



V Bruselu dne 24.4.2013  
COM(2013) 231 final

## **ZELENÁ KNIHA**

**Vstříc plně integrovanému audiovizuálnímu světu: růst, tvorba a hodnoty**

## OBSAH

1.	Úvod.....	3
2.	Růst a inovace .....	4
2.1.	Tržní úvahy .....	5
2.2.	Modely financování .....	8
2.3.	Interoperabilita televize s internetem .....	9
2.4.	Infrastruktura a spektrum .....	10
3.	Hodnoty.....	11
3.1.	Předpisový rámec .....	11
3.2.	Svoboda a pluralita sdělovacích prostředků.....	14
3.3.	Obchodní sdělení.....	15
3.4.	Ochrana mladistvých.....	16
3.5.	Dostupnost pro osoby se zdravotním postižením .....	17
4.	Další kroky .....	17

### Vstříc plně integrovanému audiovizuálnímu světu: růst, tvorba a hodnoty

#### 1. ÚVOD<sup>1</sup>

Cílem této zelené knihy je zahájit rozsáhlou veřejnou diskusi o důsledcích probíhající přeměny prostředí audiovizuálních medií, které se vyznačuje stále větší integrací mediálních služeb a způsobu, jakým jsou tyto služby poskytovány a využívány.

Integraci lze chápat jako postupné propojování tradičních služeb televizního vysílání a internetu. Obsah je tak možné sledovat nejen prostřednictvím televizorů s připojením k internetu a set-top boxů poskytujících videozáznamy „over-the-top“ (OTT)<sup>2</sup>, ale také díky audiovizuálním mediálním službám, které jsou poskytovány prostřednictvím počítačů, notebooků, tabletů a jiných mobilních zařízení. Spotřebitelé při sledování televize zároveň využívají tablety nebo chytré telefony například proto, aby našli více informací o tom, co sledují, nebo komunikovali s přáteli nebo s daným televizním programem.

Velmi rychle se stírají hranice mezi známými spotřebními zvyklostmi dvacátého století, jež měly formu lineárního vysílání pro televizní přijímače, a službami na vyžádání sledovanými přes počítač. Kromě toho s každým chytrým telefonem, který umožňuje integrovanou produkci i spotřebu, může v budoucnosti dojít k posunu od pasivní spotřeby k aktivní účasti.

Očekává se, že televizní přijímače s připojením na internet, jejichž počet na konci roku 2012 dosáhl 40,4 milionu kusů<sup>3</sup>, budou do roku 2016 součástí většiny domácností EU, které sledují televizi<sup>4</sup>.

Bylo zjištěno, že funkce, které připojení k internetu umožňuje, využívali ve Spojeném království v roce 2012 spotřebitelé pouze u 11 % instalovaných přijímačů (nejlepší výsledek z EU), zatímco v Číně jsou využívány u 44 %, v Koreji u 18 % a v Indii u 17 % přijímačů<sup>5</sup>. V USA se podle předpokladů podíl domácností, které využívají televizi s připojením na internet včetně připojení OTT a herních konzolí, zvýší do roku 2016 ze současných 22,5 % na 43,1 %<sup>6</sup>.

Ačkoli obecná doba sledování lineárního vysílání stále činí v celé EU přibližně 4 hodiny denně<sup>7</sup>, integrované sledování se postupně stává realitou a účastníci na trhu upravují své obchodní modely a vytváří nové. Technologie již umožňují uživatelům vytvářet a rozesílat všechny druhy obsahu a mít k nim přístup bez ohledu na čas, místo nebo zařízení. Komise se chce zasadit o to, aby díky tomuto měnícímu se technologickému prostředí získali všichni Evropané co nejširší přístup k rozmanitému evropskému obsahu a co nejširší výběr z vysoce kvalitní nabídky. Technická možnost zprostředkovat obsah tak, aby byl legálně dostupný pro diváky v celé EU, by mohla účastníky na trhu povzbudit k vytváření nových typů obsahu.

<sup>1</sup>      Glosář souvisejících pojmů lze nalézt na adrese <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/connectedTV>.

<sup>2</sup>      Poskytovatelé služeb „over-the-top“ poskytují audiovizuální obsah on-line, aniž by sami byli poskytovateli služeb elektronických komunikací či provozovateli sítě.

<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 Evropské audiovizuální observatoře, svazek II, strana 171.

Jelikož je třeba, aby soukromé hospodářské subjekty dále inovovaly a tvůrci politik zajistili správné rámcové podmínky a zvažili možná opatření veřejné politiky, vyvstávají následující otázky:

– Jak lze proces propojování v širší evropský trh využít pro hospodářský růst a obchodní inovace v Evropě (kapitola 2)?

– Jak se integrace dotýká takových hodnot, jako je pluralita médií, kulturní rozmanitost a ochrana spotřebitelů, včetně specifických skupin, k nimž patří nezletilé osoby (kapitola 3)?

Protože v příštím desetiletí se bude integrace stále více projevovat, mohla by mít v budoucnu dopad na řadu právních nástrojů, mimo jiné na směrnici o audiovizuálních mediálních službách (dále jen „SAMS“)<sup>8</sup>, na niž se zaměřuje tento dokument, na směrnici o elektronickém obchodu<sup>9</sup> a na rámec elektronických komunikací<sup>10</sup>. Nepředpokládá se, že z této konzultace vzejde konkrétní výsledek. Mohla by se však stát východiskem pro možná regulační i jiná politická opatření v dlouhodobém horizontu, zejména propojení iniciativ Komise, jako je Koalice pro lepší internet pro děti<sup>11</sup>, případných kroků v návaznosti na zprávu Skupiny na vysoké úrovni pro svobodu a pluralitu sdělovacích prostředků<sup>12</sup> a práce na samoregulačních iniciativách.

