



ЕВРОПЕЙСКА
КОМИСИЯ

Брюксел, 24.4.2013
COM(2013) 231 final

ЗЕЛЕНА КНИГА

**Подготовка за един напълно интегриран аудио-визуален свят: растеж, творчество
и ценности**

СЪДЪРЖАНИЕ

1.	Въведение	3
2.	Растеж и новаторство.....	4
2.1.	Пазарни съображения	5
2.2.	Модели за финансиране	9
2.3.	Техническа съвместимост на свързаната телевизия.....	10
2.4.	Инфраструктура и радиочестотен спектър.....	11
3.	Ценности	12
3.1.	Регулаторна рамка.....	13
3.2.	Свобода и плурализъм на медиите	15
3.3.	Рекламни съобщения	17
3.4.	Защита на непълнолетните.....	18
3.5.	Достъпност за хора с увреждания	19
4.	Следващи стъпки.....	19

Подготовка за един напълно интегриран аудио-визуален свят: растеж, творчество и ценности

1. ВЪВЕДЕНИЕ¹

Целта на настоящата зелена книга е да постави началото на широка публична дискусия относно последиците от текущата трансформация на аудио-визуалната медийна среда, характеризираща се с нарастващото сближаване на медийните услуги и с начина, по който тези услуги се потребяват и доставят.

Сближаването може да се разбира като постепенното сливане на традиционните услуги за радиоразпръскване и интернет. Това води до възможности за гледане, простиращи се от телевизори с вграден достъп до интернет, през телевизионни приставки за осигуряване на видеосъдържание на принципа „over-the-top“ (OTT)² до аудио-визуални медийни услуги, предоставяни чрез персонални компютри, преносими компютри или таблети и други мобилни устройства. Докато гледат телевизия потребителите използват таблети или смартфони, например за да научат повече за това, което гледат, или за да взаимодействат с приятели или със самата телевизионна програма.

Границите бързо се размиват между обичайните модели на потребление от XX век на линейно радиоразпръскване, приемано от телевизори, и услугите по заявка, доставяни на компютър. Освен това с всеки смартфон, позволяващ едновременно генериране и потребление на съдържание, в бъдеще може да се осъществи преход от пасивно потребление към активно участие.

Очаква се свързаните телевизори, чийто брой в края на 2012 г.³ възлизаше на 40,4 милиона устройства, да влязат в повечето снабдени с телевизор европейски домакинства до 2016 г.⁴

Що се отнася до използването на функциите, осъществявани чрез вграден достъп до интернет, степента, отчетена в Обединеното кралство през 2012 г. (най-високата в ЕС), беше 11 % от цялата инсталирана база, в сравнение с 44 % в Китай, 18 % в Корея и 17 % в Индия⁵. За САЩ се прогнозира, че сегашните 22,5 % от американските домакинства, използващи свързани телевизори, включително връзки OTT и конзоли за игра, ще се увеличат на 43,1 % до 2016 г.⁶

Докато общото време на гледане на линейни емисии е все още около 4 часа на ден в ЕС⁷, интегрираната среда постепенно се превръща в реалност и участниците на пазара разработват и адаптират своите бизнес модели. Технологиите вече позволява потребителят да създава, разпространява и да получава достъп до всички видове съдържание независимо от времето, мястото или устройството. Комисията има амбицията да използва породената от тази променяща се технологична среда

¹ За речник на съответните термини вж. <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/connectedTV>.

² Участниците на пазара за OTT предоставят аудио-визуално съдържание онлайн без самите те да са доставчици на електронни съобщителни и мрежови услуги.

³ IHS Screen Digest.

⁴ IHS Screen Digest.

⁵ <http://www.prnewswire.com/news-releases/western-viewers-fall-behind-in-the-web-connected-tv-revolution-168126616.html>.

⁶ Източник: e-marketer.

⁷ Годишник на Европейската аудио-визуална обсерватория, том II, стр. 171.

възможност, за да осигури възможно най-широк достъп на всички европейци до европейско разнообразно съдържание и най-богат избор на висококачествени предложения. Технологичната способност да се предоставя съдържание в целия ЕС, до което зрителите имат законосъобразен достъп, би могла също така да стимулира участниците на пазара да се създадат нови видове съдържание.

Необходимостта частните икономически субекти да продължават да развиват новаторството, а създателите на политики да осигуряват правилните рамкови условия и да обмислят възможните отговори чрез средствата на публичната политика, води до следните въпроси:

- Как да се трансформира процесът за сближаване на по-широкия европейски пазар в икономически растеж и бизнес новаторство в Европа (глава 2)?

- Какво е значението на сближаването за ценности като например медийния плурализъм, културното разнообразие и защитата на потребителите, включително специфични групи като непълнолетните (глава 3)?

Сближаването, което ще става все по-осезаемо през следващото десетилетие, би могло в бъдеще да окаже въздействие върху редица правни инструменти, включително върху Директивата за аудио-визуалните медийни услуги (ДАВМУ)⁸ — която е основен предмет на настоящата книга, Директивата за електронната търговия⁹ и Рамката за електронните съобщения¹⁰. Консултацията не предполага никакъв конкретен резултат. Тя обаче може да отвори пътя за възможни регулаторни и други политически отговори в дългосрочен план, по-специално като се свържат инициативите на Комисията като Коалицията за по-добър интернет за децата¹¹, възможните последващи дейности във връзка с доклада на Групата на високо равнище относно свободата и плурализма на медиите¹², както и работата по инициативи за саморегулиране.

2. РАСТЕЖ И НОВАТОРСТВО

През 2012 г. 22 % от гражданите на ЕС са използвали мобилни устройства за достъп до интернет¹³. До 2016 г. се очаква по-голямата по обем част на потребителския интернет трафик да се формира от видео файлове, а по-голямата част от трафика IP ще минава главно през WI-FI и мобилни устройства¹⁴.

Основни данни — потреблението на аудио-визуално съдържание се осъществява във все по-голяма степен в онлайн среда

Разходите на потребителите за цифрово видео (филми и телевизионни сериали,

⁸ Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 10 март 2010 г. за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до предоставянето на аудио-визуални медийни услуги (Директива за аудио-визуалните медийни услуги), ОВ L 95, 15.4.2010 г., стр. 1—24.

⁹ Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 г. за някои правни аспекти на услугите на информационното общество, и по-специално на електронната търговия на вътрешния пазар (Директива за електронната търговия), ОВ L 178, 17.7.2000 г., стр. 1—16.

¹⁰ Напр. член 31 от Директивата за универсалната услуга, политиката в областта на радиочестотния спектър, член 6 от Директивата за достъпа.

¹¹ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/creating-better-internet-kids>.

¹² http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/hlg/hlg_final_report.pdf.

¹³ Евростат 2012 г. „Individuals - Mobile Internet access“ (isoc_ci_im_i).

¹⁴ http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white_paper_c11-481360_ns827_Networking_Solutions_White_Paper.html.

¹⁵ Годишник на Международната видео федерация от 2012 г.

