		
a)	obravnavo neusklajenega gradiva	DA
b)	za nujnost obravnave	DA

c)	obravnavo gradiva brez sodelovanja javnosti	DA
12. Pri pripravi gradiva so bile upoštevane zahteve iz Resolucije o normativni dejavnosti		NE
13. Gradivo je uvrščeno v delovni program vlade		DA
14. Gradivo je pripravljeno na podlagi sklepa vlade št. ... z dne ...		
		Dr. Boštjan Žekš Minister

PRILOGA:

- predlog zakona
- osnutki podzakonskih aktov

PREDLOG

EVA: 2011-3511-0026

ZAKON O AVDIOVIZUALNIH MEDIJSKIH STORITVAH (ZAMS)

I. UVOD

1. OCENA STANJA IN RAZLOGI ZA SPREJEM PREDLOGA ZAKONA

Predlog zakona v celoti prenaša Direktivo 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (kodificirana različica), ki spreminja Direktivo o televiziji brez meja (*Television without Frontiers Directive*), z namenom oblikovanja ohlapnejših pravil, ki regulirajo televizijo in televiziji podobne storitve.

Direktiva 2010/13 EU zajema vse avdiovizualne medijske storitve. To pomeni tako tradicionalno televizijo (linearne storitve), kot tudi video na zahtevo (nelinearne storitve). Osnovni namen Direktive 2010/13 EU je vzpostavitev enotnega evropskega trga na področju avdiovizualnih medijskih storitev, zato so posebni poudarki na oglaševanju, ki je namenjeno otrokom, oglaševanju hrane in sprejemanju etičnih kodeksov s tega področja, koregulaciji in samoregulaciji ter dostopnosti vsebin osebam z okvarami vida ali sluha.

Glede na to, da so nelinearne storitve v svoji osnovi drugačne, saj gre za vsebine, ki si jih predvaja uporabnik na svojo lastno zahtevo (čas in vsebina sta v domeni uporabnika vsebin, saj le ta lahko izbere vsebino in čas predvajanja), je za te storitve potrebna minimalna regulacija (predvsem zaščita otrok in mladoletnikov). Linearna (klasična televizija) pa ostaja strožje regulirana, predvsem na področju zaščite otrok in mladoletnikov ter na področju oglaševanja.

Direktiva 2010/13 EU uvaja liberalnejša pravila za oglaševanje, dnevna kvota oglaševanja se ukine, uvede se omejitev oglaševanja na uro (12 minut ali dvajset procentov oglaševalskih vsebin na uro), avdiovizualna dela se lahko prekinajo na vsake pol ure (do sedaj na 45 minut). Direktiva 2010/13 EU postavlja pravila za promocijsko umeščanje izdelkov, *t.i.* »*product placement*«, kjer gre način oglaševanja proizvodov, blagovnih znamk ali storitev, in sicer na tak način, da so proizvodi ali blagovne znamke vključeni v samo avdiovizualno delo ali drugo programsko vsebino (npr. filmi James Bond in avtomobili, ure itd. v teh filmih).

Direktiva 2010/13 EU prinaša spremenjena pravila na področju ugotavljanja jurisdikcije nad programi, ki se razširjajo preko satelitov. Jurisdikcija se ugotavlja tako, da se ugotovi lokacija zemeljske postaje »*up link*« in šele nato druge dejavniki (zakup satelita in podobno). Smatra se, da je izdajatelj pod jurisdikcijo tiste države, ki mu omogoča zemeljsko posredovanje signala na satelit. Če se lokacije zemeljske postaje ne da ugotoviti, pa velja jurisdikcija tiste države, ki omogoča pošiljanje signala iz orbitalnega satelita (država, ki ima zakupljene satelitske zmogljivosti). Jurisdikcija za satelitske programe se je do sedaj ugotavljala v obratnem smislu, kar je povzročalo veliko preglavic, saj se najlažje ugotovi ravno pozicija zemeljske postaje.

Pri ugotavljanju jurisdikcije nad ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev je

najpomembnejše načelo države izvora, ki določa, da pri zagotavljanju storitev (programov) v druge države, veljajo tista pravila, ki so v veljavi v državi, kjer ima izdajatelj sedež. To je pomembno za spodbujanje čezmejnih storitev, saj izdajatelj ni več odvisen od pravil države, v katero pošilja signal. Pomembno je, da ne krši pravil, ki veljajo na enotnem EU trgu in so urejena z Direktivo 2010/13 EU. Odstopanje oziroma derogacija od načela države izvora je zagotovljena v tistih primerih, ko v državi članici, kjer ima sedež izdajatelj, veljajo ohlapnejša pravila, kot v državi sprejemnici. V primeru kršitev (pornografija, spodbujanje sovraštva ipd.) lahko država članica omeji retransmisijo signala na njenem območju.

Direktiva 2010/13 EU namenja posebno pozornost promociji evropskih avdiovizualnih del. Direktiva 2010/13 EU navaja v preambuli, da je *»nujno, da v državah članicah spodbujamo tržišča ustrezne velikosti za televizijske produkcije, ki bodo omogočila vračanje nujnih naložb, ne le z vzpostavljanjem splošnih pravil za odpiranje nacionalnih trgov, temveč tudi tako, da evropskim produkcijam, kadar je to izvedljivo in z ustreznimi sredstvi, namenjamo večinski delež v televizijskih oddajah vseh držav članic.«*

Cilj Direktive 2010/13 EU je tudi spodbujanje koregulacije in samoregulacije. Države članice spodbujajo koregulativne in/ali samoregulativne ureditve na nacionalni ravni na področjih, ki jih usklajuje direktiva, v obsegu, ki ga dopuščajo njihovi pravni sistemi. Te ureditve so takšne, da jih glavne interesne skupine v zadevnih državah članicah na splošno sprejemajo in da zagotavljajo učinkovito izvajanje (npr. zaščita otrok in mladoletnikov pred škodljivimi vsebinami ter na področju oglaševanja nezdrave hrane in pijače).

Eden izmed najpomembnejših ciljev Direktive 2010/13 EU je spodbujanje razvoja medijske pismenosti. Medijska pismenost se nanaša na spretnosti, znanje in razumevanje, ki uporabnikom omogočajo učinkovito in varno rabo medijev. Le medijsko pismene osebe so sposobne ozaveščeno izbirati in razumeti značilnosti vsebine in storitev ter v polnem obsegu izkoristiti priložnosti, ki jih omogočajo nove komunikacijske tehnologije, sebe in svojo družino pa so sposobni bolje zaščititi pred škodljivim in žaljivim gradivom. Direktiva 2010/13 EU nalaga državam članicam sprejetje ukrepov za spodbujanje medijske pismenosti v vseh družbenih plasteh in pozorno spremljanje napredka na tem področju.

Skladno z Direktivo 2010/13 EU morajo države članice sprejeti ukrepe za večjo dostopnost medijskih vsebin za invalidne in starejše osebe, saj imajo tudi le-te polno pravico do udeležbe v kulturnem in družbenem življenju. Načini zagotavljanja dostopnosti bi morali med drugim vključevati znakovni jezik, podnaslavljanje, zvočne opise in preproste menije.

Države članice so v skladu z nalogami, ki jim jih podeljuje Pogodba o delovanju Evropske unije, odgovorne za učinkovito izvajanje Direktive 2010/13 EU. Države članice lahko same izberejo primerne instrumente v skladu s svojimi pravnimi tradicijami in ustaljenimi strukturami, zlasti pa obliko svojih pristojnih neodvisnih regulatornih organov, da lahko delo pri izvajanju direktive opravljajo nepristransko in pregledno. Instrumenti, ki jih izberejo države članice, bi morali zlasti prispevati k spodbujanju pluralnosti medijev.

2. CILJI, NAČELA IN POGLATVITNE REŠITVE PREDLOGA ZAKONA

2.1 Cilji

Osnovni cilji, ki jih zasleduje predlog zakona, so:

- uskladitev s pravnim redom EU;
- regulacija vseh avdiovizualnih medijskih storitev;
- vzpostavitev učinkovitega nadzora nad izvajanjem zakonskih določil, s prenosom pristojnosti nad regulacijo vseh avdiovizualnih medijskih storitev na Agencijo za pošto in elektronske komunikacije.

2.2 Načela

Predlog zakona temelji na naslednjih splošnih načelih:

- varstvo otrok in mladoletnikov
- varstvo ranljivih družbenih skupin
- svoboda razširjanja avdiovizualnih medijskih storitev iz drugih držav
- prepoved spodbujanja k neenakopravnosti in nestrpnosti
- varstvo avtorske in sorodnih pravic
- pravica do popravka in odgovora

2.3 Poglavitne rešitve

Poglavitna področja v predlogu zakona so:

- Zaščita otrok in mladoletnikov:

Predlog zakona prinaša določene spremembe glede varstva otrok in mladoletnikov pri razširjanju programskih vsebin televizijskih programov in avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo.

Otrokom in mladoletnikom, kot najobčutljivejši kategoriji uporabnikov medijskih storitev, namenja predlog zakona posebno pozornost, ter zagotavlja ukrepe, ki jih ščitijo pred izpostavljenostjo vsebinam, ki bi lahko resno ogrozile njihov telesni, duševni in moralni razvoj, zlasti pred pornografskimi vsebinami in neupravičenim prikazovanjem nasilja. Pri tem se kot vodilo upošteva koncept korist otrok, ki ga kot eno glavnih načel spoštovanja otrokovih pravic vsebuje 3. člen Konvencije Združenih narodov o otrokovih pravicah (1989) in posledično vsi drugi ključni mednarodni dokumenti s področja otrokovih pravic.

Predlagana zakonska ureditev sledi Direktivi 2010/13/EU in popravlja pomanjkljivost ureditve iz obstoječega Zakona o medijih, ki v ospredje postavlja samoregulacijo, ki se v praksi ni nikoli implementirala v celoti, ampak je ostala na ravni internega določanja pravil, s katerimi je vsak izdajatelj zase, nepovezano in brez možnosti zunanje verifikacije in preverjanja določil merila za predvajanje otrokom in mladoletnikom potencialno škodljivih vsebin.

Predlog ponuja vsebinska izhodišča za celovito regulacijo programskih vsebin, ki so potencialno škodljive fizičnemu, psihičnemu in moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov ter omogoča vzpostavitev enotnega sistema njihove klasifikacije in nadzora.

Z gledišča potencialne škodljivosti programskih sta predmet regulacije predvsem nasilje in pornografija, zato zakon ponuja podlage za opredelitev teh pojmov z upoštevanjem družbenega in kulturnega konteksta in za presojo njihovega možnega vpliva na telesni, duševni in moralni razvoj otrok in mladoletnikov. S tem omogoča določitev ravni zaščite za različne tipe potencialno škodljivih vsebin, smernic za njihovo predvajanje ter predloga za njihovo označevanje.

Podrobnejše opredelitve bo vseboval podzakonski akt, ki bo zajemal merila za opredelitev programskih vsebin, katerih predvajanje je absolutno prepovedano, saj bi lahko resno škodovala telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov. Akt bo opredelil tudi natančna merila za predvajanje programskih vsebin, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok ali mladoletnikov ter katerih predvajanje je v televizijskih programih dopustno le pod pogojem, da je dostop do teh vsebin omejen s tehnično zaščito, ki je ni mogoče odstraniti s strani uporabnika. Poleg navedenega pa še merila za opredelitev vsebin, katerih umeščanje v program je dopustno ob primerno

izbranim času predvajanja ter zasnovo klasifikacije programskih vsebin, ki niso primerne za otroke in mladoletnike različnih starostnih skupin (12, 15 in 18 let) in morajo biti zato primerno časovne umeščene v program.

Predlog zakona za vsako zgoraj navedeno starostno skupino otrok in mladoletnikov že vključuje opredelitev časovnega praga, pred katerim predvajanje programskih vsebin, ki so za razvoj posamezne starostne skupine otrok in mladoletnikov potencialno škodljive, ni dopustno.

V skladu z Direktivo 2010/13/EU določa predlog zakona tudi regulacijo avdiovizualnih medijskih na zahtevo (nelinearne storitve). Za razliko od linearnih storitev so nelinearne storitve regulirane v manjšem obsegu, kar izhaja že iz same narave storitev, ki je bolj namenska in že sama po sebi uporabniku omogoča večjo možnost kontrole nad dostopom oziroma izbiro programskih vsebin.

Tehnološki razvoj na področju nelinearnih storitev omogoča aktivnejšo participacijo staršev pri nadzoru nad dostopom do vsebin. Starši lahko v sodelovanju s ponudnikom nelinearnih vsebin, oblikujejo učinkovite mehanizme starševskega nadzora. Ti ukrepi lahko obsegajo predhodno verifikacijo starosti, gesla za dostop do storitev ter tudi druge ukrepe, kot so razčlenjeni računi iz katerih je razvidno naročilo in plačilo posameznih storitev ter datum in čas nakupa ter ogledali poslušanja.

Kot rečeno, so mladoletniki kategorija uporabnikov avdiovizualnih medijskih storitev, ki morajo biti deležni posebne zaščite. To še posebej velja za področje oglaševanja oz. komercialnega sporočanja, saj jim lahko zaradi njihove nezrelosti, neizkušenosti oziroma lahkovernosti zelo hitro nastanejo negativne posledice za njihov razvoj. Ker je namen oglaševanja v tem, da se spodbuja ljudi k potrošnji, pri tem pa se uporablja različne tehnike, ki poskušajo čim bolj eliminirati zmožnost zavestnega odločanja in le to preseliti na področje podzavestnega, na področje subtilnosti oziroma čustev, je potrebno pri mladoletnikih, ki zaradi svoje starosti še nimajo popolnoma izoblikovane zmožnosti zavestnega sprejemanja odločitev, določiti natančnejša pravila. Avdiovizualna komercialna sporočila tako ne smejo povzročati telesne, duševne ali moralne škode mladoletnikom, zato avdiovizualna komercialna sporočila zlasti ne smejo:

- spodbujati mladoletnikov, da zaradi svoje neizkušenosti ali lahkovernosti kupujejo ali najemajo proizvode ali storitve;
- spodbujati mladoletnikov, da prepričujejo svoje starše ali druge, naj kupujejo oglaševano blago ali storitve;
- izkoriščati zaupanje mladoletnikov v starše, učitelje ali druge osebe;
- nepremišljeno prikazovati mladoletnikov v nevarnih situacijah.

Direktiva 2010/13/EU države članice poziva, da spodbujajo ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev, da oblikujejo pravila ravnanja v zvezi z neprimernimi avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, ki spremljajo otroške programe ali so njihov del, o hrani in pijači, ki vsebujeta hranila in snovi s hranilnim ali fiziološkim učinkom, kot so zlasti maščobe, transmaščobne kisline, sol/natrij in sladkorje, katerih prekomerno uživanje v celotni prehrani ni priporočljivo.

Raziskave na tem področju dokazujejo, da se med otroci poveča nakup in uživanje oglaševane vrste živil. Pri živilih, ki vsebujejo hranila in snovi s hranilnim ali fiziološkim učinkom, kot so zlasti maščobe, transmaščobne kisline, sol ali natrij in sladkorji je to lahko zelo problematično, saj smo v Sloveniji, tako kot v globalnem svetu, priča epidemiji debelosti, ki bo imela v prihodnosti velike zdravstvene, kot tudi ekonomske posledice.

Skladno z Direktivo 2010/13/EU tako predlog zakona nalaga ponudnikom, da sprejmejo in javno objavijo takšna pravila ravnanja. Na tem področju se predvideva tesno medresorsko

sodelovanje z Ministrstvom za zdravje ter drugimi resorji, katerega cilj je oblikovanje smernic na področju zdrave prehrane, v skladu s katerimi morajo biti zadevna pravila ravnanja, ki jih sprejmejo ponudniki.

Pri zaščiti mladoletnikov v zvezi z avdiovizualnimi komercialnimi sporočili oziroma v/pri oglaševanju gre za splošno sprejete strokovne standarde, ki jih določa tudi Slovenski oglaševalski kodeks.

- Spodbujanje distribucije in produkcije evropskih avdiovizualnih del:

Direktiva 2010/13/EU nalaga državam članicam obveznost izpolnjevanja kvot evropske avdiovizualne produkcije v televizijskih programih. Direktiva 2010/13/EU tako določa, da morajo izdajatelji televizijskih programov z ustreznimi sredstvi zagotoviti, da v primerih, ko je to izvedljivo, večinski delež svojega oddajnega časa rezervirajo za evropska dela. S tem ukrepom se želi predvsem zaščititi evropski avdiovizualni sektor ter omogočiti razvoj trga za produkcijo in distribucijo avdiovizualnih del.

V primeru avdiovizualne medijske storitve na zahtevo so določbe Direktive 2010/13/EU nekoliko milejše, saj je državam članicam prepuščena izbira ukrepov za zagotavljanje promocije evropskih del. Direktiva 2010/13/EU določa, da lahko države članice poleg kvote evropskih avdiovizualnih del v katalogu storitev na zahtevo, upoštevajo finančni prispevek, ki ga izdajatelji namenijo produkciji in pridobitvi pravic do evropskih del, delež in način prezentacije evropskih del v katalogu avdiovizualnih medijskih storitev ter dejansko gledanost evropskih del.

Predlog zakona jasno določa kaj in v kakšnem obsegu se lahko všteva v kvoto evropske avdiovizualne produkcije. Navedeni člen omogoča jasno usmeritev pri izpolnjevanju kvot, in sicer tako izdajateljem kot tudi organu, ki izvaja nadzor. Slovenska avdiovizualna dela se vštevajo v kvoto evropske produkcije, kar izdajateljem omogoča lažje izpolnjevanje kvot.

Izjeme so določene za lokalne televizijske programe, s statusom posebnega pomena, in za televizijske programe, ki so namenjeni lokalnemu občinstvu in ne pokrivajo več kot 50 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije, saj morajo le-ti na področju programskih kvot izpolnjevati strožje programske zahteve, ter programe, ki so namenjeni izključno oglaševanju in televizijski prodaji ali samooglaševanju.

Obvezni delež avdiovizualnih del neodvisnih producentov je namenjen spodbujanju neodvisne produkcije ter zagotavljanju raznolikosti trga avdiovizualnih vsebin. Člen posebno pozornost namenja večji cirkulaciji novejših del oziroma del, ki so nastala v zadnjih petih letih. Določba o deležih del evropskih neodvisnih producentov ne velja tudi za televizijske programe Radiotelevizije Slovenija, ki so namenjeni italijanski in madžarski narodni skupnosti.

O doseženih deležih morajo ponudniki poročati regulatornemu organu vsako koledarsko leto do konca meseca februarja, in sicer za preteklo koledarsko leto. Navedena poročila so osnova za nadzor nad izvajanjem programskih zahtev ter hkrati osnova za poročilo, ki ga morajo države članice vsaka tri leta posredovati Evropski komisiji o izpolnjevanju programskih kvot, ki so določene v Direktivi 2010/13/EU. Poročevalno obdobje se je z Direktivo 2010/13/EU spremenilo iz dveh na tri leta. Komisija mora Evropskemu parlamentu, Svetu in Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru predložiti prvo poročilo o uporabi te direktive najpozneje do 19. 12. 2011 in nato vsaka tri leta.

- Avdiovizualno komercialno sporočanje:

Predlog zakona prinaša spremembe na področju oglaševanja v televizijskih programih, v

skladu z Direktivo 2010/13 EU (maksimalen delež oglaševanja 12 minut na uro, 30 minutni časovni interval med oglaševalskimi bloki). Predlog zakona za RTV Slovenijo določa strožje pogoje na področju oglaševanja (manjši delež oglasov, zlasti v t.i. »prime time-u«, prepoved prekinjanja posameznih oddaj). Gre sicer za regulacijo, ki je pri nas že uveljavljena (Zakon o medijih).

Predlog zakona po vzoru Direktive 2010/13 EU prinaša regulacijo promocijskega umeščanja izdelkov v programskih vsebinah televizijskih programov oziroma drugih avdiovizualnih medijskih storitvah (t.i. *product placement*). Promocijsko umeščanje izdelkov, blaga ali storitev je v Evropi relativno nova oblika oglaševanja, ki pa pomeni stvarnost v kinematografskih delih in avdiovizualnih delih za televizijo. Promocijsko umeščanje izdelkov ureja Direktiva 2010/13/EU, ki ta pojem opredeljuje kot »kakršno koli obliko avdiovizualnega komercialnega sporočila, ki vključuje izdelek, storitev ali njuno blagovno znamko ali sklicevanje nanje, tako da se jih pokaže v programu, v zameno za plačilo ali podobno nadomestilo«.

Bistvena razlika med klasičnim oglaševanjem, ki mora biti ločeno od ostalih programskih vsebin in promocijskim umeščanjem izdelkov je v tem, da se programske vsebine ne prekinja, saj je oglaševanje že vključeno in predstavlja integralni del vsebine. Za razlikovanje med sponzorstvom in promocijskim umeščanjem izdelkov je odločilno merilo to, da je pri promocijskem umeščanju izdelkov sklicevanje na izdelek vključeno v vsebino programa; iz tega razloga opredelitev vsebuje dikcijo „v programu“. Nasprotno pa je navajanje sponzorjev med programom dovoljeno, če to ne predstavlja sestavnega dela osrednje vsebine.

Promocijsko umeščanje izdelkov je načeloma prepovedano. Izjeme so določene na podlagi pozitivnega seznama, in sicer v kinematografskih delih, filmih, igrano-dokumentarnih filmih, v nanizankah in nadaljevankah, narejenih za avdiovizualne medijske storitve, ter v športnih in zabavnih programskih vsebinah. V primerih, ko ni plačila, temveč se določeno blago ali storitve, kot so produkcijski rekviziti in nagrade, brezplačno priskrbijo zato, da bodo vključene v programsko vsebino.

Za promocijsko umeščanje izdelkov ne šteje tudi umeščanje blaga ali storitev, ki so v razmerju do produkcijskih stroškov programske vsebine zanemarljive vrednosti. Kaj predstavlja zanemarljivo vrednost, pa bo določal splošni akt, ki ga bo sprejela agencija.

Promocijsko umeščanje izdelkov ni dovoljeno v programskih vsebinah, ki so namenjene otrokom. Prepoved umeščanja velja tudi za izdelke in storitve, za katere velja prepoved oglaševanja po tem ali drugih zakonih. To se predvsem nanaša na cigarete in druge tobačne izdelke ter zdravila ali zdravstvene storitve, ki jih je mogoče pridobiti izključno na recept ali napotnico.

S promocijskim umeščanjem izdelkov se ne sme vplivati na odgovornost in uredniško neodvisnost ponudnika. Programska vsebina, ki vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov mora biti ustrezno označena, in sicer na začetku in koncu programa ter ob nadaljevanju predvajanja programa po oglaševalskem premoru. Omejitve na tem področju pa ne veljajo za programske vsebine, ki jih ni niti ustvaril niti naročil izdajatelj sam ali z njim povezano podjetje ter za vsebine nastale pred 19. decembrom 2009.

- Izključne pravice in pravica do kratkega poročanja v televizijskih programih:

Zaradi zaščite temeljne pravice do prejemanja informacij in zagotavljanja celostnega in ustreznega varstva interesov gledalcev, morajo izdajatelji, ki imajo ekskluzivne pravice za televizijsko razširjanje dogodka, ki je v javnem interesu, dovoliti drugim izdajateljem televizijskega programa, da uporabijo kratke izseke za namene priprave splošnega

informativnega programa, in sicer na podlagi pravičnih, razumnih in nediskriminatornih pogojev ob upoštevanju ekskluzivnih pravic. Takšne pogoje je treba pravočasno sporočiti pred dogodkom, da imajo drugi dovolj časa za uveljavljanje takšne pravice.

Takšne kratke izseke, ki ne smejo presežati 90 sekund, lahko v programskih vsebinah po celotni EU uporabljajo vsi televizijski programi. Pravica čezmejnega dostopa do kratkih izsekov pa se uporablja le, če je to potrebno. Zato mora izdajatelj televizijskega programa najprej zaprositi za dostop drugega izdajatelja televizijskega programa, ki ima sedež v isti državi članici in je imetnik ekskluzivnih pravic za prenašanje dogodka velikega javnega interesa.

Izdajatelji televizijskih programov lahko pri uveljavljanju pravice do kratkega poročanja svobodno izberejo izseke, pri čemer morajo označiti njihov vir. Izdajatelj, ki je pridobil ekskluzivne pravice, za dostop do izseka načeloma ne sme zahtevati plačila, morebitno nadomestilo za dostop do izseka pa lahko obsega le višino dejanskih stroškov, nastalih neposredno zaradi zagotovitve dostopa.

Bistvo pravice do kratkega poročanja v televizijskih programih je ta, da ima javnost pravico spremljati dogodek velikega družbenega pomena na neplačljivem televizijskem programu, ki pomeni televizijski program, ki se razširja po javnem ali komercialnem kanalu, ki je javnosti dostopen brez dodatnega plačila k že obstoječim načinom financiranja televizijskih organizacij, kot so televizijska naročnina oziroma RTV prispevek ali osnovna priključnina na kabelsko omrežje.

Kot navaja Direktiva 2010/13/EU v predgovoru, je bistvenega pomena je, da lahko države članice sprejmejo ukrepe, s katerimi bi zaščitile pravico do obveščenosti in širši javnosti zagotovile dostop do televizijskega spremljanja nacionalnih in nenacionalnih dogodkov velikega družbenega pomena, kot so denimo olimpijske igre, svetovno nogometno prvenstvo in evropsko nogometno prvenstvo. Takšni dogodki morajo ustrezati določenim merilom, to pomeni, da morajo biti izjemni dogodki, ki so predmet zanimanja širše javnosti v EU ali v neki državi članici ali v pomembnem sestavnem delu neke države članice in jih vnaprej organizira prireditelj, ki je pravno upravičen prodajati pravice, ki iz takšne prireditve izhajajo. Države članice si v ta namen ohranjajo pravico do sprejemanja ukrepov, skladnih s pravom EU, ki so namenjeni reguliranju izvrševanja ekskluzivnih pravic televizijskega razširjanja takšnih dogodkov s strani izdajateljev televizijskih programov pod njihovo sodno pristojnostjo.