## 2. RŮST A INOVACE

V roce 2012 používalo 22 % občanů EU k připojení na internet mobilní zařízení<sup>13</sup>. Do roku 2016 se očekává, že většinu objemu spotřebitelského internetového provozu budou tvořit videa a většina provozu IP bude probíhat prostřednictvím připojení WiFi a mobilních zařízení<sup>14</sup>.

Základní údaje — spotřeba audiovizuálního obsahu se přesouvá on-line

Na trhu fyzického a digitálního videa, jenž měl v roce 2011 v Evropě hodnotu 9 493,8 milionu EUR (o 4,6 % méně než v roce 2010), dosáhly výdaje spotřebitelů na digitální video

<sup>8</sup> Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. března 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách – SAMS) (Úř. věst. L 95, 15.4.2010, s. 1).

<sup>9</sup> Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu (směrnice o elektronickém obchodu) (Úř. věst. L 178, 17.7.2000, s. 1).

<sup>10</sup> Např. článek 31 směrnice o univerzální službě, politika v oblasti spektra, článek 6 přístupové směrnice.  
<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 – mobilní připojení k internetu (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 Mezinárodní federace pro video 2012.

(filmy a televizní seriály poskytované přes internet) 364,4 milionu EUR (o 41,8 % více než v roce 2010)<sup>15</sup>.

Neuspokojená poptávka po službách videa na vyžádání od provozovatelů placeného televizního vysílání z jiných členských států se dle odhadů pohybuje v rozmezí 760 milionů až 1 610 milionů EUR ročně<sup>16</sup>.

Očekává se, že počet diváků internetového videa se ze 792 milionů v roce 2011 zvýší do roku 2016 na 1,5 miliardy<sup>17</sup>.

Ve třetím čtvrtletí roku 2012 existovalo v EU 306 služeb videa na vyžádání (VoD)<sup>18</sup>.

Každou minutu na YouTube přibudou videozáznamy v délce 72 hodin.

Výrobci zařízení a tvůrci technologií mají příležitost zásobovat rostoucí trh s inovativními zařízeními, k nimž patří uživatelsky přívětivá rozhraní a řešení usnadňující dostupnost. Provozovatelé sítí zaznamenají zvýšenou poptávku po širší pásma, což bude mít pozitivní dopad na investice do vysokorychlostních sítí. Tvůrci obsahu mohou nalézt nové způsoby, jak získat více zájmu, zhodnotit svou práci a experimentovat s tvůrčími způsoby výroby a nabídky. Vysílací společnosti naleznou více platforem<sup>19</sup>, díky nimž mohou distribuovat obsah a zlepšit své interaktivní nabídky.

Je známo, jaké klíčové prvky jsou k realizaci tohoto potenciálu potřeba: dostatečně velký trh, který umožňuje růst, konkurenční prostředí, ochota měnit zavedené obchodní postupy, interoperabilita a odpovídající infrastruktura. K utváření budoucnosti sdělovacích prostředků na internetu je třeba, aby Evropa uvedla tyto prvky do praxe a zároveň podporovala hodnoty, na nichž je založena regulace audiovizuálních mediálních služeb.

## 2.1. Tržní úvahy

Pro EU je charakteristická kulturní a jazyková rozmanitost, což může znamenat konkurenční výhodu na světovém trhu, zároveň je však v prostředí charakterizovaném síťovými účinky považována za výzvu.

Síťové účinky ve sdělovacích prostředcích a internetovém světě mohou přinést významnou komparativní výhodu provozovatelům a poskytovatelům, kteří provozují svou činnost legálně na trhu bez hranic, což jim umožňuje získat značné finanční prostředky a využít úspor z rozsahu. Noví účastníci na trhu, kteří poskytují audiovizuální obsah on-line bez územního omezení, mohou přeměnit více než 368 milionů uživatelů internetu<sup>20</sup> v potenciální diváky a tím ohrozit postavení tradičních subjektů. Často se to daří subjektům ze Spojených států, které tak úspěšně využívají roztříštěnost trhu EU.

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

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

<sup>18</sup> Evropská audiovizuální observatoř; zahrnuje platformy: čistý internet, electronic sell-through (elektronický prodej multimediálního obsahu), konzole pro videohry, kabelovou televizi, IPTV (televizní vysílání přes internetový protokol), specializované set-top boxy, chytré telefony, interaktivní televize, video na vyžádání typu Push (satelit, zemské digitální vysílání) vyjma aplikací z platformy iTunes a Google Play App Store. Nezahrnuje: archivy, filmové upoutávky, televizní seriály, video pro dospělé, vzdělávací videa, katalogy již odvysílaných filmů na filmových kanálech.

<sup>19</sup> Platformy mohou být zabudovány do přijímače výrobcem nebo poskytovány jinými subjekty, jako například provozovateli elektronických komunikací a kabelové televize, poskytovateli služeb over-the-top (OTT) nebo vysílacími společnostmi.

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

V Evropě mají spotřebitelé audiovizuálních mediálních služeb poskytovaných on-line v mnoha případech stále jen omezenou možnost volby a často je jim znemožněn přístup na základě zeměpisného omezení. Aplikace v chytrých televizorech jsou mnohdy omezeny vnitrostátním nastavením či výběrem přednastaveným od výrobců a přístup k obsahu z jiných zemí EU je často zablokován<sup>21</sup>.

