



SVET ZA RADIODIFUZIJO

Številka: 0132-3/2014/3

Datum: 17. junij 2014

**STROKOVNE PODLAGE IN STRATEŠKE USMERITVE SVETA ZA
RADIODIFUZIJO PRI DOLOČANJU POGOJEV IN MERIL PRI
PODELJEVANJU PREOSTALIH RADIJSKIH FREKVENC NA JAVNIH
RAZPISIH**

osnutek

Uvod

Po zagotovilih Agencije za komunikacijska omrežja in storitve RS (AKOS) trenutno v Sloveniji obstaja približno 40 prostih radijskih frekvenc, ki so hkrati uporabne za zainteresirane izdajatelje. Iz tega nabora razpoložljivih frekvenc, ki je bil tudi vzorčno že predstavljen javnosti ob javnem posvetovanju Agencije maja 2013, smo izbrali 36 radijskih frekvenc z *najboljšim potencialom in ustreznih tehničnih lastnosti*, ki so primerne in mednarodno usklajene, da jih ponudimo izdajateljem radijskih programov. Gre za frekvence, ki so podane v tabeli 1. Razdelili smo jih na tri enako velike skupine, ki obsegajo po dvanajst (12) prostih radijskih frekvenc. Pri določanju njihove bodoče namembnosti smo upoštevali pričujoča načela za oblikovanje javnih razpisov, ki izhajajo iz ugotovitev strokovnih analiz, prispevkov zainteresirane in strokovne javnosti, predlogov Sveta za radiodifuzijo iz prejšnjega sklica in naših sedanjih lastnih ocen, ki bodo predstavljena v pričujočem dokumentu.

Tabela 1: Seznam preostalih radijskih frekvenc za javne razpise in njihova namembnost

Frekvenca (MHz)	Lokacija	Namen
89,5	OSILNICA	lokalni
87,9	STARI TRG 1	lokalni
106,8	KRANJSKA GORA	splošni
101,0	CERKNICA 2	lokalni
106,2	CERKNO 2	specializirani
103,3	LENDAVA	lokalni
102,3	FARA	lokalni
89,7	ILIRSKA BISTRICA 3	lokalni
95,1	METLIKA	splošni
105,0	PODBRDO	lokalni
93,8	SOLCAVA	lokalni
104,7	TOLMIN	splošni
93,2	ZIRI 1 KOPRIVNIK	specializirani
100,4	KOCEVJE 1	splošni
103,6	KOCEVJE 2	specializirani
106,1	PTUJ	specializirani
97,9	AJDOVSCINA	lokalni
89,5	BLEJSKA DOBRAVA	specializirani
92,9	CELJE GOLOVEC	splošni
98,0	IDRIJA 1	specializirani
101,6	IDRIJA 2	specializirani
96,2	KAMNIK GRAD	specializirani
102,5	KOCEVJE 1	splošni
89,0	TRBOVLJE	splošni
101,1	TRSTELJ	splošni
105,9	KOBARISKI STOL	specializirani
105,9	VOGEL	specializirani
93,9	AJDOVSCINA	lokalni
104,2	BLEJSKA DOBRAVA	specializirani
96,4	CELJE GOLOVEC	specializirani
101,7	NOVO MESTO 1	lokalni
102,2	HOM	lokalni
90,2	KALVARIJA	splošni
95,8	LOGATEC	splošni

94,7	POSTOJNA 2	splošni
90,8	RAVNI VALVAZOR	splošni

Vir: AKOS, 2014

Svet predlaga, da se **prva tretjina** radijskih frekvenc nameni za **dodatno ali dopolnilno pokrivanje lokalno usmerjenih radijskih programov**, **druga** za **specializirane programe**, **tretja** pa za tiste s **splošnejšo komercialno programsko usmeritvijo**.

Za lokalne radijske programe bi namenili frekvence v bližini njihovih domicilnih območij delovanja, ki bi jim omogočile smiselno širitev ali izboljšanje slišnosti. V predlaganem izboru je za takšen namen po naši oceni primernih 12 frekvenc, ki skupaj omogočajo pokrivanje skoraj 78.000 prebivalcev, kar nanese 18 odstotkov pokrivanja vseh frekvenc izbora (glej spodnjo tabelo 2).

Za specializirane programe bi ravno tako razpisali 12 frekvenc za pokrivanje območij, kjer je že na voljo razmeroma dobra programska ponudba, ki vključuje tudi lokalne programe. Na takšnih območjih živi skupaj skoraj 130.000 prebivalcev, kar je 30 odstotkov pokrivanja vseh frekvenc izbora.

Preostanek frekvenc, prav tako 12, ki omogočajo pokrivanje skoraj 230.000 prebivalcev (51 % potenciala predlaganega izbora frekvenc), bi razdelili programom splošnejše in bolj komercialne usmeritve. Gre večinoma za urbanizirana območja z večjo gostoto prebivalstva, zato je njihova zmogljivost pokrivanja, izražena v številu potencialnih poslušalcev, večja.

Tabela 2: Porazdelitev frekvenc za bodoče javne razpise po segmentih radijskih programov

Vrsta programa	Število frekvenc	Delež frekvenc	Število poslušalcev	Delež poslušalcev
lokalni skupaj	12	33,3%	77831	18,3%
specializirani skupaj	12	33,3%	129380	30,4%
splošni skupaj	12	33,3%	219009	51,4%
skupaj	36	100%	426220	100%

Vir: AKOS, 2014

Glede na to, da primernih nezasedenih virov ni več veliko, kar pomeni, da bodo naslednji razpisi zadnja možnost za zainteresirane izdajatelje medijev, da pridobijo frekvence, je Svet mnenja, da je potreben *skrben in transparenten pristop pri izdelavi pogojev in meril za podelitev preostalih radijskih frekvenc* na zadevnih javnih razpisih. Na podlagi 38. člena Zakona o elektronskih komunikacijah (ZEKom-1) in v povezavi s 104. in 104. a členom Zakona o medijih (Zmed) je Svet za radiodifuzijo pristojen za oblikovanje in pripravo pogojev in meril javnih razpisov za dodelitev radijskih frekvenc za opravljanje analogne radiodifuzije. Poudariti je potrebno, da so javni razpisi za tako veliko število radijskih frekvenc velik kadrovski in časovni zalogaj, tako za Svet za radiodifuzijo kot tudi za Agencijo, ki bosta sodelovala v teh zadevnih postopkih. Ob prizadevanju za čim večjo optimizacijo njihove zasnove in izvedbe, vendar ob potrebnih skrbih za kakovost in strokovnost, jih bomo izvedli v *treh fazah*. Pri čimer bomo kot rečeno začeli s frekvencami za lokalne radijske programe, ki so po naši oceni najbolj izpostavljeni zaostrenim razmeram na trgu, zato jim lahko frekvence za zaokroženo dopolnjevanje območja pokrivanja pomembno izboljšajo možnosti za preživetje in uspešno delovanje v prihodnosti.

Vsi radijski programi pri nas so v spodnji tabeli 3 razvrščeni padajoče, in sicer od tistih z največjim odstotkom slišnosti med prebivalci Republike Slovenije do tistih z najmanjšim pokrivanjem oziroma dosegom. Med vrstami programov navajamo hkrati z zakonom določene vrste, kot tudi druge, za katere uporabljamo poljudna ali opisna poimenovanja. Kratica PPP je okrajšava za programe s statusom *programa posebnega pomena* po Zakonu o medijih, in sicer za *lokalni, regionalni, študentski in nepridobitni program posebnega pomena* (ZMed 2006, člani od 77. do 81.). Med programe posebnega pomena zakon (76. čl.) uvršča tudi programe javnega zavoda RTV Slovenija, ki jih v tabeli označujemo z oznako *javni medij*. Z oznako *neformalna mreža* označujemo skupine programov, ki predvajajo skupni program brez vpisa programske mreže v razvid medijev. Programi iz takšne skupine nimajo za enkrat ustrezno prilagojenih dovoljenj.

Tabela 3: Radijski programi v Republiki Sloveniji po dosegu in vrsti

Program	Izdajatelj	Mreža	Vrsta	Preb.	% preb.	km2
RADIO SLOVENIJA, tretji program - PROGRAM ARS /ARS/	Javni zavod RTV SLOVENIJA		javni medij	1778703	86,76	13334
RADIO SLOVENIJA, prvi program - PROGRAM A1 /A1/	Javni zavod RTV SLOVENIJA		javni medij	1777339	86,69	13182
RADIO SLOVENIJA, drugi program - PROGRAM VAL 202 /VAL 202/	Javni zavod RTV SLOVENIJA		javni medij	1765845	86,13	13309
Radio Ognjišče	RADIO OGNJIŠČE, d.o.o., Koper		nepridobitni PPP	1256153	61,27	6639,5
Radio Slovenia International/Radio SI	RTV SLOVENIJA		javni medij za tujo javnost	944833	46,09	3899,7
RADIO CENTER SLOVENIJA	RADIO CENTER d.o.o.	Radio Center	komercialni	655241	31,96	1232,17
Radio Aktual	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	526615	25,69	1656,1
Radio 1 Krvavec; ENA KR	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	523036	25,51	1393,52
Radio Ekspres	R GAMA - MM d.o.o., Ljubljana		komercialni	493708	24,08	1278,4
Radio HIT	R DOMŽALE d.o.o.		komercialni	451312	22,01	861,72
Radio Maribor	RTV SLOVENIJA		javni medij regionalnega centra	395420	19,29	2046
Radio Antena Ljubljana; Antena LJ	RADIO ANTENA d.o.o., Ljubljana	Radio Antena	komercialni	381286	18,60	460,13

Radio City	RADIO CITY d.o.o.		komercialni	340812	16,62	488,52
RADIO VESELJAK SI	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	337808	16,48	314,19
Radio Študent	Zavod RŠ		študentski PPP	304922	14,87	259,42
Radio Dur	HSG d.o.o.	Radio Center	komercialni	300634	14,66	573,74
RADIO SALOMON	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	294826	14,38	354,27
Europa 05	BRUS MEDIJI, d.o.o.		komercialni	267164	13,03	202,71
Radio 1 107,9; ENA LJ	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	227194	11,08	154,52
Radio S	ABC Studio d.o.o.		komercialni	222444	10,85	108,27
Radio Kum	Radio Kum Trbovlje, d.o.o.		regionalni PPP	215475	10,51	1887,6
RADIO KOPER /RADIO KP/	RTV SLOVENIJA		javni medij regionalnega centra	203620	9,93	2434,3
Radio Celje	NT&RC d.o.o. Celje		regionalni PPP	197001	9,61	1316,6
Radio Capodistria	RTV SLOVENIJA		javni medij v jeziku manjšine	192968	9,41	2154,4
RADIO MURSKI VAL	RADIO MURSKI VAL, d.o.o.		regionalni PPP	192234	9,38	655,72
Radio 1 Štajerska; ENA MB	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	164835	8,04	263,08
RADIO ŠTAJERSKI VAL	RADIO ŠTAJERSKI VAL d.o.o. Šmarje pri Jelšah		regionalni PPP	163563	7,98	1075,8
Radio Antena Gorenjska; Antena G	RADIO BELVI, d.o.o.	Radio Antena	komercialni	145056	7,08	455,54
Radio Krka	RADIO KRKA Novo mesto, d.o.o.		komercialni	142077	6,93	1996,2
RADIO BREZJE	RADIO BREZJE d.o.o.		komercialni	128992	6,29	181,18
RADIO TRIGLAV	RADIO TRIGLAV JESENICE, D.O.O.		lokalni PPP	126277	6,16	513,42
Radio Alfa	RADIO ALFA d.o.o.	Radio Center	komercialni	125206	6,11	1022,6
RADIO VELENJE	NAŠ ČAS, d.o.o.		lokalni PPP	125206	6,11	1022,6
MojRadio	MOJ RADIO, BORIS SUŠIN S.P.		komercialni	122252	5,96	617,51

