



AKOS

AGENCIJA ZA KOMUNIKACIJSKA
OMREŽJA IN STORITVE
REPUBLIKE SLOVENIJE

Poročilo o trgu elektronskih medijev in delu agencije za prvo četrtoletje 2015



Vsebina

1. Uvod.....	3
2. Televizijski trg	3
3. Radijski trg	4
4. Trg avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo.....	4
5. Nadzor elektronskih medijev	5
5.1. Nadzor televizijskih programov	6
5.1.1. Kvote avdiovizualnih del	6
5.1.2. Zaščita otrok in mladoletnikov pred potencialno škodljivimi vsebinami	7
5.1.3. Televizijsko oglaševanje.....	8
5.2. Nadzor radijskih programov	8
5.2.1. Deleži slovenske glasbe	8
5.2.2. Identifikacija programa.....	9
6. Podatki o prodaji oglaševalskega prostora v elektronskih medijih v letu 2014	10
7. Podatki o gledanju televizije v letu 2014	10
8. Podatki o poslušanosti radijskih programov v letu 2014.....	11

1. Uvod

Agencija se je z letnim programom dela za leto 2015 zavezala za vzpostavitev sistematičnega spremljanja razvoja slovenskega trga elektronskih medijev ter za povečanje transparentnosti njenega dela na tem področju. Pred vami je zato prvo redno četrtno poročilo, ki zajema prvo četrtno leto 2015.

Zaradi spreminjajočih se medijskih praks, rab medijev s strani občin in odzivov družbe na medijske pojave je za agencijo nujen stalen razvoj regulativnih pristopov, spremljanje dogajanj na medijskih trgih v Sloveniji in v tujini, sodelovanje pri razvoju zakonskih mehanizmov EU, spremljanje legislativnih trendov v širšem mednarodnem okolju in skrb za prenos dobrih regulativnih praks. V prvem četrtnem leta 2015 je agencija nadaljevala s pripravo javnega razpisa za podelitev FM frekvenc za lokalne radijske postaje ter javnega razpisa za podelitev pravic izdajateljem radijskih programov za digitalno radiodifuzno oddajanje v omrežju z nacionalnim pokrivanjem. Prvi osnutek razpisne dokumentacije za javni razpis za podelitev pravic za digitalno oddajanje radijskih programov je v javni obravnavi. Povečane so bile aktivnosti na področju zaščite otrok in mladoletnikov kot posebej ranljive skupine pred potencialno škodljivimi vsebinami, in sicer z implementacijo sistema razvrščanja in označevanja avdiovizualnih programskih vsebin, ki bo omogočilo ustrezno raven zaščite otrok in mladoletnih pred tovrstnimi vsebinami. V mesecu februarju je agencija povabila izdajatelje televizijskih programov, ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo ter producente programskih vsebin na delavnico o promocijskem umeščanju izdelkov in sponzoriranju v avdiovizualni produkciji, na kateri so bili natančno predstavljeni naši zakonski okviri ter osvetljeni praktični primeri dobre in slabe prakse iz tujine ter nakazane možnosti razvoja tovrstne oblike oglaševanja v Sloveniji. V prvem tromesečju tega leta je agencija vodila 11 postopkov v zvezi s spremembami radijskih in televizijskih dovoljenj. Na področju nadzora je opravila 38 postopkov, nekaj več na področju televizijskih programov v primerjavi z radijskimi programi, nadzor pa je bil usmerjen predvsem v zaključevanje postopkov nadzora slovenske glasbe v radijskih programih ter v nadzore deležev avdiovizualnih del.

2. Televizijski trg

Iz evidence imetnikov dovoljenj za izvajanje televizijske dejavnosti je razvidno, da je bilo konec marca 2015 veljavnih 89 dovoljenj za izvajanje televizijske dejavnosti. Osem izdajateljev ima več kot eno dovoljenje, in sicer skupaj 27 dovoljenj, kar predstavlja tretjino vseh veljavnih dovoljenj.

22 imetnikov aktivno razpolaga s pravico razširjanja televizijskega programa v digitalni radiodifuzni tehniki na območju Republike Slovenije, šest na posameznih geografskih območjih, osem pa na manjših lokalnih območjih.

