

**POVZETKI JAVNIH RAZPRAV O MEDIJSKI STRATEGIJI**

April 2016

***Javni interes v medijih****Koper, 8. 12. 2015*

Udeleženci javne razprave so nanizali naslednje ugotovitve:

- lokalni in regionalni radii bi potrebovali sistemski vir financiranja (npr. koncesije);
- vsebine bi se morale prelivati iz lokalnega na nacionalni nivo;
- možnost programskih mrež bi morala biti dovoljena za lokalne in regionalne medije;
- konkurenca nima toliko omejitev kot PPP;
  
- zavzemati se je treba za profesionalni program;
- upoštevati in integrirati je treba nove platforme;
- posebej pri mladih je treba iskati nove modele, na primer programske vsebine na zahtevo; mladi skoraj ne poslušajo več klasičnega radia, pač pa si glasbo in video vsebino enostavno ogledajo na spletu (npr. YouTube);
  
- informacije so najpomembnejše za ljudi, ki živijo na območju, ki ga informacija zadeva;
- del prispevka RTV bi moral biti namenjen lokalnim in regionalnim medijem;
- informativni in dokumentarni program bi moral biti sofinanciran;
  
- občinski mediji niso mediji;
- kvote slovenskih AV del so priporočljive, saj se s tem zagotavlja kulturna identiteta v medijih;
- trenutni medijski razpisi niso dobri, poleg tega moraš pri večjih projektih najeti kredit, ki ga odplačaš šele, ko je razpis zaključen;
  
- vedno večja težava je, kako obdržati občinstvo, še posebej mlade;
- današnji medij za najstnike je YouTube;
- lahko pride do situacije, da bodo tuji mediji delali za naše tržišče – glede na razmere na trgu, je kaj takšnega s prisilo težko preprečiti, zato je predvsem pomembno ugotoviti, kaj zanima mladino;
  
- civilne družbe v medijih je malo;
- mediji bi morali biti več na terenu, pri ljudeh;
- vprašati se moramo, kako spodbuditi novinarje, da gre med ljudi na teren;
  
- poslušalci postajajo informirani poslušalci;
- v medijih mora biti pomembna kvaliteta, kredibilnost, kvalitetno mentorstvo;
- občine postajajo lastniki medijev – težava;
- novinarji so delavci v javnem interesu;
  
- visoko kvalitetni novinarski kadri bi morali biti redno zaposleni;
- v Sloveniji ni več kadra;
- vstopni kader (na trg) je slab, brez izobraževanja takšen ostane ali postane celo slabši;
  
- mediji morajo razmišljati, kako dovoliti vključenost občinstva v medije;
  
- pomembna sta kvaliteta vsebine in vzgoja občinstva;
- mediji so kadrovske podhranjeni.

## *Položaj in vloga medijev danes. Kako mediji zagotavljajo javni interes?*

*Nova Gorica, 15. 1. 2016*

Udeleženci javne razprave so nanizali naslednje ugotovitve:

- Mediji morajo objavljati objektivne informacije oziroma poročati o vseh temah in dogodkih, brez cenzure.
- RTV Slovenija neupravičeno tekmuje z zasebnimi televizijami in predvaja vedno več banalnih in cenenih vsebin.
- Kulturne vsebine v nacionalnih javnih medijih so neutemeljeno odrinjene na kasnejši, nočni čas.
- Strokovna ocena o kulturnih dogodkih in kulturna kritika bi morali biti del javnega interesa na področju medijev.
- Na RTV Slovenija se zanemarjajo lokalne vsebine; na področju kulture se pokrivajo le dogodki iz Ljubljane.
- V zasebnih medijih je težko govoriti o javnem interesu, ker igra odločilno vlogo zasebni kapital.
- Ljudje si želijo kvalitetnih lokalnih vsebin oz. lokalnih informacij. Te vsebine pa v lokalnih območjih, kot je goriška, niso v zadostni meri zagotovljene.
- V novi medijski zakonodaji je treba omogočiti razvoj medijev na lokalnem področju in tudi financirati nastanek novih medijev.
- Javni mediji ne bi smeli slediti logiki komercialnih medijev, ampak le javnemu interesu.
- Prihodnost v lokalnih območjih bi lahko predstavljale medijske zadruge in kooperative.
- Občinski mediji ne morejo biti mediji po ZMed in tudi ne sledijo interesom lokalnih območjih po objektivni obveščeniosti.
- Če hočemo krepiti obmejni goriški prostor, ga je treba podpirati tako na kulturnem kot gospodarskem področju. Italijanski, tržaški mediji dosti bolje pokrivajo dogodke na obeh strani meje kot slovenski.
- Ker ima RTV Slovenija omejen prostor v svojih programih, je treba finančno podpirati lokalne medije, da zagotavljajo vsebine v javnem interesu.
- Javni interes bi moral biti financiran v 100 %, ne pa samo v do 50 % deležu, kot velja sedaj.
- Programom posebnega pomena so naložene prevelike programske obveznosti.
- Namesto sofinanciranja programskih vsebin bi morali razmišljati o sofinanciranju novinarskega dela iz javnih sredstev.
- Na področju lokalnih in regionalnih radijskih in televizijskih programov je javni interes le lokalni informativni program.
- Država mora z državnimi pomočmi intervenirati na tistih področjih, kjer ni trga, npr. pri kulturnih vsebinah. Nima smisla, da se z državnimi subvencijami zagotavlja še dodatna fragmentacija medijev oz. vrtičkarstvo, to je po načelu medij v vsako vas.
- Z subvencijami za medije se naj financirajo le vsebine, ki jih trg ne more zagotavljati.
- Tudi bralci in uporabniki medijev morajo prevzeti odgovornost za to, da nek medij zagotavlja določeno nišno vsebino, npr. z donacijami, s plačili ipd.
- Naj se znotraj RTV prispevka ali dohodnine uvede sistem, ki bo omogočal, da lahko zavezanec določen odstotek zneska po lastni presoji nameni posameznemu mediju.
- Naj se preučijo tuji sistemi in modeli financiranja javnih medijev in tako najdejo ustrezne rešitve.
- Medijska pismenost je ključnega pomena in jo je treba začeti sistemsko reševati v sodelovanju z MIZŠ.

