



Briselē, 24.4.2013  
COM(2013) 231 final

## **ZALĀ GRĀMATA**

**Gatavojoties pilnīgi konverģētai audiovizuālajai pasaulei.  
Izaugsme, radīšana un vērtības**

## SATURA RĀDĪTĀJS

1.	Ievads .....	3
2.	Izaugsme un inovācija.....	4
2.1.	Tirgus apsvērumi.....	5
2.2.	Finansēšanas modeļi .....	8
2.3.	Interneta TV sadarbība.....	9
2.4.	Infrastruktūra un spektrs .....	10
3.	Vērtības .....	11
3.1.	Tiesiskais regulējums .....	11
3.2.	Mediju brīvība un plurālisms .....	13
3.3.	Komerčiālie paziņojumi .....	15
3.4.	Nepilngadīgo aizsardzība .....	15
3.5.	Pieejamība invalīdiem.....	16
4.	Turpmākie pasākumi .....	17

## ZALĀ GRĀMATA

### Gatavojoties pilnīgi konverģētai audiovizuālajai pasaulei. Izaugsme, radišana un vērtības

#### 1. IEVADS<sup>1</sup>

Šās zaļās grāmatas mērķis ir sākt plašu publisku apspriešanu par to, kāda ietekme ir audiovizuālo mediju vidē notiekošajām pārmaiņām, ko raksturo mediju pakalpojumu konverģences nemitīgs pieaugums un tas, kā šie pakalpojumi tiek patērēti un piegādāti.

Konverģenci var saprast kā tradicionālo apraides pakalpojumu un interneta pakāpenisku apvienošanu. Tās rezultātā skatīšanās iespējas paplašinās no internetam pieslēdzamiem televizoriem un televīzijas pierīcēm, kas videosaturu piegādā ar OTT<sup>2</sup> tehnoloģiju, līdz audiovizuālo mediju pakalpojumiem, ko sniedz personālajos datoros, klēpj datoros, planšet datoros un citās mobilajās ierīcēs. Patērētāji izmanto planšet datorus vai viedtālruņus, vienlaikus skatoties televīziju, piemēram, lai noskaidrotu, ko tieši viņi skatās, un sazinātos ar draugiem vai mijiedarbotos ar pašu televīzijas programmu.

Strauji gaist robežas starp pazīstamajiem XX gadsimta patēriņa modeļiem, kad lineāro apraidi saņēma televizorā, un pakalpojumiem pēc pieprasījuma, ko piegādā datorā. Turklāt, izplatoties viedtālruņiem, kas ļauj konverģēt producēšanu ar patēriņu, nākotnē varētu notikt pāreja no pasīva (*lean-back*) patēriņa uz aktīvu līdzdalību.

Paredzams, ka tīklam pieslēdzamo televizoru skaits no 40,4 miljoniem ierīču 2012. gada beigās<sup>3</sup> pieaugs līdz lielākajai daļai ES mājsaimniecību 2016. gadā<sup>4</sup>.

Attiecībā uz to funkciju izmantošanu, kuras padara iespējamās pievienotā pieslēdzamība internetam, ziņotais izmantojums Apvienotajā Karalistē, kur tas ir visaugstākais ES, 2012. gadā bija 11 % no uzstādītās bāzes, salīdzinot ar 44 % Ķīnā, 18 % Korejā un 17 % Indijā<sup>5</sup>. ASV līdz 2016. gadam ir paredzams pieaugums no 22,5 % līdz 43,1 % no ASV mājsaimniecībām, kuras izmanto internetam pieslēgtus televizorus, ieskaitot OTT pieslēgumus un spēļu konsoles<sup>6</sup>.

Lai gan lineārais vispārīgais skatīšanās laiks visā ES joprojām ir aptuveni 4 stundas dienā<sup>7</sup>, konverģētā skatīšanās pakāpeniski kļūst par realitāti un tirgus dalībnieki izstrādā un adaptē uzņēmējdarbības modeļus. Tehnoloģija jau ļauj lietotājam radīt un izplatīt visu veidu saturu un piekļūt tam neatkarīgi no laika, vietas vai ierīces. Komisijas mērķis ir izmantot iespēju šai mainīgajai tehnoloģiskajai videi nodrošināt visiem Eiropas iedzīvotājiem visplašāko iespējamo piekļuvi Eiropas daudzveidīgajam saturam un plašu augstas kvalitātes piedāvājumu izvēli. Tehnoloģiskā spēja piegādāt saturu tā, lai tas būtu likumīgi pieejams skatītājiem visā ES, varētu arī pamudināt tirgus dalībniekus veidot jauna veida saturu.

<sup>1</sup> Attiecīgo terminu glosāriju sk. <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/connectedTV>.

<sup>2</sup> OTT piegādātāji sniedz audiovizuālu saturu tiešsaistē, paši nebūdami elektronisko sakaru pakalpojumu un tīkla nodrošinātāji.

<sup>3</sup> *IHS Screen Digest*.

<sup>4</sup> *IHS Screen Digest*.

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

<sup>6</sup> Avots: *e-marketer*.

<sup>7</sup> *Yearbook of the European Audiovisual Observatory, Volume II, page 171*.

Vajadzība privātajiem ekonomikas dalībniekiem radīt turpmākus jauninājumus un politikas veidotājiem nodrošināt pareizos pamatnosacījumus un apsvērt iespējamo publiskās politikas reakciju liek uzdot šādus jautājumus:

- Kā plašāka Eiropas tirgus konverģences procesu pārveidot ekonomikas izaugsmes un uzņēmējdarbības inovācijā Eiropā (2. nodaļa)?

- Kādas sekas rada konverģence saistībā ar tādām vērtībām kā mediju plurālisms, kultūru daudzveidība un patērētāju aizsardzība, ieskaitot īpašas grupas, piemēram, nepilngadīgos (3. nodaļa)?

Tā kā nākamajos desmit gados konverģence pakāpeniski kļūs taustāmāka, nākotnē tai varētu būt ietekme uz vairākiem juridiskajiem instrumentiem, ieskaitot Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvu (AVMPD)<sup>8</sup>, kas ir šā dokumenta uzmanības centrā, Elektroniskās tirdzniecības direktīvu (ETD)<sup>9</sup> un elektronisko sakaru regulējumu<sup>10</sup>. Apspriešana neparedz konkrētu iznākumu. Taču tā var pavērt ceļu iespējamiem reglamentējošiem un citādiem politikas risinājumiem ilgākā termiņā, it īpaši, sasaistot Komisijas iniciatīvas, piemēram, Bērniem labāka interneta koalīciju<sup>11</sup>, ar iespējamiem pasākumiem atbilstīgi ziņojumam, ko sagatavojuši Augsta līmeņa grupa mediju brīvības un plurālisma jautājumos<sup>12</sup>, kā arī ar darbu pašregulācijas iniciatīvu jomā.

## 2. IZAUGSME UN INOVĀCIJA

2012. gadā 22 % ES iedzīvotāju piekļūšanai internetam izmantoja mobilās ierīces<sup>13</sup>. Uz 2016. gadu paredzams, ka lielākais patērētāju interneta datplūsmas apjoms būs video, un lielāko daļu IP datplūsmas novadīs caur Wi-Fi un mobilajām ierīcēm<sup>14</sup>.

Galvenie skaitļi — audiovizuālā satura patēriņš pāriet tiešsaistē

Patērētāju tēriņi par ciparu video (internetā pārraidītās filmas un televīzijas seriāli) 2011. gadā sasniedza EUR 364,4 miljonus (+41,8 % salīdzinājumā ar 2010. gadu) Eiropā fiziskā un

<sup>8</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes 2010. gada 10. marta Direktīva 2010/13/ES par to, lai koordinētu dažus dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos paredzētus noteikumus par audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšanu (AVMPD), OV L 95, 15.4.2010., 1.–24. lpp.

<sup>9</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes 2000. gada 8. jūnija Direktīva 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Elektroniskās tirdzniecības direktīva), OV L 178, 17.7.2000., 1.–16. lpp.

<sup>10</sup> Piemēram, Universālā pakalpojuma direktīvas 31. pants, radiofrekvenču spektra politika, Piekļuves direktīvas 6. pants.

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

<sup>12</sup> [http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/doc/pluralism/hlg/hlg\\_final\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/hlg/hlg_final_report.pdf).

<sup>13</sup> *Eurostat 2012 Individuals - Mobile Internet access (isoc\_ci\_im\_i)*.

