

Marko Milosavljević

RELEVANTNOST MEDIJSKE POLITIKE IN REGULACIJE ZA NOVINARSTVO: PRIMER PREDLOGA ZAKONA O MEDIJIH 2024

Začetek 21. stoletja je tako kot na drugih področjih novinarstva prinesel pomembne spremembe tudi v novinarski in širše gledano medijski regulaciji ter njeni vlogi; nanje je vplival preplet digitalne preobrazbe medijske ekonomije in koncentracije oglaševalske prihodkovne moči platform, gospodarska kriza po letu 2008, splošna družbena kriza po izbruhu koronavirusa po letu 2020 ter kriza tiskanih medijev. Zaradi povezanih družbeno-ekonomskih težav v medijih so se spremenila tudi pričakovanja do medijske regulacije, posebej v manjših državah, kjer zaradi majhnosti trga prej prihaja do občutljivih nihanj v medijskem poslovanju in novinarski vzdržnosti (Aalberg in Milosavljević 2016). V tem kontekstu medijska regulacija postane eden temeljnih vzvodov za pomoč novinarstvu (glej Trevisan, Štětka in Milosavljević 2025; Picard in Pickard 2017), novinarskim delovnim mestom in preživetju posameznih medijev ali posameznih sektorjev.

Vse to se kaže tudi v predlogu Zakona o medijih (predlog ZMed-1 2024), ki ga je decembra 2024 sprejela Vlada Republike

Slovenije. Predlog zakona,¹ s katerim se poskuša nadomestiti Zakon o medijih (ZMed 2001) iz leta 2001 (ki je bil kasneje večkrat amandmiran), je ob predstavitvi javnosti decembra 2023 prejel nekaj sto komentarjev različnih akterjev in niz komentarjev, predlogov in pripomb tudi po sprejetju na Vladi RS decembra 2024. Zaradi povečane relevantnosti ustreznega zakona o medijih za slovensko medijsko in novinarsko krajino je zato relevantno analizirati besedilo zakona in njegove temeljne značilnosti ter možne pomanjkljivosti. Cilj tega poglavja je zato podrobna analiza in opredelitev ključnih značilnosti ter morebitnih problematičnih mest, ki bi lahko povzročila težave pri implementaciji ali pri doseganju (v uvodu zakona) opredeljenih ciljev.

Poglavje bo opredelilo ključne pojme, kot so medijski zakon, medijska regulacija in medijske politike, ter v luči odzivov na predlog Zakona o medijih predstavilo slovenski kontekst. Opredelilo bo teoretične in metodološke značilnosti pravne analize kot metode preučevanja v medijskih in novinarskih študijah (Milosavljević in Poler Kovačič 2019), relevantnost pravne analize posameznih zakonov na področju novinarstva in komuniciranja ter omejitve tovrstnega pristopa. Sledila bo analiza besedila zakonskega predloga in predstavitev rezultatov z diskusijo o ugotovljenih značilnostih ter možnih nejasnostih ali težavah na štirih področjih, temu pa bo sledil sklep.

TEORETSKI OKVIR

Medijska regulacija in medijski zakoni

Medijska regulacija, medijske politike in medijski zakoni so »relevantno področje raziskovanja in teorije« v medijskih in novinarskih študijah (Reinard in Ortiz 2005, 594), kot takšno je prepoznano tudi v ustreznih stanovskih raziskovalnih in pedagoških organizacijah (na primer v evropski organizaciji ECREA,

1 Predlog Zakona o medijih je bil sprejet na seji Vlade Republike Slovenije 31. decembra 2024. Pričujoče poglavje je nastalo v januarju in februarju 2025, njegovo pisanje pa je bilo končano 25. februarja 2025. Poglavje upošteva vse pripombe in postopke glede predloga zakona do tega roka; kasnejših sprememb ali postopkovnih vidikov ni bilo več možno upoštevati.

ki vključuje sekcijo »Komunikacijsko pravo in politika«). Po drugi strani so raziskovalci še v osemdesetih letih minulega stoletja opozarjali, da so pravne študije, »čeprav so eno od najstarejših področij komunikološkega raziskovanja«, hkrati v »šolah in oddelkih novinarstva skromne po številu« (Gillmor in Dennis 1981, 322). Osrednja točka tovrstnega proučevanja je bila sicer potreba po aktualnih informacijah in vpogledu v medijsko-novinarske zakone, pri čemer so »pedagogi s področja novinarstva priskrbeli kolegom podrobne in natančne, včasih ozko osredotočene aktualne informacije glede trenutnih primerov in njihovih učinkov« na novinarsko delo (Gillmor in Dennis 1981, 322).

Ključne pojme, to so medijski zakon, medijska regulacija in medijska politika, pri tem opredeljujemo takole: medijski zakon je z mediji povezan »niz pravil, ki jih oblikujejo vladne agencije, pristojne za to področje, pravila pa pri tem poskušajo voditi, upravljati in posledično sankcionirati, ko so ta pravila kršena« (Creech 1996, 2). Medijska regulacija je sistem zakonov, ki pretežno ali delno pokrivajo medijsko področje, pri čemer je to področje pogosto fleksibilno ali tudi izmuzljivo glede svojih natančnih meja, kar pa je odvisno tudi od širšega pojma, medijske politike (v splošnem smislu, torej »policy«, in ne strankarskem ali ideološkem, torej ne kot »politics«).

Pri preučevanju teh pojmov, predvsem celovite medijske regulacije in politik, prihaja do določenih razlik med raziskovalci pravniki in raziskovalci komunikologi, predvsem zaradi razlik v institucionalnih tradicijah in konvencijah, zaradi česar lahko pride do različnih pristopov; raziskave tako med drugim kažejo, da raziskovalci s področja komunikacijskih ved bolj uporabljajo in citirajo teoretična, zgodovinska in filozofska dela, medtem ko raziskovalci s področja pravnih študij bolj citirajo dela pravne doktrine (Pasadeos, Bunker in Kim 2006, 179). Oboji pa pri svojem raziskovanju medijske zakonodaje izpolnjujejo več funkcij, med drugim razjasnitve zakonov prek analize postopkov, precedenčnih primerov, reform starih zakonov in ustvarjanja novih zakonov, pa tudi prek ustvarjanja boljšega razumevanja, kako zakoni delujejo v družbi (Gillmor in Dennis 1981, 323).

Medijske politike

Medijske politike definiramo kot za medijsko področje izoblikovan »načrt ali smer izpeljanih dejavnosti, usmerjen v družbo«, kjer bi »oblikovanje politike v idealnem smislu vodilo razširjanje povezanih zakonov« (Creech 1996, 2). Analiza medijskih politik se torej osredotoča na rezultate in se sprašuje, ali je rezultat določene pravne odločitve ali njena izvedba »poštena, učinkovita ali konsistentna s tem, kar je bil namen te odločitve« (Cate 2006, 18). Oblikovanje medijskih zakonov naj bi bilo zato odvisno od širše zastavljene medijske politike kot načrta, ki naj bi mu sledilo tudi sprejetje ustreznih specifičnih medijskih zakonov.

Medijska politika pa naj bi bila oblikovana na podlagi relevantnih ciljev na področju medijev, pri čemer je ta politika rezultat različnih akterjev, a jo vseeno najbolj oblikuje politika, ali kot opozarjata Rolland in Ostbye (1986): osnovni odnos med sfero politike in sfero (množičnega) komuniciranja temelji na tem, da so različni medijski sistemi »ustvarjeni, ohranjeni in na koncu ukinjeni prek odločitev, sprejetih v političnem sistemu (in samo posredno prek dejanj, opravljenih na trgu)«. Podobno ugotavljata Wilbur Schramm in William Porter (1982, 152): »Vsaka država obljublja svojemu narodu svobodo javnega govora, toda vsaka nadzira množične medije v večji ali manjši meri, tako kot nadzira vse svoje družbene institucije.« Na tovrstne različne medijske politike so opozarjali Siebert, Peterson in Schramm že v svoji analizi štirih teorij tiska ([1956] 1963) in v njej zapisali, da je z vidika medijske politike tudi tedanja Sovjetska zveza, ki je po svojih siceršnjih značilnostih veljala za klasičen model represije, v 125. členu ustave z zakonom zagotavljala svobodo a) govora in b) tiska (Siebert, Peterson, in Schramm 1956, 1963, 109).

Podobno kot navedeni avtorji je tudi Curran (2000) opredelil štiri modele, v njegovem primeru štiri idealne tipe odnosov med politiko oz. oblastjo in mediji, in sicer politiko *laissez-faire*, politiko represije, politiko inkorporacije oz. vključitve ter politiko privzema oz. kooptacije. Na formalni ravni je bil kot prevladujoč model odnosa med obema sferama v zadnjih desetletjih opredeljen model *laissez-faire*. Zanj je med drugim značilen koncept *negativne politike*, oblike nevmešavanja oz. neintervencionizma: medijske trge, akterje in posameznike naj bi prepustili same sebi, brez zunanjega vmešavanja. Za državne

institucije, zadolžene za medijsko politiko, naj bi bila tipična nenaklonjenost in odpor do sprejemanja novih pravil ali zakonov s področja medijev, ker naj bi ovirali inovativnost in razvoj medijev samih po sebi ter jim nalagali birokratske postopkovne zahteve in obveznosti. Politični posegi naj bi zato bili minimalni in nemoteči (Freedman 2014, 62).

