



Zakon o medijih

Zakon o medijih

Povzetek členov, ki se nanašajo na oglaševanje

Prvopoglavje
SKUPNE DOLOČBE

8. oddelek **OGLAŠEVALSKE VSEBINE**

Oglasi

46. člen

(1) Oglaševalske vsebine po tem zakonu so oglasi in druge vrste plačanih obvestil (v nadaljevanjem besedilu: oglasi), katerih objavo naroči pravna ali fizična oseba z namenom, da bi s tem pospeševala pravni promet proizvodov, storitev, nepremičnin, pravic ali obveznosti, pridobivala poslovne partnerje, ali si v javnosti ustvarjala ugled in dobro ime. Oglasi se objavljajo za plačilo ali drugo podobno nadomestilo ali z namenom samooglaševanja.

(2) Za oglase po tem zakonu ne štejejo naslednje programske vsebine:

- obveščanje izdajatelja v zvezi s programskimi vsebinami njegovega medija (npr. napovedi lastnih izdaj oziroma oddaj);
- stranski programski izdelki, ki neposredno izhajajo iz programskih vsebin tega medija;
- neodplačne objave v zvezi z izvajanjem javnih služb, kulturnih prireditev in dobredelnih akcij ter akcij, ki so splošnega pomena za varnost prebivalcev Republike Slovenije;
- neodplačno predstavljanje umetniških del;
- neodplačno navajanje producentov, organizatorjev ali sponzorjev oziroma donatorjev umetniških del ter kulturno-umetniških prireditev in dobredelnih akcij, v okviru medijske predstavitve teh del, prireditev oziroma akcij.

(3) Oglaševalske vsebine se morajo povsem jasno prepoznati in se posebej ločiti od drugih programskih vsebin medija.

(4) Neodplačno objavljeni oglasi morajo biti posebej označeni kot taki.

47. člen

(1) Prepovedano je prikrito oglaševanje, ki naj bi prepričalo bralca, poslušalca oziroma gledalca, da v primeru objave posameznega oglasa ne gre za oglaševalske vsebine. Za prikrito oglaševanje odgovarjata naročnik objave in odgovorni urednik. V primeru prikritega oglaševanja velja domneva, da je bilo storjeno z namenom.

(2) Pri oglaševanju je prepovedano uporabljati tehnične postopke, ki bralcem, poslušalcem oziroma gledalcem ne omogočajo zavestnega zaznavanja oglaševanih vsebin.

(3) Z oglaševanjem se ne sme:

- prizadeti spoštovanja človekovega dostojanstva;
- vzpodbujati rasne, spolne ali narodnostne diskriminacije in verske ali politične nestrpnosti;
- vzpodbujati dejanj, ki škodujejo zdravju in varnosti ljudi ali zaščitijo okolja ali kulturne dediščine;
- žaliti verskih ali političnih prepričanj;
- škoditi interesom uporabnikov.

(4) Oglaševanje alkoholnih pijač prek medijev in na nosilcih iz tretjega odstavka 2. člena tega zakona je prepovedano, razen če je z zakonom določeno drugače.

48. člen

Oglaševanje tobaknih izdelkov, zdravil in medicinskih pripomočkov ter zdravstvenih storitev urejajo posebni zakoni.

49. člen

(1) Oglasi, katerih pretežno ciljno občinstvo so otroci, ali v katerih nastopajo otroci, ne smejo vsebovati prizorov nasilja, pornografije in drugih vsebin, ki bi lahko škodovale njihovem zdravju ter duševnemu in telesnemu razvoju, ali kako drugače negativno vplivale na dovzetnost otrok.

(2) Oglaševanje ne sme moralno ali psihično prizadeti otrok. Zato se z oglasi ne sme:

- vzpodbujati otrok k nakupu proizvodov ali storitev z izkoriščanjem njihove neizkušenosti in lahkovernosti;
- vzpodbujati otrok, da bi prepričevali starše ali koga drugega v nakup proizvodov ali storitev;
- izkoriščati posebnega zaupanja otrok v starše, učitelje ali druge osebe;
- neupravičeno prikazovati otrok v nevarnih situacijah.

50. člen

(1) Za resničnost in točnost navedb oziroma podatkov v oglasu je odgovoren njegov naročnik, za skladnost oglasa s tem zakonom in s programsko zasnovo medija pa izdajatelj.

(2) Naročnik oglasa ne sme vplivati na programsko zasnovo in uredniško neodvisnost medija.

