



EURÓPSKA  
KOMISIA

V Bruseli 24. 4. 2013  
COM(2013) 231 final

## **ZELENÁ KNIHA**

**Príprava na plne konvergovaný audiovizuálny svet: rast, tvorba a hodnoty**

## OBSAH

1.	Úvod.....	3
2.	Rast a inovácia .....	4
2.1.	Trhové úvahy .....	5
2.2.	Modely financovania.....	8
2.3.	Interoperabilita pripojenej televízie .....	9
2.4.	Infraštruktúra a spektrum .....	10
<b>3.</b>	<b>HODNOTY</b> .....	<b>11</b>
<b>3.1</b>	<b>Regulačný rámec</b> .....	<b>11</b>
<b>3.2</b>	<b>Sloboda médií a pluralita</b> .....	<b>14</b>
<b>3.3</b>	<b>Komerčná komunikácia</b> .....	<b>15</b>
3.4.	Ochrana neplnoletých.....	16
3.5.	Dostupnosť pre osoby so zdravotným postihnutím .....	17
4.	Ďalšie kroky .....	18

## ZELENÁ KNIHA

### Príprava na plne konvergovaný audiovizuálny svet: rast, tvorba a hodnoty

#### 1. ÚVOD<sup>1</sup>

Cieľom tejto zelenej knihy je otvoriť rozsiahlu diskusiu s verejnosťou o dôsledkoch prebiehajúcej transformácie prostredia audiovizuálnych médií, charakterizovanej neustálym zvyšovaním konvergencie mediálnych služieb a spôsobu, akým sú tieto služby prijímané a poskytované.

Konvergencia sa môže chápať ako postupné prepájanie tradičných služieb televízneho vysielania a internetu. Možnosti sledovania siahajú od televíznych prijímačov s pripojením na internet, cez set-top boxy poskytujúce video obsah „over the top“ (OTT) <sup>2</sup> až po audiovizuálne mediálne služby poskytované prostredníctvom počítačov, laptopov alebo tabletov a ostatných mobilných zariadení. Spotrebitelia používajú pri sledovaní televízie tablety alebo inteligentné telefóny napr. aby zistili viac informácií o tom, čo sledujú, komunikovali s priateľmi alebo sa zapojili do samotného televízneho programu.

Rýchlo miznú rozdiely medzi tradičnými spotrebnými zvykmi 20. storočia vo forme lineárneho vysielania prijímaného televíznymi prijímačmi a službami na požiadanie sledovanými na počítačoch. Okrem toho v prípade každého inteligentného telefónu, ktorý umožňuje konvergenciu produkcie ako aj sledovanie, môže dôjsť v budúcnosti k zmene z pasívneho prijímania na aktívnu účasť.

Očakáva sa, že počet televíznych prijímačov s pripojením na internet sa zvýši zo 40,4 milióna zariadení na konci roku 2012<sup>3</sup> do takej miery, že budú do roku 2016 súčasťou väčšiny domácností sledujúcich televíziu v EÚ<sup>4</sup>.

Pokiaľ ide o používanie funkcií, ktoré sú sprístupnené pomocou pridaného pripojenia na internet, v Spojenom kráľovstve v roku 2012 ich spotrebitelia využívali len na 11 % inštalovaných zariadení (najvyššia miera v EÚ), v porovnaní so 44 % v Číne, 18 % v Kórei a 17 % v Indii<sup>5</sup>. V Spojených štátoch, pokiaľ ide o domácnosti používajúce televízne prijímače s pripojením na internet vrátane OTT pripojení a hracích konzol, sa do roku 2016<sup>6</sup> predpokladá nárast zo súčasných 22,5 % na 43,1 %.

Kým celkové časy sledovania lineárneho vysielania sú v EÚ stále v priemere 4 hodiny za deň<sup>7</sup>, konvergované sledovanie sa postupne stáva realitou a účastníci trhu vyvíjajú a prispôbujú tomu svoje obchodné modely. Technológia už používateľom umožňuje vytvárať, distribuovať a sprístupňovať všetky typy obsahu bez ohľadu na čas, miesto alebo zariadenie. Víziou Komisie je využiť možnosť tohto meniaceho sa technologického prostredia s cieľom zabezpečiť všetkým Európanom čo najširší možný prístup k rozmanitému európskemu obsahu a najširší výber z vysokokvalitnej ponuky. Skutočnosť, že je

<sup>1</sup>      Glosár príslušných pojmov nájdete na <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/connectedTV>.

<sup>2</sup>      Poskytovatelia OTT obsahu poskytujú audiovizuálny obsah online, bez toho, aby ako takí boli poskytovateľmi elektronických komunikačných služieb a prevádzkovateľmi sietí.

<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>      Zdroj: e-marketer.

<sup>7</sup>      Ročenka Európskeho audiovizuálneho observatória, oddiel II, strana 171.

technologicky možné poskytovať obsah tak, aby bol legálne prístupný divákovi v celej EÚ, by mohla tiež stimulovať účastníkov trhu, aby vytvorili nové typy obsahu.

Potreba, aby súkromné hospodárske subjekty ďalej inovovali a tvorcovia politik zabezpečovali vhodné rámcové podmienky a zohľadnili možné verejnopolitické reakcie, vyústila do týchto otázok:

- Ako pretvoriť proces konvergenzie v rámci väčšieho európskeho trhu do hospodárskeho rastu a inovácie podnikania v Európe (kapitola 2)?

- Aké sú dôsledky konvergenzie na hodnoty ako pluralita médií, kultúrna rozmanitosť a ochrana spotrebiteľov vrátane špecifických skupín, ako sú neplnoletí (kapitola 3)?

Keďže sa bude konvergencia v ďalšom desaťročí ďalej rozširovať, môže mať v budúcnosti vplyv na celý rad právnych nástrojov vrátane smernice o audiovizuálnych mediálnych službách (AVMSD)<sup>8</sup>, na ktorú sa zameriava tento dokument, smernice o elektronickom obchode<sup>9</sup> a rámca pre elektronickú komunikáciu<sup>10</sup>. Konzultácia nepredpokladá žiadny konkrétny výstup. Napriek tomu môže z dlhodobého hľadiska pripraviť pôdu pre možné reakcie z regulačnej a iných oblastí politiky, najmä prepojenie iniciatív Komisie, ako je koalícia Lepší internet pre deti<sup>11</sup>, možných aktivít, ktoré budú nasledovať po správe skupiny na vysokej úrovni pre slobodu a pluralitu médií<sup>12</sup>, ako aj práce na samoregulačných iniciatívach.

## 2. RAST A INOVÁCIA

V roku 2012 používalo 22% občanov EÚ mobilné zariadenie na pripojenie na internet<sup>13</sup>. Očakáva sa, že do roku 2016 bude väčšinu dátového toku prenášaného cez internet k spotrebiteľom tvoriť video a väčšina prenosov v rámci internetového protokolu sa bude realizovať hlavne cez WI-FI a mobilné zariadenia<sup>14</sup>.

Kľúčové čísla - sledovanie audiovizuálneho obsahu sa presúva na internet

Výdavky spotrebiteľov na digitálne video (filmy a televízne seriály poskytované cez internet) dosiahli v Európe v roku 2011 hodnotu 364,4 miliónov EUR (nárast o 41,8% v porovnaní s

<sup>8</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správny opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych (AVMSD) mediálnych služieb (Ú. v. EÚ L 95, 15.4.2010, s. 1-24).

<sup>9</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode („smernica o elektronickom obchode“) (Ú. v. ES L 178, 17.7.2000, s. 1-16).

<sup>10</sup> Napr. článok 31 smernice o univerzálnych službách, politika spektra, článok 6 prístupovej smernice.  
<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 Jednotlivci - Mobilný prístup na internet (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> Ročenka Medzinárodnej federácie pre video z roku 2012.

rokom 2010) v rámci trhu s fyzickými a digitálnymi videami v hodnote 9493, 8 miliónov EUR (pokles o 4,6 % v porovnaní s rokom 2010)<sup>15</sup>.

