

Kancelária Rady pre vysielanie a retransmisiu

Pracovný materiál Kancelárie Rady na rokovanie Rady pre vysielanie a retransmisiu

dňa 06.07.2010

Bod programu: **Rôzne**

Vec: **Správa zo zahraničnej služobnej cesty**

Predkladá: **PLO**
Vypracoval: **Juraj Polák**
Dátum: **30.06.2010**

Dňa 12-14. mája sa v Barcelone konalo 31. stretnutie členov Európskej platformy regulačných orgánov (EPRA). Agenda tohto stretnutia bola ako obyčajne rozdelená do dvoch rokovacích dní.

Na stretnutí sa za Radu pre vysielanie a retransmisiu zúčastnili:

Pavol Dinka – člen Rady

Juraj Polák – zamestnanec PLO

1. Agenda prvé dňa začala plenárnym zasadnutím, ktorého téma bola *Implementácia smernice o audiovizuálnych témach: umiestňovanie produktov.*

- **V úvode plenárneho zasadnutia boli prezentované základné informácie o procese prijatia právnej úpravy umiestňovania produktov a jej charaktere.**

Pred smernicou o audiovizuálnych mediálnych službách (ďalej len „smernica“) neexistovala právna úprava umiestňovania produktov na Európskej úrovni. Táto skutočnosť však nič nemenila na fakte, že umiestňovanie produktov v Európskom audiovizuálnom priestore exitovalo, či už v „prevzatej“ forme v rámci audiovizuálnych diel najmä americkej produkcie alebo v rôznych formách a rozsahu aj v dielach Európskej produkcie. Absencia jednotných Európskych pravidiel viedla k rôznym prístupom členských krajín k tejto otázke od definovania umiestňovania produktov v národných legislatívach a ustanovení pravidiel (Rakúsko) pre diela vyrobené v danom štáte, cez posudzovanie umiestňovania produktov v rámci skrytej reklamy (do istej miery aj na Slovensku) až po úplnú ignoráciu umiestňovania produktov. Vo všetkých krajinách teda aj v tých, ktoré zaviedli pravidlá pre túto oblasť existoval rôzny prístup k umiestňovaniu produktov v rámci „domácich“ programov a programov vyrobených v zahraničí. Tento stav viedol k neprehľadným a nejednotným pravidlám pre umiestňovanie produktov v rámci Európskej Únie.

Vzhľadom na vyššie uvedený stav bolo jedným z cieľov smernice stanoviť jednotné pravidlá pre umiestňovanie produktov v rámci Európskeho priestoru, ktoré sa budú v podstate v zhodnej miere uplatňovať na umiestňovanie produktov tak v programoch vyrobených v rámci členskej krajiny ako ja v programoch vyrobených mimo Európskej Únie. Smernica teda ustanovila jasnú pozitívnu definíciu umiestňovania produktov záväznú pre všetky členské štáty. Stanovila tiež základné minimálne pravidlá pre umiestňovanie produktov. Primárne je treba uviesť, že smernica v zásade zakazuje umiestňovanie produktov ako také, pričom ustanovuje výnimky, na základe ktorých je možné umiestňovanie produktov povoliť. V rámci výnimiek je stanovené v akých programových žánroch je umiestňovanie (odplatné) produktov možné, pričom umiestňovanie produktov v týchto programoch musí tiež spĺňať stanovené kritériá dané smernicou (označovanie programu atď.) Smernica tiež stanovila „osobitný druh“ umiestňovania produktov tzv. bezodplatné umiestňovanie produktov, ktoré je povolené aj v niektorých programových žánroch (napr. spravodajstvo) kde je „odplatné“ umiestňovanie produktov zakázané. Smernica tiež ustanovila programový žáner, kde je umiestňovanie produktov a priori zakázané (detské programy) ako aj špecifické produkty, v spojitosti s ktorými je umiestňovanie produktov zakázané (tabakové výrobky). Do konania konferencie bolo 11 krajín, ktoré mali účinné pravidlá pre umiestňovanie produktov. Väčšina z týchto krajín povolila bezodplatné umiestňovanie produktov alebo pár z týchto krajín legislatívne ustanovilo hranicu pre tovary a produkty „významnej hodnoty“ („significant value), ktorá je kľúčová pre túto kategóriu umiestňovania produktov. V súčasnosti zostáva Dánsko ako jediná krajina, ktorá doposiaľ avizuje zámer zakázať odplatné umiestňovanie produktov pre „domáce“ programy.