Freedman (2014) denimo temu pripisuje tudi sprejetje dveh pomembnih komunikacijskih zakonov v zadnjih 75 letih v Združenih državah Amerike (do objave njegove knjige leta 2014), to sta Komunikacijski zakon iz leta 1934 in Telekomunikacijski zakon iz leta 1996. Najbolj znan primer *negativne politike* je prvi amandma v Ustavi Združenih držav Amerike, ki pravi, da »kongres ne bo sprejel nobenega zakona, ki bi omejil svobodo govora ali tiska« (Constitution Annotated [1787] b. d., Amandma I).²

Tudi zaradi takšnih primerov in njihove popularnosti se marsikje pogosto pojavljajo prepričanje, želje ali zahteve, da morata biti svoboda govora in svoboda medijev popolni in neomejeni, brez posebnih zakonov. Zahteva je prisotna tudi v razpravah glede (eventualnega) reguliranja družbenih omrežij in velikih spletnih platform, posebej zato, ker jih večina prihaja iz Združenih držav Amerike ter se tudi v drugih državah in na tržiščih sklicuje na to pričakovanje popolne (deregulirane) svobode (Hernández-Morales 2025). Skladna s tem so bila tudi prepričanja ob začetku digitalizacije v sredini 90. let 20. stoletja, da se zaradi namnožitve komunikacijskih kanalov postavlja osnovno vprašanje: »Ali je regulacija v digitalnem svetu sploh še potrebna?«³ Curran temu pravi »liberalni narativ« o medijski zgodovini, »prepričljiva zgodba o pozitivnem vplivu najprej tiska, nato filma, radia in televizije ter spleta na demokratično življenje«, kot »zgodba o napredku«, po kateri »mediji postajajo svobodni«, kot to z distanco opredeljuje Curran (2002, 7), tudi po zaslugi tovrstne *negativne politike*. Ta negativna politika je v tej pozitivni zgodbi dojeta kot bolj primeren »način za varovanje svobode izražanja javnosti in zagotavljanje 'trga idej' kot pa mikromenedžment komunikacijske sfere prek državnih 'pomagačev'« (Freedman 2014, 63).

2 »Congress shall make no law abridging the freedom of speech, or of the press ...« (Constitution Annotated [1787] b. d., Amandma I).

3 »Is regulation still an option in a digital universe?« (Lees, Ralph in Brown 2000).

Vsekakor pa se negativna politika odraža tudi v splošni opredelitvi medijske svobode ne glede na specifičen sistem: svoboda namreč vključuje zmožnost medijev, da so svobodni *pred* državnim vmešavanjem oz. nasproti njemu in *pred* nadzorom; a hkrati vključuje tudi sposobnost biti svoboden *za*: svoboden do nečesa, oziroma *da lahko*: svoboda, da »lahko nasprotujejo ali izzovejo argumente predstavnikov države ter da nadzirajo njihove dejavnosti in početja« (Freedman 2014, 62).

Slovenski kontekst v luči medijskih politik

V tej luči so bili odzivi na predlog Zakona o medijih (v nadaljevanju predlog zakona) tudi v Sloveniji različni in v kontekstu medijskih politik predvsem vezani na različne ideologije in percepcije relevantnosti medijske politike, regulacije in zakonov kot takšnih. Najbolj izraziti so bili zagovorniki pristopa *laissez-faire* oziroma zagovorniki popolne svobode govora, po katerih naj bi bila kakršnakoli zakonska regulacija bolj ali manj nepotrebna, nevarna.

Takšni pristopi so predvsem prihajali iz vrst politične opozicije, najpogosteje povezanih s stranko SDS, ki se je tudi v tem pogledu postavila na nasprotni položaj kot stranka, ki je med nastajanjem in predstavljanjem zakona vodila Ministrstvo za kulturo, to je Levica. Novinarji naj bi po tem pristopu tudi brez kakovostne medijske regulacije bili zmožni ustvarjati kakovostne novinarske izdelke, ki naj bi bili še vedno profesionalni, kompleksni, v javnem interesu, neodvisni in kritični, mediji kot institucije in hkrati kot (večinoma) podjetja pa naj zakona ne bi potrebovali ne v obliki posebnih pomoči, predvsem pa ne zaradi administrativnih zahtev, ki izhajajo iz zakona in regulacije. Nekateri iz kroga opozicijske SDS so tako med razpravo in sprejemanjem zakona trdili: »Svobodna družba ne potrebuje zakona, ki regulira medije« (Turk 2025).⁴ Drugi so trdili, da »zakona o medijih demokratične in svobodne družbe ne potrebujejo. 39. člen ustave je absoluten, ne predvideva nobene regulative pri širjenju mnenj. Izdajatelj je podvržen ZGD. Torej, vsaka regulacija medijev je protiustavna

4 Avtor tvita Žiga Turk je sicer bivši minister za kulturo iz vlade, ki jo je vodila SDS.

in totalitarna« (Biščak 2025).⁵ Predsednik stranke SDS je v tem času zapisal: »Ne potrebujemo vas in vaše cenzure. Niti vašega zakona« (Janša 2024). Evropska poslanka te stranke pa je nasprotovanje samemu zakonu argumentirala, ker da je nacionalna zakonodaja nepotrebna, saj imamo Evropski akt o svobodi medijev, in da ta povsem zadošča (Tomc 2025).

Ob tem je relevantno dejstvo, da je obstoječi Zakon o medijih (ZMed 2001), ki je bil obširno amandmiran 2006, v mnogih pogledih oblikovala prav stranka SDS, ki je v letih 2004 do 2008 vodila Vlado RS in Ministrstvo za kulturo RS. Kljub trditvam, da zakon za medije in novinarstvo sploh ni pomemben in potreben, je prav ZMed 2001, kot je bil amandmiran (čas vlade, ki jo je vodila stranka SDS od 2004 do 2008), vnesel niz dodatnih državnih posegov na medijskem področju, vključno z razširjeno pravico do odgovora in popravka ter mnogimi drugimi intervencijami, ki so v svojem bistvu v nasprotju s sicer formalno oz. javno zagovarjanim pristopom *laissez-faire*, kakršen naj bi bil značilen za desne vlade v Evropi.

V celoti zato velja stališče, da je vsaka oblika nadzora nad mediji, tudi v odnosu, ki je definiran kot *laissez-faire*, zato določena z »vzorcem distribucije oblasti in moči v družbi« (Man Chan 2001, 108), kar je odvisno od strukture oblasti, politične kulture, medijske konfiguracije, pritiska trga, organizacijskih omejitev, medijske ideologije in osebnih nagnjenj. Vzorec distribucije oblasti in moči v slovenski družbi v letih 2003, 2004 in 2005 je zato v osnovni sestavi političnih akterjev na oblasti nasproti političnim akterjem v opoziciji vplival ali delno določil tudi izoblikovanje medijske politike in medijskega zakona, tako kot je na to vplival zgodovinski kontekst, da je obstoječi zakon v mnogočem definirala in pisala trenutno opozicijska stranka SDS, ki verjetno tudi zato – ker ščiti 'svoj' zakon – nasprotuje relevantnosti in spreminjanju Zakona o medijih. Oblikovanje zakona bi zato lahko opredelili kot obliko dialoškega komuniciranja med različnimi akterji v družbi, tudi politično pozicijo in opozicijo, vsekakor pa takšna sestava moči in odnosov v politiki vpliva na javno razpravo ter na posamezne vidike oziroma besedilo zakona (kot bomo opredelili v nadaljevanju).

5 Jože Biščak je sicer urednik medija, zgodovinsko povezanega s stranko SDS in hkrati redni kolumnist na spletni strani SDS.

METODOLOŠKI OKVIR

Najbolj pogosto področje preučevanja, ko gre za medijsko zakonodajo, so vprašanja, povezana z regulacijo množičnih medijev. Pri tem je najbolj pogost pristop študija primerov različnih držav in primerjalne analize regulacijskih modelov v različnih državah (Reinard in Ortiz 2005, 601).

Tudi naša analiza temelji na študiji primera posameznega zakona posamezne države (predlog Zakona o medijih Vlade Republike Slovenije decembra 2024), pri čemer pa se zavedamo, da je takšno analizo težko zamejiti tako na ravni predmeta analize kakor na ravni metod, ko upoštevamo, da »praktično vsak raziskovalni projekt na širokem področju komuniciranja vključuje ekonomske, politične ali družbene, tako kot tudi pravne probleme, in v mnogih primerih je nemogoče ločiti strogo pravne od drugih vidikov. K temu je treba dodati tendenco pravnega raziskovanja, da se razširi tudi v družboslovje in da uporabi rezultate teh področij pri reševanju pravnih oz. sodnih vprašanj« (Siebert 1952, 102).

V tem pogledu gre za razliko v metodološkem pristopu, kjer »raziskovalec prava-kot-družboslovja pristopi k zakonu s čistim namenom razumevanja, medtem ko raziskovalca prava kot praktičnega pravnega raziskovanja zanima, kako je možno zakon uporabiti oz. aplicirati v praksi« (Siems in Sithigh 2012, 655). Gre tudi za razliko, ali se prek raziskave oz. analize želi razjasniti zakon in ponuditi pojasnilo (prek analize postopkov, predhodnih primerov in doktrine) ali pa se poskušajo popraviti oz. reformirati stari zakoni in predlagati spremembe, pri čemer je cilj raziskovalcev, da priskrbijo boljše razumevanje, kako zakon vpliva na družbo (Gillmor in Dennis 1981, 328–329).

Tovrstna uporaba družboslovnih metod pri preučevanju komunikacijskih zakonov in drugih pravnih težav je v uporabi večinoma šele v zadnjih desetletjih, saj je pred tem bilo tovrstnih pristopov relativno malo, kot je leta 1981 ugotovil Gillmor in Dennis (1981, 333).

