



Брюксел, 3.12.2020 г.
COM(2020) 784 final

**СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, СЪВЕТА,
ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ И КОМИТЕТА
НА РЕГИОНИТЕ**

**Европейските медии в цифровото десетилетие:
План за действие в подкрепа на възстановяването и трансформацията**

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Секторът на информационните медии и аудио-визуалният сектор в Европа имат решаващо значение за информирането и развлечението на гражданите по време на пандемията от COVID-19. По време на месеците с ограничаване на движението на гражданите значително се увеличи търсенето на проверена информация и новини, докато филмите, сериалите или видеоигрите бяха основен източник на развлечение.

Една свободна, многообразна и динамична медийна среда е от ключово значение за укрепване на отворените и демократични общества и за насърчаване на културното многообразие на Европа. Европа е водеща сила в сферата на изкуството и културата. Използването на потенциала на единния европейски пазар за насърчаване на културното многообразие ще бъде от полза за медиите, аудио-визуалния сектор и за културата като цяло.

Европейският медиен сектор

Медийният сектор като цяло обхваща различни предприятия, които създават и разпространяват съдържание, които споделят полезни взаимодействия и чиято стойност се основава на интелектуалната собственост. Секторът до голяма степен се състои от малки и средни предприятия (МСП), въпреки че някои по-големи медийни дружества разполагат с достатъчен мащаб, за да включат медийни дейности в различни сектори и по веригата на стойността. Медийният сектор като цяло допринася за създаването на работни места и за растеж с оборот, надхвърлящ 3 % от БВП¹.

В настоящото съобщение се обръща особено внимание на информационния медиен сектор (включително печатна и онлайн преса, радио и аудио-визуални услуги) и аудио-визуалните развлечения, по-специално кино, телевизия, радио и видео стрийминг, както и видео игри и иновативни формати, като преживявания във виртуалната реалност.

¹ Прогнози на Европейската комисия въз основа на данни на Евростат и други източници, включително Европейската аудио-визуална обсерватория, Statista.

ИНФОРМАЦИОННИЯТ МЕДИЕН СЕКТОР и АУДИО-ВИЗУАЛНИЯТ СЕКТОР накратко



131 млрд. Евро + 62 млрд. евро
= 193 млрд. евро оборот*

*оборот в ЕС-27; оценки на KEA/Deloitte въз основа на Евростат и други източници

Въздействието на COVID-19

Пандемията засегна силно културната и творческата екосистема, неразделна част от която са информационната медийна и аудио-визуална индустрия. По време на всеобщото ограничаване на движението на гражданите през второто тримесечие на 2020 г. приходите от реклама в информационната издателска дейност спаднаха с между 30 % и 80 %², а в телевизионната — с 20 %³. Европейските МСП в областта на медиите са изправени пред сериозни проблеми с ликвидността, като същевременно безработицата се увеличава, а много медийни специалисти и журналисти се оказват без доходи, особено тези, които са обект на несигурни трудовоправни отношения или са на свободна практика⁴. Кинозалоните претърпяха срив в приходите⁵ (със загуби, оценени на 100 000 евро на екран на месец по време на ограниченията на движението на гражданите), като същевременно заснемането на нови филми, програми и телевизионни сериали в много случаи е прекратено и

² <http://www.newsmediaeurope.eu/news/covid-19-and-the-news-media-journalism-always-comes-at-a-cost/>

³ Европейска аудио-визуална обсерватория, Ampere Analysis, октомври 2020 г.

⁴ За преглед на аудио-визуалния сектор в контекста на COVID-19 посетете: <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46>

⁵ <https://www.unic-cinemas.org/en/news/news-blog/detail/the-impact-of-the-coronavirus-outbreak-on-the-european-cinema-industry/>

често не може да се разчита на застрахователни полици, пригодени да покриват събития като глобална пандемия⁶.

Успоредно с това кризата ускори основните тенденции, които отдавна са в ход в областта на цифровите технологии. По време на ограниченията на движението на гражданите онлайн платформите засилиха пазарната си позиция, започнаха да предлагат нови услуги и привлякоха нова аудитория. Новите онлайн платформи на социалните медии, базирани до голяма степен на аудио-визуално съдържание, също поставиха рекорд в броя на свалянията, особено сред младите потребители⁷.

Амбицията с настоящото съобщение е да се ускори възстановяването, трансформацията и устойчивостта на медийната индустрия. Необходимо е да се справим със структурните предизвикателства, пред които са изправени аудио-визуалната и информационната медийна индустрия. В информационния медийен сектор традиционните медии трудно се адаптираха към онлайн пазар, в който основната част от приходите от реклама отива при глобални онлайн платформи. С появата на COVID-19 рекламодателите намалиха общите си разходи за реклама в контекста на икономическата несигурност, като допълнително поставиха под въпрос устойчивостта на сектора и потенциално засегнаха достъпа на гражданите до плуралистични и независими източници на информация.

Най-голямото предизвикателство пред аудио-визуалния сектор е фрагментацията на пазара. Европейските аудио-визуални дружества като цяло се фокусират върху националните аудитории с няколко изключения. В рамките на ЕС европейските филми се изнасят средно в три държави, докато американските филми се изнасят в 10 държави. Американските филми също така представляват 66 % от приходите на ЕС от филмовите прожекции⁸. В резултат на това дори най-големите европейски медийни участници са значително по-малки от тези на основните им световни конкуренти. Делът на европейските групи в приходите на първите 50 световни аудио-визуални групи е 11 % в сравнение с над 70 % на американските групи⁹.

Ролята на платформите в европейския аудио-визуален пазар

Редица мощни международни платформи за видео по заявка навлязоха на европейския пазар и успешно продуцират съдържание в Европа. Това представлява както възможност, така и предизвикателство за европейските независими аудио-визуални продуценти и произведения.

От една страна, платформите могат да предоставят на европейските продуценти и творци достъп до по-широка международна аудитория, както и атрактивни възнаграждения. В някои случаи те се допълват от стимули въз основа на използването на филма/сериала и/или на бонуси, свързани с успеха на работата на

⁶ Липсата на адекватна застраховка е подчертана и в контекста на мерките, предприети от националните филмови фондове за справяне с пандемията: <https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak>.

⁷ Например: <https://www.businessinsider.com/tiktok-app-2-billion-downloads-record-setting-q1-sensor-tower-2020-4?r=US&IR=T>.

⁸ Европейска аудио-визуална обсерватория.

⁹ Европейска аудио-визуална обсерватория.

платформите.

От друга страна, прилагането от платформите на това, което би могло да се определи като модел на „служебно произведение“ [work-for-hire] (т.е. придобиване от самото начало и завинаги на всички права върху интелектуална собственост в световен мащаб от продуцента и/или от отделни създатели) може да „заклучи“ продуцентите/талантите във въпросната платформа.

Аудио-визуалните дружества следва да бъдат в състояние да разглеждат европейския континент, а не само съответните си национални пазари, като свой роден пазар. За да се случи това, европейските участници трябва да достигнат достатъчен мащаб, за да надхвърлят националните граници и да инвестират в съдържание, таланти, популяризиране, разпространение, иновации и технологии навсякъде в ЕС. Дружествата в информационния медиен сектор следва да могат да намерят достатъчно работещи и устойчиви модели на финансиране, за да осигурят достъп на гражданите до плуралистична, разнообразна и независима медийна среда, включително на регионално и местно ниво.

Цифровата трансформация ще бъде ключът, който отключва този истински потенциал. Това важи за икономиката като цяло и медиите не са изключение. Европа разполага с всички необходими активи, за да се развива в цифровото десетилетие със своя единен пазар и 450 милиона потребители, с резерва си от таланти, с креативността на своите продуценти, автори и изпълнители и с качеството на европейското съдържание.

Чувство за неотложност

Комбинацията от основните тенденции и извънредното положение във връзка с COVID-19 би могла да подкопае устойчивостта на медийния сектор в Европа и неговата демократична роля, ако няма силни действия на политиката в отговор на това. Това би могло да отслаби културното многообразие и медийния плурализъм на Европа.

Заедно с медийната и творческата свобода, европейските граждани трябва да продължат да се възползват от богатството на информация и развлечения, предоставяни от медийния сектор, и да разчитат на открит демократичен дебат. В същото време те следва да разполагат с правото да избират свободно от това разнообразие от възможности, да могат да се ориентират в съвременната информационна среда и да взимат информирани решения.

Правата върху интелектуалната собственост¹⁰ са от съществено значение за медийния сектор. Ефективното прилагане на правата върху интелектуалната собственост, и по-специално на авторските права, е ключов елемент в подкрепа на индустрията, особено в настоящите трудни времена.