## *Novinarska oz. uredniška avtonomija proti interesom izdajateljev medijev in javni interes*

*Kranj, 19. 1. 2016*

Udeleženci javne razprave so nanizali naslednje ugotovitve:

- Na področju programov posebnega pomena ni posebnih težav pri izvrševanju novinarske avtonomije in ni tolikšnih pritiskov na uredništva, ker gre za majhne medije.
- Veliko medijev propada, ker se krčijo oglaševalska sredstva, zato bi morala država tukaj priskočiti na pomoč.
- Na novinarsko avtonomijo vpliva tudi to, da so novinarji prestrašeni, saj se bojijo za svojo eksistenco.
- Problem je tudi pri bralnih navadah državljanov, ki sicer preberejo kakšno tedensko novico, v resne, zahtevnejše teme pa se ne poglobljajo.
- V gospodarski krizi so največ izgubili tiskani mediji. Ljudje ne berejo več tiskanih medijev niti jih ne dojemajo več kot kvaliteten in relevanten vir informacij.
- Bralne navade na področju medijev je treba spodbujati že pri otrocih, tako kot to velja pri knjigah. Mediji se ne zavedajo, da bodo izgubili celo generacijo ljudi, ki ne bere več časopisov niti ni več pripravljena plačati za informacijo.
- Mediji so edini, ki omogočajo t. i. »aktivno državljanstvo«. Brez kvalitetnih novinarjev ni nadzora nad državo. Zato je treba zagotoviti financiranje novinarskega dela in redne plače.
- Za krizo medijev so v večji meri krivi mediji sami.
- Novinarsko delo je treba ustrezno plačati in tako razbremeniti pritiske na novinarsko avtonomijo.
- Treba je začeti na novo razvijati navade ljudi, da bodo pripravljene plačati za to, da nekaj dobijo.
- Naj se za reševanje medijev oblikuje neki prispevek po vzoru RTV prispevka.
- Naj se novinarjem omogočijo enake pravice kot jih imajo samozaposleni v kulturi.
- Naj se v zakonu uredijo lokalni oz. občinski mediji in spletni mediji.
- Bralne navade in medijska pismenost so pomembna vprašanja. Pozornost je treba posvečati zlasti kulturi oz. navadi branja daljših in poglobljenih tekstov.
- Ljudi je treba ozaveščati o kulturi plačevanja spletnih vsebin.
- Novinarji se ne izpostavljajo več v tolikšni meri tudi zato, ker jih je vedno manj (novinarski kolektivi se krčijo) in so zato posledično preobremenjeni z delom. Zato se ne morejo v zadostni meri poglobiti v določene teme.
- Pri občinskih medijih ne moremo govoriti o čisti novinarski avtonomiji, seveda prihaja do vplivov županov in drugih funkcionarjev na vsebine.
- Velika podjetja ne oglašujejo več v majhnih lokalnih medijih.
- Lokalni mediji imajo pomembno vlogo pri usposabljanju novinarjev in tehnikov in to bi moralo biti pripoznano kot javni interes. Lokalni mediji so valilnica kadrov.
- Ker se lokalni mediji soočajo s pomanjkanjem sredstev, so se prisiljeni specializirati, npr. tudi tako, da izvajajo proslave.
- Dejstvo je, da lokalna politika vpliva na lokalne medije. Vprašanje je le, koliko se jim je medij pripravljen pustiti. Če se zameriš lokalni politiki, pa tvegaš, da izgubiš oglaševalska sredstva občinskih podjetij. Veliko lokalnih medijev je bilo zato prisiljeno zapreti »štacuno«.
- Nujno bi bilo treba uvesti novinarske licence, saj ne more biti že kar vsak novinar. Licenca bi prinesla večjo kakovost ter odgovornost in etičnost dela.
- Lokalni mediji se srečujejo s problemom, da so le odskočna deska za novinarje. Ko jih lokalni mediji usposobijo, gredo drugam, na nacionalne medije. Fakultete bi zato morale naučiti svoje študente, da je novinarsko delo tudi v manjših medijih enako spoštovano in odgovorno.
- Pravica do obveščенosti ne bi smela biti odvisna od tega, kje nekdo živi. Dostop do informacij bi moral biti povsod enak.
- V Sloveniji obstaja neka »fama«, da so vsa občinska glasila le politična trobila županov, kar pa ni res.
- Uvesti bi bilo treba sistem, da lahko davkoplačevalci 0,5 % svoje dohodnine namenijo lokalnim medijem, ki so v javnem interesu.

- Socialna ekonomija, torej medijske zadruge in kooperative, bi lahko predstavljale rešitev za trenutne težave na medijskem področju. Treba pa je sistemsko urediti predpise, da bo ustanovitev medijske zadruge pomenilo konkurenčno prednost.
- Internetni ponudniki bi morali plačevati medijem, saj ustvarjajo dobičke tudi zaradi brezplačnega koriščenja medijskih vsebin.
- V medijski zakonodaji je treba odpraviti nepotrebne administrativne ovire in regulirati le nujna področja.

## *Profesionalna merila novinarskega dela, odgovornost novinarjev in samoregulacija*

*Slovenj Gradec, 29. 1. 2016*

Udeleženci so nanizali naslednje ugotovitve oz. predloge:

- za vedno slabšo profesionalnost novinarskega dela je v prvi vrsti kriv slab delovni in socialni položaj novinarjev;
- kadrovske cunamije v medijih zelo slabo vplivajo na novinarsko avtonomijo;
- ni problem v tem, da bi si novinarji želeli biti neprofesionalni in neverodostojni, ampak je problem v tem, da so prisiljeni, da delajo površno, hitro, brez preverbe informacije in virov;
- tudi sami uporabniki medijev pričakujejo, da bodo mediji razgaljali osebne zgodbe, da bodo »mrhovinarji«;
- problemi v novinarstvu glede etičnosti in profesionalnosti so se začeli, ko sta začela med sabo tekmovati RTV Slovenija in POP TV;
- velik problem je, daje največ kršitev kodeksa s strani mladih novinarjev;
- novinarji v lokalnih medijih popolnoma spoštujejo kodeks in so pri svojem delu profesionalni in odgovorni;
- zakonodajalec bi moral določiti neki etični minimum, ki bi moral biti v uredniškem statutu;
- k novinarskim kodeksom bi morali biti zavezani tudi lastniki medijev;
- kar ni v javnem interesu, ne bi smelo biti objavljeno;
- temeljni primer v sodni praksi glede zaščite pravice do zasebnosti in njenega razmerja do svobode izražanja je primer Karoline Monaške;
  
