

EUROOPA PARLAMENT

2004



2009

Majandus- ja rahanduskomisjon

2005/0260(COD)

12.10.2006

ARVAMUS

Esitaja: majandus- ja rahanduskomisjon

Saaja: kultuuri- ja hariduskomisjon

Ettepanek võtta vastu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv, millega muudetakse nõukogu direktiivi 89/552/EMÜ teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta

(KOM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD))

Arvamuse koostaja: Karsten Friedrich Hoppenstedt

PA_Legam

LÜHISELGITUS

1. Audiovisuaalse meedia õigusliku raamistiku väljatöötamisega tuleb luua põhitingimused riigipiire ületavate meediateenuste edukaks arenguks, nii et Euroopa konkurentsivõime kõnealuses valdkonnas tugevneks. Samal ajal tuleb arvestada audiovisuaalse valdkonna erilise iseloomuga ja tagada, et järgitakse olulisi aluspõhimõtteid, nagu noorte ja tarbijate kaitset.

2. Audiovisuaalses valdkonnas tehnoloogiaturu arengu jätkumise, eriti sidevõrkude digitaalse lähenemise ja sellega kaasneva meediasisu edastamisega loodi uute tehnoloogiliste platvormide teel, näiteks mobiiltelefonivõrgu ja Interneti teel, levitamise võimalused, millel on televisiooniga võrreldav arvamus kujundamise funktsioon.

Kõnealuseid arenguid arvestades tuleb tervitada komisjoni ettepanekus sisalduvat lähenemist, mis põhineb teenuste sisulisel ja funktsionaalsel võrreldavusel ning loob seega ühtsed konkurentsitingimused (*level playing field*) ja õiguskindluse.

Tehnoloogilise neutraalsuse põhimõte on vajalik selleks, et hõlmata tulevase arenguid, mille poolestusaeg pidevalt lüheneb.

3. Sellest hoolimata on vaja piirata väga laiaulatuslikku kasutusvaldkonda. Välja tuleb jätta valdkonnad, mida direktiivi eeskirjade kohaselt ei ole põhjendatud sellega hõlmata. See puudutab eelkõige isiklikku sisu ning *online*- ja hasartmänge.

4. Lisaks sellele tuleb teha selgelt vahet e-kaubanduse direktiivi (2000/31/EÜ) ja käesoleva direktiivi vahel, mille esmatähtis iseloom tuleb selgeks teha. See loob õiguskindluse, mis on eriti vajalik investeringute tegemisel uutesse meediateenustesse.

5. Televisiooni ja tellitavate teenuste vaheline astmeline reguleeritus on vaataja erinevaid kontrollivõimalusi arvestades põhjendatud. Reguleerimisnäiteid tuleks siiski esitada, et anda ette orientiir ja hoida ära arusaamatused vahetegemisel.

6. Direktiivi tuum on tugev päritoluriigi põhimõte ja seda ei tohiks toimiva siseturu huvides pehmendada. Selles osas tuleb piisavaks pidada Euroopa Kohtu pretsedendiõiguse kodifitseerimist võimalike kuritarvituste reglementeerimise eesmärgil.

7. Lühiuudiste õigus peab minema kaugemale komisjoni ettepanekus välja pakutud mittediskrimineerivast iseloomust ja peab liikmesriigiülese õigusena kehtima Euroopa Liidu kõikidele liikmesriikidele võrdselt, et tagada teabe liikumine riikide vahel.

8. Komisjon ei tee õigusega ettepanekut laiendada kvoodinõudeid otseselt mittelineaarsetele teenustele. Lisaks sellele tuleb selgeks teha, et liikmesriikidel on suur otsustamisvabadus selles suhtes, mis puudutab tootmise edendamist ja Euroopa päritoluga teoste kättesaadavust.

9. Komisjoni ettepanekus ette nähtud reklaami ajapiirangute dereguleerimist tuleb tervitada.

Uute tehniliste arengute valguses, mis võimaldavad telereklaami paigutada, näiteks kõvakettasalvestite *timeshift*-funktsioon, peab Euroopa meediavaldkonna majandusolukorda

silmas pidades kaasnema ulatuslik reklaamipiirangute vähendamine.

Meediatööstuse tugevdamise kaudu on võimalik säilitada arvukalt tasuta kasutatavaid pakkumisi, mis võimaldab vastu töötada üha suurenevale tasulistele pakkumistele keskendumisele. Sellega toetatakse Euroopa meediaturu mitmekesisust. Lisaks sellele jäetakse rohkem ruumi audiovisuaalsete teenuste pakkujate loomingulisusele.

Lõpuks on võimalik arvukaid valiku- ja kontrollivõimalusi silmas pidades lähtuda vaataja enda vastutustundest.

Selles osas tuleb pooldada reklaamiplokkide nõude tühistamist ning telefilmide, kinematograafiateoste, lasteprogrammide ja uudistesaadete lisamisnõuete vähendamist 35 minutilt 30 minutile.

10. Tooteasetuse valdkonnas praegu valitseva halli tsooni kõrvaldamisele aitavad kaasa konkreetset õiguskindlust ja õigusselgust tagavad eeskirjad.

Otstarbekas on positiivne nimestik, mis lubab tooteasetuses kasutada formaate, mille arvamus kujundaval funktsioonil ei ole kõrgemalseisvat tähtsust, samuti juhtumeid, mille puhul tooteasetuse eest ei makstud vastutasu või see oli väga väike, nii et puudub redaktsioonilise sisu mõjutamise oht.

Lisaks sellele on oluline tooteasetusest täielikult välistada eriti tundlikud programmid, näiteks lastesaated.

Läbipaistvust ja tarbijakaitset puudutavate kartuste ärahoidmiseks on võimalik võtta sobivaid märgistamise meetmeid.

11. Ühis- ja isereguleerimismehhanisme tuleks rohkem kasutada, eriti isereguleerimise vahend tuleb sõnaselgelt lisada direktiivi artikli 3 lõikesse 3. Sellele vaatamata peab säilima riigi lõppvastutus.

Konkreetses kujundamise osas peaks jätma liikmesriikidele teatud määral paindlikkust, et tagada olemasolevate hästi toimivate süsteemide säilimine.

MUUDATUSETTEPANEKUD

Majandus- ja rahanduskomisjon palub vastutaval kultuuri- ja hariduskomisjonil lisada oma raportisse järgmised muudatusettepanekud:

Komisjoni ettepanek¹

Euroopa Parlamendi muudatusettepanekud

Muudatusettepanek 1
PÕHJENDUS 1 A (uus)

(1a) Direktiivi 89/522/EMÜ muutmise eesmärk peaks olema peamiselt audiovisuaalse meedia teenuste valdkonna kohanemine muutustega ja konkurentsivõime parandamine üleilmse turu tingimustes. Liberaalsem ja sirgjoonelisem õiguslik raamistik aitab kaasa majanduskasvule, töökohtade loomisele ja innovatsioonile kooskõlas Lissaboni strateegiaga.

Muudatusettepanek 2
PÕHJENDUS 3

(3) Audiovisuaalsete meediateenuste tähtsus ühiskonnale, demokraatiale ja kultuurile õigustab nende teenuste suhtes erieeskirjade kohaldamist.

(3) Audiovisuaalsete meediateenuste tähtsus ühiskonnale, demokraatiale ja kultuurile õigustab nende teenuste suhtes **piiratud** erieeskirjade kohaldamist, **kuid üksnes siis, kui see on vältimatult vajalik.**

Selgitus

Konkurentsivõime säilimiseks ei tohiks audiovisuaalseid meediateenuseid üle reguleerida.

¹ ELTs seni avaldamata.

Muudatusettepanek 3
PÕHJENDUS 4

(4) Traditsioonilised audiovisuaalsed meediateenused ja uued tellitavad teenused pakuvad ühenduses olulisi tööhõivevõimalusi, eriti väikestes ja keskmise suurusega ettevõtetes, ning stimuleerivad majanduskasvu ja investeringuid.

(4) Traditsioonilised audiovisuaalsed meediateenused ja uued tellitavad teenused pakuvad ühenduses olulisi tööhõivevõimalusi, eriti väikestes ja keskmise suurusega ettevõtetes, ning stimuleerivad majanduskasvu ja investeringuid. **Direktiiv 89/552/EMÜ ei takista uute teenuste arendamist piiravate õigusnormide kaudu.**

Selgitus

Muudetud direktiiv peaks uute audiovisuaalsete teenuste arengut pigem julgustama, mitte takistama.

Muudatusettepanek 4
PÕHJENDUS 6 A (uus)

(6 a) Lissaboni strateegia poliitiliste eesmärkide saavutamiseks on väga oluline edendada konkurentsivõimet Euroopa tööstuses, mille tähtsaks osaks on audiovisuaalsektor. Seepärast tuleks audiovisuaalse tööstussektori konkurentsivõime tugevdamiseks edendada asjakohase reguleeriva raamistiku raames piisavaid rahastamisvahendeid. On oluline, et audiovisuaalne sektor oleks dünaamiline ja kasumlik ning selle saavutamiseks tuleb sektorit reguleerida nii tagasihoidlikult kui võimalik.

Selgitus

Konkurentsivõime säilimiseks ei tohiks audiovisuaalseid meediateenuseid üle reguleerida.