V prvem četrtnetju 2015 je agencija zaključila dve upravni zadevi s področja dovoljenj za izvajanje televizijske dejavnosti. Obe je začela po uradni dolžnosti, nanašali pa sta se na spremembo dovoljenja za izvajanje televizijske dejavnosti zaradi sprememb podatkov o imetniku dovoljenja ali spremembe imena programa. Stari dovoljenji sta prenehali veljati.

3. Radijski trg

Evidenca imetnikov dovoljenj kaže, da je bilo konec prvega četrtnetja 2015 veljavnih 89 dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti. Izdajateljev, ki so imetniki več kot enega dovoljenja, je bilo 10. Ti so imeli skupaj 43 dovoljenj, kar predstavlja slabo polovico vseh veljavnih dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti.

16 izdajateljev radijskih programov je s 34 dovoljenji vključenih v pet programskih radijskih mrež. 14 od teh izdajateljev je povezanih v skladu s 83. členom ZMed v štiri programske radijske mreže (Radio 1, Radio Center, Radio Antena, Regionalna programska radijska mreža Radio 94), dva pa sta povezana na podlagi drugega odstavka 79. člena ZMed v regionalni program oz. regionalno radijsko mrežo lokalnih radijskih programov (Primorski val).

Agencija je v prvem četrtnetju 2015 zaključila devet upravnih zadev s področja dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti. Vse so se začele po uradni dolžnosti in sicer zaradi sprememb dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti zaradi sprememb podatkov o imetniku dovoljenja ali spremembe imena programa. Stara dovoljenja so prenehala veljati.

4. Trg avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo

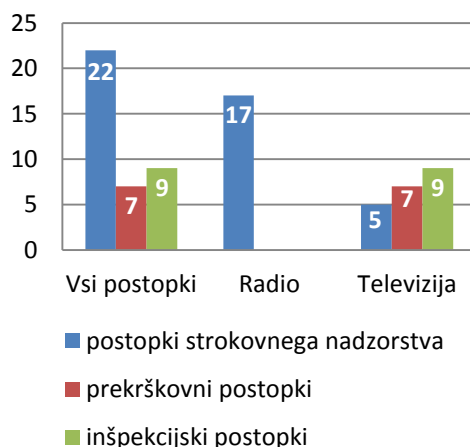
Agencija vodi postopke za prigrasitev avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo ter uradno evidenco tovrstnih storitev. V prvem četrtnetju 2015 ni vodila nobenega postopka za prigrasitev avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, kar pomeni, da je bilo konec četrtnetja 2015 v evidenci prigrasjenih skupno 11 avdiovizualnih medijskih storitev na zahtevo sedmih različnih ponudnikov:

Ponudnik	Ime storitve
AMIS, d.o.o.	Videosvet
DOMATES d.o.o. Portorož	www.sponka.tv
POP TV d.o.o. Ljubljana	Voyo
T - 2 d.o.o.	T-2 Videoteka
TELEKOM SLOVENIJE, d.d.	Bogvedaj, da bi crknu televizor
TELEKOM SLOVENIJE, d.d.	DKINO
TELEKOM SLOVENIJE, d.d.	Razred talentov
TELEKOM SLOVENIJE, d.d.	VIDEOMANIJA
Telemach d.o.o.	Video klub
TIPK d.o.o.	TiTV
TSmedia, d.o.o.	Dajmedol

5. Nadzor elektronskih medijev

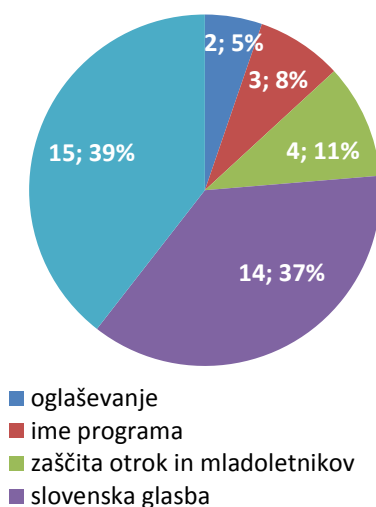
Agencija je v prvem četrtletju 2015 programov zaključila 38 nadzornih postopkov, ki jih je vodila proti izdajateljem televizijskih in radijskih programov. 21 postopkov je vodila proti izdajateljem televizijskih programov, preostalih 17 pa proti izdajateljem radijskih programov.