51. člen

(1) Oglasi se obvezno razširjajo v slovenščini oziroma v slovenskem prevodu, razen če se razširjajo v tujem jeziku v skladu s tem zakonom.

(2) Mediji italijanske oziroma madžarske narodne skupnosti lahko objavljajo oglase v jeziku narodne skupnosti.

Sponzoriranje

52. člen

(1) Sponzoriranje po tem zakonu je katerakoli oblika prispevanja k financiranju programskih vsebin s strani fizične ali pravne osebe, ki to stori z namenom promocije svojega imena ali firme, blagovne znamke, oziroma svoje podobe v javnosti.

(2) Sponzor televizijskih programov ne sme izvajati dejavnosti razširjanja programskih vsebin ali produkcije avdiovizualnih del.

53. člen

(1) Sponzor ne sme vplivati na sponzorirane vsebine in na njihovo razporejanje v programski shemi ter s tem omejevati uredniške neodvisnosti medija.

(2) Sponzorirane vsebine ne smejo vzpodbujati prodaje oziroma nakupa ali dajanja v najem izdelkov ali storitev sponzorja ali tretje osebe, še posebej ne s posebnim predstavljanjem teh izdelkov ali storitev.

54. člen

Sponzoriranje s strani tobačne industrije in veletrgovine ter izdelovalcev in veletrgovcev z zdravili in medicinskimi pripomočki oziroma izvajalcev zdravstvenih storitev se uredi s posebnim zakonom.

55. člen

(1) Poročila in aktualno-informativne programske vsebine ne smejo biti sponzorirane. Druge informativne programske vsebine v medijih se lahko sponzorirajo le v primerih, določenih z zakonom, ki ureja volilno kampanjo.

(2) Vsaka sponzorirana programska enota (npr. članek, oddaja in podobno) mora biti jasno označena kot takšna, z navedbo sponzorjevega imena ali njegovega znaka.

(3) Sponzorjevo ime ali njegov znak mora biti v televizijskih programih naveden na začetku in na koncu sponzorirane oddaje.

Nezdružljivost opravljanja oglaševalske ter radijske in televizijske dejavnosti

60. člen

Oglaševalska organizacija, katere dejavnost je zbiranje, oblikovanje in posredovanje oglasov, ter fizična ali pravna oseba, ali skupina povezanih oseb, ki ima v kapitalu oziroma premoženju te organizacije več kot deset (10) odstotni lastniški delež ali več kot deset (10) odstotkov upravljalških oziroma glasovalnih pravic, ne more biti izdajatelj ali ustanovitelj izdajatelja radijskega oziroma televizijskega programa, niti imeti več kot dvajset (20) odstotni delež v kapitalu ali dvajset (20) odstotni delež upravljalških oziroma glasovalnih pravic v premoženju izdajatelja radijskega ali televizijskega programa.

Drugo poglavje

POSEBNE DOLOČBE O RADIJSKIH IN TELEVIZIJSKIH PROGRAMIH

5. oddelek

PROGRAMSKE ZAHTEVE IN OMEJITVE

3. pododdelek

RADIJSKO IN TELEVIZIJSKO OGLAŠEVANJE

Omejitve oglaševanja

93. člen

- (1) Oglasi na televizijskih programih morajo biti načeloma objavljeni v posebnih programskih sklopih oziroma blokih, tako da so optično in zvočno jasno ločeni od drugih programskih vsebin.
- (2) Oglasi se prek televizijskega programa ne smejo predvajati:
 - med trajanjem posameznih programskih enot oziroma oddaj, razen če so predvajani na takšen način, da ne trpi vsebinska celovitost oddaje, pri čemer se upoštevajo njena narava in dolžina ter v ta namen predvideni premori v njenem poteku;
 - na način, s katerim bi bile kršene pravice imetnikov avtorske in sorodnih pravic.
- (3) Pri oddajanju programske enote oziroma oddaje, ki je sestavljena iz medsebojno ločenih samostojnih delov (npr. športni dogodki), lahko televizijski program predvaja oglase le med koncem prejšnjega samostojnega dela in začetkom naslednjega oziroma med prekinitvami in odmori.
- (4) Oglaševanje ni dovoljeno med televizijskim ali radijskim predvajanjem državne proslave in verskega obreda.
- (5) Oddajanje avdiovizualnih del, kot so celovečerni filmi ter televizijski filmi in kulturno - umetniška avdiovizualna dela (razen serijskih filmov, nadaljevank, nanizank in razvedrilnih oddaj), ki trajajo več kot 45 minut, se lahko prekine z oglasi le enkrat v okviru 45 minut. Dodatna prekinitvev je dovoljena le v primeru, če je posamezno delo iz tega člena najmanj 20 minut daljše od dveh ali več 45 minutnih intervalov.
- (6) Televizijske oddaje, ki niso zajete v tretjem, četrtem ali petem odstavku tega člena, se lahko prekinejo z oglaševanjem tako, da med dvema premoroma za oglaševanje preteče najmanj 20 minut.
- (7) Radijske in televizijske informativne in dokumentarne oddaje, oddaje z versko vsebino in otroške oddaje, ki so krajše od 30 minut, se ne smejo prekinjati z oglasi. Če so daljše od 30 minut, veljajo za te oddaje določbe o časovnih intervalih prekinitvev iz prejšnjega odstavka.

