

**ZAKON  
O SPREMEMBAH IN DOPOLNITVAH  
ZAKONA O AVDIOVIZUALNIH MEDIJSKIH STORITVAH**

**I. UVOD**

**1. OCENA STANJA IN RAZLOGI ZA SPREJEM PREDLOGA ZAKONA**

S predlogom zakona se v slovenski pravni red prenaša Direktiva (EU) 2018/1808 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. novembra 2018 o spremembi Direktive 2010/13/EU o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) glede na spreminjajoče se tržne razmere (UL L 303, z dne 28. 11. 2018, str. 69–92).

Konec leta 2011 je bila z Zakonom o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. 87/11 in 84/15; v nadaljnjem besedilu: ZAvMS) v slovenski pravni red prenesena 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, str. 1–24).

Prva direktiva na tem področju je bila sprejeta leta 1989, in sicer Direktiva Sveta 89/552/EGS – Direktiva o televiziji brez meja, ki je bila spremenjena leta 1997 z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 97/36/ES z dne 30. junija 1997 o spremembi Direktive 89/552/EGS o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov.

Zadnja bistvena sprememba Direktive Sveta 89/552/EGS, ki je bila naknadno kodificirana v Direktivi 2010/13/EU, je bila izvedena leta 2007 s sprejetjem Direktive 2007/65/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. decembra 2007 o spremembi Direktive Sveta 89/552/EGS o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov.

Trg avdiovizualnih medijskih storitev se je od takrat precej in zelo hitro spremenil zaradi stalne konvergence televizije in internetnih storitev. Tehnološki razvoj je omogočil nove vrste storitev in uporabniških izkušenj. Gledalske navade, zlasti mlajših generacij, so se znatno spremenile. Medtem ko glavni televizijski zaslone ostajajo pomembno orodje za deljenje avdiovizualnih izkušenj, so mnogi gledalci začeli uporabljati druge, prenosne naprave za gledanje avdiovizualnih vsebin. Kljub temu tradicionalne televizijske vsebine še vedno predstavljajo velik delež povprečnega dnevnega časa gledanja.

Vendar so nove vrste vsebin, na primer video posnetki ali vsebine, ki jih ustvarijo uporabniki, vedno pomembnejše, novi udeleženci na trgu, vključno s ponudniki storitev videa na zahtevo in platform za izmenjavo videov, pa so zdaj že uveljavljeni. Ta medijska konvergenca zahteva posodobljen pravni okvir, ki bo odražal razvoj na trgu in omogočil doseganje ravnovesja med dostopom do storitev spletnih vsebin, varstvom potrošnikov in konkurenčnostjo.

Evropska komisija je 6. maja 2015 sprejela sporočilo z naslovom »Strategija za enotni

digitalni trg za Evropo«, v kateri je napovedala pregled Direktive 2010/13/EU. Z namenom pridobitve stališč vseh zainteresiranih strani o tem, kako evropsko avdiovizualno medijsko krajino prilagoditi digitalni dobi, je Evropska komisija organizirala javno posvetovanje, ki je potekalo od julija do septembra 2015. Evropska komisija je maja 2016 predlagala spremenjeno direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah, ki je vključevala nov pristop k spletnim platformam za širjenje avdiovizualnih vsebin. Od takrat je bila spremenjena direktiva predmet intenzivnih pogajanj med so-zakonodajalci, ki so bila s podporo Evropske komisije zaključena z neuradnim dogovorom o predlaganih pravilih, doseženim 6. junija 2018. 6. novembra 2018 je Svet sprejel spremenjeno direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah (Direktiva (EU) 2018/1808), kar je bil zadnji korak v zakonodajnem postopku.

Spremenjena direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah prinaša naslednje bistvene novosti:

- Okrepljeno načelo države izvora, z bolj jasnimi pravili o tem, pravila katere države članice veljajo, z usklajenimi postopki odstopanja tako za izdajatelje televizijskih programov kot za ponudnike storitve na zahtevo, pa tudi z možnostjo odstopanja v primeru resnih tveganj za javno varnost in javno zdravje;
- Razširitev določenih pravil za avdiovizualne medijske storitve tudi na platforme za izmenjavo videov: spremenjena direktiva tako zajema storitve, kot so YouTube, in avdiovizualne vsebine, ki se delijo prek družbenih medijev, kot je Facebook;
- Večja zaščita mladoletnikov pred škodljivimi vsebinami v spletnem svetu: nova pravila krepijo zaščito mladoletnikov v storitvah videa na zahtevo in širijo obveznost zaščite mladoletnikov tudi na platforme za izmenjavo videov, ki morajo v ta namen sprejeti ustrezne ukrepe;
- Strožje določbe o prepovedi spodbujanja nasilja ali sovraštva in javnega ščuvanja k storitvi terorističnih kaznivih dejanj v televizijskih programih in videih na zahtevo. Ustrezne ukrepe za zaščito ljudi pred spodbujanjem nasilja ali sovraštva in vsebinami, ki predstavljajo kazniva dejanja, morajo sprejeti tudi ponudniki platform za izmenjavo videov;
- Povečanje obveznosti za promocijo evropskih del v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo, ki morajo imeti v svojem katalogu vsaj 30-odstotni delež evropskih del in zagotoviti, da se ta dela postavijo v ospredje;
- Večja prožnost pri televizijskem oglaševanju. Namesto sedanjih 12 minut na uro lahko delež oglaševanja v televizijskih programih znaša 20 odstotkov oddajnega časa med 6.00 in 18.00 uro in 20 odstotkov med 18.00 in 24.00 uro;
- Strožje določbe o zaščiti otrok pred neprimernimi avdiovizualnimi komercialnimi sporočili za živila z veliko maščobe, soli, natrija in sladkorja, vključno s spodbujanjem kodeksov ravnanja na ravni EU, kadar je to potrebno. Določene obveznosti glede komercialnih komunikacij, za katere so odgovorne, morajo spoštovati tudi platforme za izmenjavo videov;
- Neodvisnost regulatorjev je v zakonodaji EU okrepljena z ureditvijo, da so pravno ločeni in funkcionalno neodvisni od vlad in kateregakoli drugega javnega ali zasebnega subjekta.

Spremenjena direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah se še naprej uporablja samo za tiste storitve, katerih glavni namen je zagotavljanje programskih vsebin za obveščanje, zabavo ali izobraževanje. Ta glavni namen je izpolnjen tudi, če storitev ponuja avdiovizualno vsebino in obliko, ki je ločljiva od glavne dejavnosti ponudnika storitve, kot so samostojni deli spletnih časopisov, ki prikazujejo avdiovizualne programe ali videe, ki jih ustvarijo uporabniki, kadar se za navedene dele lahko šteje, da jih je mogoče ločiti od glavne dejavnosti ponudnika. Storitve se obravnava zgolj kot neločljivo dopolnitev glavne dejavnosti, kadar je to upravičeno glede na povezave med avdiovizualno ponudbo in

glavno dejavnostjo, kot je ponudba novic v pisni obliki. Kanali ali kakršne koli druge avdiovizualne storitve pod uredniško odgovornostjo ponudnika lahko predstavljajo avdiovizualne medijske storitve, tudi če se nudijo na platformi za izmenjavo videov, za katero ponudniki nimajo uredniške odgovornosti. V takih primerih bodo morali direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah upoštevati ponudniki z uredniško odgovornostjo.

Direktiva (EU) 2018/1808 je pričela veljati dvajseti dan po objavi v Uradnem listu Evropske unije, države članice pa morajo uveljaviti zakone in druge predpise, potrebne za uskladitev s to direktivo, do 19. septembra 2020.

Direktiva (EU) 2018/1808 se bo v slovenski pravni red v celoti prenesla s predlogom tega zakona. Področje avdiovizualnih medijskih storitev sicer v Republiki Sloveniji urejajo naslednji predpisi:

- Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. 87/11 in 84/15),
- Zakon o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAvMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16, 39/16, 45/19 – odl. US in 67/19 – odl. US),
- Pravilnik o določitvi akustičnega in vizualnega opozorila ter vizualnega simbola za programske vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike (Uradni list RS, št. 50/14),
- Pravilnik o načinu izračuna plačil na podlagi dovoljenja za izvajanje televizijske dejavnosti oziroma vpisa v uradno evidenco ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo (Uradni list RS, št. 72/12),
- Splošni akt o zaščiti otrok in mladoletnikov v televizijskih programih in avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo (Uradni list RS, št. 84/13),
- Splošni akt o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti (Uradni list RS, št. 95/06 in 25/07),
- Metodologija nadzorstva avdiovizualnih medijskih storitev in radijskih programov (Uradni list RS, št. 31/12),
- Splošni akt o prigrisatvi avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo (Uradni list RS, št. 35/12),
- Splošni akt o promocijskem umeščanju izdelkov in sponzoriranju (Uradni list RS, št. 44/12),
- Sklep o določitvi seznama najpomembnejših dogodkov (Uradni list RS, št. 18/03 in 87/11 – ZAvMS).

## **2. CILJI, NAČELA IN POGLAVITNE REŠITVE PREDLOGA ZAKONA**

### **2.1 Cilji**

Glavni cilj predloga zakona je uskladitev ureditve področja avdiovizualnih medijskih storitev s pravnim redom EU. Drugi cilj je odprava nekaterih pomanjkljivosti, ki so se pokazale ob izvajanju obstoječega ZAvMS, in zagotovitev še večje jasnosti in določnosti zakonskih določil.

### **2.2 Načela**

Predlog zakona temelji na istih načelih, na katerih temelji obstoječi Zakon o avdiovizualnih

medijskih storitvah.

## **2.3 Poglavitne rešitve**

### **Svoboda sprejemanja avdiovizualnih medijskih storitev iz drugih držav članic:**

V skladu s sodno prakso Sodišča Evropske unije je mogoče omejiti svobodo opravljanja storitev, ki je zajamčena na podlagi Pogodbe o delovanju Evropske unije, zaradi nujnih razlogov splošnega javnega interesa, kot je zagotavljanje visoke ravni varstva potrošnikov, pod pogojem, da so take omejitve utemeljene, sorazmerne z zasledovanim ciljem in nujne. Država članica sprejemnica pa ne sme v nobenem primeru sprejeti ukrepov, ki bi preprečevali, da bi se na njenem ozemlju ponovno prenašali televizijski programi iz druge države članice.

Predlog zakona zato ohranja obstoječo obveznost zagotavljanja svobode sprejemanja avdiovizualnih medijskih storitev iz drugih držav članic Evropske unije (12. člen ZAvMS), glede njenih dopustnih omejitev, ki izhajajo iz 3. in 4. člena Direktive (EU) 2018/1808, pa predlog zakona v spremenjenem 6. členu ZAvMS določa jasno pristojnost Agencije za komunikacijska omrežja in storitve, da lahko za izvajanje svojih pristojnosti na področjih, ki jih ureja ta zakon, sprejme ustrezne ukrepe iz drugega odstavka 39. člena ZAvMS zoper ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev, ki ne sodijo pod pristojnost Republike Slovenije, sodijo pa pod pristojnost druge države članice Evropske unije, kot tudi zoper operaterje elektronskih komunikacij, ki omogočajo razširjanje avdiovizualnih medijskih storitev. Ukrepi agencije na tem področju pa morajo biti skladni s pravom Evropske unije.

Agencija ima v skladu s spremenjenim 6. členom ZAvMS pristojnost, da spremlja izvajanje Direktive (EU) 2018/1808 s strani ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev, ki sodijo pod pristojnost drugih držav članic Evropske unije, kadar so njihove storitve ciljno usmerjene na ozemlje Republike Slovenije. V primeru suma kršitev agencija o tem obvesti pristojni organ države, pod katere pristojnost sodi posamezni ponudnik. Agencija v postopkih, določenih v 3. in 4. členu Direktive (EU) 2018/1808, kot kontaktni organ zastopa Republiko Slovenijo, kadar so v teh postopkih obravnavani ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev pod pristojnostjo Republike Slovenije ali ponudniki pod pristojnostjo drugih držav članic Evropske unije v zvezi s storitvami, ki so dostopne na ozemlju Republike Slovenije. Prav tako agencija kot članica sodeluje v skupini evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve (skupina ERGA).

### **Spodbujanje uporabe koregulacije in samoregulacije:**

Evropska komisija je v svojem sporočilu Evropskemu parlamentu in Svetu z naslovom »Boljše pravno urejanje za boljše rezultate – agenda EU« poudarila, da bo pri iskanju rešitev glede politik upoštevala tako regulativna kot neregulativna sredstva, ki bodo temeljila na praksi skupnosti ter načelih za boljšo samoregulacijo in koregulacijo. Izkazalo se je, da je več pravil o ravnanju, vzpostavljenih na področjih, ki jih usklajuje direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah, dobro zasnovanih in v skladu z načeli za boljšo samoregulacijo in koregulacijo. Obstoj zakonodajnih varovalnih mehanizmov velja za pomemben dejavnik uspeha pri spodbujanju usklajenosti s pravili samoregulacije ali koregulacije. Enako pomembno je tudi, da ta pravila postavljajo določene cilje, ki omogočajo redno, pregledno in neodvisno spremljanje ter ocenjevanje ciljev, h katerim so pravila ravnanja usmerjena. Pravila ravnanja bi morala zagotavljati tudi učinkovito izvrševanje. Pravila samoregulacije in koregulacije, sprejeta na področjih, ki jih usklajuje direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah, bi morala slediti tem načelom.

Izkušnje so pokazale, da imajo lahko tako instrumenti samoregulacije kot tudi instrumenti koregulacije, ki se izvajajo v skladu z različnimi pravnimi tradicijami držav članic, pomembno vlogo pri doseganju visoke ravni varstva potrošnikov. Ukrepi za doseganje ciljev splošnega javnega interesa na področju novo nastajajočih avdiovizualnih medijskih

storitev so učinkovitejši, če se sprejmejo z aktivno podporo samih ponudnikov storitev.

Samoregulacija predstavlja obliko prostovoljne pobude, ki gospodarskim subjektom, socialnim partnerjem, nevladnim organizacijam in združenjem omogoča, da med seboj in zase sprejmejo splošne smernice. Odgovorni so za razvoj teh smernic ter za spremljanje in izvrševanje skladnosti s temi smernicami. Države članice zato morajo v skladu s svojimi različnimi pravnimi tradicijami priznati vlogo, ki jo lahko ima učinkovita samoregulacija kot dodatek obstoječim zakonodajnim, sodnim in upravnim mehanizmom, ter njegov koristen prispevek k doseganju ciljev direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah.

V predlogu zakona se z novim 39.b členom ZAVMS določa, da lahko Agencija za komunikacijska omrežja in storitve, kadar posamezno vprašanje urejanja to dopušča, s splošnim aktom določi le jasne in nedvoumne cilje, način za doseganje le-teh pa prepusti posameznim ponudnikom medijskih storitev oziroma organizacijam, ki jih zastopajo. Agencija v takšnih primerih izvaja pregledno in neodvisno spremljanje ter ocenjevanje zastavljenih ciljev ter izvrševanje učinkovitih in sorazmernih sankcij. Agencija lahko v okviru svojih regulativnih pristojnosti tudi sprejema priporočila, s katerimi naslovnikom nezavezujoče priporoča določena ravnanja.

### **Medijska pismenost:**

Medijska pismenost pomeni spretnosti, znanje in razumevanje, ki državljanom omogočajo učinkovito in varno uporabo medijev. Da bi lahko državljanji dostopali do informacij ter na odgovoren in varen način uporabljali, kritično ocenjevali in ustvarjali medijsko vsebino, morajo imeti visoko stopnjo medijske pismenosti. Medijska pismenost ne sme biti omejena le na učenje o orodjih in tehnologijah, temveč mora biti namenjena temu, da državljanom zagotovi spretnosti kritičnega razmišljanja, ki ga potrebujejo, da bi lahko ustrezno presojali, analizirali zapletene realnosti ter razlikovali med mnenji in dejstvi. Zato je potrebno, da ponudniki medijskih storitev in ponudniki platform za izmenjavo videov, v sodelovanju z vsemi zadevnimi deležniki, promovirajo razvoj medijske pismenosti v vseh družbenih plasteh, za državljanke vseh starosti in vse medije ter da se pozorno spremlja napredek na tem področju.

### **Preglednost podatkov o ponudnikih avdiovizualnih medijskih storitev:**

Da bi okrepili svobodo izražanja in posledično promovirali pluralnost medijev ter da ne bi prihajalo do nasprotja interesov, je pomembno, da države članice zagotovijo, da imajo uporabniki stalen, enostaven in neposreden dostop do informacij o ponudniku medijskih storitev. S predlogom zakona dopolnjujemo obstoječi nabor podatkov tudi s podatki o osebah, ki imajo najmanj pet odstotni lastniški ali upravljavski delež oziroma delež glasovalnih pravic v premoženju ponudnika. Preglednost lastništva nad mediji je neposredno povezana s svobodo izražanja, ki je temeljni kamen demokratičnih sistemov. Kadar lastniška struktura ponudnika medijskih storitev privede do nadziranja vsebin ponujenih storitev ali do znatnega vplivanja na te vsebine, informacije o lastniški strukturi ponudnika medijskih storitev uporabnikom omogočajo, da ozaveščeno presojujejo o taki vsebini. Zaradi posebne narave avdiovizualnih medijskih storitev, zlasti vpliva teh storitev na to, kako si ljudje oblikujejo mnenje, je v legitimnem interesu uporabnikov, da vedo, kdo je odgovoren za vsebino teh storitev.

### **Prepoved spodbujanja nasilja ali sovraštva in javnega ščunjanja k storitvi terorističnega kaznivega dejanja:**

Za zagotovitev usklajenosti in pravne varnosti za podjetja in organe držav članic je treba pojem »spodbujanje nasilja ali sovraštva« v ustreznem obsegu razumeti v smislu iz Okvirnega sklepa Sveta 2008/913/PNZ. Glede na razvoj sredstev, s katerimi se vsebina razširja prek elektronskih komunikacijskih omrežij, je pomembno, da se splošna javnost zaščiti pred spodbujanjem terorizma. Spremenjena Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah zato zagotavlja, da avdiovizualne medijske storitve – poleg obstoječe prepovedi

spodbujanja k neenakopravnosti in nestrpnost ter nasilju in sovraštvu – ne vsebujejo tudi javnega ščuvanja k storitvi terorističnega kaznivega dejanja. Za zagotovitev usklajenosti in pravne varnosti za podjetja in organe držav članic je treba pojem »javno ščuvanje k storitvi terorističnega kaznivega dejanja« razumeti v smislu iz Direktive (EU) 2017/541 Evropskega parlamenta in Sveta.

S predlogom zakona se zato obstoječa prepoved spodbujanja k neenakopravnosti in nestrpnosti v 9. členu ZAvMS ustrezno dopolni, tako da je prepovedano prek avdiovizualnih medijskih storitev spodbujati k narodni, rasni, verski, spolni ali drugi neenakopravnosti, k nasilju in vojni, ščuvati k storitvi terorističnih dejanj ter izzivati narodno, rasno, versko, spolno ali drugo sovraštvo in nestrpnost. O ravnanjih iz tega člena pa odloča pristojno sodišče v skladu s kazensko zakonodajo.

### **Zaščita otrok in mladoletnikov v avdiovizualnih medijskih storitvah:**

Da se gledalcem, vključno s starši in mladoletniki, omogoči ozaveščeno odločanje o vsebini, ki jo želijo gledati, morajo ponudniki medijskih storitev zagotoviti dovolj informacij o vsebini, ki bi lahko ogrozila telesni, duševni ali moralni razvoj mladoletnikov. Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah med možnimi načini omenja sistem deskriptorjev vsebine, zvočno opozorilo, vizualni simbol ali kateri koli drug način, s katerim se opiše narava vsebine.

Ustrezne ukrepe za varstvo mladoletnikov, ki se uporabljajo za storitve razširjanja televizijskih programov, je treba uporabljati tudi za avdiovizualne medijske storitve na zahtevo. Pristop minimalne harmonizacije dopušča državam članicam, da razvijejo višjo raven varstva za vsebine, ki bi lahko škodile telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju mladoletnikov. Za najbolj škodljive vsebine, ki bi lahko škodile telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju mladoletnikov, vendar niso nujno kaznivo dejanje, pa morajo veljati najstrožji ukrepi, kot so šifriranje in učinkovita orodja za starševski nadzor, brez poseganja v možnost držav članic, da sprejmejo strožje ukrepe.

S predlogom zakona se v spremenjenem 14. členu ZAvMS glede programskih vsebin, ki bi lahko škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, določa ureditev, ki temelji na predhodni objavi ustreznega akustičnega in vizualnega opozorila, označevanju teh programskih vsebin z ustreznim vizualnim simbolom ter umestitvi njihovega predvajanja v ustrezen časovni termin oziroma določitvi ustrezne tehnične zaščite.

Predlog zakona programske vsebine, ki bi lahko škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, razvršča v naslednje kategorije in ustrezne termine predvajanja:

- programske vsebine, primerne za vse otroke z vodstvom staršev (ki se lahko predvajajo časovno neomejeno in brez tehnične zaščite);
- programske vsebine, neprimerne za otroke do 12. leta (ki se lahko predvajajo časovno neomejeno in brez tehnične zaščite);
- programske vsebine, neprimerne za otroke do 15. leta (ki se lahko na linearnih avdiovizualnih medijskih storitvah predvajajo po 20. uri in najkasneje do 5. ure, na nelinearnih avdiovizualnih medijskih storitvah pa so lahko dostopne časovno neomejeno in brez tehnične zaščite);
- programske vsebine, neprimerne za otroke in mladoletnike do 18. leta (ki se lahko na linearnih avdiovizualnih medijskih storitvah predvajajo po 23. uri in najkasneje do 5. ure, na nelinearnih medijskih storitvah pa so lahko dostopne časovno neomejeno, vendar morajo biti zaščitene s tehnično zaščito);
- programske vsebine za odrasle (ki so lahko prek linearnih avdiovizualnih medijskih storitev dostopne časovno neomejeno, vendar je njihovo predvajanje dovoljeno le na kodiranih programih s tehnično zaščito, ki zagotavlja, da jih otroci in mladoletniki

praviloma ne bodo mogli slišati ali videti; na nelinearnih medijskih storitvah so lahko dostopne časovno neomejeno, vendar morajo biti zaščitene s tehnično zaščito in uvrščene v poseben del kataloga, tako da so ločene od drugih programskih vsebin).