¹⁰ Вж. COM(2020) 760 — За максимално оползотворяване на потенциала за иновации на ЕС — План за действие в областта на интелектуалната собственост в подкрепа на възстановяването и устойчивостта на ЕС https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/ip_20_2187

ЕС наскоро осъвремени своята регулаторна рамка с преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги¹¹ и реформата в областта на авторското право¹² след обширни дебати за това как най-добре да се осигури свободата на изразяване във всичките ѝ аспекти. Настоящото съобщение се основава на този модерен набор от правила, като се предлагат допълнителни стъпки, съчетаващи инвестиции с други действия на политиката, за да се помогне на медийния сектор да се справи с кризата и след това да стане по-конкурентоспособен. В съответствие с това настоящото съобщение е изградено около три теми:

а) *Възстановяване*: какво възнамерява да направи Комисията, за да помогне на аудио-визуалните и медийните дружества да се справят с настоящата буря и да осигури ликвидност и финансова подкрепа;

б) *Трансформиране*: справяне със структурните проблеми, като се помогне на индустрията да се изправи пред двойния преход на изменението на климата и цифровизацията в контекста на ожесточена световна конкуренция;

в) *Предоставяне на възможности и права*: определяне на условията, които дават възможност за повече иновации в сектора, като същевременно се гарантират истински еднакви условия на конкуренция и се предоставят на гражданите права за по-лесен достъп до съдържание и за вземане на информирани решения.

Икономическото възстановяване и конкурентоспособността на медийния сектор са предпоставка за здрава, независима и плуралистична медийна среда, която от своя страна е от основно значение за нашата демокрация. Настоящото съобщение допълва европейския план за действие за демокрация. В него се разглеждат рисковете за европейските демократични системи в областта на дезинформацията, почтеността на изборите, свободата на медиите и плурализма. Той включва поредица от инициативи за създаване на по-безопасна и по-добра среда, в която журналистите да вършат работата си, както и за насърчаване на медийната грамотност.

Настоящото съобщение също така е напълно приведено в съответствие с предстоящите предложения на Комисията относно законодателния акт за цифровите услуги и законодателния акт за цифровите пазари, които ще имат за цел да модернизират правната рамка, приложима за цифровите услуги в ЕС. Заедно те ще определят ясни правила и отговорности за онлайн платформите и най-вече за най-мощните, за да се осигурят еднакви условия на конкуренция онлайн.

Здравата медийна среда е от съществено значение също така за демократичността и стабилността на държавите, обхванати от процеса на разширяване на ЕС, и съседните държави. Където е приложимо и целесъобразно, инициативите, които са очертани в настоящото съобщение, включително тези, насочени към информационните медии и медийната грамотност, ще бъдат отворени за независими професионални медии в държавите, обхванати от политиките за разширяване и съседство на ЕС. Те ще допълнят и укрепят дейностите, посочени в Плана за действие на ЕС относно правата на човека и демокрацията за периода

¹¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package>

¹² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/human-capital>

2020—2024 г.¹³ Когато е уместно, действията също така ще допринесат за популяризиране на европейското медийно съдържание в трети държави.

Необходимостта от приобщаващ европейски медиен сектор, който отразява многообразието на Европа, ще бъде взета под внимание по отношение на изброените в настоящото съобщение действия. Те ще бъдат прилагани чрез насърчаване на равния достъп до възможности и ресурси за хора, които в противен случай биха могли да бъдат изключени или маргинализирани, включително достъп до съдържание от хора с увреждания¹⁴.

В действащите правила за държавна помощ се уточняват условията, при които държавите членки могат да предоставят публична подкрепа. За да улесни подкрепата от страна на националните органи, Съветът прикани Комисията да направи оценка на прилагането на правилата за държавна помощ за сектора на печатните издания. Комисията извършва оценка на необходимостта от подходящи действия. Временната рамка за държавна помощ се прилага и по отношение на специфични за сектора мерки, като помощ за сектора на печатните издания, музикалния и аудио-визуалния сектор¹⁵.

2. ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ

Медийните дружества представляват жизненоважни за конкурентоспособността на Европа активи. Ето защо е от основно значение да се осигури подходяща финансова подкрепа и ликвидност, което да им позволи да се справят с настоящата икономическа буря. В този контекст програмата „Творческа Европа“ и по-специално нейното направление „МЕДИА“ ще играят решаваща роля. През последните 30 години тази програма е основният инструмент на ЕС в подкрепа на културните и творческите сектори, включително аудио-визуалния.

Въз основа на политическото споразумение за следващия дългосрочен бюджет и за инструмента „Next Generation EU“, постигнато на 10 ноември 2020 г., бюджетът за програма „Творческа Европа“ за периода 2021—2027 г. ще се увеличи с около 58 %

¹³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=JOIN:2020:5:FIN>

¹⁴ Това ще бъде направено, като се вземе предвид Конвенцията на ООН за правата на хората с увреждания: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

¹⁵ Освен това, за да улесни подкрепата за печатните издания и да подобри прозрачността и предвидимостта на контрола върху държавните помощи в този сектор, Комисията е създавала и редовно ще актуализира онлайн хранилище, съдържащо случаи от практиката (https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa_decisions_to_media.pdf). Редовно актуализираната информация относно помощта, предоставена от държавите членки също ще бъде достъпна в регистъра за прозрачност. Важно е да се отбележи, че на 13 октомври 2020 г. Европейската комисия реши да удължи срока и да разшири обхвата на временната рамка за държавна помощ, приета на 19 март 2020 г., за да даде възможност на държавите членки да подкрепят предприятията в контекста на пандемията от COVID-19. Помощта, предоставена съгласно временната рамка, може да бъде кумулирана с помощта по регламентите за помощта *de minimis* (регламенти (ЕС) № 1407/2013, № 1408/2013, № 717/2014 и № 360/2012), която е освободена от задължението за уведомление, при условие че се спазват разпоредбите и правилата за кумулиране на тези регламенти.[SA.59106 (2020/N) — Схема за обезщетение на датския медиен сектор във връзка с COVID-19 — Дания; SA.57530 (2020/N) — COVID-19 — Схема за помощ за аудио-визуални продуцентски дружества — Люксембург; Държавна помощ SA.58801 (2020/N) — Италия COVID-19: Помощ за малки книгоиздатели и държавна помощ; SA.58847 (2020/N) — Италия COVID-19: Помощ за музика.].

с общ пакет от 2,2 млрд. евро по цени от 2018 г. (в сравнение с 1,4 милиарда за периода 2014—2020 г. по цени от 2018 г. — на равнището на ЕС-27). Също така въз основа на предложението на Комисията и в очакване на приключване на преговорите програмата ще включва за първи път действия, насочени към свободата и плурализма на медиите, журналистиката и медийната грамотност.

Комисията вече предприе редица действия през 2020 г. Въведени бяха мерки за гъвкавост по отношение на механизма за гарантиране на секторите на културата и творчеството¹⁶, по-специално увеличаване на гаранционното покритие до 90 % по отношение на отделни МСП и таван на гаранцията до 25 % за финансовите посредници заедно с кредитните ваканции. Подкрепата за мрежата на европейските кинозалони ще бъде увеличена с 5 милиона евро през първото тримесечие на 2021 г.

Европейските структурни и инвестиционни фондове¹⁷ имат потенциала да играят важна роля в подкрепа на медийния сектор. Секторът също така вече е допустим за подпомагане в рамките на двата пакета от „Инвестиционна инициатива в отговор на коронавируса“, която пренасочва съществуващите средства за сближаване към мерките за реакция при кризи, като например предоставяне на оборотен капитал на МСП¹⁸.

Допълнително финансиране за сближаване също се предоставя чрез инициативата „REACT-EU“¹⁹, в рамките на която секторът на културата е признат за приоритетен, като подкрепата ще бъде насочена към режими на работа при непълно работно време и самостоятелно заетите лица, както и за подкрепа на МСП.

Европейският инструмент за временна подкрепа с цел смекчаване на рисковете от безработица при извънредни обстоятелства също е важен инструмент за държавите членки, които трябва да мобилизират значителни финансови средства за борба с отрицателните икономически и социални последици от избухването на COVID-19 на тяхна територия²⁰.

Механизмът за възстановяване и устойчивост е важна възможност за държавите членки да инвестират в двойния цифров и зелен преход и да засилят устойчивостта на нашата промишленост. С всеки национален план за възстановяване и устойчивост ще се заделят най-малко 20 % от разходите за цифрови технологии. Мерките за стимулиране на продуцирането и разпространението на цифрово съдържание, например цифрови медии, ще се отчитат в рамките на тази цел.

В рамките на плановете за възстановяване и устойчивост и в съответствие с правилата за държавна помощ, националните реформи и инвестиции могат също да допринесат за укрепване на европейския цифров капацитет в областта на информационните медии и аудио-визуалните услуги, включително чрез проекти с

¹⁶ https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en

¹⁷ https://ec.europa.eu/regional_policy/bg/funding/

¹⁸ https://ec.europa.eu/regional_policy/bg/newsroom/coronavirus-response/

¹⁹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/IP_20_2140.

²⁰ https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/financial-assistance-eu/funding-mechanisms-and-facilities/sure_bg

участието на няколко държави, като съвместни продукции на европейско съдържание, инфраструктура за пространство на медийни данни на ЕС или капиталови инвестиции за насърчаване на европейската аудио-визуална продукция или разпространение (вж. действие 2 по-долу).