V takšnem kontekstu bomo analizirali predlog zakona kot predlog temeljnega zakona na področju medijev in novinarstva ter kot enega od temeljev medijske regulacije v Republiki Sloveniji. Zakon o medijih tvori medijsko regulacijo v Republiki Sloveniji v ožjem smislu, poleg drugih neposrednih zakonov s področja medijev, to so Zakon o Radioteleviziji Slovenija (ZRTVS-1 2005),

Zakon o Slovenski tiskovni agenciji (ZSTAgen 2011) in Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (ZAvMS 2011). Širši kontekst medijske regulacije zagotavljajo še drugi zakoni, ki na področje medijev in novinarstva posegajo posredno oziroma le delno, to so zakoni, kot so Zakon o elektronskih komunikacijah (ZEKom-2 2022), Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOMk-2 2022), Zakon o varstvu potrošnikov (ZVPot-1 2022), Zakon o dostopu do informacij javnega značaja (ZDIJZ 2003), temu pa je treba dodati predvsem akte, ki jih je sprejela Evropska unija.

Naše poglavje se ne bo ukvarjalo s celovito analizo celotne slovenske medijske regulacije ali tudi medijske politike, temveč le s predlogom zakona, saj gre za temeljni zakon na področju medijev, ki obravnava delovanje vseh tipov medijev (tiskani, radijski, televizijski in spletni; izjema so družbeni mediji kot posebna kategorija) in z različnih vidikov oz. področij: nekateri členi ali poglavja zakona pokrivajo neposredno novinarsko delo, nekateri 'posegajo' na področje novinarstva posredno, prek zagotavljanja pravnega okvira za delovanje novinarskih medijev z ekonomskega vidika (oglaševanje in državna pomoč), političnega vidika (poskus zagotavljanja neodvisnega delovanja medijev in novinarstva ter s tem povezanih regulatorjev), uredniške in novinarske avtonomije (tudi prek delov zakona, namenjenim omejevanju koncentracije, navzkrižnega lastništva). Nekateri vidiki zakona niso neposredno povezani z novinarstvom, recimo ko gre za različne kvote drugih vsebin (avdio-vizualne medijske storitve, neodvisna produkcija, slovenska glasba), vendar so tudi ta določila delno relevantna, saj s svojimi zahtevami glede določenih kvot vplivajo na uredniško avtonomijo določenih urednikov in uredništev, recimo glasbenih urednikov in uredništev igranega programa.

Analiza predloga zakona bo osredotočena na vidike, ki neposredno zadevajo novinarsko delo (vključno z uredniškim), kot so zgoraj naštet, delno pa se bo dotaknila tudi tistih poglavij ali členov, ki se novinarsko-uredniškega dela dotikajo oz. ga regulirajo v določenih segmentih ali le določenih medijih (npr. kvote slovenske glasbe).

Pri tem bomo po eni strani izhajali iz črkobralskega (»black-letter«) pristopa, ki želi »sistematizirati, popraviti in razčistiti zakon glede katerekoli določene tematike prek specifičnega načina analize« (McConville in Chui 2007, 4). Tak natančen način branja

in analize naj bi omogočil opredelitev »dokončne, avtoritativne interpretacije besedila« (McConville in Chui 2007, 4). Na drugi strani pa pri analizi upoštevamo tudi širši pristop (glej Gillmor in Dennis 1981), saj je ob preučevanju medijev in medijske zakonodaje treba upoštevati kontekst, za katerega sta zadnja desetletja značilna »vse večja kompleksnost družbe, pluralizacija interesov in izjemno povečanje količine informacij, potrebnih za učinkovito upravljanje in nadzorovanje okolja sploh in posebej države« (Splichal 1997, 347). V takšnih okoliščinah raziskovalci »priskrbijo boljše razumevanje, kako zakon vpliva na družbo« (Gillmor in Dennis 1981, 328–329), prek prepleta različnih (pod) sistemov, ne zgolj pravnega oz. regulatornega, temveč tudi v povezavi s političnimi, ekonomskimi vidiki, zgodovinskega konteksta tega zakona in medijske regulacije v slovenskem prostoru, vključno z dosedanjim Zakonom o medijih (sprejet leta 2001, nato temeljito amandmiran med drugim leta 2006) kot neposrednim predhodnikom analiziranega predloga.

Poleg tega bomo pri analizi predloga zakona pozorni, podobno kot pri Freedmanovem (2014) konceptu svobode *pred* in svobode *za*, ne samo na to, kar v zakonu je, ampak na področja, tematike ali vidike, ki jih v zakonu ni. Te t. i. »tišine medijske politike« (Freedman 2014, 91) so lahko naključne in stvar nepozornosti ali površnosti, lahko so stvar različnih percepcij (katera področja so pomembna in katera niso), lahko pa so stvar širše in zavestne (ideološke ali lobistično povezane in povzročene) medijske politike ter vprašanja, kaj naj bi bilo regulirano in kaj ne zaradi specifičnih političnih ali lobističnih interesov in ciljev. Za raziskovanje zato ni pomembno samo vprašanje, kaj v zakonu piše, temveč tudi, česa ni, a bi morda pričakovali ali bi se morda nekaterim akterjem zdelo potrebno, zato je takšna odsotnost raziskovalno relevantna pri identifikaciji ciljev ali neciljev zakona in (negativne) medijske politike.

REZULTATI: KLJUČNI (PROBLEMATIČNI) VIDIKI PREDLOGA ZAKONA O MEDIJIH

Po celovitem branju predloga zakona smo na podlagi navedenih metod, predvsem s primerjalno analizo z obstoječim oziroma veljavnim Zakonom o medijih (ZMed 2001) in Evropskim aktom

o svobodi medijev (EMFA; Evropski parlament in Svet Evropske unije 2024), ki naj bi bil implementiran v predlog zakona zaradi zahtev oziroma roka Evropske komisije glede implementacije akta v nacionalni pravni red (Ministrstvo za kulturo 2024). Pri analizi smo upoštevali tudi širši zgodovinski, gospodarski in politični kontekst minulih let ter druge relevantne gospodarske vidike (predvsem razvoj novih tehnologij), posebej pripombe različnih akterjev z medijskega področja v minulih letih glede posameznih členov ali posameznih identificiranih sprememb in potreb.

Ugotovili smo precej posameznih nejasnosti, a ker v tem poglavju ni prostora za vse podrobne pripombe ali dileme, se v nadaljevanju osredotočamo na tista ključna področja (povezana bodisi s posameznimi poglavji predloga zakona bodisi s posameznimi medijskimi sektorji ali širšimi vprašanji), ki širše vplivajo ter lahko zaznamujejo regulacijo medijev in novinarstva v Sloveniji v prihodnjih letih, če bo prišlo do dokončnega sprejetja in uveljavitve predloga. Te nejasnosti ali problematičnosti smo povezali v nekaj ključnih skupin, ki jih predstavljamo v nadaljevanju.

Državno oglaševanje

Dosedanji Zakon o medijih (ZMed 2001) ni omenjal državnega oglaševanja kot specifične kategorije, ki bi bila regulirana ali definirana v kateremkoli poglavju ali členu. Predlog zakona obravnava državno oglaševanje (tudi) kot enega od vidikov, ki jih ureja Evropski akt o svobodi medijev (EMFA) in opredeljuje državno oglaševanje kot eno od področij, ki mora biti posebno transparentno in podvrženo jasnim (merljivim) kriterijem pri dodeljevanju državnih oglaševalskih sredstev, saj so v mnogih državah, posebej zaradi krize oglaševalsko utemeljenega poslovnega modela (pretežnega) dela medijev, pomemben vir (možnih) prihodkov.

Predlog zakona o državnem oglaševanju govori v 66. členu z naslovom »Državno oglaševanje«. Člen v prvem odstavku navaja:

»(1) Državno oglaševanje mora delovati po načelih zakonitosti, resničnosti, preglednosti, objektivnosti in stroškovne učinkovitosti ob spoštovanju svobode medijev in medijske pluralnosti ter uresničevanju javnega interesa na področju medijev ter temeljiti na podatkih o dosegu medijev, spletnih platform in oglaševalskih omrežij ter njihovemu doseganju ciljnih občinstev.«

Zapisana dikcija ni jasna ter zato omogoča različne interpretacije in morebitne zlorabe. Člen in drugi členi ali deli zakona ne opredeljujejo pomena dela prvega odstavka, ki pravi, da mora državno oglaševanje delovati ob spoštovanju medijske pluralnosti. Takšna dikcija zato omogoča različne in poljubne interpretacije: glede na trenutno dikcijo člena, bi lahko ministrstvo ali vlada izpeljala poljubno (ali celo politično prirejeno) študijo pluralnosti na slovenskem medijskem področju (pojem pluralnosti ni nikjer eksaktno opredeljen), s katero bi dokazovala, da obstajajo takšni ali drugačni razlogi za dodeljevanje državnega oglaševanja točno določenim medijskim izdajateljem oz. lastnikom, predvsem takšnim, ki bi bili (lahko) politično, lastniško ali interesno povezani ali blizu določeni vladi ali ministrstvu.