Muudatusettepanek 5
PÕHJENDUS 13

(13) Audiovisuaalsete meediateenuste mõiste hõlmab kõiki programmikohaseid ja tellitavaid audiovisuaalseid massimeediateenuseid. Selle kohaldamisala

(13) Audiovisuaalsete meediateenuste mõiste hõlmab kõiki programmikohaseid ja tellitavaid audiovisuaalseid massimeediateenuseid. Selle kohaldamisala

piirdub asutamislepingus määratletud teenustega, hõlmates seega kõiki majandustegevuse vorme, sealhulgas avaliku teenistuse ettevõtteid, kuid ei hõlma mittemajanduslikku tegevust, näiteks puhtalt eraviisilisi veebisaite.

piirdub asutamislepingus määratletud teenustega, hõlmates seega kõiki majandustegevuse vorme, sealhulgas avaliku teenistuse ettevõtteid, kuid ei hõlma mittemajanduslikku tegevust, näiteks puhtalt eraviisilisi veebisaite ***või kasutaja poolt loodud sisu, mida tavaliselt ei võimaldata tasu eest kasutada. Selle direktiivi kohaldamise põhjendamiseks peab majanduslik element olema oluline. Sellele, kas tegevus saavutab kõnealuse majandusliku tähtsuse, tuleb anda hinnang nende liikmesriikide sätete alusel, kus meediateenuste pakkuja on registreeritud.***

Selgitus

Tuleb täpselt selgitada, et direktiiv hõlmab ainult majandustegevust ja mitte eraviisilist sisu ega pooleldi eraviisilisi pakkumisi.

Majanduslik element peaks olema mõningase kaaluga, et jätta direktiivi kohaldamisalast välja näiteks veebisaidid või ajaveebid, mis sisaldavad ainult kasutatava tarkvara kohta teavitamise eesmärgil edastatavaid andmeid. Hindamiskriteeriumid võib võtta vastava riigi õigusest, näiteks maksu- või ühinguõigusest.

Muudatusettepanek 6 PÕHJENDUS 14

(14) Audiovisuaalsete meediateenuste mõiste hõlmab massimeediat selle teavituslikus, meelelahutuslikus ja harivas funktsioonis, kuid selle hulka ei kuulu ükski erakirjavahetuse vorm, nagu piiratud arvule adressaatidele saadetud e-kirjad. Mõiste välistab ka kõik teenused, mis ei ole mõeldud audiovisuaalse sisu levitamiseks, st kui audiovisuaalne sisu on teenuses puhtjuhuslik ega kannu selle peamist otstarvet. Näiteks võib tuua veebisaidid, mis sisaldavad audiovisuaalseid elemente üksnes täiendusena, väikesi reklaamilõike või teavet, mis on seotud toote või mitteaudiovisuaalse teenusega.

(14) Audiovisuaalsete meediateenuste mõiste hõlmab ***avaliku arvamuse kujundamisele kaasaaitavat*** massimeediat selle teavituslikus, meelelahutuslikus ja harivas funktsioonis, kuid selle hulka ei kuulu ükski erakirjavahetuse vorm, nagu piiratud arvule adressaatidele saadetud e-kirjad. Mõiste välistab ka kõik teenused, mis ei ole mõeldud audiovisuaalse sisu levitamiseks, st kui audiovisuaalne sisu on teenuses puhtjuhuslik ega kannu selle peamist otstarvet. Näiteks võib tuua veebisaidid, mis sisaldavad audiovisuaalseid elemente üksnes täiendusena, väikesi reklaamilõike või teavet, mis on seotud toote või mitteaudiovisuaalse teenusega. ***Samuti ei ole hõlmatud rahalist väärtust kujutava panusega hasartmängud, sh loteriid ja kihlveod ning interaktiivsel tarkvaral***

põhinevad online-mängud, kui nende põhieesmärk ei ole audiovisuaalse sisu levitamine

Selgitus

Tuleb selgeks teha, et interaktiivsel tarkavaral põhinevad hasartmängud ja online-mängud ei kuulu direktiivi kohaldamisalasse. Audiovisuaalse sisu levitamine on nendel juhtudel tavaliselt vaid puhtjuhuslik, nii et regulatsiooni eesmärk ei hõlma kõnealuseid valdkondi põhimõtteliselt.

Lisaks sellele on hasartmängusektor äärmiselt tundlik turg, mis vajab tarbijakaitsest ning avalikust julgeolekust ja korrast tulenevatel põhjustel eraldi reguleerimist.

Muudatusettepanek 7
PÕHJENDUS 17

(17) Meediateenuste osutaja rolli ja seoses sellega audiovisuaalsete meediateenuste määratlemiseks on vajalik toimetust vastutuse mõiste. Käesoleva direktiiviga ei piirata direktiivis 2000/31/EÜ kehtestatud vastutusest vabastamist.

(17) Meediateenuste osutaja rolli ja seoses sellega audiovisuaalsete meediateenuste määratlemiseks on vajalik toimetust vastutuse mõiste. ***Toimetust vastutus hõlmab vastutamist audiovisuaalse sisu – kas üksikute programmiosade või programmipakkumise – valiku ja järjestamise eest professionaalsel viisil. Televisiooni puhul tähendab toimetust vastutus programmikava koostamist ja tellitavate teenuste puhul sisuvaliku kokkupanekut.*** Käesoleva direktiiviga ei piirata direktiivis 2000/31/EÜ kehtestatud vastutusest vabastamist.

Selgitus

Toimetust vastutuse määratlemisega selgitatakse, et hõlmatud ei ole puhtalt hosting provider'eid, kes annavad sisu jaoks platvormi kasutada. Ülejäänud osas on selle kriteeriumi eesmärk välistada eraisikute poolt üksikult pakutav sisu.

Muudatusettepanek 8
PÕHJENDUS 18

(18) Lisaks reklaamile ja otsepakkumisele sätestatakse audiovisuaalse kommertsteadaande laiem mõiste. Selle all mõeldakse ***liikuvaid*** pilte koos heliga või

(18) Lisaks reklaamile ja otsepakkumisele sätestatakse audiovisuaalse kommertsteadaande laiem mõiste. Selle all mõeldakse ***programmides sisalduvaid või***

ilma, mis kaasnevad **audiovisuaalsete meediateenustega** ja on mõeldud äri- ja tegeleva füüsilise või juriidilise isiku kaupade, teenuste või maine otseseks või kaudseks reklaamimiseks. Seega ei hõlma nimetatud mõiste ametlikke teadaandeid ega tasuta edastatavaid heategevusega seotud üleskutseid.

nendega kaasnevaid pilte koos heliga või ilma, mis on mõeldud äri- ja tegeleva füüsilise või juriidilise isiku kaupade, teenuste või maine otseseks või kaudseks reklaamimiseks. Seega ei hõlma nimetatud mõiste ametlikke teadaandeid ega tasuta edastatavaid heategevusega seotud üleskutseid.

Selgitus

Tuleb selgitada, et koos tooteasetuse lubamisega on võimalik programmidesse integreerida ka audiovisuaalsed kommertsteadaanded. Lisaks sellele on arusaamatu, miks audiovisuaalsete kommertsteadaannete mõistega hõlmatud pildid peavad vastama liikuvuse tunnusele. Uute reklaamitehnikate, nagu Split Screeni, laialdasema kasutamise korral on mõeldav ka seisva pildi paigutamine.

Muudatusettepanek 9 PÕHJENDUS 19 A (uus)

(19 a) Tugeva, konkurentsivõimelise ja ühtse Euroopa audiovisuaalse tööstuse edendamiseks ja meedia paljususe võimaldamiseks kogu Euroopa Liidus jääb oluliseks see, et iga audiovisuaalse meediateenuse osutaja kuuluks ainult ühe liikmesriigi jurisdiktsiooni alla. Seetõttu peaksid kehtima jääma direktiiviga 97/36/EÜ kehtestatud jurisdiktsiooni määramiseks kasutatud asukohakriteeriumid.

Selgitus

Päritoluriigi põhimõtte tugevdamiseks ja eriti kehtivate asukoha ja jurisdiktsiooni mõistete kindlustamiseks, mis on tänaseni võimaldanud piiriüleisel Euroopa ringhäälingul tulemuslikult toimida.

Muudatusettepanek 10 PÕHJENDUS 25

(25) Teatistes nõukogule ja Euroopa Parlamendile „Parem õiguslik reguleerimine majanduskasvu edendamiseks ja töökohtade

(25) Teatistes nõukogule ja Euroopa Parlamendile „Parem õiguslik reguleerimine majanduskasvu edendamiseks ja töökohtade

loomiseks Euroopa Liidus“ rõhutas komisjon vajadust hoolikalt analüüsida sobivat reguleerivat lähenemist, eelkõige küsimust, kas asjaomase valdkonna ja probleemi puhul peaks eelistama õiguslikku reguleerimist või peaks kaaluma teisi võimalusi, nagu näiteks ühis- või isereguleerimist. **Ühis- ja isereguleerimist käsitlevad mõisted, kriteeriumid ja menetlused on esitatud paremat õigusloomet käsitlevas institutsioonidevahelises kokkuleppes.** Kogemus on näidanud, et ühis- ja isereguleerimise vahendid, mida rakendatakse vastavalt liikmesriikide erinevatele õigustraditsioonidele, võivad mängida tähtsat rolli kõrgetasemelise tarbijakaitse tagamises.

loomiseks Euroopa Liidus“ rõhutas komisjon vajadust hoolikalt analüüsida sobivat reguleerivat lähenemist, eelkõige küsimust, kas asjaomase valdkonna ja probleemi puhul peaks eelistama õiguslikku reguleerimist või peaks kaaluma teisi võimalusi, nagu näiteks ühis- või isereguleerimist. Kogemus on näidanud, et ühis- ja isereguleerimise vahendid, mida rakendatakse vastavalt liikmesriikide erinevatele õigustraditsioonidele, võivad mängida tähtsat rolli kõrgetasemelise tarbijakaitse tagamises. **Seega näeb isereguleerimine ette alternatiivse võimaluse käesoleva direktiivi teatud eesmärkide saavutamiseks, aga ei see ei saa siiski täielikult asendada seadusandjate kohustust. Ühisreguleerimine näeb ette isereguleerimise ja siseriikliku seadusandluse vahelise vajaliku õigusliku sideme ja võimaldab direktiive üle võtta kooskõlas erinevate õigustraditsioonidega.**

Selgitus

Institutsioonidevahelises kokkuleppes parema õigusloome kohta toodud ühis- ja isereguleerimist käsitlevad mõisted ei tunnusta mitmeid tõhusaid isereguleerimissüsteeme, mida on mitmes liikmesriigis pikka aega kasutatud isereguleerimise edendamiseks. Kui liikmesriigid usaldavad ülesanded direktiivide eesmärkide saavutamisel isereguleerivatele asutustele, peab ülesande andmise viis olema piisavalt selge, tagamaks, et reguleerivaid meetmeid võib kasutada siis, kui isereguleeruvad meetmed direktiivi eesmärkide saavutamiseks ei toimi.