Koroški radio	KOROŠKI RADIO d.o.o. Slovenj Gradec		regionalni PPP	119430	5,83	752,04
Radio NET FM	RADIO NET d.o.o.		komercialni	112235	5,47	112,33
RADIO ANTENA MARIBOR; ANTENA M	ŠPRAH d.o.o., Škofja vas	Radio Antena	komercialni	104146	5,08	72,54
RADIO KRANJ - GORENJSKI MEGASRČEK	RADIO KRANJ, d.o.o.		regionalni PPP	103288	5,04	396,35
Mariborski radio Študent - Marš	ZAVOD MARŠ		skupnostni	101599	4,96	64,57
RADIO TOP	B.&B.BELNA d.o.o.		komercialni	99205	4,84	64,59
Radio Aktual Studio D	STUDIO D d.o.o.	neformalna	komercialni	96978	4,73	979,48
Radio Antena Štajerska; Antena S	RADIO ANTENA d.o.o., Ljubljana	Radio Antena	komercialni	88673	4,33	276,76
RADIO ANTENA CELJE; ANTENA C	ŠPRAH d.o.o., Škofja vas	Radio Antena	komercialni	88673	4,33	276,76
Pomurski madžarski radio - Muravidéki magyar rádió	RTV SLOVENIJA		javni medij v jeziku manjšine	84879	4,14	813,09
Radio Sraka	SRAKA INTERNATIONAL d.o.o.		komercialni	81349	3,97	869,42
RADIO CELJSKI VAL	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	79863	3,90	283,64
RADIO SORA	RADIO SORA, d.o.o.		lokalni PPP	78959	3,85	207,69
Radio Orion	INTERTEH, d.o.o.	Radio 1		78225	3,82	244,89
Radio Zeleni val	ALPE ADRIA "ZELENI VAL" d.o.o.		komercialni	66642	3,25	795,69
Radio 1 Portorož; ENA PO	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	64581	3,15	133,18
Radio 1 Primorska; ENA NG	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	63828	3,11	219,19
RADIO CENTER SAVINJSKA	RC SAVINJSKA, d.o.o.	Radio Center	komercialni	57064	2,78	170,88

Radio Goldi - Savinjski val	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	56408	2,75	164,36
Radio Gorenc	RADIO GORENC d.o.o.		lokalni PPP, nepridobitni	55277	2,70	177,2
Radio Pohorje	B.&B.BELNA d.o.o.		komercialni	53951	2,63	52,53
Radio 1 Dolenjska; ENA NM	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	53701	2,62	389,94
Radio Aktual Obala	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	47550	2,32	101,84
Radio Slovenske gorice	RADIO SLOVENSKE GORICE d.o.o.		regionalni PPP	46579	2,27	93,74
Radio Viva	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	46457	2,27	314,37
Radio Capris	RADIO CAPRIS d.o.o.		komercialni	39566	1,93	338,57
RADIO ANTENA VELENJE; ANTENA V	ŠPRAH d.o.o., Škofja vas	Radio Antena	komercialni	36153	1,76	72,56
Radio Rogla	NOVICE, d.o.o.,		komercialni	32263	1,57	268,47
Radio Veseljak Posavje	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	32035	1,56	232,64
RADIO MAXI	RADIO MAKSI d.o.o.		komercialni	29709	1,45	298,27
Radio Bakla	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	28527	1,39	9,65
Radio Geoss	MAHKOVEC Š & D, d.n.o., Litija	Radio 1	komercialni	25480	1,24	261,82
1TR (EN-TE-ER)	NTR, Logatec, d.o.o.	Radio 94	komercialni program; del regionalne mreže	24391	1,19	171,47
Radio Robin	RADIO ROBIN d.o.o.		lokalni PPP	24013	1,17	129,95
Radio Ptuj	RADIO TEDNIK Ptuj d.o.o.		regionalni PPP	23753	1,16	112,03
Radio Center Dolenjska	RADIO CENTER d.o.o.	Radio Center	komercialni	23645	1,15	184,15
RADIO CENTER ZASAVJE	RADIO CENTER d.o.o.	Radio Center	komercialni	23542	1,15	30,73
R94	RADIO 94 d.o.o. Postojna	Radio 94	komercialni program; del regionalne mreže	22679	1,11	221,87
Radio Odeon	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	18818	0,92	236,98

Radio 1 Obala; ENA KP	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	18793	0,92	9,45
RADIO UNIVOX	UNIVOX d.o.o.		lokalni PPP	18117	0,88	153,09
Radio Radio	RECAL d.o.o.		komercialni	16808	0,82	128,24
Radio Laser Slovenj Gradec	LASERR d.o.o.		komercialni	15138	0,74	76,25
RADIO ODMEV	RADIO CERKNO d.o.o.	Primorski Val; regionalni PPP	lokalni PPP	14567	0,71	223,84
Radio Romc	ZVEZA ROMOV SLOVENIJE		skupnostni	12816	0,63	16,54
Radio Radlje	RADIO RADLJE d.o.o.	Radio 1		12298	0,60	157,95
Radio Veseljak Lisca	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	9866	0,48	95,58
Alpski val	RADIO KOBARID d.o.o.	Primorski Val; regionalni PPP	lokalni PPP	8038	0,39	93,03
Radio Prlek	ZAVOD ZA INFORMIRANJE ORMOŽ		komercialni	7774	0,38	84,12
Radio Urban	RADIO URBAN d.o.o.	Radio 1	komercialni	6341	0,31	45,16
Radio Nova	NOVA NOVA d.o.o. Ajdovščina	Radio Center	komercialni	6005	0,29	26,69
Radio Grom	GLASNIK d.o.o.	Radio 1	komercialni	5077	0,25	8,59
Radio KAOS, konvergenčni audio sistemi	SKUPINA KAOS, d.o.o.				N.A.	
Moj Radio 1	MOJ RADIO, BORIS SUŠIN S.P.				N.A.	

Vir: AKOS, 2014

1 Pomembnejše ugotovitve analiz in javnega posveta v organizaciji Sveta za radiodifuzijo v zvezi s perspektivo lokalnih medijev in Agencije za komunikacijska omrežja in storitve RS

Ugotovitve Sveta glede razmer na radijskem trgu in razlogov zanje ter predvidevanja glede možnih učinkov razpisa dodatnih radijskih frekvenc, izhajajo iz analize dostopnih podatkov in iz prispevkov, prejetih v okviru javnega posvetovanja. Lahko jih strnemo v nekaj ključnih točk, in sicer (SRDF, AKOS, 2013):

1. Sistem podeljevanja pravic do uporabe radijskih frekvenc za zvokovno radiodifuzijo (na način »frekvenca za frekvenco«), ki je veljal v preteklosti ocenjujemo kot dediščino popolne liberalizacije. Le-ta se je dogajal brez ozira na ekonomske razmere in potenciale ter potrebe javnosti na posameznih območjih, kar, posledično ni omogočal podeljevanja sistema frekvenc za pokrivanje smiselnih, povezanih območij z dovolj velikim ekonomskim zaledjem za preživetje posameznih vrst radijskih programov. Zaradi tega razloga ga Svet smatra *popolnoma neustreznim* tako v sedanjem trenutku kot v bližji prihodnosti.
2. Zastarela, neustrezna in neučinkovita je tudi zakonodaja, ki ureja programske obveznosti in omejitve. Na tem mestu Svet posebej izpostavlja naslednje: (a) dokaj enostavno spreminjanje programske podobe; (b) možnost nadomeščanja lastne produkcije s predvajanjem slovenske glasbe; (c) slabo opredeljene lokalne vsebine, hkrati pa visoke programske kvote brez izjem za ožje specializirane programe ter (d) možnost povezovanja v programske mreže (slednje je dovoljeno komercialnim programom, ne pa tudi nekomercialnim¹; obenem omogoča lokalno trženje mrežnih programov, ki se sicer predstavljajo za nacionalne, kar vpliva na možnosti pridobivanja prihodkov iz oglaševanja za radijske programe, ki delujejo izključno v lokalnih okoljih). Prav tako je Svet mnenja, da bi medijska zakonodaja morala v zasledovanju javnega dobrega poleg zaščite in podpore javnega zavoda Radiotelevizija Slovenija še intenzivneje podpirati programe posebne pomena v Republiki Sloveniji.
Prenova medijske zakonodaje bi zato morala omogočiti uvedbo mehanizmov za nadzor in usmerjanje povezovanja radijskih programov in morda tudi različne pogoje za pridobivanje in uporabo radijskih frekvenc za programe, ki jim je v ospredju komercialna dejavnost, in za tiste, ki ustvarjajo in razširjajo programske vsebine v javnem interesu. Z regulatornimi posegi bi kazalo po mnenju Sveta število ponudnikov na nacionalnem in parcialnih radijskih trgih *omejiti* na tolikšno, ki bi še omogočalo *konkurenčne razmere*, hkrati pa boljše pogoje za delovanje ponudnikov vsebin in s tem *večjo kakovost samih vsebin*².
3. Glede na omejenost potenciala prostih radijskih frekvenc³ in trenutne razmere na radijskem trgu *ni pravih možnosti za uvajanje novih programov na trg*. Po izkušnjah iz preteklosti je zelo verjetno, da novi subjekt, ki bi pridobil majhno območje pokrivanja, ne bi mogel zagotavljati programa, ki bi ga ponudil na razpisu, in bi bil kmalu naprodaj ali bi postal del katere od programskih mrež. Do sedaj se namreč ni še nikoli zgodilo, da bi se kateri od radijcev, ki je prenehal opravljati svojo dejavnost, pravicam do uporabe frekvenc odpovedal in jih vrnil državi oziroma tistemu, ki mu jih je dodelil v uporabo, ter bi bile tako na voljo, da se prek javnega razpisa pod določenimi pogoji dodelijo drugemu uporabniku.
4. Za izboljšanje pogojev za delovanje radijskih programov in za večjo kakovost radijskih vsebin potrebujemo temeljito prenavo zakonodaje in regulacije. Po oceni Sveta bi idealni scenarij bil t.i. *refarming* oz. *ponovna razdelitev radiofrekvenčnih virov po sistemu natančno preišljenih in načrtovanih območij na nacionalni, regionalni in lokalni ravni*, pri čemer se je treba

¹ Kajti, samo pod posebnimi pogoji je dovoljeno povezovanje lokalnih programov za izvajanje regionalnega programa posebnega pomena.

² Svet za radiodifuzijo, 2011: 19.

³ Vse, tudi najzmogljivejša med njimi, omogočajo zgolj pokrivanje pod ali občutno pod 5 odstotki prebivalstva Republike Slovenije, kar je prag, ki – sodeč po deležu programov s tovrstnim pokrivanjem, ki so povezani v radijske mreže - ne omogoča samostojnega preživetja na trgu.

zavedati, da bi to pomenilo ogromen podvig, primerljiv s prehodom na digitalno prizemno televizijo, vsaj v smislu družbenih, tehničnih, ekonomskih in političnih dimenzij, pa tudi praktičnih vprašanj.

5. V sedanjih razmerah je (samo) z razpisom dodatnega nabora frekvenc praktično nemogoče pomembno vplivati na razmere na trgu in izenačiti pogoje delovanja slovenskih radijskih programov predvsem zaradi:
- dokajšnje zasedenosti analognega radijskega spektra in šibkega razvojnega potenciala razpoložljivih radijskih frekvenc;
 - heterogenosti programskih in poslovnih pogojev, pod katerimi delujejo radijski programi, ki odražajo značilnosti in pogoje javnih razpisov, na katerih so radii pridobili radijske frekvence, načina morebitnega povezovanja v mreže in njihovega obsega, ter prilagoditev dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti in dovoljenj za radijske frekvence;
 - odsotnosti mehanizmov, ki bi preprečevali preprodajo dovoljenj za radijske frekvence;
 - odsotnosti učinkovitega sistema preprečevanja samovoljnega spreminjanja programske podobe radijskih programov;
 - pomanjkljive ureditve t. i. lokalnih oken (običajno informativnih in oglaševalskih) v radijskih programih z nacionalno pokritostjo oziroma v mrežah programov, v oddajnih časih katerih prevladuje skupni, tj. mrežni program.