В този контекст, както е посочено в годишната стратегия за устойчив растеж на Комисията за 2021 г., държавите членки следва да обърнат внимание на секторите, които играят ключова роля за нашите демокрации, „особено медийния сектор, където подкрепата следва да се предоставя по начин, който зачита и насърчава свободата и плурализма на медиите“, както и на започването на обмен между държавите членки на най-добрите практики на механизмите за публична подкрепа²¹.

ДЕЙСТВИЕ 1 — По-лесен достъп до подкрепа от ЕС

- *Нов интерактивен инструмент, насочващ медийните дружества през различните инструменти за подкрепа*

В полза на: всички медийни дружества в ЕС, независимо от тяхната сфера на дейност (аудио-визуални, информационни медии и други) и големината

Комисията ще работи, за да гарантира, че медийните дружества могат да получат достъп до предоставяните от всички налични инструменти и програми възможности за подкрепа от ЕС. Поради това тя ще разработи специално за медийния сектор нов интерактивен инструмент, създаден в тясно сътрудничество с единния портал на ЕС относно възможностите за финансиране от ЕС²². Чрез него ще се предоставят насоки за това как да се кандидатства за съответна подкрепа от ЕС в контекста на многогодишната финансова рамка за периода 2021—2027 г., но също и чрез националните планове за възстановяване и устойчивост.

Инструментът ще обедини всички съответни възможности за финансиране от ЕС за аудио-визуалните медии и за информационните медии. Само с няколко щраквания всяко европейско медийно дружество, независимо от големината и насочеността му, ще бъде насочено към най-подходящия източник на подкрепа от ЕС според характеристиките и нуждите на дружеството. Дружествата също така ще могат да получават достъп до информация относно различните покани за конкурси, както и относно възможностите за помощ в процеса на кандидатстване.

Това ще се основава на съществуващите инструменти и на опита на мрежата „Enterprise Europe“²³, която предоставя подкрепа и насоки на дружествата, включително в медийния и аудио-визуалния сектор.

ДЕЙСТВИЕ 2 — Инициативата „МЕДИА ИНВЕСТ“ има за цел да стимулира инвестициите в аудио-визуалната индустрия

- *Специална инвестиционна платформа за капиталови инвестиции за*

²¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?qid=1600708827568&uri=CELEX:52020DC0575>

²² <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>

²³ <https://een.ec.europa.eu/>

насърчаване на европейските аудио-визуални продукции и стратегии за разпространение

- *Разработване на поредица от инвестиционни проекти чрез изграждане на капацитет за инвеститорите и инвестиционна готовност за дружествата*

В полза на: Европейски дружества за аудио-визуална продукция и разпространение

Европейската аудио-визуална индустрия се характеризира с голям брой силно иновативни и творчески независими дружества в областта на продуцирането и разпространението с висок потенциал за растеж. На тях обаче често им липсва финансова мощ, за да се конкурират на европейско и световно ниво. В същото време европейските инвеститори остават в голяма степен неосведомени за потенциала на тези дружества. Те често свързват инвестициите в такива дейности с големи рискове поради липса на резултати от успешни продукции и поради това, че активите са главно нематериални по своя характер.

Значителен принос за увеличаване на достъпа до кредитиране е направен чрез механизма за гарантиране на секторите на културата и творчеството²⁴. Този тип подкрепа ще продължи чрез програмата „InvestEU“.

Съществува обаче недостиг на капиталово финансиране за аудио-визуалния сектор, както и за други творчески сектори, който е оценен на 399—648 милиона евро годишно²⁵. Ето защо е необходима нова инициатива в подкрепа на капиталовото финансиране, за да се стимулира възможността за независима аудио-визуална продукция в Европа, която е в състояние да създава за международния пазар качествени произведения, идващи от всички части на Европа. Европейските дружества трябва да имат достъп до финансовите средства, за да станат по-автономни и да използват интелектуалната собственост върху съдържанието, което създават.

Комисията ще подкрепи създаването на специална инвестиционна платформа, стартирана със средства, идващи, *inter alia*, от подпрограма „МЕДИА“ към програма „Творческа Европа“ и от програма „InvestEU“. Тя ще има за цел да мобилизира частни инвеститори и ще бъде отворена за сътрудничество с национални промоционални институции и браншови организации. Платформата ще подкрепя аудио-визуални дейности, които могат да създадат висококачествени произведения за европейския и международния пазар, като координира използването и разпространението на правата между териториите.

Инвестиционната платформа ще помогне на аудио-визуалните дружества да се разраснат до международно равнище, за да могат да поемат по-големи рискове, да развият структурирани сътрудничества с дистрибутори или други медии, както и да управляват и използват своите каталози. На свой ред, чрез укрепване на собствените си средства, дружествата могат да инвестират в по-големи продукции,

²⁴ https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en

²⁵ Предварителна оценка на нови финансови инструменти за МСП, дружества със средна пазарна капитализация и организации от секторите на културата и творчеството, SQW, 2019 г.

които ще имат по-големи шансове да достигнат до по-широка аудитория и по-големи приходи.

Целта е да се привлекат инвестиции в размер на 400 милиона евро за период от 7 години, като по този начин се допринася значително за преодоляване на недостига от капиталово финансиране²⁶. При определени условия тя може да се комбинира с плановете за възстановяване и устойчивост на държавите членки, финансирани чрез инструмента за възстановяване „Next Generation EU“²⁷.

Инвестиционната платформа ще бъде допълнена с дейности за изграждане на капацитет за инвеститорите с цел повишаване на техните познания за световните пазари в областта на продуцирането и разпространението и свързаните с тях рискове, като им предоставя данни за пазарите. През 2021 г. ще се проведе конференция на инвеститорите с цел събиране и мобилизиране на инвеститорската общност.

Освен това въз основа на опита от механизма за гарантиране на секторите на културата и творчеството ще бъдат предложени действия за инвестиционна готовност на аудио-визуални дружества, заинтересовани от този вид инвестиция. Те ще получат индивидуални насоки, адаптирани към тяхната бизнес стратегия, за да привлекат инвеститори и да идентифицират най-обещаващите проекти.

ДЕЙСТВИЕ 3 — „НОВИНИ“: инициатива за обединяване на действия и подкрепа за информационния медиен сектор

- По-добър достъп до финансиране чрез заеми и пилотна капиталова инициатива
- Изграждане на капацитет сред инвеститори и медии
- Подкрепа за информационните медии с цел те да работят за съвместна трансформация
- Форум на европейските информационни медии

В полза на: Европейски информационни медийни дружества, журналисти и свързани организации

Информационните медии са както икономически сектор, така и обществено благо. Изискват се време, стабилност и ресурси, за да могат информационните медии да създадат независимо и надеждно съдържание. Това включва необходимостта от по-голям капацитет на медиите за анализиране и отразяване на научна информация по

²⁶ Съществува обаче недостиг на капиталово финансиране за аудио-визуалния сектор, както и за други творчески сектори, който е оценен на 399—648 милиона евро годишно. Източник: Предварителна оценка на новите финансови инструменти за МСП, дружествата със средна пазарна капитализация и организациите от секторите на културата и творчеството, SQW, 2019 г.

²⁷ В съответствие с предложението на Комисията за регламент за създаване на механизъм за възстановяване и устойчивост COM(2020) 408 final. В член 8 се предвижда подпомагането по механизма за възстановяване и устойчивост да бъде в допълнение към подкрепата, предоставяна по линия на други фондове и програми на Съюза. В член 22 се предвижда Комисията и държавите членки да осигурят ефективна координация между механизма за възстановяване и устойчивост и другите програми на Съюза.

важни обществени въпроси, като здравеопазване и изменение на климата. През последните няколко години обаче информационният медиен сектор е изправен пред непрекъснати промени поради развиващите се модели на приходите и преминаването към цифровите технологии. Изправени пред трудности с монетизацията в някои случаи медиите, по-специално на местно и на регионално равнище, трябваше да бъдат затворени, което доведе до опасност малките пазари да попаднат в „информационна пустиня“. Наблюдава се и спад в броя на медиите, които изпращат щатни кореспонденти в чужбина, което може да има пагубен ефект върху задълбочения анализ и професионалния репортаж. Извънредното положение във връзка с COVID-19 може да ускори тези тенденции, като същевременно европейските граждани разчитат на информационните медии повече от всякога, както е видно от нарастващия брой читатели и аудитория²⁸.

Комисията ще започне инициатива „НОВИНИ“, за да обедини действия и подкрепа за информационния медиен сектор. В тази инициатива ще бъде направен цялостен преглед на предизвикателствата, пред които е изправена информационната медийна индустрия, и ще бъде даден последователен отговор, който да обедини различни инструменти за финансиране под един общ флаг. По този начин ще се засилят съгласуваността, видимостта и въздействието на действията, подкрепяни в рамките на различни потоци на финансиране, като същевременно изцяло ще се зачита независимостта на медиите.

Комисията ще улесни по-добрия достъп до финансиране, като насърчава заемите и финансирането със собствен капитал:

- За информационните медии в търсене на ликвидност достъпът до заеми ще бъде улеснен благодарение на подкрепата на гаранцията InvestEU, основана на опита от механизма за гарантиране на секторите на културата и творчеството и на Европейския фонд за стратегически инвестиции.
- За информационните медии, които имат нужда от инвестиции, Комисията ще има за цел да създаде пилотен капиталов инструмент чрез програма „InvestEU“ за съвместни инвестиции със средства, идващи от филантропи, фондации и други частни партньори, който може да подкрепи, *inter alia*, информационния медиен сектор по новаторски начини.