Vse odločitve iz omenjenih nadzornih postopkov so javno objavljene in dostopne na spletni povezavi agencije <http://www.akos-rs.si/nadzor-vsebin>.



Graf 1: Število končanih nadzornih postopkov v prvem četrtletju 2015

Pretežni del porabljenega časa za nadzor elektronskih medijev je bil namenjen izpolnjevanju deležev avdiovizualnih del ter preverjanjem deležev slovenske glasbe v radijskih programih.



Graf 2: Število in delež končanih nadzornih postopkov po posameznih področjih v prvem četrtnetu 2015

5.1. Nadzor televizijskih programov

Agencija je večino postopkov nadzora televizijskih programov, ki jih je zaključila v prvem četrtnetu 2015, uvedla po uradni dolžnosti in z namenom ugotavljanja deležev avdiovizualnih del v televizijskih programih (skupaj 15 postopkov), del postopkov je bil namenjenih zaščiti otrok in mladoletnikov (dva po uradni dolžnosti, dva na prijavo), v dva postopka po uradni dolžnosti pa sta se nanašala na spoštovanje oglaševalskih določb ZAvMS.

5.1.1. Kvote avdiovizualnih del

Pet postopkov strokovnega nadzorstva, na podlagi katerih je agencija želela preveriti delež predvajanih slovenskih avdiovizualnih del v letnem oddajnem času leta 2014, je agencija ustavila, ker deležev ni bilo mogoče preveriti, saj ji izdajatelji niso posredovali zahtevanih podatkov o konkretno predvajanih slovenskih avdiovizualnih delih. Posredovanje podatkov so zavrnil z



argumentacijo, da ni pravne podlage za posredovanje zahtevanih podatkov, zato je agencija Inšpektoratu Republike Slovenije za kulturo in medije predlagala, naj na podlagi 108. člena ZMed uvede inšpekcijski nadzor z namenom preverjanja, ali so izdajatelji petih televizijskih (POP TV, POP KINO, POP OTO, Kanal A in Planet TV) predvajali zakonsko predpisan delež slovenskih avdiovizualnih del.

Zoper televizijske programe POP TV, POP BRIO, POP KINO, POP OTO in Kanal A je agencija sprožila 5 inšpekcijskih postopkov, na podlagi katerih je pridobila razčlenjene podatke o doseženih deležih evropskih avdiovizualnih del v letnem oddajnem času za leto 2014, saj jih izdajatelji omenjenih programov niso samodejno posredovali agenciji skladno z 18. členom ZAvMS.

Agencija je zaključila tudi pet prekrškovnih postopkov, v katerih je pravnim in odgovornim osebam izrekla globe v višini 6.000,00 EUR oziroma 600,00 EUR, ker v televizijskih programih v letu 2013 niso predvajali zakonsko predpisanih deležev evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov (Planet TV) oziroma evropskih avdiovizualnih del neodvisnih producentov, izdelanih v zadnjih petih letih (Planet TV, POP KINO, POP OTO, Kanal A).

5.1.2. Zaščita otrok in mladoletnikov pred potencialno škodljivimi vsebinami

Agencija je v času, ko so mediji poročali o posnetku intimnega razmerja med ravnateljem in učiteljico na eni izmed mariborskih srednjih šol, preverila, ali so izdajatelji televizijskih programov pri poročanju o tem dogodku v informativnih programskih vsebinah spoštovali določbe, ki se nanašajo na zaščito otrok in mladoletnikov. V dveh primerih (Planet TV, Kanal A) je agencija ugotovila neustrezno izvedbo zaščite otrok pri poročanju o dogodku, zato je z inšpekcijskima odločbama izdajateljema naložila, da z uvedbo ustreznih ukrepov in vzpostavitev mehanizmov v določenem roku zagotovita ustrezno zaščito otrok pri poročanju o tovrstnih dogodkih, to je dovolj zgodaj pred poročanjem objavita primerno opozorilo otrokom.