Muudatusettepanek 11
PÕHJENDUS 25 a (uus)

(25 a) Kaas- ja isereguleerimise mehhanisme tuleks direktiivi eesmärkide saavutamiseks laialdasemalt kasutada. Kogemus on näidanud, et kõnealused alternatiivsed reguleerimismeetodid on erinevates liikmesriikides arvukatel juhtudel tõhusaks osutunud ja võivad seetõttu eriti tarbijakaitse valdkonnas olulist rolli mängida. Kaasreguleerimise all tuleb mõista riigiasutuste koostööd isereguleerimisega tegelevate organitega.

Seadusandja kehtestatud eesmärgid delegeeritakse sellise koostöö raames õiguslikul teel asjaomase sektori tunnustatud tegijatele. Sellise õigusliku seosega tagatakse, et riiklikud seadusandjad on jätkuvalt vastutavad ja võivad seadusandjana sekkuda, kui isereguleerimine ebaõnnestub.

Selgitus

Kaas- ja isereguleerimise laialdasemat kasutamist tuleb toetada. Sellele vaatamata peab lõplik vastutus jääma riigile, nii et juhul, kui alternatiivsed reguleerimismeetodid ebaõnnestuvad, jääb riigile sekkumisõigus. Samal ajal peaks jätma liikmesriikidele konkreetse tegutsemise osas teatud määral paindlikkust, et tagada olemasolevate hästi toimivate süsteemide säilimine.

Muudatusettepanek 12 PÕHJENDUS 27

(27) Et kaitsta põhivabadust saada teavet ja et tagada Euroopa Liidu vaatajate huvide täielik ja nõuetekohane kaitse, peaksid üldist huvi pakkuva ürituse ainuõiguste valdajad andma teistele ringhäälinguorganisatsioonidele ja ringhäälinguorganisatsioonide nimel tegutsevatele **vahendajatele** õiguse kasutada üldistes **uudistesaadetes** lühikesi väljavõtteid võrdsetel, mõistlikel ja mittediskrimineerivatel alustel, võttes **ainuõigust** nõuetekohaselt arvesse. Sellised tingimused tuleb teatavaks teha aegsasti enne üldist huvi pakkuva ürituse toimumist, et teistele jääks kõnealuse õiguse kasutamiseks piisavalt aega. Üldreeglina ei tohiks niisugused lühikesed väljavõtted olla **pikemad kui 90 sekundit**.

(27) Et kaitsta põhivabadust saada teavet ja et tagada Euroopa Liidu vaatajate huvide täielik ja nõuetekohane kaitse, **peavad liikmesriigid tagama, et üldsusele suurt huvi pakkuva ürituse ainuõiguste valdajad annavad** teistele ringhäälinguorganisatsioonidele ja **volitatud** ringhäälinguorganisatsioonide nimel **otseselt tegutsevatele volitatud ning tunnustatud uudisteagentuuridele** õiguse kasutada üldistes uudistesaadetes lühikesi väljavõtteid võrdsetel, mõistlikel ja mittediskrimineerivatel alustel, võttes **muid litsentseeritud õigusi** nõuetekohaselt arvesse. Sellised tingimused tuleb teatavaks teha aegsasti enne üldist huvi pakkuva ürituse toimumist, et teistele jääks kõnealuse õiguse kasutamiseks piisavalt aega. Üldreeglina ei tohiks niisugused lühikesed väljavõtted olla:

– **pikemad kui 90 sekundit ja need peaksid kestma ainult eesmärgiks vajaliku aja ning olema kooskõlas ürituse iseloomuga;**

– **organiseeritud ürituste korral edastatud enne, kui esmane ringhäälinguorganisatsioon on oma**

ülekande lõpetanud või 60 minutit pärast ürituse toimumist, sõltuvalt sellest kumb on varem;

– edastatud hiljem kui 36 tundi pärast ürituse või sündmuse lõppu ilma õiguse valdaja eriloata;

– neid tuleb edastada nii, et esmase ringhäälinguorganisatsiooni ja/või õiguste valdaja nimi on kogu saate vältel selgelt nähtav;

– ringhäälinguorganisatsioon peab õiguse valdajale tasuma asjakohast kompensatsiooni;

Käesoleva artikli kohustused ei lähe liikmesriikide autoriõiguse ühegi sätte ega näiteks direktiivi 2001/29/EÜ, Berni konventsiooni ja Rooma konventsiooni sätetega vastuollu.

Ringhäälinguorganisatsioonid võivad kas vabalt valida edastava ringhäälinguorganisatsiooni signaalist lühiuudiseid, viidates vähemalt nende allikale, *või ringhäälinguorganisatsioonid võivad asjaomase liikmesriigi õiguse kohaselt saada ise ürituse edastamiseks sellele juurdepääsu.*

Muudatusettepanek 13 PÕHJENDUS 28

(28) Mittelineaarsed teenused erinevad lineaarsetest kasutaja valiku- ja kontrollivõimaluse ning ühiskonnale avaldatava mõju poolest. Seega on põhjendatud mittelineaarsete teenuste väiksem reguleeritus ning nad peavad vastama ainult artiklites 3c–3h sätestatud põhireeglitele.

(28) Mittelineaarsed teenused erinevad lineaarsetest kasutaja valiku- ja kontrollivõimaluse ning ühiskonnale avaldatava mõju poolest. Seega on põhjendatud mittelineaarsete teenuste väiksem reguleeritus ning nad peavad vastama ainult artiklites 3c–3h sätestatud põhireeglitele. *Teleringhäälingu, st lineaarsete teenuste alla loetakse praegu eelkõige analoogne ja digitaalne teleringhääling, Live Streaming, Webcasting ja kaugvideolaenus, samal ajal kui näiteks Video on Demand tuleks*

liigitada tellitavate teenuste alla.

Selgitus

Keelelised muudatused.

Muudatusettepanek 14
PÕHJENDUS 35

(35) Mittelineaarsed audiovisuaalsed meediateenused võivad lineaarsed teenused osaliselt välja vahetada. Seepärast **peaksid** nad **propageerima** Euroopa päritoluga teoste tootmist ja levitamist ning seeläbi **võimalusel** aktiivselt kaasa aitama kultuurilise mitmekesisuse edendamisele. Euroopa päritoluga teoste propageerimisega audiovisuaalsete meediateenuste kaudu seotud sätete kohaldamist on tähtis korrapäraselt läbi vaadata. **Artikli 3f lõikes 3 sätestatud aruandluse raames peavad liikmesriigid arvestama eelkõige ka selliste teenuste rahalise osalusega Euroopa päritolu teoste tootmises ja neid teoseid käsitlevate õiguste omandamises, Euroopa päritolu teoste osakaaluga audiovisuaalsetes meediateenustes ning nimetatud teenustega pakutavate Euroopa päritolu teoste tegeliku vaadatavusega.**

(35) Mittelineaarsed audiovisuaalsed meediateenused võivad lineaarsed teenused osaliselt välja vahetada. Seepärast **võivad** nad **propageerida** Euroopa päritoluga teoste tootmist ja levitamist ning seeläbi aktiivselt kaasa **aidata** kultuurilise mitmekesisuse edendamisele. Euroopa päritoluga teoste propageerimisega audiovisuaalsete meediateenuste kaudu seotud sätete kohaldamist on tähtis korrapäraselt läbi vaadata.

Muudatusettepanek 15
PÕHJENDUS 36

(36) **Muudetud direktiivi 89/552/EMÜ artikli 4 sätete rakendamisel peaksid liikmesriigid nägema ette, et ringhäälinguorganisatsioonid kaasavad piisava osa ühistoodanguna toodetud Euroopa päritoluga teoseid või väljastpoolt oma riiki pärit Euroopa teoseid.**

välja jäetud

Muudatusettepanek 16
PÕHJENDUS 40

(40) Kaubanduslik ja tehnoloogiline areng annab kasutajatele suuremad valikuvõimalused ja vastutuse audiovisuaalsete meediateenuste kasutamisel. Et säilitada üldisi huve teenivate eesmärkide proportsionaalsus, peab reguleerimine võimaldama lineaarsete audiovisuaalsete meediateenuste osas teatavat paindlikkust: lahususe põhimõte peaks piirduma reklaami ja otsepakkumisega, tooteasetus peaks olema lubatud teatavatel tingimustel ning mõned kvantiteedipiirangud tuleks kaotada. Juhul kui tooteasetus on varjatud, tuleb see keelata. Lahususe põhimõte ei tohiks välistada uute reklaamitehnikate kasutamist.