Odhaduje sa, že neuspokojený dopyt v oblasti služieb videa na požiadanie zo strany prevádzkovateľov plateného televízneho vysielania z ostatných členských štátov sa pohybuje v rozsahu od 760 miliónov EUR do 1,610 miliónov EUR ročne<sup>16</sup>.

Očakáva sa, že počet ľudí, ktorí sledujú videá na internete, stúpne do roku 2016 zo 792 miliónov z roku 2011<sup>17</sup> na 1,5 miliardy.

V treťom štvrtroku roku 2012<sup>18</sup> existovalo v EÚ 306 služieb videa na požiadanie (VoD).

Každú minútu je na server YouTube pridaných 72 hodín videa.

V prípade výrobcov zariadení a vývojárov technológií existujú príležitosti na poskytovanie služieb rastúcemu trhu s inovačnými zariadeniami vrátane používateľsky prívetivých rozhraní a riešení, ktoré sa týkajú prístupu. Prevádzkovatelia sietí pocítia zvýšený záujem o širokopásmové pripojenie, čo sa pozitívne odrazí na investíciách do vysokorýchlostných sietí. Tvorcovia obsahu môžu nájsť nové spôsoby ako osloviť čo najviac divákov, speňažiť svoje diela a experimentovať s kreatívnymi spôsobmi, ako vytvárať a ponúkať obsah. Vysielatelia môžu mať k dispozícii viac platforiem<sup>19</sup> na distribúciu svojho obsahu a posilnenie svojej interaktívnej ponuky.

Prvky, ktoré sú kľúčové pre realizáciu tohto potenciálu, sú známe: dosť veľký trh na to, aby umožnil rast, konkurencieschopné prostredie, ochota meniť obchodné modely, interoperabilita a primeraná infraštruktúra. Aby mohla Európa ovplyvniť budúcnosť médií na internete, musí vhodne skĺbiť jednotlivé prvky a zároveň podporovať hodnoty, na ktorých je založená regulácia audiovizuálnych mediálnych služieb.

## 2.1. Trhové úvahy

EÚ sa vyznačuje kultúrnou a jazykovou rozmanitosťou, čo predstavuje na svetovom trhu možnú konkurenčnú výhodu, ale v prostredí, charakterizovanom sieťovými účinkami je to tiež považované za výzvu.

Sieťové účinky v médiách a vo svete internetu môžu poskytnúť prevádzkovateľom a poskytovateľom, ktorí legálne pôsobia na trhu bez hraníc, značnú komparatívnu výhodu, a umožniť im tak získať značné rozpočty a využiť úspory z rozsahu. Noví účastníci na trhu, ktorí ponúkajú audiovizuálny obsah online bez obmedzenia teritoriálneho prístupu, môžu z viac ako 368 miliónov používateľov internetu v EÚ<sup>20</sup> spraviť svojich potenciálnych divákov a nabúrať tak postavenie tradičných subjektov. To je často prípad subjektov zo Spojených štátov, ktoré úspešne využívajú možnosti, ktoré fragmentovaný trh EÚ ponúka.

<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> Európske audiovizuálne observatórium; všetky zohľadnené platformy: len internet, elektronická služba stiahnutia obsahu za jednorazový poplatok, videoherné konzoly, káblová televízia, IPTV, vyhradené set-top boxy, inteligentné telefóny, televízory s funkciou Smart TV, služba „Push VoD“ (cez satelit, digitálna pozemná televízia), okrem aplikácií z virtuálneho obchodu iTunes a Google Play. Nezahŕňa: archívy, upútavky, televízne seriály, katalógy filmových kanálov zamerané na odbornú prípravu/vzdelávanie, filmy pre dospelých alebo catch-up TV.

<sup>19</sup> Platformy môžu byť v zariadení nainštalované výrobcami alebo poskytované inými subjektmi, ako sú prevádzkovatelia elektronických komunikačných sietí a káblových sietí, poskytovatelia OTT obsahu alebo vysielatelia.

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

Skúsenosti spotrebiteľov s audiovizuálnymi mediálnymi službami, ktoré sú poskytované online, sú v Európe stále záležitosťou často obmedzenej možnosti voľby a často im je im odopretý prístup s odvolaním na geografické hranice. Aplikácie v televízoroch vybavených funkciou Smart TV sú často obmedzované vnútroštátnymi nastaveniami a prednastaveniami výrobcov a prístup k obsahu z iných krajín EÚ je často blokovaný.<sup>21</sup>

Technológia pomôže tieto prekážky prekonať. Tvorcovia obsahu, poskytovatelia titulkov a výskumníci začali vytvárať združenia, aby si navzájom sprístupnili dostupné jazykové zdroje (napr. *korpusy* titulkov<sup>22</sup>, ktoré vlastní tvorcovia) a nástroje<sup>23</sup>.

#### Skúsenosti spotrebiteľov v budúcnosti

a) Poľská študentka, ktorá študuje v rámci programu Erasmus v Londýne, môže mať prístup ku všetkým audiovizuálnym ponukám poľských prevádzkovateľov so svojou poľskou kreditnou kartou - presne tak isto, ako to robila v Krakove, keďže služby v poľštine sú dostupné v Londýne.

b) Jej spolubývačka je zo Spojeného kráľovstva a píše dizertačnú prácu o dielach portugalských režisérov. Ľahko sa dostane k materiálom portugalských poskytovateľov audiovizuálneho obsahu. Často spolu sledujú športové podujatia z rôznych krajín EÚ.

Cieľom zelenej knihy o online distribúcii audiovizuálnych diel bolo objasniť otázky týkajúce sa hlavne autorských práv<sup>24</sup>. Komisia uverejní výsledky tejto konzultácie v roku 2013. V decembri 2012<sup>25</sup> Komisia opätovne potvrdila svoj záväzok pracovať na modernom rámci pre autorské práva a dohodla sa na dvoch súbežných smeroch činnosti: štruktúrovanom dialógu zainteresovaných strán v roku 2013, ktorý by sa venoval určitým otázkam (vrátane cezhraničnej prenositeľnosti obsahu a prístupu k audiovizuálnym dielam), v prípade ktorých je potrebný rýchly pokrok, a dokončeniu trhových štúdií, posúdení vplyvu a navrhovania právnych predpisov s cieľom prijať v roku 2014 rozhodnutie o tom, či predložiť výsledné návrhy legislatívnej reformy<sup>26</sup>. Záležitosti týkajúce sa autorských práv sa teda v tejto knihe nebudú podrobnejšie rozoberať.

Z hľadiska ponuky je mediálny svet dneška súťažou o pozornosť divákov. Účastníci trhu (napr. prevádzkovatelia plateného TV vysielania, poskytovatelia voľne dostupných verejných služieb a komerční vysielatelia, distribútori videa na požiadanie a výrobcovia zariadení) sa snažia odlišiť svoje ponuky poskytovaním prémiového alebo atraktívneho obsahu vrátane exkluzívnej ponuky alebo používateľsky prívetivých rozhraní. Ponuka rozšíreného obsahu z hľadiska množstva a rozmanitosti mení prostredie zábavy.

<sup>21</sup> Štúdia o hospodárskom potenciáli cezhraničných spoplatnených audiovizuálnych mediálnych služieb, vypracovaná spoločnosťami TNS Opinion, Plum a The Futures Company. Štúdia pripravená v mene Európskej komisie - január 2012. [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> Spoločnosti produkujúce titulky alebo filmoví producenti/distribútori majú rozsiahle korpusy (databázy) titulkov, často naraz v mnohých odlišných jazykoch. Toto je pre vývoj špecializovaných systémov strojového prekladu veľmi cenný nespracovaný materiál.

<sup>23</sup> Napr. SUMAT ([www.sumat-project.eu](http://www.sumat-project.eu)) a SAVAS ([www.fp7-savas.eu](http://www.fp7-savas.eu)) a pracovný program IKT 2013, str. 47 <http://cordis.europa.eu/fp7/ict/docs/ict-wp2013-10-7-2013-with-cover-issn.pdf>.

<sup>24</sup> Zelená kniha o online distribúcii audiovizuálnych diel v Európskej únii: príležitosti a výzvy na jednotnom digitálnom trhu, KOM(2011) 427 final.

