

Správa zo zahraničnej cesty

Dňa 16 decembra sa v Bruseli konalo 29. stretnutie Kontaktného výboru pre smernicu „Televízia bez hraníc“. Agenda tohto zasadnutia bola rozdelená do viacerých bodov.

1. Schválenie programu

Program bol schválený.

2. Transpozícia Smernice AVMS – Stav procesu

Na úvod stretnutia prítomní zástupcovia jednotlivých krajín predniesli krátke zhrnutie procesu transpozície smernice o audiovizuálnych mediálnych službách (ďalej len „AVMS smernica“) v ich krajine. Za Slovenskú republiku predniesla správu o stave transpozície AVMS smernice v Slovenskej republike PhDr. Nataša Slavíková, generálna riaditeľka sekcia médií, audiovizie a autorského práva MK SR. V uvedenej správe PhDr. Nataša Slavíková, generálna riaditeľka sekcia médií, audiovizie a autorského práva MK SR. informovala Zástupcov Európskej Komisie (ďalej len „Komisia“) o založení pracovnej skupiny v septembri 2008, pod vedením MK SR, ktorá je zložená z odborníkov Rady pre vysielanie a retransmisiu, Asociácie rozhlasových a televíznych vysielateľov, Slovenskej televízie, Asociácie lokálnych televízií, zástupcov Fóra kreatívneho priemyslu, Ministerstva dopravy, pôšt a telekomunikácií. Celkom sa uskutočnili štyri pracovné skupiny, ktorých cieľom bolo porovnávať a analyzovať znenie AVMS smernice s korelačnými tabuľkami vypracovanými EK. V súčasnosti sú spracované stanoviská k 50 – tím článkom. Nasledujúce stretnutie bude zamerané na samoreguláciu a koreguláciu. Návrh novely zákona by mal byť ukončený v marci 2009 a v mesiacoch apríl, máj bude predložený na verejnú diskusiu. Vládi SR by mal byť preložený v júni 2009. Implementácia Smernice by mala byť schválená do 1. decembra 2009. PhDr. Nataša Slavíková, generálna riaditeľka sekcia médií, audiovizie a autorského práva MK SR informovala zástupcov Komisie o fakte, že Slovenská republika by chcela konzultovať návrh so zástupcami EK.

Správy ostatných krajín poukázali na príbuznosť procesu transpozície v jednotlivých krajinách, keďže väčšina krajín informovala o existencii rôznych skupín expertov, ktoré pripravujú konečný legislatívny návrh pre zákonodárne orgány jednotlivých krajín. Postup pred kreovaním vyššie uvedených skupín bol však v jednotlivých krajinách rôzny. Ako vyplynulo zo správ jednotlivých krajín, v niektorých krajinách sa verejné diskusie resp. diskusie so zástupcami priemyslu konali pred kreovaním expertných skupín, v iných krajinách prebiehali verejné diskusie počas existencie expertných skupín a v niektorých krajinách budú prebiehať verejné diskusie až po skončení prác expertných skupín. Zo správ tiež vyplynul rozdielny časový harmonogram transpozície AVMS smernice jednotlivých krajín, pričom však iba Rumunsko už ukončilo svoj transpozičný proces.

3. Transpozícia Smernice AVMS – krátke spravodajstvo

K problematike krátkeho spravodajstva predniesol správu zástupca Fínska. Vo svojej správe informoval zástupcov Komisie ako aj prítomných delegátov o postupe Fínska pri transpozícii článkov AVMS smernice, týkajúcich sa problematiky krátkeho spravodajstva. Zástupca Fínska uviedol, že sa rozhodli transponovať článok 3k AVMS smernice výlučne novelou Autorského zákonníka. V súčasnosti je vysielanie podujatí, na ktoré má výhradné