- NČR dobro opravlja svoje delo in je nujno potrebno v tem prostoru;
- mediji v zadnjem času vedno bolj spoznavajo, da ni slabo, če upoštevajo odločitve NČR – časih temu ni bilo tako;
- zelo je dobrodošlo, da NČR vključuje tudi zunanje člane, ki so predstavniki stroke in javnosti, saj to pozitivno vpliva na kvaliteto razsodb;
- spremembe na Delu in Večeru vodijo časopisa v čudno smer, saj so na čelu hiš ljudje, ki nimajo pojma o medijih; zato se tudi poraja dvom, ali bodo takšni ljudje sploh spoštovali razsodbe NČR;
  
- člani medijskih oziroma tiskovnih svetov so iz treh sfer: lastniki, novinarji, javnost;
- medijske oziroma tiskovne svete morajo ustanoviti mediji sami; če je zraven država, potem to ni samoregulacija, ampak koregulacija;
- zunanja sredstva za delovanje medijskih svetov ni najboljša rešitev, saj ko sredstva usahnejo, po navadi takšni sveti prenehajo delovati;
- vloga medijskega sveta bi morala biti zlasti v tem, da bi zagotavljal, da se spoštujejo razsodbe NČR;
  
- najstarejši tiskovni svet, ki je v Nemčiji, je bil sicer ustanovljen s strani novinarjev, vendar na podlagi pritiska države; enako je bilo v Veliki Britaniji;
- v Nemčiji se država vtika v tiskovni svet le tako, da ga delno financira (to je tudi temeljna razlika z našim NČR);
- v Nemčiji se tiskovni svet ne ukvarja z novinarji, ampak z mediji, ki je torej odgovoren za kršitev kodeksa;
- v Nemčiji so člani tiskovnega sveta tudi uredniki – s tem se zagotovi, da se odločitve spoštujejo;
- v Skandinavskih državah so za nespoštovanje odločitev novinarskih razsodišč predvideni tudi penali in denarne kazni;
  
- lokalna območja so medijsko preveč zapostavljena, zato bi morala država v večji meri poskrbeti za zaščito javnega interesa v medijih na lokalnem področju;
- majhni mediji so zelo pomembni za ljudi, ker se lahko le v njih predstavijo zgodbe njihove zgodbe – zato mora država takšne medije podpirati;
- v medijski strategiji je treba najti rešitev za financiranje lokalnih medijev;
- brez sredstev medijskega sklada lokalne informacije ne morejo preživeti;

- sedanji princip medijskega sklada na MK je zgrešen, ker financira tudi velike medije, ki pa bi morali znati preživeti tudi brez državne pomoči;
- časopisi in drugi mediji, ki so na trgu, se ne bi smeli financirati iz medijskega sklada;
- lokalni mediji niso zmožni preživeti brez pomoči države in občin;
- občine nimajo virov, da bi financirale lokalne medije;
- na lokalnem območju ni več oglaševanja; razloge za to je iskati tudi v dampinških cenah nacionalnih medijev in nelegalni konkurenci elektronskih in tujih medijev;
- RTV Slovenija ne more na lokalnem območju zagotoviti tega, kar lahko lokalni mediji;
  
- pri novi medijski strategiji bi se bilo treba izogniti kaznovanju in se bolj usmeriti v princip »korenčka« - kdor dela dobro, naj bo nagrajen;

## Lastniške strukture v medijih in formalni vidik ustanavljanja medijev, javni interes

Maribor, 2. 2. 2016

Udeleženci so nanizali naslednje ugotovitve oz. predloge:

- mediji v Sloveniji so že pomembno lastniško konsolidirani;
  - Delo, Večer – čudno, da sploh še živita;
  - mediji so najmanj regulirano področje gospodarstva;
  - dosedanje slabosti:
    - o MK ni izdelalo vsebinskih presoj;
    - o gospodarska kriza in posledični kaos na trgu sta pripeljala do tega, da so mediji izgubili na svoji ekonomski vrednosti:
      - trend razvoja gre v smeri Mure (nizke cene, damping) – posledično pada kakovost;
      - vedno več je političnih medijev;
  - tuji lastniki se ne odločajo za nakupe na majhnem trgu;
  - nujno je treba:
    - o urediti lastništvo, ki mora biti popolnoma transparentno;
    - o zagotoviti, da ima lastnik minimalni finančni položaj in izkazano strateško delovanje;
    - o lastnik mora imeti dolgoročno strategijo;
    - o UVK bi moral presojati vse navedene pogoje;
  - uveljaviti je treba odgovorno lastništvo, in sicer s stimulacijami in ne z omejevanjem;
  - občinska glasila so reprezentanca vsakega oblastnika in so v nasprotju s temelji medijev;
  - vprašani, ki ostajata, sta *kako stimulirati lastništvo in kaj narediti z občinskimi mediji*;
- 
- težave se pojavljajo s pridobitvijo PPP → če medij presega 50% pokritosti (na multipleksu je to večina medijev), tega statusa ne dobi;
  - ne spleča se prijavljati na medijski razpis, ker se sofinancira samo plača;
  - treba je sofinancirati novinarsko delo, ne medijev;
  - najti je treba druge oblike lastništva, kot so zadruga, kooperative;
- 
- lastništvo medijev je javni interes;
  - mediji so javna služba;
  - medijska družba lahko ima registrirano samo medijsko dejavnost;
  - frekvenca je treba zamejiti;
  - strinjanje s financiranjem novinarjev, ne medijev;
  - pri tiskanih medijih je treba odpraviti navzkrižno lastništvo med elektronskimi in tiskanimi mediji, če želimo obstanek tiskanih medijev;
  - javni in komercialni sektor bi moral imeti vsak svoje grozde neodvisnih AV producentov;
  - status PPP je treba ukiniti;
  - regionalno vsebino je treba razdeliti na 3 frekvenčna območja (vzhod-sredina-zahod);
  - koncentracije frekvenčnega prostora so potrebne za preživetje;
- 
- kulturne oddaje na RTV:
    - o kako zagotoviti uresničevanje programskih dokumentov v praksi?
    - o področje kulture se ne pokriva več toliko;
- 
- tisk naj postane subvencionirana dejavnost
  - na RTV ima kultura največ sredstev;
- 
- radio MARŠ je leta 2007 izgubil pogoje in ne more biti več PPP;

- trenutno je komercialni radio;
- trenutno je skupnostni medij;
- potega boj med ustanoviteljem in Radiem Študent LJ;
- v Avstriji takšen radio prejme financiranje in podporo;
  