<sup>14</sup> [http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white\\_paper\\_c11-481360\\_ns827\\_Networking\\_Solutions\\_White\\_Paper.html](http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white_paper_c11-481360_ns827_Networking_Solutions_White_Paper.html).

<sup>15</sup> *International Video Federation Yearbook 2012*.

ciparu video tirgū, kura kopsumma bija EUR 9493,8 miljoni (-4,6 % salīdzinājumā ar 2010. gadu)<sup>15</sup>.

Neapmierinātais pieprasījums pēc pieprasījumvideo (VoD) pakalpojumiem no maksas televīzijas uzņēmumiem no citām dalībvalstīm ir robežās no EUR 760 miljoniem līdz EUR 1610 miljoniem gadā<sup>16</sup>.

Paredzams, ka interneta video lietotāju skaits visā pasaulē palielināsies no 792 miljoniem 2011. gadā līdz 1,5 miljardiem 2016. gadā<sup>17</sup>.

306 pieprasījumvideo pakalpojumi Eiropas Savienībā 2012. gada trešajā ceturksnī<sup>18</sup>.

Ik minūti *YouTube* tiek ielādētas 72 stundas video.

Aprīkojuma izgatavotājiem un tehnoloģiju izstrādātājiem ir iespējas iesaistīties augošā tirgū ar novatoriskām ierīcēm, tostarp lietotājiem draudzīgām saskarnēm un piekļūstamības risinājumiem. Tīkla operatori palielināsies pieprasījums pēc frekvenču joslām, un tam būs pozitīva ietekme uz ieguldījumiem ātrdarbīgos tīklos. Satura veidotāji var atrast jaunas iespējas maksimāli paplašināt auditoriju, noteikt savu darbu vērtību naudā un eksperimentēt ar radošiem satura izstrādes un piedāvāšanas veidiem. Raidorganizācijas var atrast vairāk platformu<sup>19</sup>, lai izplatītu saturu un paplašinātu interaktīvo piedāvājumu.

Galvenie elementi šo iespēju iedzīvināšanai jau ir pazīstami: pietiekami liels tirgus izaugsmei, konkurences piesātināta vide, gatavība mainīt uzņēmējdarbības modeļus, sadarbība un atbilstoša infrastruktūra. Lai veidotu interneta virzīto mediju nākotni, Eiropai šie elementi jānoliek vietās, vienlaikus veicinot vērtības, kas ir audiovizuālo mediju pakalpojumu regulējuma pamatā.

## 2.1. Tirgus apsvērumi

Eiropas Savienībai ir raksturīga kultūru un valodu daudzveidība, kam ir potenciāla konkurences priekšrocība pasaules tirgū, bet kas tiek uzskatīta arī par risināmu uzdevumu vidē, ko raksturo tīkla ietekme.

Tīkla ietekme uz medijiem un interneta pasaulē var dot būtisku relatīvu priekšrocību operatoriem un pakalpojumu sniedzējiem, kuri likumīgi darbojas bezrobežu tirgū, kas ļauj piesaistīt ievērojamu budžetu un izmantot apjomradītu ietaupījumu priekšrocības. Tirgus jaunienācēji, kas piedāvā audiovizuālo saturu tiešsaistē bez teritoriāliem piekļuves ierobežojumiem, var pārvērst par potenciāliem skatītājiem visus vairāk nekā 368 miljonus<sup>20</sup> ES interneta lietotāju, tādējādi sašķobot tradicionālo tirgus dalībnieku pozīcijas. Tā bieži notiek ar dalībniekiem no ASV, kas veiksmīgi uzrunā sadrumstaloto ES tirgu.

<sup>16</sup> [http://ec.europa.eu/internal\\_market/media/docs/elecpay/plum\\_tns\\_final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/media/docs/elecpay/plum_tns_final_en.pdf).

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

<sup>18</sup> Eiropas Audiovizuālās observatorijas dati; ierēķinātas visas platformas: tūrais internets, elektroniskā tiešā pārdošana (*sell-through*), videospēļu konsoles, kabeļtelevīzija, IPTV, specializētie dekoderi, viedtālruņi, viedtelevizori, Push VoD (satelīts, DTT), izņemot iTunes un Google Play App Store lietojumprogrammas. Nav ietverti: arhīvi, treileri, televīzijas seriāli, TV pieaugušajiem, apmācības TV, filmu kanālu laiknovirzes katalogi.

<sup>19</sup> Platformas ierīcē var iebūvēt ražotāji, vai tās var piegādāt citi dalībnieki, piemēram, elektronisko sakaru un kabeļu operatori, OTT operatori vai raidorganizācijas.

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

Eiropā patērētāju pieredze ar tiešsaistē sniegtajiem audiovizuālo mediju pakalpojumiem joprojām bieži vien saistās ar ierobežotu izvēli un piekļuves atteikumu, kura pamatā ir ģeogrāfiska norobežošanās. Viedtelevizoru lietotnes bieži vien ierobežo valsts iestatījumi un ražotāju iepriekš izraudzītā izvēle, un piekļuve saturam no citām ES valstīm bieži ir bloķēta<sup>21</sup>.

Tehnoloģija palīdzēs šos šķēršļus pārvarēt. Satura veidotāji, subtitru piegādātāji un pētnieki ir sākuši veidot alianses pieejamo valodas resursu (piemēram, subtitru korpusi<sup>22</sup>, ko glabā producenti) un instrumentu<sup>23</sup> koplietošanai.

#### Nākotnes patērētāju pieredze

a) Poļu studente, kas vada savu *Erasmus* gadu Londonā, ar savu poļu kredītkarti var piekļūt visiem Polijas operatoru audiovizuālajiem piedāvājumiem tieši tādā pašā veidā, kā radusi Krakovā, jo Londonā sniedz Polijas pakalpojumus.

b) Viņas dzīvokļa biedrs ir no Lielbritānijas un raksta disertāciju par portugāļu režisoru darbiem. Viņš var viegli piekļūt Portugāles audiovizuālā satura piegādātāju materiāliem. Dzīvokļa biedri bieži kopā skatās sporta pasākumus no dažādām ES valstīm.

Zaļā grāmata par audiovizuālo darbu izplatīšanu tiešsaistē centās izsmeltošāk paskaidrot jautājumus, kas galvenokārt saistīti ar autortiesībām<sup>24</sup>. Apspriešanas rezultātus Komisija publicēs 2013. gadā. 2012. gada decembrī<sup>25</sup> Komisija no jauna apliecināja apņemšanos izstrādāt mūsdienīgu autortiesību regulējumu un vienojās par diviem paralēliem rīcības virzieniem: pirmkārt, strukturēts ieinteresēto personu dialogs 2013. gadā, lai risinātu vairākas problēmas (tostarp satura pārrobežu pārvietojamību un piekļuvi audiovizuālajiem darbiem), kur ātri vajadzīgs risinājums, otrkārt, tirgus pētījumu, ietekmes novērtējumu un tiesību aktu projektu izstrādes pabeigšana, lai 2014. gadā varētu pieņemt lēmumu par to, vai iesniegt rezultātā radušos tiesību aktu reformas priekšlikumus<sup>26</sup>. Tādēļ šai dokumentā autortiesību jautājumi netiek padziļināti skatīti.

No piedāvājuma viedokļa mediju pasaulē šodien valda konkurence cīņā par patērētāju ievērtību. Tirgus dalībnieki (piemēram, maksas televīzijas uzņēmumi, nekodētās televīzijas sabiedriskās un komerciālās raidorganizācijas, VoD izplatītāji un ierīču ražotāji) mēģina dažādot piedāvājumu, nodrošinot populārāko un pievilcīgu saturu, tostarp uz ekskluzīva pamata, vai ērti lietojamas saskarnes. Kvantitātes un dažādības ziņā plašāks satura piedāvājums maina izklaides jomas kopainu.

<sup>21</sup> Eiropas Komisijas uzdevumā sagatavots pētījums "Study on the economic potential of cross-border pay-to-view audiovisual media services TNS opinion, Plum, the futures company" — 2012. gada janvāris, [http://ec.europa.eu/internal\\_market/media/elecpay/index\\_en.htm#maincontentSec1](http://ec.europa.eu/internal_market/media/elecpay/index_en.htm#maincontentSec1).