Тези действия ще бъдат допълнени от услуги за изграждане на капацитет, които имат за цел да увеличат познанията за европейския информационен медиен пазар сред инвеститорите, както и сред медиите, и да подкрепят инвестиционна готовност сред европейските медии, по-специално местните медии. Това ще създаде условия за диалог и за ангажиране с потенциални инвеститори и ще улесни инвестициите.

Освен това ще бъде предоставена специална подкрепа под формата на безвъзмездни средства по междусекторното направление на програма „Творческа Европа“ за партньорства за сътрудничество в областта на информационните медии. С безвъзмездните средства ще се подкрепи тестването на нови бизнес модели, по-специално на местните медии, подпомагане на медиите при разработването на техните бизнес и редакционни стандарти, насърчаване на сътрудничеството и

²⁸<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/surveyKy/2262>

трансграничната журналистика, обучение и мобилност на специалисти, и споделяне на най-добри практики. За да се постигне максимално въздействие, ще бъде улеснена работата в мрежа на избраните проекти.

Комисията ще участва в редовни обмени с индустрията, за да работи за създаване на програма за иновации в областта на медиите, която може да помогне на сектора да се развива в условията на цифровата икономика и цифровото общество. За тази цел Комисията ще създаде форум на европейските информационни медии, който да работи със заинтересованите страни, включително медийните регулаторни органи, представителите на журналистите, саморегулиращите се органи (медийни съвети/съвети за печатни издания), гражданското общество и международните организации.

3. ТРАНСФОРМИРАНЕ

Целта на настоящия раздел е да се насърчи дългосрочната устойчивост и конкурентоспособност на медийната индустрия в Европа, съпътстваща по-специално двойния цифров и зелен преход. Това е важно и за да се подкрепи решаващата роля на сектора за задоволяване на обществените нужди и за насърчаване на европейските ценности.

Както и в много промишлени сектори, технологиите за данни са в центъра на трансформацията на медийния сектор²⁹. По-конкретно данните за аудиторията в области, в които глобалните конкуренти на Европа са добре позиционирани, като персонализирано разработване и популяризиране на съдържание, позволяват нови бизнес модели, основани на по-пряка връзка с клиентите³⁰. Ключов пример е рекламата, където интернет изпревари телевизията като основен канал през 2015 г. и оттогава стабилно затвърди своята водеща роля. През 2018 г. рекламата в интернет възлиза общо на над 50 милиарда евро, докато телевизионната реклама достигна по-малко от 40 милиарда евро³¹.

В същото време наличността на данни за потребителите продължава да нараства заедно с използването на смартфоните. Делът на читателите с достъп до новини от смартфон се е увеличил от 39 % през 2014 г. на 48 % през 2020 г. Това предлага нови възможности за създаване, популяризиране и разпространение на съдържание във формати, съобразени с нуждите на читателите.

В този контекст спазването на правата на защита на данните³² е от съществено значение за укрепване на основните права на физическите лица в цифровата ера и за улесняване на стопанската дейност чрез поясняване на правилата за дружествата и публичните органи на цифровия единен пазар.

Нововъзникващата област на потапящото съдържание също е сектор, чийто потенциал до голяма степен е неизследван и където могат да бъдат изградени

²⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0066&from=EN>

³⁰ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf.

³¹ Европейска аудио-визуална обсерватория.

³² https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_bg

полезни взаимодействия между медийния сектор и други ключови европейски индустрии.

Европейският медиен сектор не трябва да изостава по отношение на зеления преход. Поради това ще бъдат предприети действия за намаляване на въздействието на сектора върху околната среда в съответствие с целите на Европейския зелен пакт³³ — постигане на неутралност по отношение на климата до 2050 г., отделяне на икономическия растеж от използването на ресурси, възстановяване на биоразнообразието и намаляване на замърсяването.

ДЕЙСТВИЕ 4 — Разгръщане на иновациите чрез европейско пространство на медийни данни и насърчаване на нови бизнес модели

- *Създаване на пространство на медийни данни, за да се подпомогнат медийните дружества в споделянето на данни и разработването на иновативни решения*
- *Перспективи пред европейските медии: доклад за анализ на тенденциите в областта на медиите*

В полза на: Европейски издатели, телевизионни оператори, радиостанции, рекламни дружества, МСП в областта на медиите, доставчици на технологии, новосъздадени предприятия в областта на съдържанието и технологиите, създатели на съдържание, продуценти, разпространители

За да станат по-иновативни и конкурентоспособни, на европейските медийни дружества следва да се предостави възможност да вземат по-добри решения и да прилагат по-модерни решения въз основа на данни. Комисията предлага това да се постигне чрез насърчаване на създаването на европейско „пространство на медийни данни“. Тази инициатива се основава на европейската стратегия за данните³⁴ и ще бъде осъществена при пълно спазване на законодателството за защита на данните.

Пространствата на данни могат да променят начина, по който си сътрудничат създатели, продуценти и разпространители. Те съхраняват съответните медийни данни, като съдържание, данни за аудиторията и мета-данни на съдържание, както и други видове данни относно поведението на потребителите, които биха могли да бъдат полезни за създаване на по-добро съдържание съобразно нуждите на потребителите, както и за по-ефективното му разпространение.

Инициативата за пространство на медийни данни, финансирана чрез програмите „Хоризонт Европа“ и „Цифрова Европа“, ще подкрепи издателите на печатни издания, телевизионните оператори, други медийни дружества и доставчици на технологии в създаването на пространство на данни, предназначено за медийни приложения. Програмата „Цифрова Европа“ ще помогне за разгръщането на инфраструктурата от данни и ще определи стратегия за оперативна съвместимост на данните. В съответствие с европейската стратегия за данните и новата хоризонтална инициатива за управление на данните³⁵ тя също така ще включва

³³ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_bg

³⁴ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-data-strategy_bg

³⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/ip_20_2102

съвременни инструменти и услуги, необходими за управлението и обработката на данните, ще определи условията за споделяне и използване на данните, включително интелектуалната собственост, защитата на личните данни и правилата за конкуренция. В рамките на инициативата ще се вземат предвид входните данни от широк кръг заинтересовани страни.

Инфраструктурата от данни следва да бъде налична както за обществените медии, така и за операторите на търговски медии, независимо дали са големи или малки, новосъздадени или установени участници. Например няколко европейски издатели на новини биха могли по един насърчаващ конкуренцията начин и зачитайки правилата за защита на данните да обединят своето съдържание и данни за потребителите, за да предоставят новини, насочени към техните собствени национални аудитории, като съответното съдържание се превежда автоматично на техните собствени езици. Пространството на данни може също да предостави ценна информация за услугите, които имат за цел да повишат възможността за лесно намиране на трансгранично медийно съдържание (новини и развлекателно съдържание), както и да улеснят достъпа до компютърни ресурси за творческите МСП. Освен това то може да позволи използването на полезни взаимодействия с набори от данни, създадени от други творчески индустрии (например пространства на данни за културно наследство) и промишлени сектори (например търговия на дребно, автомобилна индустрия).

В допълнение програмата „Хоризонт Европа“ ще подкрепя иновативни приложения и технологии в областта на медиите. Инвестициите в модулни инфраструктурни медийни компоненти и такива с отворен код биха могли да улеснят появата на нови бизнес модели и тяхното възприемане от традиционните и новите медии, като по този начин се подобрява достъпа на гражданите до информация от широк набор от различни източници.

На всеки две години Европейската комисия ще изготвя доклад „Перспективи пред медийната индустрия“, за да подобри своята база от знания и да информира за бъдещи инициативи на политиката. В него ще се изследват медийните тенденции — от напредъка на технологиите до новите модели на производство и потребление, и ще се анализира тяхното потенциално въздействие върху европейския медиен пазар и европейските бизнес модели.

ДЕЙСТВИЕ 5 — Насърчаване на европейска индустриална коалиция за виртуална и разширена реалност

- *Индустриална коалиция за виртуална и разширена реалност за стимулиране на сътрудничеството между индустриалните сектори и осигуряване на европейско лидерство*
- *Стартиране на медийна лаборатория за виртуална реалност [VR Media Lab] по проекти за нови наративни формати и взаимодействие*

В полза на: Европейски дружества в областта на виртуалната и разширената реалност, професионалисти и индустрии, използващи приложения за виртуална и разширена реалност

Потапящите технологии и висококачественото съдържание позволяват създаването на нови приложения и видове употреба, както и нови начини на взаимодействие с

публиката. Потопящите технологии създават по-привлекателни и потапящи изживявания в различни области, като медии, развлечения, култура, здравеопазване, дизайн, архитектура, производство, образование, туризъм, мода, обучение или пазаруване на дребно.