<sup>25</sup> Oznámenie Komisie o obsahu na digitálnom jednotnom trhu, COM(2012) 789 final.

<sup>26</sup> Bude sa zaoberať týmito prvkami: teritorialita vnútorného trhu; harmonizácia, obmedzenia a výnimky v oblasti autorských práv v digitálnom veku; fragmentácia trhu EÚ s autorskými právami a spôsob, akým by sa dala vylepšiť účinnosť a efektívnosť presadzovania právnych predpisov pri súčasnom podporovaní jeho legitímnosti v širšom kontexte reformy v oblasti autorských práv.

V roku 2009<sup>27</sup> investovali vysielatelia v EÚ asi tretinu svojich príjmov do obsahu. Zo sumy 34,5 miliardy EUR, ktorú v EÚ vysielatelia zaplatili za programy, 15,6 miliardy EUR išlo na získanie práv – 5,8 miliardy EUR na práva na športové prenosy a 9,8 miliardy na filmové a televízne práva<sup>28</sup>. Po prémiovom obsahu (hlavné športové podujatia a úspešné nedávno uvedené filmy, tzv. kasové trháky) je výrazný dopyt a v audiovizuálnom odvetví predstavuje značné príjmy. Účasť britských telekomunikácií na výberovom konaní na získanie práv na vysielanie futbalových zápasov Premier League na tri sezóny (začínajúc sezónou 2013/14) vyústila do rekordnej sumy 3 miliardy libier, čo predstavuje 71 % nárast ziskov<sup>29</sup> v porovnaní s predchádzajúcou zmluvou na tri sezóny. Spoločnosť Netflix v Spojených štátoch v roku 2011/12 vynaložila približne 4,8 miliardy dolárov na nákup obsahu na internetové vysielanie.

Úspech môže závisieť na schopnosti neustále ponúkať divákovi takýto obsah. Aj keď exkluzívne zmluvy medzi prevádzkovateľmi platforiem a poskytovateľmi obsahu sú základom pre tvorcov obsahu, ako získať svoje investície späť, tieto zmluvy môžu tiež obmedziť možnosti tretích strán poskytovať takýto obsah svojim divákovi. Môžu preto predstavovať prekážky pre vstup nových subjektov.

Okrem toho keď platformy dosiahnu medzi používateľmi veľkú popularitu a stanú sa kľúčovým kanálom pre poskytovateľov obsahu ako osloviť divákov, môžu vzniknúť obavy, že tieto platformy by mohli uprednostňovať určité spoločnosti alebo, v prípade vertikálne integrovaných spoločností, svoje vlastné služby. Navyše prístup týchto platforiem k širokému spektru údajov o používateľoch im môže poskytnúť ďalšiu konkurenčnú výhodu<sup>30</sup>. Určité členské štáty ako napr. Spojené kráľovstvo posúdili potrebu stanoviť ex ante povinnosť veľkoobchodného uverejňovania v prípade prístupu k prestížnym športovým podujatiam a premiérovým hollywoodskym filmom, čo je považované za zásadné, aby mohla konkurencia naďalej fungovať.

Pravidlá hospodárskej súťaže EÚ sa používajú na vnútroštátnej a európskej úrovni, aby zabráňovali možnému zneužitiu trhovej sily v podmienkach, keď má určitá spoločnosť na príslušnom trhu dominantné postavenie. V tejto súvislosti je potrebné zabezpečiť, aby v stále viac prepojenom svete bolo možné udržať rýchly a účinný trh.

Komisia zasiahla v niekoľkých prípadoch, aby bola zabezpečená hospodárska súťaž pri spoločnom predaji mediálnych práv na športové prenosy<sup>31</sup>. Prijala nápravné opatrenia v prípade fúzií podnikov, s cieľom zabezpečiť, že prémiový obsah, na ktorý sa viažu filmové práva a práva na športové prenosy, zostane prístupný<sup>32</sup>. V tejto súvislosti je možné spomenúť judikatúru Súdneho dvora Európskej únie o zamietnutí licencie<sup>33</sup>. Zamietnutie zo strany držiteľa práv, ktorý zohráva dominantnú rolu pri udeľovaní prístupu k produktu alebo službe, ktorá je nepostrádateľná pre pokračovanie určitého podnikania, môže byť zneužitie v prípade,

<sup>27</sup> Správa Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov. Prvá správa o uplatňovaní článkov 13, 16 a 17 smernice 2010/13/EÚ na obdobie 2009 –2010: Podpora európskych diel v plánovaných audiovizuálnych mediálnych službách a v službách na požiadanie, COM/2102/0522.

<sup>28</sup> Konečná štúdia o vykonávaní ustanovení smernice o audiovizuálnych mediálnych službách, týkajúca sa podpory európskych diel v audiovizuálnych mediálnych službách, 13. decembra 2011.

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

<sup>30</sup> Pozri tiež bod 3.1 o ochrane údajov.

<sup>31</sup> Vec COMP/38.173 — spoločný predaj mediálnych práv na FA Premier League, vec COMP//37.214 — spoločný predaj mediálnych práv na nemeckú Bundesligu a vec COMP/37.398 — spoločný predaj obchodných práv Lígy majstrov UEFA.

<sup>32</sup> Vec COMP/M.2876 Newscorp//Telepiù.

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

že toto zamietnutie zabráni vytvoreniu nového produktu, pre ktorý existuje potenciálny spotrebiteľský dopyt, a považuje sa za neoprávnené a ako také vedúce k vylúčeniu každej konkurencie na sekundárnom trhu. Nakoniec, vo veci Premier League, Súdny dvor Európskej únie rozhodol, že aj keď právo hospodárskej súťaže EÚ nezamedzuje držiteľovi práv udeliť jedinému nadobúdateľovi práv exkluzívne vysielacie práva na športové podujatie v jednom alebo viacerých členských štátoch, držiteľ práv nemôže zakázať exkluzívnemu nadobúdateľovi práv uplatniť cezhraničné poskytovanie služieb, ktoré sa týkajú vysielania takéhoto športového podujatia<sup>34</sup>. Dôvodom je, že takýto zákaz by umožnil, aby sa nadobúdateľovi práv udelila absolútna teritoriálna exkluzivita v oblasti, na ktorú sa vzťahuje jeho licencia, a tým by sa zlikvidovala celá konkurencia medzi vysielateľmi a došlo by k rozdeleniu vnútorného trhu podľa rozsahu pôsobnosti exkluzívnych vysielacích práv.

Úvahy v oblasti hospodárskej súťaže sa objavujú v súvislosti s financovaním verejnoprávnych vysielateľov. Verejnoprávni vysielatelia často rozširujú svoje aktivity online prostredníctvom aplikácií alebo webových stránok. Kým niektoré subjekty vítajú takéto rozšírenie, iné to vnímajú ako priamu konkurenciu s ich komerčnými ponukami, ktoré nie sú financované z verejných prostriedkov. V roku 2009 prijala Komisia oznámenie o uplatňovaní pravidiel štátnej pomoci na verejnoprávnych vysielateľov s ohľadom na najnovší technologický vývoj vrátane vzniku nových distribučných platforiem a technológií. V oznámení sa požaduje zavedenie testu *ex ante*. To si vyžaduje verejnú konzultáciu, pokiaľ ide o významné nové služby zavedené verejnoprávnyimi vysielateľmi, čím sa umožní členskému štátu posúdiť vplyv novej služby na trh a vyvážiť ju podľa jej hodnoty pre spoločnosť.

#### OTÁZKY PRE VEREJNÚ KONZULTÁCIU::

- (1) Aké faktory umožňujú americkým spoločnostiam, aby sa napriek jazykovým a kultúrnym prekážkam úspešne presadili na fragmentovanom trhu EÚ, pričom mnoho spoločností z EÚ bojuje o prežitie? Aké faktory prekážajú spoločnostiam z EÚ?
- (2) Aké faktory ovplyvňujú dostupnosť prémiového obsahu? Existujú v súčasnosti na veľkoobchodnej úrovni praktiky týkajúce sa prémiového obsahu, ktoré majú vplyv na prístup na trh a udržateľnú hospodársku činnosť? Ak áno, aký majú vplyv na spotrebiteľov? Existuje potreba regulačného zásahu okrem uplatňovania existujúcich pravidiel hospodárskej súťaže?
- (3) Existujú nejaké prekážky, ktoré si vyžadujú regulačné opatrenie týkajúce sa prístupu k platformám?