Agencija je v postopku inšpekcijskega nadzora izdajatelju televizijskega programa Kanal A naložila, da v postavljenem roku zagotovi, da se zabavna programska vsebina z naslovom »Svingerji« v primerih pojave namigov na spolno aktivnost ali blagega neprimerne jezika ustrezno opremi z opozorilom za priporočilo ogleda vsebine z vodstvom staršev.

Na podlagi prijave je agencija vodila in zaključila postopek inšpekcijske nadzora, v katerem je družbi Telemach širokopasovne komunikacije d.o.o. odredila, da v določenem roku vzpostavi tehnično opremo in uvede vse ostale potrebne ukrepe, s katerimi bo ves čas ponujanja storitev v vseh svojih

storitvah s primerno izbranim časom predvajanja oziroma s tehnično zaščito zagotavljala omejen dostop do televizijskih programov z eksplicitnimi seksualnimi programskimi vsebinami.

5.1.3. Televizijsko oglaševanje

V dveh prekrškovnih postopkih je agencija pravnima in odgovornima osebama televizijskih programov POP TV in Kanal A zaradi nedovoljenega prekinjanja s televizijskim oglaševanjem v informativni oddaji več kot enkrat v rednem časovnem intervalu, ki je trajal najmanj 30 minut, izrekla globi v višini 6.000,00 EUR oziroma 600,00 EUR.

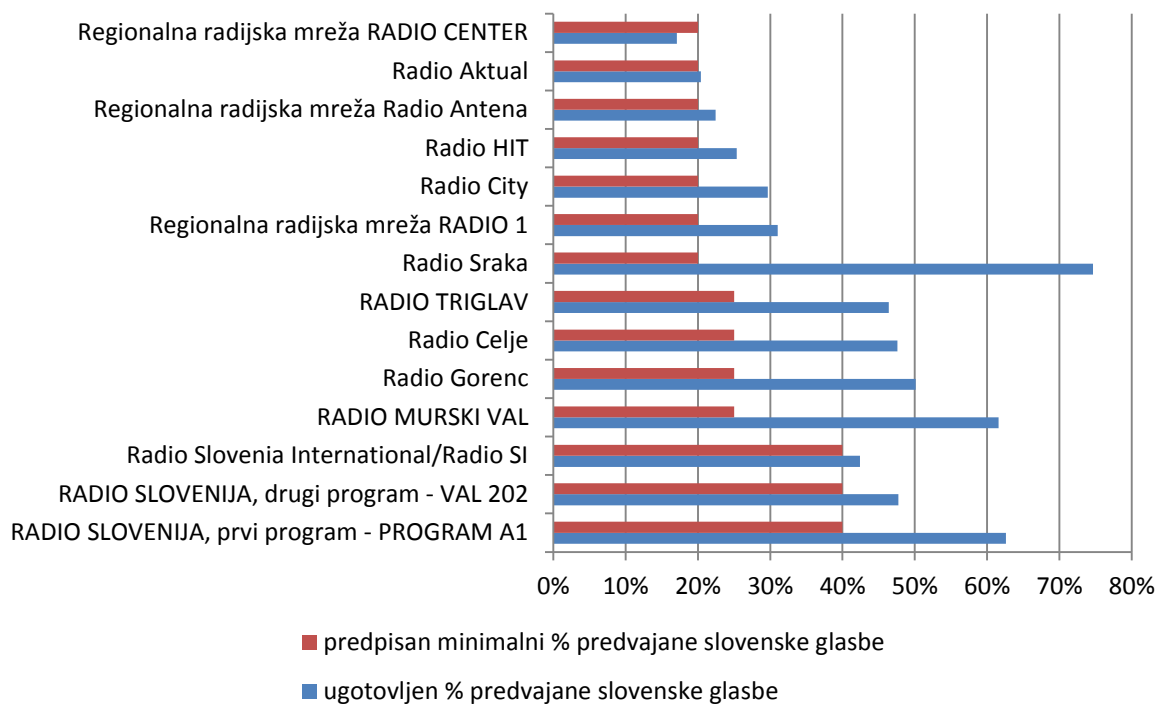
Agencija je tudi v prvem četrtletju 2015 nadaljevala s spremljanjem t.i. »lokaliziranih« tujih programov, ki se predvajajo v slovenskih kabelskih in IP TV sistemih in se v celoti razširjajo v slovenskem jeziku oziroma s slovenskimi podnapisi ter s slovenskimi oglasi. Ugotovljeno je bilo, da je v televizijskih programih SportKlub SK1 (Slovenia) in SportKlub SK3 (Slovenia), ki sodita pod jurisdikcijo Romunije, bila večkrat kršena določba ZAvMS oziroma Direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah, o omejitvi obsega oglaševanja v televizijskih programih (12 minut v posamezni uri). O kršitvah je bil obveščen pristojni regulator in obenem naprošen za ustrezno ukrepanje.