(40) Kaubanduslik ja tehnoloogiline areng annab kasutajatele suuremad valikuvõimalused ja vastutuse audiovisuaalsete meediateenuste kasutamisel. Et säilitada üldisi huve teenivate eesmärkide proportsionaalsus, peab reguleerimine võimaldama lineaarsete audiovisuaalsete meediateenuste osas teatavat paindlikkust: lahususe põhimõte peaks piirduma reklaami ja otsepakkumisega, tooteasetus peaks **mõningatel juhtudel positiivse nimestiku alusel** olema lubatud teatavatel tingimustel ning mõned kvantiteedipiirangud tuleks kaotada.. Juhul kui tooteasetus on varjatud, tuleb see keelata. Lahususe põhimõte ei tohiks välistada uute reklaamitehnikate kasutamist.

Selgitus

On vaja selgitada, et tooteasetus ei ole lubatud üldiselt, vaid ainult positiivses nimestikus ära toodud juhtudel teatud eelduste olemasolu korral.

Muudatusettepanek 17
PÕHJENDUS 41

(41) Peale käesolevas direktiivis käsitletud tavade kohaldatakse direktiivi 2005/29/EÜ ebaõiglaste kaubandustavade suhtes, nagu eksitavad ja agressiivsed tavad, mida rakendatakse audiovisuaalsete meediateenuste puhul. Kuna direktiiviga 2003/33/EÜ, millega keelatakse sigarettide ja teiste tubakatoodete reklaam ja sponsorlus trükimeedias, infoühiskonna teenustes ja raadiosaadetes, ilma et see piiraks nõukogu 3. oktoobri 1989. aasta direktiivi 89/552/EMÜ (teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta) kohaldamist, peaks direktiivide 2003/33/EÜ ja 89/552/EMÜ omavaheline seotus, arvestades audiovisuaalsete meediateenuste

(41) Peale käesolevas direktiivis käsitletud tavade kohaldatakse direktiivi 2005/29/EÜ ebaõiglaste kaubandustavade suhtes, nagu eksitavad ja agressiivsed tavad, mida rakendatakse audiovisuaalsete meediateenuste puhul. Kuna direktiiviga 2003/33/EÜ, millega keelatakse sigarettide ja teiste tubakatoodete reklaam ja sponsorlus trükimeedias, infoühiskonna teenustes ja raadiosaadetes, ilma et see piiraks nõukogu 3. oktoobri 1989. aasta direktiivi 89/552/EMÜ (teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta) kohaldamist, peaks direktiivide 2003/33/EÜ ja 89/552/EMÜ omavaheline seotus, arvestades audiovisuaalsete meediateenuste

erinõudeid, jääma samaks ka pärast käesoleva direktiivi jõustumist. Direktiivi 2001/83/EÜ artikli 88 lõige 1, millega keelatakse teatavate ravimite avalikkusele suunatud reklaam, ei piira sama artikli lõike 5 kohaselt direktiivi 89/552/EMÜ artikli 14 kohaldamist, ning seega peaks direktiivide 2001/83/EÜ ja 89/552/EMÜ omavaheline seotus jääma samaks ka pärast käesoleva direktiivi jõustumist.

erinõudeid, jääma samaks ka pärast käesoleva direktiivi jõustumist. Direktiivi 2001/83/EÜ artikli 88 lõige 1, millega keelatakse teatavate ravimite avalikkusele suunatud reklaam, ei piira sama artikli lõike 5 kohaselt direktiivi 89/552/EMÜ artikli 14 kohaldamist, ning seega peaks direktiivide 2001/83/EÜ ja 89/552/EMÜ omavaheline seotus jääma samaks ka pärast käesoleva direktiivi jõustumist. **Lisaks peaksid kõnealuse direktiivi sätted olema ülimuslikud direktiivi 2000/31/EÜ sätete suhtes, mis käsitleb infoühiskonna teenuste teatavaid õiguslikke aspekte, eriti elektroonilist kaubandust siseturul.**

Selgitus

On vaja tõmmata selge õiguslik eraldusjoon käesoleva direktiivi ja direktiivi 2000/31/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul vahele. See toob kaasa õiguskindluse, mis on eriti vajalik investeringute tegemisel uute meediate tööstusesse.

Muudatusettepanek 18 PÕHJENDUS 42

(42) Kuna uute teenuste arvu kasv on andnud vaatajatele suuremad valikuvõimalused, ei ole reklaamilõikude paigutamise üksikasjalik reguleerimine vaatajate kaitsmise eesmärgil enam õigustatud. Kuigi direktiiv ei suurenda tunnis lubatud reklaamimahtu, annab see ringhäälinguorganisatsioonidele paindlikkuse selle paigutamiseks sinna, kus see ei kahjusta tarbetult programmide terviklikkust.

(42) Kuna uute **lineaarsete ja mittelineaarsete** teenuste arvu kasv on andnud vaatajatele suuremad valikuvõimalused, ei ole reklaamilõikude paigutamise üksikasjalik reguleerimine vaatajate kaitsmise eesmärgil enam õigustatud. Kuigi direktiiv ei suurenda tunnis lubatud reklaamimahtu, annab see ringhäälinguorganisatsioonidele paindlikkuse selle paigutamiseks sinna, kus see ei kahjusta tarbetult programmide terviklikkust.

Selgitus

Digitaalajastu pakub ja hakkab tulevikus veelgi enam pakkuma suuremat valikut lineaarseid teenuseid.

Muudatusettepanek 19
PÕHJENDUS 43

(43) Direktiiv on mõeldud Euroopa telemaastiku eripära kaitsmiseks **ja piirab seepärast televisiooni tarbeks toodetud kinematograafiateoste ja filmide, samuti mõnede programmikategooriate, mis vajavad endiselt konkreetset kaitset, võimalikke katkestusi.**

(43) Direktiiv on mõeldud Euroopa telemaastiku eripära kaitsmiseks. **Reklaami või otsepakkumisi võib edastada programmide ajal ainult viisil, mis ei kahjusta programmi terviklikkust ja väärtust ning õiguste valdajate õigusi, arvestades loomulike pauside ning programmi kestuse ja iseloomuga.**

Selgitus

Audiovisual media service providers that invest in expensive original content such as films made for television (TV-movies) or cinematographic films must be enabled to refinance this kind of premium content. As this premium content is costly and very important for the company's brand, advertising will be inserted in a very sensitive and responsible manner so that Premium content will not be devaluated by too much or misplaced advertising. Restrictions in the possibilities to insert advertising in films will restrict the funding of this content. As a result there audiovisual media providers might not continue to invest in films in the future. A general rule on the protection of the integrity of the film and on the programme flow as well as on the protection of copy rights will further the objective to invest in films also in the future.

Muudatusettepanek 20
PÕHJENDUS 46

(46) Tooteasetus on televisiooni tarbeks tehtud kinematograafilistes ja audiovisuaalsetes töödes reaalsus, kuid liikmesriigid reguleerivad seda praktikat erinevalt. Võrdsete võimaluste tagamiseks ja seeläbi Euroopa meediatööstuse konkurentsivõime tõstmiseks on tarvis vastu võtta tooteasetuse eeskirjad. ***Siinkohal kehtestatud tooteasetuse*** mõiste hõlmab igasugust audiovisuaalse kommertsteadaande vormi, mis seisneb toote, teenuse või nende kaubamärgi kaasamises või sellele osutamises programmi põimitud viisil, tavaliselt tasu eest või samalaadsetel kaalutlustel. ***Selle*** suhtes kohaldatakse samu kvaliteedieeskirju ja -piiranguid nagu reklaami suhtes.

(46) Tooteasetus on televisiooni tarbeks tehtud kinematograafilistes ja audiovisuaalsetes töödes reaalsus, kuid liikmesriigid reguleerivad seda praktikat erinevalt. Võrdsete võimaluste tagamiseks ja seeläbi Euroopa meediatööstuse konkurentsivõime tõstmiseks on tarvis vastu võtta tooteasetuse eeskirjad. ***Otstarbekas oleks selliste olukordade kohta nimestiku koostamine, kus tooteasetuses on lubatud kasutada formaate, mille arvamust kujundaval funktsioonil ei ole kõrgemalseisvat tähtsust, samuti juhtumeid, mille puhul tooteasetuse eest ei makstud vastutasu või see oli väga väike, nii et puudub redaktsioonilise sisu mõjutamise oht. Tooteasetuse*** mõiste hõlmab igasugust audiovisuaalse kommertsteadaande vormi, mis seisneb toote, teenuse või nende kaubamärgi

kaasamises või sellele osutamises programmi põimitud viisil, tavaliselt tasu eest või samalaadsetel kaalutlustel. **See võib seisneda erisoodustuste tegemises, millele muidu oleks pidanud kulutama omavahendeid (rahalisi, materiaalseid või inimressursse).** Tooteasetuse suhtes kohaldatakse samu kvaliteedieeskirju ja -piiranguid nagu reklaami suhtes. **Lisaks peab see vastama erinõuetele. Nii ei tohi kahjustada saada toimetusvastutus ega meediateenuse osutaja sõltumatus. Kindlasti ei tohi toote kaasamisel programmi tegevusse tekkida mulje, et programm või selle edastajad toodet toetavad. Lisaks sellele ei tohi toodet ülemäära esile tõsta. Esiletõstmine on lubamatu, kui see ei ole põhjendatud programmi redaktsiooniliste vajadustega, eriti tegeliku elu kujutamiseks. Keelustamine võib tuleneda asjaomaste kaubamärkide, kaupade või teenuste korduvast näitamisest või nende esiletõstmise viisist. Sealjuures tuleb arvesse võtta ka nende programmide sisu, kuhu need lisatakse. Tarbijakaitset ja läbipaistvust võetakse arvesse ulatusliku märgistamiskohustusega. Programmi kestel paigutatav märgistus ei tohi olla ettevõtte logoga samasugune, et vältida lisareklaamiefekti tekkimist. Sellel põhjusel tuleks valida neutraalne logo.**

Selgitus

Tooteasetuse reguleerimiseks on otstarbekas positiivne nimestik, mis lubab selle kasutamist juhtudel, mille arvamust kujundav funktsioon ei oma kõrgemalseisvat tähtsust, samuti juhtudel, mille puhul on redaktsioonilise sisu mõjutamise oht väike.