Državno oglaševanje mora biti glede na zahteve EMFA razdeljeno oz. delovati na osnovi jasnih kriterijev, ki morajo biti znani vnaprej, jasni, transparentni in proporcionalni; takšni kriteriji naj bi vodili h gospodarnemu in transparentnemu ravnanju z oglaševalskimi proračuni državnih institucij in podjetij v državni lasti, da bi preprečevali politične ali osebne zlorabe na eni strani in zagotavljali gospodarnost porabe davkoplačevalskih sredstev. To naj bi vodilo k splošni oglaševalski in medijski učinkovitosti, ustvarjanju specifičnih dosegov, specifičnih publik in specifičnih demografskih potreb, specifičnih regij ali lokalnih okolij, torej izmerljivih in objektivnih prej opredeljenih kriterijev. Trenutna dikcija je v nasprotju s takšnimi zahtevami in omogoča usmerjanje državnega oglaševanja glede na politične ali osebne interese.

Ko gre za subjekte, ki so zavezani določbam o državnem oglaševanju, zakon v 2. odstavku 66. člena navaja:

»(2) Javni subjekti in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov morajo dodelitev sredstev ali drugih prispevkov izdajateljem ali ponudnikom spletnih platform za državno oglaševanje ali javna naročila blaga in storitev izvesti na podlagi odprtih, sorazmernih in nediskriminatornih postopkov ter v skladu s preglednimi, objektivnimi, sorazmernimi in nediskriminatornimi merili, ki so vnaprej javno dostopna.«

Glede na težave ali nejasnosti pri očitnem interpretiranju »subjektov pod prevladujočim vplivom javnih subjektov« na primeru Erarja in oglaševanja hčerinskih podjetij državnih podjetij (Televizija Slovenija 2025) bi bilo smiselno eksplicitno zapisati, da se določila 66. člena nanašajo tudi na hčerinska podjetja

državnih podjetij in ne samo na neposredna državna podjetja. Čeprav trenutna dikcija govori o »subjektih pod prevladujočim vplivom javnih subjektov«, kar bi načeloma moralo vključevati omenjena podjetja, je treba, da bi preprečili kakršnekoli nejasnosti in zlorabe, v zakon zapisati tudi bolj natančno opredelitev subjektov, za katere velja 66. člen predloga zakona.

Državni razpisi, subvencije in sheme pomoči

Na splošno velja, da določila zakona opredeljujejo zgolj državne razpise in pomoč za eno leto, ne predvidevajo oz. ne omogočajo pa večletnih programov, ki bi medijem in novinarjem omogočili več stabilnosti ter kadrovsko in menedžersko načrtovanje in izvajanje. Nekatere oblike pomoči sploh niso zapisane v zavezujoči, obvezni obliki, ampak so zgolj možne (državne institucije »lahko« izpeljejo določene razpise ali določene oblike pomoči) ter zato omogočajo vsakokratni vladi in ustreznim državnim institucijam, da bodisi pomagajo medijem bodisi jim to pomoč odrečejo. To je neustrezna oblika arbitrarnosti in odvisnosti od dobre volje vladajoče politike, ali bo določene oblike pomoči dejansko namenila medijem ali pa jim iz različnih razlogov sploh ne bo pomagala. Ker smo v preteklosti v Sloveniji že imeli primere tovrstnih zapletov in finančnih blokad medijev, odvisnih od državnega financiranja (primer STA v letih 2021–2022 (Društvo novinarjev Slovenije 2021)), je presenetljivo, da zakonodajalec ni z ustreznimi členi poskrbel za jasne in zavezujoče zahteve po financiranju medijev.

Sedanji Zakon o medijih (ZMed 2001) v 4. členu določa »Javni interes na področju medijev« in nato na osnovi tega v 4.a členu opredeljuje »Financiranje programskih vsebin medijev«, kjer v 12. odstavkih opredeljuje kriterije, način in področja, za katera Republika Slovenija zagotavlja določena državna sredstva pomoči (t. i. sklad za pluralizacijo medijev). Poleg tega zakon v 2. poglavju opredeljuje tudi radijske in televizijske programe posebnega pomena, kjer so z vidika državnih razpisov in pomoči relevantni predvsem lokalni (77. in 78. člen) ter regionalni (79. člen) radijski in televizijski programi posebnega pomena.

Z vidika državne pomoči in razpisov se spreminja predvsem področje financiranja vsebin medijev.

14. člen predloga zakona (Vlada RS 2024) z naslovom »Osnovni pogoji in merila za dodelitev finančne podpore« zdaj v 3. odstavku med drugim določa, da se pri presoji ustreznosti prijav upošteva tudi (4. alineja) »spoštovanje zakonskih zahtev v zvezi s plačilom za delo, delovnim časom, počitki, opravljanjem dela na podlagi pogodb civilnega prava ...«

V zvezi s to alinejo ni jasno, ali to pomeni, da na dodeljevanje državnih pomoči in subvencij vpliva oz. o njih odloča tudi morebitna 'kaznovanost' medija, lastnika ali izdajatelja zaradi možnih pomanjkljivosti ali napak pri pogodbah z zaposlenimi, sodelavci, pogodbenimi partnerji in tudi delovnim časom. Ta je v medijih specifičen in pri uveljavljanju pravil glede beleženja delovnega časa so v zadnjem letu mediji velikokrat opozarjali in pripominjali, da določila ne upoštevajo dovolj posebnosti in potrebne fleksibilnosti novinarskega dela, ki se lahko ob nepredvidenih novicah ali posebnih dogodkih bistveno zavleče, s tem pa za seboj povleče vrsto potencialnih težav za medije oz. delodajalce, ali uspejo takšno fleksibilno delo nemudoma ustrezno izpeljati znotraj predvidenih zakonskih okvirov. Mediji so opozarjali, da bi morali biti izvzeti iz zakonskih določil o beleženju delovnega časa, kakršno velja za druge, bolj klasične oblike dela, ki imajo vnaprej določene termine in obsege, medtem ko delo v medijih zahteva veliko prilagodljivosti in dela v izrednih razmerah ali dogodkih (Bežjak 2024).

Če to drži, potem lahko takšna dikcija onemogoči kakovostnim medijem, da pridobijo državno pomoč in subvencije izključno zaradi morebitne manjše kršitve ali pomanjkljivosti pri recimo beleženju delovnega časa in drugih tovrstnih postopkih. To bi eventualno tudi omogočilo politično motivirano iskanje napak pri posameznih medijih in izdajateljih, da bi našli kakršnokoli napako na navedenem področju dela, ki bi državnim institucijam omogočila izločitev posameznega medija iz državnih razpisov in pridobivanja državne pomoči.

Poleg tega ni razvidno, kako naj bi se presojalo in ponderiralo 13 navedenih elementov oz. meril za podeljevanje pomoči. Nekateri so si med seboj izključujoči ali namenjeni zgolj nekaterim medijem (npr. nepridobitnim medijem ali elektronskim medijem glede predvajanja slovenske glasbe ipd.). Ali to pomeni, da bo zato denimo digitalni, samo spletni medij v slabšem položaju, ker pač ne predvaja slovenske glasbe in v eni od postavk ne

bo mogel dobiti nobene točke? Iz dikcije predloga zakona to trenutno ni razvidno oz. ni razvidno, da bi zakonodajalec opredelil, kako bodo kriteriji kvantificirani in na splošno ugotovljeni.

Na to navaja tudi 4. odstavek tega člena, da dobijo tisti, ki izpolnjujejo določene kriterije, več točk pri ocenjevanju in torej tudi kumulativno več točk. 5. odstavek opredeljuje, da podrobnejša merila določi vlada. To omogoča neposredno državno vmešavanje v razpis in podeljevanje moči prek favoriziranja tistih medijev in tistih kriterijev, ki so bližje določeni politiki.

Možnosti zlorabe je zaznati tudi v 16. členu z naslovom »Finančna podpora za digitalni prehod tiskanih medijev« (Vlada RS 2024). Ta med kriteriji v 3. alineji 2. odstavka navaja minimalni pogoj naklade tiskanega medija, ki se poteguje za državno pomoč, in sicer 1.500 natisnjenih primerkov. V naslednjih letih se lahko zaradi upada naklade tiskanih medijev (tako revij kot časopisov in časnikov) zgodi, da bi lahko naklada določenih do zdaj relevantnih tiskanih medijev padla pod 1.500 izvodov in zato ne bodo več izpolnjevali pogojev za razpis; na drugi strani – in bolj pomembno – pa se lahko zgodi, da zainteresirani akterji z zadostnimi finančnimi sredstvi tiskajo po 1.500 izvodov, čeprav bi šlo za popolnoma politično ustvarjen medij, kakršni so bili v sredini 2000. let predvolilni brezplačniki (ki so imeli tudi po 100.000 izvodov naklade, torej še bistveno več, kot je pogoj v predlogu zakona).

Še bolj pomanjkljiv z vidika kvantitativnih kriterijev za dodelitev državne pomoči je 17. člen predloga, »Finančna podpora za digitalne medije« (Vlada RS 2024). Ta v 3. alineji 2. odstavka kot pogoj za digitalne medije navaja: »imajo minimalni doseg 10.000 uporabnikov«. To je skrajno pomanjkljiv podatek oz. zahteva, saj se v digitalni ekonomiji in delovanju glede števila uporabnikov navajajo in zahtevajo časovno določeni in omejeni podatki o dosegu: ti so vezani bodisi na (enkratne) dnevne uporabnike bodisi (najpogosteje) mesečne uporabnike. Časovno nedoločeni in neomejeni podatki o uporabnikih se pri digitalnih medijih ne uporabljajo, dikcija predloga zakona pa načeloma lahko pomeni tudi, da je pogoj 10.000 uporabnikov v določenem letu. Pri tem je že 10.000 uporabnikov na mesec nenavadno nizka številka tudi za slovenski medijski trg, saj gre za številko, ki jo dosega izredno velik del t. i. digitalnih vplivnežev, medtem ko bi pri medijih večinoma pričakovali večje številke, še posebej, če bi dejansko šlo za letno številko.