(8) Določbe petega odstavka tega člena ne veljajo za programe Radiotelevizije Slovenija ter za lokalne, regionalne, študentske in nepridobitne televizijske programe.

Omejitve oglaševanja za posebne radijske in televizijske programe

94. člen

(1) Radiotelevizija Slovenija ne sme prekinjati radijskih in televizijskih programskih enot, kot so na primer radijske igre in druge oblike režiranih radijskih oddaj, radiofonski eseji, celovečerni filmi ter televizijski filmi (razen serijskih filmov, nanizank in razvedrilnih oddaj), in oddaj, ki imajo kulturni, umetniški, znanstveni ali izobraževalni značaj, s predvajanjem oglaševalskih vsebin, in sicer ne glede na dolžino trajanja posamezne programske enote iz tega člena.

(2) Na tretjem programu Radia Slovenija ne smejo biti predvajane oglaševalske vsebine.

(3) Za lokalne, regionalne, študentske in nepridobitne televizijske in radijske programe se smiselno uporabljajo določbe prvega odstavka tega člena.

Druge oglaševalske vsebine

95. člen

(1) TV - prodaja po tem zakonu so oglaševalske vsebine, ki v zameno za plačilo ponujajo javnosti možnost neposrednega nakupa ali najema posameznih proizvodov, nepremičnin, opravljanje storitev, oziroma prenos pravic ali obveznosti.

(2) TV - prodaja mora spoštovati merila iz 49. člena tega zakona in ob tem ne sme ponujati mladoletnikom možnosti sklepanja pogodb za nakup ali najem blaga ali storitev.

(3) Določbe 47., 48., 50., 51. in 93. člena tega zakona veljajo tudi za TV - prodajo.

(4) Določbe tega zakona, ki urejajo TV - prodajo, se smiselno uporabljajo tudi za radijsko prodajo, za prodajna TV okna in za informativno propagandne oddaje, razen če je z zakonom določeno drugače.

(5) Prodajno TV okno je širši programski sklop TV - prodaje, ki brez prekinitve traja najmanj petnajst (15) minut, in ga oddaja izdajatelj na televizijskem programu, ki ni v celoti specializiran za TV - prodajo.

(6) Informativno oglaševanje je odplačno predvajanje radijskih programskih vsebin, ki prek obveščanja oziroma seznanjanja javnosti o splošno zanimivih temah posredno oglašujejo določeno podjetje, storitve ali izdelke. Za informativno oglaševanje v radijskih programih veljajo le določbe o omejitvah oglaševanja v dnevnem oddajnem času, ne pa tudi omejitve oglaševanja na uro.

(7) Informativno oglaševanje mora biti kot takšno posebej označeno z akustičnimi znaki.

(8) Izdajatelji radijskih in televizijskih programov ne smejo, kot pogodbeni partnerji naročnika oglaševalskih vsebin iz tega člena, delovati tudi kot njegovi zastopniki pri naročanju blaga in storitev.

Specializirani televizijski programi

96. člen

(1) Glede televizijskih programov, specializiranih za TV - prodajo ali za samooglaševanje, se smiselno uporabljajo določbe 1., 2., 3., 7., 8., 9. in 10. oddelka prvega poglavja tega zakona, določbe prvega in tretjega pododdelka 5. oddelka in določbe 7. in 8. oddelka drugega poglavja, ter določbe tretjega in petega poglavja tega zakona.

(2) V televizijskih programih, specializiranih za TV prodajo, skupni obseg oglasov in drugih oblik oglaševanja (z izjemo prodajnih TV - oken) ne sme presegati dvajset (20) odstotkov dnevnega oddajnega časa. Skupni obseg oglasov, v katerega niso vključena TV - prodaja in druga plačana obvestila, ne sme preseči petnajst (15) odstotkov dnevnega oddajnega časa.