- **po úvodnom zhrnutí nasledovala krátka prezentácia regulačného orgánu holandsky hovoriacej časti Belgicka**

V holandsky hovoriacej časti Belgicka (ďalej len „Flámsko“) platili pravidlá pre umiestňovanie produktov od septembra 2009. Flámsky regulátor vydal v oblasti umiestňovania produktov od tej doby 3 rozhodnutia.

Po nadobudnutí účinnosti pravidiel pre umiestňovanie produktov sa Flámsky vysielatelia dohodli na spoločnom postupovaní pri označovaní programov, ktoré obsahujú umiestňovanie produktov. Tento spoločný postup bol prvotne dohodnutý bez konzultácií s Flámskym regulátorom. Vysielatelia si zvolili jedno spoločné logo pozostávajúce z dvoch veľkých písmen p (PP – product placement). Flámsky regulátor z vlastnej iniciatívy monitoroval vysielanie za účelom dodržiavania pravidiel pre umiestňovanie produktov. Výsledok tohto monitoringu zástupca Flámskeho regulátora prezentoval na plenárnom zasadnutí prostredníctvom video záznamu, ktorý ukazoval, akým spôsobom označovali Flámsky vysielatelia programy s umiestňovaním produktov. Z predmetnej videonahrávky bolo zrejmé, že logo, na ktorom sa vysielatelia dohodli bolo príliš malé, v určitých prípadoch extrémne slabo viditeľné (logo malo bielu farbu, pričom bolo vysielané na bielom podklade) a dĺžka zobrazenia loga bola výrazne krátka.

Po týchto zisteniach Flámsky regulátor vydal súbor pravidiel týkajúcich sa označovania programov obsahujúcich umiestňovanie produktov. Veľkosť loga nesmie byť menšia ako veľkosť klasického loga identifikujúceho programovú službu, musí mať bielu farbu, pričom nesmie byť odvysielané na tmavom podklade, dĺžka zobrazenia tohto loga musí byť aspoň 5 sekúnd. Vysielatelia sa prispôbili týmto podmienkam, zväčšili dané logo a umiestnili ho na čierny podklad. Flámsky regulátor tiež rozhodol, že logo má zostať neutrálne a nemá obsahovať zoznam produktov alebo značiek použitých v rámci umiestňovania produktov. Flámsky regulátor tiež vydal odporúčanie, aby vysielatelia vysvetľovali divákovi význam tohto loga na svojej internetovej stránke príp. kampaňou v printových médiách. V diskusii o označovaní umiestňovania produktov padla otázka pre flámskeho regulátora, či by povolili vysielanie loga počas programu. Flámsky regulátor odpovedal jednoznačne nie. K jednotnému logu, ktoré v súčasnosti používajú Flámsky vysielatelia zástupca Flámskeho regulátora uviedol, že predmetné logo nie je zaťažené autorskými právami a že je v zásade k dispozícii aj pre vysielateľov z iných krajín, pričom tiež uviedol, že niekoľko zahraničných vysielateľov už prejavilo záujem používať toto logo.

V následnej diskusii odznelo niekoľko vyjadrení jednotlivých zástupcov, ktorí mali obdobné skúsenosti s označovaním umiestňovania produktov resp. vydali k tejto téme odporúčania. Zástupca francúzsky hovoriacej časti Belgicka uviedol, že ich regulačný orgán vydal pre vysielateľov odporúčanie ako postupovať pri označovaní umiestňovania produktov. Samotné označovanie odporúčajú rozdeliť do dvoch fáz. V prvej tzv. „zoznamovacej“ fáze majú vysielatelia označovať programy obsahujúce umiestňovanie produktov oznamom cez celú obrazovku v znení „*Nasledujúce vysielanie obsahuje komerčné umiestňovanie produktov, značiek alebo služieb.*“ spolu s logom PP v trvaní aspoň 10 sekúnd. Logo PP sa tiež samozrejme objaví na konci programu a po prerušení programu mediálnou komerčnou komunikáciou. Táto „zoznamovacia“ fáza začne pre každého vysielateľa dňom, kedy odvysielá prvý program obsahujúci umiestňovanie produktov a bude trvať 3 mesiace. Po uplynutí tejto fázy bude vysielateľ naďalej označovať programy už iba samotným logom. Regulačný orgán francúzsky hovoriacej časti Belgicka odporúča vysielateľom používať logo vytvorené Flámskymi vysielateľmi. Samotné odporúčanie je záväzné iba pre verejnoprávneho vysielateľa, ale regulačný orgán rokoval o tomto odporúčaní aj s komerčnými vysielateľmi a zatiaľ to vyzerá, že aj komerční vysielatelia sú ochotní riadiť sa týmto odporúčaním.