Technika pomůže tyto překážky překonat. Tvůrci obsahu, výrobci titulků a výzkumní pracovníci již začali vytvářet sdružení, aby mohli sdílet dostupné jazykové zdroje (např. korpusy titulků<sup>22</sup>, jež vlastní výrobci) a nástroje<sup>23</sup>.

#### Zkušenosti spotřebitelů budoucnosti

a) Polská studentka, která je v rámci programu Erasmus na studiích v Londýně, má prostřednictvím své polské kreditní karty přístup ke všem audiovizuálním nabídkám polských provozovatelů úplně stejně jako v Krakově, protože služby v polštině jsou v Londýně dostupné.

b) Její spolubydlící pochází ze Spojeného království a píše diplomovou práci o díle portugalských režisérů. Má snadný přístup k materiálu od portugalských poskytovatelů audiovizuálního obsahu. Oba spolu často sledují sportovní akce z různých států EU.

Účelem zelené knihy o on-line distribuci audiovizuálních děl bylo vyjasnit otázky související zejména s autorským právem<sup>24</sup>. Komise zveřejní výsledky této konzultace v roce 2013. V prosinci 2012<sup>25</sup> Komise znovu potvrdila svůj závazek, že se zasadí o moderní rámec pro autorská práva, a dohodla se na dvou paralelních směrech činnosti: strukturovaném dialogu zúčastněných stran v roce 2013, který by se zabýval řadou otázek (včetně přeshraniční přenositelnosti obsahu a přístupu k audiovizuálním dílům), v nichž je třeba rychle dosáhnout pokroku, a dokončení studií trhu, posouzení dopadů a vypracování právních návrhů s cílem přijmout v roce 2014 rozhodnutí, zda předložit výsledné návrhy legislativní reformy<sup>26</sup>. Tento dokument se proto nebude autorským právem dopodrobna zabývat.

Z hlediska nabídky je dnešní mediální svět světem hospodářské soutěže o zájem spotřebitelů. Účastníci trhu (např. provozovatelé placeného televizního vysílání, poskytovatelé bezplatných veřejných služeb a provozovatelé komerčního vysílání, distributoři videa na objednávku a výrobci přístrojů) se snaží odlišit své nabídky poskytováním prémiového nebo atraktivního obsahu a využívají přitom výhradních práv či uživatelsky přívětivých rozhraní. Větší nabídka obsahu, pokud je o množství a rozmanitost, mění prostředí zábavního průmyslu.

<sup>21</sup> Studie o ekonomickém potenciálu přeshraničních placených audiovizuálních mediálních služeb, TNS Opinion, Plum, futures company – studie vypracovaná pro Evropskou komisi – leden 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> Společnosti vyrábějící titulků nebo filmoví producenti/distributoři vlastní velké korpusy (databáze) titulků, často v mnoha různých jazycích současně. Tyto korpusy představují velmi cenný materiál pro vývoj uzpůsobených systémů strojového překladu.

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

<sup>24</sup> Zelená kniha o on-line distribuci audiovizuálních děl v Evropské unii: příležitosti a výzvy při tvorbě jednotného digitálního trhu, KOM(2011) 427 v konečném znění.

<sup>25</sup> Sdělení Komise o obsahu na jednotném digitálním trhu, COM(2012) 789 final.

<sup>26</sup> Bude se diskutovat o těchto bodech: teritorialita na vnitřním trhu; harmonizace a omezení autorského práva a výjimky z něj v éře internetu; rozříštění trhu EU s autorským právem a jak zlepšit účinnost a účelnost vymáhání autorského práva a zároveň podpořit legitimitu v širším kontextu reformy autorského práva.

V roce 2009<sup>27</sup> investovali vysílací společnosti v EU asi jednu třetinu svých tržeb do obsahu. Z programu v hodnotě 34,5 miliardy EUR, z něhož vysílací společnosti EU čerpaly, bylo přibližně 15,6 miliardy EUR vydáno na nákup vysílacích práv – 5,8 miliardy EUR na práva ke sportovním událostem a 9,8 miliardy EUR na filmové a televizní akvizice<sup>28</sup>. Vysokou poptávku a značné příjmy vytváří v audiovizuálním odvětví prémiový obsah (významné sportovní události a úspěšné nově distribuované filmy, tzv. kasovní trháky). Účast společnosti BT ve veřejné soutěži o televizní práva k fotbalovým zápasům Premier League na tři sezóny počínaje sezónou 2013–2014 vedla k rekordnímu zisku ve výši 3 miliard liber, což představuje nárůst o 71 %<sup>29</sup> oproti ziskům z práv na tři předešlé sezóny. Společnost Netflix vynaložila v USA v letech 2011–2012 na nákup obsahu pro streaming (vysílání prostřednictvím datového proudu) přibližně 4,8 miliardy USD.

Úspěch může záviset na schopnosti takový obsah soustavně nabízet divákům. Výhradní dohody mezi provozovateli platformy a poskytovateli obsahu jsou pro tvůrce obsahu základem toho, jak umožnit své investice, ale tyto dohody mohou rovněž omezovat možnost třetích stran poskytovat takový obsah svým divákům. Mohou tak vytvářet překážky pro vstup nových subjektů.

