



AKOS

AGENCIJA ZA KOMUNIKACIJSKA
OMREŽJA IN STORITVE
REPUBLIKE SLOVENIJE

Datum: 25. 2. 2026

Številka: 0073-5/2026/11

Zadeva: Objava pripomb na predlog Splošnega akta o promocijskem umeščanju izdelkov v radijskem programu

Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije objavlja pripombe zainteresirane javnosti, ki jih je prejela v javni obravnavi predloga Splošnega akta o promocijskem umeščanju izdelkov v radijskem programu, ki je bil objavljen na spletni strani agencije.

Agencija je dne 19. 2. 2026 prejela naslednje pripombe od podjetja **HSG d.o.o., Žitna ulica 12, 2000 Maribor:**

»Spoštovani,

podpiramo cilj zagotavljanja transparentnosti promocijskega umeščanja izdelkov v radijskih programih. Menimo pa, da mora biti regulacija radijskega medija zasnovana po načelu minimalnega posega v programsko in uredniško avtonomijo, ob hkratnem doseganju legitimnega cilja obveščenosti poslušalca.

Radijski program je izrazito zvočni medij, v katerem vsak obvezen zvočni insert neposredno posega v vsebino, ritem in identiteto programa. Zato mora biti regulacija posebej zadržana, sorazmerna in pravno predvidljiva.

V nadaljevanju podajamo ključne pripombe in nekatere predloge sprememb.

1.

(3.) člen – obvezno zvočno opozorilo kot nesorazmeren poseg

Obvezno standardizirano zvočno opozorilo predstavlja neposreden poseg v programsko oblikovanje. Radio ni zgolj nosilec informacij, temveč avtorsko oblikovana zvočna celota. Vsaka prisilna zvočna intervencija pomeni vsebinski insert, ki spreminja značaj oddaje.

Poleg tega opozorilo, predvajano zgolj na začetku vsebine, ne zagotavlja dejanske obveščenosti poslušalcev, saj se radio spremlja fragmentirano in poslušalci pogosto vstopajo v oddaje sredi poteka. Gre torej za ukrep, ki je hkrati invaziven in omejeno učinkovit.

Regulacija bi morala določati cilj (transparentnost), ne pa predpisovati natančne zvočne izvedbe.

Predlagano besedilo (3.) člena:

»Programska vsebina, ki vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov, mora biti označena z zvočnim



AKOS

AGENCIJA ZA KOMUNIKACIJSKA
OMREŽJA IN STORITVE
REPUBLIKE SLOVENIJE

opozorilom, ki je jasno razločno, nevtravno in ne vsebuje promocijskih elementov.«

2.

(3.) člen, tretji in četrti odstavek – pretirana tehnična regulacija

Predpisovanje:

- točne glasnosti,
- načina izgovora,
- prepovedi zvočne podlage,
- prepovedi produkcijskih elementov,

pomeni neposredno regulacijo zvočnega oblikovanja programa.

Takšna tehnična regulacija presega nujni okvir zaščite poslušalca in predstavlja pretiran poseg v ustvarjalno in produkcijsko avtonomijo radijskih izdajateljev. Cilj transparentnosti je mogoče doseči z bistveno bolj načelnimi zahtevami.

3.

(2.) člen – preširoka definicija sklicevanja

Opredelitev sklicevanja je izjemno široka in lahko zajame skoraj vsak govorjeni opis izdelka ali storitve. Takšna formulacija ustvarja pravno negotovost in tveganje pretirano restriktivne interpretacije.

Radio pogosto vključuje legitimne uredniške omembe izdelkov v informativnem, kulturnem ali zabavnem kontekstu. Brez jasne vezave na promocijski namen obstaja nevarnost samocenzure in omejevanja uredniške avtonomije.

4.

(4.) člen – subjektivnost kriterija "nevtralne drže"

Določba o "odsotnosti nevtralne drže" je izrazito subjektivna in pravno težko merljiva. Radio kot medij temelji na osebnem govoru, tonu in izrazu voditelja. Ocenjevanje "drže" pomeni poseg v način govora, kar presega legitimni okvir regulacije komercialnih sporočil.

Regulacija mora temeljiti na objektivno preverljivih kriterijih (poziv k nakupu, cena, kontaktni podatki ipd.), ne pa na vrednotenju tona govora.

Predlagana sprememba:

črtanje navedene alineje.



AKOS

AGENCIJA ZA KOMUNIKACIJSKA
OMREŽJA IN STORITVE
REPUBLIKE SLOVENIJE

5.

(5.) člen – odprte in vrednostne formulacije

Pojmi, kot je "pretiran pomen", so vrednostni in brez jasnih meril. Takšna odprtost zmanjšuje pravno predvidljivost in povečuje tveganje arbitrarne presoje.

Regulacija mora biti dovolj jasna, da izdajatelji vnaprej vedo, kaj je dopustno.