До 2030 г. виртуалната реалност и разширената реалност имат потенциала да добавят около 1,3 трилиона евро към глобалната икономика, в сравнение с 39 милиарда евро през 2019 г.³⁶

Макар повечето от големите участници понастоящем да са в Азия и САЩ, Европа също има голям потенциал да стане лидер на пазара по отношение на тази технология³⁷. От 90-те години на миналия век фондовете на ЕС за научни изследвания са подкрепили повече от 450 проекта, посветени на виртуалната и на разширената реалност за общо над 1 милиард евро.

Европа има ясно конкурентно предимство по отношение на съдържанието благодарение на голямото си културно разнообразие: водещи участници в областта на културата, като ARTE, филмовия фестивал във Венеция и Centre National du Cinéma, активно използват и подкрепят потенциала на виртуалната реалност. Европа също така разполага с висококвалифицирани работници, които могат да правят 3D моделиране и да създават компютърно генерирано съдържание за игралната индустрия, както и анимация във виртуална реалност.

Въз основа на творческия потенциал и силната научноизследователска база на Европа, съдържанието на виртуалната и разширената реалност, техническите решения и приложенията имат потенциала да стимулират иновации в други промишлени сектори чрез подобряване на разработването на продукти и процеси, като например в преработвателната промишленост. Освен това те играят важна роля като стимул за трансформирането на туристическия сектор и помагат на творческите индустрии, като мода или архитектура, да разработват нови бизнес модели, да правят производството по-ефективно чрез намаляване на отпадъците и да подобряват опита на потребителите.

Европейският сектор на виртуалната и разширената реалност страда от разпокъсаност между сектори, участници и приложения. Ето защо Комисията предлага да се създаде Коалиция на виртуалната и разширената реалност, за да се стимулира сътрудничеството и взаимното обогатяване между секторите и да се гарантира европейското лидерство на този ключов, разрастващ се пазар. Коалицията на виртуалната и разширената реалност ще предостави платформа за полезни взаимодействия чрез насърчаване на съвместни действия и ангажименти.

Коалицията ще се основава на широк, междусекторен подход, включващ индустрии, доставчици на технологии и творци. Коалицията ще отразява това разнообразие от умения и ще включва видни участници от различните сектори, вариращи от продуцирането и разпространението на съдържание до наличността на технологии, както и развитието на иновации и на предприятия. Тя ще включва членове, представляващи национални и регионални асоциации на виртуалната и разширената реалност, различни представители на индустриите, които могат да се

³⁶ <https://www.pwccn.com/en/tmt/economic-impact-of-vr-ar.pdf>

³⁷ https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/vr_ecosystem_eu_report_0.pdf

възползват от по-широкото внедряване на технологии за виртуална и разширена реалност за създаване и използване на съдържание.

До края на 2021 г. Коалицията ще представи стратегически документ, в който се посочват: а) степента, до която виртуалната и разширената реалност се използват в медийния сектор; б) цели за оптимално внедряване на виртуалната и разширената реалност в медийния сектор, които трябва да бъдат постигнати до 2026 г. ; в) конкретни ангажименти за това как индустрията ще допринесе за постигането на тези цели.

С цел подкрепа на творческото сътрудничество по проекти за нови наративни формати и взаимодействия чрез виртуална и разширена реалност ще бъде стартирана и медийна лаборатория за виртуална реалност. Тя ще даде възможност за съвместна работа и взаимно обучение между участници, представляващи редица професионални групи (журналисти, филмови режисьори, дизайнери на игри, програмисти, изследователи). Финансираните проекти ще бъдат с фокус върху съдържание за развлечение, култура и новини, както и приложения за виртуална реалност в други области, като туризма и образованието.

ДЕЙСТВИЕ 6 — Към неутрален по отношение на климата аудио-визуален сектор

- *Структуриран обмен на най-добри практики с индустрията и (под)националните филмови и аудио-визуални фондове*

В полза на: Европейски аудио-визуални дружества и професионалисти

Въздействието на медийния сектор върху околната среда е значително. За разлика от много други индустрии в Европа, емисиите на CO₂ от тази индустрия в Европа непрекъснато се увеличават, наред с другото, поради постоянното нарастване на потреблението на медии, особено през платформите за стрийминг.

За аудио-визуалния сектор оценките варират от 35 MtCO₂e (метрични тона еквивалент на въглероден диоксид) за един епизод от телевизионен сериали до 1000 MtCO₂e за пълнометражен филм³⁸. Един европейски пълнометражен филм произвежда средно 192 тона CO₂. Големите международни (съвместни) продукции могат да имат много по-голямо въздействие с до няколко хиляди тона CO₂.

В съответствие с целта на ЕС за неутралност по отношение на климата до 2050 г. Комисията ще си сътрудничи тясно с индустрията и (под)националните филмови и аудио-визуални фондове с цел споделяне на съществуващи най-добри практики³⁹ и постигане на съгласие по общи инструменти и зелени стандарти. Онлайн платформите за стрийминг, чийто дял в емисиите на въглероден диоксид нараства

³⁸ Екологизиране на европейската аудио-визуална индустрия — най-добрите стратегии и тяхната цена (подлежащо на публикуване през 2021 г.) [Greening the European Audiovisual Industry — The Best Strategies and their costs].

³⁹ Един от относимите източници на добри практики и платформа за сътрудничество ще бъде европейският пакт за климата, който Европейската комисия ще стартира през декември 2020 г.

предвид увеличаването на потреблението, също ще бъдат поканени да представят своите идеи и инициативи.

Комисията ще работи върху ръководство за най-добри практики за екологична продукция и предоставяне на услуги. Подходът ще бъде постепенен с цел повишаване на осведомеността и подтикване на индустрията да започне да прилага по-устойчиви решения. Той ще допълва действията на Комисията в стратегията в областта на цифровите технологии⁴⁰ за изграждане на инфраструктура, като неутрални по отношение на климата, енергийно ефективни и устойчиви центрове за данни и телекомуникационни мрежи.

4. ПРЕДОСТАВЯНЕ НА ВЪЗМОЖНОСТИ И ПРАВА

Европейците следва да бъдат главните действащи лица на цифровото десетилетие. Наскоро приетото европейско законодателство, като преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги и реформата в областта на авторското право, допринесе за осигуряване на повишена отговорност на всички медийни участници, включително онлайн платформи, за защита на уязвимите групи от медийните потребители, особено непълнолетните. То също така укрепва правата на творците в Европа.

Въз основа на тази стабилна регулаторна среда в настоящия раздел се определят инициативи, които да позволят на европейските медийни дружества и таланти да се развиват на европейския и световния пазар. Тези инициативи отчитат необходимостта гражданите да могат да намират и избират разнообразно и качествено съдържание онлайн и да могат да се ориентират безпроблемно и ефективно в съвременната медийна среда.

Въпреки че ще бъде отделено специално внимание на младежта в Европа, на европейците от всякакъв произход и поколения, включително възрастните хора, ще се предостави правото да бъдат активни и критични потребители на медийно съдържание.

ДЕЙСТВИЕ 7 — Към по-широка наличност на аудио-визуалното съдържание в целия ЕС

- *Започване на диалог с аудио-визуалната индустрия за постигане на съгласие по конкретни стъпки за подобряване на достъпа до аудио-визуално съдържание и неговата наличност през границите в ЕС*

В полза на: аудио-визуалната индустрия (продуценти, телевизионни оператори, услуги за видео по заявка, разпространители, и др.), потребителски организации и други заинтересовани страни, като национални филмови фондове

С извънредното положение във връзка с COVID-19 използването на онлайн аудио-визуални услуги у дома се увеличи експоненциално, заедно с желанието на

⁴⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/content/european-digital-strategy>.

домакинствата да инвестират в технологии за развлечение у дома⁴¹. Извънредното положение създава възможност за индустрията да достигне до по-широка аудитория онлайн. Приетият неотдавна Регламент за преносимост на съдържание⁴² позволява на европейските граждани да пътуват в целия ЕС със съдържанието, което са закупили или за което са се абонали, като регламентът вече е предоставил практически предимства⁴³.

Когато става дума за наличността на аудио-визуално съдържание онлайн, има значителен потенциал за увеличаване: в доклада относно преразглеждането на Регламента относно блокирането на географски принцип⁴⁴ се посочват важни различия в аудио-визуалните каталози на държавите членки. Средно само 14 % от филмите са налични в услугите за видео по заявка на всички държави членки⁴⁵.

Неотдавнашно проучване на Евробарометър показва, че над една трета от потребителите на интернет се интересуват от трансграничен достъп до аудио-визуално съдържание⁴⁶. Тези констатации се потвърждават от най-новите данни на Европейската аудио-визуална обсерватория, според които филмите от ЕС са налични на платформи за видео по заявка средно в не повече от три държави от ЕС-27⁴⁷. Това представлява огромен неизползван потенциал и невероятно многообразие, от което да се ползват европейците.

Аудио-визуалната индустрия следва да може да извлича ползи от Европа като неин роден пазар и от новите тенденции на потребление, като направи повече творби налични онлайн в различни държави членки.