<sup>22</sup> Subtitru uzņēmumiem vai filmu producētājiem/izplatītājiem pieder lieli subtitru korpusi (datu bāzes), kas bieži vien ir paralēli daudzās dažādās valodās. Tas ir ļoti vērtīgs izejmateriāls individualizētu mašintulkošanas sistēmu veidošanai.

<sup>23</sup> Piemēram, SUMAT ([www.sumat-project.eu](http://www.sumat-project.eu)) un SAVAS ([www.fp7-savas.eu](http://www.fp7-savas.eu)), un 2013. gada IKT Darba programma, 47. lpp., <http://cordis.europa.eu/fp7/ict/docs/ict-wp2013-10-7-2013-with-cover-issn.pdf>.

<sup>24</sup> "Zaļā grāmata par audiovizuālo darbu izplatīšanu tiešsaistē Eiropas Savienībā: iespējas un problēmas ceļā uz digitālo vienoto tirgu", COM(2011) 427 galīgā redakcija.

<sup>25</sup> Komisijas paziņojums par saturu digitālajā vienotajā tirgū, COM(2012) 789 final.

<sup>26</sup> Tiks skatīti šādi elementi: iekšējā tirgus teritorialitāte; autortiesību harmonizācija, ierobežojumi un izņēmumi digitālajā laikmetā; ES autortiesību tirgus saskaldītība; kā uzlabot tiesību izpildes efektivitāti un rezultativitāti, vienlaikus nostiprinot tās leģitimitāti plašākā autortiesību reformas kopsakarā.

2009. gadā<sup>27</sup> ES raidorganizācijas ieguldīja saturā apmēram vienu trešdaļu no saviem ieņēmumiem. No programmās ieguldītajiem EUR 34,5 miljardiem, ko raidorganizācijas iztērēja ES, aptuveni EUR 15,6 miljardi tika izlietoti tiesību iegūšanai: EUR 5,8 miljardi par sporta pārraides tiesībām un EUR 9,8 miljardi par filmu un TV raidījumu iegādēm<sup>28</sup>. Populārākais saturs (lielie sporta pasākumi un nesen veiksmīgi izlaistās filmas, tā sauktie supergrāvēji) rada augstu pieprasījumu un ievērojamus ieņēmumus audiovizuālajā nozarē. Pēc *British Telecom* piedalīšanās Anglijas premjerlīgas konkursos par tiesībām rādīt televīzijā trīs futbola sezonas, sākot no 2013./2014. gada, tika noslēgti līgumi par rekordlielu summu 3 miljardi GBP — 71 % pieaugums<sup>29</sup> salīdzinājumā ar trim iepriekšējām sezonām. ASV *Netflix* iztērēja aptuveni USD 4,8 miljardus, pērkot straumēšanas saturu 2011./2012. gadā.

Veiksme var būt atkarīga no spējas konsekventi piedāvāt tādu saturu skatītājiem. Lai gan ekskluzīvi darījumi starp platformu operatoriem un satura nodrošinātājiem ir izveidojuši pamatu, lai satura radītāji varētu amortizēt savus ieguldījumus, tie var arī ierobežot trešo personu iespējas sniegt šādu saturu to auditorijām. Tie var veidot šķēršļus jaunu dalībnieku iekļūšanai tirgū.

Turklāt, ja platformas sasniedz augstu popularitāti lietotāju vidū un kļūst par galveno kanālu, kurā satura sniedzēji uzrunā auditorijas, var rasties bažas par to, ka šīs platformas varētu radīt priekšrocības dažiem uzņēmumiem vai viņu pašu pakalpojumiem, ja tie ir vertikāli integrēti uzņēmumi. Bez tam šo platformu piekļuve plašam lietotāja datu klāstam var dot tām papildu priekšrocību konkurētspējas ziņā<sup>30</sup>. Dažas dalībvalstis, piemēram, Apvienotā Karaliste, ir izvērtējušas vajadzību uzlikt iepriekšējās vairumtirdzniecības izplatīšanas pienākumus piekļuvei svarīgāko sporta notikumu tiešraidēm un pirmā ekrāna Holivudas filmām, un tos uzskata par būtiskiem konkurentu uzņēmējdarbības dzīvotspējai.

ES konkurences noteikumi valstu un Eiropas līmenī tiek izmantoti, lai novērstu iespējamu tirgus stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu apstākļos, kad uzņēmumam ir dominējošs stāvoklis konkrētajā tirgū. Šajā sakarā ir vajadzīgs nodrošināt, lai arvien vairāk konverģētā pasaulē būtu iespējams ātrs un efektīvs tirgus.

Komisija vairākkārt ir iesaistījusies, lai nodrošinātu konkurenci sporta mediju tiesību kopīgā pārdošanā<sup>31</sup>. Tā ir atzinusi par pieņemamiem tiesiskās aizsardzības līdzekļus saistībā ar apvienošanās lietām, lai nodrošinātu, ka populārākais filmu un sporta tiesību saturs paliek pieejams<sup>32</sup>. Šajā sakarā var norādīt uz Eiropas Savienības Tiesas (EST) judikatūru par licencēšanas atteikumiem<sup>33</sup>. Dominējošā pozīcijā esoša tiesību turētāja atteikšanās dot piekļuvi produktam vai pakalpojumam, kurš ir neaizstājams konkrētas uzņēmējdarbības veikšanā, var būt pārkāpums, ja tāda atteikšanās neļauj radīt jaunu produktu, pēc kura ir potenciāls patērētāju pieprasījums, ja tā ir nepamatota un izslēdz jebkādu konkurenci

<sup>27</sup> Komisijas ziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai. Pirmais ziņojums par Direktīvas 2010/13/ES 13., 16. un 17. panta piemērošanu 2009.–2010. gadā. Eiropas darbu veicināšana ES audiovizuālo mediju plānoto pakalpojumu un pieprasījuma pakalpojumu jomā, COM(2012) 0522.

<sup>28</sup> *Final study on the implementation of the provisions of the Audiovisual Media Services Directive concerning the promotion of European works in audiovisual media services, 13 December 2011.*

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

<sup>30</sup> Sk. arī 3.1. par datu aizsardzību.

<sup>31</sup> Lietas COMP/38.173 — Mediju tiesību kopīga pārdošana *FA Premier League*, COMP/37.214 — Mediju tiesību kopīga pārdošana Vācijas *Bundesliga* un COMP/37.398 — UEFA *Champions League* komercietiesību kopīga pārdošana.

<sup>32</sup> Lieta COMP/M.2876 *Newscorp/Telepiù*.

<sup>33</sup> Lietas C-418/01 *IMS Health*, C-418/01 *GmbH & Co. OHG v NDC Health GmbH & Co. KG* [2004] ECR I-5039.

sekundārā tirgū. Premjerlīgas lietā EST galu galā nolēma: lai gan ES konkurences tiesības neizslēdz iespēju tiesību subjektam piešķirt vienam licenciātam ekskluzīvas apraides tiesības attiecībā uz sporta pasākumu vienā vai vairākās dalībvalstīs, tiesību turētājs nevar aizliegt ekskluzīvajam licenciātam realizēt tādu pārrobežu pakalpojumu sniegšanu, kas attiecas uz šāda sporta pasākuma raidīšanu<sup>34</sup>. Tas ir tāpēc, ka šāds aizliegums ļautu piešķirt licenciātam absolūtu teritoriālu ekskluzivitāti teritorijā, uz ko attiecas tā licence, tādējādi likvidējot jebkādu konkurenci starp raidorganizācijām un saskaldot iekšējo tirgu atbilstoši ekskluzīvo apraides tiesību apmēram.

Ar konkurenci saistīti apsvērumi rodas arī attiecībā uz sabiedrisko raidorganizāciju finansēšanu. Sabiedriskās raidorganizācijas bieži paplašina savu darbību līdz tiešsaistes pasaulei ar lietotnēm vai vietnēm. Daži dalībnieki izturas labvēlīgi pret tādu paplašināšanu, bet citi uzskata to par tiešu konkurenci ar viņu komerciālajiem piedāvājumiem, kas negūst labumu no publiskā finansējuma. Komisija 2009. gadā pieņēma paziņojumu par valsts atbalsta noteikumu piemērošanu sabiedriskajai apraidei, ņemot vērā jaunu tehnoloģiju attīstību, ieskaitot jaunas izplatīšanas platformas un tehnoloģijas. Paziņojumā prasīts ieviest iepriekšēju pārbaudi. Runa ir par sabiedrisku apspriešanu par jauniem nozīmīgiem pakalpojumiem, kurus uzsāk sabiedriskās raidorganizācijas, tādējādi ļaujot dalībvalstij izvērtēt, kādu ietekmi rada jauns pakalpojums tirgū, un izsvērt tā nozīmību no vispārības viedokļa.