5.2. Nadzor radijskih programov

Vsi postopki strokovnega nadzorstva radijskih programov, ki jih je agencija zaključila v prvem četrtletju 2015, so bili uvedeni po uradni dolžnosti, v pretežni meri so bili namenjeni nadzoru spoštovanja določb ZMed, ki se nanašajo na delež predvajane slovenske glasbe, preostali postopki so se nanašali na identifikacijo radijskega programa.

5.2.1. Deleži slovenske glasbe

Agencija je izvedla sistematičen nadzor nad spoštovanjem teh določb o obveznem predvajanju dnevnega deleža slovenske glasbe v radijskih programih. Zakon o medijih izdajatelje komercialnih radijskih programov zavezuje k predvajanju najmanj 20 odstotkov slovenske glasbe od vse predvajane glasbe, izdajatelja programov RTV Slovenija k 40 odstotkom, za programe posebnega pomena pa k 25 odstotkom. Zaključenih je bilo 14 postopkov strokovnega nadzorstva, od tega je bilo v 13 postopkih ugotovila predvajanje ustreznih deležev, le v primeru Regionalne radijske mreže RADIO CENTER je bil ugotovljen neustrezno predvajan delež, zato je bila izdajateljem z odločbo odrejena odprava nepravilnosti.



Graf 3: ugotovljen in predpisan delež slovenske glasbe v radijskih programih

5.2.2. Identifikacija programa

Agencija je izpeljala tri postopke, v katerih je preverjala, ali so izdajatelji radijskih programih Radio Aktual Obala, Radio Aktual Studio D in Radio Radio spoštovali odredbe agencije za začasni preključ dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti zaradi neustreznih identifikacij programov. V vseh treh primerih je bilo ugotovljena ustrezna izvedba sankcij in odprava ugotovljenih nepravilnosti.

6. Podatki o prodaji oglaševalskega prostora v elektronskih medijih v letu 2014

V začetku leta so izšli podatki projekta Media IBO prodaji oglaševalskega prostora v elektronskih medijih v letu 2014, ki kažejo, da je skupna bruto vrednost oglaševalskega prostora (po uradnih cenikih medijev, brez upoštevanja popustov, brezplačnih objav in podobno), ki vključuje televizijo, tisk, plakate, internet, radio, kino, mobilni marketing in ostalo, znašala nekaj čez 786 milijonov evrov in se je glede na leto 2013 povečala za 4 odstotke. Samo v televizijskih programih je bruto vrednost oglaševanja znašala okrog 580 milijonov evrov, v radijskih programih pa nekaj čez 25 milijonov evrov. Televizija v bruto kolaču torej še vedno prednjači z več kot 70 odstotnim deležem oglaševalskega kolača, radio je ob tem dosegel 3 odstotni delež, internet pa 4 odstotke. Vodilni izdajatelj je POP TV z več kot tretjinskim deležem (vseh 5 Pro Plusovih programov ima skupaj polovico kolača), s 17 odstotnim deležem mu sledi Planet TV, ki je dosegel več kot polovico višjo vrednost v primerjavi z letom 2013. Sledi Kanal A s 15 odstotnim deležem, TV3 medias z 10 odstotki ter Televizija Slovenija 1 s 6 odstotki (3 programi TV Slovenija skupaj 8 odstotkov). Pomemben delež oglaševanja zavzemajo 5 v Romuniji registriranih televizijskih programov Fox Crime, Fox Life, Fox, National Geographic in Sportklub (skupaj okrog 10 odstotkov), ki pa se predvajajo slovenskimi podnapisi in z izključno slovenskimi oglasi.