Lubamatu esiletõstmise tunnus on määratletud, tuginedes komisjoni teatise selgitustel piirideta televisiooni direktiivi telereklaami teatud aspektide tõlgendamisküsimuste kohta (2004C 102/02).

Muudatusettepanek 21
PÕHJENDUS 47

(47) Et **seadusandjad** saaksid teha oma tööd

(47) Et **reguleerivad asutused ja**

erapooletult ja läbipaistvalt ning et soodustada pluralismi, ei tohi nad sõltuda riikide valitsustest ja audiovisuaalsete meediateenuste osutajatest. Käesoleva direktiivi õigeks kohaldamiseks on vajalik tihe koostöö siseriiklike reguleerivate asutuste ja komisjoni vahel,

reguleerivate organite liikmed saaksid teha oma tööd erapooletult ja läbipaistvalt ning et soodustada pluralismi, ei tohi nad sõltuda riikide valitsustest ja audiovisuaalsete meediateenuste osutajatest. Käesoleva direktiivi õigeks kohaldamiseks on vajalik tihe koostöö siseriiklike reguleerivate asutuste ja komisjoni vahel. **Reguleerivate asutuste ja organite konkreetse organisatsiooni küsimustes võivad vastavad riiklikud eripärad meediakorralduse alusel alles jääda, kui see ei kahjusta nende erapooletust ja läbipaistvust**

Selgitus

Eeltoodud täienduse eesmärk on tagada, et seadusandjate ja reguleerivate asutuste organisatsiooni olemasolevad eripärad liikmesriikides on võimalik säilitada.

Muudatusettepanek 22

ARTIKLI 1 PUNKT 2

Artikli 1 punkt a (direktiiv 89/552/EMÜ)

(a) audiovisuaalne meediateenus – asutamislepingu artiklites 49 ja 50 määratletud teenus, mille põhiline otstarve on pakkuda riigi elanikkonnale teavitamise, meelelahutuse või harimise eesmärgil liikuvaid pilte koos heliga või ilma elektrooniliste sidevõrkude kaudu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2002/21/EÜ artikli 2 punkti a tähenduses;

a) audiovisuaalne meediateenus – asutamislepingu artiklites 49 ja 50 määratletud teenus, mille põhiline otstarve on pakkuda riigi elanikkonnale teavitamise, meelelahutuse või harimise eesmärgil **saateid, mis sisaldavad** liikuvaid pilte koos heliga või ilma, **mille suhtes kehtib meediateenuse osutaja toimetusvastutus ja mida** levitatakse elektrooniliste sidevõrkude kaudu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2002/21/EÜ artikli 2 punkti a tähenduses **ja/või audiovisuaalsete kommertsteadaannete kaudu.**

Nimetatud mõiste ei hõlma:

– **teenuseid, kus audiovisuaalne sisu on teenuses puhtjuhuslik ega kannu selle peamist otstarvet;**

– **ajalehtede ja ajakirjade elektroonilisi versioone; ning**

– **mittemajanduslikku tegevust, nagu ajaveebe ja veebisaite.**

Muudatusettepanek 23
ARTIKLI 1 PUNKT 2
Artikli 1 punkt a a (uus) (direktiiv 89/552/EMÜ)

aa) programm – kombinatsioon liikuvatest piltidest heliga või ilma, mis kujutavad endast programmikava või sisuvaliku üksikuid osasid ja mis koostatakse meediateenususe osutaja poolt ning mille peamine eesmärk vaatajate teavitamine, meelelahutamine või harimine.

Selgitus

The Amendment supports the approach by the Rapporteur but adds a further definition of "programme" ("information, entertainment or education of viewers" as "the main purpose"). It is important to avoid confusion between programmes in the "traditional" sense, and substantial items of content (e.g. 30 minutes in length) which are produced by companies with a view to promoting their products and services. Such items of content – which may form a significant element of some non-linear services and which viewers may choose to watch on demand because of their own merits – should be regulated as "audiovisual commercial communications".

Muudatusettepanek 24
ARTIKLI 1 PUNKT 2
Artikli 1 punkt c (direktiiv 89/552/EMÜ)

(c) teleringhääling või telesaade – lineaarne audiovisuaalne meediateenus, mille puhul meediateenusute osutaja otsustab, millisel ajahetkel konkreetset programmi edastatakse, ja kehtestab saatekava;

c) telesaade või lineaarne teenus – erinevate programmide esmane edastamine mis tahes tehnilisel viisil, kodeerimata või kodeeritud kujul ja erinevate saadete ajalisel järjestuses, et võimaldada programmide üheaegset vaatamist vastavalt saatekavale.

Muudatusettepanek 25
ARTIKLI 1 PUNKT 2
Artikli 1 punkt e (direktiiv 89/552/EMÜ)

(e) mittelineaarne teenus – audiovisuaalne

e) tellitav ringhäälinguteenus (sh

meediateenus, mille puhul kasutaja *otsustab, millisel ajahetkel konkreetset programmi edastatakse, lähtudes meediateenuste osutaja pakutud sisuvalikust;*

mittelineaarne audivisuaalne meediateenus) – meediateenuse osutaja pakutud audiovisuaalne meediateenus kasutaja valitud hetkel programmide vaatamiseks, lähtudes meediateenuste osutaja pakutud sisuvalikust, mille puhul majanduslik element on märkimisväärne.

Muudatusettepanek 26
ARTIKLI 1 PUNKT 2
Artikli 1 punkt f (direktiiv 89/552/EMÜ)

(f) audiovisuaalne kommertsteedaanne – *liikuvad* pildid koos heliga või ilma, mis *kaasnevad audiovisuaalsete meediateenustega* ja on mõeldud äriiga tegeleva füüsilise või juriidilise isiku kaupade, teenuste või maine otseseks või kaudseks reklaamimiseks;

f) audiovisuaalne kommertsteedaanne – liikuvad pildid koos heliga või ilma, mis *edastatakse osana audiovisuaalsetest meediateenustest* ja on mõeldud äriiga tegeleva füüsilise või juriidilise isiku kaupade, teenuste või maine otseseks või kaudseks reklaamimiseks;

Muudatusettepanek 27
ARTILI 1 LÕIGE 2
Artikli 1 punkt h (direktiiv 89/552/EMÜ)

(h) varjatud reklaam – kaubatootja või teenuseosutaja kaupade, teenuste, nime, kaubamärgi või tegevuse esitamine programmides sõnas või pildis, kui *ringhäälinguorganisatsiooni* eesmärk on sellise esitusega pakkuda reklaami ja kui see võib avalikkust esituse olemuse osas eksitada. Sellist esitamist käsitletakse tahtlikuna, eriti kui seda tehakse tasu või samalaadse hüvitise eest;

h) varjatud reklaam – kaubatootja või teenuseosutaja kaupade, teenuste, nime, kaubamärgi või tegevuse esitamine programmides sõnas või pildis, kui *meediateenuste osutaja* eesmärk on sellise esitusega pakkuda reklaami ja kui see võib avalikkust esituse olemuse osas eksitada. Sellist esitamist käsitletakse tahtlikuna, eriti kui seda tehakse tasu või samalaadse hüvitise eest;

Selgitus

Tulenevalt varjatud reklaami kahjulikust mõjust kõikidele tarbijatele tuleks selle keeldu laiendada kõikidele audiovisuaalsete meediateenuste osutajatele.

Varjatud reklaami keelu laiendamine mittelineaarsetele teenustele on lisaks sellele kooskõlas punktis 3g a selgitatud varjatud reklaami keeluga igasugustes audiovisuaalsetes kommertsteedaannetes.

Muudatusettepanek 28
ARTILI 1 LÕIGE 2
Artikli 1 punkt i (direktiiv 89/552/EMÜ)

(i) sponsorlus – audiovisuaalsete meediateenuste osutamises või audiovisuaalsete teoste tootmises mitteosaleva avalik-õigusliku isiku või eraettevõtja osalemine audiovisuaalsete meediateenuste rahastamisel, eesmärgiga reklaamida oma nime, kaubamärki, mainet, tegevust või tooteid;

i) sponsorlus – audiovisuaalsete meediateenuste osutamises või audiovisuaalsete teoste tootmises mitteosaleva avalik-õigusliku isiku või eraettevõtja osalemine audiovisuaalsete meediateenuste **või saadete** rahastamisel, eesmärgiga reklaamida oma nime, kaubamärki, mainet, tegevust või tooteid;

Selgitus

Täienduse eesmärk on täpsustamine.

Muudatusettepanek 29
ARTIKLI 1 PUNKT 2
Artikli 1 punkt k (direktiiv 89/552/EMÜ)

(k) tooteasetus – igasugune audiovisuaalse kommertsteadaande vorm, mis seisneb toote, teenuse või selle kaubamärgi kaasamises või sellele osutamises audiovisuaalsetesse meediateenustesse põimitud viisil, **tavaliselt** tasu eest või samalaadsetel kaalutlustel.

k) tooteasetus – igasugune audiovisuaalse kommertsteadaande vorm, mis seisneb toote, teenuse või selle kaubamärgi kaasamises või sellele osutamises audiovisuaalsetesse meediateenustesse põimitud viisil tasu eest või samalaadsetel kaalutlustel. **Tooteasetuse juriidiline määratlus ei hõlma siiski programmides välja antavaid auhindu ega programmis esinevaid kaubamärke.**

Selgitus

Audiovisual media service providers need legal certainty. Product placement shall only be qualified as such if there has been an actual payment. Applying the term “normally” would lead to a legal assumption of such a payment – even if there was not any - and have as a consequence that the specific regime for product placement including identification etc. would have to be followed. It is essential that the new rules on product placement do not accidentally outlaw already existing and legitimately practised formats in programming featuring games and offering prizes to winners which motivates viewers to participate in and enjoy the programming.