(3) V televizijskih programih, specializiranih za samooglaševanje, skupni obseg TV - prodaje, oglasov in drugih oblik oglaševanja (z izjemo prodajnih TV - oken) ne sme presegati dvajset (20) odstotkov dnevnega oddajnega časa. Skupni obseg oglasov, v katerega niso vključena TV - prodaja in druga

plačana obvestila, ne sme preseči petnajst (15) odstotkov dnevnega oddajnega časa. V okviru cele ure lahko ti programi predvajajo največ dvajset (20) odstotkov oglasov in TV - prodaje.

Omejitve obsega oglaševanja

97. člen

- (1) Skupni obseg oglasov, TV - prodaje oziroma radijske prodaje in drugih plačanih obvestil v radijskem ali televizijskem programu ne sme presegati dvajset (20) odstotkov dnevnega oddajnega časa in ne dvajset (20) odstotkov v celi uri, razen kadar ta zakon določa drugače.
- (2) Skupni obseg oglasov, v katerem niso vključena TV prodaja in druga plačana obvestila, v televizijskem programu ne sme presegati petnajst (15) odstotkov dnevnega oddajnega časa, razen kadar ta zakon določa drugače.
- (3) Dnevni oddajni čas iz prejšnjih odstavkov ne vključuje prodajnih TV oken.
- (4) Največje dovoljeno število prodajnih TV oken na dan je osem (8). Njihovo skupno trajanje ne sme presegati treh (3) ur na dan. Biti morajo jasno označena kot prodajna TV okna, z optičnimi in akustičnimi znaki.
- (5) Omejitve iz tega člena se ne nanašajo na vsebine, določene v drugem odstavku 46. člena tega zakona.
- (6) Določbe tega člena, razen določb prejšnjega odstavka, ne veljajo za programe Radiotelevizije Slovenije ter za lokalne, regionalne, študentske in nepridobitne radijske in televizijske programe.

Omejitve obsega oglaševanja za posebne radijske in televizijske programe

98. člen

- (1) Skupni obseg oglasov in drugih plačanih obvestil, objavljenih prek programov Radiotelevizije Slovenija, ne sme presegati petnajst (15) odstotkov dnevnega oddajnega časa.
- (2) Skupni obseg oglasov, objavljenih v programih Radiotelevizije Slovenija, ne sme presegati deset (10) odstotkov dnevnega oddajnega časa.
- (3) Delež oglasov in drugih plačanih obvestil v programih Radiotelevizije Slovenija v okviru cele ure ne sme preseči dvanajst (12) minut, v času med 18. in 23. uro pa v okviru cele ure ne sme preseči devet (9) minut.
- (4) Radijska in TV - prodaja v programih Radiotelevizije Slovenija je prepovedana v času od 18. do 23. ure. Ne glede na določbo šestega odstavka prejšnjega člena za prodajna TV okna v programih Radiotelevizije Slovenija veljajo določila četrtega odstavka prejšnjega člena.
- (5) Obseg oglasov in drugih plačanih obvestil v lokalnih, regionalnih, študentskih in nepridobitnih radijskih in televizijskih programih ne sme presegati petnajst (15) odstotkov dnevnega oddajnega časa in ne dvanajst (12) minut na uro.
- (6) Radijska in TV - prodaja v radijskih in televizijskih programih iz prejšnjega odstavka ni dovoljena.
- (7) Plačana video obvestila v lokalnih, regionalnih, študentskih in nepridobitnih televizijskih programih ter v televizijskih programih, ki pokrivajo največ petdeset (50) odstotkov prebivalstva Republike Slovenije, in ki so vidni ali slišni izključno znotraj njenih meja, se ne všttevajo v delež oglasov po tem zakonu, če njihovo skupno trajanje dnevno ne presega dnevnega trajanja drugih oddaj, v katerega se ne všttevajo oglasi.

Posebna omejitev za novinarje in voditelje poročil

99. člen

- (1) Novinarji in voditelji televizijskih poročil ne smejo nastopati v oglaševanju.

(2) Prepoved iz prejšnjega odstavka velja tudi za novinarje in voditelje poročil radijskih programov RTV Slovenija.