доставяни по интернет) в Европа достигнаха 364,4 млн. евро през 2011 г. (+ 41,8 % спрямо 2010 г.) в рамките на пазара за видео съдържание на физически носител и в цифров формат в общ размер от 9493,8 млн. евро (-4,6 % спрямо 2010 г.)¹⁵.

Незадоволеното търсене на услуги за видео по заявка („VoD“) на платените телевизионни оператори от други държави членки се оценява между 760 млн. евро и 1,610 млн. евро годишно¹⁶.

Очаква се потребителите на видео по интернет да се увеличат в световен мащаб до 1,5 милиарда до 2016 г. в сравнение с 792 млн. през 2011 г.¹⁷

306 услуги за „видео по заявка“ (VoD) в ЕС през третото тримесечие на 2012 г.¹⁸

72 часа видео се качват в YouTube всяка минута.

За производителите на оборудване и разработчиците на нови технологии съществуват възможности за обслужване на разрастващ се пазар с новаторски устройства, включително лесни за ползване интерфейси и решения за достъпност. Операторите на мрежи ще се изправят пред повишено търсене на високоскоростен интернет, което ще има положително отражение върху инвестициите във високоскоростни мрежи. Създателите на съдържание могат да намерят нови пътища за максимално увеличаване на публиката си, за финансова реализация на произведенията си и за творческо експериментиране за създаване и предлагане на съдържание. Радио- и телевизионните оператори могат да намерят повече платформи¹⁹, за да разпространяват своето съдържание и да разширяват своите интерактивни предложения.

Ключовите елементи за реализацията на този потенциал са известни: достатъчно голям пазар, за да е възможен растеж, конкурентна среда, готовност за промяна на бизнес моделите, оперативната съвместимост и адекватна инфраструктура. С цел да оформи бъдещето на медиите, основаващи се на интернет, Европа трябва да въведе тези елементи, като същевременно насърчава ценностите, които стоят в основата на регулирането на аудио-визуалните медийни услуги.

2.1. Пазарни съображения

ЕС се характеризира с културно и езиково многообразие, което е потенциално конкурентно предимство на световния пазар, но също бе счита за предизвикателство в среда, в която се усеща силно мрежово въздействие.

Мрежовите ефекти в света на медиите и интернет могат да предоставят значително сравнително предимство на операторите и доставчиците, които работят законосъобразно на пазар без граници, позволяващ им да привлекат значително финансиране и да се възползват от икономии от мащаба. Навлизащите участници, които предлагат аудио-визуално съдържание онлайн без териториални ограничения за

¹⁶ http://ec.europa.eu/internal_market/media/docs/elecpay/plum_tns_final_en.pdf.

¹⁷ <http://newsroom.cisco.com/press-release-content?type=webcontent&articleId=888280>.

¹⁸ Европейската аудио-визуална обсерватория; всички платформи, взети заедно: чист интернет, продажби онлайн, конзоли за видеоигри, кабел, интернет телевизия („IPTV“), специални телевизионни приставки, смартфони, интелигентни телевизори, VoD от типа „push“ (спътник, ЦНТ), с изключение на приложения в iTunes и в Google Play App Store. Не включва: архиви, кино-прегледи, телевизионни сериали, съдържание за пълнолетни, обучение, каталози на записи от филмовите канали.

¹⁹ Платформите могат да бъдат интегрирани в устройството от производителите или да бъдат предоставени от други участници, като операторите на електронни съобщения и кабелните оператори, участниците на пазара за OTT или телевизионните разпространители.

достъп, могат да превърнат надхвърлящите 368 милиона европейски потребители на интернет²⁰ в потенциални зрители и по този начин да отправят предизвикателство към традиционните оператори. Това често са участници от САЩ, които успешно намират своето място на фрагментирания пазар на ЕС.

В Европа опитът на потребителите с предоставяни онлайн аудио-визуални медийни услуги все още често се характеризира с ограничен избор и блокиране на достъпа въз основа на географски граници. Приложенията в интелигентните телевизори често са ограничени от национални параметри, а предварително подбраните настройки на производителите и достъпът до съдържание от други държави от ЕС често са блокирани.²¹

Технологията ще спомогне за преодоляването на тези пречки. Създателите на съдържание, доставчиците на субтитри и изследователите започнаха да създават обединения за съвместно ползване на наличните езикови ресурси (напр. корпуса на субтитрите²², държан от производителите) и инструменти²³.

Потребителски опит на бъдещето

а) полска студентка на обмен за една година по програмата „Еразъм“ в Лондон може да получи достъп до всички аудио-визуални предложения от полски оператори с полската си кредитна карта — по същия начин както го е правила в Краков, тъй като полските услуги се предоставят в Лондон.

б) нейният съквартирант от Обединеното кралство пише дипломна работа на тема „Произведения от португалски режисьори“. Той може лесно да получи достъп до материали от португалски доставчици на аудио-визуално съдържание. Съквартирантите често гледат заедно спортни събития от различни държави в ЕС.

Зелената книга относно онлайн разпространението на аудио-визуални произведения се стреми да хвърли повече светлина върху въпросите, свързани с авторските права²⁴. Комисията ще публикува резултатите от тази консултация през 2013 г. През декември 2012 г.²⁵ Комисията отново потвърди ангажимента си да работи за модерна рамка за авторски права и одобри две успоредни направления на действие: структуриран диалог със заинтересованите страни през 2013 г., за да се обърне внимание на редица въпроси (включително трансграничната преносимост на съдържание и достъпа до аудио-визуални произведения), по които е необходим бърз напредък; и приключването на пазарните проучвания, оценките на въздействието и работата за съставянето на правни разпоредби, за да се вземе решение през 2014 г. дали да се представят съответните предложения за законодателна реформа (включително за намаляване на

²⁰ <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm>.

²¹ „Study on the economic potential of cross-border pay-to-view audiovisual media services“, TNS opinion, Plum, the futures company – Изследване, изготвено от името на Европейската комисия – януари 2012 г. http://ec.europa.eu/internal_market/media/elecpay/index_en.htm#maincontentSec1.

²² Дружествата за поставяне на субтитри или филмовите продуценти/дистрибутори притежават голям корпус (бази данни) от субтитри, често едновременно на много различни езици. Това е много ценен изходен продукт за разработване на пригодени към конкретните особености системи за машинен превод.

²³ Напр. SUMAT (www.sumat-project.eu) и SAVAS (www.fp7-savas.eu) и работната програма за ИКТ за 2013 г., стр. 47 <http://cordis.europa.eu/fp7/ict/docs/ict-wp2013-10-7-2013-with-cover-issn.pdf>.

²⁴ „Зелена книга относно онлайн разпространението на аудио-визуални произведения в Европейския съюз: възможности и предизвикателства по пътя към единен цифров пазар“, COM(2011) 427 окончателен.

²⁵ Съобщение на Комисията „Относно съдържанието в рамките на единния цифров пазар“, COM(2012) 789 final.