## 2.2. Modely financovania

Na financovanie audiovizuálnej produkcie vplyvajú postupná konvergencia, meniace sa správanie spotrebiteľov<sup>35</sup> a vznikajúce nové obchodné modely.

<sup>34</sup> Spojené veci C-403/08 a C-429/08 *Football Association Premier League Ltd & Others v QC Leisure & Others - Karen Murphy v Media Protection Services Ltd*, rozsudok zo 4. októbra 2011. Pozri tiež oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade a Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru s názvom „Koherentný rámec na posilnenie dôvery v jednotný digitálny trh elektronického obchodu a online služieb“, z 11. januára 2012, strana 7.

<sup>35</sup> Výdavky spotrebiteľov na kúpu DVD nosičov zaznamenali od roku 2010 do roku 2011 pokles o 7,7 %, pričom výdavky spotrebiteľov na služby videa na požiadanie stúpili o 20,1 % na celkovú hodnotu 1,2 miliárd EUR. Európska videoročienka, 2012, s. 7. Medzi rokmi 2008 a 2010 sa v Spojenom kráľovstve čas strávený sledovaním online videa viac ako zdvojnásobil a dosiahol hodnotu 31 minút za deň; vo Francúzsku stúpol o 104 % na 24 minút za deň. Zdroj: Cimscore.



S formátmi televíznych programov a seriálov<sup>36</sup> sa v rámci Európy stále viac a viac obchoduje - niekedy sú prispôbosené miestnemu vkusu - a sú vyvážené do ostatných častí sveta<sup>37</sup>. Zdá sa, že potenciál pre väčšiu spoluprácu na produkcii existuje v oblasti, kde sú jazykové prekážky menšie, t.j. v prípade programov pre deti alebo dokumentárnych programov. Okrem televíznych programov vyrobených profesionálnymi výrobcami môže značný počet divákov osloviť aj obsah vytvorený samotnými používateľmi, ktorý môžu vysielatelia zaradiť do svojho lineárneho programu. Navyše poskytovatelia OTT obsahu môžu ponúkať svoje vlastné seriály a televízne programy vysielané naživo a získať práva na prémiový obsah.

Členské štáty rozvinuli rôzne spôsoby podpory európskych diel vrátane rozličných spôsobov ako uľahčiť ich výrobu, financovanie a distribúciu pre širšie publikum. V smernici o audiovizuálnych mediálnych službách sa stanovujú povinné percentuálne podiely európskych a nezávislých diel, ktoré majú vysielatelia v EÚ vysielat'. V prípade nelineárnych audiovizuálnych mediálnych služieb je povinnosť podporovať európske diela formulovaná pružnejšie, s možnosťou vyžadovať finančné príspevky od vysielateľov a poskytovateľov služieb na požiadanie s cieľom podporovať tvorbu európskych diel. Aj keď však členské štáty v podstate plnia súčasné právne požiadavky, sústreďujú svoje snahy hlavne na domácu produkciu. Európske diela z iných štátov EÚ tvoria v EÚ len 8,1 %<sup>38</sup> vysielacích hodín.

Trend, v rámci ktorého platformy videa na požiadanie investujú do originálneho obsahu, ukazuje, že títo poskytovatelia sú potenciálnymi novými investormi do audiovizuálneho obsahu. S dynamickým vzostupom služieb videa na požiadanie a vzhľadom na súčasný príspevok vysielateľov na výrobu európskych diel sa v niektorých členských štátoch debatuje o príspevku na financovanie obsahu zo strany nových poskytovateľov služieb pôsobiacich na internete, ktorí sú priamo zapojení do jeho využívania. Môže to nastoliť konkrétne otázky týkajúce sa príspevkov mimoeurópskych poskytovateľov.

#### OTÁZKY PRE VEREJNÚ KONZULTÁCIU:

- (4) Zabezpečujú požiadavky smernice o audiovizuálnych mediálnych službách najlepší spôsob ako podporovať tvorbu, distribúciu, dostupnosť a trhovú príťažlivosť európskych diel?
- (5) Ako ovplyvní konvergencia a meniace sa správanie divákov súčasný model financovania obsahu? Ako rozliční poskytovatelia v novom hodnotovom reťazci prispievajú na financovanie?

### 2.3. Interoperabilita pripojenej televízie

Pripojené televízne zariadenia a služby závisia od množstva noriem v odvetviach televízneho vysielania, IT a telekomunikácií<sup>39</sup>. Konvergencia znovu otvára otázku, aký prístup by sa mal uplatňovať v súvislosti s normalizáciou, pričom treba zohľadňovať jeho výhody (možnosť úspor z rozsahu a interoperabilita) a nevýhody (riziko zastavenia inovácií).

<sup>36</sup> Pozri poznámku pod čiarou 28: Podľa štúdie o vykonávaní smernice o audiovizuálnych mediálnych službách o podpore európskych diel počas obdobia medzi rokmi 2006 - 2008 vývoz formátov z Európy do severnej Ameriky, južnej Ameriky a Ázie predstavoval 5084 vysielacích hodín a obchod s formátmi v rámci Európy dosiahol 19 995 vysielacích hodín. Vývoz formátov z Európy do severnej Ameriky predstavoval 2213 hodín, pričom vývoz zo severnej Ameriky do Európy dosiahol 8363 hodín.

<sup>37</sup> Príkladom formátov, ktoré sa globálne vyvážajú a lokalizujú, sú programy ako „Milionár“ alebo „Ruku na to“ a seriálov ako „The Killing (Zločin)“ a „The Bridge“.

<sup>38</sup> Pozri poznámku pod čiarou 28:

<sup>39</sup> Obsahujú normy vysielania DVB a internetový protokol na poskytovanie obsahu. Ostatné ako MPEG 25 a HTML-5 môžu v budúcnosti zohrávať podstatnejšiu úlohu.

HbbTV je norma ETSI, ktorú uplatňuje celý rad vysielateľov, poskytovateľov obsahu, sietí a výrobcov spotrebiteľských zariadení v Európe<sup>40</sup>, slúžiaca na prepojenie vysielania a širokopásmového obsahu. Jednou<sup>41</sup> z funkcií HbbTV je šírenie širokopásmového obsahu cez vysielací signál. Ďalší prístup je kompletne riešenie týkajúce sa platformy, kde vysielatelia a prevádzkovatelia sietí spolupracujú, ako je tomu napr. v Spojenom kráľovstve v prípade YouView<sup>42</sup>. V Taliansku, hlavne z historických dôvodov, sa na pripojenie televízneho prijímača používa norma MHP<sup>43</sup>.

Zdá sa, že pripojený televízny prijímač zakúpený v jednom členskom štáte často neumožní zmenu svojich nastavení na prijímanie služieb z iných členských štátov<sup>44</sup> a nemôže zareagovať na spustenie vysielacieho signálu legitímne prenášaného z iného členského štátu.

Niektorí výrobcovia môžu nakonfigurovať svoje zariadenia tak, že obmedzia rozsah služieb a aplikácií, ktoré môžu byť prístupné. Niektoré členské štáty vypracovali vnútroštátne špecifikácie založené na HbbTV. V niektorých prípadoch nie sú aplikácie, nastavené podľa vnútroštátnych špecifikácií, plne kompatibilné so zariadeniami z iných krajín. Okrem toho sú v niektorých prípadoch do zariadení zabudované špecifické mechanizmy (ako napr. správa digitálnych práv), aby zodpovedali nárokom vnútroštátnych poskytovateľov. Pre vývojárov aplikácií odlišné normy znamenajú, že musia znovu prispôsobiť svoje výrobky rozličným zariadeniam<sup>45</sup>.