Določena je tudi posebna ureditev za informativne programske vsebine, in sicer če se v njih pojavijo prizori, ki bi lahko škodovali telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov ter se jih upravičeno predvaja z namenom informiranja javnosti (prizori prometnih in naravnih nesreč ter njihovih žrtev, prizori vojnega nasilja ipd.), mora biti dovolj zgodaj pred njihovim predvajanjem objavljeno ustrezno opozorilo voditelja oddaje gledalcem oziroma drugo ustrezno opozorilo.

### **Dostopnost avdiovizualnih medijskih storitev za invalidne osebe:**

Zagotavljanje dostopnosti avdiovizualne vsebine je bistvena zahteva v okviru zavez, sprejetih na podlagi Konvencije Združenih narodov o pravicah invalidov. Pravica invalidnih in starejših oseb do udeležbe v družbenem in kulturnem življenju EU ter vključevanja vanj je povezana z zagotavljanjem dostopnih avdiovizualnih medijskih storitev. Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah zato nalaga, da morajo države članice brez nepotrebne odlašanja zagotoviti, da si ponudniki medijskih storitev pod njihovo pristojnostjo dejavno prizadevajo, da bi bila vsebina dostopna invalidnim osebam, zlasti osebam z okvaro vida ali sluha. Zahteve glede dostopnosti je treba izpolnjevati v okviru postopnega in neprekinjenega procesa, ob upoštevanju praktičnih in neizogibnih omejitev, ki bi lahko preprečile polno dostopnost, kot so programi ali dogodki, ki se predvajajo v realnem času. Da bi države članice lahko izmerile napredek ponudnikov medijskih storitev pri postopnem zagotavljanju dostopnosti svojih storitev za osebe z okvaro vida ali sluha, morajo od ponudnikov medijskih storitev s sedežem na njihovem ozemlju zahtevati, da jim redno poročajo.

Načini zagotavljanja dostopnosti avdiovizualnih medijskih storitev morajo po direktivi o avdiovizualnih medijskih storitvah med drugim vključevati znakovni jezik, podnaslavljanje za gluhe osebe in druge osebe z okvaro sluha, govornjene podnapise in zvočne opise. Vendar navedena direktiva ne zajema elementov ali storitev, ki omogočajo dostop do avdiovizualnih medijskih storitev, ali elementov elektronskih programskih vodnikov, s katerimi se zagotavlja dostopnost. Zato navedena direktiva ne posega v pravo EU, katerega namen je harmonizirati dostopnost storitev za zagotavljanje dostopa do avdiovizualnih medijskih storitev, kot so spletna mesta, spletne aplikacije in elektronski programski vodniki, ali zagotavljanje informacij o dostopnosti in v dostopnih formatih.

Glede na navedeno je s predlogom zakona v spremenjenem 11. členu ZAVMS določeno, da morajo ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev postopno izboljševati dostopnost do svojih storitev za invalidne osebe, o izvrševanju te obveznosti pa vsake tri leta poročati agenciji, pri čemer morajo prvo poročilo posredovati do konca aprila 2024 za pretekla tri leta. Agencija upravlja invalidnim osebam na enostaven način dostopno spletno kontaktno točko. Na njej zagotavlja informacije in omogoča prejemanje pritožb v zvezi z dostopnostjo iz tega člena. Javna sporočila in obvestila ter nujne informacije ob naravnih nesrečah, ki so objavljene preko avdiovizualnih medijskih storitev, morajo biti posredovane na invalidnim osebam dostopen način.

### **Avdiovizualno komercialno sporočanje:**

Trg za razširjanje televizijskih programov se je spremenil in temu ustrezno direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah napotuje na omogočanje večje prožnosti v zvezi z avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, zlasti glede kvantitativnih pravil za linearne avdiovizualne medijske storitve in promocijsko umeščanje izdelkov. Pojav novih storitev, tudi brez oglaševanja, je namreč omogočil več izbire za gledalce, ki lahko preprosto preklopijo na druge ponudbe.

Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah izpostavlja, da je pomembno, da imajo izdajatelji televizijskih programov večjo prožnost in da se lahko odločajo, kdaj bodo predvajali oglase, da bi zagotovili čim večje povpraševanje oglaševalcev in čim večji pretok gledalcev. Pri tem pa je treba tudi ohraniti ustrezno raven varstva potrošnikov, ker bi bili lahko gledalci zaradi take prožnosti izpostavljeni prekomernemu oglaševanju v časovnem pasu z največjo gledanostjo.

S predlogom zakona se zato v spremenjenem 32. členu ZAvMS določa ureditev, po kateri se zahtevajo posebne omejitve med 6.00 in 18.00 ter med 18.00 in 24.00 uro, in sicer v navedenem terminu skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje ne sme preseči 20 odstotkov časa.

Liberalizacija promocijskega umeščanja izdelkov ni povzročila pričakovane razširitve te oblike avdiovizualne komercialne komunikacije. Zlasti splošna prepoved promocijskega umeščanja izdelkov, kljub nekaterim izjemam, ni zagotovila pravne varnosti za ponudnike medijskih storitev. V skladu z direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah se zato v predlogu zakona v spremenjenem 26. členu ZAvMS določa, da je promocijsko umeščanje izdelkov dovoljeno v vseh avdiovizualnih medijskih storitvah in storitvah platform za izmenjavo videov, pri čemer veljajo nekatere izjeme.

Promocijsko umeščanje izdelkov ni dovoljeno v otroških, verskih in informativnih programskih vsebinah, kot so poročila in dnevnoinformativne oddaje, ter v oddajah za zaščito potrošnikov in svetovalnih oddajah. Dejstvo je, da lahko promocijsko umeščanje izdelkov in umeščeni oglasi vplivajo na vedenje otrok, saj otroci pogosto ne morejo prepoznati komercialnih vsebin. Zato je promocijsko umeščanje izdelkov v otroških programih še naprej prepovedano. Programske vsebine za varstvo potrošnikov gledalcem zagotavljajo nasvete ali vključujejo ocene o nakupu izdelkov in storitev. Če bi se promocijsko umeščanje izdelkov omogočilo v takih programskih vsebinah, bi to zbrisalo ločnico med oglaševanjem in uredniško vsebino za gledalce, ki pričakujejo pristno in odkrito oceno izdelkov ali storitev v takih programih.

### **Spodbujanje evropskih del:**

Prenovljena direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah povečuje obveznosti spodbujanja evropskih del v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo. Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo morajo spodbujati produkcijo in distribucijo evropskih del z zagotavljanjem, da njihovi katalogi vsebujejo minimalni 30-odstotni delež evropskih del in da ta dela zadostno postavijo v ospredje, s čimer se le-ta promovirajo z omogočanjem lažjega dostopa do njih. Postavljanje v ospredje je mogoče zagotoviti na različne načine, na primer s posebnim razdelkom za evropska dela, do katerega je mogoče dostopati z domače strani storitve, možnostjo iskanja evropskih del v iskalniku, ki je na voljo v okviru te storitve, uporabo evropskih del v kampanjah te storitve ali z vsaj 30 odstotnim deležem evropskih del, ki se promovirajo v katalogu te storitve. Predlog zakona zadevne spremembe določa v dopolnjenem 16. členu ZAvMS. Določena je tudi nova izjema od izpolnjevanja te obveznosti, in sicer za ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev z nizkim prometom ali majhnim občinstvom v skladu s smernicami Evropske komisije, ki opredeljujejo, kaj se šteje za nizek promet in majhno občinstvo.

Za zagotovitev ustrezne ravni naložb v evropska dela morajo države članice imeti možnost, da ponudnikom medijskih storitev s sedežem na njihovem ozemlju naložijo finančne obveznosti. Te obveznosti so lahko v obliki neposrednih prispevkov k produkciji evropskih del in pridobitvi pravic za ta dela. Države članice bi lahko naložile tudi dajatve, ki se plačajo v sklad, na podlagi prihodkov, nastalih z avdiovizualnimi medijskimi storitvami, ki se zagotavljajo na njihovem ozemlju in so vanj ciljno usmerjene. V tej direktivi je pojasnjeno, da je državi članici glede na neposredno povezavo med finančnimi obveznostmi in različnimi kulturnimi politikami držav članic dovoljeno naložiti take finančne



obveznosti tudi za ponudnike medijskih storitev s sedežem v drugi državi članici, če so ti ponudniki ciljno usmerjeni v njeno ozemlje. V tem primeru se morajo finančne obveznosti nanašati le na prihodke, ki so nastali na podlagi občinstva v ciljni državi članici. Ponudniki medijskih storitev, ki morajo prispevati k shemam za financiranje filmov v ciljni državi članici, morajo imeti možnost na nediskriminatoren način koristiti pomoč, ki je na voljo v okviru ustreznih shem za financiranje filmov, tudi kadar nimajo podružnice v tej državi članici.

Izdajatelji televizijskih programov trenutno vlagajo več v evropska avdiovizualna dela kot pa ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo. Zato bo morala ciljna država članica, kadar se odloči, da bo naložila finančno obveznost izdajatelju televizijskih programov, ki je pod pristojnostjo druge države članice, upoštevati neposredne prispevke tega izdajatelja televizijskih programov k produkciji in pridobitvi pravic do evropskih del, zlasti koprodukcij, ob ustreznem upoštevanju načela sorazmernosti. To ne posega v pristojnost držav članic, da v skladu s svojo kulturno politiko in pravili glede državne pomoči določijo raven finančnega prispevka, ki ga morajo plačati ponudniki medijskih storitev, ki so pod njihovo pristojnostjo.

Ko država članica od primera do primera ocenjuje, ali je ponudnik avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, ki ima sedež v drugi državi članici, ciljno usmerjen v občinstvo na njenem ozemlju, mora upoštevati kazalnike, kot so oglaševanje ali druge promocijske dejavnosti, ki so izrecno namenjeni potrošnikom na njenem ozemlju, glavni jezik storitve ali obstoj vsebine ali komercialnih sporočil, ki so izrecno namenjena občinstvu v državi članici sprejemanja.

Kadar država članica ponudnikom medijskih storitev naloži finančne prispevke, si je treba s takimi prispevki prizadevati za ustrezno promocijo evropskih del, hkrati pa bi bilo treba preprečiti možnost, da se ti prispevki ponudnikom medijskih storitev naložijo dvakrat. Zato mora država članica, v kateri ima ponudnik medijskih storitev sedež, pri nalaganju finančnega prispevka upoštevati morebitne finančne prispevke, ki so jih naložile ciljne države članice.

Za zagotovitev, da obveznosti glede promocije evropskih del ne ogrožajo razvoja trga in da se novim udeležencem omogoči vstop na trg, take zahteve ne smejo veljati za ponudnike, ki nimajo pomembnega tržnega deleža. To zlasti velja za ponudnike z nizkim prometom ali majhnim občinstvom. Majhno občinstvo je glede na naravo storitve mogoče ugotoviti na primer na podlagi časa gledanja ali na podlagi prodaje, pri ugotavljanju nizkega prometa pa je treba upoštevati različno velikost avdiovizualnih trgov v državah članicah. Take zahteve je lahko neprimerno naložiti tudi, kadar bi bile glede na naravo ali področje avdiovizualne medijske storitve neizpolnjive ali neupravičene.

Predlog zakona v zvezi s tem določa, da so ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev so zavezani prispevati najmanj 10 odstotkov bruto letnega prihodka ustvarjenega v Republiki Sloveniji za razvoj, produkcijo ali promocijo evropskih avdiovizualnih del. Kot prispevek se upoštevajo:

- neposredna vlaganja v razvoj scenarija in v snemanje evropskega avdiovizualnega dela;
- neposredna vlaganja v obnovo in restavracijo starejših evropskih avdiovizualnih del v skladu s prednostnim seznamom, potrjenim s strani ministrstva, pristojnega za kulturo;
- nakup licenčnih pravic za evropska avdiovizualna dela.

#### **Storitve platform za izmenjavo videov:**

S storitvami platform za izmenjavo videov se ponujajo avdiovizualne vsebine, do katerih

splošna javnost, zlasti mladi, vedno bolj dostopa. To velja tudi za storitve družbenih medijev, ki so postali pomembno sredstvo za izmenjavo informacij ter za zabavo in izobraževanje, med drugim tudi, ker omogočajo dostop do programskih vsebin in videov, ki jih ustvarijo uporabniki. Te storitve družbenih medijev so zato vključene v spremenjeno direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah, ker konkurirajo za isto občinstvo in prihodke kot avdiovizualne medijske storitve. Poleg tega je učinek teh storitev precejšen tudi zato, ker uporabnikom omogočajo, da oblikujejo in vplivajo na mnenja drugih uporabnikov. Zaradi varstva mladoletnikov pred škodljivimi vsebinami in vseh državljanov pred spodbujanjem sovraštva, nasilja in terorizma so torej storitve platform za izmenjavo videov zajete v direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah.

Namen direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah sicer ni urejanje storitev družbenih medijev kot takih, vendar bi morala biti storitev družbenega medija zajeta, če je ponudba programskih vsebin in videov, ki jih ustvarijo uporabniki, bistvena funkcija te storitve. Za ponudbo programskih vsebin in videov, ki jih ustvarijo uporabniki, bi se lahko štelo, da predstavlja bistveno funkcijo storitve družbenega medija, če avdiovizualna vsebina ni le stranska dejavnost oziroma ne predstavlja le manjšega dela dejavnosti zadevne storitve družbenega medija. Kadar ločljivi del storitve predstavlja storitev platforme za izmenjavo videov, pod direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah spada le ta del in samo programske vsebine in videi, ki jih ustvarijo uporabniki. Video posnetki, ki so del uredniške vsebine elektronskih različic časnikov in revij, ter animirane podobe, kot so GIF-i, niso zajeti v direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah. V opredelitvi storitve platforme za izmenjavo videov tudi niso zajete negospodarske dejavnosti, kot so zagotavljanje avdiovizualne vsebine na zasebnih spletnih mestih in nepridobitne interesne skupnosti.

Ponudniki platform za izmenjavo videov, ki so zajeti v direktivi o avdiovizualnih medijskih storitvah, zagotavljajo storitve informacijske družbe v smislu Direktive 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta. Za navedene ponudnike zato veljajo določbe o notranjem trgu, ki so opredeljene v navedeni direktivi, če imajo sedež v državi članici. Treba je zagotoviti, da enaka pravila veljajo tudi za ponudnike platform za izmenjavo videov, ki nimajo sedeža v državi članici, da se zaščiti učinkovitost ukrepov za zaščito mladoletnikov in splošne javnosti in se zagotovijo čim bolj enaki konkurenčni pogoji, če imajo ti obvladujoče podjetje ali odvisno podjetje s sedežem v državi članici ali so del skupine, v kateri ima drugo podjetje sedež v državi članici.

Obstajajo novi izzivi, predvsem v zvezi s platformami za izmenjavo videov, na katerih uporabniki, zlasti mladoletniki, vedno bolj dostopajo do avdiovizualnih vsebin. V tem okviru sta škodljiva vsebina in sovražni govor, ki se pojavljata v okviru storitev platform za izmenjavo videov, vedno bolj zaskrbljujoča. Za zaščito mladoletnikov in splošne javnosti pred tako vsebino je treba določiti sorazmerna pravila za ta področja.

Komercialna sporočila v zvezi s storitvami platform za izmenjavo videov že ureja Direktiva 2005/29/ES Evropskega parlamenta in Sveta, ki prepoveduje nepoštene poslovne prakse podjetij v razmerju do potrošnikov, vključno z zavajajočimi in agresivnimi praksami, ki se pojavljajo pri storitvah informacijske družbe.

Kar zadeva komercialna sporočila v zvezi s tobačnimi in povezanimi izdelki na platformah za izmenjavo videov, obstoječe prepovedi iz Direktive 2003/33/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter prepovedi, ki se uporabljajo za komercialna sporočila v zvezi z elektronskimi cigaretami in posodicami za ponovno polnjenje na podlagi Direktive 2014/40/EU Evropskega parlamenta in Sveta, zagotavljajo, da so potrošniki dovolj zaščiteni pred tobačnimi in povezanimi izdelki. Ker se uporabniki vse bolj zanašajo na storitve platform za izmenjavo videov, da lahko dostopajo do avdiovizualnih vsebin, je treba v ustreznem obsegu zagotoviti ustrezno raven varstva potrošnikov z usklajevanjem pravil o avdiovizualnih komercialnih sporočilih med vsemi ponudniki. Zato je pomembno, da so

avdiovizualna komercialna sporočila na platformah za izmenjavo videov jasno opredeljena in da spoštujejo niz minimalnih zahtev za kakovost.

Ponudnik platforme za izmenjavo videov za znaten delež vsebine, ponujene s storitvami platform za izmenjavo videov, nima uredniške odgovornosti. Vendar ti ponudniki običajno določajo organizacijo vsebine, in sicer programov in videov, ki jih ustvarijo uporabniki, ter avdiovizualnih komercialnih sporočil, vključno s samodejnimi orodji ali algoritmi. Zato morajo ti ponudniki sprejeti ustrezne ukrepe za zaščito mladoletnikov pred vsebino, ki bi lahko ogrozila njihov telesni, duševni ali moralni razvoj. Ti ponudniki prav tako morajo sprejeti ustrezne ukrepe za zaščito splošne javnosti pred vsebino, ki spodbuja nasilje ali sovraštvo, usmerjeno proti skupini oseb ali članu take skupine, na kateri koli podlagi iz člena 21 Listine Evropske unije o temeljnih pravicah ali katere razširjanje je kaznivo dejanje po pravu EU.

### **Regulatorni organi:**

Države članice morajo zagotoviti, da so njihovi nacionalni regulatorni organi ali telesa pravno ločeni od vlade. Vendar pa to državam članicam ne preprečuje, da izvajajo nadzor v skladu z nacionalnim ustavnim pravom. Za nacionalne regulatorne organe ali telesa, vključno s tistimi, ki so bili ustanovljeni kot javni organi ali telesa, šteje, da so dosegli potrebno stopnjo neodvisnosti, če so funkcionalno in dejansko neodvisni od svojih vlad in vseh drugih javnih ali zasebnih organov. To je bistveno za zagotovitev nepristranskosti odločitev, ki jih sprejme nacionalni regulatorni organ ali telo. Ta zahteva po neodvisnosti ne posega v možnost držav članic, da ustanovijo regulatorne organe, ki nadzirajo različne sektorje, na primer avdiovizualni in telekomunikacijski sektor. Nacionalni regulatorni organi ali telesa morajo imeti potrebna izvršilna pooblastila in vire za opravljanje svojih nalog, v smislu osebja, strokovnega znanja in finančnih sredstev. Dejavnosti nacionalnih regulatornih organov ali teles, ustanovljenih na podlagi direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah, morajo zagotoviti upoštevanje ciljev v zvezi s pluralnostjo medijev, kulturno raznolikostjo, varstvom potrošnikov, pravilnim delovanjem notranjega trga in spodbujanjem poštene konkurence.

Predlog zakona ohranja obstoječo ureditev iz 39. člena ZAvMS, po katerem upravni in inšpekcijski nadzor nad izvajanjem tega zakona izvaja Agencija za komunikacijska in omrežja in storitve (AKOS). S predlogom zakona se v novem 39.a členu ZAvMS dodatno poudarja, da je agencija organizacijsko, funkcionalno in materialno neodvisen regulatorni organ, ločen od Vlade Republike Slovenije ter od drugih javnih ali zasebnih pravnih subjektov. Agencija v zvezi z izvajanjem nalog po tem zakonu in po zakonu, ki ureja medije, ne sme zahtevati ali sprejemati navodil od drugih organov, razen kadar ti izvajajo zakonit nadzor nad delom agencije. Agencija naloge po tem zakonu in po zakonu, ki ureja medije, opravlja nepristransko, pregledno ter v skladu z načeli tega zakona, pri tem pa zasleduje pluralnost medijev, kulturno in jezikovno raznolikost, varstvo potrošnikov, dostopnost, nediskriminacijo, pravilno delovanje notranjega trga in spodbujanje poštene konkurence.

### **3. OCENA FINANČNIH POSLEDIC PREDLOGA ZAKONA ZA DRŽAVNI PRORAČUN IN DRUGA JAVNA FINANČNA SREDSTVA**

Predlog zakona nima posledic za državni proračun.

Predlog zakona ima posledice na javna finančna sredstva, s katerimi se financira Agencija za komunikacijska omrežja in storitve (AKOS). Ta pridobiva sredstva, potrebna za kritje stroške, ki jih ima z izvrševanjem svojih pristojnosti po ZAvMS, iz letnih plačil ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev. S predlogom zakona se krog zavezancev za letno plačilo širi tudi na ponudnike storitev platform za izmenjavo videov.

Za izvajanje nalog po ZAVMS agencija sama določi ustrezno število zaposlenih glede na njene potrebe dela, pri čemer upošteva tudi svoje obveznosti sodelovanja v skupini ERGA. Financiranje nalog in število zaposlenih se opredeli v programu dela in finančnem načrtu, ki ga agencija sprejeme po postopku, predpisanem v zakonu, ki ureja elektronske komunikacije.

Ker trenutno v Republiki Sloveniji trg ponudnikov storitev platform za izmenjavo videov še ni razvit oziroma ne obstaja, dejanskih posledic za javna finančna sredstva še ni za pričakovati.

#### **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 nima posledic za državni proračun.

#### **5. PRIKAZ UREDITVE V DRUGIH PRAVNIH SISTEMIH IN PRILAGOJENOSTI PREDLAGANE UREDITVE PRAVU EVROPSKE UNIJE**

Ker je direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah v svoji osnovi pravni instrument, katerega cilj je harmonizacija predpisov znotraj EU in njihova uskladitev s pravnim redom EU (*acquis communautaire*), primerjalni pregled ureditev v drugih državah članicah pokaže enake ali bistveno podobno rešitve, kot veljajo pri nas. Primerjalni pregled zato v tem primeru nima posebnega pomena.

Avstrija:

Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah je bila v pravni red Avstrije prenesena z zveznim zakonom »*Bundesgesetz über audiovisuelle Mediendienste (Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz – AMD-G)*«, ki je bil sprejet leta 2001.

Hrvaška:

Hrvaška je direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah prenesla v *Zakon o elektroničkim medijima*, ki je bil sprejet leta 2009.

Slovaška:

Prenos direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah je bil opravljen z Zakonom o radiodifuziji, retransmisiji in spremembah zakona o telekomunikacijah (*Zakon 308/2000 zo 14. septembra 2000 o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách*), ki je bil sprejet leta 2000.