Takšen kriterij pomeni, da ga izpolnjuje praktično vsak registrirani digitalni medij v Sloveniji, in zato kriterij sploh ni smiselni, vsaj ne v sedanji obliki. Smiselni bi bil samo ob ustreznem podatkovno utemeljenem premisleku in spremembi glede na realne podatke o dosegih slovenskih digitalnih medijev, predvsem na dnevni in delno na mesečni osnovi.

Predlog zakona (Vlada RS 2024) v prilogi predvideva tudi podzakonske predpise na tem področju, in sicer »Uredbo o izvedbi postopka izbire projektov in programov ter osnovnih pogojih, osnovnih merilih ter prednostnih merilih za dodeljevanje državnih pomoči medijem«. Toda pri tem gre za dodaten (predlog) predpis, ki ni zakonski, temveč podzakonski, kar pomeni, da ga – v nasprotju z zakonom – ne sprejema državni zbor ter nima predvidenih enakih postopkov in varovalk za varovanje demokratičnosti in javnega interesa na področju medijev in novinarstva, kot naj bi to zagotavljal zakon. Zato uredba ni ustrezna rešitev za dileme, nejasnosti ali pomanjkljivosti predloga zakona.

Državno lastništvo medijev in pluralizem oziroma koncentracija medijskih zakupnikov

Analiza je pokazala tudi določene relevantne tišine tovrstnega zakona in medijske politike v širšem smislu. Izpostavljamo dve z najširšimi posledicami za slovensko medijsko krajino: prva je odsotnost specifične regulacije področja medijskih zakupnikov; druga je odsotnost tako omembe kot možnih regulatornih/zakonskih ukrepov glede (možnega) državnega lastništva medijev.

Odsotnost specifičnih ukrepov s področja medijskih zakupnikov je neusklajena s splošno deklarirano usmerjenostjo predloga zakona, ko gre za zaščito pluralizma. Pluralizem je kot eden ključnih ciljev opredeljen že v uvodnem (5.) delu z naslovom »Kratek povzetek gradiva«, nato pa je v svojih različnih oblikah v zakonskem dokumentu omenjen 94-krat. Posvečeno mu je celotno tretje poglavje »Spodbujanje in zaščita medijske pluralnosti«. Predlog zakona omenja pluralnost v najrazličnejših kontekstih in na najrazličnejših področjih, vendar v to ni vključeno področje oglaševanja in medijskih zakupov. Oglaševalske agencije, ki izvajajo medijske zakupe, torej zakupe oglasnega prostora v medijih, imenovane sicer tudi medijski zakupniki, so v Sloveniji

visoko koncentriran segment oziroma dejavnost, v kateri le nekaj akterjev nadzira veliko večino prostora medijskega zakupa. Prek tega teh nekaj akterjev odloča o dodeljevanju oglaševalskih sredstev kot enem glavnih virov financiranja velike večine slovenskih medijev in prek tega lahko uveljavljajo tudi določeno omejevalno moč ali vodijo k ujetosti medijev (»media capture«) s strani medijskih zakupnikov, njihovih velikih naročnikov ali povezanih političnih akterjev. Čeprav je v Sloveniji v uradnem Razvidu medijev (2025) registriranih nekaj sto (srednjih ali večjih) oziroma skupno 260'0 (stanje aprila 2025) (manjših) medijev, je na drugi strani področje medijskih zakupnikov in medijskih zakupov povsem skoncentrirano pri le nekaj akterjih, kar je torej v očitnem nasprotju z deklariranim ciljem zagotavljanja medijske pluralnosti in zagotavljanja tudi dejanskih možnosti za medijsko pluralnost. Odsotnost regulacije medijskih zakupnikov v predlogu zakona in ne le prek običajnih postopkov v Zakonu o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOMk-2 2022) in Zakonu o varstvu potrošnikov (ZVPot-1 2022) v okoliščinah, ko mnogi mediji krčijo svoje delovanje zaradi zmanjšanih oglaševalskih sredstev znotraj globalne digitalne ekonomije, je posebej nevarno za slovenski medijski prostor in novinarstvo ter bi potrebovalo ustrezno (natančno) opredelitev in ustrezne pogoje oz. omejitve v Zakonu o medijih.

Drugo področje tišine medijske politike, kot jo kaže predlog zakona, je področje državnega lastništva medijev. Republika Slovenija je v preteklosti prek Telekom Slovenije kot državnega podjetja oz. subjekta pod državnim vplivom ali nadzorom že ustanavljala medije, kot je bila 'komercialna državna' televizijska postaja (Stergar 2013). Hkrati je prek Telekom Slovenije in nje-govega hčerinskega podjetja TSmedia ustanovila in je še vedno (v skladu z določbami Evropskega akta o svobodi medijev) tudi lastnica (enega najbolj obiskanih) spletnih portalov Siol.net.

Takšno državno lastništvo medijev prek državno nadzorovanega Telekom Slovenije predstavlja neustrezno in z vidika zagotavljanja neodvisnosti medijev tudi nedopustno državno lastništvo medijev. Ti mediji nimajo nikakršnih varovalk pred neposrednim vladnim oziroma na splošno političnim vmešavanjem in diktiranjem njihovega dela: prek neposrednega kadriranja in omejevanja uredniške avtonomije (o kateri sicer predlog zakona precej govori in jo na deklarativni ravni želi zaščititi).

To je bilo razvidno že pri postopku ustanavljanja Planet TV, njegovega delovanja in zaposlovanja ter na koncu tudi pri prirejenem postopku njegove prodaje v času prejšnje vlade (2020–2022). Podobno bi se kmalu zgodilo pri poskusu prodaje Siola.

Zakon bi zato moral vsebovati varovalke, kako bi Siol dobil podobne postopke varovanja uredniške avtonomije, kakor jih imata s svojimi posebnimi zakoni STA in RTV Slovenija kot medija s posredno ali neposredno državno vlogo pri lastništvu oziroma ustanovitvi.

Poleg tega bi zakon z namenom preprečevanja političnega poseganja v delo medijev ter v njihovo uredniško in novinarsko avtonomijo (kar omenja zakonski dokument v uvodu) moral omejiti oz. prepovedati nadaljnje ustanavljanje medijev ali kupovanje že obstoječih medijev (da se ne ponovi primer, kakršen se je nedavno s spremembami tamkajšnjega zakona o medijih zgodil v Srbiji (Stojanovic in Jeremic 2023)). Drugače se lahko ob vsaki spremembi oziroma razmerju moči v vladi ali državnem zboru zgodi, da bi ta prek državnih podjetij ali njihovih hčerinskih družb ali kako drugače ponovno ustanovil še kakšno (komercialno) televizijo ali ustanovil ali kupil še kakšen spletni portal, radijsko ali televizijsko postajo ali tiskane medije.

Država se mora iz medijskega lastništva in vmešavanja v medijski trg kot lastnica čim manj vmešavati, saj državno lastništvo brez ustreznih varovalk, ki bi zagotavljale kadrovske in ostale neodvisnosti tovrstnih medijev, lahko vodi v medijsko ujetost (Milosavljević in Poler Kovačič 2024), in svojo vlogo medijske lastnice minimalizirati. Zakon o medijih bi moral biti ključni regulatorni vzvod, kjer bi pričakovali tovrstna zavezujoča določila, vendar predlog zakona tovrstnih vidikov in državnega lastništva medijev sploh ne omenja (z izjemo tega, da so lahko z državo povezani mediji izločeni iz državnih razpisov za pomoč, kar pa je zgolj omejevanje določenih možnih posledic, ne pa vzroka anomalij in nevarnosti).

Področje koncentracije in vloga regulatorjev: Akos

Vprašanje koncentracije medijev in medijskega lastništva je pogosto prepoznano kot eno ključnih vprašanj sodobne medijske regulacije. Tako je tudi v EMFA (Evropski parlament in Svet

Evropske unije 2024), predvsem v 22. členu, a tudi členih, usmerjenih v delo nacionalnih medijskih regulatorjev in novega evropskega organa za medijske storitve – členi od 8 do 13. Predlog zakona se s koncentracijo najbolj izrazito ukvarja v 4. poglavju, »Ocena koncentracij na medijskem trgu«. V nasprotju z veljavnim zakonom, ki predvideva vlogo tako Ministrstva za kulturo kot Agencije za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (Akos) ter Agencije za varstvo konkurence (AVK), predlog zakona praktično vse naloge in pristojnosti v zvezi s postopki koncentracije (prevzemov ali združitvev) predaja Akosu. Veljavni zakon vlogo Ministrstva za kulturo predvideva, ko gre za specifične medijske sektorje (radio, televizija, splošni dnevnoinformativni dnevnik), vlogo Akosa in AVK-ja pa, ko gre za določene podatke ali določene obsege oziroma velikost akterjev. Poleg tega v določenih primerih na področju radia in televizije vlogo dodeljuje še Svetu za radiodifuzijo, s sicer nezavezujočim mnenjem ob tovrstnih procesih prevzemov ali združitvev.

Težav, ki jih lahko povzroči sedanja dikcija 4. poglavja predloga zakona (Vlada RS 2024) o koncentraciji medijev in postopkih, je precej.

Kot prvo, zakon ne vzpostavlja nikakršnih kriterijev, kdaj naj država (v njenem imenu Akos) presoja ustreznost ali neustreznost določenega prevzema in koncentracije. Pojmi, ki jih uporablja zakon, so nenatančni, arbitrarni in omogočajo poljubno uporabo, torej tudi zlorabo. Takšna dikcija zakona je zato ponovno v nasprotju z določbami Evropske komisije, da morajo biti kriteriji za presojo znani vnaprej, jasni, transparentni in proporcionalni (Evropski parlament in Svet Evropske unije 2024, 22. člen).