- Druga bistvena področja urejanja:

Direktiva 2010/13 EU prinaša spremenjena pravila na področju ugotavljanja jurisdikcije nad programi, ki se razširjajo preko satelitov. Jurisdikcija se ugotavlja tako, da se ugotovi lokacija zemeljske postaje »*up link*« in šele nato druge dejavniki (zakup satelita in podobno). Smatra se, da je izdajatelj pod jurisdikcijo tiste države, ki mu omogoča zemeljsko posredovanje signala na satelit. Če se lokacije zemeljske postaje ne da ugotoviti, pa velja jurisdikcija tiste države, ki omogoča pošiljanje signala iz orbitalnega satelita (država, ki ima zakupljene satelitske zmogljivosti). Jurisdikcija za satelitske programe se je do sedaj ugotavljala v obratnem smislu, kar je povzročalo veliko preglavic, saj se najlažje ugotovi ravno pozicija zemeljske postaje. Pri ugotavljanju jurisdikcije nad ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev je najpomembnejše načelo države izvora, ki določa, da pri zagotavljanju storitev (programov) v druge države, veljajo tista pravila, ki so v veljavi v državi, kjer ima izdajatelj sedež. To je pomembno za spodbujanje čezmejnih storitev, saj ponudnik ni več odvisen od pravil države, v katero pošilja signal. Pomembno je, da ne krši pravil, ki veljajo na enotnem EU trgu in so urejena z Direktivo 2010/13 EU. Odstopanje oziroma derogacija od načela države izvora je zagotovljena v tistih primerih, ko v državi članici, kjer ima sedež ponudnik, veljajo ohlapnejša pravila, kot v državi sprejemnici. V primeru kršitev

(pornografija, spodbujanje sovraštva ipd.) lahko država članica omeji retransmisijo signala na njenem območju.

Predlog zakona v skladu s ciljem Direktive 2010/13 EU namenja posebno pozornost spodbujanju razvoja medijske pismenosti. Medijska pismenost se nanaša na spretnosti, znanje in razumevanje, ki uporabnikom omogočajo učinkovito in varno rabo medijev. Le medijsko pismene osebe so sposobne ozaveščeno izbirati in razumeti značilnosti vsebine in storitev ter v polnem obsegu izkoristiti priložnosti, ki jih omogočajo nove komunikacijske tehnologije, sebe in svojo družino pa so sposobni bolje zaščititi pred škodljivim in žaljivim gradivom. Direktiva 2010/13 EU nalaga državam članicam sprejetje ukrepov za spodbujanje medijske pismenosti v vseh družbenih plasteh in pozorno spremljanje napredka na tem področju.

Skladno z Direktivo 2010/13 EU morajo države članice sprejeti ukrepe za večjo dostopnost medijskih vsebin za invalidne in starejše osebe, saj imajo tudi le-te polno pravico do udeležbe v kulturnem in družbenem življenju. Načini zagotavljanja dostopnosti bi morali med drugim vključevati znakovni jezik, podnaslavljanje, zvočne opise in preproste menije. V predlogu zakona je tako poudarjeno, da Republika Slovenija v skladu z zakonom, ki ureja medije, spodbuja ponudnike, da osebam z okvaro vida ali sluha postopoma zagotovijo dostop do njihovih storitev. Ta ukrep se torej že izvaja, na podlagi Zakona o medijih, in sicer v okviru letnih razpisov za sofinanciranje programskih vsebin medijev, oziroma v okviru posebnega razpisa, namenjenega izboru kulturnih projektov za razširjanje programskih vsebin, namenjenih senzorno oviranim v njim prilagojenih tehnikah, ter za razvoj tehnične infrastrukture, namenjene senzorno oviranim.

3. OCENA FINANČNIH POSLEDIC PREDLOGA ZAKONA ZA DRŽAVNI

PRORAČUN IN DRUGA JAVNA FINANČNA SREDSTVA

Predlog zakona nima finančnih posledic za državni proračun in na druga javna finančna sredstva.

4. NAVEDBA, DA SO SREDSTVA ZA IZVAJANJE ZAKONA V DRŽAVNEM

PRORAČUNU ZAGOTOVLJENA, ČE PREDLOG ZAKONA PREDVIDEVA

PORABO PRORAČUNSKIH SREDSTEV V OBDOBJU, ZA KATERO JE BIL

DRŽAVNI PRORAČUN ŽE SPREJET

Predlog zakona ne predvideva povečanje porabe sredstev v obdobju, za katero je bil proračun že sprejet.

5. PRIKAZ UREDITVE V DRUGIH PRAVNIH SISTEMIH IN PRILAGOJENOSTI

PREDLAGANE UREDITVE PRAVU EVROPSKE UNIJE

Preostale države članice EU so Direktivo 2010/13 EU že prenesle v pravne rede svojih držav. Direktiva prinaša zelo natančna pravila na področju regulacije avdiovizualnih medijskih storitev, zato bistveno odstopanje od določil direktive na posameznih področjih ni možno. Države članice so direktivo prenesle bodisi tako, da so sprejele spremembe obstoječih zakonov, ki urejajo televizijske programe, npr. Avstrija, Nemčija, druge so zaradi številnih sprememb, ki jih prinaša direktiva, sprejele nov zakon, na primer Irska.

Nemčija je sprejela spremembe in dopolnitve 27.3.2009: Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV –). Sprejela je nove rešitve v zvezi pravili EU in postopkom, ki je bil uveden zoper državo na področju javne radiotelevizije.

Avstrija je sprejela spremembe in dopolnitve, Bundesgesetz vom 12. Juni 1981 über die Presse und andere Publizistische Medien (Mediengesetz - MedienG) BGBl. Nr. 314/1981 idF BGBl. I Nr. 8/2009) in v zakon vnesla spremembe glede posameznih dolžnosti radiotelevizij na podlagi sprejetih pravil EU o avdiovizualnih medijskih storitvah. Področje medijev je sicer v Avstriji urejeno z več zakonodajnimi akti: z že omenjenim zveznim zakonom, ki ureja avdiovizualne medijske storitve (*Bundesgesetz über audiovisuelle Mediendienste – AmD-G*), z zakonom za področje privatnih radijskih postaj (*Privatradiogesetz PrR-G*), z zveznim zakonom, ki ureja tiskane medije in druge publikacije, z zakonom, ki ureja status regulatornega organa in z zakonom, ki ureja delovanje javne TV.

Irska je dne 1.7.2009 sprejela nov Broadcasting Act 2009, za katerega se omenja, da predstavlja največjo spremembo in najboljši poizkus urejanja navedenega področja v zadnjih petdesetih letih. Zakon naj bi spreminjal naravo zakonodaje, kot so jo poznali do sedaj. Izpostavljajo nove neodvisne organe nadzora, nove načine, predvsem transparentnega, imenovanja v organe javne radiotelevizije, nova pravila oglaševanja, boljši položaj neodvisnih producentov, spremembe pravice do odgovora, nov sistem kaznovanja in uvedli so dva nova kanala in sicer Film Channel in Oireachtas TV. Nadzor nad področjem radia in televizije, ki je, kot omenjeno urejeno z Zakonom o radiodifuziji (*Broadcasting Act*), izvaja Odbor za skladnost (*Compliance Committee*). Zakon ureja tako področje komercialnih programov kot tudi javne radiotelevizije, določa status in obliko neodvisnega regulatornega organa, sistem podeljevanja državnih pomoči ter druge pravice in obveznosti izdajateljev. V omenjeni zakon je prenesena tudi Direktiva 2010/13 EU, kjer velja omeniti, da se je Irska odločila za 15 odstotno dnevno oziroma 10 minutno urno kvoto oglaševanja v televizijskih programih. Navedeni nižji dovoljeni odstotek oglaševanja predstavlja derogacijo od 12 minutne urne oglaševalske kvote, kot jo določa Direktiva 2010/13 EU.

V Republiki Češki velja zakon o radijskem in televizijskem oddajanju, ki ureja področje radia in televizije. Sprejet je bil leta 2002 in bil večkrat spremenjen. Zadnja sprememba iz leta 2010 je vezana na prenos Direktive 2010/13 EU. Zakon ureja področje linearnih avdiovizualnih storitev (televizija), medtem ko je področje nelinearnih storitev (video na zahtevo) urejeno s posebnim zakonom.

Danska velja za eno liberalnejših držav, kar še posebej velja za področje medijev. Področje je urejeno z več zakoni in sektorskimi sporazumi.

6. DRUGE POSLEDICE, KI JIH BO IMEL SPREJEM ZAKONA

6.1 Administrativne in druge posledice

a) v postopkih oziroma poslovanju javne uprave ali pravosodnih organov:

Predlog zakona nima bistvenih posledic v postopkih oziroma poslovanju javne uprave ali pravosodnih organov. Predlog zakona sicer uvaja nov postopek prigrisavitve avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo. Novi postopek ne zahteva novih kadrov ter finančnih in materialnih sredstev. Namen prigrisavitve je v vzpostavitvi evidence avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, prav tako pa je vpis v zadevno evidenco pravna podlaga za letno plačilo regulatorju, tj. Agenciji za pošto in elektronske komunikacije. Zavezanci za plačilo regulatorju so tudi imetniki dovoljenj za izvajanje televizijske dejavnosti, to plačilo pa krije stroške, ki jih ima regulator z izvrševanjem svojih pristojnosti po tem predlogu zakona.

b) pri obveznostih strank do javne uprave ali pravosodnih organov:

Stranke v upravnih postopkih ne bodo imela večjih bremen in stroškov, kot po sedaj veljavnih postopkih.

6.2 Presoja posledic na okolje, ki vključuje tudi prostorske in varstvene vidike

Predlog zakona nima posledic na okolje.

6.3 Presoja posledic na gospodarstvo

Predlog zakona nima posledic na gospodarstvo.

6.4 Presoja posledic na socialnem področju

Predlog zakona nima posledic na socialnem področju.

6.5 Presoja posledic na dokumente razvojnega načrtovanja

Predlog zakona nima posledic na dokumente razvojnega načrtovanja.

6.6 Izvajanje sprejetega predpisa

Ministrstvo za kulturo bo sprejeti zakon predstavilo širši javnosti, in sicer prek medijev, javne predstavitve, spletne predstavitve ipd..

Spremljanje izvajanja sprejetega predpisa bo zagotavljala Agencija za pošto in elektronske komunikacije.

Na področju civilne družbe, ki zadeva avdiovizualne medijske storitve, že delujejo novinarska strokovna združenja, gospodarsko-interesna združenja izdajateljev medijev, operaterjev, oglaševalcev itd..

6.7 Druge pomembne okoliščine v zvezi z vprašanji, ki jih ureja predlog zakona

//

II. BESEDILO ČLENOV

ZAKON O AVDIOVIZUALNIH MEDIJSKIH STORITVAH (ZAMS)

Prvo poglavje

UVODNE DOLOČBE

1. člen (predmet zakona)

(1) Ta zakon določa pravice, obveznosti in odgovornosti pravnih ter fizičnih oseb, ki opravljajo dejavnost ponujanja avdiovizualnih medijskih storitev.

(2) S tem zakonom se v pravni red Republike Slovenije prenaša Direktiva 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (kodificirana različica) (UL L št. 95, z dne 15.4.2010) (v nadaljnjem besedilu: Direktiva 2010/13/EU).

2. člen (področje uporabe)

(1) Določbe tega zakona se uporabljajo za vse avdiovizualne medijske storitve, to je televizijske programe in druge linearne avdiovizualne medijske storitve ter avdiovizualne medijske storitve na zahtevo oziroma nelinearne avdiovizualne medijske storitve.

(2) V primeru, da je programska vsebina istega ponudnika avdiovizualne medijske storitve ponujena tako linearno kot nelinearno, mora taka programska vsebina izpolnjevati zahteve, predpisane za programske vsebine, ponujene na linearen način.

(3) Če so hkrati ponujene različne vrste programov ali storitev, to je linearne in nelinearne, ki so med seboj jasno ločene, se uporabljajo določbe tega zakona za vsako posamezno storitev glede na njeno naravo.

3. člen (pomen izrazov)

Posamezni izrazi, uporabljeni v tem zakonu, imajo naslednji pomen:

1. Avdiovizualna medijska storitev pomeni:

- storitev zagotavljanja avdiovizualnih programskih vsebin, ki se opravlja kot gospodarska dejavnost, vključno z dejavnostjo podjetij za javne storitve, in je pod uredniško odgovornostjo ponudnika avdiovizualne medijske storitve ter se prek elektronskih komunikacijskih omrežij posreduje širši javnosti v obliki linearne (televizijski program in televizijskemu programu podobne storitve) ali nelinearne avdiovizualne medijske storitve (avdiovizualna medijska storitev na zahtevo) z namenom obveščanja, zabave ali izobraževanja; in/ali
- avdiovizualno komercialno sporočanje.

V avdiovizualni medijski storitvi je lahko zajeta tudi na besedilu osnovana vsebina, ki spremlja avdiovizualne programske vsebine, npr. podnaslovi ali elektronski programski vodniki.

2. Iz avdiovizualnih medijskih storitev so izvzete storitve, katerih glavni namen ni zagotavljanje avdiovizualnih programskih vsebin, tj., kadar so v storitvi prisotni avdiovizualni elementi le naključno povezani s samo storitvijo, na primer:
- spletne strani z animiranimi elementi, kratkimi oglaševalskimi vložki ali informacijami, povezanimi z izdelkom ali storitvijo, ki ne sodi na področje avdiovizualnih medijskih storitev;
 - samostojne, na besedilu osnovane storitve;
 - elektronske različice časopisov in revij;
 - igre na srečo z denarnim vložkom, loterije, stave in druge oblike storitev s področja igralništva;
 - spletne igre;
 - spletni iskalniki.

3. Avdiovizualna programska vsebina pomeni niz gibljivih slik z ali brez zvoka, ki predstavlja posamezno zaključeno enoto znotraj sporeda televizijskega programa oziroma kataloga nelinearne avdiovizualne medijske storitve, ki ga oblikuje ponudnik avdiovizualne medijske storitve.

Primeri tovrstnih programskih vsebin vključujejo dnevno informativne oddaje, celovečerne igrane filme, prenose športnih dogodkov, nanizanke, nadaljevanke, dokumentarne filme, oddaje za otroke in druge podobne zvrsti programskih vsebin.

4. Uredniška odgovornost pomeni izvrševanje nadzora nad izborom, organizacijo in časovno umestitvijo programskih vsebin v sporedu televizijskega programa oziroma kataloga avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, ob upoštevanju izjem iz zakona, ki ureja elektronsko poslovanje na trgu.

5. Ponudnik avdiovizualne medijske storitve (v nadaljnjem besedilu: ponudnik) je pravna ali fizična oseba, ki opravlja dejavnost ponujanja avdiovizualnih medijskih storitev ter je nosilec uredniške in pravne odgovornosti. Fizična ali pravna oseba, ki samo prenaša vsebino, za katero nosi uredniško odgovornost tretja oseba, ni ponudnik v smislu tega zakona.

6. Televizijski program oziroma izvajanje televizijske dejavnosti pomeni linearno avdiovizualno medijsko storitev, ki zagotavlja avdiovizualne programske vsebine za sočasno spremljanje na podlagi sporeda, ki ga oblikuje ponudnik. Kot televizijski program štejejo zlasti analogna in digitalna televizija, neposredni prenos, spletno razširjanje televizijskih programov in nepravni video na zahtevo.

7. Izdajatelj televizijskega programa je fizična ali pravna oseba, ki je registrirana za izvajanje televizijske dejavnosti, in ki izvaja televizijsko dejavnost na podlagi in v skladu z dovoljenjem za izvajanje televizijske dejavnosti, kot ga določa zakon, ki ureja medije.

8. Izdajatelj televizijskega programa pomeni ponudnika avdiovizualne medijske storitve, ki zagotavlja avdiovizualne programske vsebine za sočasno spremljanje na podlagi sporeda.

9. Avdiovizualna medijska storitev na zahtevo pomeni nelinearno avdiovizualno medijsko storitev, ki zagotavlja avdiovizualne programske vsebine na podlagi kataloga, ki ga oblikuje ponudnik, za njihovo spremljanje na osebno zahtevo uporabnika v trenutku, ki ga ta sam izbere.

Za avdiovizualne medijske storitve na zahtevo je značilno, da so podobne televizijskemu programu, tj., da se potegujejo za isto občinstvo, ki bi zaradi narave in načinov dostopa do storitve upravičeno pričakovalo regulativno zaščito s področja tega zakona.

10. Avdiovizualno komercialno sporočanje oziroma razširjanje avdiovizualnih komercialnih sporočil pomeni objavlanje slikovnih podob z ali brez zvoka, ki so namenjene neposredni ali posredni promociji oziroma pospeševanju pravnega prometa blaga, storitev, nepremičnin, pravic ali obveznosti, pridobivanja poslovnih partnerjev ali ustvarjanja ugleda in dobrega imena pravne ali fizične osebe.

Takšne slikovne podobe spremljajo programske vsebine ali so vanje vključene v zameno za plačilo ali drugo podobno nadomestilo ali z namenom samooglaševanja.

Oblike avdiovizualnih komercialnih sporočil med drugim vključujejo televizijsko oglaševanje, sponzoriranje, televizijsko prodajo in promocijsko umeščanje izdelkov.

11. Televizijsko oglaševanje pomeni vsako obliko sporočila, ki ga fizična ali pravna oseba predvaja v zameno za plačilo ali drugo podobno nadomestilo ali z namenom samooglaševanja in ki zadeva trgovino, poslovno dejavnost, obrt ali stroko ter želi v zameno za plačilo spodbuditi preskrbo z blagom in storitvami, vključno z nepremičninami, pravicami in obveznostmi.

12. Prikrto avdiovizualno komercialno sporočilo pomeni besedno ali slikovno predstavljanje blaga, storitev, imena, blagovne znamke ali dejavnosti proizvajalca blaga ali ponudnika storitev v programskih vsebinah, kadar takšno predstavljanje služi izdajatelju za oglaševanje in bi utegnilo zavajati javnost glede svoje narave. Da je bilo prikrto oglaševalsko sporočilo objavljeno z namenom, se šteje zlasti takrat, kadar je bilo objavljeno za plačilo ali podobno nadomestilo.

13. Sponzoriranje pomeni katerokoli obliko prispevanja in vsak prispevek s strani fizičnih ali pravnih oseb, ki ne izvajajo dejavnosti ponujanja avdiovizualnih medijskih storitev ali produkcije avdiovizualnih del, k financiranju avdiovizualnih medijskih storitev, z namenom promocije ali uveljavitve svojega imena ali firme, blagovne znamke, podobe, dejavnosti ali izdelka.

14. Televizijska prodaja pomeni neposredne ponudbe, ki se v zameno za plačilo predvajajo javnosti zaradi preskrbe z blagom ali storitvami, vključno z nepremičninami, pravicami in dolžnostmi.

15. Televizijsko prodajno okno pomeni širši programski sklop televizijske prodaje, ki brez prekinitve traja najmanj 15 minut, in ga predvaja izdajatelj na televizijskem programu, ki ni izključno namenjen televizijski prodaji.

16. Promocijsko umeščanje izdelkov pomeni kakršno koli obliko avdiovizualnega komercialnega sporočanja, ki vključuje izdelek, storitev ali njuno blagovno znamko ali sklicevanje nanje, tako da se jih pokaže v programski vsebini, v zameno za plačilo ali podobno nadomestilo.

17. Oddajni čas po tem zakonu pomeni vse programske vsebine, ki jih posamezen televizijski program razširja v določeni časovni enoti.

18. Letni oddajni čas po tem zakonu zajema vse programske vsebine, ki jih posamezen televizijski program razširja v obdobju od 1. januarja do 31. decembra posameznega leta, razen programskih vsebin, ki so iz letnega oddajnega časa izvzete s tem zakonom.

19. Evropska avdiovizualna dela po tem zakonu so:

- dela, ki izvirajo iz držav članic Evropske unije;
- dela, ki izvirajo iz tretjih evropskih držav, podpisnic Evropske konvencije o čezmejni televiziji Sveta Evrope, v katerih avdiovizualna dela držav, članic EU, niso predmet diskriminatornih ukrepov, in ki izpolnjujejo določbe iz 20. točke tega odstavka;
- dela, ki izvirajo iz tretjih evropskih držav, v katerih avdiovizualna dela držav članic Evropske unije, niso predmet diskriminatornih ukrepov, in ki so bila v celoti ustvarjena v koprodukciji producentov, ustanovljenih in registriranih v državah članicah Evropske unije, s producenti iz evropskih držav, s katerimi je Evropska unija sklenila sporazume na avdiovizualnem področju, če so ta dela pretežno ustvarili avtorji in delavci iz ene ali več evropskih držav.

20. Evropska dela iz prve in druge alineje prejšnje točke tega odstavka so tista, ki so jih ustvarili pretežno avtorji in delavci s prebivališčem v državah iz teh alinej, pod enim od naslednjih pogojev:

- če so bili producenti teh del ustanovljeni oziroma registrirani v omenjenih državah;
- če je posamezno delo nastalo pod vodstvom in dejanskim nadzorom enega ali več producentov iz teh držav;
- če je bil prispevek koproducentov iz teh držav prevladujoč in koprodukcijskega razmerja ni obvladoval eden ali več producentov, ustanovljenih oziroma registriranih zunaj teh držav.

21. Neodvisni producent avdiovizualnih del po tem zakonu (v nadaljnjem besedilu: neodvisni producent) je pravna ali fizična oseba, ki izpolnjuje naslednje štiri pogoje:

- da je registrirana za izvajanje dejavnosti produkcije avdiovizualnih del in ima sedež v Republiki Sloveniji ali v eni izmed držav članic Evropske unije;
- da ni vključena v organizacijsko strukturo oziroma pravno osebnost izdajatelja televizijskega programa;
- da ima izdajatelj televizijskega programa največ 25 odstotni delež kapitala ali upravljavskih oziroma glasovalnih pravic v njenem premoženju;
- da po naročilu posameznega izdajatelja televizijskega programa ustvari največ polovico svoje produkcije na leto.

22. Neodvisni producent je tudi pravna ali fizična oseba, ki je registrirana za izvajanje dejavnosti produkcije avdiovizualnih del in ima sedež v eni izmed tretjih držav, če evropska dela tvorijo večinski delež njegove avdiovizualne produkcije v zadnjih treh letih in ob tem izpolnjuje pogoja iz 2. in 3. alineje prejšnje točke tega odstavka.

23. Operater elektronskih komunikacij po tem zakonu je fizična ali pravna oseba, ki prenaša, oddaja in posreduje elektronske medije po prizemeljskih omrežjih, prek satelitov, prek kabelsko distribucijskih ali kabelsko komunikacijskih sistemov, ali na kakšen drug način, in tako tehnično omogoča izdajateljem medijev razširjanje programskih vsebin do zainteresirane javnosti, pod pogoji, ki jih določa zakon.

24. Lokalni, regionalni, študentski in nepridobitni televizijski programi posebnega pomena imajo pomen, kot je določen v zakonu, ki ureja medije.

25. Programske vsebine lastne produkcije in slovenska avdiovizualna dela imajo pomen, kot je določen v zakonu, ki ureja medije.

4. člen
(jurisdikcija Republike Slovenije)

(1) Šteje se, da je ponudnik po tem zakonu pod jurisdikcijo Republike Slovenije, če imata v Republiki Sloveniji sedež oziroma stalno prebivališče tako ponudnik kot tudi uredništvo.

(2) Ne glede na določbo prejšnjega odstavka se šteje, da je ponudnik pod jurisdikcijo Republike Slovenije, kadar ima v Republiki Sloveniji sedež ali samo ponudnik ali samo uredništvo, drugi od obeh pa je v drugi državi članici Evropske unije, pod pogojem, da pretežni delež delovne sile, vključene v opravljanje dejavnosti razširjanja programskih vsebin, dela v Republiki Sloveniji.

(3) Če v primeru iz prejšnjega odstavka pretežni delež delovne sile, vključene v opravljanje dejavnosti razširjanja programskih vsebin, dela tako v Republiki Sloveniji kot v drugi državi članici Evropske unije, se šteje, da je ponudnik pod jurisdikcijo Republike Slovenije, če ima sedež v Republiki Sloveniji.

(4) Če v primeru iz drugega odstavka tega člena pretežni delež delovne sile, vključene v opravljanje dejavnosti razširjanja programskih vsebin, ne dela niti v Republiki Sloveniji niti v drugi državi članici Evropske unije, se šteje, da je ponudnik pod jurisdikcijo Republike Slovenije, če je v Republiki Sloveniji začel dejavnost razširjanja programskih vsebin po tem zakonu in če vzdržuje stabilno in učinkovito vez z gospodarstvom Republike Slovenije.

(5) Ne glede na določbo prvega odstavka tega člena se šteje, da je ponudnik pod jurisdikcijo Republike Slovenije, kadar ima v Republiki Sloveniji sedež ali samo ponudnik ali samo uredništvo, drugi od obeh pa je v tretji državi, pod pogojem, da večji delež delovne sile, vključene v opravljanje dejavnosti razširjanja programskih vsebin, dela v Republiki Sloveniji.

(6) Če se za ponudnika ne morejo uporabiti določbe iz prejšnjih odstavkov tega člena, in če ponudnik ne sodi pod jurisdikcijo kake druge države članice Evropske unije, ali podpisnice Konvencije Sveta Evrope o čezmejni televiziji, se šteje, da je pod jurisdikcijo Republike Slovenije ponudnik, ki:

- uporablja frekvenco, ki mu jo je dodelil pristojni organ v Republiki Sloveniji;
- ne uporablja frekvence iz prejšnje alineje, vendar pa uporablja satelitsko zemeljsko postajo, ki pripada Republiki Sloveniji;
- ne uporablja niti frekvence niti satelitske zemeljske postaje iz prejšnjih dveh alinej, vendar pa uporablja satelitske zmogljivosti, ki pripadajo Republiki Sloveniji.

(7) Če ponudnik ne spada pod jurisdikcijo Republike Slovenije po prejšnjih odstavkih tega člena, se šteje, da spada pod jurisdikcijo tiste države članice Evropske unije, v kateri ima sedež v smislu členov 49 do 55 Pogodbe o delovanju Evropske unije (UL EU št. 2010/C 83/01).

(8) Pod jurisdikcijo Republike Slovenije ne spada ponudnik, če je avdiovizualna medijska storitev namenjena izključno sprejemu v tretjih državah, in ki jih javnost v eni ali več državah članicah Evropske unije neposredno ali posredno ne sprejema s standardno uporabniško opremo.