(Izjava o skladnosti (oblika pdf) – izvoz iz baze RPS) – dokument bo pripravljen do faze medresorske obravnave predloga zakona

(Korelacijska tabela (oblika pdf) – izvoz iz baze RPS) – dokument bo pripravljen do faze medresorske obravnave predloga zakona

#### **6. PRESOJA POSLEDIC, KI JIH BO IMEL SPREJEM ZAKONA**

##### **6.1 Presoja administrativnih posledic**

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

Predlog zakona uvaja regulacijo ponudnikov platform za izmenjavo videov in uvaja

evidenco ponudnikov platform za izmenjavo videov.

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

Predlog zakona uvaja postopek prigrasitve ponudnikov platform za izmenjavo videov.

**6.2 Presoja posledic za okolje, vključno s prostorskimi in varstvenimi vidiki, in sicer za:**

Predlog zakona nima tovrstnih posledic.

**6.3 Presoja posledic za gospodarstvo, in sicer za:**

Predlog zakona ima posledice za gospodarstvo in potrošnike.

**6.4 Presoja posledic za socialno področje, in sicer za:**

Predlog zakona ima posledice za osebe z invalidnostmi.

**6.5 Presoja posledic za dokumente razvojnega načrtovanja, in sicer za:**

Predlog zakona nima tovrstnih posledic.

**6.6 Presoja posledic za druga področja**

Predlog zakona nima posledic za druga področja.

**6.7 Izvajanje sprejetega predpisa**

Predstavitel sprejetega zakona bo izvedlo Ministrstvo za kulturo v sodelovanju z Agencijo za komunikacijska omrežja in storitve. Širši javnosti bo zakon predstavljen prek sredstev javnega obveščanja (mediji, javna predstavitel, spletna predstavitel), ciljnim skupinam – izdajateljem televizijskih programov oz. ponudnikom avdiovizualnih medijskih storitev – pa pri posameznih vsebinskih področjih tudi na delavnicah.

Spremljanje izvajanja sprejetega predpisa bo potekalo zlasti prek rednega sodelovanja med Ministrstvom za kulturo in Agencijo za komunikacijska omrežja in storitve, zlasti prek obravnave njenih letnih programov dela in letnih poročil.

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

/

**7. PRIKAZ SODELOVANJA JAVNOSTI PRI PRIPRAVI PREDLOGA ZAKONA:**

Predlog zakona je bil poslan v javno obravnavo dne..., in sicer je bil objavljen na spletni strani Ministrstva za kulturo... in na portalu e-demokracija...

**8. PODATEK O ZUNANJEM STROKOVNJAKU OZIROMA PRAVNI OSEBI, KI JE SODELOVALA PRI PRIPRAVI PREDLOGA ZAKONA, IN ZNESKU PLAČILA ZA TA NAMEN:**

/

**9. NAVEDBA, KATERI PREDSTAVNIKI PREDLAGATELJA BODO SODELOVALI PRI DELU DRŽAVNEGA ZBORA IN DELOVNIH TELES**

- dr. Vasko Simoniti, minister
- dr. Ignacija Fridl Jarc, državna sekretarka
- Ivan Oven, v. d. generalnega direktorja Direktorata za medije
- Luka Nabergoj, sekretar
- Irena Ostrouška, sekretarka
- Skender Adem, sekretar
- Branko Jezovšek, podsekretar

## II. BESEDILO ČLENOV

### ZAKON O SPREMEMBAH IN DOPOLNITVAH ZAKONA O AVDIOVIZUALNIH MEDIJSKIH STORITVAH (ZAvMS-B)

#### 1. člen

V Zakonu o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. 87/11 in 84/15) se v 1. členu v prvem odstavku pred piko doda besedilo »in storitev platform za izmenjavo videov«.

Doda se tretji odstavek, ki se glasi:

»(3) S tem zakonom se v pravni red Republike Slovenije prenaša Direktiva 2018/1808/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. novembra 2018 o spremembi Direktive 2010/13/EU o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) glede na spreminjajoče se tržne razmere.«.

#### 2. člen

V 2. členu se prvi odstavek spremeni tako, da se glasi:

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

#### 3. člen

V 3. členu se v prvi alineji 1. točke za besedo »vsebin« doda besedilo »ali ločljivi del storitve«.

Za drugo točko se doda nova točka 2.a, ki se glasi:

»2.a Storitev platforme za izmenjavo videov pomeni storitev ali ločljivi del storitve, katere glavni namen ali bistvena funkcija je zagotavljanje programov ali videov, ki jih ustvarijo uporabniki in za katere ponudnik platforme nima uredniške odgovornosti, splošni javnosti za obveščanje, zabavo ali izobraževanje preko elektronskih komunikacijskih omrežij, kot so definirana v točki a) 2. člena Direktive 2002/21/ES. Ponudnik platforme za izmenjavo videov organizira programe in videe s prikazovanjem, označevanjem ali razvrščanjem, kar lahko izvaja tudi s samodejnimi orodji ali algoritmi. V primeru dvoma ali posredovanje programov ali videov predstavlja bistveno funkcijo storitve, se upošteva smernice Evropske komisije, ki urejajo praktično uporabo kriterija bistvene funkcije za storitve platform za izmenjavo videov.«.

V tretji točki se za besedno zvezo »celovečerne igrane filme« doda vejica in besedna zveza »video posnetke«. Za besedno zvezo »oddaje za otroke« se doda vejica in

besedna zveza »avdiovizualno komercialno sporočanje«.

Za tretjo točko se doda nova točka 3.a, ki se glasi:

»3.a Video, ki ga ustvari uporabnik pomeni niz gibljivih slik z ali brez zvoka, ki predstavlja posamezno poljubno dolgo enoto, ki jo ustvari uporabnik in jo ta ali drug uporabnik naloži na platformo za izmenjavo videov.«.

Za četrto točko se doda nova točka 4.a, ki se glasi:

»4.a Uredniška odločitev je odločitev, ki se redno sprejema za izvajanje uredniške odgovornosti in je povezana z vsakodnevnim delovanjem avdiovizualne medijske storitve.«.

V peti točki se za besedno zvezo »ni ponudnik« doda besedna zveza »avdiovizualne medijske storitve«.

Za peto točko se doda nova točka 5.a, ki se glasi:

»5.a Ponudnik platforme za izmenjavo videov je pravna ali fizična oseba, ki ponuja storitev platforme za izmenjavo videov.«.

V šesti točki se črta besedilo »analogna in«.

V sedmi točki se za besedno zvezo »televizijske dejavnosti« vejica nadomesti s piko in črta besedilo »in ki izvaja televizijsko dejavnost na podlagi in v skladu z dovoljenjem za izvajanje televizijske dejavnosti, kot ga določa zakon, ki ureja medije.«.

Deveta točka se spremeni tako, da se glasi:

»9. 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 videe, ki jih ustvarijo uporabniki, ali so vanje vključene zlasti v zameno za plačilo ali drugo podobno nadomestilo ali z namenom samooglaševanja. Promocijski namen se dokazuje z dejanjem ali načinom objave, vključitve ali sklicevanja na slikovno podobo blaga ali dejavnosti proizvajalca oziroma ponudnika, ki ni namenjen izključno obveščanju, izobraževanju ali zabavanju gledalca. Oblike avdiovizualnih komercialnih sporočil med drugim vključujejo televizijsko oglaševanje, sponzoriranje, televizijsko prodajo in promocijsko umeščanje izdelkov.«.

Enajsta točka se spremeni tako, da se glasi:

»11. Televizijsko oglaševanje pomeni vsako obliko sporočila, ki ga fizična ali pravna oseba predvaja z namenom neposredne ali posredne promocije zlasti v zameno za plačilo ali drugo podobno nadomestilo ali z namenom samooglaševanja, ter izključno v zameno za neposredno ali posredno promocijo 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. Oblike televizijskega oglaševanja so oglasi, informativno oglaševanje, samooglasi, plačana video obvestila in druge oblike televizijskega oglaševanja, ki jih v svojem splošnem aktu opredeli Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: agencija).«.

Trinajsta točka se spremeni tako, da se glasi:

»13. Prikrito avdiovizualno komercialno sporočilo pomeni besedno ali slikovno predstavljanje blaga, storitev, imena, blagovne znamke ali dejavnosti proizvajalca blaga ali ponudnika storitev v programskih vsebinah ali videih, kadar takšno predstavljanje služi ponudniku avdiovizualne medijske storitve ali ponudniku platforme za izmenjavo videov ali njegovemu uporabniku za posredno ali neposredno promocijo in bi utegnilo zavajati javnost glede svoje narave. Da je bilo prikrito oglaševalsko sporočilo objavljeno z namenom, se šteje zlasti takrat, kadar je bilo objavljeno za plačilo ali podobno nadomestilo in takrat, ko gre za poseg v odgovornost ali uredniško neodvisnost ponudnika medijskih storitev oziroma producenta videa in ko so blago, storitev, ime, blagovna znamka ali dejavnost proizvajalca blaga ali ponudnika storitev neupravičeno postavljeni v ospredje.«.

Štirinajsta točka se spremeni tako, da se glasi:

»14. Sponzoriranje pomeni katerokoli obliko prispevanja in vsak prispevek s strani fizičnih ali pravnih oseb, ki ne izvajajo dejavnosti ponujanja avdiovizualnih medijskih storitev ali storitev platforme za izmenjavo videov ali produkcije avdiovizualnih del ali produkcije videov, ki jih ustvarjajo uporabniki, k financiranju avdiovizualnih medijskih storitev, z namenom promocije ali uveljavitve svojega imena ali firme, blagovne znamke, podobe, dejavnosti ali izdelka.«.

Sedemnajsta točka se spremeni tako, da se glasi:

»17. Promocijsko umeščanje izdelkov pomeni kakršnokoli obliko avdiovizualnega komercialnega sporočanja, ki z namenom promocije vključuje ali se sklicuje na izdelek, storitev ali njuno blagovno znamko, tako da se jih pokaže v programski vsebini ali v videu, ki ga ustvari uporabnik, zlasti v zameno za plačilo ali podobno nadomestilo.«.

V dvajseti točki se na koncu doda stavek »Evropska avdiovizualna dela po tem zakonu niso poročila, športni dogodki, igre, oglaševanje, televizijska prodaja in video strani.«.

Dodajo se 27., 28., 29. in 30. točka, ki se glasijo:

»27. Letni prihodek ponudnika avdiovizualne medijske storitve pomeni prihodek, ki ga le-ta ustvari v posameznem koledarskem letu v zvezi z opravljanjem televizijske dejavnosti, s ponujanjem avdiovizualne medijske storitve na zahtevo oziroma ponujanjem storitve platforme za izmenjavo videov.

28. Kinematografsko delo pomeni avdiovizualno delo namenjeno predvsem prikazovanju v kinematografih.

29. Oddaja za varstvo potrošnikov je specializirana oddaja, ki z namenom varovanja potrošniških pravic gledalcu kot potrošniku zagotavlja objektivna dejstva o izdelkih in storitvah ponudnikov na tržišču.

30. Svetovalna oddaja je oddaja, ki na način posebnega navajanja izdelka, storitve oziroma blagovne znamke z namenom obveščanja in izobraževanja gledalcu posreduje informacijo, mnenje, nasvet ali oceno o njihovem nakupu.«.

#### **4. člen**

V naslovu 4. člena se za besedo »Slovenije« doda besedilo »nad ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev«.



V vseh odstavkih se besedi »ponudnik« doda »avdiovizualnih medijskih storitev«.

V drugem odstavku 4. člena se besedilo »vključene v opravljanje dejavnosti razširjanja programskih vsebin« črta in nadomesti z besedilom »ki opravlja dejavnost avdiovizualnih medijskih storitev v zvezi s programi«.

## **5. člen**

V 5. členu se v prvem odstavku črta besedilo »za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: agencija)«.

## **6. člen**

6. člen se spremeni tako, da se glasi:

### **»6. člen**

#### **(sodelovanje med regulatornimi organi držav članic Evropske unije)**

(1) Agencija drugi državi članici Evropske unije ali Evropski komisiji na njuno zahtevo predloži informacije oziroma podatke, še zlasti, kadar je to potrebno za izvedbo postopkov po 4., 5., 6. ali 12. členu tega zakona.

(2) Agencija lahko spremlja izvajanje Direktive 2018/1808/EU s strani ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev, ki sodijo pod pristojnost drugih držav članic Evropske unije, kadar so njihove storitve ciljno usmerjene na ozemlje Republike Slovenije. V primeru suma kršitev agencija o tem obvesti pristojni organ države, pod katere pristojnost sodi posamezni ponudnik.

(3) Agencija v postopkih, določenih v 3. in 4. členu Direktive 2018/1808/EU, kot kontaktni organ zastopa Republiko Slovenijo, kadar so v teh postopkih obravnavani ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev pod pristojnostjo Republike Slovenije ali ponudniki pod pristojnostjo drugih držav članic Evropske unije v zvezi s storitvami, ki so dostopne na ozemlju Republike Slovenije.

(4) Agencija lahko za izvajanje svojih pristojnosti na področjih, ki jih ureja ta zakon, sprejme ustrezne ukrepe iz drugega odstavka 39. člena tega zakona zoper ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev, ki ne sodijo pod pristojnost Republike Slovenije, sodijo pa pod pristojnost druge države članice Evropske unije, kadar so za to izpolnjeni pogoji iz 3. oziroma 4. člena Direktive 2018/1808/EU. Pod istimi pogoji lahko agencija te ukrepe naloži tudi operaterjem elektronskih komunikacij, ki omogočajo razširjanje avdiovizualnih medijskih storitev. Kakršnikoli ukrepi agencije iz tega odstavka morajo biti skladni s pravom Evropske unije.

(5) Agencija kot članica sodeluje v skupini evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve (skupina ERGA).«.

## **7. člen**

V 7. členu se v prvem odstavku za besedo »ponudnik« doda besedilo »na svoji spletni strani«.

Za tretjo alinejo se vstavi nova alineja:

»- podatke o osebah, ki imajo najmanj pet odstotni lastniški ali upravljavski delež oziroma delež glasovalnih pravic v premoženju ponudnika,«.

Šesti odstavek se črta.

## **8. člen**

V 8. členu se v drugem odstavku za besedo »ponudniki« doda besedilo »avdiovizualnih medijskih storitev«.

Doda se nov tretji odstavek, ki se glasi:

»(3) Avdiovizualnih programskih vsebin se v komercialne namene ne sme prekinjati, prekrivati ali spreminjati, razen z izrecnim soglasjem ponudnika avdiovizualne medijske storitve.«.

## **9. člen**

V 9. členu se v prvem odstavku za besedo »vojni« doda vejica in besedilo »ščuvati k storitvi terorističnih dejanj,«.

Doda se nov tretji odstavek, ki se glasi:

»(3) O ravnanjih iz tega člena odloča pristojno sodišče v skladu s kazensko zakonodajo.«.

## **10. člen**

11. člen se spremeni tako, da se glasi:

»(1) Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev postopno izboljšujejo dostopnost do svojih storitev za invalidne osebe.

(2) O izvrševanju obveznosti iz prejšnjega odstavka ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev poročajo agenciji na vsake tri leta.

(3) Agencija upravlja invalidnim osebam na enostaven način dostopno spletno kontaktno točko. Na njej zagotavlja informacije in omogoča prejemanje pritožb v zvezi z dostopnostjo iz tega člena. Agencija sprejme splošni akt, v katerem uredi postopek obravnave pritožb.

(4) Javna sporočila in obvestila ter nujne informacije ob naravnih nesrečah, ki so objavljene preko avdiovizualnih medijskih storitev, morajo biti posredovane na invalidnim osebam dostopen način.«.

## **11. člen**

Za 11. členom se doda nov 11.a člen, ki se glasi:

**»11.a člen  
(medijska pismenost)**

(1) Republika Slovenija v skladu z zakonom, ki ureja medije, spodbuja medijsko pismenost, ki se nanaša na spretnosti, znanje in razumevanje, ki uporabnikom omogočajo učinkovito in varno rabo medijev ter avdiovizualnih medijskih storitev.

(2) Agencija z namenom varstva končnih uporabnikov elektronskih medijev z izvajanjem projektov medijskega opismenjevanja na področjih, ki jih v okviru svojih pristojnosti regulira, prebivalce Republike Slovenije ozavešča za kompetentno in odgovorno uporabo elektronskih medijev.«.

**12. člen**

V 12. členu se za besedilom »Direktive 2010/13/EU« doda besedilo »in Direktive 2018/1808/EU«.

**13. člen**

14. člen se spremeni tako, da se glasi:

**»14. člen  
(zaščita otrok in mladoletnikov v avdiovizualnih medijskih storitvah)**

(1) Programske vsebine, ki bi lahko škodovalе telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, se razvrsti v eno od naslednjih kategorij:

- primerno za vse otroke z vodstvom staršev,
- neprimerno za otroke do 12. leta,
- neprimerno za otroke do 15. leta,
- neprimerno za otroke in mladoletnike do 18. leta in
- vsebine za odrasle.

(2) Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev morajo pred začetkom predvajanja programskih vsebin iz prvega odstavka tega člena objaviti ustrezno akustično in vizualno opozorilo, med predvajanjem pa morajo biti programske vsebine ves čas označene z ustreznim vizualnim simbolom. Akustično in vizualno opozorilo ter vizualni simbol gledalcem zagotavljajo informacijo, da gre za programsko vsebino, ki sodi v eno izmed kategorij, določenih v prvem odstavku tega člena.

(3) Če se v informativnih programskih vsebinah pojavijo prizori, ki bi lahko škodovali telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov ter se jih upravičeno predvaja z namenom informiranja javnosti (prizori prometnih in naravnih nesreč ter njihovih žrtev, prizori vojnega nasilja ipd.), mora biti dovolj zgodaj pred njihovim predvajanjem objavljeno ustrezno opozorilo voditelja oddaje gledalcem oziroma drugo ustrezno opozorilo. Ponudniku omenjene programske vsebine ni treba označiti skladno z drugim odstavkom tega člena.

(4) Programske vsebine iz prvih dveh alinej prvega odstavka tega člena, se lahko predvaja časovno neomejeno in brez tehnične zaščite.

(5) Programske vsebine iz prvega odstavka tega člena, ki niso primerne za

otroke in mladoletnike do 15. leta, se lahko na linearnih avdiovizualnih medijskih storitvah predvajajo po 20. uri in najkasneje do 5. ure, na nelinearnih avdiovizualnih medijskih storitvah pa so lahko dostopne časovno neomejeno in brez tehnične zaščite.

(6) Programske vsebine, ki niso primerne za otroke in mladoletnike do 18. leta, se lahko na linearnih avdiovizualnih medijskih storitvah predvajajo po 23. uri in najkasneje do 5. ure, na nelinearnih medijskih storitvah pa so lahko dostopne časovno neomejeno, vendar morajo biti zaščitene s tehnično zaščito.

(7) Vsebine za odrasle so lahko prek linearnih avdiovizualnih medijskih storitev dostopne časovno neomejeno, vendar je njihovo predvajanje dovoljeno le na kodiranih programih s tehnično zaščito, ki zagotavlja, da jih otroci in mladoletniki praviloma ne bodo mogli slišati ali videti. Na nelinearnih medijskih storitvah so lahko dostopne časovno neomejeno, vendar morajo biti zaščitene s tehnično zaščito in uvrščene v poseben del kataloga, tako da so ločene od drugih programskih vsebin.

(8) Tehnična zaščita iz tega člena pomeni omejitev dostopa 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, geslo). Dostop mora biti privzeto zaklenjen, uporabnik pa mora imeti možnost nastavitve dostopa, pri čemer lahko dobi dovoljenje za ogled zgolj polnoletna oseba, ki se jo seznanila z namenom tehnične zaščite in se ji zagotovi natančna navodila za njeno uporabo.

(9) Za zagotovitev tehnične zaščite ter objavo ustreznih opozoril in simbolov iz tega člena je odgovoren ponudnik avdiovizualne medijske storitve.

(10) Operater elektronskih komunikacij ali ponudnik avdiovizualnih medijskih storitev morata pri ponujanju avdiovizualnih medijskih storitev, ki so plačljive, zagotoviti takšno razčlenitev računa, da so za posamezno obračunsko obdobje razvidna naročila in plačila posamezne storitve, vključno z zneskom, datumom in časom nakupa, ogleda ali poslušanja.

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

(12) Agencija s splošnim aktom opredeli programske vsebine iz tega člena, stopnjo njihove zaščite, načine njihovega razvrščanja in označevanja ter smernice za njihovo predvajanje.

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

#### **14. člen**

15. člen se črta.

#### **15. člen**

V 16. členu se spremeni drugi odstavek tako, da se glasi:

»(2) Delež evropskih del mora obsegati najmanj 30 odstotkov celotnega števila

del v katalogu ponudnika avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo v posameznem koledarskem letu. Kot posamezno delo se upošteva celovečerni film, celotna sezona TV serije ipd. Pri izračunu obveznega deleža evropskih del se upošteva smernice Evropske komisije, ki urejajo izračun deleža evropskih del v katalogih ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo.«.

Spremeni se tretji odstavek tako, da se glasi:

»(3) Evropska dela iz prejšnjega odstavka morajo biti postavljena na opazno mesto in ustrezno promovirana. To lahko ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo zagotovijo s posebnim razdelkom za evropska dela, do katerega je mogoče dostopati z domače strani storitve, z možnostjo iskanja evropskih del v iskalniku, ki je na voljo v okviru storitve, z uporabo evropskih del v kampanjah za storitve, z vsaj 30 odstotnim deležem evropskih del, ki se promovirajo v katalogu te storitve ipd.«.

Doda se nov deveti odstavek, ki se glasi:

»(9) Določbe tega člena se ne uporablja za ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev z nizkim prometom ali majhnim občinstvom v skladu s smernicami Evropske komisije, ki opredeljujejo kaj se šteje za nizek promet in majhno občinstvo.«.

## **16. člen**

Za 16. členom se doda nov 16.a člen, ki se glasi:

### **»16.a člen (prispevki za razvoj evropskih avdiovizualnih del)**

(1) Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev so zavezani prispevati najmanj 10 odstotkov bruto letnega prihodka ustvarjenega v Republiki Sloveniji za razvoj, produkcijo ali promocijo evropskih avdiovizualnih del. Kot prispevek se upoštevajo:

- neposredna vlaganja v razvoj scenarija in v snemanje evropskega avdiovizualnega dela;
- neposredna vlaganja v obnovo in restavracijo starejših evropskih avdiovizualnih del v skladu s prednostnim seznamom, potrjenim s strani ministrstva, pristojnega za kulturo;
- nakup licenčnih pravic za evropska avdiovizualna dela.