фрагментацията на пазара на ЕС за авторски права)²⁶. Въпросите, свързани с авторски права, следователно няма да бъде разгледани задълбочено в настоящия документ.

От гледна точка на предлагането днешният медиен свят е в конкуренция за привличане на вниманието на потребителите. Участниците на пазара (напр. предлагащите платена телевизия оператори, обществените и частните радио- и телевизионни оператори, излъчващи некодирани програми, дистрибуторите на VoD и производителите на устройства) се опитват да открият своите оферти, като осигуряват популярно или привлекателно съдържание, в това число — с изключителни права или лесни за ползване интерфейси. Увеличеното предлагане на съдържание по отношение на количеството и разнообразието води до промяна на развлекателния бизнес.

През 2009 г.²⁷ радио- и телевизионните оператори в ЕС са инвестирали около една трета от приходите си в съдържание. От общо 34,5 млрд. евро, похарчени за програми в ЕС от страна на радио- и телевизионните оператори, около 15,6 млрд. евро бяха изразходвани за придобиване на права — 5,8 млрд. за предаването на спортни събития и 9,8 млрд. евро за филми и телевизионни емисии²⁸. Популярното съдържание (основните спортни събития и успешните наскоро пуснати филми, така наречените кинохитове) генерира голямо търсене и значителни приходи в аудио-визуалния сектор. Участието на British Telecom в търга на телевизионните права за футболните мачове на Висшата лига за поредица от три сезона с начало 2013—2014 г. доведе до рекордните 3 млрд. GBP, а именно 71 % повишение²⁹ спрямо сумата, платена за предходните три сезона. В САЩ Netflix похарчи около 4,8 млрд. долара за закупуването на стрийминг съдържание през 2011—2012 г.

Успехът може да зависи от способността постоянно да се предлага такъв тип съдържание на зрителите. Въпреки че сделките за изключителни права между операторите на платформи и доставчиците на съдържание са основен механизъм за възвръщане на техните инвестиции, те могат също така да ограничат възможностите за трети страни да предоставят такова съдържание на своята публика. Това може да попречи на навлизането на нови участници.

Освен това, когато платформите постигнат висока популярност сред потребителите и станат основен канал, по който доставчиците на съдържание да достигат до публиката, е възможно да възникнат опасения, че тези платформи биха могли да благоприятстват определени дружества или собствените си услуги в случаите на вертикално интегрирани предприятия. В допълнение достъпът на тези платформи до широк спектър от данни за потребителите може да им предостави допълнително конкурентно предимство³⁰. Някои държави членки като Обединеното кралство обмислиха необходимостта да се наложат предварителни задължения при продажбата на едро на

²⁶ Ще се обърне внимание на следните елементи: териториалност на вътрешния пазар; хармонизация, ограничения и изключения от авторското право през цифровата епоха; фрагментация на пазара на ЕС за авторски права; и как да се подобри ефективността и ефикасността на правоприлагането, като в същото време се подкрепи неговата легитимност в по-широкия контекст на реформата на авторското право.

²⁷ Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите. Първи доклад относно прилагането на членове 13, 16 и 17 от Директива 2010/13/ЕС за периода 2009—2010 г.: Насърчаване на европейските творби в редовните програми и аудиовизуалните медийни услуги по заявка в ЕС, COM/2012/0522.

²⁸ Окончателно проучване на прилагането на разпоредбите на директивата за аудио-визуалните медийни услуги по отношение на насърчаването на европейските произведения в аудио-визуалните медийни услуги, 13 декември 2011 г.

²⁹ <http://www.guardian.co.uk/media/2012/jun/13/premier-league-tv-rights-3-billion-sky-bt>.

³⁰ Вж. също точка 3.1 относно защитата на данните.

правата за достъп до най-гледаните спортни предавания на живо и холивудските премиери, които се считат за ключови за оцеляването на конкурентите в бизнеса.

Правилата за конкуренция на ЕС се използват на национално и европейско ниво, за да се отговори на възможните злоупотреби с пазарна мощ в случаите, когато дружеството има господстващо положение на съответния пазар. В този контекст е необходимо да се гарантира, че е възможен бърз и ефективен пазар в един все по-бързо сближаващ се свят.

Комисията се намеси в няколко случая, за да гарантира конкуренцията при съвместната продажба на спортни медийни права³¹. Тя прие корективни мерки в контекста на случаи на сливане, за да гарантира, че правата за популярни филми и спортни предавания си остават достъпни³². В този контекст може да бъде отбелязана съдебната практика на Съда на Европейския съюз (СЕС) относно случаите на отказ на лиценз³³. Отказът от страна на носителя на правата, имащ господстващо положение, да предостави достъп до продукт или услуга, необходима за извършването на дадена търговска дейност, може да е неправилен, ако спъва появата на нов продукт, за който има потенциално потребителско търсене, не е обоснован и в този си вид не позволява никаква конкуренция на вторичния пазар. Накрая по делото за Висшата лига СЕС постанови, че въпреки че конкурентното право на ЕС не забранява на носителя на правата да предостави на един единствен лицензополучател изключителните права за излъчването на дадено спортно събитие в една или повече държави членки, носителят на правата не може да забрани на изключителния лицензополучател да предостави трансгранични услуги, свързани с излъчването на спортното събитие³⁴. Това е така, защото подобна забрана ще позволи на лицензополучателя да получи изключително териториално право в зоната на своя лиценз, с което ще се отстрани всякаква конкуренция сред радио- и телевизионните оператори, а вътрешният пазар ще се раздробява в съответствие с обхвата на изключителните права за излъчване.

Въпроси в областта на конкуренцията се пораждат и по отношение на финансирането на обществените радио- и телевизионни оператори. Обществените радио- и телевизионни оператори често разширяват дейностите си към света на интернет с приложения или уебстраници. Въпреки че някои участници на пазара приветстват подобно разширяване, други го възприемат като директна конкуренция на своите търговски предложения, които не получават публично финансиране. През 2009 г. Комисията прие съобщение относно прилагането на правилата за държавни помощи към обществените радио- и телевизионни оператори в светлината на новите развития в областта на технологиите, включително умножаването на платформите и технологиите за разпространение. Съобщението изисква въвеждането на предварителен тест. Това включва обществена консултация по отношение на значимите нови услуги, предлагани от обществените радио- и телевизионни оператори, като по този начин се позволява на

³¹ Дело COMP/38.173 — Съвместна продажба на медийни права върху FA Premier League, Дело COMP/37.214 — Съвместна продажба на медийни права върху германската Бундеслига и Дело COMP/37.398 — Съвместна продажба на търговски права върху Шампионската лига на УЕФА.

³² Дело COMP/M.2876 Newscorp//Telepiù.

³³ Дело C-418/01 IMS Health, C-418/01, GmbH & Co. OHG v NDC Health GmbH & Co. KG, Recueil 2004 г., стр. I-5039.