5. člen
(uporaba strožjih pravil)

(1) Agencija za pošto in elektronske komunikacije (v nadaljnjem besedilu: agencija) lahko naloži izdajatelju televizijskega programa, ki sodi pod jurisdikcijo Republike Slovenije, vendar je njegov program v celoti ali večinoma usmerjen proti ozemlju druge države članice Evropske unije, naj spoštuje v tej državi veljavna natančnejša ali strožja pravila splošnega javnega interesa in to na področjih, ki jih zajema Direktiva 2010/13/EU, če je tako utemeljeno zahtevala ta druga država članica Evropske unije.

(2) Agencija v dveh mesecih obvesti državo članico Evropske unije, ki je zahtevala ukrepanje iz prvega odstavka, o rezultatih, ki jih je dosegla v zvezi z njeno zahtevo.

(3) Agencija lahko zaprosi odbor za stike, ustanovljen v skladu z 29. členom Direktive 2010/13/EU, naj preuči primer.

6. člen (sodelovanje med regulatornimi organi držav članic Evropske unije)

Agencija mora drugi državi članici Evropske unije ali Komisiji na njuno zahtevo predložiti informacije oziroma podatke, potrebne za izvedbo postopkov po 4. in 5. členu tega zakona.

7. člen (objava obveznih podatkov)

(1) Ponudnik mora v svoji avdiovizualni medijski storitvi na primeren način zagotoviti objavo naslednjih podatkov (impresum):

- firmo in sedež ponudnika;
- elektronski naslov ali naslov spletne strani ponudnika, ki uporabniku omogoča hitro navezovanje stika s ponudnikom;
- ime in priimek odgovornega urednika oziroma odgovornih urednikov ter imena in priimke urednikov posameznih programskih sklopov, kadar je to v skladu z notranjo organizacijo uredništva;
- naziv, sedež, elektronski naslov in naslov spletne strani organa, pristojnega za nadzor nad določbami tega zakona.

(2) V primerih, ko vsebuje avdiovizualna medijska storitev kazalo ali razvid po katalogu programske vsebine, morata ta vsebovati tudi navedbo, kje se nahaja impresum.

(3) Ime oziroma logotip televizijskega programa se mora objavljati najmanj enkrat na vsako uro oddajanja.

(4) Določba prejšnjega odstavka smiselno velja za avdiovizualno medijsko storitev na zahtevo.

(5) Izdajatelj televizijskega programa mora na ustreznih mestih vsake posamezne programske vsebine zagotoviti objavo naslednjih podatkov:

- ime in priimek avtorja objavljenega prispevka, razen če posamezen avtor določi drugače;
- ime in priimek producenta programske vsebine in njegovo razmerje do naročnika;

- izvor avdiovizualnega dela oziroma podatek o tem, da je delo nastalo v neodvisni produkciji;
- datum produkcije (mesec in leto);
- ime in priimek oziroma firma imetnika materialne avtorske pravice glede objavljene programske vsebine v primeru avdiovizualne medijske storitve;
- ime in priimek oziroma firma fizične ali pravne osebe, ki hrani uporabljeni predmet kulturne dediščine ali arhivalijo oziroma ustrezno reprodukcijo;
- ime medija, po katerem je prevzeta programska vsebina ali njen izsek, razen če je z medsebojno pogodbo določeno drugače.

(6) V primerih, ko izdajatelj televizijskega programa na svoji spletni strani ali na teletekstu oziroma na drugih mestih v svojem programu objavi spored programa, mora ta vsebovati tudi podatek o izvoru avdiovizualnega dela, oziroma navedbo, da gre za slovensko avdiovizualno delo, evropsko avdiovizualno delo oziroma evropsko avdiovizualno delo, nastalo v neodvisni produkciji.

D r u g o p o g l a v j e

SPLOŠNA NAČELA

8. člen

(prepoved spodbujanja k neenakopravnosti
in nestrpnosti)

(1) Prepovedano je prek avdiovizualnih medijskih storitev spodbujati k narodni, rasni, verski, spolni ali drugi neenakopravnosti, k nasilju in vojni, ter izzivati narodno, rasno, versko, spolno ali drugo sovraštvo in nestrpnost.

(2) Prepovedano je prek avdiovizualnih medijskih storitev prizadeti spoštovanje človekovega dostojanstva.

9. člen

(varstvo otrok in mladoletnikov)

(1) Otrokom in mladoletnikom je po tem zakonu zagotovljeno posebno varstvo. Koristi otrok in mladoletnikov imajo prednost pred vsemi drugimi pravicami ter presojami.

(2) Prepovedano je prek avdiovizualnih medijskih storitev prizadeti telesni, duševni ali moralni razvoj otrok in mladoletnikov.

(3) Noben otrok ali mladoletnik ne sme biti prek avdiovizualnih medijskih storitev izpostavljen samovoljnemu ali nezakonitemu vmešavanju v njegovo zasebno življenje, družino ali dom, niti nezakonitimi napadom zoper njegovo čast in ugled.

10. člen

(varstvo ranljivih družbenih skupin)

(1) Republika Slovenija v skladu z zakonom, ki ureja medije, spodbuja ponudnike, da osebam z okvaro vida ali sluha postopoma zagotovijo dostop do njihovih storitev.

(2) Republika Slovenija namenja posebna sredstva za projekte, namenjene za povečevanje medijske pismenosti, ki uporabnikom omogoča učinkovito in varno rabo medijev in avdiovizualnih medijskih storitev.

11. člen
(svoboda razširjanja avdiovizualnih medijskih storitev
iz drugih držav)

Republika Slovenija zagotavlja svobodo sprejemanja in razširjanja avdiovizualnih medijskih storitev iz drugih držav, članic EU, in ne omejuje njihovega prenašanja na svojem ozemlju, razen v primerih, določenih v 3. in 4. členu Direktive 2010/13/EU.

12. člen
(varstvo avtorske in sorodnih pravic)

(1) Varstvo avtorske in sorodnih pravic na delih, ki se razširjajo prek avdiovizualnih medijskih storitev, ureja zakon, ki ureja varstvo avtorske in sorodnih pravic, če ni v tem zakonu določeno drugače.

(2) Ponudniki ne smejo predvajati kinematografskih del zunaj terminov, dogovorjenih z imetniki avtorskih pravic.

13. člen
(pravica do popravka in odgovora)

V avdiovizualnih medijskih storitvah je zagotovljena pravica do popravka in odgovora v skladu z zakonom, ki ureja medije.

T r e t j e p o g l a v j e

Z A Š Č I T A O T R O K I N M L A D O L E T N I K O V

14. člen
(zaščita otrok in mladoletnikov v televizijskih
programih)

(1) V televizijskih programih se ne sme predvajati programskih vsebin, ki bi lahko resno škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, zlasti takšnih vsebin, ki vsebujejo pornografijo ali neupravičeno prikazujejo nasilje.

(2) Programske vsebine, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu

razvoju otrok in mladoletnikov je televizijskih programih dopustno predvajati le pod pogojem, da so omejene s primerno izbranim časom predvajanja in/ali s tehnično zaščito, tako da otroci in mladoletniki v normalnih razmerah do takšnih vsebin nimajo dostopa.

(3) Primernost izbranega časa iz prejšnjega odstavka se presoja glede na:

- naravo programske vsebine in njen možen vpliv na telesni, duševni in moralni razvoj otrok in mladoletnikov;
- vrsto televizijskega programa, v katerem je programska vsebina predvajana, ter pričakovanja gledalcev glede na njegov običajni spored;
- začetni in končni čas predvajanja programske vsebine.

(4) Programske vsebine iz drugega odstavka tega člena, ki niso primerne za otroke in mladoletnike do 12. leta, se smejo začeti predvajati po 21. uri, vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike do 15. leta, pa po 22. uri. Programske vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike do 18. leta, se lahko predvajajo po 24. uri. Programske vsebine iz tega odstavka se lahko predvajajo najkasneje do 5. ure.

(5) Tehnična zaščita iz drugega odstavka tega člena pomeni omejitev dostopa do programske vsebine s PIN kodnim sistemom ali drugo enakovredno zaščito, ki je ni mogoče odstraniti s strani uporabnika in omogoča dostop le tistim, ki imajo dovoljenje za ogled (kodo).

(6) Operater elektronskih komunikacij, ki zagotavlja tehnično zaščito iz prejšnjega odstavka, mora uporabnike seznaniti z namenom tehnične zaščite in zagotoviti natančna navodila za njeno uporabo.

(7) Pred začetkom predvajanja programskih vsebin iz drugega odstavka tega člena mora biti objavljeno ustrezno akustično in vizualno opozorilo, med njihovim predvajanjem pa morajo biti ves čas označene z ustreznim vizualnim simbolom.

(8) Akustično in vizualno opozorilo ter vizualni simbol iz prejšnjega odstavka označujejo neprimernost programskih vsebin za določene starostne skupine otrok in mladoletnikov, in sicer do 12 let, do 15 let in do 18 let, ter priporočilo ogleda z vodstvom staršev.

(9) Agencija s splošnim aktom določi smernice za opredelitev programskih vsebin iz tega in 15. člena tega zakona, smernice za določanje stopnje njihove zaščite ter smernice za njihovo predvajanje.

(10) Minister, pristojen za medije, s podzakonskim predpisom določi akustično in vizualno opozorilo ter vizualni simbol iz sedmega odstavka tega člena in način njihovega objavljanja.

15. člen

(zaščita otrok in mladoletnikov v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo)

(1) Programske vsebine, ki bi lahko resno škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, so lahko prek avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo dostopne le na način, ki zagotavlja, da jih otroci in mladoletniki praviloma ne bodo mogli slišati ali videti.

(2) Programske vsebine v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, morajo

biti opremljene z ustreznim akustičnim in vizualnim opozorilom ter ustreznim vizualnim simbolom iz sedmega odstavka prejšnjega člena, da niso primerne za otroke in mladoletnike različnih starostnih skupin, kot določa osmi odstavek prejšnjega člena.

(3) Ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo mora v katalogu programskih vsebin odraslim uporabnikom zagotoviti informacije, ki jim bodo omogočile presojo programskih vsebin iz tega člena.

(4) Operater elektronskih komunikacij, ki zagotavlja tehnično zaščito iz prejšnjega člena, mora uporabnike seznaniti z namenom tehnične zaščite in zagotoviti natančna navodila o njeni uporabi.

(5) Operater elektronskih komunikacij mora pri avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo, ki so plačljive, zagotoviti takšno razčlenitev računa, iz katere bodo v posameznem obračunskem obdobju razvidna naročila in plačila posamezne storitve, vključno z zneskom, datumom in časom nakupa, ogleda ali poslušanja.

(6) Razčlenitev računa v skladu s prejšnjim odstavkom se naročnikom pošlje brezplačno in ob izstavitvi vsakega računa, razen če naročnik obvesti operaterja elektronskih komunikacij, da razčlenitve računa ne želi prejemati.

Č e t r t o p o g l a v j e

SPODBUJANJE DISTRIBUCIJE IN PRODUKCIJE EVROPSKIH AVDIOVIZUALNIH DEL

16. člen

(delež evropskih avdiovizualnih del)

(1) Delež evropskih avdiovizualnih del mora v vsakem televizijskem programu obsegati najmanj 50 odstotkov letnega oddajnega časa.

(2) Delež evropskih avdiovizualnih del mora v vsaki avdiovizualni medijski storitvi na zahtevo obsegati najmanj 10 odstotkov evropskih avdiovizualnih del v katalogu programskih vsebin v posameznem koledarskem letu, če ni v tem zakonu določeno drugače.

(3) Ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, ki ne izpolnjuje deleža iz prejšnjega odstavka, mora za produkcijo ali za pridobitev pravic do evropskih avdiovizualnih del, ki jih ponuja prek svoje avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, vsako koledarsko leto nameniti finančni prispevek v višini najmanj enega odstotka vseh prihodkov iz naslova svoje avdiovizualne medijske storitve v tem koledarskem letu.

(4) V letni oddajni čas iz prvega odstavka tega člena se ne všteva čas, namenjen poročilom, športnim dogodkom, igram, oglaševanju, televizijski prodaji in video stranem.

(5) V katalog programskih vsebin v posameznem koledarskem letu iz drugega odstavka tega člena se ne vštevajo poročila, prenosi in posnetki športnih dogodkov, igre, oglaševanje, televizijska prodaja in video strani.

(6) V delež evropskih avdiovizualnih del se vštevata tudi deleža programskih vsebin lastne

produkcije in slovenskih avdiovizualnih del, kot so te vsebine določene v zakonu, ki ureja medije, če te vsebine ustrezajo pogojem, določenim v 19. in 20. točki 3. člena tega zakona.

(7) Glede del, ki niso evropska dela iz 19. in 20. točke 3. člena tega zakona, temveč so nastala v okviru bilateralnih koprodukcijskih pogodb, sklenjenih med državami članicami Evropske unije, in tretjimi državami, velja domneva, da so to evropska dela, kadar večinski delež vseh produkcijskih stroškov krijejo koproducenti iz Evropske unije, in kadar produkcija ni nadzorovana s strani enega ali več producentov, ustanovljenih oziroma registriranih zunaj območja držav članic Evropske unije. Takšna dela se všttevajo v delež evropskih avdiovizualnih del.

(8) Glede del, ki niso evropska dela iz 19. in 20. točke prvega odstavka 3. člena tega zakona, temveč so nastala pretežno z delom avtorjev in delavcev s prebivališčem v eni ali več državah članicah Evropske unije, velja domneva, da gre v takšnih primerih za evropska dela v premem sorazmerju s skupnim deležem koproducentov iz Evropske unije pri kritju vseh stroškov produkcije. Takšna dela se všttevajo v delež evropskih avdiovizualnih del v premem sorazmerju s skupnim deležem koproducentov iz držav članic Evropske unije, pri kritju vseh stroškov produkcije.

(9) Določba prvega odstavka tega člena ne velja za izdajatelje lokalnih televizijskih programov s statusom posebnega pomena in za izdajatelje televizijskih programov, katerih programi so namenjeni lokalnemu občinstvu in niso vključeni v programsko mrežo, ki dosega več kot 50 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije.

(10) Določbe tega člena se ne uporabljajo za posebni televizijski program, namenjen neposrednim prenosom sej Državnega zbora, za televizijske programe, namenjene izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter za televizijske programe, namenjene izključno samooglaševanju.

17. člen (delež evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov)

(1) Delež evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov mora v vsakem televizijskem programu obsegati najmanj deset odstotkov letnega oddajnega časa.

(2) Vsaj polovica del iz prejšnjega odstavka mora biti izdelana v zadnjih petih letih.

(3) V letni oddajni čas iz tega člena se ne všteva čas, namenjen poročilom, športnim dogodkom, igram, oglaševanju, televizijski prodaji in video stranem.

(4) Omejitve iz tega člena ne veljajo za izdajatelje lokalnih televizijskih programov s statusom posebnega pomena in za izdajatelje televizijskih programov, katerih programi so namenjeni lokalnemu občinstvu in niso vključeni v programsko mrežo, ki dosega več kot 50 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije.

(5) Omejitve iz tega člena ne veljajo ne za posebni televizijski program, namenjen neposrednim prenosom sej Državnega zbora, in za televizijske programe, ki so namenjeni avtohtoni italijanski ali madžarski narodni skupnosti.

(6) Določbe tega člena se ne uporabljajo za televizijske programe, namenjene izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter za televizijske programe, namenjene izključno

samooglaševanju.

18. člen
(letna poročila o doseženih deležih)

(1) Izdajatelj televizijskega programa mora vsako leto do konca meseca februarja poslati pristojnemu ministrstvu in agenciji razčlenjene podatke o doseženem deležu evropskih avdiovizualnih del v letnem oddajnem času za preteklo leto. Znotraj tega deleža morajo biti posebej prikazani podatki o obsegu letnega oddajnega časa, podatki o deležu lastne produkcije, slovenskih avdiovizualnih del ter avdiovizualnih del neodvisnih producentov in podatki o deležu novih avdiovizualnih del iz tretjega odstavka 18. člena tega zakona.

(2) Ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo mora vsako leto do konca meseca februarja posredovati pristojnemu ministrstvu in agenciji poročilo o izvajanju zahtev iz drugega oziroma tretjega odstavka 16. člena tega zakona, ki mora vsebovati razčlenjene podatke o doseženem deležu evropskih avdiovizualnih del v katalogu programskih vsebin v preteklem koledarskem letu, oziroma podatke o deležu finančnega prispevka, ki ga je ponudnik v preteklem koledarskem letu namenil za produkcijo ali za pridobitev pravic do evropskih avdiovizualnih del, ki jih ponuja prek svoje avdiovizualne medijske storitve na zahtevo.

(3) Izdajatelj televizijskega programa, ki ne doseže deleža evropskih avdiovizualnih del iz 16. člena tega zakona in deleža evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov iz 17. člena tega zakona, oziroma ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, ki ne izpolni zahtev iz drugega oziroma tretjega odstavka 16. člena tega zakona, mora v roku iz prejšnjih odstavkov ministrstvu, pristojnemu za medije, in agenciji poročati o objektivnih razlogih, zaradi katerih ni mogel izpolniti svojih zakonskih obveznosti. Agencija v postopku inšpekcijskega nadzora v tem primeru zaprosi ministrstvo, pristojno za medije, za mnenje o utemeljenosti razlogov za neizpolnjevanje deležev oziroma zahtev.

(4) Določbe tega člena ne veljajo za izdajatelje lokalnih televizijskih programov s statusom posebnega pomena in za izdajatelje televizijskih programov, katerih programi so namenjeni lokalnemu občinstvu in niso vključeni v programsko mrežo, ki dosega več kot 50 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije.

(5) Določbe tega člena se ne uporabljajo za televizijske programe, namenjene izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter za televizijske programe, namenjene izključno samooglaševanju.

P e t o p o g l a v j e

AVDIOVIZUALNA KOMERCIALNA SPOROČILA

19. člen
(prepoznavnost in ločitev avdiovizualnih
komercialnih sporočil)

(1) Avdiovizualna komercialna sporočila se morajo povsem jasno prepoznati kot taka in se posebej ločiti od uredniško oblikovanih programskih vsebin.

(2) Prikrito avdiovizualno komercialno sporočilo je prepovedano.

(3) Avdiovizualna komercialna sporočila ne smejo uporabljati subliminalnih tehnik.

20. člen
(nedopustna avdiovizualna komercialna
sporočila)

Avdiovizualna komercialna sporočila ne smejo:

- škodljivo vplivati na spoštovanje človekovega dostojanstva;
- vsebovati ali spodbujati kakršnekoli diskriminacije na podlagi spola, rase ali etnične pripadnosti, državljanstva, vere ali prepričanja, invalidnosti, starosti ali spolne usmerjenosti;
- spodbujati vedenja ali dejanj, ki škodujejo zdravju ali varnosti ljudi, zaščititi okolja ali kulturne dediščine.

21. člen
(zaščita mladoletnikov v zvezi z avdiovizualnimi
komercialnimi sporočili)

Avdiovizualna komercialna sporočila ne smejo povzročati telesne, duševne ali moralne škode mladoletnikom, zato avdiovizualna komercialna sporočila zlasti ne smejo:

- spodbujati mladoletnikov, da zaradi svoje neizkušenosti ali lahkovernosti kupujejo ali najemajo proizvode ali storitve;
- spodbujati mladoletnikov, da prepričujejo svoje starše ali druge, naj kupujejo oglaševano blago ali storitve;
- izkoriščati zaupanje mladoletnikov v starše, učitelje ali druge osebe;
- nepremišljeno prikazovati mladoletnikov v nevarnih situacijah.

22. člen
(prepoved avdiovizualnih komercialnih
sporočil)

(1) Avdiovizualna komercialna sporočila za tobak in tobačne izdelke, zdravila ter alkoholne pijače urejajo posebni predpisi.

(2) Avdiovizualna komercialna sporočila za zdravstvene dejavnosti, zdravstvene storitve ali za izvajalce zdravstvene dejavnosti so prepovedana, če ni s posebnim zakonom določeno drugače.

23. člen
(avdiovizualna komercialna sporočila za živila
v otroških programih)

(1) Ponudniki morajo oblikovati pravila ravnanja v zvezi z neprimernimi avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, ki spremljajo otroške programe ali so njihov del, o živilih, ki vsebujejo hranila in snovi s hranilnim ali fiziološkim učinkom, kot so zlasti maščobe,

transmaščobne kisline, sol ali natrij in sladkorji, katerih prekomerno uživanje v celotni prehrani ni priporočljivo (v nadaljnjem besedilu: pravila ravnanja), in jih javno objaviti.

(2) Pravila ravnanja morajo biti oblikovana na način, da je otrokom omogočen razvoj zdravih prehranskih navad v skladu s prehranskimi smernicami, ki jih objavi minister, pristojen za zdravje.

(3) Ponudniki morajo kopijo pravil ravnanja poslati ministrstvu, pristojnemu za medije, in agenciji v 15 dneh od njihovega sprejetja in jih v enakem roku obvestiti o vsaki njihovi spremembi.

24. člen (zahteve in omejitve pri sponzoriranju)

(1) V primeru sponzoriranja avdiovizualnih medijskih storitev ali programskih vsebin se na njihovo vsebino in v primeru televizijskih programov na njihov spored nikakor ne sme vplivati tako, da bi to posegalo v odgovornost in uredniško neodvisnost ponudnika.

(2) Avdiovizualne medijske storitve ali programske vsebine, ki so sponzorirane, ne smejo neposredno spodbujati nakupa ali najema blaga ali storitev, zlasti ne s posebnim navajanjem tega blaga ali storitev z namenom promocije.

(3) V sponzoriranih programskih vsebinah ni dovoljeno promocijsko umeščanje izdelkov, storitev ali blagovne znamke sponzorja programske vsebine, razen če gre za primere iz četrtega odstavka 26. člena, ki ne štejejo za promocijsko umeščanje izdelkov.

(4) Gledalci morajo biti jasno seznanjeni o obstoju sponzorstva (napoved sponzorstva). Sponzorirana programska vsebina mora biti jasno označena kot takšna, z navedbo sponzorjevega imena, logotipa oziroma katerega koli drugega njegovega simbola ali razpoznavnega znaka.

(5) Sponzorjevo ime, logotip oziroma katerikoli drugi njegov simbol ali njegov razpoznavni znak mora biti naveden na začetku, po morebitnih prekinitvah in na koncu sponzorirane programske vsebine.

25. člen (prepoved sponzoriranja)

(1) Poročila in informativne programske vsebine ne smejo biti sponzorirane, če ni z zakonom, ki ureja volilno in referendumsko kampanjo, določeno drugače.

(2) Kadar avdiovizualne medijske storitve ali programske vsebine sponzorirajo fizične ali pravne osebe, katerih dejavnost je proizvodnja ali promet z zdravili ali izvajanje zdravstvenih storitev, se lahko promovira ime ali podoba teh oseb, prepovedano pa je promoviranje zdravil, ki se predpisujejo in izdajajo samo na recept, oziroma promoviranje zdravstvenih storitev.

(3) Sponzoriranje s strani fizičnih ali pravnih oseb, katerih dejavnost je proizvodnja ali prodaja tobaka in tobačnih izdelkov, urejajo posebni predpisi.

26. člen
(promocijsko umeščanje izdelkov)

- (1) Promocijsko umeščanje izdelkov, razen v primerih, ki jih določa ta zakon, je prepovedano.
- (2) Promocijsko umeščanje izdelkov, ki je v skladu s tem zakonom, se ne šteje za prikrito komercialno sporočilo.
- (3) Promocijsko umeščanje izdelkov je dovoljeno:
- v kinematografskih delih, filmih, igrano-dokumentarnih filmih, v nanizankah in nadaljevankah, narejenih za avdiovizualne medijske storitve, ter v športnih in zabavnih programskih vsebinah; ali
 - v primerih, ko ni plačila, temveč se določeno blago ali storitve, kot so produkcijski rekviziti in nagrade, brezplačno priskrbijo zato, da bodo vključene v programsko vsebino.
- (4) Če je vrednost blaga ali storitev iz druge alinee prejšnjega odstavka v razmerju do produkcijskih stroškov programske vsebine zanemarljiva, ne gre za promocijsko umeščanje izdelkov po tem zakonu.
- (5) Programske vsebine, ki vsebujejo promocijsko umeščanje izdelkov, morajo izpolnjevati naslednje zahteve:
- s promocijskim umeščanjem izdelkov se na njihovo vsebino in v primeru televizijskih programov na njihov spored nikakor ne sme vplivati tako, da bi to posegalo v odgovornost in uredniško neodvisnost ponudnika;
 - s promocijskim umeščanjem izdelkov se ne sme neposredno spodbujati nakupa ali najema izdelkov ali storitev, zlasti ne s posebnim navajanjem teh izdelkov ali storitev z namenom promocije;
 - s promocijskim umeščanjem izdelkov se ne sme izdelkom ali storitvam pripisovati neutemeljenega pomena;
 - programska vsebina, ki vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov, mora biti ustrezno označena na začetku, po morebitnih prekinitvah in na koncu, tako da je gledalec nedvoumno seznanjen z dejstvom, da programska vsebina vsebuje promocijsko umeščanje. Obveznost označevanja ne velja za programsko vsebino, ki je ni niti ustvaril niti naročil izdajatelj sam ali z njim povezana oseba.
- (6) Ne glede na določbo 1. alinee tretjega odstavka tega člena promocijsko umeščanje izdelkov ni dovoljeno v programskih vsebinah, namenjenih otrokom.
- (7) Ne glede na določbo tretjega odstavka tega člena je prepovedano promocijsko umeščanje izdelkov, za katere velja prepoved oglaševanja oziroma avdiovizualnih komercialnih sporočil po tem ali drugih zakonih.
- (8) Določbe tega člena ne veljajo za programske vsebine, nastale pred 19. decembrom 2009.
- (9) Agencija s splošnim aktom podrobneje določi pojme iz tega člena, način ugotavljanja vrednosti blaga ali storitev iz četrtega odstavka tega člena ter način označevanja programskih vsebin iz tretjega odstavka tega člena.