Muudatusettepanek 30
ARTIKLI 1 PUNKTI 4 ALAPUNKT A
Artikli 2a lõige 1 (direktiiv 89/552/EMÜ)

"1. Liikmesriigid tagavad teistest liikmesriikidest pärinevate telesaadete vastuvõtmisvabaduse ja ei piira audiovisuaalsete meediateenuste taasedastamist oma territooriumil põhjustel, mis kuuluvad käesoleva direktiiviga kooskõlastatavatesse valdkondadesse."

"1. Liikmesriigid tagavad teistest liikmesriikidest pärinevate telesaadete vastuvõtmisvabaduse ja ei piira audiovisuaalsete meediateenuste taasedastamist oma territooriumil põhjustel, mis kuuluvad käesoleva direktiiviga kooskõlastatavatesse valdkondadesse.
Päritoluriigi põhimõte on siseturu loomuliku osana Euroopa ringhäälingutööstuse edu aluseks. Lisaks soodustab see põhimõte teabevabadust. Päritoluriigi põhimõte on suure tähtsusega, et tekiks üleeuroopaline audiovisuaalne turg Euroopa infosisu tootva tugeva tööstusega. Enamgi veel, see kaitseb vaatajate õigust valida suure hulga Euroopa programmide vahel.

Muudatusettepanek 31
ARTIKLI 1 PUNKTI 4 ALAPUNKT B
Artikli 2a lõige 2 (direktiiv 89/552/EMÜ)

(b) ***Lõikes 2 asendatakse „artikkel 22a” „artikliga 3e”.***

b) Lõige 2 asendatakse järgmisega:

2) Liikmesriigid võivad ajutiselt teha erandi lõikest 1, kui on täidetud järgmised tingimused:

a) teisest liikmesriigist edastatav telesaade rikub selgelt, oluliselt ja raskelt artikli 22 lõike 1 või lõike 2 ja/või artikli 3e sätteid või teisest liikmesriigist edastatav mittelineaarne meediateenus rikub selgelt, oluliselt ja raskelt artikli 3e või artikli 3d sätteid;

b) eelnend 12 kuu jooksul on meediateenuse osutaja punktis a osutatud sätet/sätteid rikkunud vähemalt kahel korral;

c) asjaomane liikmesriik on meediateenuse osutajale ja komisjonile kirjalikult teatanud väidetavatest rikkumistest ja kavandatavatest meetmetest juhul, kui taoline rikkumine peaks korduma;

d) nõupidamised audiovisuaalse meediateenuse lähteliikmesriigi ja komisjoniga ei ole andud rahuldavat lahendust 15 päeva jooksul alates punktis c nimetatud teatamisest ning väidetav rikkumine jätkub.”

Komisjon otsustab kahe kuu jooksul pärast liikmesriigi võetavatest meetmetest teatamist, kas need meetmed on kooskõlas ühenduse õigusega. Kui meetmed ei ole ühenduse õigusega kooskõlas, nõutakse liikmesriigilt kõnealuste meetmete kohaldamise viivitamatut lõpetamist.

Selgitus

Der Jugendschutz und der Schutz der Menschenwürde sind elementare Werte der europäischen audiovisuellen Politik und sind ein Kernanliegen der vorliegenden Richtlinie. Die diesen Werten dienenden Ziele müssen ausnahmsweise und unter bestimmten engen Voraussetzungen auch zur Einschränkung des Grundsatzes des freien Empfangs führen können. Nicht-lineare Dienste, deren freier Empfang bisher entsprechend der Regeln der e-Commerce Richtlinie eingeschränkt werden konnten, unterfallen in Zukunft der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. Aus diesem Grund müssen Regelungen festgeschrieben werden, unter welchen Umständen der freie Empfang eingeschränkt werden darf. Es empfiehlt sich, diese Regelungen analog zu den Regelungen für lineare Dienste auszugestalten, denn nicht-lineare Dienste nähern sich in ihrem Charakter den linearen Diensten mehr und mehr an.

Muudatusettepanek 32

ARTIKLI 1 PUNKTI 4 ALAPUNKT B A (uus)

Artikli 2a lõige 3 (direktiiv 89/552/EMÜ)

c) Lõige 3 asendatakse järgmisega:

3) Lõige 2 ei piira ühegi menetluse, heastamisvahendi ega sanktsiooni kohaldamist kõnealuse rikkumise suhtes selles liikmesriigis, kelle jurisdiktsiooni alla asjaomane meediateenuste osutaja kuulub.

Selgitus

Vt muudatusettepaneku 117 selgitust.

Muudatusettepanek 33

ARTIKLI 1 PUNKT 5

Artikli 3 lõige 3 (direktiiv 89/552/EMÜ)

3. Liikmesriigid soodustavad **kaas- ja isereguleerimise korda käesoleva direktiiviga kooskõlastatud valdkondades. Kõnealune kord peab** olema põhiliste huvirühmade seas laialt aktsepteeritud ja nägema ette tõhusa jõustamise.

3. **Käesoleva direktiivi rakendamiseks ja jõustamiseks soodustavad liikmesriigid ise- ja kaasreguleerimise süsteeme** käesoleva direktiiviga kooskõlastatud valdkondades. **Sellised süsteemid peavad** olema põhiliste huvirühmade seas laialt aktsepteeritud ja nägema ette tõhusa jõustamise.

Selgitus

Direktiivi peab ka tulevikus saama rakendada isereguleerimis- ja enesekontrollisüsteemide abil. Seega tuleb selgitada, et ka isereguleerimine on hõlmatud, kui riik võtab lõpliku vastutuse enda kanda ja talle jääb õigus vastavalt asjasse sekkuda.

Muudatusettepanek 34

ARTIKLI 1 PUNKT 6

Artikli 3b lõige 1 (direktiiv 89/552/EMÜ)

1. **Liikmesriigid tagavad, et lühiuudiste puhul ei jäeta teistes liikmesriikides registreeritud ringhäälinguorganisatsioone ilma juurdepääsust võrdsetel, mõistlikel ja mittediskrimineerivatel alustel avalikkusele suurt huvi pakkuvatest üritustest, mida edastab nende jurisdiktsiooni alla kuuluv ringhäälinguorganisatsioon.**

1. **Iga liikmesriik tagab**, et lühiuudiste puhul ei jäeta teistes liikmesriikides registreeritud ringhäälinguorganisatsioone ilma juurdepääsust võrdsetel, mõistlikel ja mittediskrimineerivatel alustel avalikkusele suurt huvi pakkuvatest üritustest, mida edastab nende jurisdiktsiooni alla kuuluv ringhäälinguorganisatsioon.

Üldreeglina niisugused lühikesed väljavõtted:

– **ei tohiks olla pikemad kui 90 sekundit ja need peaksid kestma ainult eesmärgiks vajaliku aja ning olema kooskõlas ürituse iseloomuga;**

– **organiseeritud ürituste korral ei tohi neid edastada enne, kui esmane ringhäälinguorganisatsioon on oma ülekande lõpetanud või 60 minutit pärast ürituse toimumist, sõltuvalt sellest kumb on varem;**

– **edastada hiljem kui 36 tundi pärast ürituse või sündmuse lõppu ilma õiguse valdaja eriloata;**

– **neid tuleb edastada nii, et esmase**

ringhäälinguorganisatsiooni ja/või õiguste valdaja nimi on kogu saate vältel selgelt nähtav;

– ringhäälinguorganisatsioon peab õiguse valdajale tasuma asjakohast kompensatsiooni.

2. Ringhäälinguorganisatsioonid võivad vabalt valida edastava ringhäälinguorganisatsiooni signaalist lühiuudiseid, viidates vähemalt nende allikale.

2. Ringhäälinguorganisatsioonid võivad **kas** vabalt valida edastava ringhäälinguorganisatsiooni signaalist lühiuudiseid, viidates vähemalt nende allikale, **või ringhäälinguorganisatsioonid võivad asjaomase liikmesriigi õiguse kohaselt saada ise ürituse edastamiseks sellele juurdepääsu.**

Muudatusettepanek 35
ARTIKLI 1 PUNKT 6
Artikli 3c punkt d (direktiiv 89/552/EMÜ)

(d) vajaduse korral pädev reguleeriv **asutus**.

d) vajaduse korral pädev reguleeriv **institutsioon**.

Selgitus

Niisugune sõnastus tagab, et hõlmatakse vastavates liikmesriikides olemasolevad reguleerivate institutsioonide erinevad organisatsioonilised vormid.

Muudatusettepanek 36
ARTIKLI 1 PUNKT 5
Artikkel 3d (direktiiv 89/552/EMÜ)

Liikmesriigid **võtavad asjakohaseid meetmeid tagamaks**, et nende jurisdiktsiooni alla kuuluvaid audiovisuaalseid meediateenuseid ei tehta kättesaadavaks viisil, mis võib tõsiselt kahjustada alaealiste füüsilist, vaimset või kõlbelist arengut.

Liikmesriigid **tagavad asjakohaste vahenditega**, et nende jurisdiktsiooni alla kuuluvaid audiovisuaalseid meediateenuseid ei tehta kättesaadavaks viisil, mis võib tõsiselt kahjustada alaealiste füüsilist, vaimset või kõlbelist arengut. **See puudutab eriti pornograafiat ja põhjendamatu vägivaldat sisaldavaid programme.**

Komisjon ja liikmesriigid teevad oma parima selleks, et julgustada meediatööstuse asjaomaseid osapooli edendama alaealiste kaitse lisameetmena ühenduses tervikuna rakendatavat

märgistamise, hindamise ja filtreerimise süsteemi

Liikmesriigid peavad edendama meetmeid, mis võimaldavad järelevalvega tegelevatel isikutel paremini kontrollida pornograafiat ja põhjendamatu vägivalda sisaldavaid programme.