Podobný proces pri označovaní programov obsahujúcich umiestňovanie produktov predvída aj francúzsky regulačný orgán, ktorý vo svojich pravidlách taktiež stanovil „prvotnú“ fázu, počas ktorej bude označovanie logom doplnené aj o oznam „tento program obsahuje umiestňovanie produktov“.

Pri otázke označovania programov obsahujúcich umiestňovanie produktov odznelo v diskusii viacero názorov k možnosti resp. povinnosti vysielateľov v rámci označovania programov sprostredkovať divákov zoznam produktov, značiek alebo služieb, ktoré boli do programu v rámci umiestňovania produktov zaradené. Argumenty pre a proti sa v zásade zúžili do roviny, či takáto možnosť (zoznam produktov) prispieje k väčšej informovanosti diváka a teda k jednoduchšej identifikácii konkrétneho produktu alebo či takáto možnosť skôr prinesie zadávateľovi umiestňovania produktov reklamnú protihodnotu, ktorá ide nad rámec zamýšľaného účelu označovania umiestňovania produktov. Nejednoznačnosť postojov jednotlivých členských štátov sa prejavila aj na konkrétnych príkladoch z jednotlivých členských krajín. Najprísnejší postoj k tejto otázke prejavil francúzsky regulačný orgán, ktorý vo svojich (pozn. pravdepodobne záväzných) odporúčaní explicitne zakázal zoznam produktov pri označovaní ako aj pri záverečných titulkoch programu. Regulátor francúzsky hovoriacej

časti Belgicka vo svojich odporúčaniach povolil textovú formu poďakovania/uviedenia jednotlivých produktov resp. spoločností, ktoré boli použité v rámci umiestňovania produktov v tomto programe, pričom však tiež uviedol, že takéto uvedenie produktov musí mať striktnie informatívnu formu, čo znamená názov produktu resp. spoločnosti ale nie logá. Zástupca tohto regulátora tiež uviedol, že k tomuto kroku dospeli v zásade z toho dôvodu, že nenašli legislatívnu možnosť, ako zakázať takúto informatívnu zmienku v titulkoch. Uvedené sa však vzťahuje iba na záverečné titulky programu a teda nie na samotné označovanie umiestňovanie produktov logom, oznamom na začiatku, na konci a po prerušení programu. Najliberálnejší postoj k tejto otázke zaujalo zatiaľ Nemecko, ktoré povolilo zmienku o zadávateľovi umiestňovania produktov priamo počas označovania programov (povolené je tiež uvedenie v teletexte a na internetovej stránke) a je tiež povolené používať logá resp. registrované obchodné značky. Celkovo z diskusie skôr vyplynulo, že zmienka o konkrétnych produktoch resp. ich výrobcach pri označovaní programov obsahujúcich umiestňovanie produktov by zvýšilo reklamný tlak na diváka spôsobom, ktorý nie je adekvátny k benefitom, ktoré takéto označovanie divákovi môže priniesť (lepšia informovanosť).

Flámsky regulátor na záver prezentácie ukázal zástupcom jednotlivých regulačných orgánov videonahrávku s programom flámskeho regulátora, za odvysielanie ktorého udelil flámsky regulátor pokutu pre nedodržanie podmienky zabezpečiť, aby v programe obsahujúcom umiestňovanie produktov nebola tomuto produktu pripisovaná neprimeraná dôležitosť. Hoci vysielateľ (v tomto prípade verejnoprávny) uviedol pred správnym orgánom, že za odvysielanie resp. zaradenie produktu do tohto programu neprijali odplatu, flámsky regulátor vo svojom rozhodnutí uviedol, že vysielateľ získal za tento program obdobnú protihodnotu ušetrením nákladov na výrobu, v tomto prípade to bola možnosť natáčať v priestoroch výrobcu produktu (program sa odohrával v továrni na výrobu daného produktu), pričom v predmetnom programe vystupovali výlučne osoby spojené s výrobcou (zástupca výrobcu, reklamná „tvár“ produktu známa tenistka). Z následnej diskusie vyplynulo, že existujú značne odlišné pohľady na hranicu medzi „legálnym“ umiestňovaním produktov a skrytou mediálnou komerčnou komunikáciou (predtým skrytá reklama) a najmä na hranicu medzi „nelegálnym“ umiestňovaním produktov a skrytou mediálnou komerčnou komunikáciou. Prítomný zástupca Európskej Komisie vyjadril názor, že predmetný program nebol „nelegálnym“ umiestňovaním produktov, ale bol skrytou komerčnou komunikáciou resp. dokonca skôr neoddelenu reklamou, nakoľko obsah tohto programu bol tvorený takmer výlučne reklamnými informáciami. Z ďalšej diskusie vyplynulo, že viaceré zástupcov z ostatných regulačných orgánov by pravdepodobne považovala daný program skôr za skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu ako „nelegálne“ umiestňovanie produktov. V diskusii tiež niekoľkokrát odznel názor, že samotné označenie programu logom PP neznamena, že daný program obsahuje umiestňovanie produktov ale je treba skúmať obsah programu z hľadiska definícií transponovaných zo smernice. V diskusii však tiež bolo poukázané na skutočnosť, že v prípade použitia loga umiestňovania produktov sa s najväčšou pravdepodobnosťou výrazne zníži možnosť uvedenia recipienta do omylu o podstate týchto informácií. V diskusii tiež odznel názor, že vo svojej podstate nemusí nevyhnutne záležať na tom, či regulátor uloží vysielateľovi sankciu za porušenie pravidiel pre umiestňovanie produktov alebo za skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu nakoľko účel je splnený v oboch prípadoch.