- RTV je oddaje od lokalnih medijev dobival, ni jih pa objavljaj;
- lokalni mediji bi morali biti dopisniki RTV;
  
- PPP so nepridobitni;
- PPP delajo v javnem interesu;
- potrebno je medsebojno sodelovanje z vsebinami na RTV;
- Bela Krajina je ogroženo območje;
- lastništvo ne vpliva na javni interes;
  
- v Sloveniji je problem delovnopravna zakonodaja, zato strateški partnerji medijev ne kupijo;
- ugotoviti je treba, kaj država želi od medijev in naj potem na tem tudi vztraja;
- davčna politika je težava → večji, ko je davek, večji je upad naročnikov;
- večina medijev so podjetja na trgu;
- družbena odgovornost občutljivih podjetij:
  - o pri lastništvu mora biti jasno vsaj, kdo so lastniki, kaj so, v čigavih rokah so ...
- Večer je edini medij, ki nima več prekarcev;
- sofinancirati je treba novinarski poklic, pred tem pa opraviti premislek, kdo naj to počne;
- najvažnejše pri medijih je, kaj si želijo »tisti tam zunaj« → na koncu časopis potrebuje tistega, ki mu da 1,3 evra;
- najti je treba način, da se prepreči vertikalno lastništvo in preprečijo zlorabe.



## *Socialni status novinarjev, javni interes*

*Murska Sobota, 10. 2. 2016*

- Udeleženci so nanizali naslednje ugotovitve oz. predloge:
- v preteklosti je bilo avtorsko delo zelo malo obdavčeno, zato se je izplačalo angažirati te vrste »zaposlitev«; sedaj temu ni več tako, tudi študentsko delo je zelo obdavčeno, poleg tega se delavci vedno bolj zavedajo pomena socialne varnosti;
- RTV vzgaja kader, ki pa nato gre drugam, kjer so višje plače;
- za vstop na RTV se zahteva 1. bolonjska stopnja, za status samostojnega novinarja pa izobrazba ni pogoj;
- na RTV ostajajo problem tisti delavci, ki so nezaposljivi – rešitev bi bila, da se jim z neko nacionalno poklicno kvalifikacijo prizna 1. bolonjska stopnja;
- sestavni del javnih razpisov bi lahko bilo tudi mentorstvo, s katerim bi se vzgajalo in usposabljalno novinarje in druge delavce v medijih;
- socialni status novinarjev bi bil danes boljši, če bi imeli zagotovljen sistemski vir sredstev za informativni program, zlasti v lokalnih medijih;
- v lokalnih medijih se novinarji ne upajo več »oglašati«, ker se bojijo za svoje službe ali pogodbe;
- to, da ima »glasen« novinar probleme z direktorjem ali lastnikom medija, je velik problem v medijih;
- mladi novinarji ne dobijo priložnosti za službo; ponujajo se le možnosti dela prek s. p., ker je tako ceneje;
- država bi morala poskrbeti za mlade novinarje;
- ne drži popolnoma, da urejen socialni status zagotavlja profesionalno in kvalitetno delo. Upoštevati je treba tudi učinek t. i. cone udobja, zaradi česar se novinar ne rabi več dokazovat;
- kakovost novinarskega dela bi lahko izboljšali z licenciranjem, vsaj na RTV in vsaj za odgovorne urednike; v zakon bi bilo treba zapisati določbo o podelitvi javnega pooblastila neki instituciji, ki bi podeljevala licence;
- za negativne posledice, ki izhajajo iz cone udobje, bi moral poskrbeti odgovorni urednik, ki je odgovoren, da je delo opravljeno kvalitetno in v skladu s strokovnimi standardi;
- politika in kapital se bosta vedno vtikala v delo medijev;
- javni medij dobi denar, da dela program, komercialni medij pa dela program, da dobi denar;
- novinarski ceh ne zna ali noče obsoditi svojih napak;
- profesionalnost mora biti zagotovljena ne glede na socialni položaj novinarja;
- vsak novinar, ki ne dela v interesu javnosti, bi se moral avtomatično šteti za koruptivnega;
- novinarski ceh bi moral sam postaviti neke strokovne temelje, recimo z uvedbo licenciranja;

- DNS ni opravil svoje vloge;
- ko govorimo o kakovosti, je to vprašanje za odgovornega urednika, ki je nosilec novinarske avtonomije, kar prinese tudi neko odgovornost; odgovorni urednik mora biti steber integritete.
- novinar mora zelo dobro poznati in razumeti neko temo, o kateri poroča, saj gre pri poročanju za vzorčenje resnice;
- problem je, da odgovorni uredniki ne vodijo dobro svojih ekip;
- odgovorni urednik je bil včasih prvi med novinarji, danes pa je vse pogosteje zadnji v upravi, kar pa je narobe;
- če novinar dela slabo, ga zaradi določb ZDR praktično ne moreš odpustiti;
- na javnih razpisih MK ni vedno prepoznana kvaliteta;
- pomembno je tudi usposabljanje novinarjev za specifična znanja;
- problem je, da je vedno več študentov novinarstva nepismenih;
- uvedba licenc bi bila dobrodošla, vendar ne sme biti poudarek (le) na izobrazbi;
- če novinarja opozoriš na slabo opravljeno delo, te lahko obtoži mobinga;
- naj se preverijo pogoji za odgovornega urednika že pri vpisu v razvid medijev;
- problem pri licenciranju bi bil ta, da sta dve novinarski organizaciji – a bi imeli dvoje licenc?
- zametki licenc so bili narejeni že pred tremi leti pri Medijski zbornici, vendar je zadeva zamrla;
- pri uvedbi licenciranja bomo dobili »bumerang«, da se želi s tem izločiti nekatere novinarje;
- spoštovanje novinarskega kodeksa bi moralo biti del pogodbe o zaposlitvi, kot velja na BBC;
- licenciranje oz. reguliranje novinarskega dela je nujno, saj gre za zelo pomemben poklic, tako kot pri zdravniku, sodniku...;
- novinar mora biti tudi razgledan.