⁴¹ Съгласно доклада на PWC „Global Entertainment and Media Outlook 2020—2024“ (PWC, „Перспективи пред световните медии и развлечения за периода 2020—2024 г.“) в резултат от извънредното положение във връзка с COVID-19 се очаква приходите от видео по заявка на базата на абонамент [SVOD] да изпреварят приходите от филмови прожекции за 2020 г., а през следващите пет години се очаква те да нараснат драстично, като през 2024 г. надхвърлят повече от два пъти размера на приходите от филмови прожекции. В същото време световният оборот от стрийминг услуги се е увеличил с 26 % през 2020 г.

⁴² Регламент (ЕС) 2017/1128 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 г. за трансграничната преносимост на услугите за онлайн съдържание в рамките на вътрешния пазар.

⁴³ Европейците, които пътуват често, потвърждават значението на правилата за своите пътувания. Почти половината (49 %) от европейците, които имат безплатен или платен абонамент за услуги за онлайн съдържание и са пътували в ЕС, са се опитвали да получат достъп до него при посещение в друга държава от ЕС. Евробарометър за 2019 г. 477a „Достъп до съдържание онлайн и трансгранична преносимост на услуги за онлайн съдържание — проучване за трансгранична преносимост“.

⁴⁴ Доклад на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите относно първия краткосрочен преглед на Регламента относно блокирането на географски принцип. Достъпен на: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>

⁴⁵ Съществуват значителни разлики по държави, например зрителите в Гърция имат достъп само до 1,3 % от филмите, налични онлайн в ЕС, докато тези в Германия имат достъп до 43,1 %. Източник: Работен документ на службите на Комисията относно първото краткосрочно преразглеждане на Регламента относно блокирането на географски принцип.

⁴⁶ Експресно проучване на Евробарометър 477b (2019 г.).

⁴⁷ Европейска аудио-визуална обсерватория, Доклад „Филмово и телевизионно съдържание в каталозите за видео по заявка, издание 2020 г.“

Комисията възнамерява да започне диалог със сектора, за да подкрепи аудио-визуалната индустрия в тази трансформация. Този диалог ще допринесе за постигане на съгласие по конкретни стъпки за подобряване на достъпа до и наличността на аудио-визуално съдържание през националните граници като последващо действие по отношение на преразглеждането на Регламента относно блокирането на географски принцип. По този начин ще се позволи на индустрията да се разрасне, да достигне до нова аудитория и да бъде от полза за европейските граждани, като им даде по-голям избор.

В диалога, който ще се проведе през 2021 г., ще участват представители на аудио-визуалната индустрия (продуценти, телевизионни оператори, услуги за видео по заявка, разпространители, и др.), потребителски организации и други заинтересовани страни, като национални филмови фондове. По време на диалога могат да бъдат определени евентуални конкретни цели за увеличаване на разпространението на аудио-визуални произведения в ЕС и начините за тяхното постигане.

Комисията ще наблюдава напредъка в постигането на конкретните цели в сътрудничество с аудио-визуалния сектор и ще вземе решение за последващи действия, като направи оценка на различни варианти, включително законодателна намеса.

В същото време киносалоните следва да останат културни обекти, предлагащи по-добри възможности за социално взаимодействие. За тази цел, чрез подпрограма „МЕДИА“ на програма „Творческа Европа“, Комисията ще проучи възможните начини за насърчаване на киносалоните да подобрят допълнително преживяването на зрителите.

ДЕЙСТВИЕ 8 — Насърчаване на европейските медийни таланти

- *Нови програми за наставничество за европейските медийни таланти*
- *Подготвителни лагери „МЕДИА“, осигуряващи интензивно обучение за млади медийни специалисти*
- *Кампания за многообразие пред и зад камерата*
- *Пазарен портал „МЕДИА“ за проучване на най-обещаващите новосъздадени предприятия в Европа, извършващи дейност в медийния сектор, и за подпомагане на тяхното развитие*
- *Лаборатории за творчески иновации, отворени за новосъздадени и разрастващи се предприятия*

В полза на: Европейските аудио-визуални специалисти, иновативните европейски медийни дружества (от аудио-визуалния сектор и извън него)

Талантите в медийната индустрия, независимо от сектора и от мястото, на което се намират в Европа, са в основата на нейната конкурентоспособност.

Някои професии обаче все още се възприемат като недостъпни от определени групи в обществото. Това се илюстрира например от недостатъчното

представителство на жените на длъжности, свързани с вземането на решения в аудио-визуалната индустрия⁴⁸.

Комисията ще включи практики, свързани с наставничеството, които са се очертали като изключително успешни в проектите за обучение, подкрепени през последните години в аудио-визуалния сектор чрез подпрограма „МЕДИА“ на програма „Творческа Европа“⁴⁹. Такива наставнически програми ще се разработват в различни формати, използвайки всички творчески и бизнес възможности, предлагани от цифровите технологии.

Освен това ще бъде стартирана комуникационна кампания за насърчаване на многообразието не само пред камерата, но и зад нея, за да се подобри многообразието от представяния и да се добавят нови идеи, истории и гласове. Кампанията ще подкрепи съобщението на Комисията „Съюз на равенство: План за действие на ЕС за борба с расизма за периода 2020—2025 г.“⁵⁰, както и стратегията на ЕС за равнопоставеност на ЛГБТИК за 2020—2025 г.⁵¹ и стратегическата рамка на ЕС за равенство, приобщаване и участие на ромите⁵².

Представянето на вдъхновяващи ролеви модели е съществена стъпка за насърчаване на достъпа до тези професии чрез по-голямо многообразие от профили. По този начин кампанията ще има за цел да насочи вниманието към европейските специалисти, за да популяризира широк спектър от професии и да насърчи жените и групите в неравностойно положение в обществото, като хора с увреждания или хора с малцинствен расов или етнически произход, да обмислят възможността за такива кариери.

Освен това инициативите за развитие на умения в рамките на програма „Творческа Европа“ ще бъдат подсилени от организирането на интензивни курсове за обучение (подготвителни лагери „МЕДИА“), където младите медийни таланти от цяла Европа могат да придобият практически опит в области като новаторски наративни формати, нови бизнес модели, нови технологии за следснимачна обработка, заедно с умения за предоставяне на достъпно съдържание.

Подпрограма „МЕДИА“ на програма „Творческа Европа“ ще обедини усилия и с други инициативи, като действия за координация и подкрепа по „Innovation Radar“⁵³, „Startup Europe“⁵⁴ и „Media Motor Europe“⁵⁵, за да проучи най-

⁴⁸ Съгласно европейската стратегия за равенство между половете за периода 2020—2025 г. Комисията ще продължи да подкрепя проекти за насърчаване на равенството между половете по програма „Творческа Европа“, в това число в рамките на проекта „Music Moves Europe“, и ще представи стратегия за равенство между половете в аудио-визуалната индустрия като част от следващата подпрограма „МЕДИА“, включително финансова подкрепа, структуриран диалог, наставничество и обучение за жени филмови режисьори, продуценти и сценаристи.

⁴⁹ https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/training_en

⁵⁰ https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-anti-racism-action-plan-2020-2025_en

⁵¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/ip_20_2068

⁵² https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-eu/roma-equality-inclusion-and-participation-eu_bg

⁵³ <https://www.innoradar.eu/>

⁵⁴ <https://startupeuropeclub.eu/>

обещаващите новосъздадени предприятия в Европа, действащи в медийната среда. За тази цел в рамките на инициативата „Startup Europe“ ще бъде отправена покана за изразяване на интерес, насочена към творческите и медийните технологични общности, за да се определят обещаващите предприятия.

Подпрограма „Медиа“ на програма „Творческа Европа“ ще осигури благоприятна среда за тези дружества и ще им помогне да се развиват в бързо променящия се аудио-визуален сектор. Тези дружества биха могли да се възползват от засилен достъп до пазарна подкрепа от подпрограма „МЕДИА“ на програма „Творческа Европа“ чрез така наречения „Портал към медийните пазари“ [MEDIA Market Gateway]. Тази подкрепа ще включва активна подготовка, включително допълнително обучение и наставничество по отношение на пазарните тенденции и позициониране, бизнес планове, стратегии за пускане на пазара, за да се извлече максимална полза от комбинираното физическо/виртуално присъствие на най-важните световни медийни пазари (Берлинале, Кан, Венеция, GamesCom, VR Days и др.) под знака на Европа.

Новосъздадените и развиващите се предприятия ще имат възможността да участват в лаборатории за творчески иновации — нова инициатива в рамките на междусекторното направление на програма „Творческа Европа“. Така ще се обединят медийни и други творчески сектори (напр. музика, издателска дейност) и ще се експериментира с данни, виртуална и разширена реалност и други технологии за разработване на ново съдържание, нови бизнес модели, нови умения, за да се насърчава приобщаването на многообразието и устойчивостта и да се стимулира участието на аудиторията.

Важно е да се отбележи, че иновативните новосъздадени предприятия и МСП в медийния сектор също ще могат да кандидатстват за подкрепа по рамковата програма за научни изследвания и иновации „Хоризонт Европа“ в рамките на Европейския съвет по иновациите⁵⁶ и Европейския институт за иновации и технологии⁵⁷.