práva jeden subjekt, chránené ustanoveniami autorského zákonníka. Novelou sa doplní výnimka pre krátke spravodajstvo. Vysielatelia (aj poskytovatelia služieb na požiadanie) budú môcť za určených podmienok vyrobiť záznam z podujatia so zvýšením záujmom verejnosti, na ktorého vysielanie má výhradné práva iný vysielateľ, na účely krátkeho spravodajstva. Zástupca Fínska zdôraznil, že základnou skutočnosťou pri efektívnom a primeranom využívaní krátkeho spravodajstva bude definícia podujatia so zvýšením záujmom verejnosti. Informačná hodnota takéhoto podujatia bude ovplyvňovať všetky ostatné podmienky, ktoré sa budú pri tomto inštitúte uplatňovať. Fínsky zástupca napr. uviedol, že v otázke povolenej dĺžky záznamu vyrobeného iným vysielateľom, sa snažia vyhnúť limitu 90 sec., z dôvodu, že v mnohých prípadoch je aj kratší časový úsek postačujúci na informovanie verejnosti. Vzhľadom na uvedené má Fínsko obavy, že stanovením 90 sec. ako maximálnej dĺžky záznamov by mohlo viesť k zbytočnému predlžovaniu záznamu nad rámec jeho informačnej hodnoty. V otázke technického prevedenia prístupu vysielateľov k podujatiu so zvýšením záujmom verejnosti, Fínsko zvolilo cestu možnosti vyberať sekvencie priamo zo signálu vysielateľa s výhradnými právami na vysielanie podujatia so zvýšením záujmom. Za poskytnutie tejto možnosti neprináleží vysielateľovi s výhradnými právami nárok na odmenu. Sekvencie nemôžu byť použité v priamom prenose. Použiť záznam, ktorý je vytvorený zo sekvencií je možné opakovane, väčšinou počas 24 hodín (táto doba môže byť kratšia alebo dlhšia, podľa informačnej hodnoty záznamu). Poskytovateľ služby na požiadanie môže odvysielať záznam na účely krátkeho spravodajstva, iba ak už bol odvysielaný v programovej službe vysielateľa s rovnakou redakčnou zodpovednosťou. V prípade niekoľkodňového podujatia so zvýšeným záujmom verejnosti je každý deň jedným podujatím (je možné vyrobiť jeden záznam z každého dňa). V následnej diskusii uviedol zástupca Nemecka, že v prípade viacdňových podujatí so zvýšením záujmom verejnosti, má za to, že podujatím by, mala byť každá samostatná časť viacdňového podujatia, napr. pri olympijských hrách každá disciplína. Na otázku, či by v takomto prípade nedochádzalo k príliš extenzívnemu zásahu do výhradných práv vysielateľa (možnosť pre každého vysielateľa vytvoriť z každej disciplíny 90 sec. záznam) odpovedal predseda kontaktného výboru pre smernicu „Televízia bez hraníc“, že rozsah zásahu do výhradných práv vysielateľa bude vždy limitovaný informačnou hodnotou každého samostatného podujatia. V prípade jednotlivých disciplín by teda nemalo dochádzať k využívaniu práva na krátke spravodajstva pri každej disciplíne, ale iba v prípadoch keby táto disciplína vyvolala zvýšený záujem verejnosti v danej krajine a teda by mala vyššiu informačnú hodnotu (napr. disciplína, v ktorej získala daná krajina medailu, v ktorej bol prekonaný svetový rekord atď.).

4. Transpozícia AVMS smernice – Televízna reklama – kvantitatívne obmedzenia

Na úvod tohto bodu predniesol zástupca Komisie prezentáciu o vlastnej propagácii a o rozdieloch medzi vlastnou propagáciou a „oznamami“ v kontexte článku 18 AVMS smernice. Úvod prezentácie potvrdil fakt, že vlastná propagácia je formou televíznej reklamy. Zástupca Komisie tiež poukázal na fakt, že dva členské štáty nezdieľajú tento názor a podľa ich výkladu iba vlastná propagácia v rámci osobitne spoplatnenej televíznej programovej služby (pay tv) je formou reklamy. Za vlastnú propagáciu je podľa predmetnej prezentácie nutné považovať propagáciu názvu alebo programov televíznej programovej služby (televíznej stanice) a tiež všetkých ostatných ekonomicky prepojených televíznych programových služieb (v prípade propagácie programov aj propagácia programov vysielateľa s rovnakou redakčnou zodpovednosťou). Vlastnou propagáciou sa tiež rozumie propagovanie výrobkov, ktoré sú nepriamo odvodené od vlastného programu. Za vlastnú propagáciu sa nepovažuje nepropagačné oznámenie o vlastnom programe ako aj oznámenia o produktoch priamo odvodených z vlastných programov. V uvedenej prezentácii bolo ďalej uvedené, že