## *Podeljevanje radijskih in televizijskih frekvenc, oglaševanje in odgovornost operaterjev do vsebine in kakovosti medijske ponudbe*

*Velenje, 8. 3. 2016*

Udeleženci so nanizali naslednje ugotovitve oz. predloge:

### **S področja podelitve frekvenc:**

- frekvence v preteklosti niso bile razdeljene pravično, ne na radijskem ne na televizijskem področju;
- radijske frekvence so se podeljevale glede na izpolnjevanje pogojev, ki so bili napisani na papirju, nobeden pa ni preverjal vsebine radijskih programov;
- AKOS ima »predalu« 218 prostih frekvenc, kar je največji delež nepodeljenih frekvenc v Evropi;
- frekvence se ne podeljujejo, ker si AKOS in SRDF »podajata žogico«;
  
- »Time sharing« frekvenc je velik problem in je v EU tudi nezakonit;
- zadeva s »time sharingom« je absurdna; v letu 2006 je AKOS našel rešitev, 10 let kasneje pa se ob nespremenjeni zakonodaji ne da storiti nič;
- na strani AKOS je premalo dobre volje in interesa, da se reši problem »time sharinga«;
- v primeru nastalih težav pri oddajanju, bi moral AKOS takoj podeliti nadomestne frekvence; to je izvedljivo že po veljavni zakonodaji, vendar pa ni prave volje na strani AKOS, da se to naredi;
- poleg »time sharinga« so čudna zgodba tudi radijske mreže; po eni strani je povezovanje nujno, vendar pa se je treba vprašati, ali se pri tem sploh še izvaja kakšen nadzor oziroma regulacija;
  
- »refarming« frekvenc ni smiselno – to so v Evropi poskušali le na Nizozemskem;
- ponovna razdelitev radijskih frekvenc ne bi bila dobra rešitev, saj bi se poseglo v obstoječe pravice; rešitve pa se lahko iščejo na področju digitalnega oddajanja;
- v stare frekvence ni možno poseči, ker bo prišlo do upora;
  
- razpis za digitalno radijsko oddajanje nima smisla, saj ni interesa izdajateljev, prebivalstvo pa tudi nima ustreznih digitalnih sprejemnikov;
- država ni pripravila strategije za prehod na DAB, da bi se okolje lahko pripravilo na to;
- PPP se po veljavni zakonodaji ne morejo prijaviti za digitalno oddajanje, ker bi s tem avtomatsko preseglji zakonsko določeno mejo pokritosti; zato PPP tudi ugovarjajo, da se hiti z razpisom za DAB;
- radijski multipleks je namenjen le nacionalnim radijem, saj ni razdeljen na več območij, kot recimo pri televizijah – to je problem; gre za primer uporabe javnega dobra v neekonomske namene;
  
- država ni nikoli sprejela nacionalne strategije na področju razdelitve frekvenc, da bi recimo nastal nacionalni komercialni radijski program;
- pri radijskih frekvencah bi se morali določiti neki strateški cilji; na televizijskem področju pa je stvar že »zakoličena«;
- na področju televizijskega digitalnega oddajanja so določene težave le pri regionalnih programih (ki imajo lasten multipleks);
- v Sloveniji je zelo velik delež oddajanja prek IP TV;
  
- Radio Štajerski val oddaja na geografsko razgibanem območju, kjer ena frekvenca enostavno ne zadostuje za celotno pokrivanje območja; zato je nerazumljivo, da AKOS ne podeli novih frekvenc;
- Na Radiu Univox že 15 let čakajo na nove tri frekvence; nekatera območja so pokrita le s hrvaškimi radii, prebivalci pa bi radi slišali slovenske;
- Radiu Center so zaradi izgubljene tožbe proti italijanskemu radiu zaradi motenja njihovi frekvence zarubili 150.000 EUR, čeprav niso nič krivi, saj oddajajo na frekvenci, ki jim jo je podelil AKOS;
- ob italijanski meji so frekvence praktično ugasnjene, zato jih brez problema koristijo Italijani in s tem zasedajo slovenski frekvenčni prostor;

### **S področja oglaševanja:**

- v komercialnih medijih imajo oglaševalci velik vpliv, v lokalnih medijih pa oglaševanja praktično ni več;
- v lokalnih medijih se vsebine prilagajajo poslušalcem, ne pa oglaševalcem; teh lokalni mediji niti ne zanimajo;
- v lokalnih medijih se hitro pozna na oglaševanju, že če nekemu »stopiš na žulj«;
- lokalni mediji pri oglaševanju ne morejo konkurirati nacionalnim medijem in tujim tematskim programom;
- tuji programi umeščajo slovenske reklame in so opremljeni s slovenskimi podnapisi, oglaševalski prostor pa tržijo pod ceno – damping;
- AVK ni opravil svoje naloge pri pregledu stanja na slovenskem oglaševalskem trgu;

### **S področja operaterjev:**

- slovenski televizijski programi ne dobijo nobenega plačila od operaterjev, še več, za uvrstitev v njihove sheme oz. programske pakete morajo celo plačevati; po drugi strani pa slovenski operaterji vključujejo tujim izdajateljev tematskih programov, da jih lahko distribuirajo;
- slovenski prostor targetirajo tuji programi, za katere ne velja nobena obveznost zagotavljanja nacionalnih programskih deležev in tudi drugače ne prispevajo ničesar v slovensko produkcijo – to ni pravično;
- če je program podnaslovljen s slovenskimi podnapisi, bi morale zanj veljati določbe slovenske zakonodaje;
- področje kablinskih operaterjev bi moralo biti nujno regulirano, saj praktično 90 % gospodinjestev sprejema TV programe prek kabla; v ZDA je to področje zelo regulirano;
- kar kablinski operaterji ne smejo početi v ZDA, lahko prosto počnejo pri nas – to je nedopustno;

### **Drugo:**

- zaskrbljujoče je vedno večje krčenje dopisniških mrež v slovenskih medijih; razpisi MK lahko vsaj delno pomagajo v tej smeri;
- lokalni mediji na območju Velenja so močno pripomogli k uveljavljanju strpnosti v družbi, ki je v njihovem okolju zelo heterogena;
- sofinanciranje lokalnih medijev je nujno; če bi to obveznost prevzela občina, bi se lahko hitro pojavil očitak o nesamostojnosti in neodvisnosti medijev;
- v času ujm in elementarnih nesreč je hitra obveščенost izredno pomembna, in to lahko zagotovijo le lokalni mediji; zato je lokalne medije treba podpirati;
- novinarske organizacije že dlje časa opozarjajo, da je medijska zakonodaja zastarela in samo še caplja za realnim stanjem;
- brez novinarjev ni radijev – ampak koliko novinarjev sploh še dela na radiih?
- medijski sklad na MK ne zadostuje, da bi pokril vse stroške lokalnih medijev; rešitev je le sistemsko, večletno financiranje lokalnih programov;
- javni interes na področju kulture je to, kar določajo NPK in občinski programi za kulturo;