Š e s t o p o g l a v j e

TELEVIZIJSKO OGLAŠEVANJE IN TELEVIZIJSKA PRODAJA

27. člen

(razpoznavnost televizijskega oglaševanja in
televizijske prodaje)

- (1) Televizijsko oglaševanje in televizijska prodaja morata biti jasno razpoznavna, tako da ju je mogoče razločiti od uredniško oblikovanih vsebin.
- (2) Televizijsko oglaševanje in televizijska prodaja morata biti objavljena v posebnih blokih, tako da sta optično in zvočno jasno ločena od drugih programskih vsebin.
- (3) Neodplačno objavljene oglaševalske vsebine morajo biti posebej označene kot takšne.

28. člen

(omejitve televizijskega oglaševanja in
televizijske prodaje)

- (1) Televizijsko oglaševanje in televizijska prodaja se prek televizijskega programa ne smeta predvajati:
 - med trajanjem posameznih programskih enot oziroma oddaj, razen če so predvajani na takšen način, da ne trpi vsebinska celovitost oddaje, pri čemer se upoštevajo njena narava in dolžina ter v ta namen predvideni premori v njenem poteku;
 - na način, s katerim bi bile kršene pravice imetnikov avtorske in sorodnih pravic.
- (2) Pri oddajanju programske enote oziroma oddaje, ki je sestavljena iz medsebojno ločenih samostojnih delov (npr. športni dogodki), lahko televizijski program predvaja televizijsko oglaševanje in televizijsko prodajo le med koncem prejšnjega samostojnega dela in začetkom naslednjega oziroma med prekinitvami in odmori.
- (3) Televizijsko oglaševanje in televizijska prodaja nista dovoljena med predvajanjem državne proslave in verskega obreda.
- (4) Oddajanje avdiovizualnih del, kot so celovečerni filmi ter televizijski filmi in kulturno-umetniška avdiovizualna dela (razen serijskih filmov, nadaljevank, nanizank in razvedrilnih oddaj), se lahko prekine s televizijskim oglaševanjem in televizijsko prodajo enkrat v rednem časovnem intervalu, ki traja najmanj 30 minut.
- (5) Televizijske informativne in dokumentarne oddaje, oddaje z versko vsebino in otroške oddaje, ki so krajše od 30 minut, se ne smejo prekinjati s televizijskim oglaševanjem ali televizijsko prodajo. Če so daljše od 30 minut, veljajo za te oddaje določbe o časovnih intervalih prekinitvev iz prejšnjega odstavka tega člena.
- (6) Določbe četrtega odstavka tega člena ne veljajo za televizijske programe Radiotelevizije Slovenija ter za lokalne, regionalne, študentske in nepridobitne televizijske programe.
- (7) Določbe tega člena se ne uporabljajo za televizijske programe, namenjene izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter za televizijske programe, namenjene izključno samooglaševanju.

29. člen
(omejitve oglaševanja za posebne televizijske
programe)

(1) Radiotelevizija Slovenija ne sme prekinjati televizijskih programskih enot, kot so na primer celovečerni ali televizijski filmi (razen serijskih filmov, nanizank in razvedrilnih oddaj), dnevno informativnih oddaj in oddaj, ki imajo kulturni, umetniški, znanstveni ali izobraževalni značaj, s televizijskim oglaševanjem in televizijsko prodajo, in sicer ne glede na dolžino trajanja posamezne programske enote iz tega člena.

(2) Za lokalne, regionalne, študentske in nepridobitne televizijske programe s statusom posebnega pomena se določbe tega člena uporabljajo smiselno.

30. člen
(prepoved televizijskega oglaševanja in
televizijske prodaje)

(1) Televizijska prodaja zdravil, ki imajo dovoljenje za promet v skladu s predpisi, ki urejajo zdravila, in televizijska prodaja zdravstvenih storitev sta prepovedani.

(2) Televizijsko oglaševanje in televizijsko prodajo alkoholnih pijač urejajo posebni predpisi.

31. člen
(posebne določbe)

(1) Televizijska prodaja mora spoštovati merila iz 21. člena tega zakona in ob tem ne sme ponujati mladostnikom možnosti sklepanja pogodb za nakup ali najem blaga ali storitev.

(2) Izdajatelji televizijski programov ne smejo, kot pogodbeni partnerji naročnika oglaševalskih vsebin, delovati tudi kot njegovi zastopniki pri naročanju blaga in storitev.

(3) Določbe tega zakona, ki urejajo televizijsko oglaševanje, se smiselno uporabljajo za televizijsko prodajo, razen če je z zakonom določeno drugače.

(4) Določbe tega zakona, ki urejajo televizijsko prodajo, se smiselno uporabljajo za televizijska prodajna okna, razen če je z zakonom določeno drugače.

(5) Televizijski programi, namenjeni izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter televizijski programi, namenjeni izključno samooglaševanju, ne smejo razširjati običajnih programskih vsebin, kot so poročila in druge informativne vsebine, športni dogodki, filmi, nadaljevanke in nanizanke, dokumentarni filmi ali drugih podobnih programskih vsebin.

(6) Določbe tega zakona se smiselno uporabljajo za televizijske programe, namenjene izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter za televizijske programe, namenjene izključno samooglaševanju, če ni v zakonu določeno drugače.

32. člen
(omejitve obsega televizijskega oglaševanja in
televizijske prodaje)

(1) Skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v televizijskem programu ne sme preseči 12 minut v okviru vsake posamezne ure, če ta zakon ne določa drugače.

(2) Skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v posameznem televizijskem programu Radiotelevizije Slovenija ne sme preseči 12 minut v okviru vsake posamezne ure, v času med 18. in 23. uro pa ne sme preseči 9 minut v okviru vsake posamezne ure.

(3) V času med 18. in 23. uro v posameznem televizijskem programu Radiotelevizije Slovenija ni dovoljeno predvajanje TV prodajnih oken.

(4) Prvi in drugi odstavek tega člena odstavka se ne uporabljata za napovedi, ki jih izdajatelj televizijskega programa predvaja v zvezi s svojimi programskimi vsebinami in pomožnimi proizvodi, ki izhajajo neposredno iz njih (tj. proizvodi, ki so posebej namenjeni temu, da poslušalcem oziroma gledalcem omogočijo vse koristi od takšnih programskih vsebin ali interakcijo z njimi), z napovedmi sponzorstva in s promocijskim umeščanjem izdelkov.

(5) Omejitev iz prvega in drugega odstavka tega člena se ne nanaša na televizijska prodajna okna.

(6) Omejitve iz tega člena se ne nanašajo na vsebine, ki skladno s tem zakonom ne štejejo za avdiovizualna komercialna sporočila.

(7) Določbe tega člena se ne uporabljajo za televizijske programe, namenjene izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter za televizijske programe, namenjene izključno samooglaševanju.

S e d m o p o g l a v j e

IZKLJUČNE PRAVICE IN PRAVICA DO KRATKEGA POROČANJA
V TELEVIZIJSKIH PROGRAMIH

33. člen
(pravica do kratkega poročanja v
televizijskih programih)

(1) Vsak izdajatelj televizijskega programa s sedežem v državi članici Evropske unije, ima pod pravičnimi, razumnimi, nediskriminatornimi in pravočasno objavljenimi pogoji pravico do kratkega poročanja o vseh pomembnih prireditvah in drugih dogodkih v javnem interesu, ki jih ekskluzivno prenaša izdajatelj televizijskega programa, ki spada pod jurisdikcijo Republike Slovenije.

(2) Ne glede na določbo prejšnjega odstavka mora izdajatelj televizijskega programa s sedežem v državi članici Evropske unije, zaprositi za dostop izdajatelja televizijskega

programa pod jurisdikcijo iste države članice Evropske unije, ki je pridobil ekskluzivne pravice.

(3) Za kratko poročanje po tem členu šteje predvajanje največ 90 sekund dolgega izseka iz signala izdajatelja televizijskega programa, ki ekskluzivno prenaša dogodek. Izseki se lahko uporabijo samo za splošne informativne oddaje, na nelinearen način pa samo, če isto programsko vsebino ponudi isti izdajatelj s časovnim zamikom.

(4) Izdajatelji televizijskih programov lahko pri uveljavljanju pravice do kratkega poročanja svobodno izberejo izseke, pri čemer morajo označiti njihov vir.

(5) Morebitno nadomestilo za dostop do izseka ne sme presegati dejanskih dodatnih stroškov, nastalih neposredno zaradi zagotovitve dostopa.

34. člen (pravica javnosti do spremljanja pomembnejših dogodkov)

(1) Izdajatelj televizijskega programa ne sme na podlagi pridobljenih izključnih pravic prenašati posameznega dogodka, ki je pomemben za javnost v Republiki Sloveniji ali v drugi državi članici Evropske unije, ali podpisnici mednarodne pogodbe, ki zavezuje Republiko Slovenijo, na način, zaradi katerega bi bilo pomembnemu delu gledalcev na tem območju onemogočeno spremljanje tega dogodka na neplačljivem televizijskem programu.

(2) Za prenos po tem členu šteje neposreden prenos dogodka ali kasnejši prenos, v celoti ali delno, kadar je to potrebno iz objektivnih razlogov ali v interesu javnosti.

(3) V nasprotju s tem zakonom je, če dogodek iz prvega odstavka tega člena na podlagi pridobljenih izključnih pravic prenaša izdajatelj, katerega televizijski program lahko spremlja manj kot 75 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije, ali pa je za sprejemanje njegovega programa potrebno dodatno plačilo (plačljiva TV).

(4) Vlada sprejme akt, v katerem določi način in merila za oblikovanje seznama najpomembnejših dogodkov iz tega člena, ter postopek obveznih posvetovanj med zainteresiranimi stranmi.

(5) Vlada na predlog Sveta za radiodifuzijo sprejme seznam najpomembnejših dogodkov iz prvega odstavka tega člena ter v zvezi s tem izvaja druge ustrezne ukrepe v skladu z mednarodnimi pogodbami, ki obvezujejo Republiko Slovenijo.

O s m o p o g l a v j e

IZVAJANJE DEJAVNOSTI PONUJANJA AVDIOVIZUALNIH MEDIJSKIH STORITEV

35. člen (televizijska dejavnost)

Izdajatelj televizijskega programa izvaja televizijsko dejavnost na podlagi in v skladu z

dovoljenjem za izvajanje televizijske dejavnosti, kot ga določa zakon, ki ureja medije.

36. člen
(priglasitev avdiovizualnih medijskih
storitev na zahtevo)

(1) Ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo mora pred začetkom, spremembo ali prenehanjem zagotavljanja storitve, o tem pisno obvestiti agencijo.

(2) V obvestilu iz prejšnjega odstavka morajo biti navedeni podatki, ki jih agencija potrebuje za vzdrževanje uradne evidence ponudnikov storitev in za njihov nadzor po tem zakonu, in sicer:

- ime, naslov, davčna in matična številka za fizične osebe;
- firma, sedež, davčna številka, matična številka in navedba zakonitega zastopnika za pravne osebe;
- vrsta storitve in njen kratek opis;
- predviden datum začetka, spremembe ali prenehanja zagotavljanja storitve.

(3) Spremembo podatkov iz 1. in 2. alinee prejšnjega odstavka tega člena mora ponudnik agenciji sporočiti v roku 30 dni od njihovega nastanka, spremembo podatkov iz 3. in 4. alinee istega odstavka pa pred predvidenim datumom.

(4) Agencija v sedmih dneh po prejemu obvestila z vsemi potrebnimi podatki iz drugega odstavka tega člena, vpiše spremembe v uradno evidenco in ponudniku pošlje potrdilo o dejstvih iz uradne evidence.

(5) Agencija v sedmih dneh po prejemu obvestila, ki ne vsebuje vseh potrebnih podatkov iz drugega odstavka tega člena, ponudnika pozove, da je obvestilo treba dopolniti v roku, ki ne sme biti krajši od osem dni.

(6) Agencija s splošnim aktom podrobneje predpiše vsebino in obliko obvestila iz prvega odstavka tega člena ter vsebino podatkov iz drugega odstavka tega člena. Agencija s splošnim aktom določi tudi obliko in vsebino potrdila iz četrtega odstavka tega člena.

37. člen
(uradne evidence)

(1) Agencija vodi naslednje uradne evidence:

- evidenca imetnikov dovoljenj za izvajanje televizijske dejavnosti;
- evidenca ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo.

(2) Uradni evidenci iz prejšnjega odstavka tega člena vodi agencija kot med seboj povezano informatizirano bazo.

(3) V uradni evidenci imetnikov dovoljenj za izvajanje televizijske dejavnosti vodi agencija naslednje podatke:

- ime, naslov in davčna številka za fizične osebe;
- firma, sedež, davčna številka, matična številka in zakoniti zastopnik za pravne osebe;
- datum začetka veljavnosti dovoljenja;
- številka odločbe o dovoljenju;
- poravnavanje obveznosti imetnika odločbe o dovoljenju, ki izvirajo iz tega zakona;

– kaznovanje imetnika odločbe o dovoljenju zaradi kršitev določil tega zakona.

(4) V uradni evidenci ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo vodi agencija naslednje podatke:

- ime, naslov in davčna številka za fizične osebe;
- firma, sedež, davčna številka, matična številka in zakoniti zastopnik za pravne osebe;
- obvestilo o začetku zagotavljanja storitve;
- datum začetka, spremembe ali prenehanja zagotavljanja storitve;
- poravnavanje obveznosti ponudnikov, ki izvirajo iz tega zakona;
- kaznovanje zaradi kršitev določb tega zakona.

(5) Agencija lahko v tem členu navedene podatke pridobiva tudi iz uradnih evidenc drugih državnih organov in z neposredno računalniško oziroma elektronsko povezavo.

(6) Agencija vodi podatke iz tega člena dokler izdajatelj izvaja televizijsko dejavnost, oziroma dokler ponudnik zagotavlja svojo storitev, nato pa jih hrani trajno.

(7) Agencija mora pri ravnanju s podatki, ki štejejo za davčno tajnost, upoštevati določbe zakona, ki ureja davčni postopek.

38. člen

(plačilo na podlagi dovoljenja ali vpisa)

(1) Na podlagi veljavnega dovoljenja za izvajanje televizijske dejavnosti oziroma vpisa v uradno evidenco ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo so izdajatelji televizijskih programov oziroma ponudniki zavezanci za letno plačilo agenciji. Plačila po tem členu krijejo stroške, ki jih ima agencija z izvrševanjem svojih pristojnosti v skladu s tem zakonom.

(2) Način izračuna plačil na podlagi tega člena predpiše minister, pristojen za področje elektronskih komunikacij, pri čemer ne sme omejevati konkurence. Pri tem upošteva višino letnega prihodka, ki ga pridobi izdajatelj z izvajanjem televizijske dejavnosti oziroma ponudnik s ponujanjem avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, ter vrsto programa oziroma storitve. Glede na višino letnega prihodka in vrsto storitve so izdajatelji oziroma ponudniki razvrščeni v razrede. Plačilo izdajateljev oziroma ponudnikov, ki so razvrščeni v isti razred, je enako visoko.

(3) Izdajatelj televizijskega programa oziroma ponudnik mora vsako leto do 31. marca obvestiti agencijo o višini prihodkov iz prejšnjega odstavka iz preteklega leta. Če izdajatelj televizijskega programa oziroma ponudnik do tega roka tega ne stori, upošteva agencija kot prihodek iz prejšnjega odstavka celotni prihodek izdajatelja oziroma ponudnika iz preteklega leta, pridobljen na podlagi podatkov Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve.

(4) Če agencija utemeljeno sumi o resničnosti podatkov, ki jih je sporočil izdajatelj televizijskega programa oziroma ponudnik, lahko agencija ali pooblaščen revizor (v nadaljnjem besedilu: revizor) po izboru agencije pregleda podatke in oceni prihodek. V primeru, da se sum agencije o resničnosti podatkov izkaže za utemeljenega, nosi stroške pregleda podatkov in ocene prihodka izdajatelj televizijskega programa oziroma ponudnik, v nasprotnem primeru pa stroške krije agencija. Če ocenjeni prihodek bistveno odstopa od sporočenega prihodka iz drugega odstavka, agencija pri izračunu upošteva ocenjeni

prihodek.

(5) Višino plačil na podlagi tega člena se določi s tarifo v splošnem aktu agencije. Pri izdaji tarife agencija upošteva potrebno pokrivanje stroškov iz prvega odstavka tega člena glede na načrtovane cilje in naloge, določene v programu dela agencije in saldo finančnih sredstev iz preteklega leta. Tarifa vsebuje posebno obrazložitev, v kateri se navede razloge za sprejem ali spremembo tarife ter cilje, ki bi jih na ta način dosegli. Tarifo se objavi v Uradnem listu Republike Slovenije skupaj z njeno obrazložitvijo in začne veljati po tej objavi.

(6) Pred izdajo ali spremembo tarife je treba ugotoviti oziroma predvideti stroške iz prvega odstavka tega člena ter določiti rok, ki ne sme biti krajši od 15 dni in ne daljši od dveh mesecev, v katerem se pozove zavezanca iz prvega odstavka tega člena, da podajo svoje mnenje, pripombe in predloge glede načrtovane izdaje ali spremembe tarife. Za izdajo ali spremembo tarife je treba pridobiti predhodno soglasje Vlade.

Deveto poglavje

NADZOR

39. člen

(upravni in inšpekcijski nadzor nad izvajanjem zakona)

(1) Upravni in inšpekcijski nadzor nad izvajanjem tega zakona izvaja agencija.

(2) Inšpektor oziroma inšpektorica (v nadaljnjem besedilu: inšpektor) agencije imata v primeru kršitev določb tega zakona, če ni v tem zakonu določeno drugače, pravico in dolžnost:

- odrediti ukrepe za odpravo nepravilnosti in pomanjkljivosti na način in v roku, ki ga sam določi;
- izvesti postopke v skladu z zakonom o prekrških;
- naznaniti kaznivo dejanje ali kazensko ovadbo za kaznivo dejanje, ki se preganja po uradni dolžnosti;
- predlagati pristojnemu organu sprejem ukrepov.

(3) Agencija lahko v primeru kršitev določb tega zakona v okviru inšpekcijskega nadzora:

- začasno prekliče dovoljenje izdajatelju televizijskega programa;
- razveljavi dovoljenje izdajatelju televizijskega programa.

(4) V primerih, ko ponudnik, ki ne sodi pod jurisdikcijo Republike Slovenije oziroma pod jurisdikcijo kake druge države članice Evropske unije, ali podpisnice Konvencije Sveta Evrope o čezmejni televiziji, razširja programske vsebine, ki očitno, resno ali huje kršijo varstvo otrok in mladoletnikov, kot je zagotovljeno s tem zakonom in v skladu z veljavnim pravnim redom v Republiki Sloveniji, ali kadar tak ponudnik z razširjanjem programskih vsebin spodbuja k narodni, rasni, verski, spolni ali drugi neenakopravnosti, k nasilju in vojni, ter izziva narodno, rasno, versko, spolno ali drugo sovraštvo in nestrpnost ali drugače očitno, resno ali huje krši pravni red Republike Slovenije, lahko inšpektor agencije operaterju elektronskih komunikacij, ki omogoča njegovo razširjanje, izreče

ukrepe iz drugega odstavka tega člena.

40. člen
(obvezna hramba posnetkov in podatkov)

(1) Izdajatelji televizijskih programov morajo najmanj en mesec hraniti posnetke vsakega posameznega dneva programa z vsemi objavljenimi programskimi, oglaševalskimi in drugimi vsebinami, kakor so bile zaporedno predvajane v 24 urah, v obliki in na način, ki ju podrobneje predpiše agencija.

(2) Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo morajo najmanj en mesec hraniti posnetke programskih vsebin ter spremljajočih oglaševalskih in drugih vsebin, po tem ko so jih zadnjič ponudili za ogled ali poslušanje, s spremljajočimi podatki ter v obliki in na način, ki ju podrobneje predpiše agencija.

(3) Izdajatelji televizijskih programov morajo poleg posnetkov iz prvega odstavka tega člena najmanj šest mesecev za vsak dan posebej hraniti tudi podatke o vseh predvajanih programskih, oglaševalskih in drugih vsebinah. Podatki morajo vsebovati informacije o datumu predvajanja vsebine, začetnem času, njenem trajanju, naslovu, vrsti in zvrsti vsebine ter informacije o vrsti produkcije in producentu, kot jih podrobneje določi agencija.

(4) Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo morajo poleg posnetkov iz drugega odstavka tega člena najmanj šest mesecev za vsak dan posebej hraniti tudi podatke o vseh predvajanih programskih, oglaševalskih in drugih vsebinah. Podatki morajo vsebovati informacije o naslovu, o časovnem intervalu, ko je bila vsebina na voljo uporabnikom, trajanju vsebine, vrsti in zvrsti vsebine ter informacije o vrsti produkcije in producentu, kot jih podrobneje določi agencija.

(5) Izdajatelji televizijskih programov in ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo morajo najmanj eno leto hraniti podatke o predvajanih evropskih avdiovizualnih delih in evropskih avdiovizualnih delih neodvisnih producentov v letnem oddajnem času za preteklo koledarsko leto. Podatki morajo vsebovati informacije o datumu in času, ko so bila predvajana ali na voljo za ogled, trajanju, naslovu, vrsti in zvrsti dela ter o vrsti produkcije in producentu, kakor jih podrobneje določi agencija.

(6) V primeru tehnične okvare, zaradi katere izdajatelj oziroma ponudnik ni shranil določenega dela predvajane avdiovizualne vsebine, je izdajatelj oziroma ponudnik o okvari in obsegu neposnete predvajane ali ponujene programske vsebine dolžan v roku treh dni pisno obvestiti agencijo.

41. člen
(pošiljanje podatkov in dostop do vsebin ali storitev)

(1) Ponudniki in operaterji elektronskih komunikacij so dolžni poslati agenciji resnične in popolne podatke, s katerimi razpolagajo, kadar so ti podatki potrebni za izvajanje pristojnosti agencije in izpolnjevanje programskih zahtev in omejitev, ki jih določa ta zakon, ter za jasno opredeljene statistične namene in analize v zvezi z izvajanjem pristojnosti agencije na področju avdiovizualnih medijskih storitev.

(2) Ponudniki in operaterji elektronskih komunikacij so agenciji dolžni omogočiti neomejen

dostop do programskih vsebin in storitev, ki jih nudijo uporabnikom, kadar so potrebne za izvajanje pristojnosti agencije in izpolnjevanje programskih zahtev in omejitev, ki jih določa ta zakon.

(3) Podatki ter programske vsebine in storitve se pošljejo ali dajo na voljo na podlagi pisne zahteve agencije, brezplačno, v obsegu in roku ter v obliki in na način, določenem v zahtevi.

(4) Podatki, ki se zahtevajo, morajo biti sorazmerni z namenom, za katerega bodo uporabljeni. Agencija mora v zahtevi navesti namen uporabe zahtevanih podatkov.

(5) Določbe tega člena se uporabljajo tudi za pošiljanje posnetkov programskih vsebin oziroma podatkov, za katere velja obveznost hrambe po 40. členu tega zakona.

42. člen

(metodologija nadzorstva avdiovizualnih medijskih storitev)

(1) Agencija s splošnim aktom podrobneje določi:

- način ugotavljanja izpolnjevanja zahtev in omejitev za avdiovizualne medijske storitve iz tega zakona;
- klasifikacijo programskih vsebin, avdiovizualnih komercialnih sporočil ter drugih vsebin, ki izhajajo iz tega zakona.

(2) Agencija lahko s splošnim aktom podrobneje uredi tudi druga vprašanja, ki se pojavijo pri izvrševanju posameznih določb tega zakona iz njene pristojnosti.

(3) Vlada z uredbo podrobneje določi vrsto in vsebino ter obliko in način pošiljanja podatkov iz prejšnjega člena oziroma posnetkov in podatkov iz 40. člena tega zakona.