Navíc jakmile platformy získají mezi uživateli vysokou oblibu a stanou se klíčovým kanálem, jehož prostřednictvím poskytovatelé obsahu oslovují publikum, mohou vyvstat obavy, že tyto platformy by mohly zvýhodňovat určité podniky nebo – v případě vertikálně integrovaných společností – své vlastní služby. Další konkurenční výhodou pro tyto platformy může být přístup k široké škále údajů o uživateli<sup>30</sup>. Některé členské státy, např. Spojené království, provedly posouzení toho, zda je potřeba stanovit povinnosti *ex ante* pro velkoobchodní zveřejňování, pokud jde o přístup k živým přenosům prestižních sportovních událostí a premiérám hollywoodských filmů, jejichž zavedení je zásadní podmínkou pro to, aby se konkurence mohla v podnikání udržet.

Pravidla hospodářské soutěže EU se využívají na vnitrostátní a evropské úrovni k řešení možného zneužívání tržní síly v případech, kdy má společnost na relevantním trhu dominantní postavení. V této souvislosti je potřeba zajistit, aby ve stále integrovanějším světě fungoval rychlý a účinný trh.

Komise zasáhla při několika příležitostech, aby zajistila hospodářskou soutěž při společném prodeji sportovních mediálních práv<sup>31</sup>. Přijala nápravná opatření v případech slučování podniků, aby se zajistilo, že prémiový obsah, k němuž se váží filmová a sportovní práva, zůstane přístupný<sup>32</sup>. V této souvislosti lze též uvést judikaturu Soudního dvora Evropské unie o zamítnutí licence<sup>33</sup>. Odmítne-li držitel práva, který má na trhu dominantní postavení, poskytnout přístup k produktu nebo službě nezbytné k výkonu jistého podnikání, může se

<sup>27</sup> Zpráva Komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů, První zpráva o uplatňování článků 13, 16 a 17 směrnice 2010/13/EU v období 2009–2010, Podpora evropských děl v programovém vysílání a audiovizuálních mediálních službách na vyžádání v EU, COM/2012/0522.

<sup>28</sup> Závěrečná studie o provádění ustanovení směrnice o audiovizuálních mediálních službách týkající se podpory evropských děl v audiovizuálních mediálních službách, 13. prosince 2011.

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

<sup>30</sup> Viz také bod 3.1 o ochraně údajů.

<sup>31</sup> Věc COPM/38.173 – společný prodej mediálních práv na Premier League, COMP/37.214 – společný prodej mediálních práv k německé Bundeslize a věc COMP/37.398 – společný prodej komerčních práv k Lize mistrů UEFA.

<sup>32</sup> Věc Newscorp v. Telepiù COMP/M.2876.

<sup>33</sup> Věc C-418/01 IMS Health, C-418/01, GmbH & Co. OHG v. NDC Health GmbH & Co. KG, Sb. rozh. 2004, s. I-5039.

jednat o zneužití, pokud toto odmítnutí brání vzniku nového produktu, po němž existuje potenciální poptávka spotřebitelů, a pokud jej nelze odůvodnit a vylučuje jakoukoli konkurenci na sekundárním trhu. V případě Premier League Soudní dvůr Evropské unie rozhodl, že právo hospodářské soutěže EU sice nezakazuje majiteli práv udělit licenci s výhradními televizními vysílacími právy ke sportovní události v jednom nebo více členských státech pouze jedinému zájemci, majitel práv však nemůže zakázat držiteli této výhradní licence přeshraniční poskytování služeb, které se týkají vysílání takové sportovní události<sup>34</sup>. Je tomu tak proto, že v důsledku takového zákazu by nabyvatel licence získal absolutní územní exkluzivitu v oblasti, na kterou se vztahuje jeho licence, a tím by byla vyloučena veškerá hospodářská soutěž mezi vysílacími společnostmi a vnitřní trh by byl rozdělen podle rozsahu výhradních vysílacích práv.

Úvahy související s hospodářskou soutěží se rovněž objevují v souvislosti s financováním veřejnoprávních vysílacích společností. Veřejnoprávní vysílací společnosti často pomocí aplikací nebo internetových stránek rozšiřují své aktivity i na prostředí on-line. Některé subjekty toto rozšíření vítají, jiné ho považují za přímou konkurenci pro své komerční nabídky, které nejsou financovány z veřejných prostředků. V roce 2009 přijala Komise sdělení o použití pravidel státní podpory na veřejnoprávní vysílání s ohledem na nový technologický vývoj a mimo jiné i na vznik nových distribučních platform a technologií. Ve sdělení vyžaduje, aby bylo zavedeno předběžné hodnocení. Mělo by mít podobu veřejné konzultace o nových významných službách spuštěných provozovateli veřejnoprávního vysílání, díky níž by členské státy mohly posoudit dopad nové služby na trh a tento dopad musí být vyrovnán hodnotou daných služeb pro společnost.

#### OTÁZKY PRO VEŘEJNOU KONZULTACI:

- 1) Jaké faktory umožňují americkým společnostem, aby i přes jazykové a kulturní bariéry úspěšně podnikaly na rozšířeném trhu EU, zatímco řada společností z EU se potýká s problémy? S jakými překážkami se potýkají společnosti z EU?
- 2) Jaké faktory ovlivňují dostupnost prémiového obsahu? Existují v současnosti praktiky týkající se prémiového obsahu na velkoobchodní úrovni, které ovlivňují přístup na trh a udržitelnou obchodní činnost? Pokud ano, jaký mají dopad na spotřebitele? Je vedle uplatňování stávajících pravidel hospodářské soutěže potřeba dalších regulačních zásahů?
- 3) Existují překážky, které vyžadují regulační opatření ohledně přístupu k platformám?