Jednou z ďalších spoločných otázok viacerých členských krajín z oblasti umiestňovania produktov bola kombinácia umiestňovania produktov a sponzoringu v jednom programe, pričom oba inštitúty by sa týkali rovnakého produktu. Samotná smernica v žiadnom zo svojich ustanovení takúto možnosť nezakazuje, avšak je zrejme, že takáto kombinácia môže priniesť v aplikačnej praxi viaceré problémov najmä pri posudzovaní jednotlivých pravidiel pre sponzorované programy a programy obsahujúce umiestňovanie produktov (napr. zákaz priamej podpory produktov sponzora v sponz. programe, nepripisovať neprimeranú dôležitosť produktu, ktorého sa umiestňovanie produktov týka). Zástupcovia niektorých krajín v diskusii prejavili svoj názor na túto tému. Konkrétne zástupca regulátora francúzsky hovoriacej časti Belgicka poukázal na fakt, že v už spomínaných odporúčaniach k umiestňovaniu produktov nebola táto kombinácia zakázaná. Zástupcovia regulátora Anglicka uviedli, že v Anglicku bude pravdepodobne táto možnosť povolená (transpozícia tejto časti smernice nie je ešte ukončená). Anglickí zástupcovia tiež uviedli, že pri diskusiách s vysielateľmi im boli sprostredkované veľké obavy vysielateľov z takéhoto príp. zákazu. Vysielatelia tvrdia, že zástupcovia reklamného priemyslu sa vyjadrili veľmi jasne k tejto otázke keď uviedli, že v prípade, ak sponzori nebudú môcť „ukázať“ svoje produkty v rámci umiestňovania produktov v tom istom programe, prestanú takéto programy sponzorovať. Z tohto dôvodu má anglický regulátor obavy, že takýto zákaz

by „zabil“ sponzorovanie v Anglicku. Naopak zástupcovia regulátorov Francúzska a Holandska uviedli, že takýto zákaz bude platný v ich krajinách.

Ďalšou témou v rámci umiestňovania produktov bolo stanovenie hranice pre produkty významnej hodnoty. Ako už bolo uvedené táto hranica je rozhodujúca pre určenie, či sa v danom prípade jedná o odplatné alebo bezodplatné umiestňovanie produktov. Táto otázka môže mať rozhodujúci význam vo väčšine členských krajín, ktoré prevzali ustanovenia smernice bez výraznejších zmien, nakoľko odplatné umiestňovanie produktov je povolené iba v niektorých programových typoch, pričom bezodplatné umiestňovanie produktov je povolené v zásade vo všetkých programových typoch (napr. aj v spravodajstve alebo dokumentárnych filmoch) okrem detských programov. Jednoznačne vyriešenú otázku stanovenia hranice pre „významnú“ hodnotu má iba pár krajín. V Bulharsku je táto hodnota stanovená ako 5 násobok priemernej ceny za reklamu podľa taríf vysielateľa. V Nemecku bola hranica stanovená na 1% produkčných/výrobných nákladov daného programu, pričom však táto suma nemôže byť menšia ako 1000 €. K minimálnej hodnote 1000 € dospel regulačný orgán na základe diskusie s verejnoprávnyim vysielateľom. Vo Švajčiarsku definovalo za „významnú“ hodnotu sumu 5000 švajčiarskych frankov. V Portugalsku hoci zatiaľ nejde o konečný návrh uvažujú o hranici. Íri sa obávajú, že cit. *„ak bude stanovená hranica príliš nízka bude zrazu všetko umiestňovaním produktov“*. Z tohto dôvodu predbežne uvažujú o hranici 5000 €. Obe Belgické regulačné authority sa v otázke stanovenia hranice „významnej“ hodnoty rozhodli pre značne „pragmatický“ prístup, kde umiestňovanie každého produktu bez ohľadu na jeho cenu (hoci aj zanedbateľnú) je považované za „klasické“ odplatné umiestňovanie produktov. Opačný postup zvolil regulátor vo Francúzsku, ktorý hoci pôvodne uvažoval o hranici 500 € pre „významnú hodnotu“ sa nakoniec po diskusiách s vysielateľmi rozhodol nepovoliť bezodplatné umiestňovanie produktov ako také. Z uvedeného vyplýva, že bezodplatné umiestňovanie produktov bude posudzované podľa pravidiel pre sponzoring resp. pre skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu. Zástupca Európskej Komisie prítomný na zasadnutí vyjadril znepokojenie nad takýmto modelom a je pravdepodobné, že medzi Francúzskom a Európskou Komisiou prebehne diskusia o tom, či je takéto riešenie v súlade s ustanoveniami smernice.