#### SABIEDRISKĀS APSPRIEŠANAS JAUTĀJUMI

- (1) Kādi faktori ļauj ASV uzņēmumiem iedibināt veiksmīgu klātbūtni sadrumstalotajā ES tirgū par spīti valodas un kultūras barjerām, kamēr daudziem ES uzņēmumiem ir grūtības? Kādi faktori traucē ES uzņēmumiem?
- (2) Kādi faktori ietekmē populārākā satura pieejamību? Vai šobrīd pastāv prakse attiecībā uz populārāko saturu vairumtirdzniecībā, kas ietekmē piekļuvi tirgum un ilgtspējīgu uzņēmējdarbības funkcionēšanu? Ja tā — kāda ir ietekme uz patērētājiem? Vai ir vajadzīgi regulējoši pasākumi, kas pārsniedz pašreizējo konkurences noteikumu piemērošanu?
- (3) Vai pastāv šķēršļi, kuru dēļ būtu vajadzīga regulējoša rīcība attiecībā uz piekļuvi platformām?

## 2.2. Finansēšanas modeļi

Pakāpeniska konverģence, patērētāju uzvedības maiņa<sup>35</sup> un jaunu uzņēmējdarbības modeļu parādīšanās ietekmē audiovizuālo darbu ražošanas finansēšanu.

<sup>34</sup> Apvienotās lietas C-403/08 un C-429/08 *Football Association Premier League Ltd & Others v QC Leisure & Others - Karen Murphy v Media Protection Services Ltd*, 2011. gada 4. oktobra spriedums. Sk. arī Komisijas paziņojumu Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai "Vienota sistēma uzticēšanās pastiprināšanai vienotajam digitālajam e-tirdzniecības un tiešsaistes pakalpojumu tirgum", kas datēts ar 2012. gada 11. janvāri, 7. lpp.

<sup>35</sup> Patērētāju izdevumu par DVD samazināšanās: -7,7 % no 2010. gada līdz 2011. gadam, patērētāju tēriņiem par VoD pieaugot par 20,1 % līdz EUR 1,2 miljardiem. *The European Video Yearbook, 2012*, p. 7. Laikposmā no 2008. līdz 2010. gadam Apvienotās Karalistes tiešsaistes video skatīšanās laiks vairāk nekā divkāršojās, sasniedzot 31 minūti dienā; Francijā tas pieauga par 104 % — līdz 24 minūtēm dienā. Avots: *Cimscore*.



Eiropā arvien vairāk tiek tirgoti TV raidījumu un seriālu formāti<sup>36</sup>, dažkārt tos pielāgojot vietējai gaumei, un tie tiek eksportēti uz citām pasaules malām<sup>37</sup>. Šķiet, ka pastāv iespējas ciešākai sadarbībai tādās jomās, kur valodas barjeras ir zemākas, piemēram, programmas bērniem vai dokumentālās filmas. Papildus televīzijas šoviem, ko izstrādā profesionāli producenti, arī lietotāju radīts saturs var sasniegt ievērojamu auditoriju, it sevišķi, ja raidorganizācijas to integrē savā lineārajās programmās. Turklāt OTT operatori var piedāvāt paši savus seriālus un tiešraides televīzijas šovus un iegūt tiesības uz populārāko saturu.

Dalībvalstis ir izstrādājušas dažādus veidus, kā veicināt Eiropas darbus, tai skaitā atšķirīgus veidus, kā sekmēt to producēšanu, finansēšanu un izplatīšanu plašākai auditorijai. AVMPD nosaka Eiropas un neatkarīgo darbu obligāto procentuālo daļu, kas jāpārreida ES raidorganizācijām. Nelineāro audiovizuālo mediju pakalpojumiem pienākums veicināt Eiropas darbus ir elastīgāk formulēts — ar iespēju prasīt finanšu iemaksas no raidorganizācijām un pieprasījuma pakalpojumu sniedzējiem, lai atbalstītu Eiropas darbu ražošanu. Tomēr, lai gan dalībvalstis kopumā pilda esošās tiesību aktu prasības, tās koncentrē enerģiju uz pašmāju ražojumiem. Citu Eiropas valstu darbi veido tikai 8,1 %<sup>38</sup> no apraides laika ES.

VoD platformu tendence ieguldīt oriģinālsaturā liecina, ka šie jaunie dalībnieki ir potenciāli jauni ieguldītāji audiovizuālajā saturā. Dinamiski pieaugot VoD pakalpojumu apjomam un ņemot vērā raidorganizāciju pašreizējo ieguldījumu Eiropas darbu producēšanā, dažās dalībvalstīs ir diskusijas par to, ka satura finansējumā varētu ieguldīt jauni dalībnieki, kas darbojas internetā un ir tieši iesaistīti tā izmantošanā. Tas varētu radīt īpašas problēmas attiecībā uz maksājumiem no dalībniekiem, kas ir ārpus Eiropas.

#### SABIEDRISKĀS APSPRIEŠANAS JAUTĀJUMI

- (4) Vai pašreizējās AVMPD prasības vislabākajā veidā veicina Eiropas darbu radīšanu, izplatīšanu, pieejamību un pievilcību tirgū?
- (5) Kā konverģence un patērētāju mainīgā uzvedība ietekmēs pašreizējo satura finansēšanas sistēmu? Kā dažādās jaunajā vērtības ķēdē iesaistītās personas veicina finansējumu?

### 2.3. Interneta TV sadarbība

Interneta televīzijas iekārtas un pakalpojumi ir atkarīgi no vairākiem standartiem apraides, IT un telesakaru nozarēs<sup>39</sup>. Konverģence liek no jauna uzdot jautājumu par to, kura pieeja būtu jāpiemēro standartizācijai, ņemot vērā gan tās priekšrocības (kas nodrošina apjomradītus ietaupījumus un sadarbību), gan trūkumus (inovācijas iesaldēšanas risks).

<sup>36</sup> Sk. 28. zemspējas piezīmi. Kā norādīts pētījumā par AVMPD īstenošanu Eiropas darbu veicināšanas ziņā, laikposmā no 2006. līdz 2008. gadam formātu eksports no Eiropas uz Ziemeļameriku, Dienvidameriku un Āziju veidoja 5084 apraides stundas un Eiropas iekšējā formātu tirdzniecība bija 19 995 apraides stundas. Formātu eksports no Eiropas uz Ziemeļameriku bija 2213 stundas salīdzinājumā ar 8363 stundām no Ziemeļamerikas uz Eiropu.

<sup>37</sup> Pie formātu piemēriem, ko eksportē visā pasaulē un adaptē uz vietas, jāmin tādas programmas kā "Gribi būt miljonārs?" un "Deal or no deal" un tādi seriāli kā "Slepkavība" un "Tilts".

<sup>38</sup> Sk. 28. zemspējas piezīmi.

<sup>39</sup> Tie ietver DVB apraides standartus un interneta protokolu satura piegādei. Citiem satura pasniegšanas standartiem, piemēram, MPEG 25 un HTML-5, var būt aizvien lielāka loma nākotnē.

**HbbTV** ir ETSI standarts, ko Eiropā izmanto vairākas raidorganizācijas, satura pakalpojumu sniedzēji, tīkli un patērētāju ierīču ražotāji<sup>40</sup>, lai sasaistītu apraides un platjoslas saturu. Viena<sup>41</sup> no HbbTV funkcijām ir iedarbināt platjoslas saturu, izmantojot apraides signālu. Cita pieeja ir pilnīgas platformas risinājums, kur raidorganizācijas un tīkla operatori sadarbojas, piemēram, *YouView*<sup>42</sup> Apvienotajā Karalistē. Itālijā, galvenokārt vēsturisku iemeslu dēļ, interneta televīzijai izmanto standartu MHP<sup>43</sup>.

Izrādās, ka interneta televizors, kas nopirkts vienā dalībvalstī, bieži neļauj mainīt tā iestatījumus, lai saņemtu pakalpojumus no citām dalībvalstīm<sup>44</sup>, un nespēj reaģēt uz triggeri apraides signālā, kas likumīgi nosūtīts no citas dalībvalsts.