## 2.2. Modely financování

Na financování audiovizuální produkce má dopad postupná integrace, změny chování spotřebitelů<sup>35</sup> a nově vznikající obchodní modely.

<sup>34</sup> Spojené věci Football Association Premier League Ltd a další v. QC Leisure a další — Karen Murphy v. Media Protection Services Ltd, C-403/08 a C-429/08, rozsudek ze dne 4. října 2011. Viz též sdělení Komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů „Soudržný rámec pro posílení důvěry v jednotný digitální trh elektronického obchodu a on-line služeb“ ze dne 11. ledna 2012, strana 7.

<sup>35</sup> Výdaje spotřebitelů na DVD klesají (meziroční pokles v letech 2010 a 2011 činil 7,7 %), zatímco výdaje spotřebitelů na video na vyžádání vzrostly o 20,1 % a dosáhly celkové výše 1,2 miliardy EUR. *The European Video Yearbook*, 2012, s. 7. Mezi roky 2008 a 2010 se doba sledování videí online ve Spojeném království více než zdvojnásobila na 31 minut denně. Ve Francii se zvýšila o 104 % na 24 minut za den. Zdroj: Cimscore.



S formáty televizních programů a seriálů<sup>36</sup> se v Evropě stále více obchoduje, přičemž se někdy se přizpůsobují místnímu vkusu, a jsou vyváženy do jiných částí světa<sup>37</sup>. Potenciál pro větší spolupráci by se mohl skrývat v oblastech produkce, v nichž jsou jazykové bariéry nižší, např. programy pro děti nebo dokumentární pořady. Vedle televizních show vytvořených profesionály může značný zájem publika přilákat i obsah vytvářený uživateli, případně začleněný do lineárního programu vysílacích společností. Poskytovatelé služeb OTT by také mohli nabízet vlastní seriály a živé televizní show a získávat práva k prémiovému obsahu.

Členské státy vyvinuly různé způsoby podpory evropských děl i rozličné způsoby, jak usnadnit jejich výrobu, financování a distribuci pro širší veřejnost. SAMS stanoví povinné podíly evropských a nezávislých děl, které mají vysílací společnosti v EU do svého programu zařadit. Pro nelineární audiovizuální mediální služby je povinnost podporovat evropská díla formulována pružněji a tyto služby mají v zájmu podpory vytváření evropských děl možnost požádat o finanční příspěvky od vysílacích společností a poskytovatelů služeb na vyžádání. Členské státy do značné míry současné právní požadavky plní, soustředí se však jen na domácí produkci. Na díla z jiných států EU připadá v EU pouze 8,1 %<sup>38</sup> vysílací doby.

Tendenci investovat do původního obsahu mají i platformy pro video na vyžádání, což napovídá, že tyto nové subjekty jsou potenciálními novými investory do audiovizuálního obsahu. Vzhledem k dynamickému nárůstu služeb videa na vyžádání a k současnému příspěvku vysílacích společností na produkci evropských děl probíhají v některých členských státech diskuse o tom, zda by na financování obsahu mohli přispívat také nové subjekty působící na internetu, které se přímo podílejí na jeho využívání. Mohou tak vyvstat specifické otázky ohledně příspěvků od mimoevropských subjektů.

#### OTÁZKY PRO VEŘEJNOU KONZULTACI:

- 4) Představují požadavky současné směrnice o audiovizuálních mediálních službách nejlepší způsob, jak podporovat tvorbu, šíření a dostupnost evropských děl a jejich přitažlivost pro trh?
- 5) Jak bude integrace a měnící se chování spotřebitelů ovlivňovat stávající systém financování obsahu? Jak se na financování podílejí různé subjekty v novém hodnotovém řetězci?

### 2.3. Interoperabilita televize s internetem

Zařízení a služby související s televizí s internetem podléhají různým normám v oblasti vysílání, IT a v telekomunikačním odvětví<sup>39</sup>. Integrace znovu otevřela otázku přístupu, který by se měl ke standardizaci zaujmout, s ohledem jak na její výhody (umožňující úspory z rozsahu a interoperabilitu), tak její nevýhody (riziko zastavení inovace).

<sup>36</sup> Viz poznámka pod čarou č. 28: Podle studie o uplatňování SAMS na podporu evropských děl byly v období let 2006–2008 z Evropy do Severní a Jižní Ameriky a Asie vyvezeny formáty v rozsahu 5 084 vysílacích hodin a vnitroeurospký obchod s formáty činil 19 995 vysílacích hodin. Vývoz formátů z Evropy do Severní Ameriky činil 2 213 hodin, zatímco vývoz ze Severní Ameriky do Evropy dosáhl 8 363 hodin.

<sup>37</sup> Jako příklad formátů, které byly vyvezeny do světa a lokálně přizpůsobeny, lze uvést pořady „Chcete být milionářem?“ („Who wants to be a Millionaire“) a „Ber nebo neber“ („Deal or no deal“) nebo seriály „The Killing“ a „The Bridge“.

<sup>38</sup> Viz poznámka pod čarou č. 28.

<sup>39</sup> Patří mezi ně vysílací normy DVB a internetový protokol pro dodávání obsahu. Ostatní jako například normy MPEG 25 a HTML-5 pro prezentaci obsahu budou pravděpodobně hrát stále větší úlohu v budoucnu.