vzhľadom na znenie článku 18 AVMS smernice je zrejmé, že všetko, čo je vlastnou propagáciou spadá do časového limitu vyhradenému reklame. V úvode diskusie k tejto prezentácii zazneli výhrady voči výkladu Komisie, že vlastná propagácia spadá pod definíciu televíznej reklamy podľa článku 1 písm. i) AVMS smernice. Hlavný argument niektorých delegátov bol fakt, že kritérium „za odplatu“ sa v predmetnej definícii vyskytuje dvakrát a z tohto dôvodu iba vlastná propagácia v rámci osobitne spoplatnenej televíznej programovej služby (pay tv) by naplnila definíciu televíznej reklamy v zmysle článku 1 písm. i) AVMS smernice. Komisia odmietla takýto výklad, pričom uviedla, že druhé kritérium „za odplatu“ je v definícii obsiahnuté z „praktických“ dôvodov, avšak v žiadnom prípade sa nemá jeho výskyt chápať v zmysle vyššie uvedeného výkladu delegátov. Komisia zdôraznila, že odplata vysielateľa pri vysielaní vlastnej propagácie je sledovanosť resp. zvýšený záujem diváka o propagované programy a teda, že kritérium „odplaty“ je treba chápať z pohľadu vysielateľa a nie z pohľadu diváka. Ďalej v predmetnej diskusii odzneli otázky ako posudzovať upútavky (trailers) na vlastné programy z pohľadu vlastnej propagácie a najmä, či sa upútavky majú alebo nemajú započítavať do časového limitu vyhradeného reklame. K tejto otázke zástupcovia Komisie uviedli, že v zásade môžu upútavky spadať aj pod definíciu vlastnej propagácie (v limite pre reklamy) aj pod definíciu oznámenia o vlastnom programe (mimo limitu pre reklamu). Určovacím kritériom pre klasifikovanie upútavky má byť charakter takéhoto komunikátu. V prípade, že má upútavka v zásade informačný charakter mala by byť považovaná za oznámenie o vlastnom programe, v prípade, že má skôr propagačný charakter mala by byť klasifikovaná ako vlastná propagácia a teda by sa mala rátať do limitu pre reklamu. Zástupcovia Komisie niekoľkokrát zdôraznili, že stanovenie kritérií na určenie rozdielu medzi informačným a propagačným charakterom upútavky je výlučne v kompetencii členských štátov. Zástupcovia Komisie zdôraznili, že pri určovaní týchto kritérií by mali jednotlivé členské krajiny vychádzať z kultúrnych a právnych osobitostí svojej krajiny. Zástupcovia Komisie výslovne uviedli, že vzhľadom na uvedené je veľmi pravdepodobné, že klasifikácia jednej upútavky môže byť v rôznych krajinách rôzna, inými slovami, čo je v jednej krajine posúdené ako propagačný prvok môže byť v inej krajine posúdené ako čisto informatívne, pričom takýto stav by v žiadnom prípade nebol v rozpore s AVMS smernicou. Z následnej diskusie, v ktorej sa niektorí prítomní delegáti, niekoľkokrát spýtali, či Komisia má alebo pripravuje pravidlá, ktoré by členskými krajinám mohli pomôcť pri klasifikovaní upútavky, bolo iba opäť zdôraznené, že toto je výlučne v kompetencii členských krajín. V ďalšej časti diskusie sa rozoberala problematika sponzorovania upútavok a problematika sponzorských odkazov mimo vysielačieho času sponzorovaného programu. V prvom prípade predniesol krátku správu zástupca Holandska, v ktorej poukázal na zmenu klasifikácie sponzorovania upútavok. Poukázal na fakt, že v minulosti Holandsko posudzovalo sponzorský odkaz pri upútavke ako istú formu reklamy. Po diskusii na predchádzajúcom stretnutí kontaktného výboru a po dôkladnom preštudovaní recitálu 39, zmenilo Holandsko svoj výklad. V súčasnosti považuje upútavky za programy a teda je možné ich sponzorovať. Zástupca Holandska tiež uviedol, že upútavka bude považovaná za program iba v tom prípade, že nebude obsahovať propagačné odkazy na iné produkty alebo služby. Hoci je zrejmé, že upútavka bude mať vždy do istej miery propagačný charakter, toto nebude prekážkou v klasifikácii upútavky ako programu, pokiaľ bude obsahovať propagačné prvky iba k vlastnému programu alebo od neho priamo odvodených produktoch. K uvedenej problematike zástupcovia Komisie uviedli, že je možné sponzorovať upútavku avšak sponzorský odkaz sa musí zamerať výlučne na upútavku a nie na samotný program. V prípade sponzorských odkazov, ktoré sa zameriavajú priamo na program a sú vysielať mimo vysielačieho času predmetného programu (napr. aj pred upútavkou ak sa sponzorský odkaz týka priamo programu a nie upútavky), zástupcovia Komisie uviedli, že takéto odkazy je treba považovať za formu televíznej reklamy, najmä z dôvodu, že takéto sponzorské odkazy sú