(2) Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev, ki nimajo sedeža v Republiki Sloveniji ali Republika Slovenija nima pristojnosti nad njimi v skladu s pogoji, določenimi v 4. členu tega zakona, in katerih storitve so ciljno usmerjene na ozemlje Republike Slovenije, so zavezani v skladu z določbo prvega odstavka tega člena. Pri določanju ponudnikov, ki so zavezani k prispevku se upoštevajo naslednja merila:

- oglaševanje, namenjeno gledalcem Republike Slovenije;
- jezik storitve programov in oglaševanja ter drugih promocijskih dejavnosti, vključno s podnaslavljanjem in sinhronizacijo;
- število naročnikov v Republiki Sloveniji.

(3) Določba prvega odstavka tega člena se ne uporablja 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.

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

programe, namenjene izključno samooglaševanju.

(5) Določbe prvega odstavka tega člena se ne uporablja za ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev z nizkim prometom ali majhnim občinstvom v skladu s smernicami Evropske komisije, ki opredeljujejo kaj se šteje za nizek promet in majhno občinstvo.

(6) Prihodki iz prvega odstavka tega člena se nanašajo na prihodke od oglaševanja in prihodke od naročnine, ki jih v Republiki Sloveniji ustvarijo ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev. Podatke o prihodkih od oglaševanja in naročnin so v obliki računovodskih poročil, ki jih potrdijo neodvisna revizijska podjetja, dolžni predložiti ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev.

(7) Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev s sedežem v Republiki Sloveniji in ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev s sedežem v drugih državah članicah EU, katerih ciljno občinstvo je v Republiki Sloveniji, ki ne vlagajo v evropska avdiovizualna dela najmanj v višini določeni v prvem odstavku tega člena, razliko do tega zneska plačajo v sklad za evropski filmski program. S skladom v obliki namenske proračunske postavke upravlja ministrstvo pristojno za film.«.

#### **17. člen**

V 22. členu se v prvem odstavku za besedo »izdelke,« doda besedilo »za elektronske cigarete in posodice za ponovno polnjenje in za«.

#### **18. člen**

V 23. členu se v prvem in tretjem odstavku za besedo »ponudniki« doda besedilo »avdiovizualnih medijskih storitev«.

#### **19. člen**

V 25. členu se tretji odstavek spremeni tako, da se glasi:

»(3) Sponzoriranje s strani fizičnih ali pravnih oseb, katerih dejavnost je proizvodnja ali prodaja tobaka, in tobačnih izdelkov, ter elektronskih cigaret in posodic za ponovno polnjenje, urejajo posebni predpisi.«.

#### **20. člen**

26. člen se spremeni tako, da se glasi:

#### **»26. člen (promocijsko umeščanje izdelkov)**

(1) Promocijsko umeščanje izdelkov je dovoljeno v vseh avdiovizualnih medijskih storitvah, razen v otroških, verskih in informativnih avdiovizualnih programskih vsebinah, kot so poročila in dnevnoinformativne oddaje, ter v oddajah za zaščito potrošnikov in svetovalnih oddajah.

(2) Promocijsko umeščanje izdelkov, ki je v skladu s tem zakonom, se ne šteje

za prikrito komercialno sporočilo.

(3) Prepovedano je promocijsko umeščanje izdelkov, za katere velja prepoved oglaševanja oziroma prepoved avdiovizualnih komercialnih sporočil po tem ali drugih zakonih.

(4) Programske vsebine, ki vsebujejo promocijsko umeščanje izdelkov, morajo izpolnjevati naslednje zahteve:

- promocijsko umeščanje izdelkov ne vpliva na vsebino ali razvrstitev v sporedu televizijskega programa ali na razvrstitev v katalogu medijskih storitev na zahtevo tako, da bi posegalo v odgovornost in uredniško neodvisnost ponudnika avdiovizualne medijske storitve,

- 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, ki moti naraven potek vsebine;

- s promocijskim umeščanjem izdelkov se ne sme izdelkom ali storitvam pripisovati neutemeljenega pomena, to pomeni, da izdelki ali storitve ne sodijo v kontekst vsebine in so neupravičeno postavljeni v ospredje,

- gledalec oziroma uporabnik mora biti jasno seznanjen s promocijskim umeščanjem izdelka v programski vsebini z ustreznim vizualnim simbolom na začetku, po morebitnih prekinitvah in na koncu vsebine. Obveznost označevanja ne velja za programsko vsebino, ki je ni niti ustvaril niti naročil izdajatelj sam ali z njim povezana oseba.

(5) Določbe tega člena ne veljajo za programske vsebine, nastale pred 19. decembrom 2009.

(6) Agencija s splošnim aktom natančneje določi način označevanja programskih vsebin iz četrte alineje četrtega odstavka tega člena.«.

## **21. člen**

V 28. členu se na koncu petega odstavka doda stavek »Otroških oddaj se ne sme prekinjati s televizijsko prodajo.«.

## **22. člen**

V 30. členu se drugi odstavek spremeni tako, da se glasi:

»(2) Televizijska prodaja tobaka in tobačnih izdelkov, elektronskih cigaret in posodic za ponovno polnjenje ter alkoholnih pijač je prepovedana.«.

## **23. člen**

V 32. členu se prvi odstavek spremeni tako, da se glasi:

»(1) Skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v televizijskem programu ne sme preseči 20 % časa med 6.00 in 18.00 uro ter 20 % časa med 18.00 in 24.00 uro.«.

Drugi odstavek in tretji odstavek se črtata.

V šestem odstavku se pred piko na koncu stavka doda besedilo »ter na

napovedi sponzorstev«.

## **24. člen**

V 33. členu se v tretjem odstavku za besedo »storitve« doda besedilo »na zahtevo«, za besedo »ponudnik« pa se doda besedilo »avdiovizualnih medijskih storitev«.

## **25. člen**

V 34. se drugi odstavek spremeni tako, da se glasi:

»(2) Za neplačljivi televizijski program se šteje program, za spremljanje katerega ni potrebno dodatno plačilo, pri čemer za dodatno plačilo ne štejejo plačilo prispevka za programe Radiotelevizije Slovenija in plačilo storitev televizije za programsko shemo, ki je dostopna vsem naročnikom storitev televizije pri posameznem operaterju elektronskih komunikacij. vzdrževanja izvajalcem storitev distribucije televizijskih vsebin končnim uporabnikom ne štejejo za dodatno plačilo. Za prenos se štejeta neposreden prenos dogodka ali kasnejši prenos, v celoti ali delno, kadar je to potrebno iz objektivnih razlogov ali je v interesu javnosti.«.

Tretji odstavek se spremeni tako, da se glasi:

»(3) Dogodek iz tega člena mora prenašati izdajatelj v televizijskem programu, za katerega ni potrebno dodatno plačilo (neplačljiv televizijski program), pri čemer ta televizijski program spremlja več kot vsaj 60 odstotkov prebivalcev Republike Slovenije. Šteje se, da pogoj 60 odstotnega spremljanja televizijskega programa s strani prebivalcev Republike Slovenije izpolnjujejo vsi prosto dostopni televizijski programi izdajateljev, ki se razširjajo na nacionalnem prizemnem radiodifuznem omrežju.«.

Četrty odstavek se spremeni tako, da se glasi:

»(4) Za namen izračuna pokritosti prebivalcev Republike Slovenije v zvezi s spremljanjem televizijskega programa iz prejšnjega odstavka tega člena, se uporabi seštevek priključkov posameznega operaterja elektronskih komunikacij z vključeno storitvijo televizije, podatek Statističnega urada Republike Slovenije (SURS) v zvezi s povprečno velikostjo gospodinjstva in podatek SURS o številu vseh prebivalcev Slovenije.«.

## **26. člen**

V 36. členu se spremeni naslov tako, da se glasi:

»(priglasitev avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo in storitev platform za izmenjavo videov)«.

V prvem odstavku se za besedo »zahtevo« doda besedilo »in ponudnik platforme za izmenjavo videov«.

V drugem odstavku se za tretjo alinejo dodata alineji:

- »- sedež uredništva za ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo,
- druge podatke, ki vplivajo na pristojnost Republike Slovenije v skladu s 4. ali 38.a členom tega zakona,«.



V tretjem odstavku se število »30« spremeni v število »14«.

## **27. člen**

V 37. členu se v prvem in drugem odstavku besedilo »uradni evidenci« spremeni v besedilo »uradne evidence«.

V prvem odstavku se na koncu druge alineje pika spremeni v podpičje ter doda tretja alineja:

»- evidenco ponudnikov platform za izmenjavo videov.«.

V četrtem odstavku se za tretjo alinejo doda alineja:

»- sedež uredništva,«.

Dodata se nova peti in šesti odstavek, ki se glasita:

»(5) V uradni evidenci ponudnikov platform za izmenjavo videov agencija obdeluje naslednje podatke:

- ime platforme in njena identifikacija,
- osebno ime, naslov in davčna številka za fizične osebe,
- firma, sedež, davčna številka, matična številka in zakoniti zastopnik za pravne osebe,
- navedba merila iz 38.a člena tega zakona, na podlagi katerega platforma sodi pod pristojnost Republike Slovenije,
- poravnavanje obveznosti ponudnikov, ki izvirajo iz tega zakona,
- kaznovanje zaradi kršitev določb tega zakona.

(6) Agencija seznam ponudnikov platform za izmenjavo videov pod pristojnostjo Republike Slovenije posreduje Evropski komisiji. Prav tako ji posreduje vsako spremembo tega seznama.«.

Dosedanji peti, šesti in sedmi odstavek postanejo sedmi, osmi in deveti odstavek.

## **28. člen**

38. člen se spremeni tako, da se glasi:

### **»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 oziroma vpisa v uradno evidenco ponudnikov platform za izmenjavo videov so izdajatelji televizijskih programov oziroma ponudniki zavezanci za letno plačilo agenciji (v nadaljevanju: zavezanci). 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 medijev, pri čemer ne sme omejevati konkurence. Pri tem upošteva višino letnega prihodka, ki ga pridobi zavezanec, ter vrsto programa oziroma storitve. Glede na višino letnega prihodka in vrsto storitve so zavezanci razvrščeni v razrede. Plačilo

posameznih zavezancev, ki so razvrščeni v isti razred, je enako visoko.

(3) Posamezen zavezanec iz prvega odstavka tega člena mora vsako leto do 31. marca obvestiti agencijo o višini prihodkov iz prejšnjega odstavka iz preteklega leta (v nadaljevanju: letni prihodek zavezanca). Če zavezanec iz prvega odstavka tega člena do tega roka tega ne stori, upošteva agencija kot prihodek iz prejšnjega odstavka celotni prihodek zavezanca iz preteklega leta, pridobljen na podlagi podatkov Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (v nadaljevanju: AJPES) in zavezancu v skrajšanem postopku izda odločbo o odmeri plačila. Zavezanec letni prihodek, ki ga sporoča agenciji na podlagi tega člena, vodi v posebni računovodski evidenci oziroma kontu, ločeno od ostalih prihodkov, v skladu s predpisi, ki urejajo računovodstvo. V letni prihodek zavezanca na podlagi določb tega zakona se vštevajo zlasti:

- prihodki iz naslova trženja televizijskih programov oziroma trženja oglaševalskega časa (prihodki iz naslova televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje ter prihodki iz naslova sponzoriranja in promocijskega umeščanja izdelkov v televizijskih programih oziroma v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo),
- prihodki in naslova oglaševanja v storitvah platform za izmenjavo videov,
- prihodki iz naslova prodaje programskega časa oziroma prostora znotraj televizijskih programov oziroma avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo,
- prihodki iz naslova plačljivih telefonskih klicev znotraj programskih vsebin televizijskega programa oziroma avdiovizualne medijske storitve na zahtevo,
- prihodki iz naslova plačil operaterjev oziroma končnih uporabnikov,
- prihodki od prodaje lastnih programskih vsebin, predvajanih v lastnem programu oziroma v avdiovizualni medijski storitvi na zahtevo, drugim naročnikom,
- prihodki iz javnih sredstev, namenjeni ustvarjanju oziroma produkciji, razširjanju ali arhiviranju programskih vsebin, pridobljeni na podlagi razpisov ministrstva za sofinanciranje programskih vsebin televizijskih programov oziroma avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, vključno tistih s statusom programa posebnega pomena,
- prihodki, pridobljeni s strani občin oziroma lokalnih skupnosti za pokrivanje stroškov produkcije, razširjanja ali arhiviranja programskih vsebin televizijskega programa oziroma avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo,
- del prihodkov iz naslova naročnine za programe javnega zavoda Radiotelevizije Slovenije, ki se nanaša na izvajanje televizijske dejavnosti oziroma dejavnost ponujanja avdiovizualne medijske storitve na zahtevo,
- prihodki, pridobljeni s strani evropskih projektov, ki so namenjeni pokrivanju stroškov produkcije, razširjanja ali arhiviranja programskih vsebin televizijskih programov oziroma avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo.

(4) Če agencija sumi o resničnosti podatkov, ki jih je sporočil zavezanec v zvezi z letnim prihodkom, lahko agencija ali izvedenec pooblaščen revizor (v nadaljnjem besedilu: revizor) po izboru agencije pregleda podatke in oceni prihodek na stroške tega zavezanca. Za namen ocene prihodka lahko agencija od zavezanca zahteva predložitev dokazil o njegovih celotnih prihodkih, razvidnih iz AJPES. Če ocenjeni prihodek bistveno odstopa od sporočenega prihodka iz tretjega odstavka tega člena, agencija pri izračunu upošteva ocenjeni prihodek.

(5) Ugotavljanje suma v zvezi z resničnostjo podatkov o letnem prihodku zavezanca po tretjem odstavku tega člena, agencija presoja zlasti na podlagi naslednjih kriterijev:

- razlike med sporočenim letnim prihodkom in celotnimi prihodki zavezanca, razvidnimi iz AJPES, za preteklo leto,
- izjave zavezanca, da je televizijska dejavnost, dejavnost ponujanja avdiovizualnih storitev na zahtevo oziroma dejavnost ponujanja storitev platforme za izmenjavo videov

- njegova primarna dejavnost,
- ekonomske upravičenosti postopka v zvezi s sumom o resničnosti podatkov v zvezi z letnim prihodkom zavezanca,
  - ugotovitev v zvezi z zavezančevimi prihodki iz preteklih revizijskih postopkov.

(6) Če zavezanec s predložitvijo dokazil ne uspe izkazati razlike med njegovimi celotnimi prihodki iz AJPES in sporočenim letnim prihodkom iz tretjega odstavka tega člena oziroma na poziv agencije ne predloži dokazil o prihodkih iz petega odstavka tega člena, predstavljajo celotni prihodki zavezanca iz AJPES osnovo za letno plačilo agencije, zmanjšano za višino prihodkov, za katere je zavezanec nedvomno dokazal, da ne izvirajo iz televizijske dejavnosti oziroma dejavnosti ponujanja avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo. V temu primeru agencija izda odločbo o letnem plačilu na podlagi 167. člena zakona, ki ureja splošni upravni postopek.

(7) Rok za izdajo odločbe o odmeri plačila zaradi suma agencije iz petega četrtega odstavka tega člena je šest mesecev od prejema zahtevanih dokazil s strani zavezanca, ki agenciji oziroma revizorju omogočajo oceno prihodka.

(8) Agencija lahko na podlagi suma iz petega odstavka tega člena zaradi zagotovitev sredstev za izvrševanje svojih pristojnosti na področju tega zakona izda začasne odločbe o letnem plačilu po pravilih skrajšanega postopka pred končanjem postopka v zvezi z letnimi plačili. V temu primeru predstavlja sporočeni letni prihodek zavezanca iz tretjega drugega odstavka tega člena začasno osnovo za letno plačilo, ki se upošteva pri končnem izračunu letnega plačila zavezanca.

(9) Agencija ne izda odločbe o odmeri plačila, če je pred izdajo zoper zavezanca začel stečajni postopek po določbah zakona, ki ureja finančno poslovanje, postopke zaradi insolventnosti in prisilnega prenehanja.

(10) Višina 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. Tarifa se objavi v Uradnem listu Republike Slovenije skupaj z njeno obrazložitvijo in začne veljati po tej objavi.

(11) 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.«.

## **29. člen**

Za 38. členom se vstavi novo deveto poglavje z naslovom »Storitve platform za izmenjavo videov«.

Dosedanje deveto in deseto poglavje postaneta deseto in enajsto poglavje.

## **30. člen**

Za 38. členom se vstavijo novi 38.a, 38.b, 38.c in 38.d člени, ki se glasijo:

**»38.a člen**  
**(pristojnost nad ponudniki storitev platform za izmenjavo videov)**

(1) Ponudnik storitve platforme za izmenjavo videov spada pod pristojnost Republike Slovenije, če ima sedež v Republiki Sloveniji.

(2) Za namen tega zakona se šteje, da ima ponudnik storitve platforme za izmenjavo videov, ki nima sedeža na ozemlju nobene države članice, sedež v Republiki Sloveniji, če:

- ima matično ali odvisno podjetje s sedežem na ozemlju Republike Slovenije,
- je del skupine, v kateri je tudi podjetje, ki ima sedež v Republiki Sloveniji.

(3) Če imajo matično, odvisno ali druga podjetja iz skupine sedeže v različnih državah članicah, se za potrebe drugega odstavka tega člena šteje, da ima ponudnik platforme za izmenjavo videov sedež, kjer ima sedež njegovo matično podjetje, če to ne obstaja, sedež, kjer ima sedež njegovo odvisno podjetje, in, če tudi to ne obstaja, sedež, kjer ima sedež drugo podjetje iz skupine.

(4) Kadar imajo odvisna podjetja sedeže v različnih državah članicah, se za potrebe tretjega odstavka tega člena šteje, da ima ponudnik platforme za izmenjavo videov sedež v državi članici, v kateri je eno izmed odvisnih podjetji prvič začelo opravljati dejavnost, pod pogojem, da vzdržuje stabilno in učinkovito vez z gospodarstvom te države.

(5) Kadar imajo podjetja iz skupine sedeže v različnih državah članicah, se za potrebe tretjega odstavka tega člena šteje, da ima ponudnik platforme za izmenjavo videov sedež v državi članici, v kateri je prvo izmed podjetji iz skupine pričelo opravljati dejavnost, pod pogojem, da vzdržuje stabilno in učinkovito vez z gospodarstvom te države.

**38.b člen**  
**(obveznosti ponudnikov storitev platform za izmenjavo videov)**

(1) Ponudniki platform za izmenjavo videov, v pristojnosti Republike Slovenije so dolžni sprejeti ustrezne ukrepe za zaščito:

- mladoletnikov pred programi, videi in avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, ki bi lahko škodovali njihovem telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju;
- splošne javnosti pred programi, videi in avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, ki so prepovedani na podlagi prvega odstavka 9. člena tega zakona;
- splošne javnosti pred programi, videi in avdiovizualnimi sporočili, ki so kazniva dejanja in sicer: kaznivo dejanje Ščuvanje in javno povelečevanje terorističnih dejanj (110. člen Kazenskega zakonika (KZ-1)), kaznivo dejanje Prikazovanje, izdelava, posest in posredovanje pornografskega gradiva (tretji odstavek 176. člena KZ-1) in kaznivo dejanje Javno spodbujanje sovraštva, nasilja in nestrpnosti (297. člen KZ-1).

(2) Ponudniki morajo oblikovati in javno objaviti pravila, v katerih določijo:

- prepoved objavljanja videov, ki so v nasprotju z določbami prejšnjega odstavka tega člena;
- možnost podaje pritožbe zaradi kršitve navedenih pravil;
- postopek za obravnavo pritožb;

- ukrepe za odstranitev nezakonite vsebine oz. prenehanje njenega razširjanja.

(3) Sistem za podajo in obravnavo pritožbe iz prejšnjega člena mora biti pregleden in uporabniku prijazen. Pritožniku mora biti na primeren način in v primernem času pojasnjeno kako je bila njegova pritožba rešena.

(4) Ukrepi, za zagotovitev izpolnjevanja prve alineje prvega odstavka tega člena so zlasti:

- vzpostavitev in upravljanje sistema za preverjanje starosti uporabnikov platform za izmenjavo video;
- zagotavljanje sistema starševskega nadzora, ki ga upravlja končni uporabnik.

(5) Osebni podatki mladoletnikov, ki jih na podlagi ukrepov iz prejšnjega odstavka zberejo ali drugače ustvarijo ponudniki platform za izmenjavo videov, se ne smejo obdelovati v komercialne namene, kot so neposredno trženje, profiliranje ali vedenjsko usmerjeno oglaševanje.

(6) Agencija presoja ustreznost ukrepov iz tega člena.

### **38.c člen**

#### **(izvensodno reševanje sporov med uporabniki in ponudniki platform za izmenjavo videov)**

(1) V primeru, da ponudnik platforme za izmenjavo videov pritožbi uporabnika v zvezi z ukrepi iz prvega do petega odstavka prejšnjega člena ne ugodil, ima uporabnik pravico pred agencijo vložiti predlog za rešitev spora.

(2) Reševanje sporov iz prvega odstavka tega člena ne posega v morebitno sodno pristojnost. Če katera koli stranka med postopkom reševanja spora pred agencijo o isti zadevi začne pravdo pred pristojnim sodiščem ali zahtevek za rešitev spora umakne, se postopek reševanja spora pred agencijo ustavi.

(3) Uporabnik lahko predlog za rešitev spora pred agencijo vloži najkasneje v 15 dneh od dneva, ko je od ponudnika platform za izmenjavo videov prejel odgovor, da njegovi pritožbi ne bo ugodil. Če ponudnik platforme za izmenjavo videov na pritožbo ne odgovori v predpisanem roku, se šteje, da pritožbi ni ugodil.

(4) Agencija si prizadeva rešiti spor v posredovalnem postopku na način da z uporabo mediacijskih tehnik strankam pomaga pri iskanju sporazumne rešitve. Če sporazumna rešitev spora med uporabnikom in ponudnikom platforme za izmenjavo videov ni mogoča, agencija postopek nadaljuje in o sporu odloči z upravno odločbo.

(5) Agencija izda odločbo iz prejšnjega odstavka v najkrajšem mogočem času, vendar najpozneje v dveh mesecih od ugotovitve, da sporazumna rešitev spora ni mogoča.

(6) Če agencija vlagatelju predloga za rešitev spora pošlje predlog za sporazumno rešitev, ki ga je pripravila nasprotna stran, vlagatelj pa nanj v za to postavljenem roku ne odgovori, se šteje, da je pristal na ponujeno rešitev in umaknil zahtevek.

(7) Če vlagatelj predloga za rešitev spora ne pride na ustno obravnavo, čeprav je bil nanjo pravilno vabljen, in v določenem roku ne odgovori na prejeti zapisnik o opravljeni ustni obravnavi, se šteje, da je umaknil zahtevek. Agencija mora vlagatelja predloga za rešitev spora opozoriti na posledice, ki ga doletijo, če v določenem roku ne

odgovori na predloženi zapisnik.