**HbbTV** je norma ETSI, kterou v Evropě používá řada vysílacích společností, poskytovatelů obsahu, sítí a výrobců zařízení pro spotřebitele<sup>40</sup> k propojení vysílaného obsahu se širokopásmovým obsahem. Jednou<sup>41</sup> z funkcí HbbTV je svázat širokopásmový obsah s vysílacím signálem. Další možností je řešení v podobě úplné platformy, kde vysílací společnosti a provozovatelé sítí spolupracují. Příkladem je YouView<sup>42</sup> ve Spojeném království. V Itálii se převážně z historických důvodů pro televizi s internetem používá norma MHP<sup>43</sup>.

Zdá se, že u televizoru s připojením na internet zakoupeného v jednom členském státě často nelze změnit nastavení tak, aby bylo možné přijímat služby z jiných členských států<sup>44</sup>, a takový televizor nemůže reagovat na spuštění širokopásmového signálu oprávněně vysílaného z jiného členského státu.

Někteří výrobci pravděpodobně konfigurují své přístroje tak, aby omezili rozsah služeb a aplikací, ke kterým lze mít přístup. Některé členské státy vypracovaly vnitrostátní specifikace, které jsou založeny na HbbTV. V některých případech nejsou aplikace vytvořené podle těchto vnitrostátních specifikací plně slučitelné s přístroji v jiných zemích. Někdy jsou navíc v přístrojích zabudovány zvláštní technické mechanismy (např. správa digitálních práv), aby přístroje splňovaly očekávání vnitrostátních subjektů. Tvůrci aplikací musí kvůli rozdílným normám přeprogramovat své produkty pro různá zařízení<sup>45</sup>.

#### OTÁZKY PRO VEŘEJNOU KONZULTACI:

- 6) Je k překonání skutečné nebo potenciální roztržičnosti a k zajištění přeshraniční interoperability potřeba opatření na úrovni EU? Je potřeba sepsat nové nebo aktualizované normy na trhu?

#### 2.4. Infrastruktura a spektrum

Očekává se, že dodávání mnohonásobných toků audiovizuálního obsahu v ultra/vysoce kvalitním rozlišení, včetně paralelního používání a 3D, i přes vylepšenou technologii komprese rozšíří pásmo nezbytné pro sledování obsahu přes internet až na 100 Mb/s a více. Komise vytvořila komplexní politiku podporující rozvoj širokopásmového připojení v rámci Digitální agendy pro Evropu<sup>46</sup> a navrhla nástroj pro propojení Evropy, který má podpořit cílené investice do infrastruktury na evropské úrovni<sup>47</sup>. Komise navíc nedávno zorganizovala veřejnou konzultaci o specifických aspektech transparentnosti, správy provozu a přechodu na otevřený internet<sup>48</sup> a hodlá v této oblasti vydat další pokyny.

<sup>40</sup> Podle informací dostupných v době vypracování tohoto dokumentu je HbbTV pravidelně používána v CZ, DK, FR, DE, NL, PL, ES a CH. AT, FI, NO, SE a TR již ohlásily záměr HbbTV zavést nebo již HbbTV testují. Zájem existuje rovněž mimo Evropu.

<sup>41</sup> Na HbbTV jsou založeny i některé portály provozovatelů sítí, portály výrobců a nezávislé aplikace.

<sup>42</sup> Platforma YouView byla spuštěna v červenci 2012. Má vlastní strukturu několika spolupracujících společností. Stejně jako jiné vertikální tržní platformy nemá plně standardizovanou architekturu.

<sup>43</sup> MHP (Multimedia Home Platform) lze popsat jako soubor pokynů, které operačnímu systému digitálního televizního přijímače udávají, jak zacházet s interaktivní televizní aplikací, kterou přijímač obdržel. [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> Projednáno na setkání se zúčastněnými stranami.

<sup>45</sup> Několik účastníků se snaží tento problém řešit, např.: <http://www.smarttv-alliance.org>; Otevřené fórum IPTV (Open IPTV Forum).

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

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

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

Vyhrazené spektrum poskytlo vysílacím společnostem cenný veřejný zdroj, který umožňuje vytváření programu těmito i dalšími organizacím. Nicméně bylo zjištěno, že přerozdělením části digitální dividendy pocházející z ukončení vysílání prostřednictvím analogového signálu — pásmo 800 MHz — by se dosáhlo značného čistého přínosu, který by se využil k rozvoji bezdrátového širokopásmového připojení v odlehlých regionech. Potvrdil to také program pro politiku rádiového spektra<sup>49</sup>, který si jako cíl stanovil vyčlenit 1 200 MHz spektra pro bezdrátové širokopásmové připojení, což dále zvýší tlak na dostupné zdroje spektra. Zdroje spektra mohou usnadnit pozemní a satelitní přenos audiovizuálního obsahu i interaktivní funkce nezbytné pro doručování obsahu a doplňkové služby. Integrace vyvolává otázku, jakou bude mít pozemní vysílání v poskytování těchto služeb v budoucnu úlohu. Subjekty v tomto odvětví stále více zkoumají hybridní modely, které kombinují výhody širokopásmového vysílání pro poskytování individuálně zvoleného obsahu na vyžádání s účinností, jakou má vysílání při poskytování obsahu (např. živých sportovních událostí nebo zábavních pořadů) velkému počtu diváků současně.