Daži ražotāji mēdz konfigurēt ierīces tā, lai ierobežotu piekļūstamo pakalpojumu un lietotņu klāstu. Dažas dalībvalstis ir izstrādājušas valsts specifikācijas, kuru pamatā ir HbbTV. Dažos gadījumos lietotnes, kurās ievērotas minētās valsts specifikācijas, nav pilnībā saderīgas ar ierīcēm citās valstīs. Turklāt dažos gadījumos ierīcēs ir iekļauti īpaši tehniskie mehānismi (digitālo tiesību pārvaldība DRM), atsaucoties uz valsts tirgus dalībnieku vēlmēm. Lietotņu izstrādātājiem atšķirīgi standarti nozīmē to, viņiem savi produkti ir jāpārstrādā, pielāgojot tos atšķirīgām ierīcēm<sup>45</sup>.

#### SABIEDRISKĀS APSPRIEŠANAS JAUTĀJUMI

- (6) Vai ir vajadzīga ES rīcība, lai novērstu faktisku vai potenciālu sadrumstalotību un nodrošinātu pārrobežu sadarbību? Vai ir vajadzīgs izstrādāt jaunus vai atjauninātus standartus tirgū?

#### 2.4. Infrastruktūra un spektrs

Ir paredzams, ka vairāku audiovizuālā satura plūsmu piegāde ar sevišķi augstas vai augstas kvalitātes izšķirtspēju, ieskaitot paralēlu izmantošanu un 3D, pat ar uzlabotu kompresijas tehnoloģiju palielinās joslas platumu, kas vajadzīgs, lai skatītos saturu internetā ar 100 Mb/s un lielāku ātrumu. Eiropas digitalizācijas programmā<sup>46</sup> Komisija ir izklāstījusi visaptverošu politiku, lai veicinātu platjoslas attīstību, un ierosinājusi Eiropas infrastruktūras savienošanas instrumentu, lai Eiropas līmenī veicinātu mērķtiecīgus ieguldījumus infrastruktūrā<sup>47</sup>. Turklāt neseno Komisija veica sabiedrisku apspriešanos par konkrētiem pārredzamības, datplūsmas pārvaldības un komutācijas aspektiem atvērtā internetā<sup>48</sup>, un tai ir nodoms sniegt sīkākus norādījumus par šo jautājumu.

Īpaši atvēlēts spektrs ir sniedzis raidorganizācijām vērtīgu sabiedrisku resursu, kas ļauj nodrošināt sev un citiem programmu veidošanas darbības. Tomēr ievērojams neto ieguvums

<sup>40</sup> Saskaņā ar šobrīd pieejamo informāciju HbbTV jau ir pastāvīgi darbojas CZ, DK, FR, DE, NL, PL, ES un CH. Bet AT, FI, NO, SE un TR ir paziņojušas par plāniem ieviest HbbTV vai veic izmēģinājumus. Interese ir arī ārpus Eiropas.

<sup>41</sup> Pastāv arī tīkla operatoru portāli un ražotāju portāli, kas balstās uz HbbTV, kā arī neatkarīgas lietotnes.

<sup>42</sup> *YouView* sāka darboties 2012. gada jūlijā pati ar savu ekosistēmu, kur vairāki uzņēmumi strādā kopā. Tāpat kā citām vertikālām tirgus platformām tai nav pilnībā standartizētas arhitektūras.

<sup>43</sup> MHP jeb multivides mājas platformu var raksturot kā norādījumu kopumu, kas pasaka operētājsistēmai ciparu televizorā, kā rīkoties ar interaktīvās TV lietotni, ko tā ir saņēmusi. [http://www.dvb.org/technology/fact\\_sheets/DVB-MHP\\_Factsheet.pdf](http://www.dvb.org/technology/fact_sheets/DVB-MHP_Factsheet.pdf).

<sup>44</sup> Apspriests sanāksmēs ar ieinteresētajām personām.

<sup>45</sup> Vairāki dalībnieki tiecas risināt šo jautājumu, piemēram: <http://www.smarttv-alliance.org>; *Open IPTV Forum*.

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

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

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

tika konstatēts, pārdalot daļu no digitālās dividendes, kas tika iegūta, izslēdzot analogo apraides signālu pārraidi 800 MHz joslā, lai attīstītu bezvadu platjoslas piekļuvi attālākos reģionos. To apstiprināja Radiofrekvenču spektra politikas programma<sup>49</sup>, kurā noteikts mērķis piešķirt 1200 MHz spektra bezvadu platjoslas pakalpojumiem, izdarot vēl lielāku spiedienu uz pieejamajiem spektra resursiem. Spektra resursi var atvieglot audiovizuālā satura piegādi ar zemes un satelītu iekārtām, kā arī interaktīvo funkcionalitāti, kas vajadzīga satura piegādei un papildu pakalpojumiem. Konverģence izvirza jautājumu par zemes apraides turpmāko lomu šādu pakalpojumu sniegšanā. Nozāres pārstāvji aizvien vairāk pēta hibrīdiskos modeļus, kas platjoslas priekšrocības sniegt pieprasījumpakalpojumu satura individuālu izvēli apvieno ar apraides efektivitāti, kas saturu (piemēram, tiešās sporta vai izklaides pasākumu pārraides) padara vienlaicīgi pieejamu plašai auditorijai.

#### SABIEDRISKĀS APSPRIEŠANAS JAUTĀJUMI

- (7) Cik svarīgas ir atšķirības starp satura piegādātājām platformām (piemēram, zemes un satelītu apraide, kabeļu platjosla, ieskaitot kabeļtelevīziju, mobilā platjosla) saistībā ar patērētāju pieredzi un pienākumiem apmierināt vispārības intereses ?
- (8) Kādi frekvenču sadalījuma un koplietošanas modeļi var veicināt izaugsmes iespējas apraides, mobilās platjoslas un citiem lietojumiem (piemēram, programmu veidošanas iekārtas), kas izmanto vienas un tās pašas frekvenču joslas?
- (9) Kādas īpašas izpētes vajadzības attiecībā uz spektru ir jārisina, lai veicinātu šādu izaugsmi?

### 3. VĒRTĪBAS

Vērtības, kas ir pamatā audiovizuālo mediju pakalpojumu regulējumam Eiropā, ir devušas noteikumus, kas atbalsta vārda brīvību un mediju plurālismu, kultūras daudzveidības veicināšanu<sup>50</sup>, personas datu aizsardzību, kā arī patērētāju aizsardzību, aptverot mazāk aizsargātās grupas, piemēram, nepilngadīgos un invalīdus. Galvenais uzdevums ir sekmēt šo vērtību cienīšanu konverģētā vidē, atbilstoši izvēloties politiku.

#### 3.1. Tiesiskais regulējums

Galvenais pamatojums audiovizuālo mediju pakalpojumu regulēšanai ES līmenī ir bijis iekšējais tirgus, un tā centrā ir izcelsmes valsts princips. Šis "Eiropas vienotais televīzijas tirgus" ir radījis kopīgu noteikumu minimumu, kas aptver tādus aspektus kā reklāma, nepilngadīgo aizsardzība un Eiropas audiovizuālo darbu veicināšana.

AVMPD tehnoloģijas neitralitātes pieeja nozīmē, ka vienādus pakalpojumus reglamentē vienādā veidā neatkarīgi no tā, ar kādu ierīci tie tiek saņemti. Tomēr AVMPD nodala lineāros (televīzijas apraide) un nelineāros pakalpojumus (pēc pieprasījuma<sup>51</sup>), pamatojoties uz daudz spēcīgāku patērētāju kontroli pieprasījumpakalpojumos, kas attaisno mazāk stingru regulējumu atsevišķās jomās.

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

<sup>50</sup> Šī pamatvērtība ir sargājama saskaņā ar LESD 167. pantu.

<sup>51</sup> AVMPD 1. panta 1. punkta g) apakšpunkts: "audiovizuālo mediju pakalpojums pēc pieprasījuma" (t. i., nelineārs audiovizuālo mediju pakalpojums) ir audiovizuālo mediju pakalpojums, ko sniedz mediju pakalpojumu sniedzējs raidījumu skatīšanai brīdī, ko izvēlēties lietotājs, un pēc lietotāja individuāla lūguma, pamatojoties uz mediju pakalpojuma sniedzēja piedāvātu raidījumu katalogu".