(8) V postopku reševanja sporov agencija uporablja določbe zakona, ki ureja splošni upravni postopek, kadar s tem zakonom ni določeno drugače. Agencija pravila za posredovanje natančneje opredeli v splošnem aktu.

(9) V postopku reševanja spora vsaka stranka nosi svoje stroške postopka.

### **38.d člen**

#### **(avdiovizualna komercialna sporočila na platformah za izmenjavo videov)**

(1) Za avdiovizualna komercialna sporočila, ki jih ponudniki platform za izmenjavo videov sami tržijo, prodajajo ali urejajo, veljajo določbe 19. do 22. člena tega zakona.

(2) Ponudniki platform za izmenjavo videov so dolžni v skladu s svojimi možnostmi sprejeti ustrezne ukrepe za zagotovitev, da avdiovizualna komercialna sporočila, ki jih sami ne tržijo, prodajajo ali urejajo izpolnjujejo zahteve iz 19. do 22. člena tega zakona.

(3) Ponudniki platform za izmenjavo videov so dolžni jasno obvestiti uporabnike, kadar programi in videi, ki jih ustvarijo uporabniki, vsebujejo avdiovizualna komercialna sporočila, če so takšna sporočila prijavljena na podlagi druge alineje četrtega odstavka tega člena ali če je ponudnik z njimi seznanjen.

(4) Za izpolnitev zahtev iz prvega odstavka 38.b člena in prvega, drugega in tretjega odstavka tega člena ponudniki platform za izmenjavo videov izberejo ustrezne ukrepe glede na naravo zadevne vsebine, škodo, ki jo lahko povzroči, značilnosti kategorije oseb, ki jih je treba varovati, ter glede na pravice in legitimne interese ponudnikov platform za izmenjavo videov, uporabnikov, ki so ustvarili ali na platformo naložili vsebino, ter glede na splošni javni interes. Ukrepi morajo biti izvedljivi in sorazmerni, ob upoštevanju obsega storitve platforme za izmenjavo videov in narave ponujenih storitev. Ukrepi ne smejo voditi do ukrepov predhodnega nadzora ali do filtriranja vsebine pri nalaganju na platformo, ki niso skladni s 15. členom Direktive 2000/31/ES. Ukrepi so:

- vključitev obveznosti iz 19. do 22. člena za avdiovizualna komercialna sporočila, ki jih ponudniki platform za izmenjavo videov ne tržijo, prodajajo ali urejajo, med splošne pogoje, ki veljajo za storitve platform za izmenjavo videov, in uveljavljanje le-teh;
- zagotovitev funkcije, s katero lahko uporabniki, ki na platformo naložijo videe, ki jih sami ustvarijo, če so s tem seznanjeni ali če je mogoče upravičeno pričakovati, da so s tem seznanjeni, izjavijo, ali ti videi vsebujejo avdiovizualna komercialna sporočila.-

(5) Agencija presoja ustreznost ukrepov iz tega člena.«.

### **31. člen**

V 39. členu se prvi odstavek spremeni tako, da se glasi:

»(1) Upravni in inšpekcijski nadzor nad izvajanjem tega zakona in na njegovi podlagi sprejetih splošnih aktov izvaja agencija, razen določb 9. in druge alineje 20. člena

tega zakona. Agencija na ozemlju Republike Slovenije nadzira tudi izvajanje določb predpisov EU s področja čezmejne prenosljivosti storitev spletnih vsebin kot jih določa Uredba (EU) 2017/1128 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. julija 2017 o čezmejni prenosljivosti storitev spletnih vsebin na notranjem trgu (UL L 168/1 z dne 30. 6. 2017).«.

## **32. člen**

Za 39. členom se dodajo novi 39.a, 39.b, 39.c in 39.d členi, ki se glasijo:

### **»39.a člen**

#### **(neodvisnost agencije)**

(1) Agencija je organizacijsko, funkcionalno in materialno neodvisen regulatorni organ, ločen od Vlade Republike Slovenije ter od drugih javnih ali zasebnih pravnih subjektov. Agencija v zvezi z izvajanjem nalog po tem zakonu in po zakonu, ki ureja medije, ne sme zahtevati ali sprejemati navodil od drugih organov, razen kadar ti izvajajo zakonit nadzor nad delom agencije.

(2) Agencija naloge po tem zakonu in po zakonu, ki ureja medije, opravlja nepristransko, pregledno ter v skladu z načeli tega zakona, pri tem pa zasleduje pluralnost medijev, kulturno in jezikovno raznolikost, varstvo potrošnikov, dostopnost, nediskriminacijo, pravilno delovanje notranjega trga in spodbujanje poštene konkurence.

(3) Če ta zakon ne določa drugače, se za organizacijo dela, vodenje, poslovanje in delovanje agencije, nadzor nad njenim delom ter za imenovanje in razrešitev njenega vodstva uporabljajo zakon, ki ureja elektronske komunikacije ter na njegovi podlagi sprejeti predpisi in notranji akti agencije.

### **39.b člen**

#### **(splošni akti, priporočila in spodbujanje koregulacije)**

(1) Kadar tako določa ta zakon, agencija sprejema splošne akt, s katerim podrobneje uredi posamezna vprašanja.

(2) Kadar posamezno vprašanje urejanja to dopušča lahko agencija s splošnim aktom določi le jasne in nedvoumne cilje, način za doseganje le-teh pa prepusti posameznim ponudnikom medijskih storitev oziroma organizacijam, ki jih zastopajo. Agencija v takšnih primerih izvaja pregledno in neodvisno spremljanje ter ocenjevanje zastavljenih ciljev ter izvrševanje učinkovitih in sorazmernih sankcij.

(3) Agencija v okviru svojih regulativnih pristojnosti lahko sprejema priporočila, s katerimi naslovnikom nezavezujoče priporoča določena ravnanja.

(4) Postopek sprejemanja splošnih aktov in priporočil ureja statut agencije

(5) Sprejeti splošni akti se objavijo v Uradnem listu Republike Slovenije, priporočila pa na spletni strani agencije.

### **39.c člen**

#### **(odločanje v upravnih postopkih)**

(1) Agencija vodi postopke in izdaja posamične akte po zakonu, ki ureja splošni upravni postopek, če ta zakon ne določa drugače. Zoper posamične akte ni dovoljena pritožba, dopusten pa je upravni spor.

(2) Agencija sama opravlja upravno izvršbo svojih izvršljivih odločb ter pri tem izreka ustrezne kazni in uporablja prisilne ukrepe, predpisane z zakonom o splošnem upravnem postopku. Upravno izvršbo denarnih obveznosti opravi davčni organ po postopku, predpisanem za izvršbo davčnih obveznosti.

### **39.d člen**

#### **(financiranje in človeški viri)**

(1) Agencija izvajanje nalog po tem zakonu financira s prihodki od plačil, ki so jih zavezanci dolžni plačati na podlagi 38. člena.

(2) Za izvajanje nalog po tem zakonu agencija sama določi ustrezno število zaposlenih glede na njene potrebe dela, pri čemer upošteva tudi svoje obveznosti sodelovanja v skupini ERGA.

(3) Financiranje nalog in število zaposlenih se opredeli v programu dela in finančnem načrtu, ki ga agencija sprejme po postopku, predpisanem v zakonu, ki ureja elektronske komunikacije.«.

### **33. člen**

V 43. členu se v prvem odstavku 3. točka spremeni tako, da se glasi:

»3. pred začetkom predvajanja programske vsebine iz prvega odstavka 14. člena ne objavi ustreznega akustičnega in vizualnega opozorila, ali če programska vsebina med predvajanjem ni ves čas označena z ustreznim vizualnim simbolom (drugi odstavek 14. člena);«.

4. točka se spremeni tako, da se glasi:

»4. v primeru, če se v informativni programski vsebini pojavijo prizori, ki bi lahko škodovali telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladotnikov ter se jih upravičeno predvaja z namenom informiranja javnosti (prizori prometnih in naravnih nesreč ter njihovih žrtev, prizori vojnega nasilja ipd.), ni dovolj zgodaj pred njihovim predvajanjem objavljeno ustrezno opozorilo voditelja oddaje gledalcem oziroma drugo ustrezno opozorilo (tretji odstavek 14. člena);«.

5. točka se spremeni tako, da se glasi:

»5. na linearni avdiovizualni medijski storitvi predvaja programsko vsebino iz prvega odstavka 14. člena tega zakona, ki ni primerna za otroke in mladotnike do 15. leta, v nasprotju s časovnimi omejitvami iz petega odstavka 14. člena tega zakona (peti dostavek 14. člena);«.

6. točka se spremeni tako, da se glasi:

»6. na linearni avdiovizualni medijski storitvi predvaja programsko vsebino, ki ni



primerna za otroke in mladoletnike do 18. leta, v nasprotju s časovnimi omejitvami iz šestega odstavka 14. člena tega zakona, ali če ta programska vsebina na nelinearni avdiovizualni medijski storitvi ni zaščiten s tehnično zaščito (šesti odstavek 14. člena);«.

7. točka se spremeni tako, da se glasi:

»7. v nasprotju s sedmim odstavkom 14. člena tega zakona predvaja oziroma ponuja vsebine za odrasle prek linearne oziroma nelinearne avdiovizualne medijske storitve;«.

8. točka se črta.

10. točka se spremeni tako, da se glasi:

»10. delež evropskih del v katalogu ponudnika avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo v posameznem koledarskem letu ne obsega najmanj 30 odstotkov celotnega števila del (drugi odstavek 16. člena) ali če ta evropska dela niso postavljena na opazno mesto in ustrezno promovirana v skladu s tretjim odstavkom 16. člena tega zakona;«.

11. točka se spremeni tako, da se glasi:

»11. ne prispeva najmanj 10 odstotkov bruto letnega prihodka, ustvarjenega v Republiki Sloveniji, za razvoj, produkcijo ali promocijo evropskih avdiovizualnih del (prvi in drugi odstavek 16.a člena), oziroma če v primeru, da ne vlaga v evropska avdiovizualna dela najmanj v višini, določeni v prvem odstavku 16.a člena tega zakona, ne plača razlike do tega zneska v sklad za evropski filmski program (sedmi odstavek 16.a člena);«.

16. točka se spremeni tako, da se glasi:

»16. skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v televizijskem programu preseže 20 odstotkov časa med 6.00 in 18.00 uro ali 20 odstotkov časa med 18.00 in 24.00 uro (prvi odstavek 32. člena);«.

Za 16. točko se dodajo novi 17. in 18. točka, ki se glasita:

»17. skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v posameznem televizijskem programu Radiotelevizije Slovenija preseže 15 odstotkov časa med 6.00 in 18.00 uro ali 15 odstotkov časa med 18.00 in 24.00 uro (drugi odstavek 32. člena);

18. kot ponudnik platforme za izmenjavo videov, v pristojnosti Republike Slovenije, ne sprejme ustreznih ukrepov za zaščito v skladu s prvim in četrtem odstavkom 38.b člena tega zakona ter četrtem odstavkom 38.d člena tega zakona, ali če ne oblikuje in javno objavi pravil v skladu z drugim in tretjim odstavkom 38.b člena tega zakona.«.

### **34. člen**

V 43.a členu se v prvem odstavku v 16. točki za besedo »izdelkov« postavi vejica in vstavi besedilo »elektronskih cigaret in posodic za ponovno polnjenje«.

18. točka se črta.

21. točka se spremeni tako, da se glasi:

»21. dogodek iz 34. člena tega zakona prenaša izdajatelj v televizijskem

programu, ki ne izpolnjuje pogojev iz tretjega odstavka 34. člena tega zakona;«.

Za 21. točko se doda nova 22. točka ter 23. in 24. točka, ki se glasijo:

»22. osebni podatek mladoletnika, ki ga kot ponudnik platforme za izmenjavo videov zbere na podlagi ukrepov iz četrtega odstavka 38.b člena tega zakona ali drugače ustvari, obdeluje v komercialne namene, kot so neposredno trženje, profiliranje ali vedenjsko usmerjeno oglaševanje;

23. ne sprejme ustreznih ukrepov za zagotovitev, da avdiovizualna komercialna sporočila, ki jih kot ponudnik platforme za izmenjavo videov sam ne trži, prodaja ali ureja, izpolnjujejo zahteve iz 19. do 22. člena tega zakona (drugi odstavek 38.d člena);

24. ne obvesti uporabnikov v skladu s tretjim odstavkom 38.d člena tega zakona;«.

Dosedanja 22. točka postane 25. točka.

### **35. člen**

V 44. členu se v prvem odstavku v 1. točki besedilo »v svoji avdiovizualni medijski storitvi« nadomesti z besedilom »na svoji spletni strani«.

6. točka se črta.

Za 7. točko se dodata novi 8. in 9. točka, ki se glasita:

»8. v nasprotju s tretjim odstavkom 8. člena v komercialne namene prekinja, prekriva ali spreminja avdiovizualno programsko vsebino;

9. je javno sporočilo in obvestilo ter nujna informacija ob naravni nesreči posredovana v nasprotju s četrtem odstavkom 11. člena;«.

Dosedanje 8., 9., 10. in 11. točka postanejo 10., 11., 12. in 13. točka.

### **36. člen**

V 45. členu se v prvem odstavku doda nova 1. točka, ki se glasi:

»1. o izvrševanju obveznosti iz prvega odstavka 11. člena ne poroča agenciji v predpisnem roku (drugi odstavek 11. člena);«.

Dosedanja 1. točka, ki postane 2. točka, se spremeni tako, da se glasi:

»2. pri ponujanju avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, ki je plačljiva, ne zagotovi takšne razčlenitve računa, da so za posamezno obračunsko obdobje razvidna naročila in plačila posamezne storitve, vključno z zneskom, datumom in časom nakupa, ogleda ali poslušanja (deseti odstavek 14. člena);«.

Dosedanja 2. točka, ki postane 3. točka, se spremeni tako, da se glasi:

»3. razčlenitve računa v skladu z desetim odstavkom 14. člena tega zakona ne pošlje naročnikom v skladu z enajstim odstavkom 14. člena tega zakona;«.

Dosedanje 3., 4. in 5. točka postanejo 4., 5. in 6. točka.

V dosedanji 6. točki, ki postane 7. točka, se število »30« nadomesti s številom »14«.

Dosedanje 7., 8., 9., 10. in 11. točka postanejo 8., 9., 10., 11. in 12. točka.

## PREHODNE IN KONČNA DOLOČBA

### **37. člen**

(1) Ponudniki prvo poročilo iz drugega odstavka 11. člena agenciji posredujejo do konca aprila 2024 za pretekla tri leta.

(2) 28. člen se začne uporabljati 1. 1. 2021.

### **38. člen**

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

### III. OBRAZLOŽITEV

K 1. členu:

V 1. členu ZAvMS se dodaja tretji odstavek, s katerim se pove, da je s tem zakonom v pravni red Republike Slovenije prenesena tudi Direktiva 2018/1808/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. novembra 2018 o spremembi Direktive 2010/13/EU o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) glede na spreminjajoče se tržne razmere.

K 2. členu:

Spreminja se prvi odstavek 2. člena ZAvMS in sicer se področje uporabe zakona v skladu z Direktivo 2018/1808/EU širi tudi na storitve platform za izmenjavo videov.

K 3. členu:

V tretjem členu ZAvMS se spreminjajo oziroma dodajajo definicije nekaterih izrazov, in sicer

V 1. točki se v skladu s spremenjeno definicijo v Direktivi 2018/1808/EU se spreminja tudi slovenska definicija izraza »avdiovizualna medijska storitev«, na način, da lahko le-ta zajema tudi le ločljivi del širše storitve. Na ta način bodo pod področje uporabe zakona zapadle tudi storitve družbenih medijev, ki imajo samo v delu svoje dejavnosti značilnosti avdiovizualne medijske storitve.

V 2.a točki se dodaja definicija storitve platforme za izmenjavo videov. Bistvena razlika od klasičnih avdiovizualnih medijev je, da ponudniki tovrstnih storitev zgolj zagotavljajo programe oziroma videe, ki jih ustvarijo uporabniki, nimajo pa nad njimi uredniške odgovornosti. Ponudniki platform za izmenjavo videov, ki so zajeti v direktivi o avdiovizualnih medijskih storitvah, zagotavljajo storitve informacijske družbe v smislu Direktive 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta. Za navedene ponudnike zato veljajo določbe o notranjem trgu, ki so opredeljene v navedeni direktivi, če imajo sedež v državi članici. Namen zakona je zajeti dele družbenih medijev, katerih bistvena funkcija je ponudba programskih vsebin in videov, ki jih ustvarijo uporabniki. Za ponudbo programskih vsebin in videov, ki jih ustvarijo uporabniki, bi se lahko štel, da predstavlja bistveno funkcijo storitve družbenega medija, če avdiovizualna vsebina ni le stranska dejavnost oziroma ne predstavlja le manjšega dela dejavnosti zadevne storitve družbenega medija. Kadar ločljivi del storitve predstavlja storitev platforme za izmenjavo videov, pod direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah spada le ta del in samo programske vsebine in videi, ki jih ustvarijo uporabniki. Video posnetki, ki so del uredniške vsebine elektronskih različic časnikov in revij, ter animirane podobe, kot so GIF-i, niso zajeti v direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah. V opredelitvi storitve platforme za izmenjavo videov tudi niso zajete negospodarske dejavnosti, kot so zagotavljanje avdiovizualne vsebine na zasebnih spletnih mestih in nepridobitne interesne skupnosti.

V povezavi z razširitvijo področja uporabe zakona je tudi dopolnitev 3. točke tako, da bodo v definiciji avdiovizualnih programskih vsebin med izrecno navedenimi primeri poleg dnevno informativnih oddaj, celovečernih igranih filmov, prenosov športnih dogodkov, nanizank, nadaljevank, dokumentarnih filmov in oddaj za otroke, navedeni tudi video posnetki. Poleg tega se z namenom poenotenja zakonodaje dodaja tudi navedba avdiovizualnega komercialnega sporočanja. Navedena sporočila so del posameznega programa, za katerega je v skladu z Zakonom o medijih odgovoren odgovorni urednik.

Definicije pojmov »video, ki ga ustvari posameznik«, »uredniška odločitev« in ponudnik platforme za izmenjavo videov« so direktno prenesene iz Direktive 1808/218/EU.

V 5. točki se za besedo ponudnik dodaja besedna zveza avdiovizualne medijske storitve. Takšna natančnejša opredelitev izraza ponudnik se pojavlja še na nekaterih mestih zakona in je nujna zaradi razširitve področja uporabe zakona na spletne platforme za izmenjavo

videov. Dosedanji zakon je naslavljala le ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev in se je zato v številnih določbah uporabljal skrajšan izraz ponudnik. Tokratna novela naslavlja tudi ponudnike platform za izmenjavo videov, ki ne spadajo med ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev. Kadar je zaradi jasnosti predpisa to potrebno, se zato izraz ponudnik spreminja v ponudnik avdiovizualnih medijskih storitev.

Črtanje dela 6. točke, ki televizijski program v prvi vrsti definira kot zlasti analogni je povezano s tehničnim razvojem. Analogna televizija je vse manj prisotna in bo v par letih praktično popolnoma nadomeščena s sodobnejšimi tehnikami.

V 7. točki se črta besedilo, ki izdajatelja televizijskega programa definira, kot tistega, ki izvaja televizijsko dejavnost na podlagi dovoljenja. Definicija je bila preozka, saj je onemogočala sankcioniranje nekaterih najtežjih prekrškov določenih v tem zakonu. V primeru izdajanja televizijskega programa brez dovoljenja, sankcija namreč ni bila mogoča.

V 9. točki se spreminja definicija avdiovizualnega komercialnega sporočanja in sicer tako, da se področje uporabe širi tudi na videe, ki jih ustvarijo uporabniki ter tako, da obstoj plačila za opravljeno promocijo ni nujno. Plačilo je pogosto težko dokazljivo, pojavljajo pa se tudi primeri, ko so v lastništvih medijev vpletene pravne osebe, ki izvajajo tudi druge dejavnosti in imajo interes oglaševati brez direktnega plačila.

V 11., 13. in 17. točka se definicije televizijskega oglaševanja, prikritega avdiovizualnega komercialnega sporočanja in promocijskega umeščanja izdelkov prilagodijo spremenjeni definiciji avdiovizualnega komercialnega sporočanja iz 9. točke.

V 14. točki se definicija sponzoriranja spreminja zaradi širjenja področja uporabe na platforme za izmenjavo videov.

V 20. točki se dodaja opredelitev evropskega avdiovizualnega dela. V praksi se je namreč pokazalo, da je definicija evropskega avdiovizualnega dela konkretizirana, zaradi česar prihaja do različnih interpretacij.

V 27. točki se dodaja definicija letnega prihodka ponudnika avdiovizualne medijske storitve, ki je potrebna zaradi natančnejše opredelitve na kakšen način se obračunava višina letnega plačila agenciji.

V 28. točki je opredeljen pojem kinematografsko delo. Pojem je bil uporabljen že v zakonu iz leta 2011, v praksi pa se je pokazalo, da je pojem potrebno definirati.

V 29. in 30. točki se opredelita pojma oddaja za varstvo potrošnikov in svetovalna oddaja. Pojem svetovalna oddaja je v naši zakonodaji že opredeljen in sicer se uporablja v Pravilniku o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Uradni list RS, št. 77/02). Pojem je potrebno definirati predvsem zaradi namena omejevanja oglaševanja in promocijskega umeščanja izdelkov, ki ga zasleduje Direktiva. Bistvena je namreč nezdržljivost uredniške in oglasne vsebine v primerih, ko gre za predvajanje programskih vsebin, katerih namen je gledalcu/potrošniku posredovati nasvet oz. oceno posameznega izdelka, produkta na tržišču. V takšni situaciji gledalec spremlja programsko vsebino prvenstveno kot potrošnik, ki pričakuje objektivno in verodostojno informacijo o izdelku, zato je kakršenkoli vpliv (oz. vsebina proti plačilu) na uredniško vsebino problematičen.

K 4. členu:

Sedaj veljavna različica zakona je urejala le področje ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev. Zato se je v zakonu na več mestih uporabljalo izraz ponudnik kot sinonim za ponudnika avdiovizualnih medijskih storitev. Tokratna sprememba zakona uporabo zakona širi tudi na ponudnike storitev platform za izmenjavo videov in je zato v členih, ki se nanašajo zgolj na ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev ne pa tudi na ponudnike storitev platform za izmenjavo videov izraz ponudnik spremeniti v ponudnik avdiovizualnih medijskih storitev.

V drugem odstavku se v skladu s spremembo 2. člena Direktive natančneje opredeljuje delovna sila, ki je bistvena za določanje pristojnosti.