Dikcija predloga zakona ne izpolnjuje nobenega od teh pogojev oz. zahtev. Akos lahko presoja o vsakem prevzemu, ki naj bi bil relevanten oziroma pri katerem bi lahko prišlo do medijske koncentracije. Pri tem ni zapisan noben kvantitativni kriterij, kot so običajno prag minimalnega letnega prometa združenih podjetij in/ali njihov delež na posameznih upoštevanih trgih, manjkajo opredelitve možnih upoštevanih trgov, način ugotavljanja učinkov na pluralnost ali uredniško avtonomijo in podobno.

V preteklosti smo večkrat videli sporne vloge države, Ministrstva za kulturo, ali recimo Agencije za varstvo konkurence, v primeru neodzivnosti AVK (več kot leto dni čakanja na njihov kakršenkoli odgovor glede primera KKR in Pro Plus). Sedanji

predlog zakona sicer opredeljuje določene postopke in njihove časovnice, vendar ne opredeljuje drugih zgoraj naštetih relevantnih vidikov, ki bi preprečevali možnost politično ali ekonomsko ali osebno povezane zlorabe ali arbitrarnosti pri izvajanju ali neizvajanju možnih postopkov. Pomanjkanje kvantitativnih kriterijev kot osnove za ustrezne kriterije, kakršne nalaga EMFA, je ob tem najbolj eklatanten vidik teh pomanjkljivosti.

Hkrati osnovno težavo in nevarnost predstavlja sama koncentracija praktično vseh postopkov in pooblastil v rokah ene institucije, to je Akosa. Prejšnji zakon je vključeval pomembno vlogo Ministrstva za kulturo pri presojanju koncentracije na določenih segmentih, in ta vloga je bila sporna, saj je omogočala državno oziroma politično vmešavanje ali onemogočanje posameznih medijskih akterjev. Toda prejšnji zakon je hkrati vendarle predvideval določeno 'delitev oblasti', ko gre za presojo o koncentraciji na področju medijev ter presojo vsaj okvirno razpršil med več institucij: Ministrstvo za kulturo, AVK, Akos in Svet za radiodifuzijo. Predlog zakona vsa ta pooblastila združuje v le enem akterju, Akosu.

To je nevarno že z vidika demokratičnih principov delitve moči in oblasti ter sistemov nadzora in varovalk, saj predlog zakona vse odločanje skoncentrira v zgolj eni instituciji in hkrati ne predvideva nobenih varovalk in nadzornih mehanizmov. Zakon sicer prepozna veliko nevarnost koncentracije za slovensko medijsko krajino, ko gre za medijsko lastništvo, ne prepozna pa te iste nevarnosti, ko gre za izvajanje nadzora in odločanja o sami koncentraciji – s strani povsem koncentriranega (ko gre za postopek in moč) regulatorja.

Ker ni kvantitativnih pogojev in meril za postopek, predlog zakona omogoča povsem arbitrarno odločanje Akosa, ali bo v nekem primeru sprožil postopek, na podlagi kakšnih meril in kriterijev bo presojal primer ter kakšno metodologijo in podatke bo uporabil. Predlog, kot omenjeno, ne določa nikakršnega minimalnega praga (npr. tržni delež ali letni promet), kar omogoča Akosu vmešavanje v čisto vsak še tako majhen primer prevzema. To omogoča zlorabe in onemogočanje določenih medijskih akterjev, njihovo blokado in izredno poljubno izrekanje različnih kazni.

Poleg tega po našem mnenju Akos nima ustrezno zagotovljene kadrovske neodvisnosti od politike, vse dokler tako direktorja kot svet Akosa imenuje Vlada Republike Slovenije, torej izvršna oblast, in ne ustrezno neodvisno ter bolj razpršeno, kot zahtevajo

kriteriji za neodvisnost regulatorjev Evropske unije (Evropski parlament in Svet Evropske unije 2018, 30. člen). Ker bo odločal tudi o drugih povezanih vprašanjih (telekomunikacije, internet, sovražni govor ...), mu to omogoča velik, disproportionalen vpliv ali nadzor nad mediji na različnih področjih in z različnih vidikov (označevanje vsebin, kvote, dovoljenja ...). S tem se tudi povečuje možnost njegovih zlorab.

Ostala problematična področja

Analiza predloga zakona kaže na še več problematičnih področij glede ponujenih zakonskih rešitev oziroma diktije. Med drugimi identificiranimi spornimi področji, kjer ugotavljamo pomanjkljive definicije ali celo njihovo odsotnost, odsotnost (prepričljive) argumentacije in odsotnost dodatnih možnih rešitev, naj omenimo:

- pomanjkljive definicije: vplivnežev, medijev slovenske glasbe, tematskih radijskih postaj;
- neobravnavanje problemov obstoječega Zakona o medijih (ZMed 2001), ki so se v minulih letih izkazali kot relevantni za slovenski medijski prostor in novinarstvo: ustrezna rešitev pravice do odgovora in popravka, dodatni ukrepi medijske pomoči (nediskriminatorni ukrepi npr. za zaposlovanje mladih novinarjev in večletni razpisi, financiranje lokalnih in mednarodnih dopisniških mrež), položaj in razlog za obstoj t. i. programov posebnega pomena;
- pomanjkanje argumentacije: razširjeni pojmi in področja ter prepovedi glede hkratnega opravljanja medijske in oglaševalske dejavnosti.

SKLEP

Predlog Zakona o medijih (Vlada RS 2024)) vključuje vidike, ki predstavljajo modernizacijo obstoječega Zakona o medijih (ZMed 2001), ki med drugim praktično ni omenjal spletnih ali digitalnih medijev in oblik delovanja, zastarel pa je (bil) tudi na vrsti drugih področij. Predlog razširja nabor oblik državne pomoči medijem in novinarstvu ter predvideva posebne oblike pomoči za tiskane in spletne medije. Na drugi strani predlog predstavlja

mnoge neznanke, nejasnosti, pomanjkljive opredelitve, definicije, postopke ali kriterije, pogosto v nasprotju z zahtevami EMFA (Evropski parlament in Svet Evropske unije 2024), ki bi jih zakon moral implementirati. Ob področjih državnega oglaševanja, državne pomoči in državnega lastništva bodisi ne ponuja nobenih rešitev (lastništvo) bodisi so rešitve pomanjkljive in nenatančne (oglaševanje in pomoč).

Vse te nedorečenosti, ohlapnosti ali nedoslednosti pa lahko pripeljejo do političnih, ekonomskih in osebnih zlorab, izvajanja pritiska na medije in novinarstvo, šikaniranja kritičnih medijev, nagrajevanja 'naklonjenih' ali 'naših' medijev ter drugih nedopustnih in nedemokratičnih praks. Poleg tega je popolna koncentracija pooblastil in moči, ko gre za same postopke medijske koncentracije, v enem regulatorju, ki hkrati ne izpolnjuje vseh kriterijev za neodvisnost, kot jih nalaga Evropska unija (kadrovska neodvisnost, predvsem imenovanje vodstva), izredno nevarna in v nasprotju s konceptom pluralnosti, h kateremu sicer na deklarativni ravni stremi zakon.

Odsotnost 'delitve moči' je toliko bolj nevarna, ker so primeri v preteklosti pokazali, da so varovalni mehanizmi v Sloveniji zaradi relativne mladosti demokracije in mnogih nedorečenih ali neustrezno urejenih vprašanj tudi na področju medijev (ki so med drugim pripeljali do sicer identificirane visoke stopnje medijske koncentracije v Sloveniji) izredno pomembni oziroma (ko gre za tako relevantno področje, kot so mediji) nujni. Na vse navedeno smo opozarjali vse leto, od objave prve verzije predloga zakona decembra 2023 do njegovega sprejetja na Vladi Republike Slovenije 31. decembra 2024, vključno s posebno javno okroglo mizo o zakonu in njegovi nedorečenosti na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani oktobra 2024, v številnih izjavah in intervjujih ter drugih javnih udejstvovanjih. Večina nedorečenosti ali nevarnosti ali nelogičnosti je kljub večkratnim strokovnim opozorilom ostala v predlogu zakona nespremenjena.

Naša študija predloga zakona prinaša določene vidike navedenega zakona, predvsem analizo samega besedila oziroma ključnih področij (celoten dokument z zakonom, spremljajočimi pojasnili in dodatki obsega v različici iz decembra 2024, ki je bila sprejeta na Vladi RS, več kot 160 strani) in primerjavo s predhodnim, do sedaj veljavnim Zakonom o medijih (ZMed 2001) ter primerjavo z evropskim aktom EMFA (Evropski parlament in Svet Evropske

unije 2024), ki ga mora Republika Slovenija implementirati v svoj pravni red do avgusta 2025 in s katerim naj bi bil predlog ZMed-1 (2024) tudi usklajen.