#### OTÁZKY PRE VEREJNÚ KONZULTÁCIU:

- (6) Je nutné opatrenie EÚ, ktorého cieľom by bolo prekonať skutočnú alebo možnú fragmentáciu a zabezpečiť cezhraničnú interoperabilitu? Je nutné vypracovať nové alebo aktualizované normy na trhu?

#### 2.4. Infraštruktúra a spektrum

Očakáva sa, že poskytovanie viacnásobných tokov audiovizuálneho obsahu v ultra vysokom/vysokom rozlíšení vrátane paralelného používania a 3D - dokonca aj so zlepšenou technológiou kompresie - zvýši prenosovú rýchlosť širokopásmového pripojenia, požadovanú na sledovanie obsahu cez internet, na 100 Mbps a viac. V Digitálnej agende pre Európu<sup>46</sup> Komisia stanovila komplexnú politiku na podporu rozvoja širokopásmového pripojenia a navrhla Nástroj na prepojenie Európy na podporu cielených investícií do infraštruktúry na európskej úrovni<sup>47</sup>. Okrem toho Komisia nedávno zorganizovala verejnú

<sup>40</sup> Podľa dostupných informácií v čase písania, HbbTV je už pravidelne v prevádzke v Českej republike, Dánsku, Francúzsku, Nemecku, Holandsku, Španielsku a Švajčiarsku. Rakúsko, Fínsko, Nórsko, Švédsko a TR už oznámili svoje plány zaviesť HbbTV alebo vykonávajú skúšobnú prevádzku. Záujem je aj mimo Európy.

<sup>41</sup> Existujú aj portály prevádzkovateľov sietí a portály výrobcov založené na HbbTV, ako aj nezávislé aplikácie.

<sup>42</sup> YouView bolo otvorené v júli 2012 so svojim vlastným ekosystémom niekoľkých spoločností, ktoré spolupracujú. Ako ostatné platformy vertikálneho trhu, nemá plne normalizované usporiadanie.

<sup>43</sup> MHP alebo multimediálnu domácu platformu môžeme opísať ako súbor inštrukcií, ktoré sa zadávajú prijímaču digitálneho televízneho signálu, čo márobiť s interaktívnou televíznou aplikáciou, ktorú prijal. [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> Prediskutované na stretnutiach so zainteresovanými stranami.

<sup>45</sup> Niekoľko poskytovateľov sa venuje tomuto problému napr.: <http://www.smarttv-alliance.org>; Otvorené IPTV fórum.

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

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

konzultáciu o osobitných aspektoch transparentnosti, riadenia dátového toku a pripojenia na otvorený internet<sup>48</sup> a má v úmysle poskytnúť ďalšie pokyny v tejto oblasti.

Vyčlenené spektrum poskytlo vysielateľom cenný verejný zdroj, ktorý umožní realizáciu programov im a ďalším spoločnostiam. Zistilo sa však, že opätovným rozdelením digitálnej dividendy pochádzajúcej z ukončenia vysielania analógového signálu (pásmo 800 MHz), by sa dosiahol značný čistý prínos, ktorý by sa dal využiť na rozvoj bezdrôtového širokopásmového prístupu v odľahlých regiónoch. To potvrdil aj program politiky rádiového frekvenčného spektra<sup>49</sup>, ktorý stanovil cieľ vyčleniť 1200 MHz spektra pre bezdrôtové širokopásmové pripojenie, čím sa ešte viac zvyšuje tlak na dostupné zdroje rádiového spektra. Zdroje rádiového spektra môžu umožniť pozemný a satelitný prenos audiovizuálneho obsahu, ako aj interaktívne funkcie potrebné pre poskytovanie obsahu a doplnkové služby. Konvergencia nastoľuje otázku budúcej úlohy pozemného vysielania pri poskytovaní takýchto služieb. Subjekty z oblasti priemyslu stále viac skúmajú hybridné modely, ktoré spájajú výhody širokopásmového pripojenia pri poskytovaní individuálneho vybraného obsahu na požiadanie s účinnosťou, akú má vysielanie pri poskytovaní obsahu (napr. športové prenosy prenášané naživo alebo zábavné podujatia) širokému publiku súčasne.

#### OTÁZKY PRE VEREJNÚ KONZULTÁCIU:

- (7) Ako významné sú rozdiely medzi jednotlivými platformami poskytujúcimi obsah (napr. pozemné a satelitné vysielanie, drôtové širokopásmové pripojenie vrátane káblového, mobilné širokopásmové pripojenie) z hľadiska skúseností zákazníkov a záväzkov v oblasti verejného záujmu?
- (8) Aké modely pridelovania frekvencií a spoločného využívania môžu uľahčiť rozvoj vysielania, mobilného širokopásmového pripojenia a iných aplikácií (ako napr. vybavenie na tvorbu programov) prenášaných v rovnakých frekvenčných pásmach?
- (9) Aké špecifické výskumné potreby, pokiaľ ide o rádiové spektrum, treba riešiť, aby došlo k uľahčeniu takéhoto rozvoja?

### 3. HODNOTY

Hodnoty, ktoré tvoria základ nariadenia o audiovizuálnych mediálnych službách v Európe, sa zohľadnili v pravidlách podporujúcich slobodu vyjadrovania a pluralitu médií, podporu kultúrnej rozmanitosti<sup>50</sup>, ochranu osobných údajov ako aj údajov zákazníkov vrátane zraniteľných skupín, ako sú neplnoletí a osoby so zdravotným postihnutím. Výzvu predstavuje podpora rešpektovania týchto hodnôt v konvergovanom prostredí prostredníctvom príslušných politických rozhodnutí.

#### 3.1 Regulačný rámec

Hlavným dôvodom regulácie audiovizuálnych mediálnych služieb na úrovni EÚ bol vnútorný trh, pričom jeho základ tvorí zásada krajiny pôvodu. Tento „jednotný európsky televízny trh“ zahŕňa minimálny súbor spoločných pravidiel vzťahujúcich sa na aspekty ako reklama, ochrana neplnoletých a podpora európskych audiovizuálnych diel.

Technologicky neutrálny prístup smernice o audiovizuálnych mediálnych službách znamená, že rovnaké služby sú regulované rovnakým spôsobom bez ohľadu na zariadenie, na ktorom sú

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

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

<sup>50</sup> Toto je skutočná hodnota, ktorá musí byť zabezpečená podľa článku 167 ZFEÚ.

sledované. V smernici o audiovizuálnych mediálnych službách sa však rozlišuje medzi lineárnymi (televízne vysielanie) a nelineárnymi (na požiadanie<sup>51</sup>) službami, ktoré sú založené na oveľa vyššom stupni spotrebiteľskej kontroly v rámci služieb na požiadanie, a preto je regulácia v určitých oblastiach voľnejšia.

Pravidlá smernice o audiovizuálnych mediálnych službách sa uplatňujú len na poskytovateľov mediálnych služieb. Definícia tohto pojmu je založená na koncepcii redakčnej zodpovednosti<sup>52</sup>. Pokiaľ má poskytovateľ zodpovednosť za výber obsahu a určuje spôsob, akým je usporiadaný, jeho služby podliehajú smernici o audiovizuálnych mediálnych službách, aj keď je tento obsah poskytovaný cez internet.

Lineárne a nelineárne služby si v rámci jednej obrazovky budú čím ďalej viac konkurovať, niekedy budú dokonca na dvoch distribučných kanáloch ponúkať rovnaký obsah s cieľom zaujať rovnakých divákov. S novými formami obsahu na požiadanie, ktorý pôsobí dojemom pasívneho lineárneho obsahu, už z pohľadu spotrebiteľa nemusí byť rozdiel medzi lineárnymi a nelineárnymi službami badateľný. Ak by si v konvergujúcom svete malo lineárne a nelineárne poskytovanie podobného obsahu vzájomne konkurovať, potom by mohli súčasné rozdiely v režimoch jasne narušiť tento vzťah. Na druhej strane, ak zostane daný stupeň zákaznickej kontroly významným prvkom pre používateľov, potom by si odlišná regulácia zachovala určitú logiku. To si vyžaduje, aby tvorcovia politik zohľadnili spôsoby, akými tieto zmeny ovplyvnia tak vnímanie prijímaných služieb spotrebiteľmi, ako aj účinnosť súčasných nástrojov.