Peto poglavje KAZENSKÉ DOLOČBE

129. člen

- (1) Z denarno kaznijo najmanj 2.500.000 tolarjev se kaznuje za prekršek izdajatelj - pravna oseba:
- če se prek njegovega medija z oglasi prizadene spoštovanje človekovega dostojanstva; vzpodbuja rasne, spolne ali narodnostne diskriminacije in verske ali politične nestrpnosti; vzpodbuja dejanja, ki škodujejo zdravju in varnosti ljudi ali zaščití okolja ali kulturne dediščine; žali verska ali politična prepričanja; škodi interesom uporabnikov (tretji odstavek 47. člena);
 - če razširja oglase, katerih pretežno ciljno občinstvo so otroci, ali v katerih nastopajo otroci, in le ti vsebujejo prizore nasilja, pornografije ali drugih vsebin, ki bi lahko škodovale njihovemu zdravju ter duševnemu in telesnemu razvoju, ali kako drugače negativno vplivale na dovzetnost otrok (prvi odstavek 49. člena);
 - če razširja oglase, s katerimi se neposredno vzpodbuja otroke k nakupu proizvodov ali storitev z izkoriščanjem njihove neizkušenosti in lahkovernosti, ali s katerimi se neposredno vzpodbuja otroke, da bi prepričevali starše ali koga drugega v nakup proizvodov ali storitev, ali s katerimi se neposredno vzpodbuja izkoriščanje posebnega zaupanja otrok v starše, učitelje ali druge osebe, ali s katerimi se neupravičeno prikazujejo otroci v nevarnih situacijah (drugi odstavek 49. člena);
 - če prek televizijskega programa predvaja prizore neupravičenega oziroma pretiranega nasilja, pornografije ali drugih oddaj, ki bi lahko resno škodovale duševnemu, moralnemu ali telesnemu razvoju otrok in mladoletnikov (prvi odstavek 84. člena), ali če programskih vsebin iz tretjega odstavka 84. člena v nasprotju s tem zakonom jasno in razumljivo ne označi z vizualnim simbolom, ali če pred začetkom njihovega predvajanja ne objavi akustičnega in vizualnega opozorila, da niso primerne za otroke in mladoletnike do 15. leta starosti (četrti odstavek 84. člena).
- (2) Enako se kaznuje Radiotelevizija Slovenija, če predvaja oglaševalske vsebine na način, ki je v nasprotju s prvim odstavkom 94. člena tega zakona ali če oglaševalske vsebine predvaja na tretjem programu Radia Slovenija (drugi odstavek 94. člena).
- (3) Z denarno kaznijo najmanj 350.000 tolarjev se kaznuje odgovorna oseba izdajatelja - pravne osebe, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena in odgovorna oseba Radiotelevizije Slovenija, če stori prekršek iz prejšnjega odstavka.
- (4) Z denarno kaznijo najmanj 100.000 tolarjev se kaznuje izdajatelj - fizična oseba, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena.

130. člen

- (1) Z denarno kaznijo najmanj 2.500.000 tolarjev se kaznuje za prekršek pravna oseba:
- če oglaševalske vsebine v njegovem programu niso povsem jasno prepoznavne in posebej ločene od drugih programskih vsebin medija (tretji odstavek 46. člena), ali če neodplačno objavljeni oglasi niso posebej označeni kot taki (četrti odstavek 46. člena);
 - če prikrito oglašuje (prvi odstavek 47. člena), ali če uporablja tehnične postopke, ki bralcem, poslušalcem oziroma gledalcem ne omogočajo zavestnega zaznavanja oglaševanih vsebin (drugi odstavek 47. člena);
 - če oglašuje alkoholne pijače prek medijev ali na nosilcih iz tretjega odstavka 2. člena tega zakona, razen če zakon določa drugače (četrti odstavek 47. člena);
 - če kot naročnik oglasa vpliva na programsko zasnovo in uredniško neodvisnost medija (drugi odstavek 50. člena);
 - če prek radijskega ali televizijskega programa predvaja oglase na način, ki je v nasprotju z določbo 93. člena tega zakona;