Deseto poglavje

KAZENSKÉ DOLOČBE

43. člen

(1) Z globo od 6.000,00 EUR do 60.000,00 EUR se kaznuje za prekršek ponudnik, ki je pravna oseba ali ponudnik, ki je samostojni podjetnik posameznik:

(a) če prek avdiovizualne medijske storitve prizadene telesni, duševni ali moralni razvoj otrok in mladoletnikov (drugi odstavek 9. člena) ali če prek avdiovizualne medijske storitve izpostavlja otroka ali mladoletnika samovoljnemu ali nezakonitemu vmešavanju v njegovo zasebno življenje, družino ali dom, ali nezakonitim napadom zoper njegovo čast in ugled (tretji odstavek 9. člena);

(b) če prek televizijskega programa predvaja programske vsebine, ki bi lahko resno škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, zlasti takšne vsebine, ki vsebujejo pornografijo ali neupravičeno prikazujejo nasilje (prvi odstavek 14. člena);

(c) če prek televizijskega programa predvaja vsebine, ki bi utegnile škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, tako, da predvajanje teh vsebin s primerno izbranim časom predvajanja in/ali s tehničnimi sredstvi ni omejeno tako, da otroci in mladoletniki v normalnih razmerah do takšnih vsebin nimajo dostopa (drugi odstavek 14. člena);

(č) če prek televizijskega programa predvaja programske vsebine iz drugega odstavka 14. člena tega zakona v nasprotju s časovnimi omejitvami iz četrtega odstavka 14. člena tega zakona, oziroma če pred začetkom predvajanja programskih vsebin iz drugega odstavka 14. člena tega zakona, katerih predvajanje prek televizijskega programa ni omejeno s tehnično zaščito, ne objavi ustrezno akustično in vizualno opozorilo oziroma če med njihovim predvajanjem niso več čas označene z ustreznim vizualnim simbolom (sedmi odstavek 14. člena);

(d) če prek svoje avdiovizualne medijske storitve na zahtevo ponuja programske vsebine, ki bi lahko resno škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, v nasprotju s prvim odstavkom 15. člena tega zakona;

(e) če programskih vsebin v svoji avdiovizualni medijski storitvi na zahtevo, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, ne opremi v skladu z drugim odstavkom 15. člena tega zakona;

(f) če delež evropskih avdiovizualnih del ne obsega najmanj 50 odstotkov letnega oddajnega časa njegovega televizijskega programa (prvi odstavek 16. člena);

(g) če delež evropskih avdiovizualnih del ne obsega najmanj 10 odstotkov programskih vsebin v katalogu njegove avdiovizualne medijske storitve na zahtevo (drugi odstavek 16. člena) ali če za produkcijo ali za pridobitev pravic do evropskih avdiovizualnih del, ki jih ponuja prek svoje avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, v posameznem koledarskem letu ne nameni finančni prispevek v višini najmanj enega odstotka vseh prihodkov iz naslova svoje avdiovizualne medijske storitve v tem istem koledarskem letu (tretji odstavek 16. člena);

(h) če ne dosega najmanj deset odstotnega deleža evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov v letnem oddajnem času njegovega televizijskega programa (prvi odstavek 17. člena) ali če vsaj polovica evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov v njegovem televizijskem programu ni izdelana v zadnjih petih letih (drugi odstavek 17. člena);

(i) če razširja avdiovizualna komercialna sporočila, ki niso povsem jasno prepoznavna in posebej ločena od uredniško oblikovanih programskih vsebin (prvi odstavek 19. člena) ali če objavlja prikrita avdiovizualna komercialna sporočila (drugi odstavek 19. člena) ali če pri objavljanju avdiovizualnih komercialnih sporočil uporablja subliminalne tehnike (tretji odstavek 19. člena);

(j) če z razširjanjem avdiovizualnih komercialnih sporočil škodljivo vpliva na spoštovanje človekovega dostojanstva (1. alineja 20. člena) ali če ta vsebujejo ali spodbujajo kakršnokoli diskriminacija na podlagi spola, rase ali etnične pripadnosti, državljanstva, vere ali prepričanja, invalidnosti, starosti ali spolne usmerjenosti (2. alineja 20. člena) ali če spodbuja vedenje ali dejanja, ki škodujejo zdravju ali varnosti ljudi, zaščitijo okolja ali kulturne dediščine (3. alineja 20. člena);

(k) če z razširjanjem avdiovizualnih komercialnih sporočil povzroči telesno, moralno ali duševno škodo mladoletnikom (prvi stavek 21. člena), zlasti tako, da s tem spodbuja mladoletnike, da bi zaradi svoje neizkušenosti ali lahkovernosti kupovali ali najemali

proizvode ali storitve (1. alineja 21. člena), ali da s tem spodbuja mladoletnike, da bi prepričevali svoje starše ali druge, naj kupujejo oglaševano blago ali storitve (2. alineja 21. člena), ali da s tem izkorišča zaupanje mladoletnikov v starše, učitelje ali druge osebe (3. alineja 21. člena), ali da s tem nepremišljeno prikazuje mladoletnike v nevarnih situacijah (4. alineja 21. člena);

(l) če razširja avdiovizualna komercialna sporočila za zdravstvene dejavnosti, zdravstvene storitve ali za izvajalce zdravstvene dejavnosti (drugi odstavek 22. člena);

(m) če ne oblikuje pravil ravnanja v skladu s prvim in drugim odstavkom 23. člena tega zakona ali pravil ravnanja javno ne objavi (prvi odstavek 23. člena) ali če kopije pravil ravnanja ne pošlje pristojnemu ministrstvu in agenciji v 15 dneh od njihovega sprejetja ali če jih v enakem roku ne obvesti o vsaki njihovi spremembi (tretji odstavek 23. člena);

(n) če prek avdiovizualnih medijskih storitev, ki so sponzorirane, neposredno spodbuja nakup ali najem blaga ali storitev, zlasti s posebnim navajanjem tega blaga ali storitev z namenom promocije (drugi odstavek 24. člena) ali če v sponzoriranih programskih vsebinah v nasprotju s tem zakonom promocijsko umešča izdelke, storitve ali blagovne znamke sponzorja programske vsebine (tretji odstavek 24. člena) ali če gledalca ne seznanjajo jasno o obstoju sponzorstva (1. stavek četrtega odstavka 24. člena) ali če sponzorirane programske vsebine ne označi kot takšne, z navedbo sponzorjevega imena, logotipa ali kateregakoli drugega njegovega simbola ali razpoznavnega znaka (2. stavek četrtega odstavka 24. člena) ali če v sponzorirani vsebini ne navede sponzorjevega imena, logotipa ali kateregakoli drugega njegovega simbola ali razpoznavnega znaka, na začetku, po morebitnih prekinitvah in na koncu sponzorirane programske vsebine (peti odstavek 24. člena);

(o) če razširja oziroma ponuja sponzorirana poročila ali informativne programske vsebine (prvi odstavek 25. člena) ali če v primeru sponzoriranja avdiovizualnih medijskih storitev ali programskih vsebin s strani fizičnih ali pravnih oseb, katerih dejavnost je proizvodnja ali promet z zdravili ali izvajanje zdravstvenih storitev, promovira zdravila, ki se predpisujejo in izdajajo samo na recept, oziroma če promovira zdravstvene storitve (drugi odstavek 25. člena);

(p) če v nasprotju s 26. členom tega zakona razširja oziroma ponuja programske vsebine, ki vsebujejo promocijsko umeščanje izdelkov;

(r) če predvaja televizijsko oglaševanje ali televizijsko prodajo v nasprotju z 27. ali 28. členom tega zakona;

(s) če predvaja televizijsko prodajo zdravil, ki imajo dovoljenje za promet v skladu s predpisi, ki urejajo zdravila oziroma zdravstvenih storitev (prvi odstavek 30. člena);

(t) če pri predvajanju televizijske prodaje ne spoštuje meril iz 21. člena tega zakona, oziroma če s predvajanjem televizijske prodaje ponuja mladoletnikom možnost sklepanja pogodb za nakup ali najem blaga ali storitev (prvi odstavek 31. člena);

(u) če skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v njegovem televizijskem programu presega 12 minut v okviru vsake posamezne ure (prvi odstavek 32. člena);

(v) če izdajatelju televizijskega programa ne omogoči pravice do kratkega poročanja v skladu z določbami 33. člena tega zakona ali če kot izdajatelj televizijskega programa na podlagi pridobljenih pravic izključnih pravic prenaša dogodek iz 34. člena tega zakona na način, zaradi katerega je pomembnemu delu gledalcev na tem območju onemogočeno

spremljanje tega dogodka na neplačljivem televizijskem programu (prvi odstavek 34. člena) ali če kot izdajatelj televizijskega programa, ki ga lahko spremlja manj kot 75 odstotkov prebivalcev Republike Slovenije, ali pa je za sprejemanje tega programa potrebno dodatno plačilo (plačljiva TV), prenaša dogodek iz prvega odstavka 34. člena na podlagi izključno pridobljenih pravic (tretji odstavek 34. člena);

(z) če ne hrani posnetke oziroma podatke iz prvega do petega odstavka 40. člena tega zakona v skladu z navedenimi določbami;

(ž) če agenciji ne pošlje resničnih in popolnih podatkov iz prvega odstavka 41. člena tega zakona ali če agenciji ne omogoči neomejenega dostopa do programskih vsebin in storitev, v skladu z drugim odstavkom 41. člena tega zakona, ali če podatke ter programske vsebine in storitve ne pošlje agenciji v obsegu in v roku, določenem v zahtevi agencije (tretji odstavek 41. člena) ali če agenciji ne pošlje posnetkov programskih vsebin oziroma podatkov, za katere velja obveznost hrambe po 40. členu tega zakona (peti odstavek 41. člena).

(2) Z globo, določeno v prejšnjem odstavku, se za prekršek kaznuje:

(a) pravna oseba ali samostojni podjetnik posameznik, če v primeru sponzoriranja avdiovizualnih medijskih storitev ali programskih vsebin na njihovo vsebino in v primeru televizijskih programov na njihov spored vpliva tako, da bi to posegalo v odgovornost in uredniško neodvisnost ponudnika (prvi odstavek 24. člena);

(b) operater elektronskih komunikacij, ki je pravna oseba, ali operater elektronskih komunikacij, ki je samostojni podjetnik posameznik, če agenciji ne pošlje resničnih in popolnih podatkov iz prvega odstavka 41. člena tega zakona ali če agenciji ne omogoči neomejenega dostopa do programskih vsebin in storitev, v skladu z drugim odstavkom 41. člena tega zakona, ali če podatke ter programske vsebine in storitve ne pošlje agenciji v obsegu in v roku, določenem v zahtevi agencije (tretji odstavek 41. člena) ali če agenciji ne pošlje posnetkov programskih vsebin oziroma podatkov, za katere velja obveznost hrambe po 40. členu tega zakona (peti odstavek 41. člena).

(3) Z globo, določeno v prvem odstavku tega člena, se za prekršek kaznuje Radiotelevizija Slovenija:

(a) če prekine televizijsko programsko enoto s televizijskim oglaševanjem ali s televizijsko prodajo v nasprotju s 29. členom tega zakona;

(b) če skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v posameznem televizijskem programu Radiotelevizije Slovenija preseže 12 minut v okviru vsake posamezne ure, oziroma v času med 18. in 23. uro 9 minut v okviru vsake posamezne ure (drugi odstavek 32. člena) ali če v času med 18. in 23. uro v svojem programu predvaja TV prodajna okna (tretji odstavek 32. člena).

(4) Z globo 600,00 EUR se kaznuje:

(a) fizična oseba, ki stori prekršek iz tega člena;

(b) odgovorna oseba ponudnika, ki je državni organ, ali odgovorna oseba ponudnika, ki je samoupravna lokalna skupnost, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena;

(c) odgovorna oseba ponudnika, ki je pravna oseba, ali odgovorna oseba ponudnika, ki je samostojni podjetnik posameznik, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena;

(č) odgovorna oseba pravne osebe ali samostojnega podjetnika posameznika, ki stori prekršek iz točke (a) iz drugega odstavka tega člena;

(d) odgovorna oseba operaterja elektronskih komunikacij, ki je pravna oseba, ali operaterja elektronskih komunikacij, ki je samostojni podjetnik posameznik, ki stori prekršek iz točke (b) iz drugega odstavka tega člena;

(e) odgovorna oseba Radiotelevizije Slovenija, ki stori prekršek iz prejšnjega odstavka tega člena.

44. člen

(1) Z globo od 1.000,00 EUR do 10.000,00 EUR se kaznuje za prekršek ponudnik, ki je pravna oseba, ali ponudnik, ki je samostojni podjetnik posameznik:

(a) če v svoji avdiovizualni medijski storitvi na primeren način ne zagotovi objave podatkov (impresuma) v skladu s prvim odstavkom 7. člena tega zakona ali če kazalo ali razvid po katalogu programskih vsebin ne vsebuje navedbe, kje se nahaja impresum (drugi odstavek 7. člena), ali če kot izdajatelj televizijskega programa ne objavi imena oziroma logotipa televizijskega programa najmanj enkrat na vsako uro oddajanja (tretji odstavek 7. člena) ali če kot ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo ne objavi imena oziroma logotipa ob smiselnem upoštevanju tretjega odstavka 7. člena tega zakona (četrti odstavek 7. člena) ali če kot izdajatelj televizijskega programa na ustreznih mestih vsake programske vsebine ne objavi podatkov iz petega odstavka 7. člena tega zakona ali če kot izdajatelj televizijskega programa v primeru objave sporeda svojega programa na spletni strani, teletekstu ali na drugih mestih v svojem programu ne navede tudi podatkov iz šestega odstavka 7. člena tega zakona;

(b) če predvaja kinematografsko delo zunaj terminov, dogovorjenih z imetniki avtorskih pravic (drugi odstavek 12. člena);

(c) če kot izdajatelj televizijskega programa ne pošlje letnega poročila o doseženih deležih v skladu s prvim odstavkom 18. člena ali če kot ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo ne pošlje letnega poročila o doseženih deležih v skladu z drugim odstavkom 18. člena tega zakona;

(č) če kot izdajatelj televizijskega programa in kot pogodbeni partner naročnika oglaševalskih vsebin deluje tudi kot njegov zastopnik pri naročanju blaga in storitev (drugi odstavek 31. člena);

(o) če prek televizijskega programa, namenjenega izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter prek televizijskega programa, namenjenega izključno samooglaševanju, razširja običajne programske vsebine, kot so poročila in druge informativne vsebine, športni dogodki, filmi, dokumentarni filmi ali druge podobne programske vsebine (peti odstavek 31. člena).

(2) Z globo 300,00 EUR se kaznuje:

(a) fizična oseba, ki stori prekršek iz tega člena;

(b) odgovorna oseba ponudnika, ki je državni organ, ali odgovorna oseba ponudnika, ki je samoupravna lokalna skupnost, ki stori prekršek iz tega člena;

(c) odgovorna oseba ponudnika, ki je pravna oseba, ali odgovorna oseba ponudnika, ki je samostojni podjetnik posameznik, ki stori prekršek iz tega člena.

45. člen

(1) Z globo od 500,00 do 5.000,00 EUR se kaznuje za prekršek ponudnik, ki je pravna oseba, ali ponudnik, ki je samostojni podjetnik posameznik:

(a) če kot ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo v katalogu programskih vsebin odraslim uporabnikom ne zagotovi informacije, ki jim bodo omogočile presojo programskih vsebin iz 15. člena tega zakona (tretji odstavek 15. člena);

(b) če kot ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo pred začetkom, spremembo ali prenehanjem zagotavljanja storitve, o tem pisno ne obvesti agencije (prvi odstavek 36. člena);

(c) če kot ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo ne sporoči agenciji spremembe podatkov iz 1. in 2. alinee drugega odstavka 36. člena tega zakona v roku 30 dni od njihovega nastanka ali če spremembe podatkov iz 3. in 4. alinee drugega odstavka 36. člena tega zakona ne sporoči agenciji pred predvidenim datumom začetka, spremembe ali prenehanja zagotavljanja storitve (tretji odstavek 36. člena);

(č) če v primeru tehnične okvare, zaradi katere ni shranil določenega dela predvajane zvočne ali avdiovizualne vsebine, v roku treh dni pisno ne obvesti agencije o okvari in obsegu neposnete predvajane ali ponujene programske vsebine (šesti odstavek 40. člena);

(2) Z globo, določeno v prejšnjem odstavku, se za prekršek kaznuje operater elektronskih komunikacij, ki je pravna oseba, ali operater elektronskih komunikacij, ki je samostojni podjetnik posameznik:

(a) če kot operater elektronskih komunikacij, ki zagotavlja tehnično zaščito iz 15. člena tega zakona, uporabnike ne seznaniti z namenom tehnične zaščite ali če ne zagotovi natančna navodila o njeni uporabi (četrti odstavek 15. člena);

(b) če pri avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo, ki so plačljive, ne zagotovi takšne razčlenitve računa, iz katere bodo v posameznem obračunskem obdobju razvidna naročila in plačila posamezne storitve, vključno z zneskom, datumom in časom nakupa, ogleda ali poslušanja (peti odstavek 15. člena).

(3) Z globo 150,00 EUR se kaznuje:

(a) fizična oseba, ki stori prekršek iz tega člena;

(b) odgovorna oseba ponudnika, ki je državni organ, ali odgovorna oseba ponudnika, ki je samoupravna lokalna skupnost, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena;

(c) odgovorna oseba operaterja elektronskih komunikacij, ki je državni organ, ali odgovorna oseba operaterja elektronskih komunikacij, ki je samoupravna lokalna skupnost, ki stori prekršek iz drugega odstavka tega člena;

(č) odgovorna oseba ponudnika, ki je pravna oseba, ali odgovorna oseba ponudnika, ki je samostojni podjetnik posameznik, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena;

(č) odgovorna oseba operaterja elektronskih komunikacij, ki je pravna oseba, ali odgovorna oseba operaterja elektronskih komunikacij, ki je samostojni podjetnik posameznik, ki stori prekršek iz drugega odstavka tega člena.

46. člen

Globe, ki so v tem zakonu predpisane v razponu, se izrečejo v okviru razpona, predpisanega po tem zakonu.

E n a j s t o p o g l a v j e

PREHODNE IN KONČNE DOLOČBE

47. člen

(1) Postopki upravnega in inšpekcijskega nadzora nad spoštovanjem določb Zakona o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA), ki so se začeli pred uveljavitvijo tega zakona in do njegove uveljavitve niso bili končani, se končajo po predpisih, ki so veljali do uveljavitve tega zakona.

(2) Postopki v zvezi z nadzorom nad izvajanjem programskih zahtev in omejitev, ki so se začeli pred uveljavitvijo tega zakona in do njegove uveljavitve niso bili končani, se končajo po predpisih, ki so veljali do uveljavitve tega zakona.

48. člen

(1) Agencija sprejme splošne akt iz 26., 36. in 42. člena tega zakona v roku šestih mesecev od uveljavitve tega zakona.

(2) Vlada sprejme uredbo iz 42. člena tega zakona v roku šestih mesecev od uveljavitve tega zakona.

(3) Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev morajo sprejeti pravila ravnanja iz 23. člena tega zakona najkasneje v enem letu od uveljavitve tega zakona.

49. člen

Z dnem uveljavitve tega zakona ostanejo v veljavi naslednji podzakonski akti, sprejeti na podlagi Zakona o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA), če njihove določbe niso v nasprotju z določbami tega zakona:

1. Uredba o načinu in kriterijih za oblikovanje seznama najpomembnejših dogodkov (Uradni list RS, št. 105/01);

2. Sklep o določitvi seznama najpomembnejših dogodkov (Uradni list RS, št. 18/03).

50. člen

(1) Z dnem uveljavitve tega zakona prenehajo veljati določbe 11., 69., 70., 71., 72., 73., 75., 84. (razen osmega odstavka), 89., 90., 91., prvega odstavka 92. člena in 96. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA).

(2) Z dnem uveljavitve tega zakona se za izdajatelje televizijskih programov oziroma za televizijske programe prenehajo uporabljati določbe 65., 66., 74., 93., 94., 95., 97., 98. in 109. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA).

(3) Ta zakon začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

(4) Ne glede na prejšnji odstavek se določba 38. člena tega zakona začne uporabljati v roku enega leta od uveljavitve tega zakona.

III. OBRAZLOŽITEV ČLENOV

K 1. členu (predmet zakona):

Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah določa pravice, obveznosti in odgovornosti pravnih in fizičnih oseb, ki opravljajo dejavnost ponujanja avdiovizualnih medijskih storitev.

S tem zakonom se v pravni red Republike Slovenije prenaša Direktiva 2010/13/EU, ki prinaša zahteve in omejitve na področju avdiovizualnih medijskih storitev.

K 2. členu (področje uporabe):

Določbe tega zakona se uporabljajo za vse avdiovizualne medijske storitve, to je televizijske programe in druge linearne avdiovizualne medijske storitve ter avdiovizualne medijske storitve na zahtevo oziroma nelinearne avdiovizualne medijske storitve.

Člen določa, katera določila zakona se uporabljajo pri razširjanju posameznih programskih vsebin. Tako v primeru, ko posamezni izdajatelj ponuja določeno programsko vsebino tako na linearen (televizijski program) kot nelinearen način (video na zahtevo), velja, da mora taka programska vsebina izpolnjevati zahteve zakona, kot so predpisane za programske vsebine, ki se razširjajo na linearen način. V primeru jasne ločitve med različnimi vrstami programov ali storitev, pa se uporabljajo določila tega zakona za vsako posamezno storitev glede na njeno naravo.

K 3. členu (pomen izrazov):

Predlagani člen obsega opredelitve izrazov, ki se uporabljajo v predlogu zakona.

K 4. členu (jurisdikcija Republike Slovenije):

Ponudnik avdiovizualne medijske storitve je pod jurisdikcijo Republike Slovenije, če ima v Republiki Sloveniji sedež oziroma stalno prebivališče tako ponudnik kot tudi uredništvo.

Jurisdikcija Republike Slovenije pa je podana tudi v posebnih primerih, ko je izpolnjen le eden izmed prej navedenih pogojev, zlasti, če osebe, ki pripravljajo programske vsebine delajo v Republiki Sloveniji.

Skladno z Direktivo o elektronskem poslovanju se pri določanju jurisdikcije nad ponudniki medijskih storitev uporablja načelo države izvora. Načelo države izvora omogoča razvoj čezmejnih storitev in delovanje enotnega notranjega trga EU. V preambuli omejene direktive je določeno naslednje:

»Storitve informacijske družbe je treba nadzorovati pri viru dejavnosti, da se zagotovi učinkovita zaščita javnega interesa. V ta namen je treba zagotoviti, da pristojni organ tovrstno zaščito zagotovi omogoči ne le državljanom svoje države, temveč vsem državljanom Skupnosti. Za krepitev medsebojnega zaupanja med državami članicami je bistveno, da je jasno opredeljena odgovornost na strani države članice, v kateri imajo storitve svoj izvor oziroma, da načelno velja zakonodaja države članice, v kateri ima ponudnik storitev svoj sedež«.

Za ponudnika medijskih storitev iz druge države, članice EU, ki ponuja svoje storitve v Republiki Sloveniji, pa velja pravni red države, ki ima jurisdikcijo nad tem ponudnikom medijskih storitev.

Pri ugotavljanju jurisdikcije za avdiovizualne medijske storitve oziroma televizijske programe, ki se razširjajo preko satelitskih povezav, pa velja posebno pravilo, in sicer glede na lokacijo zemeljske satelitske postaje. V primeru, da se lokacije zemeljske satelitske postaje ne da ugotoviti, pa glede na to, katera država ima jurisdikcijo nad zakupnikom satelitskih zmogljivosti.

K 5. členu (uporaba strožjih pravil):

Gre za določbo, ki jo predvideva Direktiva 2010/13/EU in govori o uporabi strožjih pravil, kot določenimi v tem zakonu. Pristojni organ, tj. agencija, lahko tako naloži izdajatelju televizijskega programa, ki sodi pod jurisdikcijo Republike Slovenije, vendar je njegov program v celoti ali večinoma usmerjen proti ozemlju druge države članice EU, naj spoštuje v tej državi veljavna natančnejša ali strožja pravila splošnega javnega interesa in to na področjih, ki jih zajema Direktiva 2010/13/EU, če je tako utemeljeno zahtevala ta država članica EU. O rezultatih takšnega ukrepa je potrebno v dveh mesecih obvestiti državo članico EU, agencija pa lahko tudi zaprosi odbor za stike, ustanovljen v skladu z 29. členom Direktive 2010/13/EU, naj preuči primer.

K 6. členu (sodelovanje med regulatornimi organi držav članic Evropske unije):

Člen vpeljuje zahtevo Direktive 2010/13/EU, skladno s katero mora agencija oziroma drug organ v drugi državi članici EU ali Komisiji EU na njuno zahtevo predložiti informacije, potrebne za izvedbo postopkov po 4. in 5. členu tega zakona.

K 7. členu (objava obveznih podatkov):

Namen objave obveznih podatkov je povezana z odgovornostjo ponudnika (oziroma nosilca uredniške odgovornosti) za objavljene vsebine v medijih. Podatek o odgovornem uredniku in sedežu ponudnika je nujen za ugotavljanje jurisdikcije nad ponudnikom ter za identifikacijo osebe, ki je odgovorna za objavljene vsebine ter se od nje lahko zahteva na primer uveljavljanje pravice do popravka in odgovora.

Izdajatelj televizijskega programa mora najmanj enkrat na vsako uro objaviti ime oziroma logotip svojega programa. Določbe se smiselno uporabljajo tudi za avdiovizualne storitve na zahtevo. Izdajatelj televizijskega programa mora v objavi sporeda oziroma kataloga navesti tudi izvor ter podatek o tem ali gre za avdiovizualno delo, ki je nastalo v neodvisni produkciji. Določba je namenjena nadzoru nad izpolnjevanjem zakonsko predpisanih programskih kvot. Objava drugih obveznih podatkov, ki jih predvideva peti odstavek zadevnega člena, je predvsem povezana z izvajanjem nadzora nad izpolnjevanjem obveznih programskih vsebin (evropske avdiovizualne kvote, ter kvote avdiovizualnih del neodvisnih producentov) ter tudi za reševanje morebitnih sporov v zvezi z avtorskimi in sorodnimi pravicami. Dodatno so vnesene še zahteve, ki jih v 5. členu določa Direktiva 2010/13/EU. Novost je predvsem v zahtevi, da se objavi podatke o pristojnem regulatornemu ali nadzornemu organu. Podatek je nujen za ugotavljanje jurisdikcije, saj imajo neodvisni regulatorni organi pomembno vlogo pri reševanju sporov, ki nastanejo med državami članicami.

K 8. členu (prepoved spodbujanja k neenakopravnosti in nestrpnosti):

Prepovedano je prek avdiovizualnih medijskih storitev spodbujati k narodni, rasni, verski, spolni ali drugi neenakopravnosti, k nasilju in vojni, ter izzivati narodno, rasno, versko, spolno ali drugo sovraštvo in nestrpnost, oziroma prizadeti spoštovanje človekovega dostojanstva. Gre za deklaratorno določbo, saj so ta dejanja v kazenskem zakoniku opredeljena kot kazniva, zato jih ni mogoče obravnavati hkrati kot prekrškovna dejanja.

K 9. členu (varstvo otrok in mladoletnikov):

Otrokom in mladoletnikom, kot najobčutljivejši kategoriji uporabnikov medijskih storitev, namenja predlog zakona posebno pozornost, ter zagotavlja ukrepe, ki jih ščitijo pred izpostavljenostjo vsebinam, ki bi lahko resno ogrozile njihov telesni, duševni in moralni razvoj, zlasti pred pornografskimi vsebinami in neupravičenim prikazovanjem nasilja. Pri tem se kot vodilo upošteva koncept korist otrok, ki ga kot eno glavnih načel spoštovanja otrokovih pravic vsebuje 3. člen Konvencije Združenih narodov o otrokovih pravicah (1989) in posledično vsi drugi ključni mednarodni dokumenti s področja otrokovih pravic.

Dostop do pornografskih vsebin in vsebin, ki neupravičeno prikazujejo nasilje v avdiovizualnih medijskih storitvah, mora biti zavarovan tako, da otroci in mladoletniki do njih ne morejo dostopati na enostaven način, na primer tako, da se do teh vsebin lahko dostopa samo na podlagi predhodne registracije, ki lahko vključuje uporabo kreditnih kartic in drugih podobnih instrumentov, katerih zakoniti uporabniki so polnoletni. Seveda so možne tudi zlorabe, zato morajo imajo straši pri zaščiti otrok pred škodljivimi vsebinami daleč najpomembnejšo vlogo, saj brez njihove aktivne vloge na tem področju ni mogoče implementirati učinkovitih mehanizmov zaščite.

Predlog zakona posebej ščiti otroke in mladoletnike pred nezakonitimi vdori v njihovo zasebno življenje, družino ali dom. Posebej pomembno je, da se pred medijsko izpostavljenostjo ustrezno zavaruje otroke, ki so žrtve kaznivih dejanj oziroma stranke kazenskih postopkov.