Smernica o audiovizuálnych mediálnych službách sa vzťahuje len na poskytovateľov nachádzajúcich sa v rámci právomoci EÚ. V prípade, že sú audiovizuálne služby poskytované cez satelit, patria do právomoci členského štátu, ak sú pozemné satelitné stanice na prenos signálu (satellite up-link) umiestnené v tomto členskom štáte alebo využívajú družicovú kapacitu patriacu tomuto členskému štátu<sup>53</sup>. Tieto pravidlá sa nevzťahujú na obsah poskytovaný cez internet pochádzajúci z krajín mimo EÚ, ale smerujúci do EÚ.

Ako sú mediálne služby z krajín mimo EÚ čoraz prístupnejšie cez internet a satelit, snahy stanoviť právomoc nad týmito službami by vyžadovali posúdenie potreby zaoberať sa presahujúcou právomocou. O podobných otázkach sa diskutuje aj v oblasti ochrany údajov.

Poskytovanie nelineárnych služieb je tiež predmetom smernice o elektronickom obchode. V konvergujúcom prostredí sa vzťah medzi touto smernicou a smernicou o audiovizuálnych mediálnych službách stáva viditeľnejší<sup>54</sup>. Toto je aj prípad právnych predpisov o ochrane údajov, keďže spracovanie osobných údajov je často predpokladom pre fungovanie nových služieb, aj keď si jednotlivci často neuvedomujú, že dochádza ku zberu a spracovaniu ich osobných údajov. V okamžiku, keď sa počas využívania audiovizuálnych mediálnych služieb údaje vzťahujú k identifikovanej alebo identifikovateľnej fyzickej osobe, ide o osobné údaje a

<sup>51</sup> Článok 1.1 písm. g) smernice o audiovizuálnych mediálnych službách: „audiovizuálna mediálna služba na požiadanie“ (t. j. nelineárna audiovizuálna mediálna služba) je audiovizuálna mediálna služba poskytovaná poskytovateľom mediálnej služby na sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil, a na jeho osobitnú žiadosť na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom mediálnej služby.

<sup>52</sup> Je to fyzická alebo právnická osoba, ktorá má redakčnú zodpovednosť za výber audiovizuálneho obsahu audiovizuálnej mediálnej služby a určuje spôsob, akým je organizovaná (článok 1 ods. 1 písm. d) smernice o audiovizuálnych mediálnych službách). Nezahŕňa to fyzické alebo právnické osoby, ktoré len prenášajú programy, za ktoré sú redakčne zodpovedné tretie strany.

<sup>53</sup> Čl. 2 ods. 4 smernica o audiovizuálnych mediálnych službách.

<sup>54</sup> Pozri najmä „ustanovenie o vnútornom trhu“ v článku 3, ako aj článok 4 a články 6 - 8.

v dôsledku toho to patrí do rozsahu pôsobnosti smernice EÚ od ochrane údajov (95/46/ES)<sup>55</sup>. Ďalšou príslušnou oblasťou regulácie je ochrana spotrebiteľa<sup>56</sup>.

Vzhľadom na globálnu a komplexnú povahu internetu sa zdá, že samoregulácia je vhodným doplnkom k regulačnému prístupu. V roku 2012 začala Komisia, spolu s podnikmi a ostatnými zainteresovanými stranami, proces<sup>57</sup> vypracovania kódexu osvedčených postupov pre samoregulačné a koregulačné procesy. To viedlo k návrhu zásad lepšej samoregulácie a koregulácie zameriavajúcich sa na väčšiu účinnosť<sup>58</sup>.

Tieto zásady by mali byť považované za referenčnú hodnotu pre procesy samoregulácie a koregulácie, ktoré sú už uvedené v smernici o audiovizuálnych mediálnych službách<sup>59</sup>.

V postupne konvergujúcom svete je mediálna gramotnosť dôležitá pre všetkých divákov bez ohľadu na vek. Okrem tých, ktoré sú uvedené v smernici o audiovizuálnych mediálnych službách<sup>60</sup>, vypracovala Komisia niekoľko ďalších línií politiky pre oblasť mediálnej gramotnosti. Mediálna gramotnosť sa chápe ako schopnosť získať prístup k médiám, porozumieť a kriticky zhodnotiť rôzne aspekty médií a mediálneho obsahu a viesť komunikáciu v rôznych kontextoch<sup>61</sup>.

#### OTÁZKY PRE VEREJNÚ KONZULTÁCIU:

- (10) Vzhľadom na konvergenciu medzi médiami, existuje dôkaz narušenia trhu spôsobeného odlišnou reguláciou lineárnych a nelineárnych služieb? Ak áno, aký by bol najlepší spôsob riešenia týchto narušení, bez toho aby sa ohrozili hodnoty, na ktorých je založený regulačný rámec EÚ pre audiovizuálne mediálne služby?
- (11) Je potrebné prispôbiť definíciu poskytovateľov audiovizuálnych mediálnych služieb a/alebo rozsah smernice o audiovizuálnych mediálnych službách tak, aby tie služby, na ktoré sa smernica o audiovizuálnych mediálnych službách nevzťahuje, podliehali čiastočne alebo úplne jej povinnostiam, alebo existujú iné spôsoby, ako ochrániť tieto hodnoty? V ktorých oblastiach by bolo vhodné klásť dôraz na samoreguláciu/koreguláciu?
- (12) Aký by bol vplyv zmeny regulačného prístupu v audiovizuálnej oblasti na zásadu krajiny pôvodu, a teda na jednotný trh?

<sup>55</sup> Smernica Európskeho parlamentu a Rady 95/46/ES z 24. októbra 1995 o ochrane fyzických osôb pri spracovaní osobných údajov a voľnom pohybe týchto údajov, Ú. v. ES L 281 23.11, s. 31-50.

<sup>56</sup> Napr. smernica 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách chráni pred zavádzajúcimi alebo agresívnymi obchodnými praktikami a zabezpečuje, že každé tvrdenie obchodníkov v EÚ je jasné, presné a odôvodnené; a smernicou 2011/83/EÚ o právach spotrebiteľov sa reguluje niekoľko oblastí práv spotrebiteľov a niektoré sa harmonizujú. Informácie o digitálnych produktoch, ktoré sa majú sťahovať alebo sledovať online, napr. budú musieť byť opatrené informáciou o interoperability a funkčnosti.

<sup>57</sup> Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov s názvom Obnovená stratégia EÚ pre sociálnu zodpovednosť podnikov na obdobie rokov 2011-2014, KOM(2011), 681 v konečnom znení, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:SK:PDF>.

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

<sup>59</sup> Článok 4 ods. 7

<sup>60</sup> Článok 33.

<sup>61</sup> Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov s názvom Európsky prístup k mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí, KOM(2007) 833 v konečnom znení.

- |      |  |
|------|--|
| (13) | Akým spôsobom a v ktorých oblastiach preverí väčšia konvergencia v audiovizuálnom prostredí vzťah medzi ustanoveniami smernice o audiovizuálnych mediálnych službách a smernice o elektronickom obchode? Môžete uviesť konkrétne príklady z praxe? |
| (14) | Aké iniciatívy na európskej úrovni by mohli prispieť k zlepšeniu úrovne mediálnej gramotnosti v Európe?  |

### 3.2 Sloboda médií a pluralita<sup>62</sup>

Sloboda médií a pluralita sú zakotvené v článku 11 Charty základných práv Európskej únie. Smernica o audiovizuálnych mediálnych službách<sup>63</sup> a pravidlá hospodárskej súťaže na európskej a vnútroštátnej úrovni prispievajú k udržiavaniu plurality médií.

Cez internet majú občania prístup k neporovnateľnému množstvu informácií a obsahu, ktoré zďaleka presahujú ponuku informácií z vnútroštátnych zdrojov a môžu sa zúčastňovať na tvorbe názorov. Podporuje to slobodu prejavu a posilňuje pluralitu názorov.