7. Podatki o gledanju televizije v letu 2014

Zadnji podatki Mediane o spremljanju televizije kažejo, da je televizija med tradicionalnimi mediji (TV, RA, tisk, revije) še vedno najbolj spremljana, in sicer jo največ gledalcev spremlja med 30 minutami do 2 uri dnevno, velik delež gledalcev pa jo spremlja tudi med 2 do 4 ure dnevno. Po podatkih AGB Nielsen povprečen Slovenec spremlja televizijo nekaj več kot 3 ure na dan, velika večina gledalcev jo spremlja preko kabelske in IPTV distribucije (nekaj čez 80%), preostali jo spremljajo prizemno (18%), preko satelita pa zgolj okoli 1 odstotek gledalcev. Zaznan je vse večji porast spremljanja televizije z uporabo interneta, predvsem s strani mlajših gledalcev, ki sicer na splošno vedno manj spremljajo televizijo, vse manj tudi na tradicionalen način, vedno več s časovnim zamikom oziroma po enkrat po linearnem predvajanju vsebine preko razpoložljivih storitev na zahtevo. Še vedno je največji delež gledalcev, ki televizijo spremljajo med 19. in 23. uro, in še vedno je zaznaven trend naraščanja.

Trend gledanost televizije po podatkih AGB Nielsen zadnjih nekaj let kaže, da delež gledanosti slovenskih televizij znotraj celotne gledanosti vseh televizij pada. Zaznaven je sicer rastoči trend gledanosti tematskih programov (predvsem športnih in razvedrilnih), vendar ta ni dovolj visok, da bi

nadomestil padec v deležih gledanosti televizij z nacionalno pokritostjo. Gledanost lokalnih televizijskih programov še naprej vztrajno pada, kar je po mnenju AGB Nielsen predvsem posledica razpoložljivosti tujih tematskih programov ter njihove podnaslovljenosti v slovenski jezik ter novih slovenskih tematskih in generičnih programov.

V povprečju Slovenci na televiziji najraje spremljamo informativne oddaje, filme in serije, pri ženskah izstopajo serije, pri moških nekoliko izstopa šport, mladi najraje gledajo filme in serije, starejši imajo najraje informativne oddaje. Pri AGB Nielsen zaznavajo velika odstopanja med ponudbo televizij in ogledom vsebin. Prednjači namreč ponudba serij, a jim gledalci namenijo zgolj tretje mesto po svojem izboru. Informativnim oddajam namenijo televizije skoraj najmanj prostora v njihovih programih, a so visoko na prvem mestu po gledanosti. Tudi ostale vsebine izstopajo po neskladju, saj jim gledalci namenijo najmanj časa, a so po ponudbi približno na tretjem mestu. Razloge za neskladnost ponudbe z gledanostjo pri AGB Nielsen vidijo v dejstvu, da so gledani časovni pasovi zapolnjeni z manj zanimivimi vsebinami kot so npr. serije in nočni programi, in ker je manj gledanih časovnih pasov več, je veliko obsežne ponudbe, ki ne ustvarja velike gledanosti. Največjo rast gledanosti kažeta razvedrilni in športni program, predvsem se je od leta 2013 povečala pestrost ponudbe domače produkcije. Večja gledanost športa v letu 2014 je nedvomno posledica predvajanih svetovnih prvenstev v nogometu in košarki v tem letu.

8. Podatki o poslušanosti radijskih programov v letu 2014

Po podatkih Mediane RM so najvišji ratingi poslušanosti radijskih programov v jutranjem času med 7. in 8. uro, sledi časovni pas med 10. in 11. uro, nato pa časovni pas med 8. in 9. uro ter med 11. in 12. uro.

Graf 4 na naslednji strani prikazuje povprečni dnevni doseg posameznih radijskih programov v letu 2014.

Analiza podatkov o poslušanosti je vključevala 22.829 (Mediane RM) oziroma 33.992 (Mediapool) anketirancev v starosti 10-75 let in z reprezentativnim vzorcem moškega in ženskega spola.



AKOS