1.1 Interes izdajateljev za nabor prostih radijskih frekvenc

Agencija je v maju 2013 organizirala javno diskusijo z izdajatelji radijskih programov in njihovimi kolektivnimi organizacijami na temo ugotavljanja potencialnega zanimanja za preostalih 40 radijskih frekvenc v Republiki Sloveniji. V ta namen jim je ponudila nabor, ki je podan v spodnji tabeli 4, ki hkrati prikazuje *število potencialnih poslušalcev* pri vsaki zadevni radijski frekvenci⁴.

Tabela 4: Seznam preostalih radijskih frekvenc za analogno radiodifuzijo, ki je bil predstavljen zainteresirani javnosti na javnem posvetovanju Agencije v maju 2013

frekvenca	lokacija	število potencialnih poslušalcev
93,9 MHz	AJDOVŠČINA	12836
97,9 MHz	AJDOVŠČINA	12288

⁴ Agencija je med izdajatelji že delujočih radijskih programov prejela odgovore od naslednjih predstavnikov: Radia Salomon, Aktual in Veseljak (vsi trije iz skupine Krater media), Radia Velenje (Naš čas), Radia 94, Radia Capris, Radia Ognjišče, Radia Kranj, Radia Cerkljeva, Radia Murski val, Radia Triglav, Radia Evropa (Brus mediji), Radia Ekspres, Radia Zeleni val (Alpe Adria Zeleni val), Radia Univox, Radia Center, Radia Rogla (Novice), radijske mreže Radio Antena, radijske mreže Radio 1, družbe Infonet media d.d., Radia Center in Radia Študent. Gospodarska zbornica Slovenije je podala mnenje v imenu članov izdajateljev radijskih programov pri GZS-MZ Združenju radiodifuznih medijev, z obsežnim komentarjem se je odzvalo tudi GIZ lokalnih in regionalnih radijskih postaj.

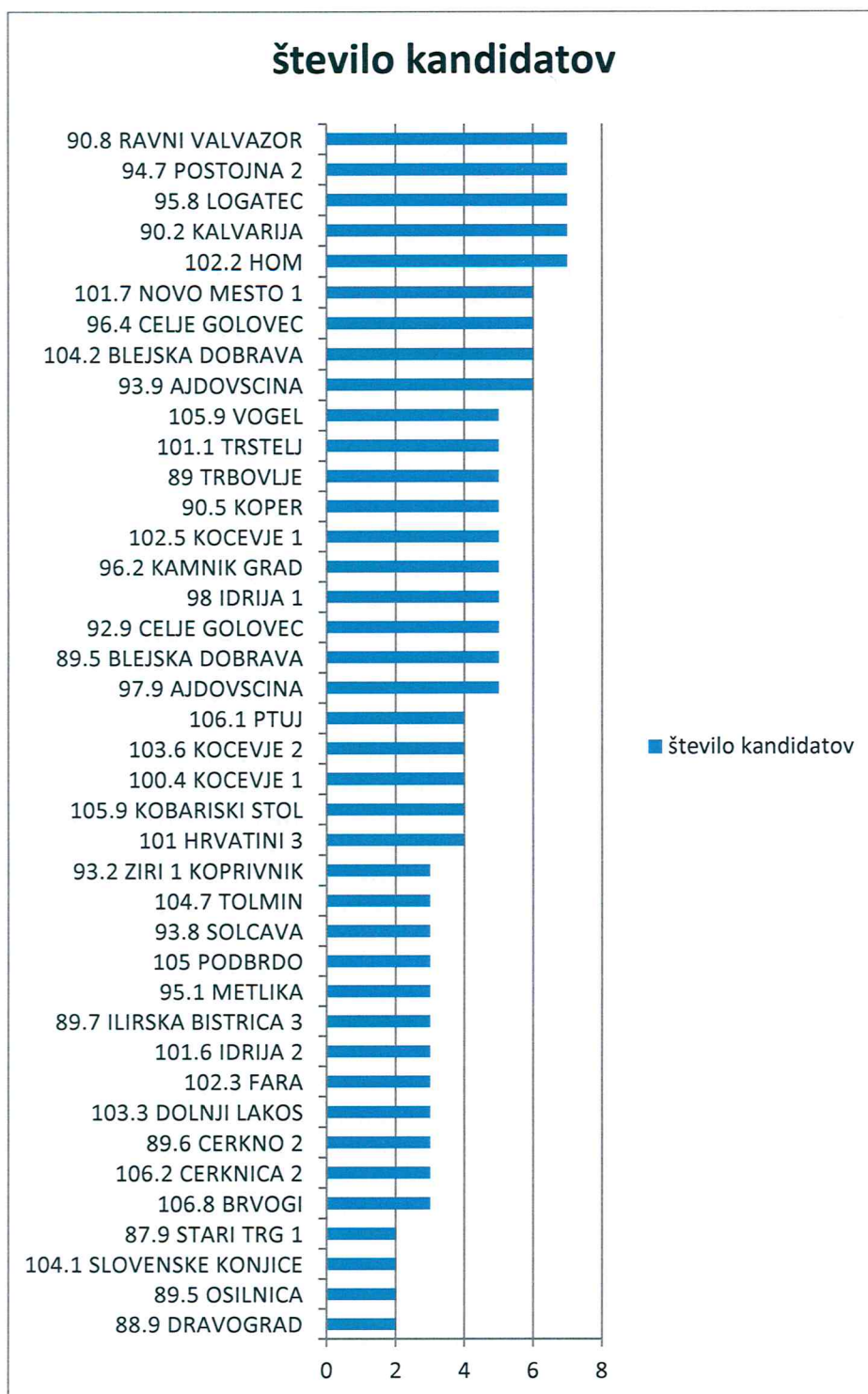
89,5 MHz	BLEJSKA DOBRAVA	22383
104,2 MHz	BLEJSKA DOBRAVA	8774
106,8 MHz	BRVOGI	2530
92,9 MHz	CELJE GOLOVEC	34531
96,4 MHz	CELJE GOLOVEC	30102
106,2 MHz	CERKNICA 2	3861
106,2 MHz	CERKNO 2	1766
103,3 MHz	DOLNJI LAKOŠ	1183
88,9 MHz	DRAVOGRAD	3693
102,3 MHz	FARA	365
102,2 MHz	HOM	23887
101,0 MHz	HRVATINI 3	2732
98,0 MHz	IDRIJA 1	5054
101,6 MHz	IDRIJA 2	2159
89,7 MHz	ILIRSKA BISTRICA 3	1225
90,2 MHz	KALVARIJA	81898
96,2 MHz	KAMNIK GRAD	24802
105,9 MHz	KOBARIŠKI STOL	4648
102,5 MHz	KOČEVJE 1	11528
100,4 MHz	KOČEVJE 1	11653
103,6 MHz	KOČEVJE 2	4306
90,5 MHz	KOPER	6162
95,8 MHz	LOGATEC	9113
95,1 MHz	METLIKA	3605
101,7 MHz	NOVO MESTO 1	20544
89,5 MHz	OSILNICA	163
105,0 MHz	PODBRDO	720
94,7 MHz	POSTOJNA 2	11116
106,1 MHz	PTUJ	17701
90,8 MHz	RAVNI VALVAZOR	29698
104,1 MHz	SLOVENSKE KONJICE	8421
93,8 MHz	SOLČAVA	285
87,9 MHz	STARI TRG 1	474
104,7 MHz	TOLMIN	4786
89,0 MHz	TRBOVLJE	9399
101,1 MHz	TRSTELJ	9152
105,9 MHz	VOGEL	3283
93,2 MHz	ŽIRI 1, KOPRIVNIK	4402

Vir: AKOS, 2014

Iz pregleda izraženega interesa za objavljene proste radijske frekvence je razvidno, da med izdajatelji ali potencialnimi izdajatelji *obstaja zanimanje za vse frekvence*, pri čemer je največje za 90,2 MHz na Kalvariji, 102,2 MHz na Homu, 95,8 MHz v Logatcu, 94,7 MHz v Postojni in 90,8 MHz na Ravneh Valvasorju (za vsako po 7 kandidatov). Veliko interesentov (po 5 do 6) je tudi za frekvence na oddajnih točkah Ajdovščina, Blejska Dobrava, Vogel, Kamnik, Trstelj, Idrija, Koper, Novo mesto, Kočevje 1, Trbovlje in Celje Golovec. Za vsako od ostalih frekvenc seznama bi se potegovala najmanj dva kandidata, čeprav v večini več kot dva. Natančnejši prikaz interesa za posamezne objavljene frekvence je na voljo v spodnji tabeli 5.

Po ugotovitvah Agencije največje težnje po pridobivanju dodatnih radijskih frekvenc imajo izdajatelji z že doseženim *večjim pokrivanjem* in *predvidoma boljšim položajem* na radijskem trgu. Njihove želje niso zgoščene v posameznih okoljih, temveč razpršene po celotnem ozemlju države, zato je verjetno, da se bodo na javnih razpisih za dodelitev pravic za razpolaganje z obravnavanimi frekvencami prijavi na večje število razpisanih frekvenc. V tabeli 6 na naslednjih straneh je podana pokritost prebivalstva s signalom posamezne radijske mreže v Republiki Sloveniji skupaj z številom potencialnih poslušalcev.

Tabela 5: Število zainteresiranih izdajateljev za določeno preostalo radijsko frekvenco



Vir: AKOS, 2014

Tabela 6: Število potencialnih poslušalcev glede na posamezne radijske mreže v Republiki Sloveniji

Mreža	Imetnik dovoljenja	Radijski program	Število potencialnih poslušalcev	
Primorski val	RADIO CERKNO, d.o.o.	RADIO ODMEV	22327	
	Radio Kobarid, d.o.o.	Alpski val		
Radio 1	GLASNIK d.o.o.	Radio Grom	1067980	
	Interteh, d.o.o.	Radio Orion		
	MAHKOVEC Š & D, d.n.o., Litija	Radio Geoss		
	RADIO PRO 1 d.o.o.			Radio Odeon
				Radio Bakla
				Radio 1 Obala; ENA KP
				Radio 1 Dolenjska; ENA NM
				Radio 1 107,9; ENA LJ
				Radio 1 Primorska; ENA NG
				Radio 1 Krvavec; ENA KR
				Radio 1 Portorož; ENA PO
				Radio 1 Štajerska; ENA MB
				RADIO CELJSKI VAL
	Radio Goldi - Savinjski val			
Radio Viva				
Radio Urban, d.o.o.	Radio Urban			
Radio Radlje d.o.o.	Radio Radlje			
Radio Antena	Radio Antena d.o.o., Ljubljana	Radio Antena Ljubljana; Antena LJ	717326	
		Radio Antena Štajerska; Antena S		
	ŠPRAH d.o.o., Škofja vas	RADIO ANTENA CELJE; ANTENA C		
		RADIO ANTENA MARIBOR; ANTENA M		
RADIO ANTENA VELENJE; ANTENA V				
RADIO BELVI, d.o.o.	Radio Antena Gorenjska; Antena G			
Radio Center	HSG d.o.o.	Radio Dur	916072	
	Nova Nova d.o.o. Ajdovščina	Radio Nova		
	RADIO CENTER d.o.o.	Radio Center Slovenija		
		Radio Center Dolenjska		
		RADIO CENTER ZASAVJE		
	RC Savinjska, d.o.o.	Radio Center Savinjska		
Radio Alfa				

Regionalna programska radijska mreža	NTR, Logatec, d.o.o.	1TR (EN-TE-ER)	47207
Radio 94	RADIO 94, d.o.o., Postojna	R94	

Vir: AKOS, 2014

1.2 Pravna ureditev področja radia

Radio predstavlja medij z dokaj celovito in sistematično ureditvijo z pravnega vidika. Tako na primer, radijsko področje v Republiki Sloveniji urejajo Zakon o medijih (Ur. l. RS, št. 110/2006-UPB1, 36/2008-ZPOMK-1, 77/2010-ZSFJCA, 90/2010 Odl.US: U-I-95/09-14, Up-419/09-15, 87/2011-ZAvMS, 47/2012-Zmed-B), Zakon o elektronskih komunikacijah (Ur. l. RS, št. 109/2012 in 110/2013) ter na njuni podlagi sprejeti podzakonski akti.