AVMPD noteikumi attiecas tikai uz mediju pakalpojumu sniedzējiem. Minētā koncepta definīcijas pamatā ir redakcionālās atbildības jēdziens<sup>52</sup>. Kamēr pakalpojuma sniedzējs atbild par satura izvēli un nosaka veidu, kādā tas tiek organizēts, tā pakalpojumu sniegšanai tiek piemērota AVMPD, pat ja saturs tiek pārraidīts internetā.

Lineārie un nelineārie pakalpojumi arvien vairāk konkurēs vienos un tajos pašos ekrānos, dažkārt pat pa diviem piegādes kanāliem piedāvājot vienādu saturu vienai un tai pašai auditorijai. Līdz ar jauna veida pieprasījuma pakalpojumu saturu, kas vairāk atgādina pasīvās (*lean-back*) skatīšanās lineāro saturu, no patērētāja viedokļa varētu izzust atšķirība starp lineāriem un nelineāriem pakalpojumiem. Ja konverģējošā pasaulē līdzīga satura lineāru un nelineāru piegādi uzskatītu par konkurējošām, pašreizējās režīma atšķirības varētu šo konkurenci nepārprotami izkropļot. No otras puses, ja klientu kontroles līmenis joprojām paliek lietotājiem būtiska iezīme, tad diferencēts regulējums varētu saglabāt zināmu jēgu. Tas liek politikas veidotājiem pārdomāt par to, kā šīs pārmaiņas ietekmēs gan patērētāju uztveri par saņemto pakalpojumu, gan pašreizējo rīku efektivitāti.

AVMPD attiecas tikai uz pakalpojumu sniedzējiem, kuri ir ES jurisdikcijā. Audiovizuālo mediju pakalpojumi, ko sniedz caur satelītu, ir kādas dalībvalsts jurisdikcijā, ja dalībvalstī atrodas satelīta raidošā zemesstacija vai ja izmantojamās satelīta jaudas "pieder šai dalībvalstij"<sup>53</sup>. Šie noteikumi neattiecas uz saturu, ko internetā piegādā no valstīm ārpus ES un kura mērķis ir ES.

Tā kā mediju pakalpojumi no valstīm ārpus ES arvien vairāk ir pieejami internetā un caur satelītiem, centieni noteikt jurisdikciju šiem pakalpojumiem nozīmētu izvērtēt vajadzību pārvarēt jurisdikcijas pārklāšanos. Līdzīgi jautājumi tiek apspriesti datu aizsardzības jomā.

Uz nelineāro pakalpojumu sniegšanu attiecas arī Elektroniskās tirdzniecības direktīva. Konverģējošā vidē kļūst izteiktāka minētās direktīvas saistība ar AVMPD<sup>54</sup>. Tas attiecas arī uz datu aizsardzības tiesību aktiem, jo personas datu apstrāde bieži ir priekšnoteikums jaunu pakalpojumu funkcionēšanai, pat ja indivīds bieži nepilnīgi apzinās, ka personas dati tiek vākti un apstrādāti. Brīdī, kad audiovizuālo mediju pakalpojumu patēriņa laikā iegūtie dati attiecas uz identificētu vai identificējamu fizisku personu, tie ir personas dati, līdz ar to tie ietilpst ES Datu aizsardzības direktīvas (95/46/EK)<sup>55</sup> darbības jomā. Cita saistīta regulējamā joma ir patērētāju aizsardzība<sup>56</sup>.

Nemot vērā interneta globālo un komplicēto raksturu, pašregulācija šķiet piemērota regulējošās pieejas papildināšanai. 2012. gadā Komisija uzsāka procesu<sup>57</sup>, kurā kopā ar

<sup>52</sup> Tas nozīmē: "fiziska vai juridiska persona, kurai ir redakcionāla atbildība par audiovizuālo mediju pakalpojuma audiovizuālā satura izvēli un kura nosaka veidu, kādā tas tiek organizēts" (AVMPD 1. panta 1. punkta d) apakšpunkts). Tas neattiecas uz fiziskām un juridiskām personām, kas tikai pārraida raidījumus, par kuriem redakcionālā atbildība ir kādas trešās personas kompetencē.

<sup>53</sup> AVMPD 2. panta 4. punkts.

<sup>54</sup> Īpaši sk. "iekšējā tirgus klauzulu" 3. pantā, kā arī 4. pantu un 6.–8. pantu.

<sup>55</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes 1995. gada 24. oktobra Direktīva 95/46/EK par personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un šādu datu brīvu apriti, OV L 281, 23.11.1995., 31.–50. lpp.

<sup>56</sup> Piemēram, Direktīva 2005/29/EK par negodīgu komercpraksi aizsargā patērētājus no maldinošas vai agresīvas tirgdarbības un nodrošina, ka jebkādas tirgotāju izteiktas prasības ES ir skaidras, precīzas un pamatotas; un Direktīva 2011/83/ES par patērētāju tiesībām reglamentē vairākas patērētāju tiesību jomas, saskaņojot dažas no tām. Informācijā par digitālajiem produktiem, ko taisās lejupielādēt vai aplūkot tiešsaistē, piemēram, būs jāiekļauj ar skaidras ziņas par sadarbību un funkcionalitāti.

<sup>57</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai "Atjaunota ES stratēģija 2011.–2014. gadam attiecībā uz korporatīvo sociālo atbildību", COM(2011) 681 galīgā redakcija, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:LV:PDF>.

uzņēmumiem un citām ieinteresētajām personām tiks izstrādāts labas prakses kodekss pašregulācijas un kopregulācijas pasākumiem. Tā rezultātā ir izstrādāts labākas pašregulācijas un kopregulācijas principu projekts, kura mērķis ir nodrošināt lielāku efektivitāti<sup>58</sup>.

Tie būtu uzskatāmi par etaloniem pašregulācijas un kopregulācijas procesos, kas jau ir minēti Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvā<sup>59</sup>.

Pakāpeniski konverģējošā pasaulē mediju lietotprasme kļūst svarīga arī dažādām auditorijām neatkarīgi no vecuma. Komisija ir izstrādājusi vairākus politikas virzienus saistībā ar mediju lietotprasmi, arī tādus, kas nav iekļauti AVMPD<sup>60</sup>. Mediju lietotprasmi parasti definē kā spēju piekļūt medijiem, saprast un kritiski izvērtēt dažādus mediju aspektus un to saturu, kā arī spēt veidot saziņu visdažādākajās situācijās<sup>61</sup>.

#### SABIEDRISKĀS APSPIEŠANAS JAUTĀJUMI

- (10) Ņemot vērā konverģenci mediju starpā — vai ir pierādījumi par tirgus kropļojumiem, ko rada lineāro un nelineāro pakalpojumu regulējuma diferenciācija? Ja ir — kāds būtu labākais veids, kā novērst šos kropļojumus, vienlaikus aizsargājot vērtības, kas ir ES audiovizuālo mediju pakalpojumu regulējuma pamatā?
- (11) Vai ir vajadzība koriģēt audiovizuālo mediju pakalpojumu sniedzēju definīciju un/vai AVMPD darbības jomu, lai tiem, kas patlaban nav aptverti, pilnīgi vai daļēji uzliktu AVMPD noteiktos pienākumus, jeb vai ir citi vērtību aizsardzības veidi? Kurās jomās uzsvars būtu liekams uz pašregulējumu/kopregulējumu?
- (12) Kāda būtu audiovizuālās jomas regulatīvās pieejas maiņas ietekme uz izcelsmes valsts principu un tādējādi uz vienoto tirgu?
- (13) Vai lielāka konverģence audiovizuālajā pasaulē skar sakarību starp AVMPD un ETD normām jaunos veidos, un kurās jomās? Kādus praktiskus piemērus varat sniegt?
- (14) Kādas Eiropas līmeņa iniciatīvas varētu palīdzēt uzlabot mediju lietotprasmes līmeni visā Eiropā?

### 3.2. Mediju brīvība un plurālisms<sup>62</sup>

Mediju brīvība un plurālisms ir ietverti Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 11. pantā. AVMPD<sup>63</sup> un konkurences noteikumi gan ES, gan valstu līmenī palīdz atbalstīt plašsaziņas līdzekļu plurālismu.

Internetā cilvēkiem ir piekļuve līdz šim nepieredzētam informācijas apjomam un saturam, kas pārsniedz valstu piedāvājumus, un viņi var piedalīties viedokļu veidošanā. Tas atvieglo vārda brīvību un veicina viedokļu plurālismu.

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

<sup>59</sup> 4. panta 7. punkts.

<sup>60</sup> 33. pants.