vysielané v inom čase ako určujú pravidlá pre označovanie sponzorovaného programu (na začiatku a na konci programu). Na námietku niektorých delegátov, že smernica nezakazuje vysielateľom odvysielat' sponzorské odkazy aj v inom čase ako len na začiatku, na konci alebo počas programu, zástupcovia Komisie uviedli, že pravidlá pre sponzoring majú dva hlavné ciele. Jedným je informovanie diváka o existencii sponzora a druhým je zníženie reklamného tlaku na diváka. Z uvedeného je zrejmé, že vysielanie sponzorských odkazov mimo vysielacieho času sponzorovaného programu je v zrejmom rozpore s druhým cieľom pravidiel pre sponzorovanie.

5. Transpozícia AVMS smernice – Zmena podporných kritérií jurisdikcie

Na úvod zástupcovia Komisie prezentovali prítomným delegátom návrh časového harmonogramu, podľa ktorého by sa postupovalo pri vysielateľoch, ktorým by sa zmenila jurisdikcia na základe zmeny podporných kritérií. Francúzsko oznámilo, že okolo 200 vysielateľov bude patriť pod jurisdikciu iných štátov po zmene kritérií. Podľa návrhu časového harmonogramu by do 31. mája 2009 mali všetky členské krajiny identifikovať vysielateľov, ktorý sú v súčasnosti pod ich jurisdikciou a o ktorých si myslia, že budú patriť pod jurisdikciu inej krajiny. Po tomto dátume by krajiny, pod ktorých jurisdikciu by sa mali títo vysielatelia presunúť, mali 3 mesiace na vyjadrenie sa, či súhlasia s touto zmenou jurisdikcie. V prípade, že by sa o jurisdikcii predmetné vysielatelia tieto krajiny nedohodli, Komisia by usporiadala trilaterálne rokovanie na urovanie sporu. Na záver Komisia vyzvala prítomných delegátov, aby vyjadrili svoje prípadné pripomienky k návrhu časového harmonogramu.