Zakon o medijih ureja:

- postopek ustanovitve radijskega programa, vpisa v razvid medijev in pridobitve dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti,
- postopek pridobitve statusa radijskega programa posebnega pomena (lokalnega, regionalnega, študentskega in nepridobitnega) in podlage za sofinanciranje,
- programske zahteve in omejitve, med njimi tudi količino slovenske glasbe in količino lastne produkcije, ter radijsko oglaševanje in njegove omejitve,
- povezovanje v radijske programske mreže,
- razdelitev pristojnosti med organi,
- strokovno nadzorstvo nad izvajanjem obveznosti,
- razpon finančnih kazni za prekrške.

Zgoraj navedena področja so natančneje urejena z naslednjimi podzakonskimi akti, in sicer:

- Splošni akt o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti (Ur. l. RS, št. 95/2006 in 25/2007),
- Pravilnik o programih posebnega pomena (Ur. l. RS, št. 85/2002),
- Splošni akt o načinu ugotavljanja pokritosti prebivalstva na območju Republike Slovenije z analognimi prizemnimi radijskimi ali televizijskimi programi, ki se razširjajo po radijskih frekvencah za analogno radiodifuzijo (Ur. l. RS, št. 138/2006),
- Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Ur. l. RS, št. 77/2002),
- Metodologija nadzorstva avdiovizualnih medijskih storitev in radijskih programov (Ur. l. RS, št. 31/2012)

Zakon o elektronskih komunikacijah ureja uporabo radijskih frekvenc in postopek za izdajo odločbe o dodelitvi radijskih frekvenc, ki jo je v primeru radiodifuzije mogoče izdati le na podlagi javnega razpisa, katerega postopek je natančno opredeljen v Zakonu o elektronskih komunikacijah, medtem ko so merila, ki se jih upošteva v postopku izbire med zainteresiranimi ponudniki, določena v 104. členu Zakona o medijih.

Iz zakona o elektronskih komunikacijah izhajajo še naslednji podzakonski akti, ki se deloma ali v celoti nanašajo na področje radia:

- Splošni akt o načrtu uporabe radijskih frekvenc (NURF-3) (Ur. l. RS, št. 91/2013),
- Splošni akt o omejitvah signalov analognih zvokovnih radiodifuznih radijskih postaj (Ur. l. RS, št. 44/2013),
- Splošni akt o razvrščanju programov digitalne radijske in televizijske distribucije (Ur. l. RS, št. 48/2013),
- Splošni akt o načinu izračuna plačil za uporabo radijskih frekvenc (Ur. l. RS, št. 30/2013 (33/2013 popr., 40/2013 popr.)),
- Splošni akt o uporabi sistema RDS (Ur. l. RS, št. 55/2004),
- Uredba o načrtu razporeditve radiofrekvenčnih pasov (Ur. l. RS, št. 69/2013).

(AKOS, 2014).

1.3 Tehnične značilnosti in možnosti razvoja radia

Namen obstoja in razvoja radia v Republiki Sloveniji Svet vidi v njegovem delovanju za zagotovitev *legitimnega javnega interesa*. Za postopno implementacijo slednjega potrebujemo medijski prostor, zgrajen na standardih in idealih, v katerem bosta zagotovljeni raznovrstnost in pestrost vsebin brez militantnih ideoloških praks. Tako *poslanstvo* medijev vidimo najprej v skrbnem gojenju duha profesionalnosti in objektivnosti, kakor tudi v tem, da občinstvu nudi *raznovrstne, kakovostne, privlačne in inovativne programe*. Nadalje se pričakuje, da bodo na vseh področjih medijskega ustvarjanja v prihodnosti vsi relevantni deležniki, z ustreznim znanjem in nujno potrebnim naborem izkušenj postopoma in sistematično prispevali k večji profesionalnosti in integriteti novinarskega dela in s tem k posledičnemu izboljšanju kakovosti radijskih vsebin. Vendar je za doseg visoko zastavljenega cilja potreben ustrezen okvir finančnih, kadrovskih, tehničnih in strokovnih resursov⁵.

Prizemna analogna zvokovna radiodifuzija, ki se razširja v t. i. FM-območju, je v Sloveniji in drugod po svetu v zreli razvojni fazi. Zadnja mednarodna konferenca, kjer so razdelili frekvenčni pas 87,5 MHz do 108,0 MHz in določili pravila mednarodnega usklajevanja glede zasedbe prostih radijskih frekvenc, je bila že dokaj odmaknjena leta 1984 v Ženevi. Skoraj trideset let kasneje lahko ugotovimo, da je večina radijskih frekvenc iz tega pasa podeljenih, nove pa je zaradi izjeme zasedenosti spektra po zagotovilih Agencije težko ali nemogoče mednarodno uskladiti. Redke izjeme so večinoma frekvence nizkih moči ter na nižjih nadmorskih in efektivnih višinah, ki pokrivajo manjša geografska območja in s tem radijskim postajam ne nudijo znatnega potenciala za razvoj, saj so primerne predvsem za dopolnjevanje pokrivanja ali za odpravljanje motenj v slišnosti na območjih, ki jih radii že pokrivajo.

Zaradi izčrpanosti oziroma zasedenosti radijskega spektra v frekvenčnem pasu FM v Sloveniji že več let ni bilo nobenega javnega razpisa za dodelitev radijskih frekvenc za zvokovno radiodifuzijo. Javni zavod RTV Slovenija je tudi v tem času v skladu z zakonskimi možnostmi, ki mu za programe v javnem interesu omogočajo pridobivanje frekvenc mimo javnega razpisa, pridobival posamezne manjše frekvence za izboljšanje slišnosti. Komercialni radijski programi te možnosti niso imeli, zato so tisti, ki so želeli povečati svoj doseg in so si to lahko privoščili, svojo slišnost povečevali z nakupi ali zakupi pravic do uporabe radijskih frekvenc in povezovanjem v mreže. Dostop do frekvenc prek nakupa ali najema radijskega programa je bil edina možnost tudi za vstop novih subjektov na trg, vendar je bil

⁵ Svet za radiodifuzijo, 2011: 8-9.

tak primer v zadnjih petih letih le eden in še ta omejenega trajanja⁶. S frekvenco namreč novi imetnik prevzame tudi programske pogoje, ki so vezani nanjo. Ugodnost nakupa je tako močno odvisna od vsebine in narave programskih pogojev, ki jih mora upoštevati radijski program, saj za novega lastnika lahko predstavljajo oviro pri uresničevanju lastnih programskih ciljev in poslovne strategije.

Danes je že zelo evidentno opazno, da na medijskem trgu primanjkuje *segmentacije*, ki bi lahko vodila k večji kakovosti radijskih vsebin. Programske sheme radijskih programov so si preveč podobne, kar je moč pripisati predvsem prikriti oligopolnosti, deloma pa tudi majhnosti medijskega prostora in dejstvu, da je poslušanost pogosto edini oziroma ključni kriterij pri oblikovanju programskih usmeritev. Izdajatelji medijev tako ugotavljajo, da je občinstvo za *profilacijo medijev premajhno*, zato se odločajo za programske vsebine, ki dosegajo največjo poslušanost. *Kljub velikemu številu medijev prav zato ni velike ponudbe raznovrstnih vsebin*, ker v prizadevanju za isto občinstvo ponujajo istovrstne vsebine ob istem času. Svet za radiodifuzijo ocenjuje, da je na domačem medijskem trgu *preveč elektronskih medijev*, na osnovi česar je mogoče domnevati, da nekateri mediji delujejo le formalno, drugi pa se financirajo tudi iz dodatnih virov. Z ozirom na povedano, je Svet v zvezi z analizirano problematiko v bližnji preteklosti pripravil in sprejel strateški dokument⁷, katerega relevantnost in strokovnost omogočata ustrezno podlago oz. izhodišče za sedanjo pripravo novih razpisov za dodelitev preostalih prostih radijskih frekvenc zainteresiranim pravnim subjektom v radiofrekvenčnem spektru na FM. V omenjenem strateškem dokumentu je med drugim izčrpno razdelal svojo oceno stanja na področju radijskega življenja na Slovenskem tako z vidika slabosti in nevarnosti na eni strani kot z vidika prednosti in priložnosti na drugi strani.

Končno, Svet poudarja dejstvo, da analogna zvokovna radiodifuzija ostaja kljub pojavu novih tehnologij priljubljen način razširjanja radijskih programov in dostopa do njih. Razmeroma nizka cena radijskih sprejemnikov ob razmeroma dobri kakovosti sprejema, ji omogoča globalno razširjenost. Veliko poslušalcev posluša radijske programe v avtomobilu, kjer je analogni radio zaradi specifičnih, deloma že zgoraj pojasnenih okoliščin, ki botrujejo počasnejši digitalizaciji radia, kot smo ji priča pri drugih medijih, kljub obstoječim naprednejšim tehnologijam še vedno zelo konkurenčen.

1.4 Posebnosti dodeljevanja in rabe radijskih frekvenc za analogni radio

Kot smo zgoraj že zapisali je bila večina frekvenc na višinskih oddajnih točkah, ki omogočajo kakovostno pokrivanje večjih območij, oddana že leta 1993, torej še preden se je uveljavilo podeljevanje prek obveznih javnih razpisov, preostanek pa v naslednjih letih, ko je tedanji zakon za področje telekomunikacij zahteval objavo najmanj dveh javnih razpisov na leto. Okoli deset let so se frekvence razdeljevale prek vsebinsko povsem neusmerjenih javnih razpisov, tako da je bil vsakič ponujen obsežen nabor frekvenc, ki so omogočale bolj ali manj velika, nepovezana območja pokrivanja, dodeljevale pa so se posamično, po sistemu »ena frekvenca enemu ponudniku«, brez jasnih meril za izbiro najboljšega ponudnika. Če smo bolj natančni, lahko v ključnem obdobju, v katerem so se delile pravice do uporabe frekvenc, govorimo o *stihijnosti*, se pravi odsotnosti kakršnekoli politike in o popolnem umankanju programskih pogojev in zahtev do izdajateljev. Mehanizem podeljevanja so poganjali tehnični kriteriji in ne potrebe javnosti po določenih formatih

⁶ Kar je razvidno iz podatkov Agencije (AKOS, 2014).

⁷ V okviru svojih pristojnosti, ki jih ima Svet za radiodifuzijo, med drugim na podlagi 12. alineje 100. člena Zakona o medijih (Zmed), je Svet na svoji 59. redni seji, dne 18. 10. 2011, sprejel dokument z naslovom "Ocena stanja na področju radiodifuzije in predlogi Državnemu zboru Republike Slovenije za izboljšanje stanja".

radijskih programov z ustreznimi pogoji za delovanje. Vsaka pridobljena, mednarodno usklajena frekvenca je šla na razpis in vedno je bilo dovolj interesentov.

V času, ko so vse pomembne analogne frekvence za radio že podeljene, a kljub temu ostajajo glavni način razširjanja radijskih programov, ki delujejo v Sloveniji, lahko sklenemo, da je slovenski radijski prostor *neenakomerno razvit*, kar se na splošno kaže tudi v številčnosti različnih radijskih programov, ki jih je moč poslušati v posameznih okoljih. Pogoji za njihovo delovanje so tako raznoliki, da jih je nemogoče strniti v homogene skupine. Opraviti imamo z mozaikom s sestavnimi deli različnih vrst in velikosti, brez reda razpršenimi po ozemlju države (AKOS, 2014).