<sup>61</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai "Eiropas pieeja, kā sekmēt plašsaziņas līdzekļu lietotprasmi digitālajā vidē", COM(2007) 833 galīgā redakcija.

<sup>62</sup> Jāņem vērā arī sabiedriskās apspriešanas par plašsaziņas līdzekļu brīvību un plurālismu, <http://ec.europa.eu/digital-agenda>.

<sup>63</sup> AVMPD atbalsta mediju plurālismu, ļaujot audiovizuālo mediju pakalpojumiem būt brīvā apgrozībā vienotajā tirgū, pamatojoties uz izcelsmes valsts principu un, piemēram, 14. pantu. Tāpat kā īpašie noteikumi par Eiropas darbu veicināšanu, tā atbalsta mediju plurālismu.

Taču reizē mainās arī cilvēku attiecības ar informāciju. Filtrēšanas mehānismi, tostarp personalizētās meklēšanas rezultāti, rada lielāku varbūtību, ka cilvēki saņem ziņas savā interešu lauciņā un no tāda skatupunkta, kas viņus apmierina. No vienas puses, tādi filtrēšanas un personalizācijas mehānismi acīmredzami spēj dot pilsoņiem papildu iespējas, ļaujot viņiem efektīvi orientēties digitālajai videi raksturīgās informācijas pārslodzes apstākļos un saņemt īpaši pielāgotus pakalpojumus, kas atbilst viņu individuālajām vajadzībām. No otras puses, tas var mazināt mediju kā redaktoru lomu publiskajā telpā un stiprināt platformas piegādātāju, piemēram, tiešsaistes uzņēmumu, lomu. Šie pēdējie var ne tikai noteikt, kāds saturs ir pieejams, bet var arī ietekmēt izvēli, piemēram, mainot konkrēta satura rādīšanas svarīgumu, ierobežojot lietotāju spēju mainīt izvēlni vai ierobežojot konkrētas lietotnes. Tas varētu ietekmēt cilvēku faktisko izvēli, piekļūstot mediju piedāvājumiem, kas ataino viedokļu daudzveidību, un var radīt situāciju, kurā cilvēki potenciāli var nonākt neaizsargātā situācijā, paši to neapzinādamies. Dažādu tādu platformu pieejamība, kuras lietotājiem sniedz vērtīgu saturu, kā arī tādu platformu atvērtība ir svarīgs nosacījums mediju pasaules uzplaukumam.

Dalībvalstis var uzlikt tīklu operatoriem samērīgus obligāti raidāmā satura pienākumus noteiktu apraides kanālu pārraidei, ja ievērojams skaits skatītāju izmanto šādus tīklus kā galveno līdzekli piekļūšanai šiem kanāliem<sup>64</sup>. Apstākļos, kad spēja sasniegt auditorijas ir atkarīga no ierobežotiem pārraides resursiem, tas ir veids, kā nodrošināt konkrētu kanālu piegādi, ja satura pieejamību dalībvalstis uzskata par vajadzīgu vispārības interesēs. Platjoslas vidē pārraides jauda mazāk ierobežo skatītājiem pieejamā satura izvēli.

"Vispārējas intereses satura" pieejamība, arī tiešsaistes vidē, praksē var būt nekas vairāk kā uzņēmumu lēmumi, ko pieņem, piemēram, iekārtu ražotāji un/vai tādu platformu operatori, kurām var piekļūt, izmantojot šīs iekārtas, vai paši satura nodrošinātāji<sup>65</sup>.

Dalībvalstis var arī noteikt ciparu apraides pakalpojumus, kuriem ir jānodrošina pieejamība, un valstu regulatīvās iestādes var uzlikt operatoriem pienākumu nodrošināt piekļuvi elektroniskajiem programmu ceļvežiem (EPG)<sup>66</sup>.

Pat ja saturs ir pieejams, "vispārējas intereses satura" sameklēšana piesātinātā daudzkanālu vidē skatītājiem var būt grūts uzdevums. Tāpēc dalībvalstīm ir arī iespēja uzlikt pienākumus attiecībā uz elektronisko programmu ceļvežu un tamlīdzīgu sarakstu un navigācijas rīku izpildījuma aspektiem<sup>67</sup>.

#### SABIEDRISKĀS APSPRIEŠANAS JAUTĀJUMI

- (15) Vai ES līmenī būtu jāpakļauj valsts intervencei iespēja iepriekš definēt izvēli, izmantojot filtrēšanas mehānismus, tostarp meklētājprogrammās?
- (16) Kādai būtu jābūt spēkā esošā regulējuma par piekļuvi (Piekļuves direktīvas 6. pants) un universālo pakalpojumu (Universālā pakalpojuma direktīvas 31. pants) darbības jomai, ņemot vērā lineāro un nelineāro pakalpojumu pieaugošo konvergenci kopīgās platformās? Vai konvergējošā apraides/platjoslas vidē ir īpašas vajadzības nodrošināt pieejamību un ērtības atrast un izmantot "vispārējas intereses saturu"?

<sup>64</sup> Universālā pakalpojuma direktīvas 2002/22/EK, kas grozīta ar Pilsoņu tiesību direktīvu 2009/136/EK, 31. pants.

<sup>65</sup> Ciparu televīzijas aprīkojuma gadījumā sadarbības nodrošināšanai var izmantot Universālā pakalpojuma direktīvas 24. pantu. Piemēram, VI pielikums pašlaik nodrošina, ka ierīces, kas spēj deskreblēt skremlētus raidījumus, attēlo signālus, kas pārraidīti nešifrētā veidā.

<sup>66</sup> Piekļuves direktīvas 2002/19/EK, kas grozīta ar Direktīvu 2009/140/EK, 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts.

<sup>67</sup> Piekļuves direktīvas 2002/19/EK, kas grozīta ar Direktīvu 2009/140/EK, 6. panta 4. punkts.

### 3.3. Komerčiālie paziņojumi

AVMPD nosaka TV reklāmas raidlaika ierobežojumus, piemēram, 12 minūtes stundā, un kritērijus, kas attiecas uz dažu produktu reklāmu, kā arī reklāmu nepilngadīgajiem. Kvalitātes noteikumi jāpiemēro līdzīgā veidā gan lineārajiem, gan nelineārajiem pakalpojumiem, toties kvantitātes noteikumi attiecas tikai uz lineārajiem pakalpojumiem. Ņemot vērā pieaugošo konkurenci starp lineārajiem un nelineārajiem pakalpojumiem un to, ka nelineāros pakalpojumus mēdz sniegt pakalpojumu sniedzēji, uz kuriem neattiecas ES jurisdikcija, Eiropas raidorganizācijas bažijas par to, ka tāda asimetrija tās nostāda neizdevīgā situācijā.

Konverģences sakarā dažas novatoriskas reklāmas metodes liek pārvērtēt spēkā esošos noteikumus. Komisija tika informēta par problēmām saistībā ar reklāmas pārklājumiem<sup>68</sup> raidorganizāciju lineārajos pakalpojumos un jautājumu par to, vai tas varētu mazināt reklāmas regulējuma būtiskos nolūkus, it īpaši, vai šādus pārklājumus varētu rādīt ar vai bez lietotāju un raidorganizāciju atļaujām. Problēmas varētu radīt arī slēpti komerčiālie paziņojumi tiešsaistes vidē.

Satura piedāvājumu personalizācija var dot labumu patērētājiem un reklāmdevējiem, bet var būt atkarīga no rīkiem, kas rada personas datu aizsardzības problēmas. Eiropas noteikumi par datu aizsardzību<sup>69</sup> var palielināt patērētāju uzticēšanos novatoriskiem uzņēmējdarbības modeļiem, kas ir 2012. gada janvārī Komisijas iesniegtajos priekšlikumos par ES tiesiskā regulējuma reformu<sup>70</sup> noteiktais mērķis. Reklāmas nozarē tiešsaistes paradumorientētajai reklāmai ir ieviesta pašregulācijas<sup>71</sup> sistēma, ko nākotnē varētu paplašināt, iekļaujot tajā video sludinājumus papildus displeja sludinājumiem. Būtu jāņem vērā arī tādas nozares standartizācijas iniciatīvas kā *Do Not Track* (DNT)<sup>72</sup>.