Zároveň sa menia spôsoby, ako ľudia zaobchádzajú s informáciami. Mechanizmy filtrovania napr. vo forme personalizovaných výsledkov vyhľadávania, prispievajú k tomu, aby ľudia získali aktuálne informácie z oblasti, ktorá ich zaujíma, a z pohľadu, s ktorým súhlasia. Na jednej strane takéto filtrovanie a mechanizmy personalizácie majú jednoznačne potenciál posilniť postavenie občanov tým, že im umožnia účinne sa orientovať v pretlaku informácií, ktorý charakterizuje digitálne prostredie, a prijímať personalizované služby zodpovedajúce ich osobným potrebám. Na druhej strane to môže znížiť úlohu médií ako redaktorov vo verejnej sfére a posilniť úlohu poskytovateľov platforiem, napr. online spoločností. Tieto spoločnosti môžu nielen určovať, aký obsah bude prístupný, ale môžu mať vplyv aj na voľbu, napr. obmeňovaním poradia, v akom bude určitý obsah zobrazovaný, obmedzovaním schopnosti občanov meniť menu alebo obmedzovaním určitých aplikácií. To by mohlo de facto ovplyvniť voľbu občanov v rámci prístupu k ponuke medií predstavujúcich pluralitu názorov a mohlo by to viesť k situácii, keď sa občania môžu dostať do zraniteľnej situácie bez toho, aby si to uvedomovali. Dostupnosť rôznych platforiem poskytujúcich používateľom cenný obsah, ako aj otvorenosť týchto platforiem je dôležitou podmienkou na to, aby mediálne prostredie prosperovalo.

Členské štáty môžu uložiť prevádzkovateľom sietí primerané povinnosti týkajúce sa povinnej prevádzky určitých vysielacích kanálov pre verejnosť v prípade, že značné množstvo divákov využíva takéto siete ako hlavný prostriedok na prístup k týmto kanálom<sup>64</sup>. Za okolností, keď je schopnosť osloviť divákov závislá na obmedzených zdrojoch prenosu, je to spôsob ako zabezpečiť poskytovanie určitých kanálov v prípade, že dostupnosť daného obsahu považuje členský štát za nevyhnutnú z dôvodov všeobecného záujmu. V prostredí širokopásmového pripojenia je v súvislosti s voľbou obsahu dostupného divákovi kapacita prenosu menšou prekážkou.

Dostupnosť „obsahu verejného záujmu“ vrátane online prostredia môže byť v praxi obmedzená obchodnými rozhodnutiami napr. výrobcov zariadení a/alebo prevádzkovateľov

<sup>62</sup> Pozrite si prosím aj verejné konzultácie týkajúce sa slobody médií a plurality <http://ec.europa.eu/digital-agenda>.

<sup>63</sup> Smernica o audiovizuálnych mediálnych službách podporuje pluralitu médií tak, že umožňuje voľný obeh mediálnych služieb v rámci jednotného trhu na základe zásady krajiny pôvodu, a napr. prostredníctvom článku 14. To, spolu so špecifickými pravidlami na podporu európskych diel, podporuje pluralitu médií.

<sup>64</sup> Článok 31 smernice 2002/22/ES o univerzálnej službe zmenenej smernicou 2009/136/ES o občianskych právach.

platformami, ku ktorým možno pristupovať prostredníctvom tohto zariadenia, alebo samotnými poskytovateľmi obsahu<sup>65</sup>.

Členské štáty môžu tiež špecifikovať služby digitálneho vysielania, ku ktorým musí byť zabezpečený prístup, a vnútroštátne regulačné orgány môžu uložiť prevádzkovateľom povinnosť poskytovať prístup k elektronickým programovým sprievodcom<sup>66</sup>.

Aj keď je obsah dostupný, nájsť „obsah verejného záujmu“ v posilnenom multikanálovom prostredí môže pre divákov predstavovať problém. Preto majú členské štáty aj možnosť ukladať povinnosti týkajúce sa prezentačných aspektov elektronických programových sprievodcov, zoznamov a navigačných prostriedkov<sup>67</sup>.

#### OTÁZKY PRE VEREJNÚ KONZULTÁCIU:

- (15) Mala by byť možnosť prednastavenej voľby prostredníctvom mechanizmov filtrovania, vrátane vyhľadávania, predmetom verejnej intervencie na úrovni EÚ?
- (16) Čo by malo byť rozsahom pôsobnosti existujúcich predpisov o prístupe (čl. 6 prístupovej smernice) a univerzálnych službách (čl. 31 smernice o univerzálnej službe) vzhľadom na zvyšujúcu sa konvergenciu lineárnych a nelineárnych služieb v spoločných platformách? Existujú v rámci konvergovaného vysielania/prostredia širokopásmového pripojenia špecifické potreby na zabezpečenie dostupnosti a možnosti nájsť a využiť „obsah verejného záujmu“?

### 3.3 Komerčná komunikácia

V smernici o audiovizuálnych mediálnych službách sa stanovujú limity vysielacích časov na vysielanie reklamy, napr. 12 minút za hodinu, a kritériá týkajúce sa reklamy určitých výrobkov, ako aj reklamy súvisiacej s neplnoletými. Kvalitatívne pravidlá sa týkajú lineárnych a nelineárnych služieb, pričom kvantitatívne pravidlá sa týkajú len lineárnych služieb. Vzhľadom na rastúcu konkurenciu medzi lineárnymi a nelineárnymi službami a skutočnosť, že nelineárne služby môžu poskytovať poskytovatelia, ktorí nepodliehajú právomoci EÚ, európski vysielatelia sa obávajú, že takáto asymetria ich znevýhodňuje.

V súvislosti s konvergenciou podrobujú niektoré inovačné reklamné postupy súčasne pravidlá skúške. Komisia bola informovaná o obavách týkajúcich sa vložených reklamných okien<sup>68</sup> prekrývajúcich lineárne služby vysielateľov a smerovala na ňu otázka, či by to mohlo zmeniť podstatu regulácie reklamy, najmä či by takéto prekrývajúce okná mohli byť zobrazované so súhlasom používateľov a vysielateľov alebo bez neho. Skrytá reklama v online prostredí by tiež mohla predstavovať problém.

Personalizácia ponúkaného obsahu môže byť prínosom pre spotrebiteľov a inzerentov, ale niekedy môže závisieť od nástrojov, ktoré pre ochranu osobných údajov predstavujú problém. Európske pravidlá ochrany údajov<sup>69</sup> môžu zvýšiť dôveru spotrebiteľov v inovačné obchodné modely, čo je cieľom návrhov Komisie na reformu regulačného rámca EÚ predložených v

<sup>65</sup> V prípade zariadenia na príjem digitálnej televízie, by sa na zabezpečenie interoperability mohol uplatniť článok 24 smernice o univerzálnej službe. Prílohou VI sa v súčasnosti zabezpečuje napr. to, že signály prenášané v nezakódovanej forme sa zobrazujú na zariadeniach schopných dekódovať kódované vysielanie.

<sup>66</sup> Čl. 5 ods. 1b) prístupovej smernice 2002/19/ES, zmenenej smernicou 2009/140/ES.

<sup>67</sup> Čl. 6 ods. 4. prístupovej smernice 2002/19/ES, zmenenej smernicou 2009/140/ES.

<sup>68</sup> Vizualne prvky, ktoré sa objavujú na obrazovke počas vysielania.

<sup>69</sup> Smernica o súkromí a elektronických komunikáciách a navrhované nariadenie o ochrane údajov, ktorým sa mení súčasná smernica o ochrane údajov.

januári 2012<sup>70</sup>. Reklamný priemysel zaviedol samoregulačný<sup>71</sup> systém behaviorálnej reklamy na internete, ktorý môže v budúcnosti okrem zobrazovaných reklám zahŕňať aj videoreklamy. Mali by sa zohľadniť aj iniciatívy normalizácie v priemysle ako napr. „Do Not Track“ (DNT)<sup>72</sup>.