- nedopustno je, da je določena vsebina na eni platformi regulirana, na drugi pa popolnoma neregulirana; regulacija ne bi smela temeljiti na platformi, ampak na vsebini;

*Javni interes in zaščita slovenskega jezika ter učinkovito upoštevanje prepovedi spodbujanja k neenakopravnosti in nestrpnosti v medijih.*

*Trbovlje, 15. 3. 2016*

Udeleženci so nanizali naslednje ugotovitve oz. predloge:

**V zvezi z zaščito slovenskega jezika v medijih:**

- jezikovni standardi v medijih so padli; žargon, sleng, narečja so postali nekaj normalnega; za špikerje je postal pomemben le stil, ne pa pravilna raba slovenskega jezika;
- samo s kvotami se slovenskega jezika ne da reševati;
- slovenščina ni nič bolj ogrožena, kot v času Marka Pohlina;
- slovenščino je treba varovati v strokovnih sferah, npr. na fakultetah, saj je tam najbolj ogrožena; ko bo slovenščina izginila iz strokovne rabe, bo posledično začela izginjati tudi iz splošne, pogovorne rabe;
- MK mora ukrepati, ko gre za zaščito slovenskega jezika;
- izobraževanje za spikerje stane, in ker radii teh sredstev nimajo, jih tudi ne morejo izobraževati; po drugi strani je nove, nadobudne spikerje v lokalnem okolju tudi težko najti;
- izobraževanje spikerjev ni potrebno, saj poslušalce ne moti, če ne govorijo pravilno slovensko;
- slovenski jezik je del kulture;
- ne samo MK, cel narod bi moral prevzeti nase napor in skrb, da se slovenski jezik ohrani in razvija;
- profanost, na katero smo ponižali slovenski jezik, nas tepe na vseh področjih;
- med mladimi generacijami se izgublja občutek pripadnosti, tako na področju jezika kot odnosa do domovine; noben mladostnik se ni več pripravljen boriti za domovino;
- lokalni mediji nimajo lektorjev, saj jih ne morejo plačati;
- slaba slovenščina je postala nekaj povsem običajnega v medijih, ker uporabnike to očitno ne moti;
- na RTVS ne more stopiti pred mikrofona nihče, ki ni opravil usposabljanja iz kulture govora;
- napake pri pravilni rabi slovenskega jezika se dogajajo tudi zaradi hitrosti priprave novic oz. zbiranja informacij; to je zlasti pogosto v manjših kolektivih, kjer enostavno ni časa, da se tekst večkrat prebere oz. preveri;
- izdajatelji medijev bi morali biti družbeno odgovorni (v smislu skrbi za slovenski jezik); ne morejo se izgovarjati na to, kaj hočejo uporabniki oz. kaj prinaša profit; zato bi moral vsak medij obvezno imeti lektorja;

**V zvezi s prepovedjo spodbujanja k neenakopravnosti in nestrpnosti v medijih:**

- sovražni govor se vedno bolj dojema kot nekaj, kar je v družbi normalno, običajno;

- mlade generacije se odmikajo od klasičnih, tradicionalnih medijev in vse informacije, tudi glasbo, pridobivajo s spleta – zato je nujno, da se regulira tudi splet, kjer je največ sovražnega govora;
- v zadnji noveli ZMed-C ni tekla debata o sovražnem govoru, ker ni bilo nobenih pripomb glede te ureditve;
- regulacija sovražnega govora je prišla prepozno – to bi bilo treba urejati že takoj s pojavom prvih spletnih medijev;
- politika je v prvi vrsti odgovorna za razmah in širjenje sovražnega govora;
- največ sovražnega govora, prikritega ali odkritega, je izrečenega s strani politikov;
- na RTVS mora veljati ničelna toleranca do sovražnega govora;
- mediji imajo veliko moč, kar pa prinese tudi več odgovornosti, tudi na področju odnosa do sovražnega govora;
- zakon bi moral regulirati že potencialne možnosti, da pride do sovražnega govora – ko pa se ta zgodi, ga je treba sankcionirati;
- Varuh na RTVS bi moral storiti bistveno več v smislu obsodbe sovražnega govora.

**Drugo (izven obravnavane teme):**

- na medijskem področju je pomembna decentralizacija; lokalnih dopisnikov se ne sme ukinjati;
- tudi nacionalni mediji izgubljajo vsebino, saj so vse preveč odvisni od tiskovnih agencij; nacionalni mediji ukinjajo dopisništva in odpuščajo novinarje;
- mediji so postali zvočilo agencijskih novic; pri takem stanju novinarji sploh niso več pomembni, ampak se potrebujejo le še neki administratorji novic;
- medije zanima samo še politično dogajanje, druge teme jih ne zanimajo;
- radio nima več izobraževalne vloge, ampak kvečjemu samo še informativno;
- radio vrti to, kar hočejo poslušalci;
- radie bi bilo treba stimulirati za predvajanje slovenske glasbe – princip korenčka je učinkovitejši kot palica;
- mladi ne poslušajo več radiev in ne berejo časopisov;
- rezultati medijskega razpisa bi morali biti znani prej, sicer mediji po nepotrebem izgubljajo čas in energijo s projektom, ki morda niti ne bo sofinanciran;
- na medijskem razpisu so elektronske publikacije v izrazito deprivilegiranem položaji nasproti tiskanim medijem;
- zakaj statusa posebnega pomena niso deležni tudi spletni mediji?