Uporaba dodatnih metod bi pokazala druge relevantne vidike: daljša, podrobnejša in obsežnejša analiza vseh členov in elementov predloga zakona (vključno z uvodnimi pojasnili in predlogi uredb) bi pokazala vse problematične točke zakona, tudi ko gre za specifične člene ali področja, ki zadevajo samo določen tip medija, ali recimo razmerje med televizijskimi mediji in telekomunikacijskimi operaterji, ali recimo področje različnih kvot, pa tudi postopkov pri različnih odločanjih (koncentracija, razpisi) in kriterijev. Uporaba zgodovinske primerjalne metode bi pokazala, kako se je Zakon o medijih zgodovinsko spreminjal v minulih 33 letih, vse od predhodnika Zakona o javnih glasilih prek Zakona o medijih iz 2001 ter vseh njegovih amandmiranj in transformacij, pa tudi znotraj poskusov predlogov novih zakonov o medijih, ki so bili ustavljeni v različnih fazah (od leta 2001 je do faze postopkov v državnem zboru prišel le predlog v času ministrice Majde Širce leta 2010). Na ta način bi lahko ugotovili, kako so se spreminjale prioritete in tematike medijske regulacije v Zakonu o medijih kot ključnem splošnem zakonu za področje medijev in novinarstva.

Uporaba poglobljenih intervjujev s ključnimi deležniki bi lahko pokazala, kako so se pisanja predloga zakona lotili akterji na Ministrstvu za kulturo, s kakšnimi premisleki in usmeritvami, pa tudi, kako so v celoten postopek bili vpeti ali izločeni drugi medijski deležniki, recimo Društvo novinarjev Slovenije, različne (gospodarske in oglaševalske) zbornice, združenja posameznih segmentov medijev (programi posebnega pomena, nepridobitni mediji) ali različni javni akterji (nevladne organizacije, strokovna javnost). Dodaten vpogled bi omogočala tudi analiza vseh prispelih pripomb, tako tistih v času uradne javna razprave (od decembra 2023 do marca 2024) kakor tudi po sprejetju predloga zakona na Vladi RS decembra 2024.

Vse to bi ponudilo dodatne vpoglede v tematike, postopke in argumente, zakaj je bil na koncu predlog oblikovan tako, kot je bil, ter zakaj so določeni členi ali poglavja ostali bolj ali manj nespremenjeni kljub kritikam iz vrst medijev, novinarjev, oglaševalcev ali strokovne javnosti. Pri tem se zavedamo, da vsak akter, ki ga zadeva in regulira navedeni zakon, poskuša v postopku oblikovanja zakona doseči rešitve, ki bi bile najbolj ugodne zanj

tudi ali predvsem z vidika osebnega interesa in koristi; po drugi strani pa mnogi akterji iz preteklih izkušenj vedo, kje so bile in so nevralgične točke slovenske medijske regulacije in kje se je to najbolj zlorabljalo ter kje so bile najbolj problematične vrzeli. To znanje in zavedanje bi lahko pomagalo pri oblikovanju boljšega predloga, vendar se s tovrstno analizo, torej kako – če – so bili posamezni akterji sploh vključeni oziroma upoštevani s svojimi pripombami, v tem poglavju nismo ukvarjali. Vsa navedena vprašanja tako ponujajo dovolj gradiva in relevantnih vprašanj za nadaljnja raziskovanja.

V trenutni fazi (v obdobju do marca 2025) se predlog zakona, kakršen je bil najprej predstavljen javnosti decembra 2023, nato sprejet na Vladi Republike Slovenije 31. decembra 2024 in nato doživel dodatne pripombe in popravke v naslednjih mesecih, kaže predvsem kot poskus zakona, ki v osnovi odraža aktivno in intervencijsko obliko državne politike na področju medijev in novinarstva, s poskusom uvajanja dodatnih ukrepov, predvsem oblik pomoči za množične medije v Sloveniji. V tem smislu zakon potrjuje »nelaseferovski« pristop Ministrstva za kulturo (2022–), kot bi tudi bilo pričakovati glede na osnovno politično opredelitev politične stranke, ki v tem obdobju vodi to ministrstvo (Levica). Po drugi strani pa vendarle ne moremo govoriti o konsistentni, jasni in kontinuirani politiki ministrstva v tem obdobju, saj hkrati v tem času (od maja 2022 do marca 2025) ni pripravilo in zaključilo relevantnih zakonodajnih postopkov glede drugih zakonov z medijskega področja (celovit Zakon o RTV Slovenija, Zakon o STA, Zakon o AVMS), in tudi Zakon o medijih prihaja šele po treh letih mandata Vlade RS in ministrstva po volitvah leta 2022. To kaže na le načelno držo (pro)aktivne vloge države pri pomoči medijem in novinarstvu v navedenem obdobju. Dejansko slovenska medijska krajina po treh letih še ni deležna dodatne, (pro)aktivne politike na področju medijev. Sprejetje predloga Zakona o medijih v trenutku pisanja ni samoumevno in kakorkoli zagotovljeno, kar pomeni, da ne moremo govoriti o relevantni spremembi medijske politike v obdobju 2022–2025. Tudi če bo sprejet, ostaja vrsta neznank glede implementacije na eni strani ter niz medijskoregulacijskih tišin, kar vse kaže na luknjasto medijsko politiko, ki jo je težko jasno umestiti v določene kategorije in ki bi kazala načelno konsistentno držo.

Navedene ugotovitve naše analize predloga Zakona o medijih na splošno kažejo na to, da lahko novi zakon – če bo sprejet – verjetno reši določena vprašanja trenutne slovenske medijske krajine in regulacije. Toda hkrati kažejo na to, da bo v trenutni dikciji – na podlagi preteklih izkušenj z minulimi zakoni – povzročil vrsto novih težav ter ustvaril nove nejasnosti in neželene učinke. Med temi bodo skoraj gotovo zlorabe, arbitrarnost ter priložnosti za politične, ekonomske in osebne napade ali koristi. Vse to pa bo lahko temeljito oslabilo novinarsko in medijsko delovanje ter njuno neodvisnost. Zakon o medijih tako lahko, namesto da bi predstavljal relevanten mehanizem za zagotavljanje medijske ter novinarske avtonomije in svobode, postane prav nasprotno: pomemben mehanizem za medijsko omejevanje in arbitrarne, predvsem politične zlorabe.

O avtorju

Marko Milosavljević, univerzitetni diplomirani novinar (1996), je redni profesor za področje novinarskih študij na Univerzi v Ljubljani. Član Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede je od leta 1996, v letih od 2007 do 2011 je bil predstojnik katedre, od leta 2021 pa je predstojnik Oddelka za komunikologijo. Trenutno je nosilec predmetov Medijske politike in regulacija, Novinarsko sporočanje 1 ter Novinarsko sporočanje 2 na prvi stopnji študija, Novinarska zgodba in fotografija ter Uredniško delovanje na drugi stopnji ter koordinator za področje novinarstva in komunikologije na doktorskem predmetu Teorije družbe. Raziskovalno proučuje medijsko regulacijo, politično ekonomijo medijev, novinarsko naracijo, digitalne medije, platforme ter umetno inteligenco.

Opomba avtorja

Avtorja je Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije oktobra 2023 zaprosilo, da prispeva poglavje o uporabi umetne inteligence v medijih in novinarstvu. Ministrstvo za kulturo RS je v ta namen sklenilo pogodbo s Fakulteto za družbene vede Univerze v Ljubljani, kjer je avtor zaposlen. Fakulteta je za to sodelovanje prejela 2.920 evrov z DDV. Avtor je prispeval zgolj to poglavje in

pri drugih delih zakona (bodisi členih bodisi poglavjih) ni z ničemer sodeloval in z besedilom zakona ni bil predhodno seznanjen.

Financiranje

Poglavje je sofinancirano s strani programa Evropske unije za raziskave in inovacije Obzorje Evropa (Horizon Europe) v okviru pogodbe o dodelitvi sredstev št. 101094816 za projekt DIACOMET (HORIZON-CL2-2022-DEMOCRACY-01).

LITERATURA

- Aalberg, Toril, in Marko Milosavljević. 2016. »The Norwegian and Slovenian media system compared«. V: *Small states, big challenges: Norway and Slovenia in comparative perspective. 1st ed.*, Kristen Ringdal, Sabrina P. Ramet in Danica Fink-Hafner, 83–123 (ured.). Baden-Baden: Nomos, Edition Sigma.
- Bezjak, Špela. 2024. »Trije meseci evidentiranja: kakšne spremembe se obetajo?«. *24ur.com*, 20. februar 2024. <https://www.24ur.com/novice/gospodarstvo/evidentiranje-dela.html>.
- Biščak, Jože (@JozeBiscak). 2025. »Bom rekel takole: zakona o medijih demokratične in svobodne družbe ne potrebujejo. 39. člen ustave je absoluten, ne predvideva nobene regulative pri širjenju mnenj. Izdajatelj je potrjen ZGD. Torej, vsaka regulacija medijev je protustavna in totalitarna«. Twitter, 7. januarja 2025. <https://x.com/JozeBiscak/status/1876550300389261727>.
- Cate, Fred H. 2006. »Method in Our Madness: Legal Methodology in Communications Law Research«. V: *Communication and Law: Multidisciplinary Approaches to Research*, Amy Reynolds in Brooke Barnett (ured.), 9–23. Mahwah, N.J.: Routledge.
- Constitution Annotated. (1787) b. d. »First Amendment Fundamental Freedoms«. (Ustava Združenih držav Amerike, spremenjena z amandmaji do leta 1992). Amandma I (1. amandma). <https://constitution.congress.gov/browse/amendment-1/>.
- Creech, Kenneth. 1996. *Electronic Media Law and Regulation (2nd. ed.)*. Newton, MA: Butterworth-Heinemann.
- Curran, James. 2000. *Media Organisations in Society*. London/New York: Arnold/Oxford University Press.
- Curran, James. 2002. *Media and Power*. London: Routledge.