K 5. členu:

Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije se s polnim imenom prvič pojavi že v tretjem členu, zato se v tem členu uporablja zgolj izraz agencija.

K 6. členu:

Agencija je že doslej tvorno sodelovala z drugimi državami članicami ter z Evropsko komisijo. Spremenjeni 6. člen povzema obveznosti in naloge ter daje izrecno pravno podlago za določene aktivnosti, ki so predvidene z Direktivo.

Prvi odstavek razširja nabor primerov, za katere se posredujejo podatki (tudi z ozirom na argument, zaradi katerega se predlaga nov drugi odstavek, to je morebitni pomisleki glede pristojnosti agencije). Sicer pa ta odstavek generalno dopolnjuje 4., 5, 6, in 12. člen, npr. drugi. odstavek tega člena – posredovanje informacij na zahtevo predvideva tudi Direktiva. Direktiva še naprej ohranja strogo načelo države izvora. Za posameznega ponudnika je v primeru kršitev minimalnih (harmoniziranih) zahtev pristojen organ iz države izvora, četudi so zahteve kršene v drugi (ciljni) državi. Ne glede na to pa se pristojni organ iz države izvora po pomoč pogosto (ali celo praviloma) obrne na pristojni organ ciljne države (torej države, v kateri je dostopna posamezna avdiovizualna medijska storitev). Še več, praviloma je pristojni organ ciljne države tisti, ki zahteva obravnavo potencialnih kršitev na svojem ozemlju. Tudi novi 30.a člen Direktive v večji meri uvaja (sicer dejansko že obstoječe) oblike sodelovanja med nacionalnimi regulatorji, poleg bolj podrobno predvidenih primerov iz 2., 3. in 4. člena Direktive (pri nas 4. in 12. člen, pogojno tudi 5.) pa je v tretjem odstavku 30.a člena po novem izrecno predvideno tudi splošno sodelovanje (v praksi bo šlo predvsem za izvajanje harmoniziranih pravil iz Direktive), pri čemer je smiselno urejena samo obveznost posredovanja informacija pristojnemu regulatorju. V izogib pomislekom, ali ima agencija pristojnost in pravico spremljati storitve pod tujo pristojnostjo (povsem legalističen pristop bi lahko vodil v interpretacijo, da je to izven njenih pristojnosti), se dodaja nov drugi odstavek, ki opredeli obstoječo prakso agencije. Pri tem se člen omejuje na ciljno usmerjene storitve npr. s slovenskimi oglasi, podnapisi,... Agencija bo lahko spremljala na svojem ozemlju dostopne storitve in v primeru suma kršitve harmoniziranih pravil o tem obvesti pristojnega regulatorja.

Ne zdi se smiselno natančneje prenašati postopkov iz 3. in 4. člena Direktive v naš pravni red. V obstoječem zakonu obstaja samo neposreden sklic v 12. členu in posreden v 6., vendar pa omemba členov izključno v 12. členu, ki je uvrščen pod poglavje načela, ni zadostna. Zato se v tretjem odstavku 6. člena navaja, da je agencija organ, ki zastopa Slovenijo v postopkih iz 3. in 4. člena Direktive. Ta ureditev je smiselna, saj gre za postopke, s katerimi je v praksi najbolj seznanjena agencija. Takšna ureditev sicer ne posega v nacionalno pristojnost za posamezna predmetna področja, saj predvsem pri razlogih iz 3. člena Direktive ta spada pod različne organe. Izrecno je zapisano (kar sicer smiselno izhaja iz Direktive), da gre za primere, ko bodo obravnavani ponudniki pod slovensko pristojnostjo, ki so ciljno usmerjeni na drugo državno članico – trenutno teh primerov praktično ni, ali ko bi šlo za storitev, ki je dostopna na ozemlju Republike Slovenije.

Trenutno veljaven zakon agenciji ne daje izrecnih pooblastil, da bi na podlagi 3. in 4. člena Direktive lahko ukrepala zoper ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev iz drugih držav članic, četudi bi bila Republika Slovenija do tega upravičena. Menimo, da bi bilo takšne primere smiselno predvideti, za primere, ko gre za področja, ki vsebinsko sodijo pod pristojnost agencije. Kljub temu, da je možnost potrebe po dejanski uporabi v praksi minimalna, si ni smiselno vnaprej zavezati rok na določenih področjih. Izrecno je določeno tudi, da lahko agencija ukrepa tudi zoper operaterje, saj je v praksi ravno to ukrep, ki je res učinkovit (oziroma potreben). Na področja izven pristojnosti agencije (predvsem s kazenskoopravnega področja) pa ta odstavek ne posega.

Agencija je članica skupine evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve (skupina ERGA). V petem odstavku se daje izrecno pravno podlago za takšno sodelovanje.

K 7. členu:

Prvi odstavek 7. člena se spreminja na način, da se natančneje določa na kakšen način

morajo ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev objavljati obvezne podatke. Poleg tega se med obveznimi podatki dodajajo tudi podatki o lastniški strukturi ponudnika in sicer na način, ki je primerljiv z ureditvijo Zakona o medijih. Preglednost lastništva nad mediji je neposredno povezana s svobodo izražanja, ki je temelj demokratičnih sistemov. Kadar lastniška struktura ponudnika medijskih storitev privede do nadziranja vsebin ponujenih storitev ali do znatnega vplivanja na te vsebine, informacije o lastniški strukturi ponudnika medijskih storitev uporabnikom omogočajo, da ozaveščeno presojujejo o taki vsebini.

Črta se dosedanji šesti odstavek, ki je določal dolžnost izdajateljev televizijskega programa, da v objavljenem sporedu programa označujejo podatke o izvoru avdiovizualnega dela. Menimo, da takšna ureditev ni potrebna in da po povzroča nepotrebne administrativne obveznosti.

#### K 8. členu:

Zaradi jasnosti se opredeljuje, da gre za ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev. Dodaja se nov tretji odstavek, ki povzema 7.b člen Direktive. Za zaščito uredniške odgovornosti ponudnikov medijskih storitev in avdiovizualne vrednostne verige je bistveno zagotoviti celovitost programov in avdiovizualnih medijskih storitev, ki jih zagotavljajo ponudniki medijskih storitev. Programe in avdiovizualne medijske storitve se ne sme prenašati v skrajšani obliki, jih spremeniti ali prekiniti ali prekrivati v komercialne namene brez izrecnega soglasja ponudnika medijskih storitev. Gre za varstvo pred prekrivanjem cele storitve z nekimi samovoljnimi oglasnimi pasicami.

#### K 9. členu:

V skladu s spremembo 6. člena Direktive se prvi odstavek 9. člena dopolnjuje s prepovedjo ščuvanja k storitvi terorističnih dejanj.

V izogib nejasnosti se dodaja tretji odstavek, ki poudarja, da imajo prepovedi iz tega člena znake kaznivih dejanj ter je zato za presojo kršitev le-teh pristojno kazensko sodišče.

#### K 10. členu:

Zagotavljanje dostopnosti avdiovizualne vsebine je bistvena zahteva v okviru zavez, sprejetih na podlagi Konvencije Združenih narodov o pravicah invalidov. Pravica invalidnih in starejših oseb do udeležbe v družbenem in kulturnem življenju EU ter vključevanja vanj je povezana z zagotavljanjem dostopnih avdiovizualnih medijskih storitev. Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah zato nalaga, da morajo države članice brez nepotrebne odlašanja zagotoviti, da si ponudniki medijskih storitev pod njihovo pristojnostjo dejavno prizadevajo, da bi bila vsebina dostopna invalidnim osebam, zlasti osebam z okvaro vida ali sluha. Zahteve glede dostopnosti je treba izpolnjevati v okviru postopnega in neprekinjenega procesa, ob upoštevanju praktičnih in neizogibnih omejitev, ki bi lahko preprečile polno dostopnost, kot so programi ali dogodki, ki se predvajajo v realnem času. Da bi države članice lahko izmerile napredek ponudnikov medijskih storitev pri postopnem zagotavljanju dostopnosti svojih storitev za osebe z okvaro vida ali sluha, morajo od ponudnikov medijskih storitev s sedežem na njihovem ozemlju zahtevati, da jim redno poročajo.

Načini zagotavljanja dostopnosti avdiovizualnih medijskih storitev morajo po direktivi o avdiovizualnih medijskih storitvah med drugim vključevati znakovni jezik, podnaslavljanje za gluhe osebe in druge osebe z okvaro sluha, govornjene podnapise in zvočne opise. Vendar navedena direktiva ne zajema elementov ali storitev, ki omogočajo dostop do avdiovizualnih medijskih storitev, ali elementov elektronskih programskih vodnikov, s katerimi se zagotavlja dostopnost. Zato navedena direktiva ne posega v pravo EU, katerega namen je harmonizirati dostopnost storitev za zagotavljanje dostopa do avdiovizualnih medijskih storitev, kot so spletna mesta, spletne aplikacije in elektronski

programski vodniki, ali zagotavljanje informacij o dostopnosti in v dostopnih formatih.

Glede na navedeno je s predlogom zakona v spremenjenem 11. členu ZAvMS določeno, da morajo ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev postopno izboljševati dostopnost do svojih storitev za invalidne osebe, o izvrševanju te obveznosti pa vsake tri leta poročati agenciji, pri čemer morajo prvo poročilo posredovati do konca aprila 2024 za pretekla tri leta. Agencija upravlja invalidnim osebam na enostaven način dostopno spletno kontaktno točko. Na njej zagotavlja informacije in omogoča prejemanje pritožb v zvezi z dostopnostjo iz tega člena. Javna sporočila in obvestila ter nujne informacije ob naravnih nesrečah, ki so objavljene preko avdiovizualnih medijskih storitev, morajo biti posredovane na invalidnim osebam dostopen način.

K 11. členu:

Dodaja se nov 11.a člen, v katerem se na enem mestu ureja področje medijske pismenosti. V prvem delu gre zgolj za nomotehnično spremembo, saj je prvi odstavek nespremenjen prenesen iz prejšnjega 11. člena. Drugi odstavek je dodan in daje pristojnost za izvajanje projektov s področja medijske pismenosti agenciji. Medijska pismenost pomeni spretnosti, znanje in razumevanje, ki državljanom omogočajo učinkovito in varno uporabo medijev. Da bi lahko državljanostopali do informacij ter na odgovoren in varen način uporabljali, kritično ocenjevali in ustvarjali medijsko vsebino, morajo imeti visoko stopnjo medijske pismenosti. Medijska pismenost ne sme biti omejena le na učenje o orodjih in tehnologijah, temveč mora biti namenjena temu, da državljanom zagotovi spretnosti kritičnega razmišljanja, ki ga potrebujejo, da bi lahko ustrezno presojali, analizirali zapletene realnosti ter razlikovali med mnenji in dejstvi. Zato je potrebno, da ponudniki medijskih storitev in ponudniki platform za izmenjavo videov, v sodelovanju z vsemi zadevnimi deležniki, promovirajo razvoj medijske pismenosti v vseh družbenih plasteh, za državljane vseh starosti in vse medije ter da se pozorno spremlja napredek na tem področju.

K 12. členu:

Dodaja se navedba nove direktive.

K 13. členu:

Ureditev zaščite otrok in mladoletnikov v avdiovizualnih medijskih storitvah, ki je bila doslej opredeljena v 14. in 15. členu zakona se spreminja in združuje ter je po novem urejena v 14. členu. 15. člen se črta.

Da se gledalcem, vključno s starši in mladoletniki, omogoči ozaveščeno odločanje o vsebini, ki jo želijo gledati, morajo ponudniki medijskih storitev zagotoviti dovolj informacij o vsebini, ki bi lahko ogrozila telesni, duševni ali moralni razvoj mladoletnikov. Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah med možnimi načini omenja sistem deskriptorjev vsebine, zvočno opozorilo, vizualni simbol ali kateri koli drug način, s katerim se opiše narava vsebine.

Ustrezne ukrepe za varstvo mladoletnikov, ki se uporabljajo za storitve razširjanja televizijskih programov, je treba uporabljati tudi za avdiovizualne medijske storitve na zahtevo. Pristop minimalne harmonizacije dopušča državam članicam, da razvijejo višjo raven varstva za vsebine, ki bi lahko škodile telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju mladoletnikov. Za najbolj škodljive vsebine, ki bi lahko škodile telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju mladoletnikov, vendar niso nujno kaznivo dejanje, pa morajo veljati najstrožji ukrepi, kot so šifriranje in učinkovita orodja za starševski nadzor, brez poseganja v možnost držav članic, da sprejmejo strožje ukrepe.

S predlogom zakona se v spremenjenem 14. členu ZAvMS glede programskih vsebin, ki bi



lahko škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, določa ureditev, ki temelji na predhodni objavi ustreznega akustičnega in vizualnega opozorila, označevanju teh programskih vsebin z ustreznim vizualnim simbolom ter umestitvi njihovega predvajanja v ustrezen časovni termin oziroma določitvi ustrezne tehnične zaščite.

Predlog zakona programske vsebine, ki bi lahko škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, razvršča v naslednje kategorije in ustrezne termine predvajanja:

- programske vsebine, primerne za vse otroke z vodstvom staršev (ki se lahko predvajajo časovno neomejeno in brez tehnične zaščite);
- programske vsebine, neprimerne za otroke do 12. leta (ki se lahko predvajajo časovno neomejeno in brez tehnične zaščite);
- programske vsebine, neprimerne za otroke do 15. leta (ki se lahko na linearnih avdiovizualnih medijskih storitvah predvajajo po 20. uri in najkasneje do 5. ure, na nelinearnih avdiovizualnih medijskih storitvah pa so lahko dostopne časovno neomejeno in brez tehnične zaščite);
- programske vsebine, neprimerne za otroke in mladoletnike do 18. leta (ki se lahko na linearnih avdiovizualnih medijskih storitvah predvajajo po 23. uri in najkasneje do 5. ure, na nelinearnih medijskih storitvah pa so lahko dostopne časovno neomejeno, vendar morajo biti zaščitene s tehnično zaščito);
- programske vsebine za odrasle (ki so lahko prek linearnih avdiovizualnih medijskih storitev dostopne časovno neomejeno, vendar je njihovo predvajanje dovoljeno le na kodiranih programih s tehnično zaščito, ki zagotavlja, da jih otroci in mladoletniki praviloma ne bodo mogli slišati ali videti; na nelinearnih medijskih storitvah so lahko dostopne časovno neomejeno, vendar morajo biti zaščitene s tehnično zaščito in uvrščene v poseben del kataloga, tako da so ločene od drugih programskih vsebin).

Določena je posebna ureditev za informativne programske vsebine, in sicer če se v njih pojavijo prizori, ki bi lahko škodovali telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov ter se jih upravičeno predvaja z namenom informiranja javnosti (prizori prometnih in naravnih nesreč ter njihovih žrtev, prizori vojnega nasilja ipd.), mora biti dovolj zgodaj pred njihovim predvajanjem objavljeno ustrezno opozorilo voditelja oddaje gledalcem oziroma drugo ustrezno opozorilo.

K 15. členu:

Prenovljena direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah povečuje obveznosti spodbujanja evropskih del v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo. Ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo morajo spodbujati produkcijo in distribucijo evropskih del z zagotavljanjem, da njihovi katalogi vsebujejo minimalni 30-odstotni delež evropskih del in da ta dela zadostno postavijo v ospredje, s čimer se le-ta promovirajo z omogočanjem lažjega dostopa do njih. Postavljanje v ospredje je mogoče zagotoviti na različne načine, na primer s posebnim razdelkom za evropska dela, do katerega je mogoče dostopati z domače strani storitve, možnostjo iskanja evropskih del v iskalniku, ki je na voljo v okviru te storitve, uporabo evropskih del v kampanjah te storitve ali z vsaj 30 odstotnim deležem evropskih del, ki se promovirajo v katalogu te storitve. Predlog zakona zadevne spremembe določa v dopolnjenem 16. členu. Določena je tudi nova izjema od izpolnjevanja te obveznosti, in sicer za ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev z nizkim prometom ali majhnim občinstvom v skladu s smernicami Evropske komisije, ki opredeljujejo, kaj se šteje za nizek promet in majhno občinstvo.

K 16. členu:

Dodaja se nov 16.a člen, ki opredeljuje obveznost ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev, da del svojega bruto letnega prihodka prispevajo za razvoj, produkcijo in promocijo evropskih avdiovizualnih del. Direktiva namreč določa, da morajo države članice imeti možnost, da ponudnikom medijskih storitev s sedežem na njihovem ozemlju, za zagotovitev ustrezne ravni naložb v evropska dela, naložijo finančne obveznosti. Te obveznosti so lahko v obliki neposrednih prispevkov k produkciji evropskih del in pridobitvi pravic za ta dela. Države članice bi lahko naložile tudi dajatve, ki se plačajo v sklad, na podlagi prihodkov, nastalih z avdiovizualnimi medijskimi storitvami, ki se zagotavljajo na njihovem ozemlju in so vanj ciljno usmerjene. V tej direktivi je pojasnjeno, da je državi članici glede na neposredno povezavo med finančnimi obveznostmi in različnimi kulturnimi politikami držav članic dovoljeno naložiti take finančne obveznosti tudi za ponudnike medijskih storitev s sedežem v drugi državi članici, če so ti ponudniki ciljno usmerjeni v njeno ozemlje. V tem primeru se morajo finančne obveznosti nanašati le na prihodke, ki so nastali na podlagi občinstva v ciljni državi članici. Ponudniki medijskih storitev, ki morajo prispevati k shemam za financiranje filmov v ciljni državi članici, morajo imeti možnost na nediskriminatoren način koristiti pomoč, ki je na voljo v okviru ustreznih shem za financiranje filmov, tudi kadar nimajo podružnice v tej državi članici.

Izdajatelji televizijskih programov trenutno vlagajo več v evropska avdiovizualna dela kot pa ponudniki avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo. Zato bo morala ciljna država članica, kadar se odloči, da bo naložila finančno obveznost izdajatelju televizijskih programov, ki je pod pristojnostjo druge države članice, upoštevati neposredne prispevke tega izdajatelja televizijskih programov k produkciji in pridobitvi pravic do evropskih del, zlasti koprodukcij, ob ustreznem upoštevanju načela sorazmernosti. To ne posega v pristojnost držav članic, da v skladu s svojo kulturno politiko in pravili glede državne pomoči določijo raven finančnega prispevka, ki ga morajo plačati ponudniki medijskih storitev, ki so pod njihovo pristojnostjo.

Ko država članica od primera do primera ocenjuje, ali je ponudnik avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, ki ima sedež v drugi državi članici, ciljno usmerjen v občinstvo na njenem ozemlju, mora upoštevati kazalnike, kot so oglaševanje ali druge promocijske dejavnosti, ki so izrecno namenjeni potrošnikom na njenem ozemlju, glavni jezik storitve ali obstoj vsebine ali komercialnih sporočil, ki so izrecno namenjena občinstvu v državi članici sprejemanja.

Kadar država članica ponudnikom medijskih storitev naloži finančne prispevke, si je treba s takimi prispevki prizadevati za ustrezno promocijo evropskih del, hkrati pa bi bilo treba preprečiti možnost, da se ti prispevki ponudnikom medijskih storitev naložijo dvakrat. Zato mora država članica, v kateri ima ponudnik medijskih storitev sedež, pri nalaganju finančnega prispevka upoštevati morebitne finančne prispevke, ki so jih naložile ciljne države članice.

Za zagotovitev, da obveznosti glede promocije evropskih del ne ogrožajo razvoja trga in da se novim udeležencem omogoči vstop na trg, take zahteve ne smejo veljati za ponudnike, ki nimajo pomembnega tržnega deleža. To zlasti velja za ponudnike z nizkim prometom ali majhnim občinstvom. Majhno občinstvo je glede na naravo storitve mogoče ugotoviti na primer na podlagi časa gledanja ali na podlagi prodaje, pri ugotavljanju nizkega prometa pa je treba upoštevati različno velikost avdiovizualnih trgov v državah članicah. Take zahteve je lahko neprimerno naložiti tudi, kadar bi bile glede na naravo ali področje avdiovizualne medijske storitve neizpolnljive ali neupravičene.

K 17. členu:

Omejitev, ki se nanašajo na avdiovizualna komercialna sporočila za tobak in tobačne izdelke se širijo tudi na elektronske cigarete in posodice za polnjenje le-teh.

K 18. členu:

Zaradi jasnosti se poudarja, da se člen nanaša na ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev.

K 19. členu:

Omejitve, ki se nanašajo na sponzoriranje oseb, katerih dejavnost je proizvodnja ali prodaja tobaka in tobačnih izdelkov se širijo tudi na dejavnost proizvodnje ali prodaje elektronskih cigaret in posodic za polnjenje le-teh.

K 20. členu:

V skladu s spremembo, ki jo določa Direktiva se tudi v slovenski zakon prenaša nova ureditev omejitev v zvezi z promocijskih umeščanjem izdelkov.

Liberalizacija promocijskega umeščanja izdelkov ni povzročila pričakovane razširitve te oblike avdiovizualne komercialne komunikacije. Zlasti splošna prepoved promocijskega umeščanja izdelkov, kljub nekaterim izjemam, ni zagotovila pravne varnosti za ponudnike medijskih storitev. V skladu z direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah se zato v predlogu zakona v spremenjenem 26. členu ZAvMS določa, da je promocijsko umeščanje izdelkov dovoljeno v vseh avdiovizualnih medijskih storitvah in storitvah platform za izmenjavo videov, pri čemer veljajo nekatere izjeme.

Promocijsko umeščanje izdelkov ni dovoljeno v otroških, verskih in informativnih programskih vsebinah, kot so poročila in dnevnoinformativne oddaje, ter v oddajah za zaščito potrošnikov in svetovalnih oddajah. Dejstvo je, da lahko promocijsko umeščanje izdelkov in umeščeni oglasi vplivajo na vedenje otrok, saj otroci pogosto ne morejo prepoznati komercialnih vsebin. Zato je promocijsko umeščanje izdelkov v otroških programih še naprej prepovedano. Programske vsebine za varstvo potrošnikov gledalcem zagotavljajo nasvete ali vključujejo ocene o nakupu izdelkov in storitev. Če bi se promocijsko umeščanje izdelkov omogočilo v takih programskih vsebinah, bi to zbrisalo ločnico med oglaševanjem in uredniško vsebino za gledalce, ki pričakujejo pristno in odkrito oceno izdelkov ali storitev v takih programih.

K 21. členu:

Spremenjena direktiva izrecno določa, da se otroških oddaj ne sme prekinjati s televizijsko prodajo, zato se ta določba prenaša tudi v slovenski zakon.