6. Pokyny na implementáciu čl. 4 a 5 AVMS smernice

Zástupcovia Komisie oboznámili prítomných delegátov s návrhom, aby sa v budúcnosti, vzhľadom na počet televíznych staníc, výpočty podielu európskych diel vo vysielaní realizovali na jedného vysielateľa a nie na každú televíznu stanicu zvlášť. Tak isto v prípade povinnosti podávať správy podľa článku 3i AVMS smernice by sa predmetné podiely mali vzťahovať na poskytovateľov audiovizuálnych mediálnych služieb a nie na každú audiovizuálnu mediálnu službu na požiadanie zvlášť. Niekoľko zástupcov vyjadrilo znepokojenie nad takýmto postupom (Írsko, Estónsko, Francúzsko). Cyprus vyjadril svoju námietku k takémuto postupu a poukázal na fakt, že jednotlivé televízne stanice jedného vysielateľa majú rôznu sledovanosť, pričom vysielateľ môže umiestňovať európske diela zámerné na stanice s menšou sledovanosťou. Bolo tiež poukázané na fakt, že stanice majú rôzne cieľové skupiny, kde napr. stanica pre mladých by pri takomto postupe zámerné vysielala minimum alebo žiadne európske diela. Zástupcovia Komisie uviedli, že chápu obavy delegátov ale poukázali na fakt, že aj pri súčasnom systéme môžu vysielatelia, zámerné vysielat' európske diela v časoch s najhoršou sledovanosťou, pričom svoju povinnosť si splnia. Nemecko vyjadrilo názor, že podľa ich výkladu povinností uvedených v článkoch 4 a 5 AVMS smernice sa má povinnosť vzťahovať na vysielateľa a nie na stanicu. Rakúsko vyjadrilo svoju podporu takejto zmene. Zástupcovia Komisie navrhli zjednodušenie systému podávania správ Komisii zavedením on-line programu. Z prítomných delegátov nikto nepredložil žiadne námietky k tomuto návrhu. Následne boli prezentované výsledky štúdie, ktoré sa zamerala na stanovenie najlepších kritérií na monitorovanie článku 3i AVMS smernice (podpora európskych diela európskej tvorby poskytovateľmi služieb na požiadanie). Boli prezentované výsledky tejto štúdie:

- *Zoznam údajov o tituloch, ktoré sú európskymi dielami,*

- *Zoznam údajov o hodinách európskych diel,*
- *Finančné údaje o výdavkoch na nové programy,*
- *Opatrenia podniknuté na podporu významu európskeho obsahu,*
- *Nepovinné informácie o aktuálnom odbyte.*

Zástupcovia Komisie tiež vyzvali delegátov, aby sa vyjadrili k uvedeným kritériám príp. doplnili ďalšie. Žiadny z prítomných delegátov sa nevyjadril negatívne k navrhnutým kritériám.

7. Dostupnosť audiovizuálnych mediálnych služieb pre ľudí so zrakovým, alebo sluchovým postihnutím (Čl. 3c AVMS smernice).

K predmetnej problematike predniesla zástupkyňa Komisie správu o prístupe k digitálnej televízii. Podľa posledných štúdií až jeden z troch Európanov nevyužíva výhody informačnej spoločnosti (postihnutie, chudoba, nízke vzdelanie atď.). Informačno-komunikačné technológie sú hlavným faktorom pre rast produktivity pre tých, ktorí sú súčasťou informačnej spoločnosti. Avšak tí, ktorí sú z rôznych dôvodov vyčlenení z informačnej spoločnosti, nemôžu využívať výhody, ktoré mnohí z nás považujeme za samozrejmé. Z tohto dôvodu následne celá spoločnosť prichádza o výhody, ktoré by im títo ľudia mohli s pomocou informačno-komunikačných technológií priniesť. Odhady hovoria o ekonomickom prínose vo výške 35 až 85 miliárd euro počas 5 rokov. Každý, kto chce byť súčasťou informačnej spoločnosti musí mať túto možnosť bez ohľadu na sociálne alebo osobné limity. V tomto úsilí môže byť významne nápomocná digitálna televízia. Digitálna televízia prináša lepšiu kvalitu, viac možností pre spotrebiteľa a zvýšené možnosti na prístup k audiovizuálnemu obsahu. Na základe výskumov sa dospelo k výsledku, že progres je pomalý a trh samotný nevie/nechce vyriešiť predmetné problémy s prístupom k audiovizuálnemu obsahu pre všetkých. Z tohto dôvodu je nutný koordinovaný postup na Európskej úrovni. Termín prechodu z analógového na digitálne vysielanie bol stanovený na rok 2012. Digitálna televízia musí ponúkať služby, ktoré umožnia prístup k vysielaniu aj občanom s rôznym postihnutím ako napr. „audio popis“ – nahovorený popis toho, čo sa deje na obrazovke (nevyhnutnosť pre zrakové postihnutie), titulky a preklad v znakovnej reči – pre sluchovo postihnutých a ľudí, ktorí neovládajú materinský jazyk danej krajiny. V budúcnosti je preto potrebné ešte zvýšiť spoluprácu všetkých zainteresovaných subjektov, aby bolo digitálne vysielanie prístupné pre všetkých.