³⁴ Съединени дела C-403/08 и C-429/08 *Football Association Premier League Ltd и други срещу QC Leisure и други - Karen Murphy срещу Media Protection Services Ltd*, Решение от 4 октомври 2011 г. Вж. също Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите, озаглавено „Съгласувана уредба за повишаване на доверието в цифровия единен пазар за електронната търговия и интернет услугите“ от 11 януари 2012 г., стр. 7.

държавата членка да оцени въздействието на новата услуга върху пазара и да я сравни с нейната социална стойност.

ВЪПРОСИ ЗА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ:

- (1) Кои са факторите, които позволяват на американските дружества да установят успешно присъствие на фрагментирания пазар на ЕС въпреки езиковите и културните препятствия, което в същото време се оказва трудно за много дружества от ЕС? Кои са факторите, които спъват дружествата от ЕС?
- (2) Кои са факторите, които въздействат върху наличието на популярно съдържание? Има ли в момента практики, свързани с продаване на едро популярно съдържание, които засягат достъпа до пазара и устойчивите бизнес операции? Ако това е така, какво е въздействието върху потребителите? Има ли нужда от регулаторна намеса отвъд прилагането на съществуващите правила в областта на конкуренцията?
- (3) Съществуват ли пречки, които налагат регулаторна намеса във връзка с достъпа до платформи?

2.2. Модели за финансиране

Постепенното сближаване, промяната в поведението на потребителите³⁵ и появата на нови бизнес модели въздействат върху финансирането на аудио-визуални продукции.

Форматите на телевизионните програми и сериалите³⁶ все по-често се търгуват в рамките на Европа — понякога съобразени с местните вкусове — и се изнасят за други части на света³⁷. Изглежда, че съществува възможност за по-задълбочено сътрудничество при продукции, при които езиковите бариери са по-малки, например детски програми или документални филми. В допълнение към разработените от професионални продуценти телевизионни шоу-програми създаденото от потребителите и евентуално включено в линейната програма на радио- и телевизионните оператори съдържание също може да привлече значителен зрителски интерес. В допълнение, ОТТ участниците биха могли да предлагат собствените си сериали и телевизионни емисии на живо и да придобиват права върху популярно съдържание.

Държавите членки са разработили различни начини за насърчаване на европейските произведения, включително различни начини за улесняване на тяхното създаване, финансиране и разпространение сред по-широка публика. ДАВМУ определя задължителния процент европейски и независими произведения, които трябва да бъдат излъчвани от радио- и телевизионните оператори в ЕС. При нелинейните аудио-визуални медийни услуги задължението да се насърчават европейски произведения е формулирано по-гъвкаво с възможността да се изисква финансова вноска от радио- и

³⁵ Намаляващи потребителски разходи за DVD, -7.7 % от 2010 г. до 2011 г., и нарастващи потребителски разходи за VoD с 20,1 % до общо 1,2 млрд. евро. Европейски видео годишник, 2012 г., стр. 7. Между 2008 г. и 2010 г. времето за гледане на онлайн видео в Обединеното кралство е нараснало над два пъти до 31 минути на ден; във Франция то е нараснало със 104 % до 24 минути/ден. Източник: Cimscore.

³⁶ Вж. бележка под линия 28: Според изследването за прилагането на ДАВМУ относно насърчаването на европейските творби, през периода 2006-2008 г. износът на формати от Европа към Северна Америка, Южна Америка и Азия е представлявал 5 084 програмни часа, а вътрешноевропейската търговия с формати е възлизала на 19 995 програмни часа. Износът на формати от Европа към Северна Америка е съответствала на 2 213 часа в сравнение с 8 363 часа от Северна Америка към Европа.

³⁷ Примерите за формати, изнасяни в световен мащаб и адаптирани към местния вкус, включват програми като напр. „Стани богат“ и „Сделка или не“ и сериали като „Убийството“ и „Мостът“.

телевизионните оператори и доставчиците на услуги по заявка, за да се подкрепя създаването на европейски творби. Независимо че държавите членки до голяма степен изпълняват настоящите правни изисквания, те съсредоточават на усилията си по отношение на националните продукции. Чуждестранните европейски творби съставляват едва 8,1 %³⁸ от програмните часове в ЕС.

Тенденцията за платформите VoD да инвестират в оригинално съдържание показва, че тези нови участници са потенциални нови инвеститори в аудио-визуално съдържание. С динамичното нарастване на услугите VoD и като се има предвид настоящият принос на радио- и телевизионните оператори за създаването на европейски произведения, в някои държави членки вървят дискусии относно приноса за финансирането на съдържание от страна на новите предлагащи услуги през интернет участници, които пряко го експлоатират. Това може да повдигне конкретни въпроси, свързани с вноски от неевропейски участници.

ВЪПРОСИ ЗА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ:

- (4) Осигуряват ли настоящите изисквания на ДАВМУ най-добрия начин за стимулиране на създаването, разпространението, наличието и пазарната привлекателност на европейските произведения?
- (5) Как сближаването и променящото се поведение на потребителите влияе на сегашната система за финансиране на съдържание? Как различните участници в новата верига за създаване на стойност допринасят за финансирането?

2.3. Техническа съвместимост на свързаната телевизия

Устройствата и услугите на свързаната телевизия зависят от различни стандарти в областта на радиоразпръскването, ИТ и далекосъобщителния сектор³⁹. Сближаването поставя отново въпроса за това, кой подход към стандартизацията следва да бъде възприет, отчитайки както предимствата ѝ (възможност за икономии от мащаба и оперативна съвместимост), така и недостатъците ѝ (риск от блокиране на новаторството).

HbbTV е стандарт на ETSI, прилаган от множество радио- и телевизионни оператори, доставчици на съдържание, производители на мрежови и потребителски устройства в Европа⁴⁰, за свързване на съдържанието, разпространявано чрез радиоразпръскване, с това, разпространявано чрез широколентова връзка към интернет. Една⁴¹ от функционалностите на HbbTV е да задейства предаването на съдържание по широколентова връзка чрез радио сигнал. Друг подход е използването на една всеобхватна платформа, чрез която радио- и телевизионните оператори и мрежовите оператори си сътрудничат, като например YouView⁴² в Обединеното кралство. В

³⁸ Вж. бележка под линия 27.

³⁹ Те включват стандартите за излъчване на цифрова ефирна телевизия (DVB) и интернет протоколът за доставяне на съдържание. Други като MPEG 25 и HTML-5 за представяне на съдържание могат да играят все по-нарастваща роля в бъдеще.

⁴⁰ Съгласно наличната към момента на изготвянето на документа информация HbbTV вече се прилага в CZ, DK, FR, DE, NL, PL, ES и CH. AT, FI, NO, SE и TR са обявили планове за въвеждане на HbbTV или провеждат изпитвания. Съществува и интерес извън Европа.

⁴¹ Съществуват и портали на мрежови оператори и портали на производители, основани на HbbTV, както и независими приложения.

⁴² YouView беше стартирана през юли 2012 г. със собствена „екосистема“ от няколко работещи заедно дружества. Подобно на други вертикални пазарни платформи тя не разполага с напълно стандартизирана архитектура.