K 10. členu (varstvo ranljivih družbenih skupin):

Republika Slovenija v skladu z zakonom, ki ureja medije, spodbuja ponudnike, da osebam z okvaro vida ali sluha postopoma zagotovijo dostop do njihovih storitev. Pravica teh oseb, zlasti invalidov in starejših oseb, do udeležbe v kulturnem in družbenem življenju je namreč neločljivo povezana z zagotavljanjem dostopnih avdiovizualnih medijskih storitev. Načini zagotavljanja dostopnosti bi morali med drugim vključevati znakovni jezik, podnaslavljanje, zvočne opise in preproste menije.

Ta ukrep se že izvaja na podlagi Zakona o medijih, in sicer v okviru letnih razpisov za sofinanciranje programskih vsebin medijev, oziroma v okviru posebnega razpisa, namenjenega izboru kulturnih projektov za razširjanje programskih vsebin, namenjenih senzorno oviranim v njim prilagojenih tehnikah, ter za razvoj tehnične infrastrukture, namenjene senzorno oviranim.

Republika Slovenija namenja posebna sredstva za projekte, namenjene za povečevanje medijske pismenosti, ki uporabnikom omogoča učinkovito in varno rabo medijev in avdiovizualnih medijskih storitev. Medijska pismenost se nanaša na spretnosti, znanje in razumevanje, ki uporabnikom omogočajo učinkovito in varno rabo medijev. Medijsko pismene osebe so sposobne ozaveščeno izbirati in razumeti značilnosti vsebine in storitev ter v polnem obsegu izkoristijo priložnosti, ki jih omogočajo nove komunikacijske tehnologije. Sebe in svojo družino so sposobni bolje zaščititi pred škodljivim in žaljivim gradivom. Zato je treba spodbujati medijsko opismenjevanje v vseh družbenih plasteh in pozorno spremljati njegov napredek. Priporočilo Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. decembra 2006 o varstvu mladoletnikov in človeškega dostojanstva ter o pravici do odgovora v zvezi s konkurenčnostjo evropske avdiovizualne industrije in industrije spletnih informacijskih storitev že vsebuje sklop možnih ukrepov za spodbujanje medijske pismenosti, kakor je denimo trajno izobraževanje učiteljev in mentorjev, posebno poučevanje o internetu za otroke že od malega naprej, vključno z odprtimi učnimi urami za starše, ali organiziranje nacionalnih kampanj za državljane, ki vključujejo vsa

komunikacijska sredstva, da se zagotovijo informacije o odgovorni uporabi interneta.

K 11. členu (svoboda razširjanja avdiovizualnih medijskih storitev iz drugih držav):

Republika Slovenija na svojem območju zagotavlja nemoteno sprejemanje in razširjanje avdiovizualnih medijskih storitev iz drugih držav. Ponudniki iz držav, članic EU, morajo zagotoviti, da so njihove storitve skladne s pravnimi akti, ki jih je na tem področju sprejela EU.

K 12. členu (varstvo avtorske in sorodnih pravic):

Varstvo avtorske in sorodnih pravic ureja Zakon o varstvu avtorske in sorodnih pravic. Ponudniki ne smejo predvajati kinematografskih del zunaj terminov, dogovorjenih z imetniki avtorskih pravic.

K 14. členu (zaščita otrok in mladoletnikov v televizijskih programih):

Predlagana zakonska ureditev sledi Direktivi 2010/13/EU in popravlja pomanjkljivost ureditve iz obstoječega Zakona o medijih, ki v ospredje postavlja samoregulacijo, ki se v praksi ni nikoli implementirala v celoti, ampak je ostala na ravni internega določanja pravil, s katerimi je vsak izdajatelj zase, nepovezano in brez možnosti zunanje verifikacije in preverjanja določil merila za predvajanje otrokom in mladoletnikom potencialno škodljivih vsebin.

Predlog ponuja vsebinska izhodišča za celovito regulacijo programskih vsebin, ki so potencialno škodljive fizičnemu, psihičnemu in moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov ter omogoča vzpostavitev enotnega sistema njihove klasifikacije in nadzora.

Z gledišča potencialne škodljivosti programskih sta predmet regulacije predvsem nasilje in pornografija, zato zakon ponuja podlage za opredelitev teh pojmov z upoštevanjem družbenega in kulturnega konteksta in za presojo njihovega možnega vpliva na telesni, duševni in moralni razvoj otrok in mladoletnikov. S tem omogoča določitev ravni zaščite za različne tipe potencialno škodljivih vsebin, smernic za njihovo predvajanje ter predloga za njihovo označevanje.

Podrobnejše opredelitve bo vseboval podzakonski akt, ki mora zajemati merila za opredelitev programskih vsebin, katerih predvajanje je absolutno prepovedano, saj bi lahko resno škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov. Akt bo moral opredeliti tudi natančna merila za predvajanje programskih vsebin, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok ali mladoletnikov ter katerih predvajanje je v televizijskih programih dopustno le pod pogojem, da je dostop do teh vsebin omejen s tehnično zaščito, ki je ni mogoče odstraniti s strani uporabnika. Poleg navedenega pa še merila za opredelitev vsebin, katerih umeščanje v program je dopustno ob primerno izbranem času predvajanja ter zasnovo klasifikacije programskih vsebin, ki niso primerne za otroke in mladoletnike različnih starostnih skupin (12, 15 in 18 let) in morajo biti zato primerno časovne umeščene v program.

Predlog zakona za vsako zgoraj navedeno starostno skupino otrok in mladoletnikov že vključuje opredelitev časovnega praga, pred katerim predvajanje programskih vsebin, ki so za razvoj posamezne starostne skupine otrok in mladoletnikov potencialno škodljive, ni dopustno.

K 15. členu (zaščita otrok in mladoletnikov v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo):

V skladu z Direktivo 2010/13/EU določa predlog zakona tudi regulacijo avdiovizualnih medijskih na zahtevo (nelinearne storitve). Za razliko od linearnih storitev so nelinearne storitve regulirane v manjšem obsegu, kar izhaja že iz same narave storitev, ki je bolj namenska in že sama po sebi uporabniku omogoča večjo možnost kontrole nad dostopom oziroma izbiro programskih vsebin.

Tehnološki razvoj na področju nelinearnih storitev omogoča aktivnejšo participacijo staršev pri nadzoru nad dostopom do vsebin. Starši lahko v sodelovanju s ponudnikom nelinearnih vsebin, oblikujejo učinkovite mehanizme starševskega nadzora. Ti ukrepi lahko obsegajo predhodno verifikacijo starosti, gesla za dostop do storitev ter tudi druge ukrepe, kot so razčlenjeni računi iz katerih je razvidno naročilo in plačilo posameznih storitev ter datum in čas nakupa ter ogledali poslušanja.

K 16. členu (delež evropskih avdiovizualnih del):

Direktiva 2010/13/EU nalaga državam članicam obveznost izpolnjevanja kvot evropske avdiovizualne produkcije v televizijskih programih. Direktiva 2010/13/EU tako določa, da morajo izdajatelji televizijskih programov z ustreznimi sredstvi zagotoviti, da v primerih, ko je to izvedljivo, večinski delež svojega oddajnega časa rezervirajo za evropska dela. S tem ukrepom se želi predvsem zaščititi evropski avdiovizualni sektor ter omogočiti razvoj trga za produkcijo in distribucijo avdiovizualnih del.

V primeru avdiovizualne medijske storitve na zahtevo so določbe Direktive 2010/13/EU nekoliko milejše, saj je državam članicam prepuščena izbira ukrepov za zagotavljanje promocije evropskih del. Direktiva 2010/13/EU določa, da lahko države članice poleg kvote evropskih avdiovizualnih del v katalogu storitev na zahtevo, upoštevajo finančni prispevek, ki ga izdajatelji namenijo produkciji in pridobitvi pravic do evropskih del, delež in način prezentacije evropskih del v katalogu avdiovizualnih medijskih storitev ter dejansko gledanost evropskih del.

Predlog zakona jasno določa kaj in v kakšnem obsegu se lahko všteta v kvoto evropske avdiovizualne produkcije. Navedeni člen omogoča jasno usmeritev pri izpolnjevanju kvot, in sicer tako izdajateljem kot tudi organu, ki izvaja nadzor. Slovenska avdiovizualna dela se všttevajo v kvoto evropske produkcije, kar izdajateljem omogoča lažje izpolnjevanje kvot.

Izjeme so določene za lokalne televizijske programe, s statusom posebnega pomena, in za televizijske programe, ki so namenjeni lokalnemu občinstvu in ne pokrivajo več kot 50 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije, saj morajo le-ti na področju programskih kvot izpolnjevati strožje programske zahteve, ter programe, ki so namenjeni izključno oglaševanju in televizijski prodaji ali samooglaševanju.

K 17. členu (delež evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov):

Obvezni delež avdiovizualnih del neodvisnih producentov je namenjen spodbujanju neodvisne produkcije ter zagotavljanju raznolikosti trga avdiovizualnih vsebin. Člen posebno pozornost namenja večji cirkulaciji novejših del oziroma del, ki so nastala v zadnjih petih letih. Določba o deležih del evropskih neodvisnih producentov ne velja tudi za televizijske programe Radiotelevizije Slovenija, ki so namenjeni italijanski in madžarski narodni skupnosti.

K 18. členu (letna poročila o doseženih deležih):

Obveznost poročanja o doseženih deležih izhaja iz Direktive 2010/13/EU. Izdajatelji

televizijskega programa morajo vsako leto do konca februarja pristojnemu ministrstvu in agenciji posredovati razčlenjene podatke o doseženem deležu evropskih avdiovizualnih del v letnem oddajnem času za preteklo leto. Podatki morajo biti strukturirani tako, da je mogoče izluščiti podatke o obsegu letnega oddajnega časa, podatki o deležu lastne produkcije, slovenskih avdiovizualnih del ter avdiovizualnih del neodvisnih producentov in podatki o deležu novih avdiovizualnih del. Ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo je dolžan sporočiti podatke o deležu evropskih avdiovizualnih v katalogu programskih vsebin v preteklem letu, oziroma podatke o deležu finančnih sredstev, ki jih je namenil za produkcijo ali pridobitve pravic za distribucijo evropskih avdiovizualnih del ter tudi druge ukrepe, s katerimi je zagotavljal promocijo in večjo gledanost evropskih del. Ponudniki, ki ne dosegajo predpisanih kvot avdiovizualnih del, morajo v poročilu navesti predvsem objektivne razloge, zaradi katerih niso mogli izpolnjevati svojih obveznosti ter navesti ukrepe, ki jih nameravajo sprejeti za doseganje predpisanih programskih kvot.

Izjeme so določene za izdajatelje lokalnih televizijskih programov s statusom posebnega pomena, oziroma televizijskih programov, katerih programi so namenjeni lokalnemu občinstvu in niso vključeni v programsko mrežo, ki dosega več kot 50 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije. Obveznost poročanja ne velja tudi za televizijske programe, namenjene izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter za televizijske programe, namenjene izključno samooglaševanju.

Navedena poročila so osnova za nadzor nad izvajanjem programskih zahtev ter hkrati osnova za poročilo, ki ga morajo države članice vsaka tri leta posredovati Evropski komisiji o izpolnjevanju programskih kvot, ki so določene v Direktivi 2010/13/EU. Poročevalno obdobje se je z Direktivo 2010/13/EU spremenilo iz dveh na tri leta. Komisija mora Evropskemu parlamentu, Svetu in Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru predložiti prvo poročilo o uporabi te direktive najpozneje do 19. 12. 2011 in nato vsaka tri leta.

K 19. členu (prepoznavnost in ločitev avdiovizualnih komercialnih sporočil):

Zadevni člen predloga zakona postavlja zahtevo po jasni prepoznavnosti avdiovizualnih komercialnih sporočil kot takih in posebni ločitvi od uredniško oblikovanih programskih vsebin. Gre za zaščito gledalcev, ki morajo biti jasno seznanjeni, da gre pri posamezni vsebini za avdiovizualno komercialno sporočilo, s čimer se onemogoča prikrito oglaševanje. Prikrito avdiovizualno komercialno sporočilo prepoveduje Direktiva 2010/13/EU, in sicer zaradi negativnega vpliva na potrošnike. Člen se izrazito logično navezuje na določbo 44. člena tega predloga, ki zapoveduje obveznost jasne prepoznavnosti oglaševalskih vsebin in posebne ločitve le-teh od uredniško oblikovanih medijskih vsebin.

Tretji odstavek določa prepoved uporabe subliminalnih tehnik oglaševanja, ki jih prepoveduje Direktiva 2010/13/EU. Bistvo subliminalnega oglaševanja je, da ob uporabi normalnih zavestnih zaznav ni omogočena zavestna percepcija oglaševalske vsebine in posledično ocenjevanje njenega sporočila oziroma vrednostne opredelitve prejete informacije. Najbolj pogosti primer take tehnike je uporaba večjega števila slik, ki se prikažejo v sekundi. Posameznik jih lahko zavestno zazna le določeno število, čez to določeno število pa ne (oko jih sicer vidi, vendar možgani tega ne procesirajo kot sliko, zato se posameznik slike ne zaveda).

K 20. členu (nedopustna avdiovizualna komercialna sporočila):

Avdiovizualna komercialna sporočila ne smejo škodljivo vplivati na spoštovanje človekovega dostojanstva, vsebovati ali spodbujati kakršnekoli diskriminacije na podlagi spola, rase ali etnične pripadnosti, državljanstva, vere ali prepričanja, invalidnosti, starosti

ali spolne usmerjenosti, ali spodbujati vedenja ali dejanj, ki škodujejo zdravju ali varnosti ljudi, zaščititi okolja ali kulturne dediščine.

Vsi v predlogu omenjeni primeri so sicer že prepovedani v pravnem redu Republike Slovenije in je varstvo teh (ustavnih) vrednot zagotovljeno tako preko kazenske, kakor tudi civilne zakonodaje, omenjene prepovedi pa izhajajo tudi iz Slovenskega oglaševalskega kodeksa. S stališča normativnega urejanja torej ta člen niti ni potreben. Vendar, ob upoštevanju dejstva, da Direktiva 2010/13/EU izrecno zahteva prepoved takšnega oglaševanja v avdiovizualnih medijskih storitvah in da je intenca, da se te prepovedi pri oglaševanju še posebej izpostavijo, saj podobno določbo vsebuje tudi Zakon o medijih. Predlagani člen je tako predvsem »usmeritvena norma«, ki deluje hkrati tudi edukativno in preventivno.

K 21. členu (zaščita mladoletnikov v zvezi z avdiovizualnimi komercialnimi sporočili):

Mladoletniki so kategorija uporabnikov avdiovizualnih medijskih storitev, ki morajo biti deležni posebne zaščite. To še posebej velja za področje oglaševanja oz. komercialnega sporočanja, saj jim lahko zaradi njihove nezrelosti, neizkušenosti oziroma lahkovernosti zelo hitro nastanejo negativne posledice za njihov razvoj. Ker je namen oglaševanja v tem, da se spodbuja ljudi k potrošnji, pri tem pa se uporablja različne tehnike, ki poskušajo čim bolj eliminirati zmožnost zavestnega odločanja in le to preseliti na področje podzavestnega, na področje subtilnosti oziroma čustev, je potrebno pri mladoletnikih, ki zaradi svoje starosti še nimajo popolnoma izoblikovane zmožnosti zavestnega sprejemanja odločitev, določiti natančnejša pravila. Avdiovizualna komercialna sporočila tako ne smejo povzročati telesne, duševne ali moralne škode mladoletnikom, zato avdiovizualna komercialna sporočila zlasti ne smejo:

- spodbujati mladoletnikov, da zaradi svoje neizkušenosti ali lahkovernosti kupujejo ali najemajo proizvode ali storitve;
- spodbujati mladoletnikov, da prepričujejo svoje starše ali druge, naj kupujejo oglaševano blago ali storitve;
- izkoriščati zaupanje mladoletnikov v starše, učitelje ali druge osebe;
- nepremišljeno prikazovati mladoletnikov v nevarnih situacijah.

Pri zaščiti mladoletnikov v zvezi z avdiovizualnimi komercialnimi sporočili oziroma v/pri oglaševanju gre za splošno sprejete strokovne standarde, ki jih določa tudi Slovenski oglaševalski kodeks.

K 22. členu: (prepoved avdiovizualnih komercialnih sporočil):

Oglaševanje cigaret in drugih tobačnih izdelkov, zdravil ter alkoholnih pijač urejajo posebni predpisi iz področja zdravstva. Pričakovati je, da bodo predpisi s področja zdravstva ustrezneje regulirali oglaševanje zdravju škodljivih substanc.

Ne glede na to pa je, kadar gre za oglaševanje tobaka in tobačnih izdelkov, potrebno poudariti striktnost Direktive 2010/13/EU, ki absolutno prepoveduje oglaševanje tobaka in tobačnih izdelkov. Enako velja za zdravila, ki jih je mogoče dobiti zgolj na recept ter zdravstvenih storitev, ki jih je mogoče dobiti zgolj na napotnico.

Direktiva 2010/13/EU prav tako postavlja izredno stroge omejitve v zvezi z oglaševanjem alkoholnih pijač, vendar pa ne velja absolutna prepoved, kot v primeru tobaka in tobačnih izdelkov. Oglaševanje alkoholnih pijač v nobenem primeru ne sme biti namenjeno otrokom in ne sme spodbujati čezmernega uživanja takšnih pijač.

K 23. členu (avdiovizualna komercialna sporočila za živila v otroških programih):

Direktiva 2010/13/EU države članice poziva, da spodbujajo ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev, da oblikujejo pravila ravnanja v zvezi z neprimernimi avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, ki spremljajo otroške programe ali so njihov del, o hrani in pijači, ki vsebujeta hranila in snovi s hranilnim ali fiziološkim učinkom, kot so zlasti maščobe, transmaščobne kisline, sol/natrij in sladkorje, katerih prekomerno uživanje v celotni prehrani ni priporočljivo.

Raziskave na tem področju dokazujejo, da se med otroci poveča nakup in uživanje oglaševane vrste živil. Pri živilih, ki vsebujejo hranila in snovi s hranilnim ali fiziološkim učinkom, kot so zlasti maščobe, transmaščobne kisline, sol ali natrij in sladkorji je to lahko zelo problematično, saj smo v Sloveniji, tako kot v globalnem svetu, priča epidemiji debelosti, ki bo imela v prihodnosti velike zdravstvene, kot tudi ekonomske posledice.

Skladno z Direktivo 2010/13/EU tako predlog zakona nalaga ponudnikom, da sprejmejo in javno objavijo takšna pravila ravnanja. Na tem področju se predvideva tesno medresorsko sodelovanje z Ministrstvom za zdravje ter drugimi resorji, katerega cilj je oblikovanje smernic na področju zdrave prehrane, v skladu s katerimi morajo biti zadevna pravila ravnanja, ki jih sprejmejo ponudniki.

Ponudniki morajo kopijo pravil ravnanja poslati pristojnemu ministrstvu in agenciji v 15 dneh od njihovega sprejetja in jih v enakem roku obvestiti o vsaki njihovi spremembi.

K 24. členu (zahteve in omejitve pri sponzoriranju):

Direktiva 2010/13/EU opredeljuje sponzoriranje, kot vsak prispevek, javnih ali zasebnih podjetij ali fizičnih oseb, ki se ne ukvarjajo z opravljanjem avdiovizualnih medijskih storitev ali produkcijo avdiovizualnih del, za financiranje avdiovizualnih medijskih storitev ali programov, da bi uveljavile svoje ime, blagovno znamko, podobo, dejavnosti ali izdelke.

Predlagani člen določa zahteve in omejitve pri sponzoriranju. Kot prvo določa prepoved omejevanja uredniške neodvisnosti v najširšem smislu. S sponzoriranjem se tako ne sme vplivati na sponzorirano vsebino ali na njihovo umestitev (npr. vpliv na postavitev v spored pri televizijske programu ali na postavitev v katalogu pri videu na zahtevo ipd.) na način, da bi se s tem omejevala uredniška neodvisnost ponudnika.

Avdiovizualne medijske storitve ali programske vsebine, ki so sponzorirane, nadalje ne smejo neposredno spodbujati nakupa ali najema blaga ali storitev, zlasti ne s posebnim navajanjem tega blaga ali storitev z namenom promocije.

V sponzoriranih programskih vsebinah tudi ni dovoljeno promocijsko umeščanje izdelkov, storitev ali blagovne znamke sponzorja programske vsebine.

Predlog člena določa tudi obveznost označitve sponzorirane vsebine. Gledalci morajo biti jasno seznanjeni o obstoju sponzorstva (napoved sponzorstva). Sponzorirana programska vsebina mora biti jasno označena kot takšna, z navedbo sponzorjevega imena, logotipa oziroma katerega koli drugega njegovega simbola ali razpoznavnega znaka, ki mora biti naveden na začetku, po morebitnih prekinitvah in na koncu sponzorirane programske vsebine.

K 25. členu (prepoved sponzoriranja):

Člen določa prepoved sponzoriranja poročil in informativnih vsebin.

V primeru, ko so sponzorji podjetja, ki se ukvarjajo z dejavnostjo proizvodnje ali prometa z zdravili ali izvajanje zdravstvenih storitev predlog zakona po vzoru Direktive 2010/13/EU

prepoveduje promoviranje zdravil, ki se predpisujejo in izdajajo samo na recept, oziroma promoviranje zdravstvenih storitev na napotnico, ampak se lahko v teh primerih promovira le ime ali podoba takega podjetja.

Sponsoriranje s strani podjetij, katerih dejavnost je proizvodnja ali prodaja tobaka in tobačnih izdelkov, pa urejajo posebni predpisi.

K 26. členu (promocijsko umeščanje izdelkov):

Promocijsko umeščanje izdelkov, blaga ali storitev je v Evropi relativno nova oblika oglaševanja, ki pa pomeni stvarnost v kinematografskih delih in avdiovizualnih delih za televizijo. Promocijsko umeščanje izdelkov ureja Direktiva 2010/13/EU, ki ta pojem opredeljuje kot »kakršno koli obliko avdiovizualnega komercialnega sporočila, ki vključuje izdelek, storitev ali njuno blagovno znamko ali sklicevanje nanje, tako da se jih pokaže v programu, v zameno za plačilo ali podobno nadomestilo«.

Bistvena razlika med klasičnim oglaševanjem, ki mora biti ločeno od ostalih programskih vsebin in promocijskim umeščanjem izdelkov je v tem, da se programske vsebine ne prekinja, saj je oglaševanje že vključeno in predstavlja integralni del vsebine. Za razlikovanje med sponzorstvom in promocijskim umeščanjem izdelkov je odločilno merilo to, da je pri promocijskem umeščanju izdelkov sklicevanje na izdelek vključeno v vsebino programa; iz tega razloga opredelitev vsebuje dikcijo „v programu“. Nasprotno pa je navajanje sponzorjev med programom dovoljeno, če to ne predstavlja sestavnega dela osrednje vsebine.

Promocijsko umeščanje izdelkov je načeloma prepovedano. Izjeme so določene na podlagi pozitivnega seznama, in sicer v kinematografskih delih, filmih, igrano-dokumentarnih filmih, v nanizankah in nadaljevankah, narejenih za avdiovizualne medijske storitve, ter v športnih in zabavnih programskih vsebinah. V primerih, ko ni plačila, temveč se določeno blago ali storitve, kot so produkcijski rekviziti in nagrade, brezplačno priskrbijo zato, da bodo vključene v programsko vsebino.

Za promocijsko umeščanje izdelkov ne šteje tudi umeščanje blaga ali storitev, ki so v razmerju do produkcijskih stroškov programske vsebine zanemarljive vrednosti. Kaj predstavlja zanemarljivo vrednost, pa bo določal splošni akt, ki ga bo sprejela agencija.

Promocijsko umeščanje izdelkov ni dovoljeno v programskih vsebinah, ki so namenjene otrokom. Prepoved umeščanja velja tudi za izdelke in storitve, za katere velja prepoved oglaševanja po tem ali drugih zakonih. To se predvsem nanaša na cigarete in druge tobačne izdelke ter zdravila ali zdravstvene storitve, ki jih je mogoče pridobiti izključno na recept ali napotnico.

S promocijskim umeščanjem izdelkov se ne sme vplivati na odgovornost in uredniško neodvisnost ponudnika. Programska vsebina, ki vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov mora biti ustrezno označena, in sicer na začetku in koncu programa ter ob nadaljevanju predvajanja programa po oglaševalskem premoru.

Določbe tega člena ne veljajo za programske vsebine, ki jih ni niti ustvaril niti naročil izdajatelj sam ali z njim povezano podjetje ter za vsebine nastale pred 19. decembrom 2009.

K 27. členu (razpoznavnost televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje):

Televizijsko oglaševanje in televizijska prodaja morata biti jasno razpoznavna, tako da ju je mogoče razločiti od uredniško oblikovanih vsebin.

V praksi to pomeni, da obstajata dve načeli, in sicer načelo prepoznavnosti (identifikacije) in načelo ločevanja oglaševalskih vsebin oziroma avdiovizualnega komercialnega komuniciranja. Načelo prepoznavnosti velja tako za linearne kot nelinearne storitve, medtem ko načelo ločevanja velja samo za linearne storitve. Ločevanje vsebin se lahko izvaja tako, da poteka v časovno ločenih oglaševalskih blokih, ali pa tudi prostorsko, tako da poteka na ločenem delu ekrana. Načelo ločevanja avdiovizualnega komercialnega komuniciranja se lahko najbolje ilustrira s primerjavo klasičnega oglaševanja ter umeščanja izdelkov. Avdiovizualno komercialno sporočanje, ki je vgrajeno v programsko vsebino (umeščanje izdelkov) je dovoljeno pod pogojem, da se kot tako tudi označi. S tem ukrepom se torej ščiti uporabnika/gledalca, saj je pomembno, da je le-ta seznanjen, da gre za oglaševalske vsebine oziroma tržno komuniciranje in ne za uredniško oblikovane vsebine.

Televizijsko oglaševanje in televizijska prodaja morata biti objavljena v posebnih blokih, tako da sta optično in zvočno jasno ločena od drugih programskih vsebin. Neodplačno objavljene oglaševalske vsebine morajo biti posebej označene kot takšne.