- Društvo novinarjev Slovenije. 2021. »Skupni poziv k nujni rešitvi financiranja STA«. Objavljeno 8. septembra 2021. <https://novinar.com/novica/skupni-poziv-k-nujni-resitvi-financiranja-sta/>.
- Državni zbor Republike Slovenije. 2024. »Predlogi zakonov – Izbran dokument: 1884-IX Besedilo Predloga zakona o medijih 31. 12. 2024 [Vlada Republike Slovenije]«. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonodaja/izbran!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zivSy9Hb283Q0N3E3dLQwCQ7z9g7w8nAwsnMz1w9EUGAWZGgS6GDn5BhsYGwQHGPHEaPFAAdwNCBOPx4FUfiNL8gNDQ11VFQEAAAXcoa4!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?uid=F866B25D56483727C1258C040045EDDF&db=pre_zak&mandat=IX&tip=doc.
- Državni zbor Republike Slovenije. 2025. »Predlogi zakonov – izbran predlog zakona: 1884-IX Zakon o medijih«. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonodaja/izbran!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zivSy9Hb283Q0N3E3dLQwCQ7z9g7w8nAwsnMz1w9EUGAWZGgS6GDn5BhsYGwQHGPHEaPFAAdwNCBOPx4FUfiNL8gNDQ11VFQEAAAXcoa4!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?uid=F23C42EE294BBA30C1258C04003AA765&db=pre_zak&mandat=IX.
- Evropski parlament in Svet Evropske unije. 2018. »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«. *Uradni list Evropske unije*, PE/33/2018/REV/1. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=CELEX%3A32018L1808>.
- Evropski parlament in Svet Evropske unije. 2024. »Uredba (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in spremembi Direktive 2010/13/EU (evropski akt o svobodi medijev)«. *Uradni list Evropske unije*, PE/4/2024/REV/1. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/sl/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1083>.
- Freedman, Des. 2014. *The Contradictions of Media Power*. London: Bloomsbury Academic.
- Gillmor, Donald M., in Everette E. Dennis. 1981. »Legal Research in Mass Communication«. V: *Research methods in mass communication*, Stempel Guido H. in Westley Bruce H. (ured.), 320–341. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Hernández-Morales, Aitor. 2025. »Zuckerberg urges Trump to stop the EU from fining US tech companies«. *Politico.eu*, 11. januar 2025. <https://www.politico.eu/article/zuckerberg-urges-trump-to-stop-eu-from-screwing-with-fining-us-tech-companies/>.

- Janša, Janez (@JJansaSDS). 2024. »Vsak med nami je lahko medij. Vsak dan bolj. Ne potrebujemo vas in vaše cenzure. Niti vašega zakona«. Twitter, 31. decembra 2024. <https://x.com/JJansaSDS/status/1874104203905540456>.
- Lees, Tim, Sue Ralph, in Jo Langham Brown, ur. 2000. *Is Regulation Still an Option in a Digital Universe: Papers from the 30th University of Manchester International Broadcasting Symposium*, 1999. uton: (4): 103–118. <https://doi.org/10.1080/13183222.2001.11008788>.
- McConville, Michael, in Wing Hong Chui. 2007. *Research Methods for Law*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Milosavljević, Marko, in Melita Poler Kovačič. 2019. »Legal analysis in media policy research«. V: *The Palgrave handbook of methods for media policy research*, Hilde Van den Bulck (ured.), 519–539. Cham: PalgraveMacmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-16065-4_30.
- Milosavljević, Marko, in Melita Poler Kovačič. 2024. »The role and accountability of the state as a news media owner in the contemporary media landscape«. *European Journal of Communication* 39 (5): 486–497. <https://doi.org/10.1177/02673231241267145>.
- Ministrstvo za kulturo. 2024. »Zakon o medijih danes potrjen na vladi«. Objavljeno 31. decembra 2024. <https://www.gov.si/novice/2024-12-31-zakon-o-medijih-danes-potrjen-na-vladi/>.
- Pasadeos, Yorgos, Matthew D. Bunker, in Kyun Soo Kim. 2006. »Influences on the Media Law Literature: A Divergence of Mass Communication Scholars and Legal Scholars?«. *Communication Law and Policy* 11 (2): 179–206. https://doi.org/10.1207/s15326926clp1102_1.
- Picard, Robert G., in Victor Pickard. 2017. *Essential Principles for Contemporary Media and Communications Policymaking*. Oxford: University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-kfr4-2t29>.
- Razvid medijev. 2025. <https://remk.ekultura.gov.si/razvid/mediji>.
- Reinard, John C., in Sandra M. Ortiz. 2005. »Communication Law and Policy: The State of Research and Theory«. *Journal of Communication* 55 (3): 594–631. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02687.x>.
- Rolland, Asle, in Helge Ostbye. 1986. »Breaking the Broadcasting Monopoly«. V: *New Media Politics: Comparative Perspectives in Western Europe*, Denis McQuail in Karen Siune (ured.), 115–129. London: Sage.
- Schramm, Wilbur, in William Earl Porter. 1982. *Men, Women, Messages, and Media: Understanding Human Communication*. New York: Harper & Row.
- Siebert, Frederick S. 1952. *Freedom of the Press in England, 1476–1776*. Urbana: University of Illinois Press.

- Siebert, Frederick S., Theodore Peterson, in Wilbur Schramm. (1956) 1963. *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. Urbana in Chicago: University of Illinois Press.
- Siems, Mathias M., in Daithí mac Síthigh. 2012. »Mapping Legal Research«. *Cambridge Law Journal* 71 (3): 651–676. <https://doi.org/10.1017/S0008197312000852>.
- Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v 20. stoletju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Stergar, Aleš. 2013. »Telekom in Antenna skupaj: kaj to pomeni za Planet TV?«. *Delo*, 4. februar 2013. <https://old.delo.si/gospodarstvo/podjetja/telekom-in-antenna-skupaj-kaj-to-pomeni-za-planet-tv.html>.
- Stojanovic, Milica, in Ivana Jeremic. 2023. »Serbian Parliament Adopts Controversial Media Laws«. *BalkanInsight.com*, 26. oktober 2023. <https://balkaninsight.com/2023/10/26/serbian-parliament-adopts-controversial-media-laws/>.
- Televizija Slovenija. 2025. »Tarča: Posel s helikopterji«. *Televizija Slovenija*, 13. februarja 2025. <https://www.rtvlo.si/rtv365/arhiv/175109138?s=tv>.
- Tomc, Romana (@RomanaTomc). 2025. »Spršujem ministrico @AstaVrecko in @vladaRS zakaj predlagajo nov zakon o medijih, če na tem področju velja letos sprejet evropski Akt o svobodi medijev, ki celovito ureja to področje in ima status Uredbe, kar pomeni, da je neposredno veljaven v vseh državah EU?« Twitter, 6. januarja 2025. <https://x.com/RomanaTomc/status/1876215730049290427>.
- Trevisan, Matteo, Václav Štětka, in Marko Milosavljević. 2025. »Tools and strategies of political capture of the media in Europe.« V: *Media pluralism in the digital era: legal, economic, social, and political lessons learnt from Europe*, Elda Brogi, Iva Nenadić in Pier Luigi Parcu (ured.), 116–132. Abingdon; New York: Routledge.
- Turk, Žiga (@ZigaTurk). 2025. »Tako je. Svobodna družba ne potrebuje zakona, ki regulira medije«. Twitter, 8. januarja 2025. <https://x.com/ZigaTurk/status/1877058646510633119>.
- Vlada RS. 2024. »Predlog Zakona o medijih«. Vlada Republike Slovenije, 31. december 2024. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonodaja/izbran!/ut/p/z1/04_Sj9CPyKssy0xPLMnMz0vMAfIjo8zivSy9Hb283Q0N3E3dLQwCQ7z9g7w8nAwsnMz1w9EUGAWZGgS6GDn-5BhsYGwQHG-pHEaPfAAdwNCBOPx4FUfNL8gNDQ11VFQEAAXcoa4!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?uid=F866B25D56483727C1258C040045EDDF&db=pre_zak&mandat=IX&tip=doc.
- Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah, ZAvMS. 2011. *Uradni list RS*, št. 87/11. Spremenjen z Uradni list RS, št. 84/15, 204/21. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO6225>.

- Zakon o dostopu do informacij javnega značaja, ZDIJZ. 2003. *Uradni list RS*, št. 24/03. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 61/05, 96/05, 109/05, 113/05, 28/06, 51/06, 117/06, 23/14, 50/14, 19/15, 102/15, 7/18, 141/22. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO3336>.
- Zakon o elektronskih komunikacijah, ZEKom-2. 2022. *Uradni list RS*, št. 130/22. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 18/23. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO8611>.
- Zakon o medijih, ZMed. 2001. *Uradni list RS*, št. 35/01. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 113/03, 16/04, 123/04, 96/05, 60/06, 69/06, 110/06, 36/08, 77/10, 90/10, 87/11, 47/12, 47/15, 22/16, 39/16, 45/19, 67/19, 82/21. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO1608>.
- Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence, ZPOmK-2. 2022. *Uradni list RS*, št. 130/22. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 12/24. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO8619>.
- Zakon o Radioteleviziji Slovenija, ZRTVS-1. 2005. *Uradni list RS*, št. 96/05. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 109/05, 105/06, 26/09, 9/14, 163/22. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO4461>.
- Zakon o Slovenski tiskovni agenciji, ZSTAgen. 2011. *Uradni list RS*, št. 50/11. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 36/21. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO5868>.
- Zakon o varstvu potrošnikov, ZVPot-1. 2022. *Uradni list RS*, št. 130/22. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO7054>.