Okrem vyššie uvedených otázok odznelo v rámci diskusie niekoľko ďalších zaujímavých podnetov k skúsenostiam alebo predpokladaným problémom s umiestňovaním produktov. Napr. v Nemecku a Írsku zatiaľ plánujú povoliť iba bezodplatné umiestňovanie produktov, pričom majú zákonom stanovenú povinnosť po roku vyhodnotiť toto rozhodnutie a pristúpiť príp. k jeho zmene. Z tohto dôvodu majú tiež napr. v legislatíve povinnosť pre vysielateľov viesť zoznam programov s umiestňovaním produktov a na požiadanie ho poskytnúť regulačnému orgánu. V Nemecku tiež pristúpili k definovaniu tzv. „tématického“ umiestňovania produktov. „Tématické“ umiestňovanie produktov sa týka určitej skupiny produktov, o ktorých zmienky sú do programov zaradované za odplatu alebo obdobnú protihodnotu. Uvedené platí aj bez toho, aby sa jednalo o konkrétny produkt (napr. bio potraviny). Zaujímavým faktom je určite aj skutočnosť, že hoci sa väčšina krajín rozhodla využiť možnosť ponechať výnimku pri označovaní umiestňovania produktov pre „prebraté“ programy napr. v Nemecku je možnosť neoznačovania „prebratých“ programov podmienená skutočnosťou, že vysielateľ aj po vynaložení „primeranej snahy“ nezistil, že „prebratý“ program neobsahuje umiestňovanie produktov. Za príklad „primeranej snahy“ bolo uvedené napr. požiadavka na predajcu programu, aby vydal vyhlásenie o tom, či predmetný program obsahuje umiestňovanie produktov. V diskusii boli tiež nastolené otázky definovania niektorých programových žánrov ako napr. dokumentárny film a zábavný program. Bolo poukázané na skutočnosť, že v súčasnosti existuje mnoho známych formátov, ktoré využívajú prvky oboch programových žánrov a teda sa jedná o tzv. „zábavný dokumentárny film“, pričom presné definovanie takéhoto filmu môže byť rozhodujúce pre skonštatovanie, či je v takomto programe povolené iba bezodplatné alebo aj odplatné umiestňovanie produktov (podľa pravidiel stanovených smernicou je odplatné umiestňovanie produktov povolené iba v zábavných programoch, pričom bezodplatné umiestňovanie produktov je povolené napr. aj v dokumentárnych programoch – pozn. to isté platí aj pre úpravu v Slovenskej republike).

Mnohé témy z oblasti umiestňovania produktov neboli z dôvodu nedostatku času dostatočne prediskutované. Vzhľadom na zaujímavosť a aktuálnosť danej témy sa po skončení zasadnutia EPRA vytvorila pracovná skupina, ktorá má ambíciu prostredníctvom e-mailu diskutovať o ďalších zaujímavých aspektoch umiestňovania produktov. Zástupca Kancelárie Rady je tiež prihlásený v tejto skupine a o všetkých relevantných záverov, ktoré vziđu z tejto iniciatívy budeme Radu priebežne informovať.

2. Témou pracovnej skupiny č. 3 bola „ochrana maloletých pri službách na požiadanie“.

- na úvod vystúpila zástupkyňa Francúzska s prezentáciou.