#### OTÁZKY PRO VEŘEJNOU KONZULTACI:

- 7) Jak významné jsou rozdíly mezi jednotlivými platformami, které zprostředkovávají obsah (např. pozemní a satelitní vysílání, pevné širokopásmové vysílání včetně kabelového, mobilní širokopásmové vysílání), z pohledu uživatelů a z hlediska povinností veřejného zájmu?
- 8) Jaké rozdělení frekvencí a jaké modely sdílení frekvencí by usnadnily rozvoj vysílání, mobilního širokopásmového připojení a dalších aplikací (např. zařízení k vytváření programů) přenášejících ve stejném kmitočtovém pásmu?
- 9) Jaké konkrétní potřeby výzkumu v oblasti spektra je třeba řešit, aby se tento rozvoj usnadnil?

### 3. HODNOTY

Hodnoty, které jsou základem regulace audiovizuálních mediálních služeb v Evropě, vedly k vytvoření pravidel podporujících svobodu projevu a pluralitu sdělovacích prostředků, kulturní rozmanitost<sup>50</sup>, ochranu osobních údajů a ochranu spotřebitelů, včetně zranitelných skupin, jako jsou nezletilé osoby a osoby se zdravotním postižením. Nyní je třeba podporovat respektování těchto hodnot v integrovaném prostředí prostřednictvím příslušných politických rozhodnutí.

#### 3.1. Předpisový rámec

Hlavní důvodem regulace audiovizuálních mediálních služeb na úrovni EU je vnitřní trh, jehož jádrem je princip země původu. Tento „jednotný evropský televizní trh“ vyžaduje minimální soubor společných pravidel, kterými by se řídila reklama, ochrana nezletilých a podpora evropských audiovizuálních děl.

Technologicky neutrální přístup zakotvený v SAMS znamená, že stejné služby jsou regulovány stejným způsobem bez ohledu na zařízení, na kterém jsou využívány. SAMS však rozlišuje mezi službami lineárními (televizní vysílání) a nelineárními (na vyžádání<sup>51</sup>), a to

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

<sup>50</sup> Kulturní rozmanitost je skutečnou hodnotou, kterou je třeba chránit v souladu s článkem 167 Smlouvy o fungování Evropské unie.

<sup>51</sup> Ustanovení čl. 1 odst. 1 písm. g) SAMS: „audiovizuální mediální službou na vyžádání“ (tj. nelineární audiovizuální mediální službou) [se rozumí] audiovizuální mediální služba poskytovaná

proto, že v případě služeb na vyžádání má spotřebitel mnohem větší míru kontroly a regulace je tak v některých oblastech méně přísná.

Pravidla stanovená SAMS se vztahují pouze na poskytovatele mediálních služeb. Definice tohoto pojmu vychází z pojmu redakční odpovědnosti<sup>52</sup>. Jestliže má poskytovatel odpovědnost za výběr obsahu a určuje, jak je obsah organizován, jeho služby podléhají SAMS i v případě, že je obsah poskytován prostřednictvím internetu.

Lineární a nelineární služby budou stále více soutěžit o stejnou obrazovku, budou dokonce nabízet stejný obsah stejným divákům prostřednictvím dvou distribučních kanálů. S novými formami obsahu na vyžádání, které se velmi podobají klasickému pasivnímu lineárnímu obsahu, by se rozdíl mezi lineárními a nelineárními službami z hlediska spotřebitele mohl téměř vytratit. Pokud by se v integrovaném světě s lineárním a nelineárním poskytováním podobného obsahu zacházelo jako se službami, které si konkurují, pak by stávající rozdíly mezi režimy mohly zjevně jejich vztah narušit. Na druhé straně, pokud by míra zákaznické kontroly zůstala pro uživatele významným prvkem, rozlišená regulace by nadále měla jistou logiku. Tvůrci politik musí zvážit, jak se tyto změny dotknou účinnosti stávajících nástrojů a toho, jak vnímají poskytnuté služby spotřebitelé.

SAMS se vztahuje pouze na poskytovatele spadající do jurisdikce EU. Jsou-li audiovizuální mediální služby poskytovány prostřednictvím satelitu, spadají do pravomoci daného členského státu, jestliže je zařízení pro přenos vzestupného signálu k družici umístěno v tomto členském státě nebo jestliže služby využívají družicové kapacity „tohoto členského státu“<sup>53</sup>. Tato pravidla se nevztahují na obsah poskytovaný prostřednictvím internetu ze zemí mimo EU, ale určený pro EU.

Dostupnost mediálních služeb ze zemí mimo EU prostřednictvím internetu nebo satelitu se zvyšuje, pokud by se však měla jurisdikce rozšířit i na tyto služby, bylo by nezbytné posoudit, zda je potřeba řešit překrývající se pravomoci. Podobné otázky jsou předmětem diskuse v oblasti ochrany údajů.

Poskytováním nelineárních služeb se také zabývá směrnice o elektronickém obchodu. V integrovaném prostředí bude vztah této směrnice se SAMS patrnější<sup>54</sup>. Platí to i pro právní předpisy v oblasti ochrany údajů, neboť zpracování osobních údajů je často předpokladem pro fungování nových služeb, i když jednotlivci si mnohdy nejsou plně vědomi toho, že jejich osobní údaje jsou shromažďovány a zpracovány. Ve chvíli, kdy se údaje získané během užívání audiovizuální mediální služby vztahují k identifikované nebo identifikovatelné fyzické osobě, jedná se o osobní údaje a v důsledku toho spadají do působnosti směrnice EU o ochraně údajů (95/46/ES)<sup>55</sup>. Další důležitou oblastí regulace je ochrana spotřebitele<sup>56</sup>.