Италия по причини от историческо естество за свързаната телевизия се използва стандартът MHP⁴³.

Изглежда, че използването на устройство за свързана телевизия, закупено в една държава членка, често не позволява промяна на настройките, за да се получават услуги от други държави членки⁴⁴, и не може да отговори на получения чрез радиоразпръскване сигнал за включване, правомерно излъчен от друга държава членка.

Някои производители могат да конфигурират своите устройства, за да ограничат обема на достъпните услуги и приложения. Определени държави членки са разработили национални спецификации, основани на HbbTV. В някои случаи отговарящите на тези национални спецификации приложения не са напълно съвместими с устройствата в други държави. Освен това понякога в устройствата са интегрирани специфични технически механизми (като управление на цифровите права („DRM“)), за да се отговори на очакванията на националните участници. За разработчиците на приложения различните стандарти означават, че те трябва да преработят своите продукти за различните устройства⁴⁵.

ВЪПРОСИ ЗА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ:

- (6) Съществува ли необходимост от действие на равнище ЕС за преодоляване на действителната или потенциалната фрагментация и осигуряване на трансгранична оперативна съвместимост? Съществува ли необходимост от разработване на нови или актуализирани стандарти на пазара?

2.4. Инфраструктура и радиочестотен спектър

Очаква се доставката на множество потоци аудио-визуално съдържание със свръх/висококачествена разделителна способност, включително успоредно използване на 3D, да изисква увеличаване на скоростта на интернет връзката до 100 Mbps и повече, въпреки подобрената технология за компресиране. Комисията включи една всеобхватна политика в Програмата в областта на цифровите технологии за Европа⁴⁶, за да ускори развитието на широколентовия достъп, и предложи Механизма за свързване на Европа, за да насърчи целенасочени инфраструктурни инвестиции на европейско равнище⁴⁷. Освен това Комисията наскоро проведе обществена консултация относно специфичните аспекти на прозрачността, управлението на трафика и смяната на оператора в един отворен интернет⁴⁸ и възнамерява да предостави допълнителни насоки по този въпрос.

Резервираният радиочестотен спектър предоставя на радио- и телевизионните оператори ценен обществен ресурс, който позволява на тях и на други оператори да осигурят създаването на програми. Беше установено обаче, че ще възникне значителна нетна полза от пренасочването на част от освободения след спирането на аналоговото радиоразпръскване радиочестотен спектър („радиочестотна лента 800 MHz“) за

⁴³ MHP („Multimedia Home Platform“ — мултимедийна домашна платформа) може да се опише като набор от инструкции, които казват на операционната система на цифровия телевизионен приемник как да действа при получаване на приложение за интерактивна телевизия. http://www.dvb.org/technology/fact_sheets/DVB-MHP_Factsheet.pdf.

⁴⁴ Обсъдено на срещи със заинтересованите страни.

⁴⁵ Няколко участници целят да се справят с този проблем напр.: <http://www.smarttv-alliance.org/>; Open IPTV Forum.

⁴⁶ <http://ec.europa.eu/digital-agenda>.

⁴⁷ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/connecting-europe-facility>.

⁴⁸ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/line-public-consultation-specific-aspects-transparency-traffic-management-and-switching-open>

разгръщането на безжичен широколентов достъп в отдалечените региони. Това беше потвърдено с Програмата за политика в областта на радиочестотния спектър⁴⁹, в която се определя цел за използването на радиочестотната лента 1 200 MHz за безжична широколентова връзка, с което още повече се увеличава натискът върху наличните радиочестотни ресурси. Радиочестотните ресурси могат да улеснят наземното и спътниковото доставяне на аудио-визуално съдържание, както и интерактивната функционалност, необходима за доставката на съдържание и допълнителните услуги. Сближаването повдига въпроса за бъдещата роля на наземното радиоразпръскване при предоставянето на такива услуги. Участниците в сектора все по-често проучват смесени модели, като съчетават предимствата на широколентовия достъп за предоставяне на съобразено с личния избор съдържание по заявка с ефикасността на радиоразпръскването за създаване на съдържание (напр. спортни или развлекателни събития), едновременно достъпно до широка публика.

ВЪПРОСИ ЗА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ:

- (7) Доколко важни са разликите между индивидуалните предоставящи съдържание платформи (напр. наземно и спътниково радиоразпръскване, широколентов достъп по кабел, мобилна широколентова връзка) по отношение на опита на потребителите и задълженията, налагани от обществения интерес?
- (8) Какво разпределение на радиочестотите и какви модели за споделяне могат да улеснят развитието на възможностите за радиоразпръскване, мобилен широколентов достъп и други приложения (като напр. оборудване за създаване на програми), осъществявани в едни и същи честотни ленти?
- (9) На кои конкретни потребности от научни изследвания по отношение на радиочестотния спектър трябва да се обърне внимание с цел улесняване на подобно развитие?

3. ЦЕННОСТИ

Ценностите, залегнали в основата на регулацията на аудио-визуалните медийни услуги в Европа, са довели до правила в подкрепа на свободата на изразяване и медийния плурализъм, насърчаването на културното многообразие⁵⁰, защитата на личните данни и защитата на потребителите, включително на уязвимите групи, като непълнолетните лица и лицата с увреждания. Предизвикателството е да се укрепи зачитането на тези ценности в една интегрирана среда посредством съответния избор на политика.

3.1. Регулаторна рамка

Главната обосновка за регулирането на аудио-визуалните медийни услуги на равнище ЕС беше вътрешният пазар с принципа на страна на произход в неговата основа. Този „единен европейски телевизионен пазар“ доведе до минимален набор от общи правила, обхващащи аспекти като рекламата, защитата на непълнолетните и насърчаването на европейските аудио-визуални произведения.

Технологично неутралният подход на ДАВМУ означава, че едни и същи услуги се регулират по един и същи начин, независимо от устройството, на което се ползват. В ДАВМУ обаче се прави разграничение между линейните (телевизионното

⁴⁹ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/node/118>.

⁵⁰ Това е непреходна ценност, която трябва да се защитава в съответствие с член 167 от ДФЕС.

радиоразпръскване) и нелинейните услуги (по заявка⁵¹) въз основа на много по-високото ниво на контрол върху услугите по заявка от страна на потребителите, което обосновава по-малко строгото регулиране в някои области.

Правилата на ДАВМУ се прилагат само по отношение на доставчиците на медийни услуги. Определението на тази концепция се основава на понятието за редакционна отговорност⁵². Докато доставчикът носи отговорност за избора на съдържание и определя начина, по който е организиран, неговите услуги се регламентират от ДАВМУ, дори ако съдържанието се предоставя чрез Интернет.