Selgitus

Arvestades tõsiasi, et alaealised kasutavad olulisel määral audiovisuaalseid meediateenuseid ja tegelevad nendega suurema osa oma ajast, on vajalik alaealiste tugevam kaitse. Selleks tuleb ühenduses tervikuna edendada märgistamis-, hindamis- ja filtreerimissüsteeme ning anda järelevalvega tegelevatele isikutele paremad kontrollivõimalused.

Muudatusettepanek 37
ARTIKLI 1 PUNKT 6
Artikkel 3e (direktiiv 89/552/EMÜ)

Liikmesriigid tagavad asjakohaste meetmetega, et nende jurisdiktsiooni alla kuuluvate teenuseosutajate audiovisuaalsed meediateenused ja audiovisuaalsed kommertsteadaanded ei sisalda vihkamisele õhutamist soo, **rassilise või** etnilise päritolu, usutunnistuse või veendumuste, puude, vanuse või seksuaalse sättumuse põhjal.

Liikmesriigid tagavad asjakohaste meetmetega, et nende jurisdiktsiooni alla kuuluvate teenuseosutajate audiovisuaalsed meediateenused ja audiovisuaalsed kommertsteadaanded ei sisalda vihkamisele õhutamist soo, **rassi**, etnilise päritolu, usutunnistuse või veendumuste, puude, vanuse või seksuaalse sättumuse põhjal.

Selgitus

Kõikide audiovisuaalsete meediateenuste ja audiovisuaalsete kommertsteadaannete jaoks võrdse kaitsetaseme tagamiseks tuleks artiklis 3e ja artiklis 3g punktis c toodud nimestikud kooskõlastada. Samas oleks asjakohane viia tekst vastavusse EÜ asutamislepingu artikliga 13, kuna see on esmane õigus. Lisaks tuleb kaitsta inimväärikut, nagu seda on tehtud Euroopa Liidu põhiõiguste hartas.

Muudatusettepanek 38
ARTIKLI 1 PUNKT 6
Artikli 3f lõige 1 (direktiiv 89/552/EMÜ)

1. Liikmesriigid **tagavad**, et nende jurisdiktsiooni alla **kuuluvad** audiovisuaalsete meediateenuste **osutajad**

1. Liikmesriigid **julgustavad** nende jurisdiktsiooni alla **kuuluvaid** audiovisuaalsete meediateenuste **osutajaid**

edendavad asjakohaste meetmetega Euroopa päritoluga teoste tootmist ja kättesaadavust artikli 6 tähenduses, kui see on teostatav.

edendama asjakohaste meetmetega Euroopa päritoluga teoste tootmist ja kättesaadavust artikli 6 tähenduses, kui see on teostatav.

Mittelineaarsete teenuste puhul võib see toimuda muuhulgas järgmisel viisil: investeringud Euroopa toodangusse vastavalt käibele, Euroopa toodangu teatud osakaal videotellimiskataloogides ja Euroopa toodangu silmatorkav esitusviis elektroonilistes saatekavades.

Muudatusettepanek 39

ARTIKLI 1 PUNKT 6

Artikli 3g punkt © alapunkt -i (uus) (direktiiv 89/552/EMÜ)

-i) rikkuda inimväarikust:

Selgitus

Inimväarikus tuleb elementaarse kõrgemalseisva hüvena integreerida artikli 3g punkti c loetelusse.

Kaitstavate hüvede kõnealune laiendamine on kooskõlas Euroopa Liidu põhiõiguste harta artikliga 1, milles inimväarikust nimetatakse esimesel kohal puutumatu ülima õigusena.

Muudatusettepanek 40

ARTIKLI 1 PUNKT 6

Artikli 3g punkt d (direktiiv 89/552/EMÜ)

(d) sigarettide ja muude tubakatoodetega seotud audiovisuaalsete kommertsteadaannete kõik vormid **ja otsepakkumised** on keelatud;

d) sigarettide ja muude tubakatoodetega seotud audiovisuaalsete kommertsteadaannete kõik vormid on keelatud;

Selgitus

Audiovisuaalsed kommertsteadaanded hõlmavad ka otsepakkumist, seega on eraldi mainimine ülearune.

Muudatusettepanek 41

ARTIKLI 1 PUNKT 6

Artikli 3g punkt f (direktiiv 89/552/EMÜ)

f) audiovisuaalsed kommertsteadaanded ei

(Ei puuduta eestikeelset verisooni)

tohi põhjustada moraalset ega füüsilist kahju alaealistele. Seega ei või nad otseselt keelitada alaealisi ostma toodet või teenust, kasutades ära nende kogenematust või kergeusklikkust, otseselt ärgitada neid veenma oma vanemaid või teisi ostma reklaamitavat toodet või teenust, kasutada ära alaealiste usaldust vanemate, õpetajate või muude isikute suhtes ega põhjendamatult näidata alaealisi ohtlikes olukordades.”

Selgitus

(Tõlkija märkus: komisjoni ettepaneku eestikeelses verisioonis juba esineb sõna "kommertsteadaanded".)

Muudatusettepanek 42
ARTIKLI 1 PUNKT 6

Artikli 3h lõike 1 sissejuhatav osa (direktiiv 89/552/EMÜ)

1. **Sponsitavad või tooteasetust sisaldavad** audiovisuaalsed meediateenused **peavad** vastama järgmistele nõuetele:

1. Sponsitavad audiovisuaalsed meediateenused **või saated** peavad vastama järgmistele nõuetele:

Selgitus

Sponsimist ja tooteasetust käsitlevaid eeskirju tuleks süstemaatilisuse ja selguse huvides reguleerida erinevates lõikudes. Nendele esitatavad nõuded erinevad üksteisest oluliselt.

Muudatusettepanek 43
ARTIKLI 1 PUNKT 6

Artikli 3h lõike 1 punkt c (direktiiv 89/552/EMÜ)

(c) vaatajaid peab selgelt teavitama sponsorlepingust **ja/või tooteasetusest**. Sponsitud saated tuleb selgelt eristada, kasutades saate seisukohalt sobival viisil sponsori nime, logo ja/või muud sümbolit, nagu viidet sponsori toodetele või teenustele või eristavat märgistust saate alguses, lõpus ja/või selle kestel. **Tooteasetust sisaldavad saated tuleb vaatajate võimaliku segaduse vältimiseks saate alguses vastavalt märgistada.**

c) vaatajaid peab selgelt teavitama sponsorlepingust. Sponsitud saated tuleb selgelt eristada, kasutades saate seisukohalt sobival viisil sponsori nime, logo ja/või muud sümbolit, nagu viidet sponsori toodetele või teenustele või eristavat märgistust saate alguses, lõpus ja/või selle kestel.

Selgitus

Sponsimist ja tooteasetust käsitlevaid eeskirju tuleks süstemaatilisuse ja selguse huvides reguleerida erinevates lõikudes. Nendele esitatavad nõuded erinevad üksteisest oluliselt.

Muudatusettepanek 44
ARTIKLI 1 PUNKT 6
Artikli 3h lõige 2 (direktiiv 89/552/EMÜ)

2. Audiovisuaalseid *teenuseid* ei tohi sponsida ettevõtted, mille põhitegevuseks on sigarettide ja muude tubakatoodete tootmine ja müük. ***Peale selle ei tohi audiovisuaalsed teenused sisaldada tubakatoodete või sigarettide tooteasetust või selliste ettevõtete tooteasetust, mille põhitegevuseks on sigarettide ja muude tubakatoodete tootmine ja müük.***

2. Audiovisuaalseid *meediateenuseid või üksikuid saateid* ei tohi sponsida ettevõtted, mille põhitegevuseks on sigarettide ja muude tubakatoodete tootmine ja müük.

Selgitus

Sponsimist ja tooteasetust käsitlevaid eeskirju tuleks süstemaatilisuse ja selguse huvides reguleerida erinevates lõikudes. Nendele esitatavad nõuded erinevad üksteisest oluliselt.

Muudatusettepanek 45
ARTIKLI 1 PUNKT 6
Artikli 3h lõige 3 (direktiiv 89/552/EMÜ)

3. Ettevõtted, mis tegelevad muu hulgas ravimite ja raviteenuste valmistamise või müügiga, võivad nende sponsitavates *telesaadetes* reklaamida ettevõtja nime või mainet, kuid ei tohi reklaamida selliseid ravimeid ega raviteenuseid, mis on selles liikmesriigis, kelle jurisdiktsiooni alla ringhäälinguorganisatsioon kuulub, kättesaadavad üksnes arsti ettekirjutuse alusel.

3. Ettevõtted, mis tegelevad muu hulgas ravimite ja raviteenuste valmistamise või müügiga, võivad nende sponsitavates *audiovisuaalsetes meediateenustes* või *saadetes* reklaamida ettevõtja nime või mainet, kuid ei tohi reklaamida selliseid ravimeid ega raviteenuseid, mis on selles liikmesriigis, kelle jurisdiktsiooni alla ringhäälinguorganisatsioon kuulub, kättesaadavad üksnes arsti ettekirjutuse alusel.

Selgitus

Sponsimist ja tooteasetust käsitlevaid eeskirju tuleks süstemaatilisuse ja selguse huvides reguleerida erinevates lõikudes. Nendele esitatavad nõuded erinevad üksteisest oluliselt.