K 22. členu:

Prepoved, ki se nanaša na prodajo tobaka in tobačnih izdelkov se širi tudi na prodajo elektronskih cigaret in posodic za polnjenje le-teh.

K 23. členu:

Trg za razširjanje televizijskih programov se je spremenil in temu ustrezno direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah napotuje na omogočanje večje prožnosti v zvezi z avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, zlasti glede kvantitativnih pravil za linearne avdiovizualne medijske storitve in promocijsko umeščanje izdelkov. Pojav novih storitev, tudi brez oglaševanja, je namreč omogočil več izbire za gledalce, ki lahko preprosto preklopijo na druge ponudbe.

Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah izpostavlja, da je pomembno, da imajo izdajatelji televizijskih programov večjo prožnost in da se lahko odločajo, kdaj bodo predvajali oglase, da bi zagotovili čim večje povpraševanje oglaševalcev in čim večji pretok gledalcev. Pri tem pa je treba tudi ohraniti ustrezno raven varstva potrošnikov, ker bi bili lahko gledalci zaradi take prožnosti izpostavljeni prekomernemu oglaševanju v časovnem pasu z največjo gledanostjo.

S predlogom zakona se zato v spremenjenem 32. členu ZAvMS določa ureditev, po kateri se zahtevajo posebne omejitve med 6.00 in 18.00 ter med 18.00 in 24.00 uro, in sicer v navedenem terminu skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje ne sme preseči 20 odstotkov časa.

K 24. členu:

Zaradi jasnosti se poudarja, da se člen nanaša na ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev.

K 25. členu:

Člen, ki opredeljuje pravico javnosti do spremljanja pomembnejših dogodkov se spreminja zaradi tehnološki sprememb, ki so se zgodile od sprejetja zakona naprej. V času sprejetja ZAvMS se je televizija spremljala na način prosto dostopne radiodifuzije, medtem ko se danes pretežno spremlja preko IPTV/kabla – to je postal primarni način spremljanja televizije.

Javni interes na temu področju je povezan s tem, da je dogodek dostopen najširšemu krogu gledalcev. Direktivo brezplačno televizijo definira v povezavi s prevladujočim načinom njenega spremljanja v posamezni državi članici, zato menimo da bi bilo potrebno med brezplačne televizijske programe umestiti tudi osnovne sheme posameznih operaterjev, ki vključujejo televizijske programe.

K 26. členu:

Dolžnost prigrisatve pri agenciji se razširja tudi na ponudnike storitev platform za izmenjavo videov. Poleg tega se med pomembne podatke dodaja sedež uredništva, saj je ta v skladu z novo ureditvijo v določenih primerih lahko ključen za določanje pristojnosti.

Direktiva določa, da je vsako spremembo podatkov potrebno sporočiti v roku 14 dni, zato se tudi slovenski zakon v tem delu spreminja.

K 27. členu:

Daje se pravna podlaga za evidenco ponudnikov platform za izmenjavo videov, ki jo je dolžna voditi agencija. Poleg tega se med podatki, ki se vodijo o ponudnikih avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo dodaja tudi sedež uredništva, saj je ta v skladu z novo ureditvijo v določenih primerih lahko ključen za določanje pristojnosti.

K 28. členu:

Agencija je samostojen organ, ki je finančno neodvisna. Za svoje delovaje pridobiva sredstva na podlagi tarif in plačil zavezancev. 38. člen zakona se spreminja ter na nov način določa izračun plačil. Navedeni način je usklajen z načinom plačil agenciji, določenim v Zakon o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 109/12, 110/13, 40/14 – ZIN-B, 54/14 – odl. US, 81/15 in 40/17). Sporočeni podatki izdajateljev morajo biti na nek način preverljivi, ker v nasprotnem primeru dopuščajo samovoljo posameznih izdajateljev

televizijski programov, kar se glede na obstoječo zakonodajo kaže v nižjih prijavljenih prihodkih iz naslova televizijske dejavnosti, zato morajo zavezanci ponuditi dokaze o prijavljenih dohodkih iz televizijske dejavnosti, ki jih morajo predložiti že v fazi poročanja do 31. 3. posameznega koledarskega leta in tudi voditi ločene računovodske konte. Dodana je obveznost zavezancev o predložitvi dokazil o prihodkih, ki ne izvirajo iz televizijske dejavnosti, v primeru suma agencije v sporočene prihodke zavezance z namenom, da bo lahko agencija ali pooblaščen revizor naredil oceno prihodkov iz televizijske dejavnosti, saj so s zavezanci v preteklosti že trdili, da agencija nima pristojnosti v zvezi s temi podatki, ker se letno plačilo odmerja glede na prihodke iz televizijske dejavnosti.

Dodaja se tudi določba v zvezi s kriterijem suma agencije v sporočene prihodke, ki ga ta presoja zlasti na podlagi naslednjih meril:

- razlike med sporočenimi in celotnimi prihodki zavezanca, razvidnimi iz AJPEŠ;
- izjave, da je televizijska dejavnost primarna dejavnost zavezanca;
- ekonomske upravičenosti postopka v zvezi s sumom v sporočene prihodke zavezanca;
- ugotovitev iz preteklih revizijskih postopkov v zvezi z zavezančevimi prihodki iz televizijske dejavnosti.

Navedena ureditev se začne z začetkom naslednjega koledarskega leta. Na ta način bo zagotovljena enakopravna obravnava zavezancev.

K 29. členu:

Dodaja se novo poglavje, v katerem se ureja storitve platform za izmenjavo videov.

K 30. členu:

Novi 38.a člen:

Člen določa kriterije za ugotavljanje pristojnosti nad ponudniki za izmenjavo videov (VSP). Ponudniki platform za izmenjavo videov (VSP), ki so zajeti v Direktivi 2010/13/EU, zagotavljajo storitve informacijske družbe v smislu Direktive 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta. Zato za navedene ponudnike veljajo določbe o notranjem trgu, ki so opredeljene v navedeni direktivi, če imajo sedež v državi članici. Zagotoviti je treba, da enaka pravila veljajo tudi za ponudnike platform za izmenjavo videov, ki nimajo sedeža v državi članici, da se zaščiti učinkovitost ukrepov za zaščito mladoletnikov in splošne javnosti, določenih v Direktivi 2010/13/EU, ter se zagotovijo čim bolj enaki konkurenčni pogoji, če imajo ti obvladujoče podjetje ali odvisno podjetje s sedežem v državi članici ali so del skupine, v kateri ima drugo podjetje sedež v državi članici. Zato bi morale opredelitve iz Direktive 2010/13/EU zagotoviti, da se podjetje ne more izključiti iz področja uporabe navedene direktive, tako da ustanovi skupino podjetij na različnih ravneh s sedežem v Uniji ali zunaj nje. Jurisdikcija nad ponudnikom VSP se zato po novem ugotavlja tako, da se upoštevajo tudi drugi kriteriji (matično podjetje, odvisno podjetje, stabilna vez med gospodarstvom te države itn.) z namenom, da se ponudniki storitev težje izognejo spoštovanju pravil, ki jih določa AVMSD in veljajo na trgu avdiovizualnih storitev znotraj EU.

Novi 38.b člen:

Člen določa obveznosti ponudnikov VSP, ki se v določeni meri razlikujejo od obveznosti, ki jih imajo ponudki avdiovizualnih storitev (televizija in video n zahtevo). Ponudniki VSP namreč za vsebine, ki jih ponujajo na platformi za izmenjavo videov, nimajo predhodne (ex ante) uredniške odgovornosti. Ponudniki VSP običajno določajo organizacijo vsebine, in sicer programov in videov, ki jih ustvarijo uporabniki, ter avdiovizualnih komercialnih sporočil, vključno s samodejnimi orodji ali algoritmi. Zato morajo sprejeti ustrezne (sorazmerne) ukrepe za zaščito mladoletnikov pred vsebino, ki bi lahko ogrozila njihov

telesni, duševni ali moralni razvoj. Ponudniki VSP morajo sprejeti tudi ustrezne ukrepe za zaščito splošne javnosti pred vsebino, ki spodbuja nasilje ali sovraštvo, usmerjeno proti skupini oseb ali članu take skupine (sovražni govor). Glede na naravo storitev VSP so ustrezni ukrepi za zaščito mladoletnikov in splošne javnosti povezani z organizacijo vsebine, ne pa s samo vsebino. Ponudnik VSP tako odgovarja za (nezakonite) vsebine šele ko izve za njihov obstoj in ne ukrepa v skladu s pravili (notice and take down načelo). Ponudnik mora oblikovati in javno objaviti pravila, ki obsegajo jasna navodila glede vsebin, ki so na VSP prepovedane (nezakonite vsebine), ukrepe za odstranitev vsebin in možnost za vložitev pritožbe s strani uporabnika VSP, čigar vsebine so bile odstranjene. Ponudnik VSP pa v nobenem primeru ne sme izvajati vnaprejšnje (ex ante) kontrole nad vsebinami in izvajati cenzuro. Odgovarja šele, če izve, da gre za nezakonito vsebino.

Novi 38.c člen:

Člen določa postopek za izvensodno reševanje sporov, saj je namen v tem, da se zagotovi čim bolj učinkovito varstvo tako interesov splošne javnosti kot tudi uporabnikov storitev VSP. Pri izvajanju ukrepov se zato mora v največji meri vključiti ponudnike VSP, tj. spodbujati koregulacijo (vnaprej znana pravila za objavo video vsebin). Morebitni spori med uporabniki in ponudniki VSP glede odstranjene vsebine, pa potekajo v prvi fazi (stopnji) pred AKOS, ki se rešujejo po določbah zakona o splošnem upravnem postopku (procesni vidik). Zoper odločbe izdane s strani AKOS pa je zagotovljeno sodno varstvo.

Novi 38.d člen:

Člen ureja področje avdiovizualnega komercialnega sporočanja (oglaševanje, sponzoriranje, promocijsko vstavljanje) na VSP. Ponudniki VSP so dolžni zagotoviti, da se v avdiovizualnih komercialnih sporočilih spoštujejo pravila, ki jih ureja Direktiva 2005/29/ES Evropskega parlamenta in Sveta, ki prepoveduje nepošteno poslovne prakse podjetij v razmerju do potrošnikov, vključno z zavajajočimi in agresivnimi praksami, ki se pojavljajo pri storitvah informacijske družbe. Kar zadeva komercialna sporočila v zvezi s tobačnimi in povezanimi izdelki na platformah za izmenjavo videov, velja splošna prepoved iz Direktive 2003/33/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter prepovedi, ki se uporabljajo za komercialna sporočila v zvezi z elektronskimi cigaretami in posodicami za ponovno polnjenje na podlagi Direktive 2014/40/EU Evropskega parlamenta in Sveta. Ker se uporabniki vse bolj zanašajo na storitve platform za izmenjavo videov, da lahko dostopajo do avdiovizualnih vsebin, je treba v ustreznem obsegu zagotoviti ustrezno raven varstva potrošnikov z usklajevanjem pravil o avdiovizualnih komercialnih sporočilih med vsemi ponudniki. Zato je pomembno, da so avdiovizualna komercialna sporočila na platformah za izmenjavo videov jasno opredeljena (označena) in da spoštujejo niz minimalnih zahtev za kakovost. Ponudnik VSP nima uredniške odgovornosti, pa običajno določa organizacijo vsebine, in sicer programov in videov, ki jih ustvarijo uporabniki, ter avdiovizualnih komercialnih sporočil, vključno s samodejnimi orodji ali algoritmi. Zato bi ti ponudniki morali sprejeti ustrezne ukrepe za zaščito mladoletnikov pred vsebino, ki bi lahko ogrozila njihov telesni, duševni ali moralni razvoj. Ti ponudniki bi prav tako morali sprejeti ustrezne ukrepe za zaščito splošne javnosti pred vsebino, ki spodbuja nasilje ali sovraštvo, usmerjeno proti skupini oseb ali članu take skupine, na kateri koli podlagi.

K 31. členu:

Prvi odstavek 39. člena se usklajuje s pristojnostjo izvedbe nadzora glede na spremembe zakonskih določb, ki so predlagane v zakonu. Z namenom konsistentnosti ureditve se izrecno dodaja tudi pristojnost nad Uredbo (EU) 2017/1128 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. julija 2017 o čezmejni prenosljivosti storitev spletnih vsebin na notranjem trgu (UL L 168/1 z dne 30. 6. 2017).

K 32. členu:

Države članice morajo zagotoviti, da so njihovi nacionalni regulatorni organi ali telesa pravno ločeni od vlade. Vendar pa to državam članicam ne preprečuje, da izvajajo nadzor

v skladu z nacionalnim ustavnim pravom. Za nacionalne regulatorne organe ali telesa, vključno s tistimi, ki so bili ustanovljeni kot javni organi ali telesa, šteje, da so dosegli potrebno stopnjo neodvisnosti, če so funkcionalno in dejansko neodvisni od svojih vlad in vseh drugih javnih ali zasebnih organov. To je bistveno za zagotovitev nepristranskosti odločitev, ki jih sprejme nacionalni regulatorni organ ali telo. Ta zahteva po neodvisnosti ne posega v možnost držav članic, da ustanovijo regulatorne organe, ki nadzirajo različne sektorje, na primer avdiovizualni in telekomunikacijski sektor. Nacionalni regulatorni organi ali telesa morajo imeti potrebna izvršilna pooblastila in vire za opravljanje svojih nalog, v smislu osebja, strokovnega znanja in finančnih sredstev. Dejavnosti nacionalnih regulatornih organov ali teles, ustanovljenih na podlagi direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah, morajo zagotoviti upoštevanje ciljev v zvezi s pluralnostjo medijev, kulturno raznolikostjo, varstvom potrošnikov, pravilnim delovanjem notranjega trga in spodbujanjem poštene konkurence.

Predlog zakona ohranja obstoječo ureditev iz 39. člena ZAvMS, po katerem upravni in inšpekcijski nadzor nad izvajanjem tega zakona izvaja Agencija za komunikacijska in omrežja in storitve (AKOS). S predlogom zakona se v novem 39.a členu ZAvMS dodatno poudarja, da je agencija organizacijsko, funkcionalno in materialno neodvisen regulatorni organ, ločen od Vlade Republike Slovenije ter od drugih javnih ali zasebnih pravnih subjektov. Agencija v zvezi z izvajanjem nalog po tem zakonu in po zakonu, ki ureja medije, ne sme zahtevati ali sprejemati navodil od drugih organov, razen kadar ti izvajajo zakonit nadzor nad delom agencije. Agencija naloge po tem zakonu in po zakonu, ki ureja medije, opravlja nepristransko, pregledno ter v skladu z načeli tega zakona, pri tem pa zasleduje pluralnost medijev, kulturno in jezikovno raznolikost, varstvo potrošnikov, dostopnost, nediskriminacijo, pravilno delovanje notranjega trga in spodbujanje poštene konkurence.

K 33. členu:

Besedilo kazenskih določb se prilagaja spremenjenim členom zakona.

K 34. členu:

Besedilo kazenskih določb se prilagaja spremenjenim členom zakona.

K 35. členu:

Besedilo kazenskih določb se prilagaja spremenjenim členom zakona.

K 36. členu:

Besedilo kazenskih določb se prilagaja spremenjenim členom zakona.

## **IV. BESEDILO ČLENOV, KI SE SPREMINJAJO**

### **ZAKON O AVDIOVIZUALNIH MEDIJSKIH STORITVAH (ZAvMS)**

**(neuradno prečiščeno besedilo št. 1)**

#### **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 oziroma ponudnice (v nadaljnjem besedilu: ponudnik) 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 ali nelinearne avdiovizualne medijske storitve z namenom obveščanja, zabave ali izobraževanja oziroma

- 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 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. Za televizijski program se štejejo zlasti analogna in digitalna televizija, neposredni prenos, spletno razširjanje televizijskih programov in nepravi video na zahtevo.
7. Izdajatelj oziroma izdajateljica televizijskega programa (v nadaljnjem besedilu: izdajatelj) 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. Izdajatelj pomeni ponudnika avdiovizualne medijske storitve, ki zagotavlja avdiovizualne programske vsebine za sočasno spremljanje na podlagi sporeda.
8. 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.
9. 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.
10. Samooglasi so oglaševalske vsebine, ki so namenjene pospeševanju prodaje, nakupa ali najema izdelka ali storitve, ali doseganju kakega drugega oglaševalskega učinka, ki ga želi doseči ponudnik.
  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. Oblike televizijskega oglaševanja so oglasi, informativno oglaševanje, samooglasi, plačana video obvestila in druge oblike televizijskega oglaševanja, ki jih v svojem splošnem aktu opredeli agencija.
  12. Za televizijsko oglaševanje po tem zakonu se ne štejejo neodplačne objave v zvezi z izvajanjem javnih služb, kulturnih prireditev, promocijo zdravja, dobrodelnih akcij in akcij, ki so splošnega pomena za varnost prebivalcev Republike Slovenije, ter druge objave v širšem javnem interesu, neodplačne objave v zvezi z opozarjanjem na zdravju škodljivo hrano in pijačo ter neodplačno predstavljanje umetniških del, neodplačno navajanje producentov, organizatorjev ali sponzorjev oziroma donatorjev umetniških del ter kulturno-umetniških prireditev in dobrodelnih akcij, v okviru medijske predstavitve teh del, prireditev oziroma akcij.
  13. Prikrito 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 prikrito oglaševalsko sporočilo objavljeno z namenom, se šteje zlasti takrat, kadar je bilo objavljeno za plačilo ali podobno nadomestilo.
  14. 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.
  15. Televizijska prodaja pomeni neposredne ponudbe, ki se v zameno za plačilo predvajajo javnosti zaradi preskrbe z blagom ali storitvami, vključno z nepremičninami, pravicami in obveznostmi.
  16. 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.
  17. 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.
  18. Oddajni čas po tem zakonu pomeni vse programske vsebine, ki jih posamezen televizijski program razširja v določeni časovni enoti.
  19. 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.
  20. 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 Evropske unije niso predmet diskriminatornih ukrepov, in ki izpolnjujejo določbe iz 21. točke tega odstavka;
    - dela, ki nastanejo v koprodukciji v okviru sporazumov, ki jih je Evropska unija na

- avdiovizualnem področju sklenila s tretjimi državami, v katerih avdiovizualna dela držav članic Evropske unije niso predmet diskriminatornih ukrepov, in ki izpolnjujejo pogoje iz vsakega od teh sporazumov.
21. Evropska dela iz prve in druge alineje prejšnje točke 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.
  22. Neodvisni producent oziroma neodvisna producentka (v nadaljnjem besedilu: neodvisni producent) avdiovizualnih del po tem zakonu je pravna ali fizična oseba, ki izpolnjuje naslednje štiri pogoje:
    - je registrirana za izvajanje dejavnosti produkcije avdiovizualnih del in ima sedež v Republiki Sloveniji ali v eni izmed držav članic Evropske unije;
    - ni vključena v organizacijsko strukturo oziroma pravno osebnost izdajatelja televizijskega programa;
    - ima izdajatelj televizijskega programa največ 25 odstotni delež kapitala ali upravljavskih oziroma glasovalnih pravic v njenem premoženju;
    - skupni obseg avdiovizualnih del (v minutah), ki jih je v preteklem koledarskem letu izdelala po naročilu posameznega izdajatelja televizijskega programa, ne presega 50 odstotkov skupnega obsega njenih avdiovizualnih del (v minutah), izdelanih v preteklem koledarskem letu.
  23. 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 druge in tretje alineje prejšnje točke.
  24. Operater oziroma operaterka elektronskih komunikacij (v nadaljnjem besedilu: operater elektronskih komunikacij) po tem zakonu je fizična ali pravna oseba, ki prenaša, oddaja in posreduje avdiovizualne medijske storitve po prizemeljskih omrežjih, prek satelitov, prek kabelsko distribucijskih ali kabelsko komunikacijskih sistemov, ali na kakšen drug način, in tako tehnično omogoča ponudnikom razširjanje programskih vsebin do zainteresirane javnosti, pod pogoji, ki jih določa zakon.
  25. Lokalni, regionalni, študentski in nepridobitni televizijski programi posebnega pomena imajo pomen, kot je določen v zakonu, ki ureja medije.
  26. Programske vsebine lastne produkcije in slovenska avdiovizualna dela imajo pomen, kot je določen v zakonu, ki ureja medije.

#### **4. člen** **(pristojnost Republike Slovenije)**

(1) Šteje se, da je ponudnik po tem zakonu pod pristojnostjo 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 pristojnostjo 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 pristojnostjo 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 pristojnostjo 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 pristojnostjo 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 prejšnjih odstavkov in če ponudnik ne sodi pod pristojnost druge države članice Evropske unije, se šteje, da je pod pristojnostjo Republike Slovenije ponudnik, ki:

- uporablja satelitsko zemeljsko postajo, ki je na ozemlju Republike Slovenije;
- ne uporablja satelitske zemeljske postaje iz prejšnje alineje, vendar uporablja satelitske zmogljivosti, ki pripadajo Republiki Sloveniji.

(7) Če ponudnik ne spada pod pristojnost Republike Slovenije po prejšnjih odstavkih tega člena, se šteje, da spada pod pristojnost 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 z dne 30. 3. 2010).

(8) Pod pristojnost 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 komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: agencija) lahko naloži izdajatelju televizijskega programa, ki sodi pod pristojnost 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 od prejema utemeljene zahteve druge države članice Evropske unije iz prejšnjega odstavka obvesti to državo 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 drugi državi članici Evropske unije ali Evropski komisiji na njuno zahtevo predloži informacije oziroma podatke, potrebne za izvedbo postopkov po 4., 5. ali 12. členu tega zakona.

### **7. člen (objava obveznih podatkov)**

(1) Z namenom natančne seznanitve gledalcev oziroma uporabnikov avdiovizualnih medijskih storitev, kdo je odgovoren za vsebino avdiovizualnih medijskih storitev, mora ponudnik omogočiti enostaven, neposreden in stalen dostop do naslednjih podatkov (v nadaljnjem besedilu: impresum):

- firma in sedež ponudnika,
- elektronski naslov ali naslov spletne strani ponudnika, ki uporabniku omogoča hitro navezovanje stika s ponudnikom,
- osebno ime odgovornega urednika oziroma odgovornih urednikov in osebna imena 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) Identifikacija avdiovizualne medijske storitve, kakor je določena v dovoljenju za izvajanje televizijske dejavnosti oziroma v evidenci ponudnikov avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, mora izhajati iz imena avdiovizualne medijske storitve in omogočati prepoznavanje in nedvoumno razlikovanje med posameznimi avdiovizualnimi storitvami.