K 28. členu (omejitve televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje):

Z oglaševanjem se ne sme posegati v uredniško neodvisnost. Upoštevati je treba tudi vsebinsko celovitost programskih vsebin. Oglaševalske vsebine se tako umeščajo na način, da se upoštevajo premori in druge elementi poteka programske vsebine. Posebej pomembna je določba, ki se nanaša na predvajanje oglaševalskih vsebin med predvajanjem avdiovizualnih del, kot so filmi ter televizijski filmi in kulturno-umetniška avdiovizualna dela, saj se jih z oglaševanjem lahko prekine le enkrat v rednem časovnem intervalu, ki traja najmanj 30 minut. To pravilo se v praksi pogosto krši, saj obstajajo različne interpretacije, in sicer »bruto« princip in »neto« princip razlage. Pri bruto principu se oglaševanje upošteva v 30 minutno »prekinitveno« kvoto, medtem ko se pri neto principu šteje, da je oglaševanje izvzeto iz te kvote. Omejitev ne velja za serijske filme, nadaljevanke, nanizanke in razvedrilne oddaje.

Televizijske informativne in dokumentarne oddaje, oddaje z versko vsebino in otroške oddaje, ki so krajše od 30 minut, se ne smejo prekinjati s televizijskim oglaševanjem ter televizijsko prodajo. V primeru, da so tovrstne oddaje daljše od 30 minut, pa za njih veljajo splošne določbe o časovnih intervalih, ki se nanašajo na prekinitev.

K 29. členu (omejitve oglaševanja za posebne televizijske programe):

Za razliko od komercialnih televizijskih programov se v televizijskih programih RTV Slovenija z oglaševanjem ne smejo prekinjati celovečernih filmov ter televizijskih filmov (razen serijskih filmov, nanizank in razvedrilnih oddaj), dnevnoinformativnih oddaj in oddaj, ki imajo kulturni, umetniški, znanstveni ali izobraževalni značaj. Navedena omejitve izvira iz posebne vloge in statusa, ki ga v družbi ima javna radiotelevizija. Država mora zagotoviti sistemski vir financiranja (RTV prispevek), uredniško in institucionalno avtonomijo ter tudi druge ugodnosti (podelitev frekvenc brez razpisa) za izvajanje javne službe na področju medijev. Za televizijske programe s statusom posebnega pomena veljajo te določbe smiselno.

K 30. členu (prepoved televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje):

Televizijska prodaja zdravil, ki imajo dovoljenje za promet v skladu s predpisi, ki urejajo zdravila, in televizijska prodaja zdravstvenih storitev sta prepovedani. Televizijsko oglaševanje in televizijsko prodajo alkoholnih pijač urejajo posebni predpisi.

K 31. členu (posebne določbe):

Definicija televizijske prodaje je opredeljena v uvodnem členu, ki opredeljuje posamezne pojme. Posebej je podana tudi definicija prodajnih oken, in sicer na podlagi Direktiva 2010/13/EU, ki prodajna okna opredeljuje kot ločene televizijske sklope, ki so označeni z akustičnimi in akustičnimi sredstvi ter trajajo neprekinjeno najmanj 15 minut. Razločevanje je predvsem nujno zaradi izvajanja nadzora nad izpolnjevanjem programskih zahtev in omejitev. Televizijska prodaja mora upoštevati splošne omejitve, ki se nanašajo na zaščito otrok in mladoletnikov ter človekovega dostojanstva ter prepoved prodaje zdravil in zdravstvenih storitev, ki imajo dovoljenje za promet v skladu s predpisi, ki urejajo zdravila.

Za specializirane televizijske programe oziroma programe, ki so namenjeni izključno oglaševanju in televizijski prodaji, ter programe namenjene izključno samooglaševanju so postavljene omejitve, ki so obratne od tistih, ki veljajo za običajne programe. V primeru običajnih programov velja omejitev oglaševanja, medtem ko pri »specializiranih programih« velja omejitev oziroma prepoved predvajanja drugih programskih vsebin kot so poročila in druge informativne vsebine, športni dogodki, filmi, nadaljevanke in nanizanke, dokumentarni filmi ali druge podobne programske vsebine.

K 32. členu (omejitve obsega televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje):

Člen povzema zahteve Direktiva 2010/13/EU. Skupni obseg oddajnega časa, ki je namenjen oglaševanju in prodaji na televizij ne sme presegati 12 minut na uro. Prodajna okna so ločena in trajajo najmanj 15 minut, zato se jih ne všteva oglaševalsko kvoto, kot tudi ne napovedi, ki jih izdajatelj televizijskega programa predvaja v zvezi s svojimi programi in pomožnimi proizvodi, ki izhajajo neposredno iz njih (tj. proizvodi, ki so posebej namenjeni temu, da poslušalcem oziroma gledalcem omogočijo vse koristi od takšnih programskih vsebin ali interakcijo z njimi), z napovedmi sponzorstva in s promocijskim umeščanjem izdelkov.

Za televizijske programe RTV Slovenija predlog zakona predvideva strožje omejitve. Omejitve obsega oglaševanja za javno radiotelevizijo izhaja iz njene posebne vloge, ki jo ima na področju medijev ter načina njenega financiranja. Za izvajanje javne službe se zagotavlja sistemsko financiranje v okviru z zakonom predpisanega RTV prispevka. Zagotovljeno sistemsko financiranje opravičuje posebne programske zahteve in omejitve, ki so naložene javnim radiotelevizijam. Tako je za televizijske programe RTV Slovenija določen nižji, 9-minutni, dovoljeni obseg oglaševanja med 18. in 23. uro (televizijski »prime time«). V tem tudi času niso dovoljena TV prodajna okna.

Omejitve obsega oglaševanja se ne nanaša na napovedi, ki jih izdajatelj televizijskega programa predvaja v zvezi s svojimi programi in pomožnimi proizvodi, ki izhajajo neposredno iz njih, z napovedmi sponzorstva in s promocijskim umeščanjem izdelkov ter tiste vsebine, ki skladno s tem zakonom ne štejejo avdiovizualna komercialna sporočila.

Navedene omejitve ne veljajo za programe, namenjene izključno oglaševanju ali samooglaševanju, ter programe, namenjene televizijski prodaji.

K 33. členu (pravica do kratkega poročanja v televizijskih programih):

Člen je urejen v skladu z zahtevami Direktive 2010/13/EU. Zaradi zaščite temeljne pravice do prejemanja informacij in zagotavljanja celostnega in ustreznega varstva interesov gledalcev, morajo izdajatelji, ki imajo ekskluzivne pravice za televizijsko razširjanje dogodka, ki je v javnem interesu, dovoliti drugim izdajateljem televizijskega programa, da uporabijo kratke izseke za namene priprave splošnega informativnega programa, in sicer na podlagi pravičnih, razumnih in nediskriminatornih pogojev ob upoštevanju ekskluzivnih

pravic. Takšne pogoje je treba pravočasno sporočiti pred dogodkom, da imajo drugi dovolj časa za uveljavljanje takšne pravice.

Takšne kratke izseke, ki ne smejo presegati 90 sekund, lahko v programskih vsebinah po celotni EU uporabljajo vsi televizijski programi. Pravica čezmejnega dostopa do kratkih izsekov pa se uporablja le, če je to potrebno. Zato mora izdajatelj televizijskega programa najprej zaprositi za dostop drugega izdajatelja televizijskega programa, ki ima sedež v isti državi članici in je imetnik ekskluzivnih pravic za prenašanje dogodka velikega javnega interesa.

Izdajatelji televizijskih programov lahko pri uveljavljanju pravice do kratkega poročanja svobodno izberejo izseke, pri čemer morajo označiti njihov vir. Izdajatelj, ki je pridobil ekskluzivne pravice, za dostop do izseka načeloma ne sme zahtevati plačila, morebitno nadomestilo za dostop do izseka pa lahko obsega le višino dejanskih stroškov, nastalih neposredno zaradi zagotovitve dostopa.

K 34. členu (pravica javnosti do spremljanja pomembnejših dogodkov):

Vsebina člena izpolnjuje zahteve Direktive 2010/13/EU. Zaradi nedvoumne razlage vsebine te pravice smo skladno z zahtevo direktive dodali, da ima javnost pravico spremljati dogodek velikega družbenega pomena na neplačljivem televizijskem programu, ki pomeni televizijski program, ki se razširjanje po javnem ali komercialnem kanalu, ki je javnosti dostopen brez dodatnega plačila k že obstoječim načinom financiranja televizijskih organizacij, kot so televizijska naročnina oziroma RTV prispevek ali osnovna priključnina na kabelsko omrežje.

Kot navaja Direktiva 2010/13/EU v predgovoru, je bistvenega pomena je, da lahko države članice sprejmejo ukrepe, s katerimi bi zaščitile pravico do obveščenosti in širši javnosti zagotovile dostop do televizijskega spremljanja nacionalnih in nenacionalnih dogodkov velikega družbenega pomena, kot so denimo olimpijske igre, svetovno nogometno prvenstvo in evropsko nogometno prvenstvo. Takšni dogodki morajo ustrezati določenim merilom, to pomeni, da morajo biti izjemni dogodki, ki so predmet zanimanja širše javnosti v EU ali v neki državi članici ali v pomembnem sestavnem delu neke države članice in jih vnaprej organizira prireditelj, ki je pravno upravičen prodajati pravice, ki iz takšne prireditve izhajajo. Države članice si v ta namen ohranjajo pravico do sprejemanja ukrepov, skladnih s pravom EU, ki so namenjeni reguliranju izvrševanja ekskluzivnih pravic televizijskega razširjanja takšnih dogodkov s strani izdajateljev televizijskih programov pod njihovo sodno pristojnostjo.

K 35. členu (televizijska dejavnost):

Izdajatelj televizijskega programa izvaja televizijsko dejavnost na podlagi in v skladu z dovoljenjem za izvajanje televizijske dejavnosti, kot ga določa zakon, ki ureja medije. Dovoljenje sicer na podlagi vloge izda Agencija za pošto in elektronske komunikacije.

K 36. členu (priglasitev avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo):

Širjenje regulacije, značilne za klasično televizijo, na storitve, ki ponujajo avdiovizualne vsebine na zahtevo, je ena od glavnih novosti, ki jih je na področje medijske regulacije prinesla Direktiva 2010/13/EU. Zaradi domnevno manjšega vpliva in večje možnosti nadzora nad izbiro vsebin na strani gledalca pa je stopnja regulacije nelinearnih avdiovizualnih medijskih storitev nižja. Zanje veljajo predvsem osnovna pravila s področja zaščite otrok pred neprimernimi vsebinami, nekatere omejitve, ki se nanašajo na oglaševanje, a tudi dolžnost spodbujanja produkcije evropskih avdiovizualnih del.

Za izvajanje dejavnosti avdiovizualne medijske storitve na zahtevo ni potrebno pridobiti dovoljenja agencije, temveč je pred začetkom, spremembo ali prenehanjem zagotavljanja storitve, o tem pisno obvestiti agencijo. Agencija na podlagi obvestila vpiše ponudnika avdiovizualne medijske storitve v evidenco ter ponudniku pošlje potrdilo o vpisu.

Navedena ureditev je v skladu s uvodno določbo Direktive 2010/13/EU, v kateri je poudarjeno, da nobena določila te direktive ne zahteva uvajanja novih sistemov licenciranja.

K 37. členu (uradne evidence):

Člen uvaja zakonsko podlago za zbiranje in vodenje podatkov o imetnikih dovoljenj za izvajanje televizijske dejavnosti ter ponudnikih avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo ter določa obseg podatkov in namen za katerega se zbirajo.

Evidenca omogoča pregled nad delujočimi izdajatelji oziroma ponudniki, ki so dolžni spoštovati programske zahteve in omejitve iz tega zakona in Zakona o medijih. Evidenca je pomembna tudi za pravilno opredelitev zavezancev k plačilu na podlagi dovoljenja ali priglasitve. Agencija je dolžna ravnati s podatki, ki štejejo kot davčna tajnost, v skladu z zakonom, ki ureja davčni postopek.

K 38. členu (plačilo na podlagi dovoljenja ali priglasitve):

Financiranje stroškov, ki jih ima Agencija za pošto in elektronske komunikacije iz naslova izvajanja regulacije vsebin, v veljavni zakonodaji ni ustrezno urejeno, saj sredstva zanj prispevajo le izdajatelji tistih radijskih in televizijskih programov, ki za razširjanje uporabljajo frekvence. Pristojbine, ki jih ti izdajatelji plačujejo za uporabo frekvenc, so edino nadomestilo za njihovo rabo in bi morale biti namenjene izključno financiranju stroškov, ki jih ima agencija z upravljanjem radiofrekvenčnega spektra.

Ob povečevanju pristojnosti, ki izhajajo iz izvajanja Direktive 2010/13/EU, na vse medijske storitve, tudi tiste na zahtevo, je zato takšno plačilo še bolj upravičeno.

Predlagan način izračuna višine plačila je prenesen iz ureditve v Zakonu o elektronskih komunikacijah in preskušen na drugih področjih, ki jih agencija regulira. Ker lahko agencija v skladu s določilom petega odstavka predlaganega člena pričakuje le tolikšen priliv sredstev, kolikšen ji še omogoča učinkovito izvajanje njenih pristojnosti. Zaradi uvedbe plačila na podlagi dovoljenja se bodo sorazmerno znižali stroški, ki jih imajo izdajatelji televizijskih programov iz naslova frekvenčin.

Na podlagi predloga se višina plačil določa ob upoštevanju več kriterijev, med drugim tudi višine letnega prihodka iz izvajanja radijske ali televizijske dejavnosti oziroma storitve na zahtevo. Ker so v uradnih evidencah (AJ PES) na voljo le agregirani podatki, ki ne odražajo višine prihodkov iz - za izračun plačila relevantne - dejavnosti izdajatelja, se bo agencija pri razvrščanju izdajateljev v ustrezne razrede zanašala na podatke, ki jih bodo posredovali izdajatelji sami.

Da pri tem ne bi prihajalo do zlorab, je v predlogu predvidena možnost preverjanja resničnosti posredovanih podatkov, za katero v primeru neresničnih podatkov krije stroške izdajatelj oziroma ponudnik, ki je take podatke posredoval.

V skladu s prakso v drugih državah članicah EU predlog predvideva ustrezno plačilo tudi za ponudnike medijskih storitev na zahtevo. Glede na manjši obseg zahtev in omejitev, mora biti nadomestilo zanje ustrezno manjše od tistega, ki ga bodo plačevali izdajatelji televizijskih programov.

K 39. členu (upravni in inšpekcijski nadzor nad izvajanjem zakona):

Upravni in inšpekcijski nadzor nad izvajanjem zakona opravlja Agencija za pošto in elektronske komunikacije. Zaradi večje učinkovitosti se tako odpravlja delitev na strokovni in inšpekcijski nadzor, kot je določen v Zakonu o medijih, ter se agenciji podeljuje pristojnosti za samostojen inšpekcijski nadzor nad izvajanjem programskih zahtev in omejitev, ki zavezujejo izdajatelje televizijskih programov in ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, ki do sedaj niso bili regulirani. Poleg inšpekcijskih pooblastil predlagana ureditev Agenciji prinaša tudi možnost izrekanja finančnih sankcij za prekrške. Agencija bo s tema novostma dobila boljše možnosti za presojo dejstev in dokazov o storitvi kršitve ter ustrežnejše podlage za oblikovanje kazni, ki bodo sorazmerne z naravo in težo kršitve.

Inšpektor agencije lahko v primeru kršitev določbe tega zakona odredita ukrepe za odpravo nepravilnosti, odredita plačilo globe, naznanita kaznivo dejanje oziroma podata kazensko ovadbo za kaznivo dejanje, ki se preganja po uradni dolžnosti, ter predlagata pristojnemu organu sprejem sklepov.

Agencija v primeru kršitev lahko začasno prekliče ali, v primeru ponavljajočih se kršitev, trajno razveljavi dovoljenje izdajatelju televizijskega programa.

K 40. členu (obvezna hramba posnetkov in podatkov):

Namen obveznosti obvezne hrambe posnetkov in podatkov je v izvajanju nadzora nad izpolnjevanjem programskih zahtev in omejitev, ki jih določa zakon. Praksa, da regulatorji od izdajateljev zahtevajo podatke glede izpolnjevanja v zakonu določenih zahtev, je bila v Republiki Sloveniji, v nasprotju z drugimi državami, do sedaj premalo prisotna. Ker regulator ne more opravljati vsakodnevnega monitoringa nad vsemi avdiovizualnimi medijskimi storitvami, saj bi takšen monitoring predstavljal izjemno velik strošek, ki bi ga morali navsezadnje plačati izdajatelji sami, je predlagana ureditev nujno potrebna in s tem upravičena.

K 41. členu (pošiljanje podatkov in dostop do vsebin ali storitev):

Ponudniki in operaterji so dolžni agenciji posredovati resnične in popolne podatke, kadar so ti podatki potrebni za izvajanje pristojnosti agencije in nadzora nad izpolnjevanjem programskih zahtev in omejitev. Agencija bo nadzorovala vse linearne in nelinearne avdiovizualne medijske storitve (na zahtevo), zato mora imeti agencija na voljo brezplačen in časovno neomejen dostop do vseh storitev operaterja.

K 42. členu (metodologija nadzorstva elektronskih medijev):

Agencija s splošnim aktom določi način ugotavljanja izpolnjevanja zahtev in omejitev za avdiovizualne medijske storitve iz tega zakona, klasifikacijo programskih vsebin, avdiovizualnega komercialnega sporočanja ter drugih vsebin, ki izhajajo iz tega zakona ter po potrebi tudi druga vprašanja, ki se nanašajo na izvrševanje posameznih določb tega zakona iz njene pristojnosti.

Z uredbo se določi vrsto in vsebino ter obliko in način posredovanja podatkov oziroma posnetkov. Ukrep je nujen zaradi poenotenja različnih formatov in tehnoloških platform na katerih se lahko posredujejo podatki in posnetki.

K 43. členu:

Globe so določene glede na stopnjo storilčeve odgovornosti za prekršek, nagibe, iz katerih je prekršek storil, stopnjo ogrožanja ali kršitve zavarovane dobrine, okoliščine, v katerih je bil prekršek storjen. V prvi skupini so globe v razponu od 6.000,00 EUR do 60.000,00 EUR, in se lahko izrečejo za težje prekrške, ki se predvsem nanašajo na zaščito otrok in mladoletnikov, na zaščito potrošnikov (oglaševanje) in zaščito promocije evropskih del.

K 44. členu:

Druga skupina glob je določena v obsegu od 1.000,00 EUR do 10.000,00 EUR, in se lahko izreče za prekrške, ki so vezani na obveznost prigrasitve ter sprejem aktov, s katerimi se urejajo razmerja med izdajateljem in uredništvom, obveznost objave popravka in odgovora, podatkov o mediju in drugih obveznih podatkov in nujnih sporočil, dostop do informacij za namen kratkega poročanja ter v zvezi obveznostjo izpolnjevanja programskih kvot.

K 45. členu:

Tretja skupina glob je določena v obsegu od 500,00 EUR do 5.000,00 EUR, in se nanaša predvsem na neizpolnjevanje obveznosti objave in sporočanja različnih podatkov, ki so potrebni za izvajanje nadzora.

K 46. členu:

Storilcu prekrška se odmeri sankcijo v razponu, ki je za storjeni prekršek določen s tem zakonom, ter glede na težo prekrška.

K 47. členu:

Člen določa, kateri predpis se uporabi v primeru postopkov upravnega in inšpekcijskega nadzora nad spoštovanjem določb Zakona o medijih, ki so se začeli pred uveljavitvijo tega zakona in do njegove uveljavitve niso bili končani, oziroma postopkov v zvezi z nadzorom nad izvajanjem programskih zahtev in omejitev, ki so se začeli pred uveljavitvijo tega zakona in do njegove uveljavitve niso bili končani. Ta zakon namreč razveljavlja posamezne določbe Zakona o medijih. Ti postopki se tako končajo po predpisih, ki so veljali do uveljavitve tega zakona.

K 48. členu:

Člen določa roke za sprejem podzakonskih aktov k temu zakonu, oziroma posebnega akta, ki ga morajo v zvezi z oglaševanjem nezdravih živil v otroški programih sprejeti ponudniki.

K 49. členu:

Člen določa, kateri podzakonski akti, sprejeti na podlagi Zakona o medijih, ostanejo v veljavi (kljub temu, da so bile materialne določbe Zakona o medijih razveljavljene), če niso v nasprotju s tem zakonom.

K 50. členu:

Člen določa, katere določbe Zakona o medijih ta zakon razveljavlja in vakacijski rok za začetek veljave tega zakona.

IV. BESEDILO ČLENOV, KI SE SPREMINJAJO

Sprejema se nov zakon, ki razveljavlja posamezne določbe Zakona o medijih.

Z dnem uveljavitve zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah tako prenehajo veljati določbe 11., 69., 70., 71., 72., 73., 75., 84. (razen osmega odstavka), 89., 90., 91., prvega odstavka 92. člena in 96. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOMK-1, 77/10 – ZSFCJA). Z dnem uveljavitve zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah se za izdajatelje televizijskih programov oziroma za televizijske programe prenehajo uporabljati določbe 65., 66., 74., 93., 94., 95., 97., 98. in 109. člena Zakona o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOMK-1, 77/10 – ZSFCJA).

V. PREDLOG, DA SE PREDLOG ZAKONA OBRAVNAVA PO NUJNEM

OZIROMA SKRAJŠANEM POSTOPKU

Predlaga se obravnava zakona po nujnem postopku v Državnem zboru.

Predlog zakona v celoti prenaša Direktivo 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (kodificirana različica) (UL L št. 95, z dne 15.4.2010), ki bi jo morale države članice EU prenesti v svoje pravne rede do dne 19. 12. 2009. Evropska komisija je glede zadnjih odločitev dne 15. 03. 2011 naslovila na Vlado RS dodatno obrazloženo mnenje (kršitev št. 2010/0191) zaradi nenotifikacije nacionalnih predpisov za prenos Direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah in ji postavila dvo-mesečni rok za izvedbo ukrepov, potrebnih za prenos direktive. V mnenju je EK opozorila na vložitev tožbe zoper RS in naložitev plačila denarne kazni. Vlada RS je Evropski komisiji predhodno že odgovorila, da bo direktiva v celoti prenesena s sprejetjem novega Zakona o medijih (ZMed-1), da se je njegov sprejem zaradi obsežnosti in teže področij urejanja zakona zavlekel, in da bo ZMed-1 predvidoma sprejet v juliju oz. najkasneje septembra 2011. Vlada RS je zato dne 19. 04. 2011 zaprosila Evropsko komisijo za podaljšanje roka. Evropska komisija je podaljšala rok za prenos direktive do 15. 08. 2011. Državni zbor je predlog ZMed-1 obravnaval na seji dne 14. 07. 2011, vendar ga poslanci državnega zbora v prvi obravnavi z glasovanjem dne 15. 07. 2011 niso potrdili, zato se je zakonodajni postopek ZMed-1 končal. Direktiva bo zaradi nepotrditve ZMed-1 tako v celoti prenesena z Zakonom o avdiovizualnih medijskih storitvah, ki pa za razliko od predloga ZMed-1 ureja izključno samo tista vprašanja, ki jih ureja Direktiva 2010/13/EU.

Ker se rok za notifikacijo implementacije omenjene direktive izteče dne 15. 08. 2011, po tem roku pa grozi Republiki Sloveniji tožba pred Sodiščem EU, in v primeru obsodbe izrek dnevne (od 19. 12. 2009 dalje) in pavšalne kazni, menimo, da je predlog za obravnavo predloga zakona po nujnem postopku v Državnem zboru utemeljen, saj bi lahko v nasprotnem primeru nastale težko popravljive posledice na fiskalnem področju države.

VI. PRILOGE

- osnutki podzakonskih aktov, ki jih povsem na novo predvideva predlog zakona

Na podlagi desetega odstavka 14. člena in za izvrševanje 14. in 15. člena Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. xx/yy) izdaja minister za kulturo

P R A V I L N I K
o določitvi akustičnega in vizualnega opozorila za programske vsebine, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov

1. člen

Ta pravilnik določa v skladu z Direktivo 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (kodificirana različica) obliko, vsebino in način objave akustičnega in vizualnega opozorila za programske vsebine radijskih in televizijskih programov ter avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov.

2. člen

(1) Pred začetkom predvajanja programskih vsebin, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, mora biti objavljeno ustrezno akustično opozorilo (radijski program), oziroma ustrezno akustično in vizualno opozorilo (televizijski program in avdiovizualna medijska storitev na zahtevo), določeno s tem pravilnikom.

(2) Programske vsebine iz prejšnjega odstavka morajo biti med predvajanjem prek televizijskega programa ali ponujanja prek avdiovizualne medijske storitve na zahtevo ves čas označene z ustreznim vizualnim simbolom, določenim s tem pravilnikom.

3. člen

(1) Programske vsebine iz prvega odstavka prejšnjega člena, ki niso primerne za otroke in mladoletnike do 12. leta, se smejo začeti predvajati po 21. uri, vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike do 15. leta, po 22. uri, vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike do 18. leta, pa se lahko predvajajo po 24. uri.

(2) Programske vsebine iz prejšnjega odstavka se lahko predvajajo najkasneje do 5. ure.

4. člen

(1) Programske vsebine iz prvega odstavka prejšnjega člena, ki se predvajajo prek televizijskega programa ali ponujajo prek avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, morajo biti ves čas označene z jasno vidnimi, razumljivimi in prepoznavnimi vizualnimi simboli, določenimi s tem pravilnikom.

(2) Z rdečim trikotnikom in ustrezno številčno oznako se v skladu s prvim odstavkom 3. člena tega pravilnika označujejo programske vsebine, ki niso primerne za otroke in

mladoletnike do 12. leta, oziroma za otroke in mladoletnike do 15. leta, oziroma ki niso primerne za otroke in mladoletnike do 18. leta. Oznake imajo naslednjo podobo, npr.:



– primerno za otroke in mladoletnike nad 12. letom starosti,

itd.

5. člen

(1) Pred začetkom predvajanja programskih vsebin iz prvega odstavka 2. člena tega pravilnika se na televizijskem zaslonu oziroma na nosilcu avdiovizualne medijske storitve na zahtevo v zgornjem levem ali desnem kotu za deset sekund pojavi ustrezno vizualno opozorilo, določeno s tem pravilnikom.