Линейните и нелинейните услуги все повече ще се конкурират на един и същи екран, като понякога дори ще предлагат по два канала за доставка едно и също съдържание на вниманието на една и съща публика. С новите форми на съдържание по заявка, които изглеждат по-скоро като пасивно линейно съдържание, разликата между линейните и нелинейните услуги от гледна точка на потребителя може да се размие. Ако в контекста на сближаване на медиите линейното и нелинейното предоставяне на сходно съдържание трябва да се считат за конкурентни, то очевидно настоящите разлики в режимите могат нарушат конкуренцията. От друга страна, ако степента на контрол от страна на потребителите се запази като съществен елемент от ползването, то едно разделно регулиране би имало известен смисъл. Това изисква създателите на политики да разсъждават върху начините, по които тези промени ще засегнат възприятията на потребителите по отношение на получената услуга и ефективността на сегашните инструменти.

ДАВМУ се прилага само към доставчиците, които се намират под юрисдикцията на ЕС. Когато се предоставят чрез спътник, аудио-визуалните медийни услуги попадат под юрисдикцията на държава членка, ако възходящия спътников сигнал се излъчва от територията на държавата членка или ако използваният спътников капацитет принадлежи на въпросната държава членка⁵³. Тези правила не обхващат съдържание, предоставено по интернет от държави извън ЕС, но предназначено за ЕС.

С медийните услуги от държави извън ЕС, които са все по-достъпни по интернет и чрез спътников сигнал, усилията да се установи юрисдикцията по отношение на тези услуги би следвало да включват оценка на необходимостта да се вземат мерки срещу припокриващата се юрисдикция. Подобни въпроси са в процес на обсъждане в областта на защитата на данните.

Предоставянето на нелинейни услуги също е предмет на Директивата за електронната търговия. В една сближаваща се среда връзката на тази директива с ДАВМУ става все по-ясна⁵⁴. Това се отнася и за законодателството за защита на данните, тъй като обработката на лични данни, често е предпоставка за функционирането на нови услуги, въпреки че индивидът често не е добре информиран относно събирането и обработката

⁵¹ Член 1, параграф 1, буква ж) от ДАВМУ: „аудиовизуална медийна услуга по заявка“ (т.е. нелинейна аудиовизуална медийна услуга) означава аудиовизуална медийна услуга, предоставена от доставчик на медийни услуги за гледане на предавания в избран от потребителя момент по негова лична заявка въз основа на каталог на предавания, подбрани от доставчика на медийни услуги;

⁵² Това означава физическото или юридическото лице, което носи редакционна отговорност за избора на аудио-визуалното съдържание на аудио-визуалната медийна услуга, и определя начина, по който тя е организирана (член 1, параграф 1, буква г) от ДАВМУ). Това изключва физическите или юридическите лица, които само разпространяват програми, за които редакционна отговорност носят трети страни.

⁵³ Член 2, параграф 4 от ДАВМУ.

⁵⁴ Вж. по-специално клаузата за вътрешния пазар в член 3, както и член 4 и членове 6, 7 и 8.

на личните данни. В момента, в който данните, генерирани по време на потреблението на аудио-визуални медийни услуги, бъдат свързани с установено или установимо физическо лице, те представляват лични данни и, в резултат, попадат в обхвата на Директивата на ЕС за защита на данните (95/46/ЕО)⁵⁵. Друга съответна регулаторна област е защитата на потребителите⁵⁶.

Предвид глобалния и сложен характер на интернет саморегулацията изглежда подходящо допълнение към регулаторния подход. През 2012 г. Комисията стартира процес⁵⁷ с предприятията и другите заинтересовани страни за създаване на кодекс с добри практики за процеси на самостоятелно и съвместно регулиране. Това доведе до изготвянето на проект за принципите на по-добро самостоятелно и съвместно регулиране, целящ да осигури по-висока ефективност⁵⁸.

Те следва да се разглеждат като базов показател за процесите на самостоятелно и съвместно регулиране, които вече са споменати в ДАВМУ⁵⁹.

В контекста на постепенно сближаване на медиите медийната грамотност става все по-важна за публиката, независимо от нейната възраст. Комисията изготви редица насоки за политика по отношение на медийната грамотност в допълнение на включените в ДАВМУ⁶⁰. Медийната грамотност се разбира като способността за използване на медиите, за разбиране и критична оценка на техните различни аспекти и съдържание и за изграждане на комуникации в различни контексти⁶¹.

ВЪПРОСИ ЗА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ:

- (10) Предвид сближаването между медиите има ли доказателства за пазарно изкривяване, причинено от регулаторното разграничение между линейни и нелинейни услуги? Ако да, какъв би бил най-добрият начин за коригиране на тези изкривявания, като в същото време се защитават ценностите, залегнали в основата на регулаторната рамка на ЕС за аудио-визуалните медийни услуги?
- (11) Необходимо ли е да се адаптира определението за доставчиците на аудио-визуални медийни услуги и/или обхвата на ДАВМУ, с цел на онези, които понастоящем са извън обхвата, да се вменят всички или част от задълженията по ДАВМУ или има други начини да се защитят ценностите? В кои области

⁵⁵ Директива 95/46/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 24 октомври 1995 г. за защита на физическите лица при обработването на лични данни и за свободното движение на тези данни (ОВ 281, 23.11.1995 г., стр. 31—50).

⁵⁶ Напр. Директива 2005/29/ЕО относно нелоялните търговски практики защитава потребителите от заблуждаващия или агресивен маркетинг и гарантира, че всяко твърдение на търговци в ЕС е ясно, точно и обосновано; а Директива 2011/83/ЕО относно правата на потребителите регулира няколко области от правата на потребителите, като хармонизира някои от тях. Данните за цифровите продукти, които могат да бъдат изтеглени или гледани онлайн, например ще трябва да предоставят ясна информация за оперативната съвместимост и функционалността.

⁵⁷ Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите — Обновена стратегия на ЕС за периода 2011—2014 г. за корпоративната социална отговорност“ COM (2011) 681 окончателен, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:BG:PDF>.

⁵⁸ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/principles-better-self-and-co-regulation-and-establishment-community-practice>.

⁵⁹ Член 4, параграф 7

⁶⁰ Член 33

⁶¹ Съобщение от Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите — „Европейски подход към медийната грамотност в цифрова среда“ COM (2007) 833 окончателен.

	може да се обърне специално внимание на самостоятелното/съвместното регулиране?
(12)	Какво би било отражението от една промяна на аудио-визуалния регулаторен подход върху принципа на страна на произход и следователно върху единния пазар?
(13)	Увеличеното сближаване в аудио-визуалния пейзаж подлага ли на изпитание връзката между разпоредбите на ДАВМУ и тези на Директивата за електронната търговия по нови начини и в кои области? Бихте ли могли да посочите практически примери за това?
(14)	Какви инициативи на европейско равнище биха могли да допринесат за повишаване на равнището на медийна грамотност в Европа?

3.2. Свобода и плурализъм на медиите⁶²

Свободата и плурализмът на медиите са заложили в член 11 от Хартата на основните права на Европейския съюз. ДАВМУ⁶³ и правилата за конкуренцията на равнище на ЕС и на национално равнище допринасят за поддържането на медийния плурализъм.