(4) Izdajatelj televizijskega programa mora zagotoviti stalno objavo identifikacije na vidnem mestu v svojem programu. Določba tega 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:

- osebno ime avtorja objavljenega prispevka, razen če posamezen avtor določi drugače;
- osebno ime producenta programske vsebine in njegovo razmerje do naročnika;
- država izvora avdiovizualnega dela oziroma podatek o tem, da je delo nastalo v neodvisni produkciji;
- datum produkcije (mesec in leto);
- osebno ime oziroma firma imetnika materialne avtorske pravice glede objavljene programske vsebine v primeru avdiovizualne medijske storitve;
- osebno ime oziroma firma fizične ali pravne osebe, ki hrani uporabljeni predmet kulturne dediščine ali arhivalijo oziroma ustrezno reprodukcijo;
- ime medija ali avdiovizualne medijske storitve, 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.

**8. 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.

**Drugo poglavje**

**SPLOŠNA NAČELA**

**9. 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.

**11. 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 v skladu z zakonom, ki ureja medije, spodbuja medijsko pismenost, ki se nanaša na spretnosti, znanje in razumevanje, ki uporabnikom omogočajo učinkovito in varno rabo medijev ter avdiovizualnih medijskih storitev.

**12. člen**  
**(svoboda sprejemanja avdiovizualnih medijskih storitev iz drugih držav članic Evropske unije)**

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

**Tretje poglavje**

**ZAŠČITA OTROK IN MLADOLETNIKOV**

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

(1) V televizijskih programih se ne sme predvajati programskih vsebin, ki bi lahko resno škodovala 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 oziroma 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 20. 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 omejitve 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 opredeli programske vsebine iz tega in 15. člena tega zakona, stopnjo njihove zaščite, načine njihovega razvrščanja in označevanja ter smernice za njihovo predvajanje.

(10) Minister oziroma ministrica, pristojen oziroma pristojna za medije (v nadaljnjem besedilu: 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 mladotnikov, so lahko prek avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo dostopne le tako, da so omejene s tehnično zaščito, ki zagotavlja, da jih otroci in mladotniki praviloma ne bodo mogli slišati ali videti.

(2) Tehnična zaščita iz prejšnjega odstavka pomeni omejitev dostopa do programske vsebine za izključno polnoletne osebe prek dodeljenega PIN kodnega sistema ali druge enakovredne zaščite. Dostop mora biti privzeto zaklenjen, uporabnik pa mora biti seznanjen z namenom tehnične zaščite in z natančnimi navodili za njeno uporabo ter imeti možnost nastavitve dostopa do programske vsebine.

(3) Programske vsebine v avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladotnikov, morajo biti opremljene z ustreznim akustičnim in vizualnim opozorilom ter ustreznim vizualnim simbolom iz sedmega odstavka prejšnjega člena, da niso primerne za otroke in mladotnike različnih starostnih skupin, kot določa osmi odstavek prejšnjega člena.

(4) Za zagotovitev tehnične zaščite iz prvega in drugega odstavka tega člena ter objavo ustreznih vizualnih simbolov iz prejšnjega odstavka je odgovoren ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo.

(5) Operater elektronskih komunikacij ali ponudnik avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo morata pri ponujanju avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, ki so plačljive, zagotoviti takšno razčlenitev računa, da so za posamezno obračunsko obdobje 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 oziroma ponudnika avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo, da razčlenitve računa ne želi prejemati.

## **Četrto poglavje**

### **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 deset 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 všttevajo poročila, prenosi in posnetki športnih dogodkov, igre, oglaševanje, televizijska prodaja in video strani.

(6) Glede del, ki niso evropska dela iz 20. in 21. 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.

(7) Določba prvega odstavka tega člena se ne uporablja 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.

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

## **22. člen** **(prepoved avdiovizualnih komercialnih sporočil)**

(1) Avdiovizualna komercialna sporočila za tobak in tobačne izdelke, zdravila ter alkoholne pijače urejajo posebni predpisi, če ni s tem zakonom določeno drugače.

(2) Avdiovizualna komercialna sporočila za zdravstveno dejavnost, zdravstvene storitve ali za izvajalce zdravstvene dejavnosti so prepovedana.

## **23. člen** **(avdiovizualna komercialna sporočila za živila v programskih vsebinah, namenjena otrokom)**

(1) Ponudniki morajo oblikovati pravila ravnanja v zvezi z neprimernimi avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, ki spremljajo programske vsebine, namenjene otrokom 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.

## **25. člen (prepoved sponzoriranja)**

(1) Sponzoriranje poročil in informativnih programskih vsebin je prepovedano.

(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 alineje 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 prve alineje 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.

## **Šesto poglavje**

### **TELEVIZIJSKO OGLAŠEVANJE IN TELEVIZIJSKA PRODAJA**

#### **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, nadaljevanj, 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 prekinitev iz prejšnjega odstavka.

(6) Določbe četrtega odstavka tega člena se ne uporabljajo 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.

#### **30. člen**

### **(prepoved 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) Televizijska prodaja tobaka in tobačnih izdelkov ter alkoholnih pijač je prepovedana.

### **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 desetih minut v okviru vsake posamezne ure, v času med 18. in 23. uro pa ne sme preseči sedmih 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 se ne uporabljata za napovedi, ki jih izdajatelj televizijskega programa predvaja v svojih programih 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) Omejitve 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 se skladno s tem zakonom ne štejejo za televizijsko oglaševanje.

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

### **Sedmo poglavje**

#### **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, nediskriminatorskimi 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 pristojnost 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 pristojnostjo iste države članice Evropske unije, ki je pridobil ekskluzivne pravice.

(3) Za kratko poročanje po tem členu se šteje enkratno predvajanje največ 90 sekund dolgega izseka iz signala izdajatelja televizijskega programa, ki ekskluzivno prenaša dogodek. Izsek se lahko uporabi samo v splošnoinformativnih oddajah in najpozneje naslednji dan po končanju dogodka. Izsek se lahko ponudi prek avdiovizualne medijske storitve le v primeru, če isti ponudnik ponudi isto programsko vsebino 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 neplačljivi televizijski program se šteje program, za spremljanje katerega ni potrebno dodatno plačilo, pri čemer plačilo prispevka za programe Radiotelevizije Slovenija in plačilo storitev vzdrževanja izvajalcem storitev distribucije televizijskih vsebin končnim uporabnikom ne štejejo za dodatno plačilo. Za prenos se štejeta neposreden prenos dogodka ali kasnejši prenos, v celoti ali delno, kadar je to potrebno iz objektivnih razlogov ali je 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).

## **Osmo poglavje**

### **IZVAJANJE DEJAVNOSTI PONUJANJA AVDIOVIZUALNIH MEDIJSKIH STORITEV**

### **36. člen**

#### **(priglasitev avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo)**

(1) Ponudnik avdiovizualne medijske storitve na zahtevo mora svojo storitev, njeno spremembo ali prenehanje priglasiti agenciji.

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

- ime storitve in njena identifikacija,
- osebno ime, naslov in davčna številka za fizične osebe,
- firma, sedež, davčna številka, matična številka in zakoniti zastopnik za pravne osebe,
- vrsta storitve in njen kratek opis,
- datum začetka, spremembe ali prenehanja zagotavljanja storitve.

(3) Spremembo podatkov iz prejšnjega odstavka mora ponudnik agenciji sporočiti v 30 dneh od nastanka spremembe.

(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 upravlja naslednji uradni evidenci:

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

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

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

- ime televizijskega programa in njegova identifikacija,
- osebno 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 določb tega zakona.

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

- ime storitve in njena identifikacija,
- osebno 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 obdeluje osebne podatke iz tega člena z namenom izvajanja nadzora nad določbami tega zakona.

(6) Agencija podatke iz tega člena pridobiva tudi iz uradnih evidenc drugih državnih organov in z neposredno računalniško oziroma elektronsko povezavo.

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

### **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) Višina 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. Tarifa 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 zavezance 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) Pooblaščen oseba agencije, kot jo določa zakon, ki ureja elektronske komunikacije, ima v primeru kršitev določb tega zakona, če s tem zakonom ni drugače določeno, 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 pristojnost Republike Slovenije oziroma pod pristojnost kake druge države članice Evropske unije, ali podpisnice Evropske konvencije o čezmejni televiziji Sveta Evrope, 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 pooblaščen oseba agencije operaterju elektronskih komunikacij, ki omogoča njegovo razširjanje, izreče ukrepe iz drugega odstavka tega člena.

(5) V postopku nadzora po tem zakonu se uporabljajo določbe zakona, ki ureja inšpekcijski nadzor, če s tem zakonom ni drugače določeno.

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

## **Deseto poglavje**

### **KAZENSKÉ DOLOČBE**

#### **43. člen**

(1) Z globo od 6.000 do 60.000 eurov se za prekršek kaznuje pravna oseba, če:

1. prek avdiovizualne medijske storitve prizadene telesni, duševni ali moralni razvoj otrok in mladoletnikov (drugi odstavek 10. člena);
2. prek avdiovizualne medijske storitve otroka ali mladoletnika izpostavlja samovoljnemu ali nezakonitemu vmešavanju v njegovo zasebno življenje, družino ali dom, ali



- nezakonitim napadom zoper njegovo čast in ugled (tretji odstavek 10. člena);
3. 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);
  4. 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 oziroma s tehničnimi sredstvi ni omejeno tako, da otroci in mladoletniki v normalnih razmerah do takšnih vsebin nimajo dostopa (drugi odstavek 14. člena);
  5. 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;
  6. pred začetkom predvajanja programskih vsebin iz drugega odstavka 14. člena tega zakona, katerih predvajanje prek televizijskega programa ni omejeno s tehnično zaščito, ne objavi ustreznega akustičnega in vizualnega opozorila oziroma če med njihovim predvajanjem niso ves čas označene z ustreznim vizualnim simbolom (sedmi odstavek 14. člena);
  7. v nasprotju s prvim in drugim odstavkom 15. člena tega zakona prek svoje avdiovizualne medijske storitve na zahtevo ponuja programske vsebine, ki bi lahko resno škodovale telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov;
  8. programskih vsebin v svoji avdiovizualni medijski storitvi na zahtevo, ki utegnejo škodovati telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju otrok in mladoletnikov, ne označi v skladu s tretjim odstavkom 15. člena tega zakona;
  9. delež evropskih avdiovizualnih del ne obsega najmanj 50 odstotkov letnega oddajnega časa njegovega televizijskega programa (prvi odstavek 16. člena);
  10. delež evropskih avdiovizualnih del ne obsega najmanj deset odstotkov programskih vsebin v katalogu njegove avdiovizualne medijske storitve na zahtevo (drugi odstavek 16. člena);
  11. v primeru, da ne izpolnjuje deleža iz drugega odstavka 16. člena tega zakona, za produkcijo ali pridobitev pravic do evropskih avdiovizualnih del, ki jih ponuja prek svoje avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, v posameznem koledarskem letu ne nameni finančnega prispevka v višini najmanj enega odstotka vseh prihodkov iz naslova svoje avdiovizualne medijske storitve v tem istem koledarskem letu (tretji odstavek 16. člena);
  12. ne dosega najmanj desetodstotnega deleža evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov v letnem oddajnem času njegovega televizijskega programa (prvi odstavek 17. člena);
  13. vsaj polovica evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov iz prvega odstavka 17. člena tega zakona v njegovem televizijskem programu ni izdelana v zadnjih petih letih (drugi odstavek 17. člena);
  14. z razširjanjem avdiovizualnih komercialnih sporočil škodljivo vpliva na spoštovanje človekovega dostojanstva ali pa ta vsebujejo ali spodbujajo kakršno koli diskriminacijo na podlagi spola, rase ali etnične pripadnosti, državljanstva, vere ali prepričanja, invalidnosti, starosti ali spolne usmerjenosti ali spodbujajo vedenje ali dejanja, ki škodujejo zdravju ali varnosti ljudi, zaščitni okolja ali kulturne dediščine (20. člen);
  15. z razširjanjem avdiovizualnih komercialnih sporočil povzroči telesno, moralno ali duševno škodo mladoletnikom, zlasti tako, da s tem spodbuja mladoletnike, da bi zaradi svoje nezkušenosti ali lahkovernosti kupovali ali najemali proizvode ali storitve; ali da s tem spodbuja mladoletnike, da bi prepričevali svoje starše ali druge, naj kupujejo oglaševano blago ali storitve; ali da s tem izkorišča zaupanje mladoletnikov v starše, učitelje ali druge osebe; ali da s tem nepremišljeno prikazuje mladoletnike v nevarnih situacijah (21. člen);
  16. skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v televizijskem programu pravne osebe presega največji skupni obseg, ki je določen v prvem in

drugem odstavku 32. člena.

(2) Z globo od 3.000 do 30.000 eurov se za prekršek iz prejšnjega odstavka kaznuje samostojni podjetnik posameznik ali posameznik, ki samostojno opravlja dejavnost.

(3) Z globo 600 eurov se za prekršek iz prvega odstavka tega člena kaznuje tudi odgovorna oseba pravne osebe ali odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika, odgovorna oseba posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost, in odgovorna oseba v državnem organu ali v samoupravni lokalni skupnosti.

(4) Z globo 300 eurov se kaznuje posameznik, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena.

#### **43.a člen**

(1) Z globo od 3.000 do 30.000 eurov se za prekršek kaznuje pravna oseba, če:

1. razširja avdiovizualna komercialna sporočila, ki niso povsem jasno prepoznavna kot taka (prvi odstavek 19. člena);
2. objavlja prikrita avdiovizualna komercialna sporočila (drugi odstavek 19. člena);
3. pri objavljanju avdiovizualnih komercialnih sporočil uporablja tehnične postopke, ki uporabnikom ne omogočajo zavestnega zaznavanja takšnih sporočil (tretji odstavek 19. člena);
4. razširja avdiovizualna komercialna sporočila za zdravstvene dejavnosti, zdravstvene storitve ali za izvajalce zdravstvene dejavnosti (drugi odstavek 22. člena);
5. 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);
6. 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);
7. v sponzoriranih programskih vsebinah v nasprotju s tem zakonom promocijsko umešča izdelke, storitve ali blagovne znamke sponzorja programske vsebine (tretji odstavek 24. člena);
8. gledalca ne seznanja jasno o obstoju sponzorstva ali sponzorirane programske vsebine ne označi kot takšne – z navedbo sponzorjevega imena, logotipa ali katerega koli drugega njegovega simbola ali razpoznavnega znaka (četrti odstavek 24. člena);
9. v sponzorirani vsebini ne navede sponzorjevega imena, logotipa ali katerega koli drugega njegovega simbola ali razpoznavnega znaka, in sicer na začetku, po morebitnih prekinitvah in na koncu sponzorirane programske vsebine (peti odstavek 24. člena);
10. razširja oziroma ponuja sponzorirana sporočila ali informativne programske vsebine (prvi odstavek 25. člena);
11. 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 le na recept, oziroma če promovira zdravstvene storitve (drugi odstavek 25. člena);
12. v nasprotju s 26. členom tega zakona razširja oziroma ponuja programske vsebine, ki vsebujejo promocijsko umeščanje izdelkov;
13. predvaja televizijsko oglaševanje ali televizijsko prodajo v nasprotju s 27. ali 28. členom tega zakona;
14. prekine televizijsko programsko enoto s televizijskim oglaševanjem ali televizijsko prodajo v nasprotju z 29. členom tega zakona;

15. predvaja televizijsko prodajo zdravil, ki imajo dovoljenje za promet v skladu s predpisi, ki urejajo zdravila, ali predvaja televizijsko prodajo zdravstvenih storitev (prvi odstavek 30. člena);
16. predvaja televizijsko prodajo tobaka in tobačnih izdelkov ali alkoholnih pijač (drugi odstavek 30. člena);
17. pri predvajanju televizijske prodaje ne spoštuje meril iz 21. člena tega zakona ali s predvajanjem televizijske prodaje ponuja mladoletnikom možnost sklepanja pogodb za nakup ali najem blaga ali storitev (prvi odstavek 31. člena);
18. v času med 18. in 23. uro v posameznem televizijskem programu predvaja TV prodajna okna (tretji odstavek 32. člena).
19. izdajatelju televizijskega programa ne omogoči pravice do kratkega poročanja v skladu z določbami 33. člena tega zakona;
20. na podlagi pridobljenih 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);
21. prek svojega 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 tega zakona na podlagi izključno pridobljenih pravic (tretji odstavek 34. člena);
22. ne hrani posnetkov oziroma podatkov iz prvega do petega odstavka 40. člena tega zakona v skladu z navedenimi določbami.

(2) Z globo od 1.500 do 15.000 eurov se za prekršek iz prejšnjega odstavka kaznuje samostojni podjetnik posameznik ali posameznik, ki samostojno opravlja dejavnost.

(3) Z globo 500 eurov se za prekršek iz prvega odstavka tega člena kaznuje tudi odgovorna oseba pravne osebe ali odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika, odgovorna oseba posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost, in odgovorna oseba v državnem organu ali v samoupravni lokalni skupnosti.

(4) Z globo 250 eurov se kaznuje posameznik, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena.

#### **44. člen**

- (1) Z globo od 1.000 do 10.000 eurov se za prekršek kaznuje pravna oseba, če:
1. v svoji avdiovizualni medijski storitvi ne omogoči enostavnega, neposrednega in stalnega dostopa do podatkov (impresum) v skladu s prvim odstavkom 7. člena tega zakona;
  2. v primerih, ko njena avdiovizualna medijska storitev vsebuje kazalo ali razvid po katalogu programskih vsebin, ta ne vsebuje navedbe, kje se nahaja impresum (drugi odstavek 7. člena);
  3. identifikacija njegove avdiovizualne medijske storitve ne izpolnjuje pogojev iz tretjega odstavka 7. člena tega zakona;
  4. ne zagotovi stalne objave identifikacije na vidnem mestu v svojem televizijskem programu oziroma avdiovizualni medijski storitvi na zahtevo (četrti odstavek 7. člena);
  5. v svojem televizijskem programu na ustreznih mestih vsake programske vsebine ne objavi podatkov iz petega odstavka 7. člena tega zakona;
  6. v primeru objave sporeda svojega televizijskega programa na spletni strani, teletekstu ali na drugih mestih v programu ne navede tudi podatkov iz šestega odstavka 7. člena tega zakona;
  7. predvaja kinematografsko delo zunaj terminov, dogovorjenih z imetniki avtorskih

- pravic (drugi odstavek 8. člena);
8. ne pošlje letnega poročila o doseženih deležih v skladu s prvim oziroma drugim odstavkom 18. člena tega zakona;
  9. ne oblikuje pravil ravnanja v skladu s prvim in drugim odstavkom 23. člena tega zakona in jih javno ne objavi (prvi odstavek 23. člena);
  10. kot pogodbeni partner naročnika oglaševalskih vsebin deluje tudi kot njegov zastopnik pri naročanju blaga in storitev (drugi odstavek 31. člena);
  11. prek televizijskega programa, namenjenega izključno oglaševanju in televizijski prodaji, in 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 od 1.000 do 5.000 eurov se za prekršek iz prejšnjega odstavka kaznuje samostojni podjetnik posameznik ali posameznik, ki samostojno opravlja dejavnost.

(3) Z globo 300 eurov se za prekršek iz prvega odstavka tega člena kaznuje tudi odgovorna oseba pravne osebe ali odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika, odgovorna oseba posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost, in odgovorna oseba v državnem organu ali v samoupravni lokalni skupnosti.

(4) Z globo 150 eurov se kaznuje posameznik, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena.

#### **45. člen**

- (1) Z globo od 500 do 5.000 eurov se za prekršek kaznuje pravna oseba, če:
1. pri ponujanju svoje avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, ki je plačljiva, ne zagotovi takšne razčlenitve računa, da so za posamezno obračunsko obdobje razvidna naročila in plačila posamezne storitve, vključno z zneskom, datumom in časom nakupa, ogleda ali poslušanja (peti odstavek 15. člena);
  2. razčlenitve računa iz petega odstavka 15. člena tega zakona ne pošlje naročnikom v skladu s šestim odstavkom 15. člena tega zakona;
  3. kopije pravil ravnanja ne pošlje pristojnemu ministrstvu in agenciji v 15 dneh od njihovega sprejetja ali jih v enakem roku ne obvesti o vsaki njihovi spremembi (tretji odstavek 23. člena);
  4. agenciji ne pripravi svoje storitve, njene spremembe ali prenehanja (prvi odstavek 36. člena);
  5. v obvestilu iz prvega odstavka 36. člena tega zakona ne navede podatkov iz drugega odstavka 36. člena tega zakona;
  6. agenciji ne sporoči spremembe podatkov iz drugega odstavka 36. člena tega zakona v 30 dneh od nastanka spremembe (tretji odstavek 36. člena);
  7. v primeru tehnične okvare, zaradi katere ni shranila določenega dela predvajane zvočne ali avdiovizualne vsebine, v treh dneh od nastanka okvare pisno ne obvesti agencije o okvari in obsegu neposnete predvajane ali ponujene programske vsebine (šesti odstavek 40. člena);
  8. agenciji ne pošlje resničnih in popolnih podatkov iz prvega odstavka 41. člena tega zakona;
  9. agenciji ne omogoči neomejenega dostopa do programskih vsebin in storitev v skladu z drugim odstavkom 41. člena tega zakona;
  10. agenciji ne pošlje ali da na voljo podatkov ter programskih vsebin in storitev v obsegu in v roku, določenem v pisni zahtevi agencije (tretji odstavek 41. člena);
  11. 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 od 500 do 2.500 eurov se za prekršek iz prejšnjega odstavka kaznuje samostojni podjetnik posameznik ali posameznik, ki samostojno opravlja dejavnost.

(3) Z globo 150 eurov se za prekršek iz prvega odstavka tega člena kaznuje tudi odgovorna oseba pravne osebe ali odgovorna oseba samostojnega podjetnika posameznika, odgovorna oseba posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost, in odgovorna oseba v državnem organu ali v samoupravni lokalni skupnosti.

(4) Z globo 100 eurov se kaznuje posameznik, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena.

## **V. PREDLOG, DA SE PREDLOG ZAKONA OBRAVNAVA PO NUJNEM OZIROMA SKRAJŠANEM POSTOPKU**

/

## **VI. PRILOGE**

MSP-test (za celovito presojo posledic na gospodarstvo, predvsem za mala in srednje velika podjetja, je pri pripravi vseh predlogov zakonov, z izjemo zakonov iz petega odstavka 8.b člena Poslovnika Vlade Republike Slovenije, obvezna uporaba MSP-testa) – dokument bo pripravljen do faze medresorskega usklajevanja predloga zakona.