(2) Znak iz prejšnjega odstavka mora biti jasno viden med samim predvajanjem navedenih programskih vsebin v zgornjem levem ali desnem kotu televizijskega zaslona oziroma nosilca avdiovizualne medijske storitve na zahtevo.

6. člen

Pred začetkom predvajanja programskih vsebin iz prvega odstavka 2. člena tega pravilnika, ki niso primerne za posamezne starostne skupine, opredeljene v prvem odstavku 3. člena tega pravilnika, se v skladu s tem pravilnikom predvaja eno od naslednjih ustreznih akustičnih opozoril, in sicer, npr.:

– »Predvajane programske vsebine vključujejo prizore, ki so primerne le za otroke in mladoletnike nad 12. let.«

– itd.

PREHODNA IN KONČNA DOLOČBA

7. člen

Izdajatelji radijskih in televizijskih programov ter ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo so dolžni akustično oziroma akustično in vizualno označiti programske vsebine iz prvega odstavka 2. člena tega pravilnika v roku treh mesecev od uveljavitve tega pravilnika.

8. člen

Ta pravilnik začne veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Na podlagi devetega odstavka 14. člena Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. xx/yy) direktor Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije

izdaja

SPLOŠNI AKT

o določitvi smernic za opredelitev programskih vsebin, ki bila lahko resno škodovale ali ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov

1. člen (splošno)

Ta splošni akt določa smernice za opredelitev programskih vsebin, ki bila lahko resno škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, oziroma programskih vsebin, ki utegnejo škodovati njihovemu telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok, smernice za določanje stopnje njihove zaščite ter smernice za njihovo predvajanje.

2. člen (razvrščanje programskih vsebin)

Opis vsebine člena:

Programske vsebine se bo razvrščalo po ključu, ki zajema naslednje dimenzije: 1) tip programske vsebine, 2) neprimeren jezik, 3) nasilje, 4) strašljive vsebine, 5) golota, 6) vsebine spolnosti, 7) diskriminacija, 8) uživanje trdih in mehkih drog ali alkohola.

Ključ razvrščanja razlikuje med dvema osnovnima tipoma programskih vsebin: fikcijskimi in nefikcijskimi deli. Med fikcijska dela sodijo risanke in animirani filmi, serije, akcijski filmi, drame, znanstvena fantastika, grozljivke, komedije idr., torej avdiovizualna dela z nizkim deležem realizma ali brez prisotnosti realizma. V teh delih je lahko prisotno tudi namensko pretiravanje, kar zmanjša verodostojnost in verjetnost prikazanega. Med nefikcijska dela uvrščamo resničnostne oddaje, pogovorne oddaje in dokumentarce. Resničnostni status programske vsebine ima pomembno vlogo v učinku agresije, desenzitivizacije in strahu. Določanje starostnih skupin je pri nefikcijskih delih praviloma strožje kot pri fikcijskih, saj otroci fizično nasilje v fikcijskih delih ocenjujejo kot manj verodostojno in ga zato ne dojemajo tako resno kot nasilje v nefikcijskih delih.

Pri razvrščanju programskih vsebin, ki vsebujejo neprimeren jezik je treba razlikovati med blagim neprimernim jezikom, ki vključuje uporabo blažjih kletvic, zmernim neprimernim jezikom, ki vključuje nepogosto uporabo močnih besed, in močnim neprimernim jezikom, tj. agresivno in/ali redno ponavljajočo se rabo (naj)močnejših neprimernih besed. Pri razvrščanju je treba upoštevati tudi okoliščine uporabe jezika: ali je uporabo neprimernega jezika možno upravičiti s kontekstom, ali je bilo podano opravičilo za uporabo neprimernega jezika, ali gre za oddajanje v živo ali za vnaprej posneto gradivo ipd.

Med kategorizirano nasilje spadajo naslednji tipi nasilja: fizično nasilje z rokami, nasilje s strelnim, topim in rezilnim orožjem, nasilje proti kriminalcem (nasilje »dobrega« proti »zlu«), fizično mučenje, nasilje v vojni, psihološko nasilje. V kategorijo nasilja sodijo tudi spolno nasilje in nekonsenzualna spolna dejanja, ki so prepoznavna po prikazih grobega obravnavanja in groženj, nadaljevanja spolnosti tudi po trenutku, ko to druga oseba zavrne, in spolnosti z osebo, ki je bila v ta namen alkoholizirana ali prepričana oziroma prisiljena v

uživanje drog. V razvrščanju je treba upoštevati grafično poudarjenost nasilja, ocenjevanje nasilja glede na poškodbe in dimenzijo izvedljivosti upodobljenih nasilnih dejanj. Posebna previdnost je potrebna pri klasifikaciji vsebin, ki jih otroci lahko posnemajo.

Strah je močno povezan z gledalčevim kognitivnim razvojem, zato je pri razvrščanju strašljivih programskih vsebin pomembna presoja prisotnosti prizorov s strašljivimi prvinami, in sicer strašljivih zvokov, grozljivih učinkov, poškodb, pohabljenih teles, samopoškodovanja, žrtev katastrof, nesreč, itd., groženj nasilja in grozečih bitij, kot so pošasti, čarovnice in duhovi.

Golota brez spolnega konteksta je sprejemljiva na vseh klasifikacijskih ravneh, vendar se v najnižji kategoriji lahko pojavlja zgolj občasno. Ostale povezave golote s spolnostjo so strožje razvrščene.

Razvrščanje vsebin spolnosti zajema dimenzijo tematizacije spolnosti, prikazovanja spolnosti (spolnih organov, položaja, dejavnosti itd.), namena spolnega vzburjenja in pogostosti spolnih dejanj. Prikazovanje spolnosti (spolnih organov, položaja, dejavnosti itd.) z namenom spolnega vzburjenja in stimulacije dosega visoko stopnjo omejitve.

Ključ razvrščanja vsebin, ki vključujejo diskriminacijo, obsega naslednje dimenzije: diskriminatoren ali seksističen jezik ali obnašanje, pozitivno oz. negativno ovrednotenje diskriminatornega obnašanja oz. jezika ter smešen kontekst. Diskriminacija so lahko tudi miselni procesi, ki temeljijo na »mi in oni«, šale o tujcih, ženskah in etničnih skupinah.

Pri razvrščanju programskih vsebin, ki vključujejo uživanje drog in alkohola, se upošteva naslednji dimenziji: pozitivno ali negativno ovrednotenje uživanja trdih drog, mehkih drog in alkohola ter komični kontekst, npr. obnašanje komičnega antijunaka, ki ga ni možno jemati resno. Prekomerno pitje alkohola ali uživanje mehkih in trdih drog se lahko kaže kot vulgarno obnašanje, zastrupitev, razgrajanje in druge oblike nasilja. Pozitivno ovrednotenje uživanja drog in alkohola pomeni situacije, ki jasno izražajo pogled, da je uživanje trdih ali mehkih drog ali alkohola nekaj, kar je dobro in ima zgolj pozitivne učinke.

3. člen (določitev starostnih kategorij)

Opis vsebine člena:

Programske vsebine za otroke do 12 leta starosti naj bodo, ne glede na zvrst, označene z opozorilom in simbolom, ki priporoča vodstvo staršev ali skrbniških oseb (VS), kadar vključujejo blag neprimeren jezik, ki vključuje blage kletvice ali evfemizme kletvic, ter so podane okoliščine, ki uporabo takega jezika upravičujejo, posamezne grozljive, fizično in/ali psihično nasilne prizore ali prizore nevarnega vedenja ter prikaze manjših strašljivih prvin. Za kategorijo »VS« je dovoljena zmerna golota in le namigi na spolno aktivnost, vendar morajo biti diskretni in redki. Primerni so le prizori, zmerno povezani s spolnostjo, na primer objemi in poljubi, ki ne vodijo k dejanski spolni aktivnosti. Otrokom do 12 leta starosti naj se ne predvaja programskih vsebin z realističnimi prikazi psihičnega in fizičnega nasilja, strahu, spolnosti, podrejanja, diskriminacije, uživanja drog in alkohola ter nevarnega vedenja.

Programske vsebine, neprimerne za otroke, mlajše od 12 let, naj bodo, ne glede na zvrst, označene z opozorilom in simbolom za priporočen starostni prag 12+, kadar vključujejo posamezne grozljive, fizično ali psihično nasilne in diskriminatorne prizore, zmeren neprimeren jezik z nepogosto rabo močnih kletvic, enega ali več manjših elementov strašljivih vsebin, prizore diskriminacije, ki je eksplicitno zavrnjena oz. negativno ovrednotena, uživanje trdih in mehkih drog ter alkohola, ki je negativno ovrednoteno in

upravičeno s kontekstom, ter prizore, ki tematizirajo spolnost, vendar niso vidni in so upravičeni s kontekstom.

V kategorijo programskih vsebin, ki so neprimerne za mladoletnike, mlajše od 15 let, in morajo biti označene z opozorilom in simbolom za priporočen starostni prag 15+, sodijo programske vsebine, ki prevladujoče vključujejo prikaze nasilnih dejanj ali le nasilno delujočih identitetnih likov, ki kažejo, da je nasilje dovoljeno in primerno sredstvo za reševanje konfliktov in uveljavitev interesov. Posamezni nasilni prizori morajo biti v prikazovanju nasilja zadržani, da ne sprožijo učinka desenzibilizacije. V to kategorijo sodijo tudi dela, v katerih se občasno pojavijo prikazi spolnosti, vendar so brez vidnih podrobnosti in upravičeni s kontekstom. Prizori eksplicitnih podob človeške spolnosti so za to starostno skupino dovoljeni v nefikcijskih delih, kadar je njihov primarni namen obveščanje oziroma izobraževanje o človeški spolnosti (dokumentarne oddaje), varni spolnosti in zdravju. Ta kategorija vključuje tudi programske vsebine, ki vsebujejo pogosto uporabo neprimernih besed z agresivno in/ali redno ponavljajočo se rabo najmočnejših kletvic, programske vsebine, ki vsebujejo intenzivne strašljive elemente, prizore diskriminacije, v katerih je diskriminacija eksplicitno zavrnjena oz. negativno ovrednotena, ter prizore uživanja drog in alkohola, ki je pozitivno ovrednoteno in ni upravičeno s kontekstom. Vsebine, ki razširja določene klišejske vloge (tipične ženske in moške vloge), ni primerna za to skupino, problematične so tudi klišejske moške in ženske vloge, ki ne obravnavajo enakopravnega partnerstva.

Med programske vsebine, ki so primerne samo za odrasle in morajo biti označene z opozorilom in simbolom za priporočen starostni prag 18+, uvrščamo dela s prevladujočim nasiljem in hudimi grozljivimi prizori ter dela, ki tematizirajo alkoholizem, spolnost, nasilništvo, kriminal, narkomanijo in diskriminacijo. V to kategorijo so vključena tudi dela, katerih primarni namen je spolno vzburjenje, vendar prikazujejo delno goloto v zapeljivih, provokativnih seksualnih položajih brez prikazovanja spolnih organov med seksualnim odnosom.

4. člen

(akustično in vizualno opozorilo ter vizualni simbol o predvajanju potencialno škodljivih programskih vsebin)

Programske vsebine iz xy člena tega splošnega akta morajo biti označene z ustreznim vizualnim in akustičnim opozorilom, v skladu z 58. členom Zakona o medijih (Uradni list RS, št. xx/yy; ZMed-1) in Pravilnikom o določitvi akustičnega in vizualnega opozorila.

5. člen

(umeščanje programskih vsebin v televizijski spored)

Opis vsebine člena:

ZMed-1 predvideva časovno umeščanje vsebin, ki so neprimerne za določeno starostno skupino. Programske vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike, mlajše od 12 let, se smejo začeti predvajati po 21. uri. Programske vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike, mlajše od 15 let, se smejo začeti predvajati po 22. uri. Programske vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike, mlajše od 18 let, pa se smejo začeti predvajati po 24. uri in se lahko predvajajo najkasneje do 5. ure.

Poleg časovne zaščite ZMed-1 predvideva uvedbo tehnične zaščite (PIN kodni sistem). Med

programske vsebine, ki morajo biti zaščitene s tovrstno zaščito, sodijo programske vsebine, katerih primarni namen je spolno vzburjenje ali stimulacija in prikazujejo eksplicitne podobe spolnosti (takšne programske vsebine je na televizijskih programih dovoljeno predvajati le s tehnično zaščito v času od 24.00 do 5.00).

Med programske vsebine, ki bi lahko resno škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov in se jih v radijskih in televizijskih programih ne sme predvajati, sodijo programske vsebine, ki vsebujejo prikaze neupravičenega nasilja (prekomernega nasilja, ki presega stopnjo nasilja, potrebnega za dosego cilja nasilja; nasilja, ki je samo po sebi namen, npr. izživiljanje in mučenje), in programske vsebine, ki vsebujejo prizore, katerih primarni namen je spolno vzburjenje ali stimulacija in prikazujejo eksplicitne podobe ekstremne, a konsenzualne spolnosti.

6. člen

(označevanje in razvrščanje programskih vsebin v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo)

Opis vsebine člena:

Programske vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike, mlajše od 12, 15 oziroma 18 let, so lahko ponujene časovno neomejeno, vendar morajo biti opremljene z ustreznim opozorilom, ki uporabnika ob njegovem naročilu in pred ogledom izbrane vsebine opozori na priporočen starostni prag.

Programske vsebine, ki vsebujejo prizore, katerih primarni namen je spolno vzburjenje ali stimulacija, vendar prikazujejo delno goloto v zapeljivih, provokativnih seksualnih položajih, brez prikazovanja spolnih organov med seksualnim odnosom, je dovoljeno predvajati s tehnično zaščito (PIN).

Programske vsebine, ki vsebujejo prizore, katerih primarni namen je spolno vzburjenje ali stimulacija ter prikazujejo eksplicitne podobe spolnosti, je dovoljeno predvajati s tehnično zaščito (PIN).

Programske vsebine s prikazovanjem nasilja, ki je hudo, vodi k resnim poškodbam in je negativno ovrednoteno ter prikaz nekonsenzualnih spolnih dejanj, ki so negativno ovrednotena, je dovoljeno prikazovati s tehnično zaščito (PIN).

Programske vsebine, ki bi lahko resno škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, so lahko prek avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo dostopne le na način, ki zagotavlja, da jih otroci in mladoletniki praviloma ne bodo mogli slišati ali videti. Za tovrstne vsebine je predvidena uvedba dvojne zaščite, tehnične in časovne hkrati. Mednje sodijo programske vsebine, ki vsebujejo prizore, katerih primarni namen je spolno vzburjenje ali stimulacija in prikazujejo eksplicitne podobe ekstremne, a konsenzualne spolnosti in jih je dovoljeno predvajati kot avdiovizualno medijsko storitev na zahtevo s tehnično zaščito (PIN) v času od 24.00 do 5.00. Enako velja za programske vsebine, ki vsebujejo prikaze neupravičenega nasilja (prekomernega nasilja, ki presega stopnjo nasilja, potrebnega za dosego cilja nasilja; nasilja, ki je samo po sebi namen, npr. izživiljanje in mučenje).

7. člen

(prepoved predvajanja programskih vsebin)

Opis vsebine člena:

Za določene programske vsebine velja absolutna prepoved predvajanja. Tako v radijskih in televizijskih programih kot tudi v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo in radijih na zahtevo je prepovedano predvajanje programskih vsebin, ki zmanjšujejo pomen, odobravajo, omalovažujejo, smešijo ali zagovarjajo genocid, holokavst, hudodelstvo zoper človečnost, vojno hudodelstvo, agresijo ali druga kazniva dejanja zoper človečnost ter spodbujajo k nasilju in vojni. Prav tako je prepovedano predvajanje programskih vsebin, ki prikazujejo pedofilijo, incest, nekrofilijo, sodomijo, sadomazohizem, sadizem in pozitivno ovrednotena nekonsenzualna spolna dejanja, ter programskih vsebin, ki spodbujajo k rasni, verski, spolni ali drugi neenakopravnosti in izzivajo narodno, rasno, versko, spolno ali drugo sovraštvo oziroma nestrpnost.

8. člen
(veljavnost splošnega akta)

Ta akt začne veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Na podlagi šestega odstavka 36. člena Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. xx/yy) direktor Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije

izdaja

SPLOŠNI AKT
o prigrasitvi avdiovizualnih medijskih storitev
na zahtevo

1. člen

Ta splošni akt določa vsebino in obliko obvestila o začetku, spremembi ali prenehanju zagotavljanja avdiovizualne medijske storitve na zahtevo (obvestilo o prigrasitvi), vsebino podatkov v obvestilu o prigrasitvi ter obliko in vsebino potrdila o dejstvih iz uradne evidence.

2. člen

Vsebina in oblika obvestila o začetku, spremembi ali prenehanju zagotavljanja storitve in vsebina podatkov iz zadevnega obvestila, in sicer:

- *Določi se vsebina obvestila: obvestilo mora vsebovati podatke o ponudniku storitve na zahtevo (1. in 2. alineja drugega odstavka 98. člena ZMed-1) ter izpolnjen obrazec o zagotavljanju avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, ki bo priloga splošnega akta.*
- *Določi se vsebina podatkov, ki jih mora ponudnik določiti v obrazcu (3. in 4. alineja drugega odstavka 98. člena ZMed-1): v obrazcu mora ponudnik navesti (označiti), ali gre za začetek, spremembo ali prenehanje zagotavljanja storitve, navesti predviden datum začetka, spremembe ali prenehanja zagotavljanja storitve, navesti (označiti) vrsto storitve ter navesti kratek opis storitve.*
- *v primeru spremembe zagotavljanja storitve navesti nove podatke o ponudniku storitve in/ali vrsti storitve in njen opis.*

3. člen

Oblika in vsebina potrdila o dejstvih iz uradne evidence, in sicer:

- *Določi se oblika potrdila o dejstvih iz uradne evidence, ki bo priloga splošnega akta.*
- *Določi se vsebina potrdila iz prejšnje alineje. Potrdilo mora vsebovati vse podatke iz četrtega odstavka 99. člena ZMed-1,, ki se nanašajo na posameznega ponudnika in njegove priglašene storitve na zahtevo.*

4. člen

(veljavnost splošnega akta)

Ta akt začne veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Na podlagi devetega odstavka 26. člena Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. xx/yy; ZAMS) direktor Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike

S P L O Š N I A K T
v zvezi s promocijskim umeščanjem izdelkov

1. člen

Ta splošni akt določa pojme iz 26. člena ZAMS, način ugotavljanja vrednosti blaga ali storitev iz četrtega odstavka 26. člena ZAMS ter način označevanja programskih vsebin iz tretjega odstavka 26. člena ZAMS.

2. člen

Opis vsebine člena:

Podrobneje se določijo pojmi in kriteriji, na podlagi katerih bo mogoče ugotavljati izpolnjevanje zahtev za promocijsko umeščanje izdelkov, storitev ali blagovnih znamk v programskih vsebinah.

3. člen

(1) Pri promocijskem umeščanju izdelkov, storitev ali blagovnih znamk v avdiovizualne medijske storitve mora izdajatelj obdržati uredniško odgovornost in neodvisnost nad vsebino medijske storitve ter nad sporedom programa.

(2) Dobavitelj promocijsko umeščenega izdelka, storitve ali blagovne znamke ne sme vplivati na uredniške odločitve glede vsebine medijske storitve ali sporeda programa.

(3) Umestitev izdelka, storitve ali blagovne znamke v vsebino mora biti uredniško upravičena.

4. člen

(1) S promocijskim umeščanjem izdelkov, storitev ali blagovnih znamk se ne sme pripisovati neutemeljenega pomena in jih promocijsko izpostavljati na način, tako da se:

- poudarjeno in pretirano opozarja na izdelek, blagovno znamko ali storitev, z namenom privabiti gledalčevo pozornost (npr. dolgi ali pogosti opisi, celozaslonski in bližajoči oziroma oddaljujoči posnetki, ponavljajoči se posnetki izdelkov, storitev ali blagovnih znamk, način pojavljanja izdelkov, storitev ali blagovnih znamk v kadru);
- omenjajo pozitivne lastnosti ali učinki izdelkov, storitev ali blagovnih znamk;
- omenjajo kontaktni podatki dobavitelja promocijsko umeščenih izdelkov, storitev ali blagovnih znamk (naslov, spletna stran, telefonska številka ipd.);
- prikazujejo in omenjajo prodajni podatki;

- kaže odsotnost kritičnosti do izdelka, storitve ali blagovne znamke;
- briše meja med uredniško oblikovano vsebino in promocijskim umeščanjem, na način da se z umeščanjem izdelkov, storitev ali blagovnih znamk zavaja občinstvo, ki ne prepozna oglaševalskega namena umestitve izdelkov, storitev ali blagovnih znamk.

5. člen

Opis vsebine člena:

Opredeli se vrednost blaga ali storitev, ki je v primerjavi s produkcijskimi stroški programske vsebine zanemarljiva, in zato njena umestitev v programsko vsebino ne bo štela kot promocijsko umeščanje po tem zakonu.

Skupna vrednost izdelkov ali storitev v programski vsebini je opredeljena kot zanemarljiva, če ne preseže 500 EUR. Agencija lahko zahteva vpogled v sklenjene pogodbe med vsemi akterji promocijskega umeščanja izdelkov, blagovnih znamk ali storitev v programski vsebini.

6. člen

Opis vsebine člena:

Določi se obveznost označitve programske vsebine, ki vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov. Namen ustrezne označitve programske vsebine, ki vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov, na začetku, po morebitnih prekinitvah in na koncu, je gledalca nedvoumno seznaniti s promocijskim umeščanjem izdelkov, storitev ali blagovnih znamk v medijski storitvi.

Namen označitve programske vsebine je gledalca opozoriti, da bo med gledanjem posamezne vsebine izpostavljen komercialnim sporočilom, ki želijo vplivati na njegovo potrošniško vedenje. Vizualni simbol ne sme vsebovati oglaševalskih elementov (logotip, ime izdelka) ali na drug način namenjati pozornosti k promocijsko umeščenemu izdelku. Opozarjanje gledalca z zvočnimi efekti na prisotnost PUI v programski vsebini ni dovoljeno.

Označitev mora biti izvedena z objavo jasno vidnega simbola v desnem spodnjem kotu ekrana v velikosti najmanj 10-odstotkov ekrana, da je gledalcem jasno prepoznaven. Simbol mora biti objavljen najmanj 30 sekund.

6. člen

Opis vsebine člena:

Določi se vizualni simbol (črna podlaga z rdečim napisom):

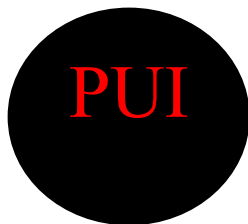


7. člen

Vsebina člena:

Z namenom temeljite seznanitve gledalcev z novo obliko avdiovizualnega komercialnega sporočanja, se bo s prvo umestitvijo izdelkov v programske vsebine pričelo t.i. »izobraževalno« trimesečno obdobje. V tem obdobju morajo izdajatelji pred predvajanjem vsebine najmanj 10 sekund objavljati celozaslonsko sporočilo oziroma opozorilo z jasno prikazanim vizualnim simbolom »PUI«, ki bo pod simbolom vseboval besedilo:

»Program vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov, storitev ali blagovnih znamk«. Sočasno z objavo opozorila mora teči tudi zvočno oziroma glasovno sporočilo z istim besedilom.



PROGRAM VSEBUJE PROMOCIJSKO UMEŠČANJE IZDELKOV, STORITEV ALI BLAGOVNIH ZNAMK

Objavljanje zadevnega opozorila mora trajati tri mesece, »izobraževalno« trimesečno obdobje bo pričelo teči z objavo prve programske vsebine s promocijsko umeščenimi izdelki v programu. Z objavo opozorila pred programskimi vsebinami s promocijsko umeščenimi izdelki v programu mora hkrati potekati tudi objava simbola, kot je zahtevano zgoraj.

8. člen

Vsebina člena:

Po preteku trimesečnega »izobraževalno« obdobja gledalcev z novo prakso avdiovizualnega sporočanja zadostuje le prikaz vizualnega simbola, ki mora biti prikazan samostojno v trajanju 30-ih sekund, na začetku, po morebitnih prekinitvah (npr. po oglasnem bloku) in na koncu programske vsebine

9. člen

(veljavnost splošnega akta)

Ta akt začne veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Na podlagi petega odstavka 38. člena Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni

list RS, št. xx/yy) in xy. člena »Pravilnika o načinu izračuna plačil na podlagi dovoljenja za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti in plačil na podlagi vpisa v uradno evidenco ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo ali radiev na zahtevo« (Uradni list RS, št. zz/yy) izdaja direktor Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije

T A R I F O

o vrednosti točke za leto »XXXX« za plačilo na podlagi dovoljenja za izvajanje televizijske dejavnosti in za plačilo na podlagi vpisa v uradno evidenco ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo

1. člen
(vsebina)

Ta tarifa določa vrednost točke za leto 2012 za izračun plačil na podlagi dovoljenja za izvajanje televizijske dejavnosti (v nadaljnjem besedilu: dovoljenje) in plačil na podlagi vpisa v uradno evidenco ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo (v nadaljnjem besedilu: vpis) Agenciji za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: agencija).

2. člen
(plačilo na podlagi dovoljenja)

Vrednost točke za izračun na podlagi dovoljenja je X,XX EUR.

3. člen
(plačilo na podlagi vpisa)

Vrednost točke za izračun na podlagi vpisa je X,XX EUR.

4. člen
(priloga k tarifi)

Obrazložitev tarife v Prilogi, ki je sestavni del te tarife, določa razloge za sprejem tarife ter cilje, ki jih agencija zasleduje.

5. člen
(začetek veljavnosti)

Ta tarifa začne veljati naslednji dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

K tej tarifi je dala soglasje Vlada republike Slovenije s sklepom št., z dne.....

Priloga k Tarifi o vrednosti točke za leto »XXXX« za plačilo na podlagi dovoljenja za izvajanje televizijske dejavnosti in za plačilo na podlagi vpisa v uradno evidenco ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo:

Razlogi za sprejem tarife so:

.....

Na podlagi sprejete tarife želi agencija doseči zlasti naslednje cilje:

.....