Glede na to, da je analogni del radiofrekvenčnega spektra izkoriščen do mere, ki ne omogoča možnosti za občutno večanje območij pokrivanja posameznih radijskih programov, in tudi ne vstopa novih prišlekov na radijski trg, tako ni nepričakovano, da so šli tržni procesi svojo pot in da se je pri radijskih programih prek lastniškega in programskega povezovanja vzpostavila komercialna ponudba radijskih vsebin, ki presega lokalne in regionalne okvire. Zaradi izjemno liberalne ureditve možnosti prenosa radijskih frekvenc za radiodifuzijo se do sedaj še ni zgodilo, da bi se kak izdajatelj radijskega programa, ki je na javnem razpisu pridobil pravico do uporabe radijske frekvence, a je po določenem času prenehal z izvajanjem radijske dejavnosti, tej pravici odpovedal in frekvenco vrnil. V večini takšnih primerov je prišlo bodisi do prenosa dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti, na katero je vezana pravica do rabe frekvence, na drugega izdajatelja ali do prodaje pravne osebe izdajatelja, vključno z vsemi pripadajočimi pravicami, drugemu lastniku. Iz nekaterih radijskih programov, ki se razširjajo prek odličnih frekvenc in so se tradicionalno opredeljevali za lokalne nekomercialne programe, so v zadnjih letih nastali povsem komercialni radijski programi, v nekaj primerih deli registriranih programskih mrež, v drugih vključeni v neformalne povezave. Programsko povezovanje je sicer lahko do neke mere dobrodošlo, zlasti v kolikor se prek njega izvaja določena konsolidacija nekoč izjemno razdrobljenega radijskega trga. Izdajatelji s takšnim povezovanjem *presejajo* dolgoletno prakso neusmerjenega in razpršenega dodeljevanja frekvenc in si poskušajo z večanjem pokritosti slovenskega ozemlja izboljšati položaj na trgu. Vendar pa od trgovanja s frekvencami ne javnost ne država nimata nobenih koristi (AKOS, 2014).

Dosedanji poskusi prenove zakonodaje, ki so šli v smeri preprečevanja preprodaje radijskih frekvenc, *niso bili uspešni*. Med drugim se je razmišljalo tudi o odpravi brezplačnega podeljevanja frekvenc prek uvedbe obveznega enkratnega nadomestila, ki bi ga komercialne radijske postaje plačale ob pridobitvi frekvence, ter o nadomestilu, ki bi ga plačale ob prenosu pravice do frekvence na drugega izdajatelja. Smiselno bi bilo, če bi se v primeru takšne rešitve po drugi strani določen del spektra rezerviral za doseganje raznolikosti, ki je zdaj skorajda ni več, te frekvence, namenjene programom v javnem interesu, pa bi bile izvzete iz obveznosti plačila enkratnega nadomestila. Takšno rešitev je podprl tudi Svet za radiodifuzijo⁸, ki se je v svojih predlogih poleg tega zavzel za odvzem dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti sistematičnim kršiteljem medijske zakonodaje in pogojev iz dovoljenj. Glede na nedavno prenovu zakona, ki ureja elektronske komunikacije, rešitev v smeri uvedbe plačljivega pridobivanja analogni frekvenc za komercialne programe sicer ni verjetna. Zaradi zasedenosti radijskega spektra za analogni radio in že dokajšnje konsolidiranosti radijskega trga bi imela le omejene učinke.

⁸ V svoji *Oceni stanja na področju radiodifuzije in predlogi Državnemu zboru Republike Slovenije za izboljšanje stanja* (Svet za radiodifuzijo, 2011).

Pred zakonodajalcem in ustanovami, ki sodelujejo pri regulaciji področja radia in televizije, kljub temu še naprej ostaja izziv vzpostavitve ustreznih mehanizmov regulacije programskega povezovanja. Zdajšnje pogoje združevanja programov je v praksi mogoče uporabiti tako, da se namesto programskih mrež različnih programov, ki delujejo vsak na svojem območju in v določenem delu dneva še vedno posredujejo lasten (lokalen) program, tvorijo novi programi, ki so le na papirju programska mreža, imajo več vpisov v razvid medijev, komplicirano programsko strukturo in zapletene odločbe o dodelitvi radijskih frekvenc, v resnici pa na vseh frekvencah, ki jih mreža uporablja – tudi na tistih, katerih območja se v pomembnem delu prekrivajo – predvajajo enak program, se na trgu predstavljajo kot enotna blagovna znamka in samo formalno izpolnjujejo pogoje glede delovanja v mreži. Pri zdajšnji ureditvi programskih mrež gre tako po eni strani za *uzakonjeno zlorabo instituta javnega razpisa*, ki povzroča ne najbolj racionalno rabo že tako precej omejenih radiofrekvenčnih virov, po drugi strani pa za neizogibno posledico odsotnosti vizije pri razdelitvi radijskega spektra in ustrezne ureditve razmerij na radijskem trgu (AKOS, 2014).

Svet za radiodifuzijo⁹ je v svojih predlogih Državnemu zboru predlagal legalizacijo zatečenega stanja, in sicer tako da bi z ustreznimi pravnimi podlagami in postopki t. i. navideznim programskim mrežam dopustili preobrazbo v enotne radijske programe, pri čemer bi imeli programski izdajatelji možnost, da se odločijo za popolno zlitje v nov program ali za izstop iz skupnega programa in nadaljevanje dejavnosti v okviru programskih pogojev pred vključitvijo v mrežo. Ker so nekatera območja, na katerih delujejo radijske mreže, po večkrat prekrite s signali, ki sicer prihajajo iz oddajnikov formalno različnih programov, a v večjem delu dneva prenašajo program mreže, bi pri preoblikovanju mreže v enoten program prišlo tudi do bistvene racionalizacije rabe radijskih frekvenc.

2 Strateška izhodišča Sveta za radiodifuzijo v zvezi z oblikovanjem pogojev in meril za javne razpise za podelitev preostalih radijskih frekvenc za analogno radiodifuzijo

Na podlagi zgoraj ugotovljenega, Svet meni, da je potrebno za namen spremembe smeri razvoja na radijskem področju¹⁰ omogočiti *tržno uspešno profilacijo radia* in tudi *ustrezno sistemsko podporo*, ki bi omogočala delovanje tako za *javno dobro* (common good) kot tudi v javnem interesu in bi kot takšna v svojem prizadevanju za zadovoljitev specifičnih potreb javnosti načrtno odstopala od čistega tržnega načina delovanja. Iz tega izhaja, da koncept profiliranosti radia zahteva dotično in skrbno načrtano strategijo, ki temelji na poznavanju občinstva (njegovih potreb, pričakovanj, preferenc in segmentaciji), na analizi tržnih območij in njihovega potenciala ter možnosti obstoja raznovrstnih radijskih programov. Šele na podlagi sočasnega in hkratnega delovanja trga ter partnerskega delovanja vseh relevantnih deležnikov v razponu od države do civilne družbe, ki je v skladu s temelji javnega interesa in pozitivne zakonodaje, bo omogočena sprejemljiva profilacija. V tem oziru Svet predlaga, da se smer in vizija razvoja radia v bližnji in daljni prihodnosti, vključno s pripravo in izvedbo javnih razpisov za dodelitev razpoložljivih radijskih frekvenc, izpelje na sedmih temeljih:

- a) *posluževanje in implementacija koncepta t. i. refarming*, ki v svoji osnovi omogoča vnovično porazdelitev radiofrekvenčnih pravic, s pomočjo dovršenega sistema preišljenih in načrtovanih območij od nacionalne, preko regionalne do lokalne ravni;

⁹ Prav tam.

¹⁰ Glej Svet za radiodifuzijo, Ocena stanja radijskih in televizijskih programov, prenovljena programska merila in priporočila za razvoj radiodifuzije na Slovenskem (2008); Jelovac (2009); Svet za radiodifuzijo, Ocena stanja na področju radiodifuzije in predlogi Državnemu zboru Republike Slovenije za izboljšanje stanja (2011).

- b) postopnejše, a vztrajno in sistematično spodbujanje interesa in prebujanje angažmaja pri izdajateljih medijev radijskih programov za namen prehoda iz analognega radia na digitalno obliko radia na Slovenskem. Svet zastopa stališče, da bodo gonilno silo pri nujnosti sprememb na področju digitalizacije radia predstavljali javni servisi, medtem ko bo vloga zakonodajalca in regulatorja bazirala na področju skupnega sooblikovanja evropske politike na dotičnem področju;
- c) krepitev samoregulacije kot notranjega vzgiba in dobrohotnosti posameznikov in *družbene odgovornosti medijskih družb*, se pravi izdajateljev medijev in radijskih ustvarjalcev v medijskem prostoru;
- d) definiranje in implementacija *poslanstva* vseh deležnikov v praksi na področju radiodifuzije na Slovenskem. *Temeljno poslanstvo* radiodifuzije je po mnenju Sveta v pristopu k medijski ustvarjalnosti na način, da bo le-ta imel za posledico kakovostne, *atraktivne in inovativne ter alternativne programe in programsko vsebino*. Prav tako bo potrebno izboljšati kakovost dialoga, trend družbene resnicoljubnosti, nivo osebne in družbene odgovornosti ter delni manko svobodnega izražanja mnenja in stališč ter omogočati njihovo vključenost v družbeni in medijski diskurz. Ravno tako bo v bližnji prihodnosti potrebno v vsakdanjo prakso radijskega delovanja vključevati in nato dosledno uresničevati podjetniško filozofijo, s čimer bo mogoča preciznejša uresničitev zadanih ciljev tudi v slabših ekonomskih in gospodarskih razmerah;
- e) razumevanje nujnosti in uporabnosti sistematično-dolgoročnega ter razvojno usmerjenega teoretično-empiričnega raziskovanja za namen postopnega odpravljanja okostenelih primesi zatohlosti in ideološkosti v slovenski medijski krajini;
- f) formuliranje seznama vrednot, njihova evropeizacija ter dosledno zasledovanje in implementiranje le-teh v vsakodnevni praksi radijskega ustvarjanja. Svet skozi prizmo svojega delovanja zagovarja in širi prepričanje, da je mogoče prednosti in priložnosti, ki so se kot takšne kristalizirale v analizi stanja na področju radia na Slovenskem izkoristiti oz. prepoznati zgolj s pomočjo ustreznih in ponotranjenih *vrednost prevzetih iz evropskega okvirja* med vsemi relevantnimi deležniki. Za vrednote velja, da bistveno sooblikujejo, usmerjajo in določajo položaj, vlogo in način delovanja radia, obenem pa tudi vplivajo na vzorce dobrih praks in odpirajo oz. zapirajo realno mogoče dosežke ter odločilno zarišejo doseg in meje radia v sodobnem svetu. Iz tega sledi prepričanje Sveta, da morajo biti prizadevanja vseh akterjev in deležnikov na radijskem področju dosledno in trajno usmerjena v upoštevanje in gojenje določenih prostovoljno izbranih in vsakokratno dosledno prakticiranih vrednot. Svet stremi k temu, da bi se naši radijski izdajatelji v svojem vsakdanjem delovanju opirali na določen nabor vrednot. Svet zato apelira, da bi se sleherni ustvarjalec na področju radia identificiral zlasti z naslednjimi vrednotami: *svoboda izražanja, resnicoljubnost, odprtost toka informacij, družbena in osebna odgovornost, nedotakljivost človekove osebnosti in dostojanstva, kakovost, uporabnost, izvirnost, pluralizem, pogum, praktičnost in ustvarjalnost*. Ob rob zapisanemu bi veljalo poudariti še, da seznam vrednot kot tak ni

dokončen, ker predstavlja proces v katerem se bodo namreč z razvojem družbe in radia konstituirale in uveljavile tudi nove vrednote; in končno

- g) popularizacija internetnega radia med uporabniki radijskih storitev. Vse bolj se namreč širi krog uporabnikov, ki so dan za dnem bolj vpleteni, aktivno angažirani in medijsko ozaveščeni ter medijsko pismeni glede možnosti in danosti v zvezi z obstoječo ponudbo radijskih programov in programskih vsebin. Velik delež uporabnikov se namreč za namen zadovoljevanja svojih potreb poslužuje alternativnih sodobnih tehnologij, predvsem internetnega radia, poleg omenjenega pa tudi video webcastinga, podcastinga, videoportalov, blogov itn. Zato v tem oziru Svet poudarja, da bo poleg spodbujanja vključitve medijske pismenosti kot predmeta v učne načrte slovenskih šol nujno potrebno predhodno *izdelati primerno politiko vzgoje za medije in spodbujati medijsko pismenost* in posledično vključenost na nacionalni ravni.