8. Mediálna gramotnosť

V roku 2007 Komisia spustila štúdiu súčasných trendov a prístupov k mediálnej gramotnosti v Európe. Hlavnou prioritou tejto štúdie je identifikovanie hodnotiacich indikátorov úrovne mediálnej gramotnosti. Komuniké Komisie vydané k Európskemu prístupu k mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí uvádza, že Komisia bude podporovať výskum kritérií na hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti. Komuniké tiež hovorí o vyššie uvedenej štúdii a o fakte, že výsledky tejto štúdie budú zahrnuté v správe, ktorú Komisia vydá v súlade s článkom 26 AVMS smernice. Podľa uvedeného článku Komisia predloží Európskemu parlamentu, Rade a Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru najneskôr do 19. decembra 2011 a potom každé tri roky správu o uplatňovaní tejto smernice v znení zmien a doplnení a v prípade potreby podá ďalšie návrhy na jej prispôbenie vývoju v oblasti audiovizuálnych mediálnych služieb, najmä vzhľadom na najnovší technický rozvoj, konkurencieschopnosť sektora a **úroveň mediálnej gramotnosti vo všetkých členských**

štátoch. Podľa recitálu 37 AVMS smernice Mediálna gramotnosť predstavuje zručnosti, znalosti a pochopenia, ktoré spotrebiteľom umožnia využívať médiá účinne a bezpečne. Mediálne gramotné osoby majú možnosť vyberať si na základe informácií, pochopiť povahu obsahu a služieb a využívať celú škálu príležitostí, ktoré ponúkajú nové komunikačné technológie. Sú schopné lepšie chrániť seba a svoje rodiny pred škodlivým alebo urážlivým materiálom. Preto by sa mal podporovať rozvoj mediálnej gramotnosti vo všetkých sférach spoločnosti a pozorne sledovať jeho pokrok v tejto oblasti. Podľa komuniké Komisie je mediálna gramotnosť schopnosť získať informácie, pochopiť a kriticky zhodnotiť tieto informácie, schopnosť vytvoriť nové informácie a komunikovať s týmito informáciami. Mediálna gramotnosť sa dotýka všetkých médií, má vzťah k občianskym právam a k demokracii, dotýka sa audiovizuálnej a kultúrnej identity a napomáha k posilňovaniu úlohy občanov v spoločnosti. Hlavnou úlohou vyššie spomenutej štúdie je poskytnúť Komisii nástroj na splnenie povinnosti vypracovať správu v zmysle článku 26 AVMS smernice, v ktorej Komisia zhodnotí okrem iného úroveň mediálnej gramotnosti v členských krajinách. Kontrakt na pokračovanie štúdie bol podpísaný a práce začali v októbri 2008. Prvé stretnutie sa konalo 11. novembra 2008. Vo februári 2009 sa očakáva predbežná správa. Termín záverečnej správy je stanovený na júl 2009.

9. Protokoly kultúrnej spolupráce v nových obchodných dohodách

Prezentácia Komisie o ad-hoc protokoloch v rámci implementácie Dohovoru UNESCO o z 20. októbra 2005 o ochrane a podpore rozmanitosti kultúrnych prejavov.

10. Iná agenda