Na úvod svojej prezentácie Francúzska zástupkyňa v krátkosti zhrnula situáciu pri lineárnych službách (televízne vysielanie) vo Francúzsku v spojitosti s ochranou maloletých. Obsahy, ktoré môžu vážne narušiť vývin maloletých (pozn. § 20 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z.) nesmú byť odvysielané v televíznom vysielaní za žiadnych okolností, pričom sa jedná najmä o detskú pornografiu alebo o obsahy, ktoré zasahujú do ľudskej dôstojnosti. Francúzsky parlament pri transpozícii smernice rozhodol, že hoci smernica umožňuje poskytovanie programov, ktoré môžu vážne narušiť vývin maloletých pri službách na požiadanie, zákon ustanovuje zákaz takýchto programov aj pre služby na požiadanie (pozn. – vo výsledku ide o rovnakú situáciu ako na Slovensku, detská pornografia ako aj obsahy v rozpore s ľudskou dôstojnosťou nemôžu byť súčasťou ani služieb na požiadanie, pričom napr. „klasická“ pornografia áno) Programy, ktoré by mohli narušiť vývin maloletých (pozn. § 20 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z.z.) môžu byť odvysielané za určitých okolností. Obsahy, ktoré môžu byť odvysielané v televíznom vysielaní sa delia na päť kategórií, pričom kategórie 2-5 sú vysielané s príslušným grafickým symbolom:

1. vhodné pre všetky vekové skupiny maloletých
2. nevhodné pre maloletých do 10 rokov
3. nevhodné pre maloletých do 12 rokov (po 22:00 hod. s možnými výnimkami)
4. nevhodné pre maloletých do 16 rokov (po 22:30 hod.)
5. nevhodné pre maloletých do 18 rokov/ porno alebo extrémne násilie (po 24:00 hod. a podmienený prístup/kódovanie)

Tieto pravidlá pre televízne vysielanie vydal francúzsky regulačný orgán v rámci svojej podlegislatívnej právomoci (pozn. záväznej). Pre zavedenie pravidiel pre služby na požiadanie vo vzťahu k ochrane maloletých bola zriadená expertná skupina, ktorá predloží návrh francúzskemu regulačnému orgánu, ktorý rozhodne o konečnej podobe týchto pravidiel. Expertná skupina rokovala o všetkých otázkach aj so zástupcami audiovizuálneho priemyslu. Zástupkyňa Francúzska vo svojej prezentácii spomenula niektoré významné body, diskusiu o týchto bodoch ako aj konečné stanovisko expertnej skupiny k daným bodom.

Jedným z prvých významných bodov, ktoré preskúmavala expertná skupina bolo používanie grafických symbolov aj v prípade služieb na požiadanie. Väčšina zástupcov priemyslu súhlasí s tým, aby boli používané rovnaké symboly, avšak s miernymi úpravami ako napr. nezobrazovať symboly počas celého programu, ale iba v katalógu programov. Konečný návrh expertnej skupiny ustanovuje preto povinnosť pre služby na požiadanie rovnaké grafické symboly, pričom ponecháva na zváženie fr. Rady, či sa budú musieť zobrazit' pár sekúnd pred programom (avšak cez celú obrazovku) alebo či budú musieť byť zobrazené počas celého programu.

V otázke časových opôn bol výsledok diskusie prevažne negatívny. Iba niekoľkí zástupcovia priemyslu boli ochotní zvážiť časovú oponu pre kategóriu 5, pričom jeden vysielateľ to už vo svojej službe na požiadanie pre túto kategóriu aj zaviedol. Konečný návrh expertnej skupiny preto navrhuje časovú oponu pre kategóriu 4, ale iba v prípade bezplatných služieb a časovú oponu pre kategóriu 5., ktorá aj pri službách na požiadanie musí mať zabezpečený podmienený prístup (užívateľ si musí túto časť služby „objednať“ avšak nie vo forme platby ale vo forme registrácie). V prípade odplatných („pay per view“) služieb na požiadanie nie sú navrhované žiadne časové opony.

V prípade prístupu ku kategórii 5 expertná skupina navrhuje, aby boli tieto programy dostupné iba vo vyhradených sekciách týchto služieb. Expertná skupina tiež navrhuje propagáciu „rodičovského“ softwaru.