Predlagano besedilo (5.) člena:

»Promocijsko umeščenemu izdelku se ne sme pripisovati pomena brez vsebinske upravičenosti glede na temo programske vsebine.«

6.

Načelo sorazmernosti

Predlagani ukrepi presegajo tisto, kar je nujno za doseg cilja transparentnosti. Regulacija mora biti najmanj invazivna možna rešitev. V primeru radijskega medija ima vsak obvezen zvočni poseg bistveno večji vpliv kot primerljive oblike označevanja v drugih medijih.

Zato je potrebna posebej zadržana in sorazmerna ureditev.

7.

Skladnost predloga z zakonskim pooblastilom

Predlog temelji na šestem odstavku 62. člena ZMed-1, ki agenciji daje pooblastilo za podrobnejšo ureditev označevanja promocijskega umeščanja izdelkov. Menimo, da posamezne določbe predloga presegajo okvir tega pooblastila.

Določbe (3.) člena ne urejajo več zgolj označevanja, temveč podrobno regulirajo zvočno oblikovanje programa (glasnost, način govora, prepoved produkcijskih elementov). Takšna tehnična regulacija pomeni samostojno normiranje vsebine programa, ki presega operacionalizacijo zakonske zahteve.

Podobno (4.) člen uvaja subjektivni kriterij "odsotnosti nevtralne drže", ki v zakonu nima neposredne opore in pomeni razširitev zakonskega standarda neposrednega spodbujanja nakupa. Podzakonski akt ne more ustvarjati novih materialnih obveznosti, ki v zakonu niso predvidene.

Tudi odprti vrednostni pojmi iz (5.) člena (npr. "pretiran pomen") presegajo raven konkretizacije zakona in ustvarjajo pravno negotovost glede meja dopustnega ravnanja.

Menimo, da mora podzakonski akt ostati v okviru izvrševanja zakona in ne sme uvajati novih vsebinskih omejitev uredniške svobode.



AKOS

AGENCIJA ZA KOMUNIKACIJSKA
OMREŽJA IN STORITVE
REPUBLIKE SLOVENIJE

8.

Tržna sorazmernost regulacije in javni interes

Radijski programi danes delujejo v izrazito konkurenčnem okolju, kjer se poslušalci vse pogosteje selijo na globalne digitalne platforme (npr. platforme za deljenje videa, družbena omrežja in pretočne avdio storitve). Te platforme niso podvržene primerljivim pravilom označevanja promocijskih vsebin in delujejo v drugačnem regulativnem okviru.

Vsaka dodatna in tehnično podrobna regulacija radijskih programov zato ne vpliva zgolj na notranjo organizacijo programa, temveč ima tudi širše konkurenčne učinke. Pretirana regulacija lahko radijske izdajatelje postavlja v dodatno podrejen položaj v primerjavi z alternativnimi platformami, ki poslušalcem ponujajo vsebine brez primerljivih omejitev.

Takšna neravnotežja imajo lahko posledice tudi z vidika javnega interesa. Radijski programi predstavljajo pomemben del domačega medijskega prostora, zagotavljajo lokalne vsebine, informiranje, kulturno raznolikost ter pomembno prispevajo k ohranjanju in razvoju slovenskega jezika v javnem prostoru. Regulacija, ki nesorazmerno obremenjuje radijske izdajatelje, lahko dolgoročno oslabi njihovo konkurenčno sposobnost in s tem posredno vpliva na medijsko pluralnost, dostopnost domačih vsebin ter prisotnost slovenskega jezika v medijskem okolju.

Pri oblikovanju splošnega akta je zato treba upoštevati tudi načelo tržne sorazmernosti: regulacija naj zagotavlja transparentnost, hkrati pa ne sme neupravičeno slabšati konkurenčnega položaja radijskih programov v razmerju do manj reguliranih digitalnih okolij.

Zaključek

Menimo, da predlog v sedanji obliki uvaja pretirano rigidno in tehnično podrobno regulacijo, ki nesorazmerno posega v programsko avtonomijo radijskih izdajateljev. Transparentnost je mogoče zagotoviti z bolj prožno, načelno in pravno predvidljivo ureditvijo.

Pri tem je treba upoštevati tudi širši javni interes: ohranitev vitalnega, konkurenčnega in pluralnega radijskega prostora, ki zagotavlja dostop do domačih vsebin, informiranja, kulturne raznolikosti ter pomembno prispeva k ohranjanju slovenskega jezika v javni rabi. Regulacija mora zato hkrati varovati poslušalca in omogočiti trajnostno delovanje radijskih programov.

Predlagamo omilitev določb (2.), (3.), (4.) in (5.) člena v smeri večje pravne jasnosti, manjše produkcijske rigidnosti ter uravnotežene ureditve, ki spoštuje posebnosti radijskega medija.«