## *Javni interes na lokalni ravni in kako mediji zadovoljujejo komunikacijske potrebe lokalnega prebivalstva*

*Krško, 22. 3. 2016*

Udeleženci so nanizali naslednje ugotovitve oz. predloge:

- občina je zadovoljna z lokalnimi mediji;
- lokalni mediji nudijo veliko informacij o ljudeh, ne samo o občinah;
- slaba pokritost s strani operaterjev – samo 2 operaterja na njihovem območju;
- obstaja en časopis, financirajo ga vse občine, skušajo biti objektivni;
- območje ni zanimivo za večje medije;
- lokalni mediji dihajo na škrge;
  
- lokalni mediji pokrivajo vse plasti družbenega življenja;
- pravica do obveščnosti za občana ni izpopolnjena – območje se v večjih medijih pojavi 1x mesečno ali celo 1x letno;
- lokalni mediji obveščajo, nacionalni komentirajo;
- obveščnost v odmaknjenih območjih pripomore k decentraliziranemu razvoju;
- Odmeve gleda 15%, ko ni *reality showov*, 7%, ko ti so;
- v strategiji morajo biti zajeta vsa okolja in njihovi uporabniki;
  
- lokalni mediji so izjemnega pomena, tudi zaradi ljubiteljske kulture;
- nacionalni mediji ukinjajo dopisništva, zato iz teh krajev ni več kvalitetnih informacij;
  
- denarja iz RTV ni nič, čeprav uporabniki mislijo drugače;
  
- v Sloveniji je več kot 200 občin, zato je praktično nemogoče poročati iz vseh na isti dan;
- nekatere občine ustanavljajo občinska trobila, kjer je pol člankov o županu; občine financirajo te medije. Kako to sistemsko preprečiti?
  
- v redu je, da nacionalni medij pokrije najbolj udarne novice, regionalni pa lokalne;
- pogrešamo sistemsko financiranje;
  
- žalostno je, ko prideš v regijo, pa ne slišiš nobenega lokalnega radia;
- na našem radiu občine dobijo isti cenik, kot vsi ostali, občinskih oddaj ni;
- glasilo župana ni medij – to je letak, kot je letak Tuša, Jagerja ipd. Ni pa medij!
- občina v občinsko glasilo nameni 75.000 evrov, uredniški odbor potrdi župan, glasilo je vpisano v razvid medijev. To ne gre tako! Občine lahko denar delijo na javnih razpisih.
- treba je ščititi medijski prostor;
  
- tudi lokalni mediji izbiramo teme;
- nimamo časa komentirati, ker tečemo z enega dogodka na drugega;
- pomembno je vedeti, da ima vsak medij svojega lastnika;
- razmejiti je treba, kaj je medij in kaj ni;
- ni vsak, ki se podpiše pod članek, novinar. Naj ima medij novinarja ali pa ni medij;
  
- financiranje bi moralo biti večletno, temu pa se lahko pridruži financiranje kadra;
- če bi država financirala samo neprofitne medije, se lahko ostali še vedno odločijo za trg in delajo, kar želijo.



## *RTV kot zastopnik javnega interesa – učinkovitost, kakovost in programske vsebine*

Kočevje, 30. 3. 2016

Udeleženci so nanizali naslednje ugotovitve oz. predloge:

Glede zagotavljanja pokritosti lokalnih in regionalnih območij v programih RTVS:

- dolžnost RTVS je, da zagotavlja javni interes za vsakega prebivalca, ne glede na to, kje živi; pravica do informiranja bi morala biti za vse enaka;
- RTVS ne more pokriti vseh 212 slovenskih občin, to je preozek nivo; RTVS lahko kvečjemu celovito pokrije regije; govorimo o regionalnih novicah nacionalnega pomena, ki so pomembne za vse prebivalce – to lahko zagotavlja RTVS;
- v planu RTVS za leto 2016 je, da se okrepi obseg regionalnih vsebin; dober primer je oddaja Slovenija danes, kjer se pokrivajo dogodki z lokalnih območij Slovenije;
- RTVS tudi razmišlja, kako regionalna centra čim bolj izkoristiti za predstavljanje regionalnih novic;
- RTVS nima več lokalnega dopisnika za Kočevje; imajo dopisnike od drugod, ki pa ne poznajo tukajšnjega življenja in območja, zato ne morejo dovolj kvalitetno in celovito poročati s tega območja;
- ljudje si želijo lokalnih informacij, poleg tega pa tudi, da so lokalne informacije prisotne na RTVS oz. nacionalnih medijih, da tudi drugod po državi vidijo, kaj se dogaja pri njih;
- RTV Slovenija bi morala imeti dopisnika iz Kočevja;
- na RTVS je pomanjkanje informacij iz Kočevja; poroča se le, če se zgodi kakšno kriminalno dejanje;
- ni prav, da RTVS poroča iz Kočevja le enkrat mesečno, ko je kakšna novinarska konferenca župana, saj tudi v Kočevju plačujejo RTV prispevek;
- za slabšo medijsko pokritost Kočevja ni moč kriviti le RTVS, ampak je na tem območju zlasti premalo prisotna država, ki jo tukaj ne čutijo dovolj;
- primer dobre prakse zagotavljanja regionalnih informacij je flamski model javnih medijev;
- Glede vloge lokalnih medijev kot podaljšane roke nacionalnega javnega servisa:
- cilji in želje PPP so, da postanejo podaljšana roka RTVS, saj ta ne more pokriti vseh lokalnih dogodkov;
- lokalni mediji so zmožni pripraviti vsebine za RTVS, zato bi moralo obstajati sodelovanje, kot je že v preteklosti med RTVS in Radiem Univox;
- RTVS mora za 12,75 EUR, kot znaša višina RTV prispevka, zagotoviti širok nabor javne službe; RTVS bi lahko namenila del RTV prispevka za PPP, vendar je treba potem redefinirati javno službo in kaj tudi izvzeti;
- lokalni mediji ne vidijo RTVS kot konkurence;
- država bi morala priskočiti na pomoč lokalnim medijem;

- obrobni deli so v stiku s centrom zlasti prek lokalnih medijev;
- vloga lokalnih medijev je najbolj vidna, ko pride do žleda, naravnih nesreč ipd. – takrat vsi poslušajo lokalne radie;
  
- Glede vodenja in upravljanja RTVS:
- pri spremembah ZRTVS je treba v prvi vrsti razmišljati v smeri strokovne okrepitve RTVS;
- sestava Programskega sveta RTVS je ključno vprašanje za modernizacijo in normalno delovanje javnega servisa;
- Programski svet RTVS mora biti izključno varuh javnega interesa, politika nima v njem kaj iskati;
- iz Programskega sveta RTVS je treba izključiti politiko;
- pristojnosti Programskega sveta bi morale biti jasno določene in se ne bi smel vtikati v delo novinarjev;
- ustanovitelj ima lahko vpliv le v nadzornem svetu RTVS;
- generalni direktor mora imeti možnost, da sam imenuje svojo ekipo;
- političnemu vplivu na RTVS se ni moč popolnoma izogniti;
- še večji problem kot vpliv politike na RTVS, je vpliv številnih zasebnih interesov;