#### SABIEDRISKĀS APSPRIEŠANAS JAUTĀJUMI

- (17) Vai AVMPD pašreizējie noteikumi par komerčiāliem paziņojumiem joprojām būs atbilstīgi, kad par realitāti pakāpeniski kļūs konverģence? Vai jūs varētu sniegt kādu konkrētu piemēru?
- (18) Kādi regulatīvie instrumenti būtu vispiemērotākie, lai aptvertu strauji mainīgās reklāmas tehnoloģijas? Vai ir vēl plašākas iespējas pašregulācijai/kopregulācijai?
- (19) Kuram vajadzētu būt galavārdam par to, vai pieņemt vai nepieņemt reklāmas pārklājumus vai citas jaunas metodes ekrānā?

### 3.4. Nepilngadīgo aizsardzība

Satura nepārtrauktība dažādi regulētajos lineārās un nelineārās pārraides kanālos vājina lineārās pārraides pašreizējā regulatīvā režīma ietekmi uz bērnu piekļuvi saturam. Joprojām problēma ir efektīva vecuma pārbaude, arī pusaudžu piekļuvei saturam. Attiecībā uz dažāda

<sup>68</sup> Vizuālie elementi, kas parādās ekrānā pārraides laikā.

<sup>69</sup> E-privātuma direktīva un ierosinātā Datu aizsardzības regula, kas groza pašreizējo Datu aizsardzības direktīvu.

<sup>70</sup> COM(2012) 11 — priekšlikums Eiropas Parlamenta un Padomes regulai par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un šādu datu brīvu apriti (Vispārīgā datu aizsardzības regula).

<sup>71</sup> Eiropas mēroga pašregulācijas sistēma paradumorientētai reklāmai tiešsaistē (OBA): <http://www.iabeurope.eu/news/self-regulation-framework.aspx>.

<sup>72</sup> Globāls DNT standarts aprakstītu tehniskās detaļas tādām "signālam", ko lietotāji var nosūtīt piegādātājiem, izmantojot tiešsaistes iekārtu, ieskaitot tīmekļa pārlūkprogrammu. Signāls atspoguļo viņu izvēli attiecībā uz izsekošanu. <http://blogs.ec.europa.eu/neelie-kroes/donottrack/>.

veida saturu izmantotās regulatīvās pieejas atšķirības ekrānā var vēl vairāk traucēt lietotājiem noteikt, kurām iestādēm iesniegt sūdzību<sup>73</sup>.

2012. gada maijā sāktajā Eiropas stratēģijā "Bērniem labāks internets"<sup>74</sup> Komisija uzskata, ka būtu jāizstrādā vairāk kvalitatīva satura bērniem un ka bērni ir arī jāaizsargā, ja viņi iet internetā. 31 vadošs uzņēmums visā vērtības ķēdē ir parakstījis koalīcijas noteikumus, ka pašregulācijas procesā izstrādās atbilstošus pasākumus piecām galvenajām darbībām: i) vienkārši un spēcīgi ziņošanas rīki lietotājiem; ii) vecumam piemēroti privātuma iestatījumi; iii) satura klasifikācijas plašāka izmantošana; iv) vecākvadības plašāka pieejamība un izmantošana; un v) bērnu ļaunprātīgas izmantošanas materiālu efektīva izņemšana. Dažas no šīm darbībām attiecas uz AVMPD, un tās var atbalstīt ar grozījumiem tiesību aktos. Tika publicēti darba kolektīvie rezultāti un uzņemtas saistības, tostarp ieteikumi par labāko praksi. Uzņēmumi ir izstrādājuši individuālus ziņojumus par šo ieteikumu īstenošanu. Visu 2013. gadu Komisija turpinās sasaisti ar koalīciju, kas ir platforma veikuma apspriešanai.

#### SABIEDRISKĀS APSPRIEŠANAS JAUTĀJUMI

- (20) Vai pašreizējie AVMPD noteikumi ir piemēroti, lai risinātu problēmas saistībā ar nepilngadīgo aizsardzību konverģējošā mediju pasaulē?
- (21) Lai gan vecākvadības rīki arvien vairāk pieejami ierīcēs un platformās, ko izmanto piekļūšanai saturam, to izmantošana līdz šim liekas ierobežota. Kādi mehānismi būtu vēlama, lai vecāki uzzinātu par tādiem rīkiem?
- (22) Kādi pasākumi būtu piemēroti efektīvai tiešsaistes audiovizuālā satura lietotāju vecuma pārbaudei?
- (23) Vai AVMPD būtu jāgroza, lai risinātu jautājumus, kas īpaši saistīti ar satura vērtēšanu, satura klasifikāciju un vecākvadību visos pārraides kanālos?
- (24) Vai lietotājiem ir vajadzīga labāka informētība un iespējas saistībā ar to, kur un kā viņi var izteikt piezīmes vai sūdzības par dažādiem satura veidiem? Vai pašreizējie sūdzību izskatīšanas mehānismi ir piemēroti?
- (25) Vai līdzekļi, ar kuriem tiek reaģēts uz sūdzībām (finansēšana, regulatīvi vai citi līdzekļi), ir piemēroti, lai sniegtu pienācīgu atgriezenisko saikni pēc ziņojumiem par kaitīgu vai nelikumīgu saturu, it īpaši, ja ir iesaistīti bērni? Kādai būtu jābūt valsts iestāžu, NVO un produktu un pakalpojumu sniedzēju attiecīgajai lomai/pienākumiem, gādājot par to, ka tiek sniegta pienācīga atgriezeniskā saite cilvēkiem, kuri ziņojuši par kaitīgu vai nelikumīgu saturu un sūdzējušies?

### 3.5. Pieejamība invalīdiem

Tehnoloģijas vairāk nekā jebkad agrāk piedāvā iespēju palīdzēt cilvēkiem ar redzes, dzirdes un uztveres traucējumiem. Tomēr šīs iespējas var palikt neizmantotas, ja piekļūstams saturs, t. i., subtitri, žestu valoda vai audioapraksts, netiek radīts vai nav darīts pieejams galalietotājiem.

AVMPD jau uzliek dalībvalstīm pienākumu mudināt mediju pakalpojumu sniedzējus padarīt savus pakalpojumus pakāpeniski pieejamus cilvēkiem ar redzes vai dzirdes traucējumiem. Šā noteikuma īstenošana dalībvalstīs ievērojami atšķiras. Piekļūstamības pakalpojumus var iekļaut obligātās pārraidīšanas pienākumā, ko uzliek dalībvalstis.

<sup>73</sup> Piemērs, kad šis jautājums ir risināts, ir *ParentPort*.

<sup>74</sup> <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/12/445>.



Komisija ir nākusi klajā ar direktīvas par tīmekļa pieejamību<sup>75</sup> priekšlikumu un pēta iespējas uzlabot preču un pakalpojumu pieklūstamības situāciju ES tirgū un noteikt vispārīgas pieklūstamības prasības gaidāmajā Eiropas Pieklūstamības aktā. Paredzams, ka līdz 2013. gada beigām tiks pieņemts Eiropas standarts, kas attieksies arī uz audiovizuālajiem jautājumiem, kuri saistīti ar pieklūstamību.

#### SABIEDRISKĀS APSPRIEŠANAS JAUTĀJUMI

- (26) Vai jūs uzskatāt, ka šajā jomā ir nepieciešami papildu standartizācijas pasākumi?
- (27) Kādus stimulus varētu piedāvāt, lai veicinātu ieguldījumus novatoriskos pakalpojumos invalīdiem?

#### 4. TURPMĀKIE PASĀKUMI

Visas ieinteresētās personas tiek aicinātas izteikt viedokli par šajā zaļajā grāmatā paustajām idejām un atbildēt uz konkrētajiem jautājumiem, sūtot vēstules uz šādu adresi:

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

Šajā sakarā Komisija var rīkot sanāksmes ar ieinteresētajām personām, ieskaitot nozares pārstāvjus, patērētājus, ieguldītājus, Eiropas Parlamenta deputātus un Padomi, vai piedalīties tajās.

Lūdzam iesniegt savas atsauksmes līdz 31.08.2013. Saņemtie materiāli tiks publicēti ĢD CONNECT tīmekļa vietnē, ja vien to autors nepieprasīs citādi. Noteikti izlasiet apspriežamajam dokumentam pievienoto īpašo paziņojumu par personas datu aizsardzību, lai uzzinātu, kā jūsu personas datus un viedokļus izmantos!

<sup>75</sup> Priekšlikums Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvai par publiskā sektora struktūru tīmekļa vietņu pieejamību, COM(2012) 721 final.