#### OTÁZKY PRE VEREJNÚ KONZULTÁCIU:

- (17) Budú súčasné pravidlá smernice o audiovizuálnych mediálnych službách, pokiaľ ide o komerčné komunikácie, stále primerané, keď sa konvergovaný svet postupne stáva realitou? Môžete poskytnúť nejaké konkrétne príklady?
- (18) Aké regulačné nástroje by najlepšie reagovali na rýchlo sa meniace reklamné postupy? Existuje priestor na rozšírenie rozsahu pôsobnosti v prípade samoregulácie/koregulácie?
- (19) Kto by mal mať posledné slovo v otázke kedy akceptovať prekrývajúcu reklamu a ostatné nové reklamné postupy na obrazovke?

### 3.4. Ochrana neplnoletých

Neustály tok obsahu, ktorý je poskytovaný v rámci odlišne regulovaných lineárnych a nelineárnych vysielacích kanálov, oslabuje vplyv súčasného režimu regulujúceho prístup detí k obsahu lineárnych kanálov. Problémom stále zostáva účinné overovanie veku pre prístup k obsahu, a to aj v prípade adolescentov. Rozdiely v regulačnom prístupe v prípade rôznych typov obsahu na obrazovke môžu sťažiť používateľom orientáciu v tom, na ktoré orgány sa majú obrátiť so sťažnosťou<sup>73</sup>.

V rámci „Európskej stratégie vytvárania lepšieho internetu pre deti“, ktorá sa začala v máji 2012<sup>74</sup>, Komisia tvrdí, že by sa pre deti mal vytvoriť kvalitnejší obsah a že by mali byť pri používaní internetu chránené. Členmi tejto koalície sa stalo 31 popredných spoločností v celom hodnotovom reťazci. V rámci koalície sa prostredníctvom samoregulačného procesu majú vypracovať vhodné opatrenia v piatich kľúčových oblastiach: i) jednoduché a účinné nástroje hlásenia problémov; ii) nastavenia ochrany súkromia zodpovedajúce veku; iii) intenzívnejšie využívanie klasifikácie obsahu; iv) väčšia dostupnosť a využívanie nástrojov rodičovskej kontroly; a v) účinné odstraňovanie materiálov obsahujúcich zneužívanie detí. Niektoré z týchto aktivít sa týkajú smernice o audiovizuálnych mediálnych službách a mohli by byť podporené zmenou právnych predpisov. Kolektívne výsledky a záväzky boli zverejnené vrátane odporúčaní osvedčených postupov. Spoločnosti vydali v súvislosti s vykonávaním týchto odporúčaní samostatné vyhlásenia. Komisia bude ďalej spolupracovať s koalíciou ako platformou na diskusiu o pokroku počas roka 2013.

<sup>70</sup> KOM (2011)11 - nariadenie Európskeho parlamentu a Rady o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov (všeobecné nariadenie o ochrane údajov).

<sup>71</sup> Celoeurópsky samoregulačný rámec pre behaviorálnu reklamu na internete: <http://www.iabeurope.eu/news/self-regulation-framework.aspx>.

<sup>72</sup> Globálna norma pre DNT opisuje technické podrobnosti „signálu“, ktorý používatelia môžu zasielať svojim poskytovateľom prostredníctvom svojho on-line vybavenia vrátane internetového prehliadača. Tento signál uvádza ich preferencie, pokiaľ ide o sledovanie. <http://blogs.ec.europa.eu/neelie-kroes/donottrack/>.

<sup>73</sup> Príkladom prípadu, v rámci ktorého sa táto otázka rieši, je ParentPort.

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



**OTÁZKY PRE VEREJNÚ KONZULTÁCIU:**

- (20) Sú platné pravidlá smernice o audiovizuálnych mediálnych službách dostatočné na riešenie problémov súvisiacich s ochranou neplnoletých v konvergujúcom mediálnom svete?
- (21) Aj keď sú nástroje rodičovskej kontroly čoraz dostupnejšie na zariadeniach a platformách používaných na prístup k obsahu, ich využívanie sa zatiaľ javí ako obmedzené. Ktoré mechanizmy by boli vhodné na informovanie rodičov o takýchto nástrojov?
- (22) Aké opatrenia by boli vhodné na účinné overovanie veku používateľov audiovizuálneho obsahu poskytovaného online?
- (23) Mali by sa v smernici o audiovizuálnych mediálnych službách vykonať zmeny, ktoré by sa týkali hodnotenia obsahu, klasifikácie obsahu a rodičovskej kontroly, na všetkých vysielacích kanáloch?
- (24) Mali by mať používatelia viac informácií o tom, kde a akým spôsobom môžu vyjadriť svoje pripomienky alebo podať sťažnosti týkajúce sa rôznych druhov obsahu? Sú súčasné mechanizmy spracovania sťažností dostatočné?
- (25) Po oznámeniach o škodlivom alebo nezákonnom obsahu, najmä keď sa týka detí, sú spôsoby spracovania sťažnosti (finančné, regulačné alebo iné prostriedky) v súvislosti s poskytovaním primeranej spätnej väzby dostatočné? Aké by mali byť príslušné úlohy/právomoci verejných orgánov, mimovládnych organizácií a poskytovateľov produktov a služieb, aby sa zabezpečilo, že sa k ľuďom, ktorí oznamujú škodlivý alebo nezákonný obsah, dostane primeraná spätná väzba?

**3.5. Dostupnosť pre osoby so zdravotným postihnutím**

Technológia ponúka viac možností ako kedykoľvek predtým ako pomôcť ľuďom s poškodeným zrakom, sluchom alebo vnímaním. Tieto príležitosti môžu zostať nevyužitú v prípade, že prístupný obsah, t.j. titulky, znaková reč alebo zvukový opis, nie je vyrobený alebo prístupný koncovým používateľom.

Smernica o audiovizuálnych mediálnych službách už zaväzuje členské štáty, aby podporovali poskytovateľov mediálnych služieb, aby svoje služby postupne sprístupňovali ľuďom s poškodeným zrakom alebo sluchom. Vykonávanie tohto ustanovenia sa v jednotlivých členských štátoch značne odlišuje. Prístupné služby môžu byť zahrnuté do povinností povinnej prevádzky uložených členskými štátmi.

Komisia predložila návrh smernice o dostupnosti webových stránok<sup>75</sup> a skúma, ako ďalej zlepšiť situáciu prístupných tovarov a služieb na trhu EÚ, pričom stanovuje požiadavky všeobecnej prístupnosti v nadchádzajúcom Európskom akte o prístupnosti. Prijatie európskej normy vzťahujúcej sa aj na audiovizuálne otázky týkajúce sa prístupnosti sa očakáva na konci roka 2013.

**OTÁZKY PRE VEREJNÚ KONZULTÁCIU:**

- (26) Myslíte si, že sú v tejto oblasti potrebné ďalšie normy?

<sup>75</sup> Návrh smernice Európskeho parlamentu a Rady o dostupnosti webových stránok orgánov verejného sektora, COM(2012), 721 final.

(27) Aké stimuly by bolo možné ponúknuť na podporu investícií do inovačných služieb pre osoby so zdravotným postihnutím?
--

#### 4. ĎALŠIE KROKY

Všetky zainteresované strany sa vyzývajú, aby sa vyjadrili k návrhom uvedeným v tejto zelenej knihe a aby poskytli odpovede na konkrétne otázky, ktoré tu boli položené, a poslali ich na túto adresu:

CNECT-CONVERGENCE-AV@ec.europa.eu

European Commission

Directorate- General for Communications Networks, Content and Technology

Unit G1

Office BU31 05/181

B- 1049 -Brussels

V tejto súvislosti môže Komisia zorganizovať stretnutia so zainteresovanými stranami vrátane zástupcov priemyslu, spotrebiteľov, investorov, členov Európskeho parlamentu a Rady.

Svoje pripomienky pošlite do 31. 8. 2013. Prijaté príspevky budú uverejnené na webovej stránke GR CONNECT, pokiaľ prispievateľ neuvedie, že si to neželá. Upozorňujeme, že informácie o ochrane vašich osobných údajov a spracovávaní príspevkov nájdete v časti vyhlásenie o ochrane osobných údajov, ktoré je priložené k tejto konzultácii.