Чрез интернет гражданите получават достъп до безпрецедентно количество информация и съдържание отвъд националните предложения и могат да участват в изграждането на мнение. Това улеснява свободата на словото и укрепва плурализма на мненията.

В същото време начините, по които хората възприемат информацията, се променят. Филтриращите механизми, включително персонализираните резултати от търсене, увеличават вероятността хората да получават новини в собствената си област на интереси и от гледната точка, с която са съгласни. От една страна, тези механизми за филтриране и персонализиране разполагат с ясен потенциал за предоставяне на повече възможности на гражданите, като им позволяват да се справят ефективно с информационното претоварване, характерно за цифровата среда, и да получават персонализирани услуги, съответстващи на техните индивидуални нужди. От друга страна, това може да намали ролята на медиите като редактори на обществената сфера и да засили ролята на доставчиците на платформи, например дружествата, базирани в интернет. Последните биха могли не само да определят какво съдържание да е достъпно, но и да повлияят на избора, например чрез промяна на честотата на показване на дадено съдържание, като намалят способността на гражданите да променят менюто или ограничат някои приложения. Това би могло да окаже влияние върху фактическия избор на гражданите за достъп до медийни предложения, представляващи плурализъм на мнения, и може да доведе до ситуация, в която гражданите потенциално се намират в уязвимо положение, но без да го осъзнават. Наличието на множество платформи, предлагащи стойностно съдържание на потребителите, като и отвореността на тези платформи, е важно условие за просперитета на медийния свят.

Държавите членки могат да налагат разумни задължения за пренос на операторите на мрежи за разпространението на определени радио и телевизионни канали за широката

⁶² Трябва да се отбележат и обществените консултации относно свободата на медиите и плурализма <http://ec.europa.eu/digital-agenda>.

⁶³ ДАВМУ подкрепя медийния плурализъм, като позволява свободната циркулация на аудио-визуалните медийни услуги в рамките на единния пазар въз основа на принципа на страна на произход, като например в член 14. Това заедно със специфичните правила относно насърчаването на европейските произведения подкрепя медийния плурализъм.

общественост, ако значителен брой зрители използват такива мрежи като основно средство за достъп до тези канали⁶⁴. Когато способността да се достигне до публиката зависи от оскъдни ресурси за пренос, това е начин да се гарантира предоставянето на определени канали, когато държавите членки считат осигуряването на съдържанието за необходимост от гледна точка на обществения интерес. В сферата на широколентовия достъп капацитетът за пренос по-слабо ограничава избора на съдържание, достъпно за зрителите.

Достъпността на „съдържанието от обществен интерес“, включително в онлайн средата, може да бъде ограничена на практика от бизнес решения, като например тези на производителите на оборудване и/или от операторите на платформи, които могат да бъдат достъпни чрез това оборудване или дори от самите доставчици на съдържание⁶⁵.

Държавите членки могат също така да уточнят услугите за цифрово радиоразпръскване, достъпът до които трябва да бъде гарантиран, а националните регулаторни органи могат да налагат задължения на операторите за предоставяне на достъп до електронните програмни указатели (ЕПУ)⁶⁶.

Дори ако съдържанието е достъпно, намирането на „съдържание от обществен интерес“ в голямата многоканална среда може да бъде потенциално предизвикателство за зрителите. Поради това държавите членки имат също така възможност да налагат задължения във връзка с представителните аспекти на електронните програмни указатели и подобни регистрационни и навигационни средства⁶⁷.

ВЪПРОСИ ЗА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ:

- (15) Трябва ли възможността за предопределяне на избора чрез филтриращи механизми, включително в системи за търсене, да бъде предмет на публична интервенция на равнището на ЕС?
- (16) Какъв трябва да е обхватът на съществуващото регулиране на достъпа (член 6 от Директивата за достъпа) и универсалната услуга (чл. 31 от Директивата за универсалната услуга), с оглед на все по-голямото сближаване на линейни и нелинейни услуги в рамките на общи платформи? В условията на сближаване на радиоразпръскването и широколентовия достъп съществуват ли специфични нужди за гарантиране на достъпността и удобството да се намира и потребява „съдържание от обществен интерес“?

3.3. Рекламни съобщения

С ДАВМУ са установени ограничения върху програмното време за излъчване на реклама — 12 минути на час, и са формулирани критерии, свързани с рекламата на някои продукти, както и с рекламата по отношение на непълнолетните. Правилата за качеството се прилагат по същия начин към линейни и нелинейни услуги, въпреки че правилата за количеството се прилагат само по отношение на линейните услуги. С оглед на нарастващата конкуренция между линейните и нелинейните услуги и факта, че

⁶⁴ Член 31 от Директива 2002/22/ЕО за универсалната услуга, изменена с Директива 2009/136/ЕО за правата на гражданите.

⁶⁵ В случай на цифрово телевизионно оборудване би могъл да се използва член 24 от Директивата за универсалната услуга, за да се осигури оперативна съвместимост. Приложение VI понастоящем гарантира, че напр. устройствата, които могат да декодират кодирани предавания, могат да показват и некодирани предавания.

⁶⁶ Член 5, параграф 1, буква б) от Директива 2002/19/ЕО за достъпа, изменена с Директива 2009/140/ЕО.

⁶⁷ Член 6, параграф 4 от Директива 2002/19/ЕО за достъпа, изменена с Директива 2009/140/ЕО.

нелинейните услуги могат да бъдат предоставяни от доставчици, които не попадат в юрисдикцията на ЕС, европейските радио- и телевизионни оператори се опасяват, че тази асиметрия ги поставя в неравностойно положение.

В контекста на сближаването някои иновативни рекламни техники подлагат на изпитание съществуващите правила. Комисията бе информирана за загриженост по отношение на рекламните елементи⁶⁸ при линейните услуги и въпросът дали това би могло да попречи на основната цел за регулирането на рекламите, по-специално дали такива рекламни елементи биха могли да бъдат показвани със или без съгласието на потребителите и радио- и телевизионните оператори. Прикритите рекламни съобщения в онлайн средата също биха могли да представляват предизвикателство.

Персонализирането на предложенията на съдържание може да е от полза за потребителите и рекламодателите, но е възможно да зависи от инструменти, които повдигат въпроси по отношение на защитата на личните данни. Европейските правила за защита на данните⁶⁹ могат да увеличат доверието на потребителите в иновативните бизнес модели, което е декларираната цел на предложенията на Комисията за реформа на регулаторната рамка на ЕС, представени през януари 2012 г.⁷⁰ Рекламната индустрия е въвела саморегулираща⁷¹ се система за поведенческа реклама онлайн, която в бъдеще може да бъде разширена, за да обхване освен рекламните надписи и видео рекламите. Инициативите за стандартизация на сектора като DNT („Do Not Track“)⁷² следва също да бъдат взети предвид.