Drugo:

- filmi, ki jih je dolžna RTVS sofinancirati v okviru 2 % RTV prispevka po ZSFCJA, se praktično ne smejo predvajati pred 23. uro, ker vsebujejo veliko prizorov seksa in grobih izrazov;
- RTV prispevek je treba vezati na rast BDP ali plač, kot imajo na Hrvaškem;
- zakonski okviri v določenem delu povsem onemogočajo normalno delovanje RTVS, komercialna konkurenca pa lahko počne, kar želi (npr. zjutraj predvaja reality šove);
- novi ZRTVS mora postaviti neke normalne pogoje delovanja, več pa ne;
- medijski zakon je prepovedni zakon, moral pa bi biti tudi spodbujevalni;
- obstaja del programov in zlasti spleta, ki je popolnoma nereguliran, npr. pri zaščiti otrok in oglaševanju – to je treba v novem ZMed popraviti;
- v Sloveniji praktično ni neodvisnih producentov, saj so vsi prisiesani na javna sredstva RTVS;

*Javni interes so medijsko pismeni in aktivni državljani. Kakšna je pri tem vloga medijev, države, šole in drugih deležnikov? Imajo klasični mediji in novinarstvo prihodnost? Vizija 2030?*

*Cerknica, 5. 4. 2016*

Udeleženci so nanizali naslednje ugotovitve oz. predloge:

- Slovenija ni na področju medijske pismenosti naredila praktično nič;
- pri medijski pismenosti je ključno MIZŠ oziroma resor izobraževanja;
- medijska pismenost ne more biti le izbirni predmet v osnovni šoli, ampak ji treba posvečati pozornost od malih nog otrok dalje;
- medijska izobrazba bi morali biti v današnjih časih temeljna izobrazba v šoli;
  
- medijska pismenost nam omogoča, da smo aktivni državljani;
- velik problem je, da večina ne loči med različnimi novinarskimi zvrstmi in vrstami, prikritim oglaševanjem ipd.;
- ne drži, da mlade ne zanima nič več, ampak jim je le treba približati informacije na pravi način;
- mladi razmišljajo na povsem drugačen način; vsebine v medijih je zato treba napisati v jeziku in na način, ki je mladim blizu in ga razumejo;
- novice za mlade in druge, odrasle uporabnike se ne bi smele razlikovati; prilagojenost novice za mlade ne sme pomeniti to, da je napisana v 140 znakih ali da je pootročena, ampak da je normalna novica predstavljena prek sodobnih komunikacijskih platform, na način, ki je mladim blizu;
- pri medijski pismenosti ne smemo pozabiti na starejšo populacijo, ki se vedno bolj navdušuje nad sodobno medijsko tehnologijo;
- klasične medije je treba promovirati prek socialnih omrežij;
- ključno vprašanje je, kako kot medij priti do tistih, ki danes niso tvoji uporabniki; ena izmed poti je vsekakor prek socialnih omrežij;
- tudi na Norveškem imajo podobne težave, kako medije približati mladim; pri njih pripravljajo za mlade normalne novice, ki pa so jim prilagojene;
- večina gledalcev ob gledanju TV hkrati uporablja tudi tablice in pametne telefone; zato je ključ za rešitev ta, da gledalcu ob spremljanju neke TV oddaje omogočimo interakcijo, komentiranje ipd. prek pametnih naprav;
- rešitev za medijsko pismenost je tudi v tem, da se mediji čim bolj povezujejo;
  
- mladi ne spremljajo več toliko TV-ja oz. medijev, zato oni objavljajo svoje novice tudi na socialnih omrežjih;
- da bi se približali mladim, ima lokalna TV na praksi tudi študente novinarstva, prav tako pa sodelujejo s šolskim centrom – dijaki so tako del uredništva in lahko iz prve roke spoznavajo delo v medijih;
- lokalni časopis za večji doseg vsebin uporablja tudi sodobne komunikacijske platforme oz. socialna omrežja;
- lokalni časopis ima na praksi številne mlade posameznike in jih prek mentorstva seznanja z novinarskim delom;
- na RTV Slovenija so bile včasih novinarske delavnice za novinarske krožke šol;
- vse medijske hiše v tujini imajo prilagojen časopis za mlade – to je standard, nekaj povsem običajnega;
- dober primer, kako približati medij otrokom, je časoris.si;
- ko se bodo delile digitalne radijske frekvence, bi moral biti obvezne pogoj, da bo imel radio otroški in mladinski program;
  
- Slovenija ima zelo ranljiv radijski trg;
- tuji kapital bo slej ko prej pokupil slovenske radijske mreže; največjo radijsko mrežo, ki je že naprodaj, bodo kupili bodisi Hrvati bodisi Turki;
- prednost je v regionalnih centrih, v radiih, ki ohranjajo živo besedo;

- treba je zaščititi primarne vire in zlasti radije ob meji; slovenski prostor je preplavljen s hrvaškimi in italijanskimi radiji;
- slabost slovenske medijske zakonodaje je, da mreže ne morejo pridobiti statusa posebnega pomena in so zato izvzete iz financiranja;
- tudi manjšim medijem, zlasti novim oblikam medijev, bi bilo treba zagotoviti sistemsko finančno pomoč;
- mladi zajemajo vsebine na You tube in prek drugih sodobnih komunikacijskih poti, zato bi moralo Ministrstvo za kulturo financirati tudi takšne projekte, kot je bil Vest.si;
- v lokalnih medijih je treba ozaveščati ljudi o lastni kulturi in starih, ljudskih izročilih; Ministrstvo za kulturo bi to moralo podpreti;
- 40 odstotna kvota slovenske glasbe za programe RTV Slovenija je preveč, ker jih ne bo noben poslušal;
- 66 odstotkov mladih na tem območju posluša glasbo prek i-tunes in tujih spletnih radijskih postaj;
- vse vsebine v medijih ne morejo biti obvezno v slovenskem jeziku; zaradi razvoja gospodarstva je treba dopustiti, da je del tudi v angleškem jeziku;
- vprašanje je, kako ohranjati lep slovenski jezik v sodobnih komunikacijskih platformah;
- RTV Slovenija po nepotrebnem razvija svoje tehnološke rešitve, čeprav na trgu že obstajajo preizkušene tehnologije, ki so tudi zastonj; Zato pride do problema uporabniške izkušnje; primer tega je RTV4D;