Z následnej diskusie vyplynulo, že najväčšie rozdiely medzi jednotlivými krajinami sú v definovaní programov, ktoré môžu vážne narušiť vývin maloletých a ktoré by mohli narušiť vývin maloletých. Niektoré krajiny považujú „klasickú“ pornografiu za obsah, ktorý môže byť odvysielaný po časovej opone (určenej daným štátom), pričom iné krajiny považujú takéto obsahy za obsahy, ktoré nemôžu

byť odvysielané v nekódovanom televíznom vysielaní v akomkoľvek čase (napr. aj Slovensko). Úplné prevzatie povinností zo smernice môže preto viesť v prípade niektorých krajín k paradoxným situáciám. Smernica totiž umožňuje pre služby na požiadanie poskytovať aj obsahy, ktoré môžu vážne narušiť vývin maloletých. V prípade, ak by niektorá krajina považovala „klasickú“ pornografiu za obsah, ktorý by „iba“ mohol narušiť vývin maloletých (teda obsah menej závažný) prevzatím ustanovení smernice by de lege povolil závažnejší obsah ako napr. detskú pornografiu alebo pornografiu s patologickými praktikami pre služby na požiadanie hoci by takéto obsahy boli v rozpore napr. s trestným zákonom danej krajiny. Ako vyplynulo z diskusie jednotlivé krajiny riešia danú situáciu rôznymi spôsobmi napr. prísnejšími pravidlami pre služby na požiadanie (prípád Francúzsko) alebo prehodnotením definícií daných obsahov.

3. Druhý, posledný deň zasadnutia boli témou plenárneho zasadnutia sťažností a sankcie

- na úvod plenárneho zasadnutia vystúpil s krátkou informáciou zástupca Portugalského regulačného orgánu

Na úvod zástupca portugalského regulačného orgánu poukázal na približný počet sťažností, ktoré tento regulačný orgán vybavuje. S priemerným počtom za rok 2009 66 sťažností sa Portugalsko zaradilo medzi krajiny s najvyšším počtom sťažností (pozn. cca 25 sťažností za mesiac na Slovensku). Portugalský zástupca hneď na úvod uviedol, že vyšší počet sťažností súvisí aj so špecifickými právomocami portugalského regulačného orgánu v oblasti práva na odpoveď ako aj niektorými právami novinárov (cca 1/3 všetkých sťažností tvoria sťažnosti tohto typu). Vzhľadom na vysoký počet sťažností sa regulačný orgán snaží zaviesť „filtrované“ pravidlá, ktoré by zabezpečili zníženie počtu sťažností, pričom by sa však toto zníženie týkalo „zjavne“ neopodstatnených sťažností resp. až absurdných sťažností. Jedným z týchto opatrení bolo zavedenie pravidla, že Portugalský regulačný orgán nevybavuje anonymné sťažnosti. Ďalšou iniciatívou regulátora je snaha apelovať na sťažovateľov, aby sa prednostne obracali na vysielaťel'ov a až potom na regulátora. Portugalský zástupca poukázal tiež na fakt, že v Portugalsku funguje v prípade práva na odpoveď tzv. duálny systém, kde sa občania môžu obrátiť aj na regulátora alebo priamo na súd. Hoci v minulosti zvykli občania využívať obidve inštitúcie rovnocenne, v súčasnosti skôr využívajú regulačný orgán a súd prichádza do úvahy ako posledná možnosť. Zástupca regulátora tiež poukázal na špecifický typ sťažností v Portugalsku, ktorými sú sťažnosti novinárov na porušovanie ich práv najmä zo strany štátnych úradov. Portugalský zástupca uviedol, že sa jedná najmä o prípady, keď štátny orgán bezdôvodne zakáže novinárom prístup na rôzne akcie (tlačovky, konferencie atď) alebo napr. odmietne poskytovať informácie iba určitej skupine novinárov. Portugalský zástupca poukázal na komplikovanosť takýchto sťažností ako aj na problémy s politikmi pri riešení týchto sťažností.