- če pri razširjanju oglaševalskih vsebin prek računalniških povezav, katerega namen je neposredno sklepanje pogodbenih razmerij z uporabniki teh povezav, jasno ne označi vsake pobude za sklenitev pogodbe, ali če potencialnega pogodbenega partnerja nedvoumno ne opozori na finančne posledice, ki zanj izhajajo iz morebitne sklenitve pogodbe (117. člen);
 - če kot sponzor televizijskih programov izvaja dejavnost razširjanja programskih vsebin ali produkcije avdiovizualnih del (drugi odstavek 52. člena);
 - če kot sponzor vpliva na sponzorirane vsebine in na njihovo razporejanje v programski shemi ter s tem omejuje uredniško neodvisnost medija (prvi odstavek 53. člena);
 - če razširja sponzorirane vsebine, ki vzpodbujajo prodajo oziroma nakup ali dajanje v najem izdelkov ali storitev sponzorja ali tretje osebe, še posebej s posebnim predstavljanjem teh izdelkov ali storitev (drugi odstavek 53. člena);
 - če v nasprotju z zakonom sponzorira poročila in druge informativne programske vsebine (prvi odstavek 55. člena);
 - če jasno ne označi vsake sponzorirane programske enote z navedbo sponzorjevega imena ali njegovega znaka (drugi odstavek 55. člena).
- (2) Z denarno kaznijo najmanj 350.000 tolarjev se kaznuje odgovorna oseba izdajatelja, ki stori prekršek iz prejšnjega odstavka.
- (3) Z denarno kaznijo najmanj 100.000 tolarjev se kaznuje izdajatelj - fizična oseba, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena.

131. člen

- (1) Z denarno kaznijo najmanj 2,500.000 tolarjev se kaznuje za prekršek izdajatelj - pravna oseba:
- če skupni obseg oglasov, TV prodaje oziroma radijske prodaje in drugih plačanih obvestil v radijskem ali televizijskem programu v nasprotju s tem zakonom presega dvajset (20) odstotkov dnevnega oddajnega časa ali dvajset (20) odstotkov v celi uri (prvi odstavek 97. člena), ali če skupni obseg oglasov, v katerem niso vključene TV prodaja in druga plačana obvestila v nasprotju s tem zakonom v televizijskem programu presega petnajst (15) odstotkov dnevnega oddajnega časa (drugi odstavek 97. člena);
 - če skupno trajanje prodajnih TV oken v dnevnem oddajnem času njegovega programa presega tri (3) ure na dan, ali če je število prodajnih TV oken na dan večje od osem (8), ali če niso jasno označena z optičnimi in akustičnimi znaki (četrti odstavek 97. člena).
- (2) Enako se kaznuje Radiotelevizija Slovenija, če na svojem programu predvaja oglase in druga plačana obvestila v skupnem obsegu, ki presega petnajst (15) odstotkov dnevnega oddajnega časa, ali če na svojem programu predvaja oglase v skupnem obsegu, ki presega deset (10) odstotkov dnevnega oddajnega časa, ali če delež oglasov in drugih plačanih obvestil na njenem programu v okviru cele ure preseže dvanajst (12) minut, v času med 18. in 23. uro pa devet (9) minut na uro, ali če v svojih programih predvaja radijsko ali TV - prodajo v času od 18. do 23. ure (prvi, drugi, tretji in četrti odstavek 98. člena).
- (3) Enako se kaznuje izdajatelj lokalnega, regionalnega, študentskega ali nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa, če obseg oglasov in drugih plačanih obvestil na njegovem programu presega petnajst (15) odstotkov dnevnega oddajnega časa ali dvanajst (12) minut na uro, ali če na svojem programu predvaja radijsko ali TV prodajo (peti in šesti odstavek 98. člena).
- (4) Z denarno kaznijo najmanj 350.000 tolarjev se kaznuje odgovorna oseba pravne osebe, ki stori prekršek iz prvega odstavka tega člena.
- (5) Z denarno kaznijo najmanj 350.000 tolarjev se kaznuje odgovorna oseba javnega zavoda Radiotelevizije Slovenija, ki stori prekršek iz drugega odstavka tega člena.
- (6) Z denarno kaznijo najmanj 350.000 tolarjev se kaznuje odgovorna oseba lokalnega, regionalnega, študentskega ali nepridobitnega radijskega ali televizijskega programa, ki stori prekršek iz tretjega odstavka tega člena.
- (7) Z denarno kaznijo najmanj 100.000 tolarjev se kaznuje fizična oseba, ki stori prekršek iz tega člena.

138. člen

Z denarno kaznijo najmanj 90.000 tolarjev se kaznuje za prekršek novinar ali voditelj poročil iz 99. člena tega zakona, ki sodeluje pri oglaševanju (prvi odstavek 99. člena).

Zakon o medijih (Zmed) se nahaja na spletni strani: <http://objave.uradni-list.si/bazeul/URED/2001/035/B/522043156.htm>