3 Operativna načela za oblikovanje pogojev in meril javnih razpisov

Na osnovi predhodno ugotovljenega, Sveta zagovarja stališče, da se preostale radijske frekvence pod ustreznimi pogoji smiselno podelijo preko inštituta javnih razpisov v uporabo zainteresiranim izdajateljem. Z zadevnim stališčem Sveta se je strinjala večina izdajateljev, ki so se udeležili javne diskusije Agencije. Poleg tega prizadevanje za zaščito potencialno ranljivih izdajateljev ne bi smelo vnaprej in vseprek omejevati možnosti poslušalcev za pestro in raznoliko ponudbo radijskih programov na posameznih območjih.

Na podlagi analiz radijskega trga, prispevkov zainteresirane javnosti, lastnih ocen in strokovnih predlogov ter tehtnih priporočil, ocenjujemo, da je pri snovanju javnih razpisov za podelitev preostalih analognih radijskih frekvenc potrebno izhajati iz naslednjih operativno-praktičnih načel (SRDF, AKOS, 2013):

1. Vodilo javnega razpisa naj bo iskanje ravnotežja med potrebami javnosti in med interesi izdajateljev radijskih programov, cilj pa vzpostavljanje odprtega, vsebinsko in lastniško raznolikega in konkurenčnega prostora, ki bo zagotavljal kakovostne informativne vsebine, glasbo in druge vsebine za zabavo ter zahtevnejše radijske žanre.
2. Temelj razpisnih pogojev in meril naj bodo vsebinski pogoji in merila, izhajajoči iz ugotovljenih potreb na posameznem območju ter natančno operacionalizirani v okviru pogojev, ki se prenesejo med nespremenljive programske zaveze v dovoljenjih za izvajanje dejavnosti.
3. Ustrezno mesto med razpisnimi pogoji oziroma merili morajo dobiti kriteriji za oceno ekonomskih zmožnosti ponudnikov, oblikovani tako, da omogočajo presojo zmožnosti ponudnika za produkcijo kakovostnega programa in za dolgoročno preživetje na trgu.
4. Pri oblikovanju razpisnih pogojev je treba ob upoštevanju pomanjkljivosti naše ureditve posebno pozornost nameniti oceni vplivov različnih možnih izbir na možnosti za obstanek drugih programov na razpisnih območjih, zlasti kadar gre za lokalne programe, ki niso deli

programskih mrež za splošno javnost, temveč so v celoti namenjeni predvsem prebivalcem teh območij.

5. Glede na razmere na radijskem trgu in glede na lastnosti razpoložljivih frekvenc, bi morali razpisi omogočati predvsem dodatno oziroma dopolnilno pokrivanje že obstoječim radijskim programom, ki lahko pomembno prispevajo k zadovoljevanju programskih potreb javnosti na posameznih območjih.
6. Frekvence naj bodo med izdajatelje porazdeljene s ciljem oblikovanja primernih razmerij med ožje opredeljenimi programi, zlasti glede na usmerjenost k potrebam posameznega območja (lokalni, regionalni programi) ali specifične javnosti (npr. duhovno obarvani programi; programi za študentsko javnost; programi za poslušalstvo z določenim glasbenim okusom), ter med programi (tudi mrežami), namenjenimi splošnejši javnosti.
7. Frekvence, ki lahko pripomorejo k izboljšanju položaja izdajateljev lokalnih programov (ki niso del programskih mrež, naslavlajočih nacionalno poslušalstvo), naj se razpišejo za lokalne programe za smiselno zaokroževanje/dopolnjevanje njihovega pokrivanja.
8. Frekvence za lokalne radijske programe naj se podelijo programom, ki predvajajo ustrezno količino kakovostnih lokalnih vsebin v večjem delu dnevnega oddajnega časa (torej ne izrinjene v nočni program), pri čemer mora biti preprečena možnost, da bi zanje lahko kandidirali radijski programi lokalnega tipa, v oddajnem času katerih prevladuje program mreže, namenjene splošni oziroma nacionalni javnosti; in obenem poskrbljeno za to, da so lokalne vsebine in druge zahteve v interesu lokalnega poslušalstva operacionalizirane nedvoumno in podrobno ter na način, ki ne dopušča kasnejšega spreminjanja (ob morebitni preprodaji frekvenc ali povezovanju v mreže).
9. Frekvence na območjih, kjer že delujejo lokalni programi, naj se razpišejo za programe, ki ponujajo drugačen, od obstoječe ponudbe na razpisnem območju odstopajoč program, bodisi splošnega ali specializiranega tipa, pri čemer velja v okviru napovedanih sprememb zakonodaje razmisliti o primerni regulaciji lokalnih oken oziroma o možnosti omejevanja pridobivanja oglaševalskih sredstev iz lokalnega okolja za programe, ki delujejo na nacionalnem nivoju, npr. po britanskem zgledu¹¹.
10. Frekvence v urbanih središčih in v krajih s pestro ponudbo programov, v katerih so že na razpolago vse temeljne zvrsti programov, naj se dodelijo ponudnikom alternativnih programov ali splošnejše usmerjenih programov, ki bi jim pridobitev pokrivanja razpisnega območja omogočila primerljivi položaj s sorodnimi tekmeci na nacionalni ravni.

¹¹ glej, Lunt in Livingstone 2012: 169.

4 Pogoji in merila za javne razpise za podelitev preostalih radijskih frekvenc

Pogoje in merila javnega razpisa določi Svet za radiodifuzijo v skladu s 3. odstavkom 38. člena Zakona o elektronskih komunikacijah in v povezavi 104. in 104a. členom zakona, ki ureja medije. Namreč, kadar je predmet javnega razpisa dodelitev radijskih frekvenc za opravljanje analogne radiodifuzije, mora sklep Agencije, s katerim se začne postopek vsebovati tudi pogoje, ki jih mora izpolnjevati ponudnik glede programske vsebine in merila za izbiro najugodnejše ponudbe, ki bodo upoštevana pri ocenjevanju programskih vsebin.

Postopek javnega razpisa vodi in opravi izbiro Agencija na podlagi obrazloženega predloga Sveta za radiodifuzijo in v skladu z zakonom, ki ureja elektronske komunikacije. V postopku izbire med zainteresiranimi ponudniki se mora upoštevati zlasti učinkovitost uporabe frekvenc (2. odstavek 104. člena ZMed), spodbujanje ter varstvo konkurence (5. odstavek 43. člena ZEKom-1) in prednostni pomen programov posebnega pomena (76., 77., 79., 80. in 81. člena ZMed).

Komisija pošlje Svetu za radiodifuzijo popolne ponudbe in poročilo o njihovi oceni v skladu z razpisnimi merili, ki pa ne zajema ocene ponudbe glede programskih vsebin. Svet za radiodifuzijo oceni prispеле ponudbe glede njihovih programskih vsebin v skladu z merili, določenimi v sklepu o uvedbi javnega razpisa in na podlagi skupne ocene vseh razpisnih meril predloži agenciji obrazložen predlog izbire. Obrazložen predlog izbire mora Svet za radiodifuzijo poslati agenciji najpozneje v 60 dneh po prejemu ponudb in poročila agencije (3. odstavek 43. člena ZEKom).

Na tem mestu zaradi pomanjkanja časa ne bomo razvili pogojev in merila za vse tri faze naslednjih javnih razpisov, temveč samo za prvo fazo, in sicer za javne razpise namenjene lokalnim radijskim postajam, ki bodo tako prvi na vrsti. Za ostale dve faze razpisov bo Svet pravočasno sprejel pogoje in merila v bližnji prihodnosti.

4.1 Pogoji, ki jih je treba izpolnjevati za kandidiranje na javnih razpisih za lokalne radijske postaje

Ponudnik na zadevnem javnem razpisu mora izpolnjevati vse naslednje pogoje:

1. Ponudnik je lahko vsaka pravna ali fizična oseba, ki je imetnik veljavnega dovoljenja za izvajanje radijske oziroma televizijske dejavnosti, ki ga je izdala Agencija za komunikacijska omrežja in storitve RS na podlagi 105. člena veljavnega ZMed pred uvedbo zadevnega javnega razpisa.
2. Pogoji, ki jih mora ponudnik izpolnjevati glede programskih vsebin:
 - program mora biti namenjen prebivalcem območja statistične regije, v kateri leži oddajna točka oz. posamezen predmet tega javnega razpisa;
 - program mora vsak dan med 06.00 in 18.00 uro predvajati lokalne vsebine informativne zvrsti o aktualnih dogodkih z območja statistične regije, v kateri leži oddajna točka oz. posamezen predmet tega javnega razpisa.
3. Ponudnik lahko kandidira samo s programom, ki se že oddaja v analogni radiodifuzni tehniki, t. j. s programom, ki ni nov.

4. Ponudnik s ponujenim programom v analogni radiodifuzni tehniki ne sme delno ali v celoti prekrivati razpisanega geografskega območja.
5. Geografsko območje pokrivanja ponudnikovega programa v analogni radiodifuzni tehniki ne sme biti oddaljeno več kot 20 km od razpisanega geografskega območja pokrivanja.
6. Program ponudnika, s katerim kandidira na tem javnem razpisu, ne sme biti programsko povezan v širšo programsko mrežo, ki bi pokrivala več kot 10% prebivalstva RS.
7. Ponudnik lahko na zadevnem javnem razpisu predloži ponudbo le na enega od predmetov javnega razpisa.
8. Ponudnik mora imeti poravnane vse zapadle obveznosti do Agencije.
9. Ponudnik mora predložiti popolno ponudbo.
10. Agencija sme med izbiranjem zahtevati od ponudnikov pojasnila, vendar pri tem ne sme zahtevati, dovoliti ali ponuditi možnosti kakršne koli spremembe vsebine ponudbe.

4.2 Merila, s katerimi se bodo ocenile prispele ponudbe

Določitev meril za ocenjevanje ponudb prispelih na javni razpis je v pristojnosti Sveta za radiodifuzijo.

Pri vsakem merilu bodo vse popolne in pravočasno prispele ponudbe na javni razpis ocenjene s točkami.

Pri vsakem merilu je določeno najmanjše in največje število točk, ki jih lahko pridobi ponudnik pri posameznem merilu. Največje možno število točk je 100.

Razvrstitev ponudnikov se za vsak posamezen predmet javnega razpisa oblikuje na podlagi vsote vseh točk, ki jih bodo prejele posamezne ponudbe pri vseh merilih. Če bosta dve ponudbi dosegli enako vsoto točk, se bo z uporabo dodatnega merila za enake ali podobne programske ponudbe za eno mesto višje uvrstila ponudba tistega izdajatelja programa, ki ima 1) status programa posebnega pomena (iz 77., 79., 80. in 81. člena Zmed) in/ali 2) pokriva manjše razpisano območje (ene ali več lokalnih skupnosti oz. regije) s sedežem na območju, ki mu je program namenjen.

Popolne ponudbe bodo pri vsakem merilu ocenjene z naslednjimi točkami:

1. Obseg lastne produkcije (0-15 točk)

Namen tega merila je ponudnikom dodeliti točke glede na minimalni obseg programskih vsebin lastne produkcije ponujenega programa v tedenskem oddajnem času. Ponudniku, ki ima v svojem programu večji minimalni obseg programskih vsebin lastne produkcije v tedenskem oddajnem času, se dodeli več točk.

Minimalni obseg lastne produkcije v tedenskem oddajnem času (v odstotkih)	Točke
--	-------

do 30%	0
od 30,01% do 35,0 %	2
od 35,01% do 40,0 %	4
od 40,01% do 45,0 %	8
od 45,01% do 50,0%	12
več od 50,01 %	15

Oceno ponudbe pri merilu »obseg lastne produkcije« poda Svet za radiodifuzijo.

2. Politična nevtralnost programa (0-4 točki)

Ocena je vezana na izjavo o politični nevtralnosti programa, ki jo ponudnik priloži kot prilogo ponudbi. Če ponudnik priloži spodnjo izjavo, prejme 4 točki, če ponudnik ne priloži izjave, prejme 0 točk.