ДЕЙСТВИЕ 9 — Предоставяне на права на гражданите

- *Практическо приложение на новите задължения за медийна грамотност по силата на Директивата за аудио-визуалните медийни услуги (инструментарий за медийна грамотност и насоки към държавите членки)*
- *Подкрепа за създаването на услуги за агрегиране на алтернативно медийно съдържание*

В полза на: Европейските граждани, по-специално младите хора; платформите за видео споделяне

Медийната грамотност е от решаващо значение за предоставяне на права на гражданите в днешната медийна среда и тя следва да бъде подкрепяна чрез

⁵⁵ <https://cordis.europa.eu/project/id/871552>

⁵⁶ Вж. EIC pilot: <https://ec.europa.eu/research/eic/index.cfm>

⁵⁷ <https://ec.europa.eu>

различни програми и инициативи, както е посочено в европейския план за действие за демокрация. По този начин се подчертава значението на медийната грамотност в борбата с дезинформацията и се насърчава сътрудничеството в това отношение.

Медийната грамотност включва всички технически, когнитивни, социални, граждански и творчески способности, които позволяват на гражданите да имат достъп до медиите, да имат критично разбиране за тях и да си взаимодействат с тях. Медийната грамотност също е от решаващо значение за предоставяне на право на потребителите да вземат информирани решения и за подпомагането им за устойчиво и екологосъобразно потребление. Медийната грамотност следва да бъде интегрирана в учебните програми, за да се даде възможност на децата да използват отговорно медийните услуги и да бъдат по-добре подготвени да посрещнат заплахите от онлайн насилие и дезинформация.

Преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги определи конкретни мерки, за да се помогне на гражданите да подобрят уменията си в областта на медийната грамотност. В директивата се предвижда, че държавите членки следва да насърчават и да предприемат мерки за развитие на умения в областта на медийната грамотност (и да докладват на Комисията за тези мерки въз основа на насоките на Комисията, определящи обхвата на тези доклади) и че платформите за видео споделяне следва да въведат ефективни мерки и инструменти за медийна грамотност и да повишат информираността на потребителите относно тези мерки и инструменти.

Ефективното прилагане на тези разпоредби от Директивата за аудио-визуалните медийни услуги е от ключово значение за по-нататъшното развитие на уменията в областта на медийна грамотност и за подобряване на достъпността до съдържание в държавите членки. Следователно, за да се гарантира практическото прилагане на новите задължения, особено в онлайн сферата, Комисията, заедно с Групата на европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги и други експерти, както и в диалог с платформи за видео споделяне, ще разработи инструментариум за подобряване на информираността на потребителите, подобряване на техните критични умения и избори, и за подпомагане на потребителите да достигнат до по-голямо разнообразие от медийно съдържание, налично на платформите за видео споделяне.

Очаква се тази инициатива да бъде особено полезна за по-младите потребители, които трябва да участват изцяло в нейното развитие. По тази причина Комисията ще създаде *ad hoc* комитет, съставен от студенти и млади журналисти, играещ ролята на „резонатор“, за да тества и популяризира инструментариума. Комитетът ще бъде балансиран по отношение на половете, приобщаващ и многообразен. Такъв подход ще гарантира, че инструментариумът отговаря ефективно на нуждите на по-младите потребители и им предоставя допълнителни права в онлайн среда, включително за преодоляване на стереотипите, изградени въз основа на пол, култура, религия или сексуални предпочитания. Прилагането на инструментариума също ще бъде част от докладите за медийна грамотност съгласно Директивата за аудио-визуалните медийни услуги, чийто обхват ще бъде определен чрез насоките на Комисията, които ще бъдат публикувани през 2021 г.

Като част от тези действия, Комисията ще увеличи и усилията си в рамките на следващото издание на Европейската седмица на медийната грамотност, с оглед да я направи още по-въздействаща и приобщаваща. В този контекст Комисията ще проучи потенциалното по-нататъшно сътрудничество със съответните международни организации.

Предложените действия ще бъдат в пълно съответствие и ще допълват целите на Плана за действие в областта на цифровото образование за периода 2021—2027 г.⁵⁸, който ще има за цел да направи образованието още по-гъвкаво, за да помогне на учащите да развият способността за критичен подход, филтриране и оценка на информацията, по-специално за идентифициране на дезинформация и за управление на претоварването с информация, както и за развиване на финансова грамотност⁵⁹.

Програмата „Хоризонт Европа“ също ще допринесе за подобряване на политическото участие на гражданите чрез насърчаване на критичната цифрова грамотност и достъпа до плуралистично медийно съдържание.

В допълнение към тези действия Комисията ще подкрепи научните изследвания и иновациите за разработване на усъвършенствани методи за търсене, откриване и обобщаване с цел улесняване на създаването на независими алтернативни услуги за обобщаване на новини, които могат да предложат разнообразен набор от достъпни източници на информация.

Осведомеността на аудиторията, особено на младата аудитория, по отношение на европейското съдържание ще се повиши в контекста на 30^{-та} годишнина на подпрограма „МЕДИА“ към програма „Творческа Европа“ през 2021 г. Комисията ще започне кампания за информиране на по-младите поколения относно богатството и многообразието на европейското съдържание чрез представяне на истории за успех, проекти и таланти, подкрепени от програмата.

ДЕЙСТВИЕ 10 — Осигуряване на функционирането на европейския медийен пазар

- Укрепване на рамката на сътрудничество между европейските медийни регулатори в рамките на Групата на европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги

В полза на: Европейските медийни регулатори, европейската аудио-визуална медийна индустрия и пазарните участници

Създаването на равнопоставени условия на конкуренция за всички аудио-визуални медийни участници и справедлива среда за творците и за тези, които инвестират в съдържание, са основните цели на преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги и на модернизиранията рамка за авторското право.

Например, за да се гарантира лоялна конкуренция между телевизионните оператори и платформите за видео по заявка при популяризирането на европейско

⁵⁸ https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_bg

⁵⁹ Значението на медийната грамотност беше подчертано и в Европейската програмата за умения за 2020 г., която предвижда Комисията заедно с държавите членки да разработят нови приоритети за европейската програма за учене за възрастни. Целта ще бъде да се допълни обновената европейска рамка за сътрудничество в областта на образованието и обучението и да се подпомогне постигането на целта на ООН за устойчиво развитие.

съдържание и инвестирането в него, преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги изисква от последните да осигуряват 30 % дял на европейски произведения в своите каталози.

Ефективното и последователно прилагане на преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги и правилата за авторското право на национално равнище ще бъдат от ключово значение, за да се гарантира, че те постигат резултати. В същото време ще бъде от решаващо значение да се гарантира, че нематериалните активи на медийните участници са защитени чрез ефективно упражняване на техните права върху интелектуалната собственост.

По отношение на преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги държавите членки и по-специално медийните им регулатори трябва адекватно да следят за правилното прилагане на новите правила, като налагат тяхното прилагане, когато е необходимо⁶⁰. По-конкретно това ще изисква следното:

- Последователното прилагане на задълженията за осигуряване на дял на европейско съдържание в каталозите на услуги по заявка (въз основа и на насоките, публикувани наскоро от Комисията)⁶¹;
- Последователното прилагане на новите правила по отношение на видимостта на европейските произведения чрез публикуване на допълнителни практически насоки и насърчаване на общи подходи по отношение на видимостта на съдържанието от общ интерес⁶²;
- Ефективното прилагане на новите задължения за платформите за видео споделяне.

В тази връзка Комисията ще оцени дали сътрудничеството в рамките на Групата на европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги трябва да бъде засилено, за да се гарантира, че неговият формат и обхват допринасят за ефективното функциониране на новите медийни правила на практика и че то може да се справи с новите предизвикателства на медийните пазари. За тази цел

⁶⁰ В допълнение към новите правила Директива 2005/29/ЕО относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар („Директива за нелоялни търговски практики“) се прилага по отношение на нелоялните търговски практики, като подвеждането и агресивните практики, които се срещат при аудио-визуалните медийни услуги, доколкото те не са обхванати от разпоредбите на Директивата за аудио-визуалните медийни услуги. Мрежата за сътрудничество за защита на потребителите съгласно Регламент (ЕС) 2017/2394 осигурява прилагането на законодателството на ЕС за защита на потребителите в случай на нарушения, извършени в рамките на Съюза, и нарушения, обхващащи целия Съюз.

⁶¹ Насоки в съответствие с член 13, параграф 7 от Директивата за аудио-визуалните медийни услуги относно изчисляването на дела на европейските произведения в каталозите на услуги по заявка и за определянето на понятията „малобройна аудитория“ и „нисък оборот“; https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2020.223.01.0010.01.ENG&toc=OJ:C:2020:223:TOC

⁶² В член 7а от преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги се признава, че държавите членки могат да предприемат мерки за осигуряване на достатъчна видимост на аудио-визуалните медийни услуги от общ интерес, за да се постигнат цели като медиен плурализъм, свобода на словото и културно многообразие. По отношение на тази разпоредба през 2020 г. беше създадена специфична подгрупа на Групата на европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги, за да се улесни общото разбиране на обхвата на разпоредбата и потенциалните регулаторни подходи, които държавите членки могат да предприемат в тази област.