- plenárne zasadnutie pokračovalo krátkou informáciou zástupcu Anglicka

Anglický zástupca poukázal na enormný počet sťažností, ktoré anglický regulátor ročne vybavuje. Anglicko je s 1500 sťažnosťami mesačne krajina s najvyšším počtom sťažností. Anglický zástupca teda logicky poukázal na snahy regulátora znížiť tento počet sťažností. Jednou z foriem, ktoré sa snaží anglický regulátor využívať v čo najširšom meradle je vplývanie na sťažovateľov, aby sa najprv obracali na vysielaťel'a až potom na regulátora. Anglický regulátor dokonca skúmal legislatívne možnosti zaviesť túto podmienku ako povinnosť pre sťažovateľ'a, avšak jeho právne oddelenie dospelo k názoru, že zavedenie tejto povinnosti nie je možné. Ako vyplýva z počtu sťažností snaha regulátora má iba limitovaný účinok. Jedným z dôvodov pre takýto vysoký počet sťažností je aj skutočnosť, že Britská tlač sa „rada obúva“ do elektronických médií v Anglicku a táto skutočnosť je ešte zvýraznená aj majetkovým prepojením niektorých printových a elektronických médií. Anglický zástupca poukázal na známy prípad BBC show Russela Branda (moderátor sa spolu s hosťom programu vysmievali vysoko váženému a obľúbenému hercovi v Anglicku, pričom jeden z nich poukazoval na fakt, že mal sexuálny styk s jeho vnučkou). V tomto prípade anglický regulátor dostal do 24 hodín od odvysielania predmetného programu štyri sťažnosti na tento program. Po zverejnení celej kauzy v printových médiách sa počet sťažností do ďalších 48 hodín vyšplhal na niečo cez 1000 sťažností. Anglický zástupca poukázal tiež na aktuálny prípad, kde moderátor programu vynadal komunálnemu politikovi (ktorý otvoril diskusiu či majú byť znevýhodňovaní záujemcovia o adopciu z dôvodu, že sú fajčiari), že je nacist a ukončil debatu so slovami, „aby zavrel hubu“. Anglický zástupca tiež poukázal na špecifikum anglického regulátora, ktorý má dva druhy sťažností. Prvú tzv. bežnú sťažnosť môže podať

ktokoľvek, pričom pri tejto sťažnosti je účasť sťažovateľa, čo znamená aj možnosť predkladať dokumenty alebo tvrdenia o faktoch, značne limitovaná a regulátor skúma iba veci, ktoré sú zjavné z odvysielaného programu. V prípade tzv. kvalifikovanej sťažnosti, ktorú môže podať iba dotknutá strana (priamo osoba alebo jeho príbuzný príp. obchodný partner, ktorý môže byť tiež dotknutý) je dokazovací proces výrazne podrobnejší a regulátor sa musí vysporiadať so všetkými tvrdeniami, ktoré sťažovateľ predloží. V prípade tohto postupu môže dôjsť aj k tzv. simulovanému „súdnomu procesu“ medzi sťažovateľom a vysielateľom, kde regulátor v konečnom dôsledku rozhodne, kto má pravdu.

Na plenárnom zasadnutí tiež vystúpil zástupca Slovinského regulátora, ktorý informoval účastníkov o stave v Slovinsku. V Slovinsku bola ešte v čase konania zasadnutia situácia taká, že slovinský regulačný orgán nemohol ukladať pokuty. Existuje inšpektorát, ktorý môže udeľovať pokuty za niektoré porušenia v oblasti audiovizie, ale ten je súčasťou Ministerstva. Slovinský regulačný orgán má právomoc dočasne zastaviť vysielanie, dočasne odňať licenciu alebo trvalo odňať licenciu. Uvedené však spôsobuje výrazné problémy, nakoľko keby doslovne dodržiavali zákon nemal by kto vysielateľ. Z tohto dôvodu sa v súčasnosti chystajú zmeny, kde budú mať väčšie právomoci a právomoc udeľovať pokuty.

V následnej diskusii bolo poukázané, na niektoré zaujímavé špecifiká jednotlivých krajín v prípade sťažností napr. v Holandsku prijímajú sťažnosti iba od zainteresovaných strán. Na Malte je povinnosťou pre sťažovateľa poslať spolu so sťažnosťou regulačnému orgánu aj kópiu predmetnému vysielateľovi. Vysielateľ má po doručení tri dni na reakciu a až v prípade, že sťažovateľ nie je spokojný s vybavením svojej sťažnosti vysielateľom tak začne konať regulačný orgán. Z pohľadu obsahu sťažností vo všeobecnosti prevládol názor, že väčšina sťažností zo všetkých krajín sa týka reklamy a ochrany maloletých aj keď samozrejme tieto údaje sa môžu výrazne líšiť pri jednotlivých krajinách. K otázke snahy o znižovanie počtu sťažností sa načrtla aj otázka sprísnenia formálnych podmienok pre podanie sťažnosti napr. iba písomne (nie cez email), pričom však táto otázka nebola jednoznačne zodpovedaná vzhľadom na komplexnosť tejto otázky (počet sťažností sa zníži, pričom odpadnú sťažnosti, pri ktorých to sťažovatelia „nemysleli až tak vážne“ na druhú stranu sa zníži dostupnosť regulačného orgánu pre občanov čo v konečnom dôsledku môže viesť k výraznému zníženiu opodstatnenosti existencie regulačného orgánu ako takého).