Zavezuje se, da bomo v primeru dodelitve pravice, za katero kandidiramo, v svojem programu spoštovali načelo politične nevtralnosti, pri čemer bomo:

- ob sledenju profesionalnim in splošno sprejetim etičnim in estetskim standardom ter vrednotam zagotovili izčrpno, pošteno, resnično in celovito poročanje o dogodkih in dogajanjih;
- ohranjali nepristransko razmerje do vseh oseb in ustanov, tem in dogodkov ter nazorov in političnih opredelitev;
- poskrbeli, da bomo informacije o dogodku ali dogajanju preverili pri različnih virih ter omogočili osebam in organizacijam, na katere se informacije nanašajo, da pojasnijo svoje videnje dogodka oziroma dogajanja;
- poslušalcem in/ali gledalcem z enakomerno in enakovredno predstavitvijo raznolikih mnenj in stališč ponudili dovolj vsestranskih informacij, da si bodo o posameznem dogodku, dogajanju ali temi lahko oblikovali svoje mnenje, pri čemer bomo poskrbeli, da bodo dejstva in okoliščine predstavljene celovito ter da bomo do vseh strani ohranili nepristransko držo;
- poskrbeli, da ne bomo omogočali nesorazmernih možnosti za prisotnost v programskem času, izražanje mnenj ali drugo ravnanje, ki bi ga bilo mogoče razumeti kot podporo kateri od političnih opcij ali skupin pritiska;
- poskrbeli, da v našem poročanju o kontroverznih političnih, gospodarskih in drugih javnih temah, brez opredeljevanja za določeno stran predstavimo vse nasprotujoče si poglede in stališča.

Oceno ponudbe pri merilu »politična nevtralnost programa« poda Svet za radiodifuzijo.

3. Žanrska in tematska raznovrstnost programske ponudbe (0-15 točk)

Namen tega merila je ponudnikom dodeliti točke glede na žanrsko in tematsko raznovrstnost programskih vsebin v predvajanem programu. Ponudniku se dodeli točke glede na to, kako raznovrsten program ponuja, in sicer:

- 0 točk, če v programu tedensko predvaja do vključno 4 različne vrste programskih vsebin, ki so določene v Pravilniku o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Uradni list RS, št. 77/02, v nadaljevanju: Pravilnik),
- 5 točk, če v programu tedensko predvaja 5 različnih vrst programskih vsebin, ki so določene v Pravilniku,

- 10 točk, če v programu tedensko predvaja 6 različnih vrst programskih vsebin, ki so določene v Pravilniku
- 15 točk, če v programu tedensko predvaja 7 različnih vrst programskih vsebin, ki so določene v Pravilniku.

V primeru programsko specifičnega območja Svet podrobneje razdeli merilo »žanrska in tematska raznovrstnost« in določi dodatne programske zahteve, ki se nanašajo na tematsko raznovrstnost. Ponudbe se pri tem merilu ocenjujejo na podlagi podatkov, navedenih v Dovoljenju, ki je priloženo ponudbi.

Oceno ponudb pri merilu »žanrska in tematska raznovrstnost programske ponudbe« poda Svet za radiodifuzijo.

4. Stopnja razvitosti radiodifuzije na razpisanem območju (0-10 točk)

Ponudnik prejme 10 točk, če:

- ima vsaj 5 let izkušenj na področju radiodifuzije,
- v tedenskem oddajnem času predvaja vsaj 5 raznovrstnih programskih vsebin, ki so določene v Pravilniku o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Uradni list RS, št. 77/02), in
- ima v programu, s katerim kandidira, najvišji seštevek minimalnih tedenskih povprečij deležev posameznih zvrsti programskih vsebin lastne produkcije v dnevnem oddajnem času (točka 2.e Dovoljenja) med vsemi ponudniki, katerih ponudbe se ocenjujejo.

Ponudnik, ki ne izpolnjuje vseh treh navedenih pogojev, prejme 0 točk.

Ponudbe se pri tem merilu ocenjujejo na podlagi podatkov, navedenih v Dovoljenju, ki je priloženo ponudbi, in podatkov Agencije.

Oceno ponudb pri merilu »stopnja razvitosti radiodifuzije na razpisanem območju« poda Svet.

5. Dosežena stopnja pokritosti razpisanega območja (0-6 točk)

Ponudniki programov, ki že oddajajo ponujeni program v soseščini razpisanega območja, imajo prednost pred tistimi, ki že oddajajo ponujeni program na oddaljenem območju. Za oddaljeno se šteje takšno območje, ki z razpisanim ne more tvoriti homogenega radijskega omrežja in bi v primeru izdaje takšne odločbe o dodelitvi radijskih frekvenc ustvarili nepovezane otoke istega programa. Za tvorjenje homogenega radijskega omrežja se šteje, če se razpisano območje nahaja manj kot 20 km od obstoječega območja.

Za obstoječe območje pokrivanja se upošteva geografska območja pokrivanja, ki so določena v obstoječih veljavnih odločbah o dodelitvi radijskih frekvenc za posamezen program.

5.1 Ena radijska frekvenca

V primeru, ko predmet javnega razpisa predstavlja radijska frekvenca z ene oddajne točke, se oddaljenost geografskega območja pokrivanja od oddajne točke ugotavlja kot razdalja med obstoječim območjem pokrivanja in območjem, ki ga pokriva razpisana radijska frekvenca. Ponudniku se v tem primeru dodelijo točke po tabeli 1.

Tabela 1:

Stopnja pokritosti posameznega razpisanega območja	Točke
Ne tvori homogeno (oddaljenost od razpisanega območja je enaka 20 km)	0
Tvori homogeno (oddaljenost od razpisanega območja je večja ali enaka 10 km in manjša od 20 km)	3
Tvori homogeno (oddaljenost od razpisanega območja je manjša od 10 km)	6

5.2 Več radijskih frekvenc

V primeru, ko predmet javnega razpisa sestavlja več radijskih frekvenc (vsaka razpisana radijska frekvenca s svoje oddajne točke), se razdalja med obstoječim območjem pokrivanja in območjem, ki ga pokriva razpisana radijska frekvenca, ugotavlja za vsako razpisano radijsko frekvenco posebej.

Ponudniku se v tem primeru dodeli točke za vsako ugotovljeno razdaljo med obstoječim območjem pokrivanja in območjem, ki ga pokriva posamezna razpisana radijska frekvenca, posebej. Ker je največja vsota točk pri tem merilu 6, se ponudniku točke dodelijo po tabeli 2 in seštejejo.

Tabela 2:

Stopnja pokritosti posameznega razpisanega območja	Točke
Ne tvori homogeno (oddaljenost od razpisanega območja je enaka 20 km)	0
Tvori homogeno (oddaljenost od razpisanega območja je večja ali enaka 10 km in manjša od 20 km)	1
Tvori homogeno (oddaljenost od razpisanega območja je manjša od 10 km)	2

Oceno ponudb pri merilu »dosežena stopnja pokritosti razpisanega območja« poda Agencija.

6. Mnenje pristojnega organa lokalne skupnosti o utemeljenosti pokrivanja območja z novim programom (0 točk)

Oceno ponudb pri merilu »mnenje pristojnega organa lokalne skupnosti o utemeljenosti pokrivanja območja z novim programom« poda Agencija.

7. Zagotovilo, da lokalna skupnost podpira lokalni oziroma regionalni radijski program (0-10 točk)

Če ima ponudnik sedež v občini, v katero sega območje pokrivanja posameznega predmeta javnega razpisa, za katerega kandidira, lahko ponudbi pod točko ___ priloži zagotovilo, ki ga pridobi po objavi razpisa, da občina, v kateri ima ponudnik svoj sedež in v katero hkrati sega območje pokrivanja predmeta javnega razpisa, podpira lokalni oziroma regionalni radijski program. Če ponudnik ponudbi priloži zagotovilo, prejme 10 točk, če zagotovila ne priloži, prejme 0 točk.

Oceno ponudb pri merilu »zagotovilo, da lokalna skupnost podpira lokalni oziroma regionalni radijski program«, poda Agencija.

8. Ekonomsko stanje prosilca (0-4 točk)

Pri merilu ekonomsko stanje ponudnika se na podlagi priloženih dokazil, ki so zahtevana v točki 3.5.1.8, ponudniku dodelijo točke glede na višino poslovnih prihodkov iz naslova radijske dejavnosti, po standardni klasifikaciji opredeljene s šifro 60.100, v preteklem poslovnem letu.

Ponudniki, ustanovljeni v letu 2014, prejmejo pri tem merilu 0 točk.

Poslovni prihodki iz naslova radijske dejavnosti v preteklem poslovnem letu	Točke
do 100.000 €	1
od 100.001 € do 150.000 €	2
od 150.001 € do 200.000 €	3
več kot 200.001 €	4

Oceno ponudb pri merilu »ekonomsko stanje prosilca« poda Agencija.

9. Tehnična in kadrovska usposobljenost za oddajanje radijskega programa (0-15 točk)

Pri merilu tehnična in kadrovska usposobljenost se ločeno ocenjujeta tehnična in ločeno kadrovska usposobljenost za oddajanje radijskega programa, ponudnik pa lahko pri tem merilu prejme od 0 do 15 točk.

9.1 Tehnična usposobljenost za oddajanje radijskega programa (0-5 točk)

Pri podmerilu tehnična usposobljenost za oddajanje radijskega programa se ponudniku dodelijo točke glede na nabavno vrednost lastne tehnične opreme, in sicer posebej za produkcijo, postprodukcijo, predvajanje in arhiviranje programa. Vrednost tehnične opreme se ocenjuje na podlagi podatkov, ki jih ponudnik navede v obrazcu, ki se nahaja pod točko _____. Ponudnik navede v obrazcu nabavno vrednost lastne tehnične opreme, ponudnik, ki šele načrtuje poslovanje, pa mora navesti nabavno vrednost tehnične opreme, ki jo tak ponudnik morebiti že ima. Ponudnik lahko pri podmerilu »tehnična usposobljenost za oddajanje radijskega programa« prejme skupaj največ 5 točk.

Vrednost tehnične opreme za produkcijo radijskega programa	Točke
do 10.000 EUR	0
od 10.001 EUR do 30.000 EUR	1
več od 30.001 EUR	2

Vrednost tehnične opreme za postprodukcijo radijskega programa	Točke
do 10.000 EUR	0
od 10.001 EUR do 30.000 EUR	0.5
več od 30.001 EUR	1.5

Vrednost tehnične opreme za predvajanje radijskega programa	Točke
do 10.000 EUR	0
od 10.001 EUR do 30.000 EUR	0.5
več od 30.001 EUR	1

Vrednost tehnične opreme za arhiviranje radijskega programa	Točke
do 2.000 EUR	0
od 2.001 EUR do 5.000 EUR	0.25
več od 5.001 EUR	0.5

Oceno ponudb pri podmerilu »tehnična usposobljenost za oddajanje radijskega programa« poda Agencija.

9.2 Kadrovska usposobljenost za oddajanje radijskega programa (0-10 točk)

Pri podmerilu kadrovska usposobljenost za oddajanje radijskega programa se ponudniku dodelijo točke posebej glede na število zaposlenih ter posebej glede na zaposlitev na delovnih mestih ključnih za opravljanje radijske dejavnosti, skupaj pa lahko ponudnik pri tem podmerilu prejme 10 točk. Kadrovska usposobljenost ponudnika se ocenjuje na podlagi podatkov, ki jih ponudnik navede v obrazcu, ki se nahaja pod točko ___ razpisne dokumentacije.

9.2.1 Število zaposlenih (0-3 točke)

Ponudniku se dodeli od 0 do 3 točke glede na število zaposlenih, ki sodelujejo pri produkciji programa in imajo s ponudnikom vsaj eno leto, šteto pred rokom za oddajo ponudbe, sklenjeno pogodbo o zaposlitvi za določen ali nedoločen čas, v obeh primerih s polnim delovnim časom.