Muudatusettepanek 46
ARTIKLI 1 PUNKT 6
Artikli 3h lõige 4 (direktiiv 89/552/EMÜ)

4. Uudiste- ja ajakohaste sündmuste saateid ei tohi sponsida **ja need ei tohi sisaldada tooteasetust. Lastele suunatud audiovisuaalsed meediateenused ja dokumentaalsaadet ei tohi sisaldada tooteasetust.**

4. Uudiste- ja ajakohaste sündmuste saateid ei tohi sponsida.

(Tõlkija märkus: komisjoni ettepaneku eestikeelses versioonis juba lisatud sõna "saateid".)

Selgitus

Sponsimist ja tooteasetust käsitlevaid eeskirju tuleks süstemaatilisuse ja selguse huvides reguleerida erinevates lõikudes. Nendele esitatavad nõuded erinevad üksteisest oluliselt.

Muudatusettepanek 47
ARTIKLI 1 PUNKT 6
Artikkel 3h a (uus) (direktiiv 89/552/EMÜ)

Artikkel 3ha

1. Tooteasetus on põhimõtteliselt keelatud.

2. Tooteasetust võidakse erandkorras lubada järgmistel tingimustel:

a) kinofilmides, telefilmides ja telesarjades, spordiülekannetes ja reality show'des; või

b) kui tooteasetus toimub vastutasuta või vähese vastutasu eest.

3. Lõiget 2 ei kohaldata lastesaadete, uudistesaadete, dokumentaalfilmide, päevakajaliste saadete ega õppesaadete puhul.

4. Kui tooteasetus on lubatud, peab see vastama järgmistele nõuetele:

a) programmi kavandamist, kus see on asjakohane, ja kõnealuste audiovisuaalsete meediateenuste sisu ei tohi mingil juhul mõjutada viisil, mis kahjustab meediateenuse osutaja toimetusvastutust ja sõltumatust;

b) tooteasetusega ei tohi otseselt soodustada kaupade või teenuste ostmist või rentimist ning need ei tohi sisaldada konkreetseid müügivihjeid kõnealuste kaupade või teenuste kohta;

c) toodet ei tohi ülemäära esile tõsta;

d) vaatajate tähelepanu tuleb ühetähenduslikult tooteasetusele juhtida, et vältida eksitamist. Tooteasetust sisaldavad programmid tuleb vastavalt märgistada. Toodet tuleb märgistada saate alguses ning tooteasetuse esinemisel tuleb märgistust kasutada ka saate kestel, kasutades näiteks neutraalset logo;

Saated ei tohi sisaldada tubakatoodete või sigarettide tooteasetust või selliste ettevõtete tooteasetust, mille põhitegevuseks on sigarettide ja muude tubakatoodete tootmine ja müük.

Selgitus

Tooteasetuse valdkonnas praegu valitseva halli tsooni kõrvaldamiseks on vaja kindlaid eeskirju, millega aidatakse parandada õiguskindlust. Seega on kasulik koostada nimestik, mille alusel lubatakse tooteasetust juhul, kui põhirõhk ei ole arvamuse kujundamisel, ja kus puudub oht oluliselt mõjutada redaktsioonilist sisu. Eriti tundlikud programmid jäetakse täielikult välja.. Tarbijate õiguste kaitsmiseks tuleb võtta asjakohaseid meetmeid, et määrata kindlaks kõnealused programmid.

Muudatusettepanek 48

ARTIKLI 1 PUNKT 9

Artikli 10 lõige 2 (direktiiv 89/552/EMÜ)

2. Eraldiseisvad reklaamilõigud ja otsepakkumiste lõigud (v.a spordiprogrammides) on erand.”

välja jäetud

Muudatusettepanek 49

ARTIKLI 1 PUNKT 10

Artikli 11 lõike 2 esimene lõik (direktiiv 89/552/EMÜ)

2. Telefilmide (välja arvatud telesarjad,

2. Telefilmide (välja arvatud telesarjad,

seeriafilmid, meelelahutussaated ja dokumentaalfilmid), kinematograafiateoste, lastesaadete ja uudistesaadete edastamise korral võib teha ühe katkestuse iga **35-minutilise** ajavahemiku kohta reklaamide ja/või otsepakkumiste näitamiseks.

seeriafilmid, meelelahutussaated ja dokumentaalfilmid), kinematograafiateoste, lastesaadete ja uudistesaadete edastamise korral võib teha ühe katkestuse iga **30-minutilise** ajavahemiku kohta reklaamide ja/või otsepakkumiste näitamiseks.

Selgitus

Praegu uudiste ja lastesaadete suhtes kehtiva 30 minuti reegli laiendamisel 35 minutile oleks tõsine negatiivne mõju ringhäälinguorganisatsioonide reklaamitulule ja seega nende suutlikkusele rahastada audiovisuaalse infosu tootmist. Kuna enamik uudistest ja lastesaadetest ei ole pikemad kui 30 minutit, võib see reklaami nendest programmidest tõhusalt eemaldada. Kõnealuse meetme selgitus või põhjendus paistab komisjoni ettepanekus ja tema regulatiivse mõju hindamises puuduvat.

Muudatusettepanek 50
ARTIKLI 1 PUNKT 13
Artikli 18 lõige 2 (direktiiv 89/552/EMÜ)

2. Lõige 1 ei kehti teadaannete suhtes, mida ringhäälinguorganisatsioon edastab seoses oma saadetega, ning otseselt nendest saadetest tulenevate lisatoodete, sponsorlusteade ja tooteasetuse suhtes.”

2. Lõige 1 ei kehti teadaannete suhtes, mida ringhäälinguorganisatsioon edastab seoses oma saadetega **või teise sama rühma alla kuuluva audiovisuaalse meediateenuse osutaja saatega** ning otseselt nendest saadetest tulenevate lisatoodete, sponsorlusteade ja tooteasetuse suhtes.”

Selgitus

Programmide enese- või vastastikusse reklaami tuleks analoogselt suhtuda mitmekanaliga keskkonnas, kus ringhäälinguorganisatsioonid peavad teavitama vaatajaid nende muudel kanalitel näidatavatest saadetest.

Muudatusettepanek 51
ARTIKLI 1 PUNKT 20
Artikli 23b lõige 1 (direktiiv 89/552/EMÜ)

1. Liikmesriigid tagavad riigi reguleerivate asutuste sõltumatuse ja selle, et nad rakendavad oma võimu erapooletult ja läbipaistvalt.

1. Liikmesriigid tagavad riigi reguleerivate asutuste **ja institutsioonide** sõltumatuse ja selle, et nad rakendavad oma võimu erapooletult ja läbipaistvalt.

Selgitus

Eeltoodud täienduse eesmärk on tagada, et seadusandjate ja reguleerivate asutuste organisatsiooni olemasolevad eripärad liikmesriikides on võimalik säilitada.

Muudatusettepanek 52
ARTIKLI 1 PUNKT 20
Artikli 23b lõige 2 (direktiiv 89/552/EMÜ)

2. Liikmesriikide reguleerivad asutused edastavad üksteisele ja komisjonile käesoleva direktiivi sätete kohaldamiseks vajaliku teabe.”

2. Liikmesriikide reguleerivad asutused **ja institutsioonid** edastavad üksteisele ja komisjonile käesoleva direktiivi sätete kohaldamiseks vajaliku teabe.”

Selgitus

Eeltoodud täienduse eesmärk on tagada, et seadusandjate ja reguleerivate asutuste organisatsiooni olemasolevad eripärad liikmesriikides on võimalik säilitada.

MENETLUS

Pealkiri	Ettepanek võtta vastu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv, millega muudetakse nõukogu direktiivi 89/552/EMÜ teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta
Viited	KOM((2005)0646 - C6-0443/2005 - 2005/0260(COD))
Vastutav komisjon	CULT
Arvamuse esitaja(d) istungil teada andmise kuupäev	ECON 2.2.2006
Tõhustatud koostöö – istungil teada andmise kuupäev	
Arvamuse koostaja nimetamise kuupäev	Karsten Friedrich Hoppenstedt 14.3.2006
Endine arvamuse koostaja	
Arutamine parlamendikomisjonis	11.7.2006 11.9.2006 3.10.2006
Vastuvõtmise kuupäev	10.10.2006
Lõpphääletuse tulemused	+: 40 -: 2 0: 2
Lõpphääletuse ajal kohal olnud liikmed	Zsolt László Becsey, Pervenche Berès, Sharon Bowles, Udo Bullmann, Ieke van den Burg, David Casa, Jan Christian Ehler, Jonathan Evans, Jean-Paul Gauzès, Robert Goebbels, Donata Gottardi, Benoît Hamon, Gunnar Hökmark, Karsten Friedrich Hoppenstedt, Sophia in 't Veld, Wolf Klinz, Christoph Konrad, Guntars Krasts, Kurt Joachim Lauk, Andrea Losco, Astrid Lulling, Gay Mitchell, Joseph Muscat, John Purvis, Alexander Radwan, Bernhard Rapkay, Dariusz Rosati, Eoin Ryan, Antolín Sánchez Presedo, Manuel António dos Santos, Peter Skinner, Margarita Starkevičiūtė, Sahra Wagenknecht.
Lõpphääletuse ajal kohal olnud asendusliige/asendusliikmed	Katerina Batzeli, Harald Ettl, Ona Juknevičienė, Werner Langen, Alain Lipietz, Sarah Ludford, Charles Tannock, Corien Wortmann-Kool.
Lõpphääletuse ajal kohal olnud asendusliige/asendusliikmed (kodukorra art 178 lg 2)	Christopher Heaton-Harris, Luis Herrero-Tejedor, Toine Manders.
Märkused (andmed on kättesaadavad ainult ühes keeles)	...