ВЪПРОСИ ЗА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ:

- (17) Дали настоящите правила на ДАВМУ по отношение на рекламните съобщения ще продължават да са подходящи, когато сближаването постепенно се превърне в реалност? Можете ли да предоставите някои конкретни примери?
- (18) Кой регулаторни инструменти биха били най-подходящи, за да се отговори на бързо променящите се рекламни техники? Има ли повече възможности за самостоятелно/съвместно регулиране?
- (19) Кой трябва да реши дали да се допускат рекламни елементи или други нови техники на екрана?

3.4. Защита на непълнолетните

Многообразието от съдържание, разпространявано по различно регламентирани линейни и нелинейни канали, отслабва въздействието на сега действащия за линейните услуги регулаторен режим спрямо достъпа на децата до съдържание. Ефективната проверка на възрастта, също и преди достъпа на подрастващите до съдържание, продължава да бъде предизвикателство. Освен това разликите в регулаторния подход

⁶⁸ Визуални елементи, които се появяват на екрана по време на предаване.

⁶⁹ Директива за правото на неприкосновеност на личния живот и електронни комуникации и Предложението за Регламент относно защитата на данните за изменение на сега действащата Директива за защита на данните.

⁷⁰ COM(2012)11 — Регламент на Европейския парламент и на Съвета относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни (общ регламент относно защитата на данните)

⁷¹ Трансевропейска рамка за саморегулиране на поведенческата реклама онлайн: <http://www.iabeurope.eu/news/self-regulation-framework.aspx>.

⁷² Глобален DNT стандарт ще опише техническите подробности на „сигнала“, който потребителите могат да изпращат до доставчиците чрез своето онлайн оборудване, включително своя уеб браузър. Сигналят ще указва техните предпочитания относно проследяването. <http://blogs.ec.europa.eu/neelie-kroes/donottrack/>.

спрямо различните видове съдържание на екрана биха могли да затруднят потребителите да решат пред кои органи да се оплачат⁷³.

В публикуваната през май 2012 г. „Европейска стратегия за по-добър интернет за децата“⁷⁴ Комисията твърди, че следва да се разработи повече качествено съдържание за деца и че децата трябва да бъдат защитени и когато ползват интернет. 31 водещи дружества по цялата верига за създаване на стойност са се обединили в коалиция за развитие чрез процес на саморегулиране на подходящи мерки за пет ключови действия: i) опростени и надеждни инструменти за обратна връзка от страна на потребителите; ii) настройки, съобразени с възрастта, за защита на личните данни; iii) по-широка употреба на класификацията на съдържанието; iv) по-голяма наличност и ползване на родителския контрол; и v) ефективно отстраняване на свързаните с педофилия материали. Някои от тези действия са свързани с ДАВМУ и могат да бъдат подкрепени чрез изменение на законодателството. Колективните резултати и ангажименти бяха оповестени публично, включително препоръките за най-добри практики. Дружествата представиха индивидуални декларации относно изпълнението на тези препоръки. Комисията ще продължи да си сътрудничи с Коалицията като платформа за обсъждането на напредъка през 2013 г.

ВЪПРОСИ ЗА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ:

- (20) Подходящи ли са действащите правила на ДАВМУ за справяне с предизвикателствата на защитата на непълнолетните в контекста на постепенното сближаване на медиите?
- (21) Въпреки че инструментите за родителски контрол присъстват все по-често в устройствата и платформите, използвани за достъп до съдържание, тяхното разпространение изглежда ограничено за момента. Кой механизми биха били подходящи, за да се запознаят родителите с тези инструменти?
- (22) Какви мерки биха били подходящи за ефективната проверка на възрастта на потребителите на аудио-визуално съдържание онлайн?
- (23) Следва ли ДАВМУ да бъде променена, за да обхване по-конкретно категоризацията на съдържанието, неговата класификация и родителския контрол върху програмните канали?
- (24) Следва ли потребителите да бъдат по-добре информирани и научени как да изпращат коментари или да подават жалба във връзка с различни видове съдържание? Подходящи ли са сегашните механизми за разглеждане на жалбите?
- (25) Подходящи ли са средствата за разглеждане на жалбите (финансови, регулаторни или други средства), за да се осигури подходяща обратна връзка след съобщаване относно вредно или незаконно съдържание, по-специално свързано с деца? Какви следва да бъдат съответните роли и отговорности на публичните органи, НПО и доставчиците на продукти и услуги, за да се гарантира, че на хората, които съобщават за вредно или незаконно съдържание и подават жалби, е осигурена адекватна обратна връзка?

⁷³

Пример, в който се разглежда този проблем, е ParentPort.

⁷⁴

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-445_bg.htm.

3.5. Достъпност за хора с увреждания

Осигуряването от технологията възможности в помощ на хората със слухови, зрителни или мозъчни увреждания са повече от всякога. Тези възможности обаче могат да бъдат изгубени, ако съдържанието за достъпност, т.е. субтитрите, езика на знаците или аудио описанието, не се произвежда или не се предоставя на крайните потребители.

ДАВМУ вече задължава държавите членки да насърчават доставчиците на медийни услуги постепенно да увеличат достъпността до услугите си за хората с увредено зрение или слух. Степента на прилагане на тази разпоредба от държавите членки значително се различава. Услугите за достъпност могат да бъдат включени в задълженията за пренос, наложени от държавите членки.

Комисията представи предложение за Директива относно достъпността на уебсайтовете⁷⁵ и търси начини за допълнително подобряване на положението на стоките и услугите за достъпност на пазара на ЕС, както и определи общи изисквания за достъпност в предстоящия Европейски акт за достъпност. Приемането на европейски стандарт, обхващащ и свързаните с достъпността до аудио-визуално съдържание въпроси, се очаква до края на 2013 г.

ВЪПРОСИ ЗА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ:

- (26) Смятате ли, че са необходими допълнителни усилия за стандартизация в тази област?
- (27) Какви стимули биха могли да бъдат предложени, за да се насърчават инвестициите в иновативни услуги за хората с увреждания?

4. СЛЕДВАЩИ СЪПКИ

Всички заинтересовани страни са поканени да коментират идеите, представени в настоящата зелена книга, включително и чрез отговор на изброените специфични въпроси, на следния адрес:

CNECT-CONVERGENCE-AV@ec.europa.eu

European Commission

Directorate- General for Communications Networks, Content and Technology

Unit G1

Office BU25 05/181

B- 1049 -Brussels

В този контекст Комисията може да организира или да участва в срещи със заинтересованите страни, включително сектора, потребителите, инвеститорите, членове на Европейския парламент и на Съвета.

Моля да изпратите коментарите си до 31.8.2013 г. Получените предложения ще бъдат публикувани на уебсайта на ГД „Съобщителни мрежи, съдържание и технологии“, освен ако техният автор изиска друго. За информация относно обработката на личните данни, коментари и предложения е важно да се прочете специалната декларация за поверителност във връзка с допитването.

⁷⁵ Предложение за Директива на Европейския парламент и на Съвета относно достъпността на уебсайтовете на органите от обществен сектор, COM (2012) 721 final.