Število zaposlenih pri ponudniku	Točke
0	0
1-5	1
6-10	2
več kot 10	3

9.2.2 Zaposlitev na delovnih mestih, ključnih za opravljanje radijske dejavnosti (0-7 točk)

Ponudniku se dodeli od 0 do 5 točk, če delavci, ki ustrezajo pogojem navedenim pod točko 3.9.2.1 te razpisne dokumentacije pri ponudniku opravljajo delovne naloge spodaj (tabela 1) navedenih ključnih delovnih mest za opravljanje radijske dejavnosti. Ponudbe se pri tem merilu ocenjuje na podlagi podatkov navedenih v obrazcu, priloženem pod točko ____. Za vsako ključno delovno mesto prejme ponudnik 1 točko, če iz podatkov, navedenih v obrazcu, priloženem pod točko ___ ponudbe, izhaja, da vsaj en delavec (ki ustreza pogojem navedenim pod točko 3.9.2.1) opravlja delovne naloge tega ključnega delovnega mesta.

Pri tem se upoštevajo tako nazivi delovnih mest, ki ustrezajo spodaj opredeljenim ključnim delovnim mestom, kakor tudi delovne naloge, opredeljene v pogodbi o zaposlitvi delavcev na drugih delovnih mestih, ki jih je moč šteti v okvir posameznega ključnega delovnega mesta za opravljanje radijske dejavnosti.

Tabela 3: Ključna delovna mesta za izvajanje radijske dejavnosti

Zap. št.	Ključno delovno mesto
1.	Odgovorni urednik

2.	Novinar
3.	Radijski voditelj
4.	Glasbeni opremljevalec ali glasbeni urednik
5.	Tonski tehnik

Kadrovska usposobljenost ponudnika se ocenjuje na podlagi podatkov, ki jih ponudnik navede v obrazcu, ki se nahaja pod točko _____ razpisne dokumentacije.

Obrazec, ki ga izpolni ponudnik: Pregled pogodb o zaposlitvi za določen in nedoločen čas, v obeh primerih s polnim delovnim časom, ki jih ima ponudnik sklenjene s svojimi zaposlenimi, ki sodelujejo pri produkciji programa.

Zap. št.	Datum sklenitve pogodbe	Dosežena formalna izobrazba	Naziv delovnega mesta	Navedba delovnih nalog, opredeljenih v pogodbi o zaposlitvi, ki jih je moč šteti v okvir ključnih delovnih mest	Vrsta pogodbe o zaposlitvi (določen/nedoločen čas)

Oceno ponudb pri podmerilu »kadrovska usposobljenost za oddajanje radijskega programa« poda Svet za radiodifuzijo.

10. Število potencialnih uporabnikov – poslušalcev (0-4 točke)

Ponudniki programov, ki bi z razpisanim območjem pridobili večji odstotek novih uporabnikov (poslušalcev), imajo prednost pred drugimi ponudniki. Merilo je razmerje med potencialnimi novimi uporabniki znotraj razpisanega območja in uporabniki znotraj obstoječega območja pokrivanja.

V primeru, ko predmet javnega razpisa sestavlja več radijskih frekvenc (vsaka razpisana radijska frekvenca s svoje oddajne točke), se kot število potencialnih novih uporabnikov upošteva seštevek vseh prebivalcev območij, ki jih pokrivajo razpisane frekvence.

Za obstoječa območja pokrivanja se upošteva geografska območja pokrivanja, ki so določena v obstoječih veljavnih odločbah o dodelitvi radijskih frekvenc za posamezen program.

Število potencialnih uporabnikov	Točke
Razpisano območje predstavlja manj kot 5 % obstoječih uporabnikov	0
Razpisano območje predstavlja 5 % ali več vendar manj kot 10 % obstoječih uporabnikov	2
Razpisano območje predstavlja 10 % ali več obstoječih uporabnikov	4

Oceno ponudb pri merilu »število potencialnih uporabnikov« poda Agencija.

11. Dosedanje izkušnje ponudnika na področju radiodifuzije (0-6 točk)

Dosedanje izkušnje ponudnika na področju radiodifuzije se ocenjuje glede na število dopoljenih let delovanja ponudnika na področju radiodifuzije. Šteje se, da ponudnik deluje na področju radiodifuzije toliko let, kolikor let je minilo od izdaje prvega akta Agencije ali njenih pravnih prednikov, s katerim je bila ponudniku dovoljena uporaba radijskih frekvenc za radiodifuzijo.

Število let delovanja ponudnika	Točke
manj kot 1 leto	0
1-5	2
6-10	4
11 ali več	6

Oceno ponudb pri merilu »dosedanje izkušnje ponudnika na področju radiodifuzije« poda Agencija.

12. Trajanje (obseg) programa (0-1 točka)

Namen tega merila je ponudnikom dodeliti točke glede na trajanje (obseg) programa v tedenskem oddajnem času. Ponudniki, katerih program traja 168 ur, prejmejo 1 točko, ponudniki, katerih program traja manj kot 168 ur, prejmejo 0 točk.

Trajanje programa	Točke
manj od 168 ur	0
168 ur	1

Ponudbe se pri tem merilu ocenjujejo na podlagi podatkov, navedenih v Dovoljenju, ki je priloženo ponudbi.

Oceno ponudb pri merilu »trajanje (obseg) programa« poda Svet za radiodifuzijo.

13. Prednostno upoštevanje programov posebnega pomena (0-10 točk)

Pri tem merilu ponudnik lahko dobi točke v primeru, da kandidira s programom, ki ima status lokalnega ali regionalnega programa posebnega pomena določenega v 77. in/ali 79. členu ZMed.

Status programa posebnega pomena	Točke
Program brez statusa, študentski in/ali nepridobitni	0
Regionalni program posebnega pomena	5
Lokalni program posebnega pomena	10

Kot dokazilo šteje fotokopija odločbe o dodelitvi statusa lokalnega, regionalnega, študentskega ali nepridobitnega programa posebnega pomena.

Razvrstitev ponudb z uporabo merila »prednostno upoštevanje programov posebnega pomena« na podlagi uradne evidence imetnikov odločb o dodelitvi radijskih frekvenc poda Svet.

14. Dodatno merilo za enake ali podobne programske ponudbe

V primeru, da dva ali več ponudnikov doseže enako vsoto točk in imajo vsi programi, s katerimi ti ponudniki kandidirajo, hkrati tudi status programa posebnega pomena, bo za eno mesto višje uvrščena ponudba tistega izdajatelja programa, ki pokriva manjše razpisano območje (ene ali več lokalnih skupnosti oz. regije) s sedežem na območju, ki mu je program namenjen.

Razvrstitev ponudb z uporabo dodatnega merila za »enake ali podobne programske ponudbe« poda Svet.

Sklep

Na podlagi zgoraj izpostavljenega ocenjujemo, da predlagane strokovne podlage in strateška izhodišča omogočajo skrbno in vestno oblikovanje in pripravo pogojev in meril za vse tri faze bodočih javnih razpisov za analogno radiodifuzijo za lokalne, specializirane in splošno-komercialne radijske postaje na FM-platforni na Slovenskem. Velja poudariti, da zadevni dokument predstavlja univerzalno strateško podlago Svetu za radiodifuzijo za vsakokratno oblikovanje in pripravo pogojev in meril za podelitev radijskih frekvenc za analogno radiodifuzijo. Kot rečeno bo Svet skupaj z Agencijo najprej pristopil k prvi fazi javnih razpisov za podelitev preostalih prostih radijskih frekvenc za lokalne radijske postaje. Za preostali dve fazi javnih razpisov, tj. za specializirane in bolj splošno komercialne radijske programe bo Svet pravočasno pripravil in sprejel zadevne pogoje in merila v bližnji prihodnosti ter jih bo sprejel kot aneks tem dokumentu. Le na podlagi jasno usmerjene vizije in temeljnih sedmih strateških smernic¹² je po mnenju Sveta mogoče v praksi implementirati potenciale in resurse na zadevnem področju, ki so neizbežno in soodvisno vpeti v kulturni, demografski, ekonomski, socialni, menedžerski, politični in poslovno-servisni ter razvojni aspekt silnic družbenega razvoja evropskih razvitejših družb in okolij, ki nas na številnih področjih še vedno krepko presegajo.

S pripravo in potrditvijo pričujočega dokumenta je Svet za radiodifuzijo skrbno in transparentno pristopil k postopku oblikovanja in izvedbe javnih razpisov za namen podelitve preostalih radijskih frekvenc za analogno radiodifuzijo ter s tem tudi zaključku zapolnitve in zaokrožitve radiofrekvenčnega spektra - FM v Republiki Sloveniji. V tem oziru je Svet vestno in odgovorno prispeval svoj delež v tistem delu tega procesa na katerem je po zakonu pristojen.

V duhu zasledovanja izpričanega namena bo nujno potrebno v čim krajšem času zagotoviti izdajateljem in ustvarjalcem radia ter končnim uporabnikom, v tem trenutku sicer še v analogni obliki, v bližnji prihodnosti pa v digitalni obliki radia na Slovenskem, *vsestranski in trajnostni razvoj, utrditi njihove najpomembnejše družbene funkcije v duhu evropeizacije in obenem zadovoljiti čim večji del njihovih deležnikov s kakovostnimi programskimi vsebinami.*

¹² To je koncept refarming, digitalizacija, krepitev samoregulacije, definiranje in implementacija poslanstva medijskih deležnikov, teoretično-empirično raziskovanje slovenske medijske krajine, evropeizacija vrednot v medijskem prostoru in končno popularizacija internetnega radia.

5 Literatura in viri

- Agencija za pošto in elektronske komunikacije – APEK (2008): Predlog Strategije razvoja radijskih in televizijskih programov v Republiki Sloveniji
- Agencija za komunikacijska omrežja in storitve RS (2013): Javni posvet o potrebah, željah in razvojnih načrtih v povezavi s ponudbo radijskih programov v Sloveniji. Ljubljana, maj 2013.
- Agencija za komunikacijska omrežja in storitve – (AKOS, 2014): Analiza radijske ponudbe v Republiki Sloveniji in možnosti za njen razvoj. Potrebe, priložnosti in omejitve na FM-platforni ter strateške usmeritve podeljevanja radijskih frekvenc za analogno zvokovno radiodifuzijo.
- Agencija za komunikacijska omrežja in storitve – AKOS (2014): Register radijskih in televizijskih programov, <http://www.akos-rs.si/ra-in-tv-programi> (dostop 10.6.2014).
- Agencija za komunikacijska omrežja in storitve – AKOS (2014): Register radijskih frekvenc za radiodifuzijo, <http://www.akos-rs.si/frekvence> (dostop 9.6.2014).
- Evropska zveza javnih televizijskih in radijskih postaj – EBU (2013): Recommendation 138, Digital Radio Distribution in Europe, <https://tech.ebu.ch/docs/r/r138.pdf> (dostop 5.11.2013).
- Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana (2011): Analiza podatkov raziskave Mediana RM na območju Slovenije in po regijah za obdobje 2007 do 2011. Ljubljana: Mediana (za APEK).
- Jelovac, Dejan (2009): Prihodnost medijev. V: Jančar, Mateja (ur.). *Izziv 21. stoletja: zbornik prispevkov s simpozija Kultura, družba in tehnologija [27. in 28. marca 2008 v Ljubljani]*. Ljubljana: Inštitut dr. Jožeta Pučnika, str. 111-135.
- Lunt, Peter in Sonia Livingstone (2012): *Media Regulation: Governance and the Interest of Citizens and Consumers*. London: Sage.
- Svet za radiodifuzijo (2008): Ocena stanja radijskih in televizijskih programov, prenovljena programska merila in priporočila za razvoj radiodifuzije na Slovenskem.
- Svet za radiodifuzijo (2011): Ocena stanja na področju radiodifuzije in predlogi Državnemu zboru Republike Slovenije za izboljšanje stanja.
- Svet za radiodifuzijo (2013): Javni posvet v zvezi z obstojem lokalnih medijev in njihovo perspektivo. Ljubljana, 10.6.2013.
- Valicon (2013a): Odnos poslušalcev do programskih vsebin – poročilo terenske raziskave med poslušalci radijskih postaj. Ljubljana: Valicon (za APEK).

- Valicon (2013b): Poslušnost radijskih postaj – poročilo analize podatkov po raziskavi NRB za obdobje od 2006 do 2012. Ljubljana: Valicon (za APEK).