Комисията ще продължи да прави обзор на най-добрите практики в трансграничното сътрудничество, като следи отблизо изпълнението на Меморандума за разбирателство на Групата на европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги, който ще бъде въведен до края на годината.

Меморандумът за разбирателство е секторен и доброволен механизъм за сътрудничество, основаващ се на уникалния експертен опит на европейските медийни регулатори. Той ще съдържа специфични механизми за сътрудничество и обмен на информация за европейските медийни регулатори с оглед разглеждането на практически въпроси и трансгранични случаи, които попадат в тяхната компетентност, свързани с прилагането на преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги. Тази инициатива, насочена по-специално към посочените по-горе регулаторни новости в преразгледаната Директива за аудио-визуалните медийни услуги, ще допълни системата за хоризонтално управление на онлайн услугите, която ще бъде създадена от законодателния акт за цифровите услуги. До края на 2021 г. Комисията ще направи оценка на функционирането на Меморандума за разбирателство и ако е необходимо, ще предложи подобрения.

Освен това в сътрудничество с държавите членки, техните филмови фондове и Групата на европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги, както и с участието на платформите за услуги по заявка, Комисията ще проучва допълнителните начини за насърчаване на по-голямо многообразие в каталозите за видео по заявка. Целта ще бъде постигане на съгласие за доброволни цели за засилено присъствие на такива произведения и в каталозите за видео по заявка в съответствие с целта на Директивата за аудио-визуалните медийни услуги да насърчава телевизионните оператори да включват в своите услуги достатъчен дял копродуцирани европейски произведения или европейски произведения от чужд произход. Така със съвместни усилия ще се подкрепи целта на подпрограма „МЕДИА“ към програма „Творческа Европа“ за стимулиране на присъствието на такива произведения на всички платформи за разпространение.

Осигуряването на доброто функциониране на европейския медиен пазар изисква и справяне с пиратството на защитено с авторско право съдържание, което въпреки лекия спад представлява значителен проблем⁶³. Появата на нови нарушаващи авторското право бизнес модели представлява сериозна заплаха за сектора⁶⁴.

⁶³ Между 2017 г. и 2018 г. общият достъп до пиратско съдържание е намалял с 32 % за музика, 19 % за филми и 8 % за телевизионно съдържание. Източник: Служба на Европейския съюз за интелектуална собственост, „Нарушаване на авторското право онлайн в ЕС. Музика, филми и телевизия (2017—2018 г.)“, ноември 2019 г.

⁶⁴ Счита се, че 3,6 % от населението в Европейския съюз (ЕС-28), представляващо 13,7 милиона души, гледа през интернет телевизионни програми, предавани от незаконни онлайн източници. Пазарът на незаконни абонаментни услуги за телевизия през интернет протокол се оценява на 941,7 милиона евро годишни приходи, генерирани в Европейския съюз през 2018 г. Източник: „Незаконна телевизия през интернет протокол в ЕС“, Служба на Европейския съюз за интелектуална собственост, ноември 2019 г. По-доброто прилагане на правата върху интелектуалната собственост също ще допринесе за справяне с конкретните предизвикателства, възникнали от пиратството на спортно аудио-визуално съдържание. Вж. Декларацията на Комисията относно организаторите на спортни събития, приложена към законодателната резолюция на Европейския парламент по отношение на Директивата относно авторското право в цифровия единен пазар. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_EN.html.

Комисията се ангажира да осигури по-ефективно прилагане на правата върху интелектуалната собственост в цифровата среда, както е посочено в плана за действие в областта на интелектуалната собственост⁶⁵. По-специално Комисията ще участва в обсъждания с индустрията, за да види как съществуващите средства за правна защита за борба с пиратството, като например съдебно разпореждане за възбрана, могат да бъдат направени по-ефективни и по-лесно достъпни, особено с цел справяне с динамичния и безграничен характер на онлайн нарушенията, имащи търговски измерения. В този контекст въз основа на плана за действие в областта на интелектуалната собственост ще се обърне специално внимание на насърчаването на сътрудничеството между националните правоприлагащи органи и на трансграничното правоприлагане.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С настоящото съобщение Комисията излага цялостна визия за медийния сектор за използване на потенциала на един истински европейски медиен пазар и смело навлизане в цифровото десетилетие.

Действията ще се изпълняват в тясно сътрудничество с държавите членки, Европейския парламент, медийната индустрия и всички заинтересовани страни. В това отношение настоящото съобщение ще представлява конкретна пътна карта за медиите като част от културната и творческата екосистема за извличане на ползи от дигиталната трансформация и насърчаване на нейната конкурентоспособност.

⁶⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/ip_20_2187

– ДОПЪЛНЕНИЕ - ОРИЕНТИРОВЪЧЕН ГРАФИК

Действие	Поддействие	Ориентиrowъчен график
ДЕЙСТВИЕ 1 — По-лесен достъп до подкрепа от ЕС	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Нов интерактивен инструмент, насочващ медийните дружества през различните инструменти за подкрепа 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ първо тримесечие на 2021 г.
ДЕЙСТВИЕ 2 — Инициативата „МЕДИА ИНВЕСТ“ има за цел да стимулира инвестициите в аудио-визуалната индустрия	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Специална инвестиционна платформа за капиталови инвестиции за насърчаване на европейските аудио-визуални продукции и стратегии за разпространение; ➤ Разработване на поредица от инвестиционни проекти чрез изграждане на капацитет за инвеститорите и инвестиционна готовност за дружествата. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ към първата половина на 2022 г. ➤ към втората половина на 2021 г.
ДЕЙСТВИЕ 3 — „НОВИНИ“: инициатива за обединяване на действия и подкрепа за информационния медиен сектор	<ul style="list-style-type: none"> ➤ По-добър достъп до финансиране чрез заеми и пилотна капиталова инициатива ➤ Изграждане на капацитет сред инвеститори и медии ➤ Подкрепа за информационните медии с цел те да работят за съвместна трансформация ➤ Форум на европейските информационни медии 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ към първата половина на 2022 г. ➤ към втората половина на 2021 г. ➤ към втората половина на 2021 г. ➤ към първата половина на 2021 г.
ДЕЙСТВИЕ 4 — Разгръщане на иновациите чрез европейско пространство на медийни данни и насърчаване на нови бизнес модели	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Създаване на пространство на медийни данни, за да се подкрепят медийните дружества в споделянето на данни и разработването на иновативни решения ➤ Перспективи за европейските медии 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ към първата половина на 2022 г. ➤ към втората половина на 2021 г.
ДЕЙСТВИЕ 5 — Насърчаване на европейска индустриална коалиция за виртуална и	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Индустриална коалиция за виртуална и разширена реалност за стимулиране 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ втората половина на 2021 г.

разширена реалност	<p>на сътрудничеството между индустриалните сектори и осигуряване на европейско лидерство</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Стартиране на медийна лаборатория за виртуална реалност [VR Media Lab] по проекти за нови наративни формати и взаимодействие 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ към първата половина на 2022 г.
ДЕЙСТВИЕ 6 — Към неутрален по отношение на климата аудио-визуален сектор	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Структуриран обмен на най-добри практики с индустрията и (под)националните филмови и аудио-визуални фондове 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ към първата половина на 2021 г.
ДЕЙСТВИЕ 7 — Към по-широка наличност на аудио-визуалното съдържание в целия ЕС	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Започване на диалог с аудио-визуалната индустрия за постигане на съгласие по конкретни стъпки за подобряване на достъпа до аудио-визуално съдържание и неговата наличност през границите в ЕС 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ към първата половина на 2021 г.
ДЕЙСТВИЕ 8 — Насърчаване на европейските медийни таланти	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Нови програми за наставничество за европейските медийни таланти ➤ Подготвителни лагери „МЕДИА“, осигуряващи интензивно обучение за млади медийни специалисти ➤ Кампания за многообразие пред и зад камерата ➤ Пазарен портал „МЕДИА“ за проучване на най-обещаващите новосъздадени предприятия в Европа, извършващи дейност в медийния сектор, и за подпомагане на тяхното развитие ➤ Лаборатории за творчески иновации, отворени за новосъздадени и разрастващи се предприятия 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ към втората половина на 2021 г. ➤ към първата половина на 2022 г. ➤ към втората половина на 2021 г. ➤ към първата половина на 2021 г. ➤ към втората половина на 2021 г.
ДЕЙСТВИЕ 9 — Предоставяне на права на гражданите	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Практическо приложение на новите задължения за медийна грамотност по силата на Директивата за аудио-визуалните медийни услуги (инструментариум за медийна грамотност и насоки към държавите членки) ➤ Подкрепа за създаването на услуги за агрегиране на алтернативно медийно 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ четвърто тримесечие на 2021 г. ➤ към втората половина на 2022 г.

	съдържание	
ДЕЙСТВИЕ 10 — Осигуряване на функционирането на европейския медия пазар	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Укрепване на рамката на сътрудничество между европейските медийни регулатори в рамките на Групата на европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ към първото тримесечие на 2021 г.