---

poskytovatelem mediálních služeb za účelem sledování pořadů v okamžiku zvoleném uživatelem a na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem mediálních služeb;

<sup>52</sup> Tím se rozumí fyzická nebo právnická osoba, která má redakční odpovědnost za výběr audiovizuálního obsahu v audiovizuální mediální službě a určuje způsob organizace této služby (čl. 1 odst. 1 písm. d) SAMS). Nejsou zde zahrnuty fyzické ani právnické osoby, které pouze přenášejí pořady, za něž nesou redakční odpovědnost třetí osoby.

<sup>53</sup> Čl. 2 odst. 4 SAMS.

<sup>54</sup> Viz zejména „ustanovení o vnitřním trhu“ v článku 3, jakož i článek 4 a články 6 až 8.

<sup>55</sup> Směrnice Evropského parlamentu a Rady 95/46/ES ze dne 24. října 1995 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů, Úř. věst. L 281, 23.11.1995, s. 31.

<sup>56</sup> Např. směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách chrání spotřebitele před klamavými nebo agresivními obchodními praktikami a zajišťuje, aby každé tvrzení obchodníků v EU bylo jasné, přesné a doložené, směrnice 2011/83/EU o právech spotřebitelů upravuje několik oblastí práv spotřebitelů a

Vzhledem ke globální a komplexní povaze internetu se jako vhodný doplněk regulačního přístupu jeví samoregulace. V roce 2012 zahájila Komise s podniky a dalšími zúčastněnými stranami proces<sup>57</sup> vypracování kodexu osvědčených postupů pro samoregulaci a společnou regulaci. Následně byly vypracovány zásady pro lepší samoregulaci a společnou regulaci, jejichž cílem je zajistit větší účinnost<sup>58</sup>.

Tyto zásady by měly být považovány za základní měřítko pro postupy samoregulace a společné regulace, které jsou již obsaženy v SAMS<sup>59</sup>.

Ve stále integrovanějším světě nabývá na významu také mediální gramotnost diváků, a to bez ohledu na věk. Komise vypracovala několik dílčích politik v oblasti mediální gramotnosti, které jdou nad rámec politik obsažených v SAMS<sup>60</sup>. Mediální gramotnost se chápe jako schopnost získávat přístup k médiím, chápat a kriticky vyhodnocovat různé aspekty médií a mediálních obsahů a vytvářet sdělení v různých kontextech<sup>61</sup>.

#### OTÁZKY PRO VEŘEJNOU KONZULTACI:

- 10) Existuje ve stále integrovanějším mediálním prostředí důkaz o narušení trhu způsobeném rozdíly v regulaci lineárních a nelineárních služeb? Pokud ano, jak by se tato narušení dala nejlépe odstranit, aniž by byly ohroženy hodnoty, na kterých stojí regulační rámec EU pro audiovizuální mediální služby?
- 11) Je zapotřebí přizpůsobit definici poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb či rozsah SAMS, aby se na ty, kteří v současné době do této definice či oblasti působnosti nespádají, vztahovala část nebo všechny povinnosti SAMS, nebo existují jiné způsoby ochrany hodnot? Ve kterých oblastech by bylo vhodné klást důraz na samoregulaci nebo společnou regulaci?
- 12) Jak by změna přístupu k regulaci audiovizuálních služeb ovlivnila princip země původu, a tedy jednotný trh?
- 13) Jakým způsobem a v jakých oblastech prověřuje větší integrovanost v audiovizuálním prostředí vztah mezi ustanoveními směrnice o audiovizuálních mediálních službách a směrnice o elektronickém obchodu? Můžete uvést praktické příklady?
- 14) Jaké iniciativy na evropské úrovni by mohly přispět ke zvýšení mediální gramotnosti v Evropě?

---

některé z nich harmonizuje. Informace o digitálních produktech, které je možné stahovat nebo sledovat on-line, budou například muset jasně uvádět údaje o interoperabilitě a funkčnosti.

<sup>57</sup> Sdělení Komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů – Obnovená strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011–2014, KOM(2011) 681 v konečném znění, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:CS: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> Ustanovení čl. 4 odst. 7.

<sup>60</sup> Článek 33.

<sup>61</sup> Sdělení Komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů: Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí; KOM(2007) 833 v konečném znění.

### 3.2. Svoboda a pluralita sdělovacích prostředků<sup>62</sup>

Svoboda a pluralita sdělovacích prostředků je zakotvena v článku 11 Listiny základních práv Evropské unie. K zachování plurality sdělovacích prostředků přispívají SAMS<sup>63</sup> a pravidla hospodářské soutěže na úrovni EU i na vnitrostátní úrovni.

Prostřednictvím internetu mají občané přístup k nebyvalému množství informací a obsahu, které přesahuje vnitrostátní nabídku a může se též podílet na utváření názorů. To usnadňuje svobodu projevu a posiluje pluralitu názorů.

Zároveň se mění způsoby, jak lidé s informacemi zacházejí. Mechanismy filtrování, například ve formě personalizovaných výsledků vyhledávání, přispívají k tomu, že lidé získávají aktuální informace z oblasti svého zájmu a z úhlu pohledu, který jim vyhovuje. Na jedné straně mají tyto mechanismy filtrování a personalizace jednoznačně potenciál posílit vliv občanů, protože jim umožní účinně proplouvat přemírou informací, která je pro digitální prostředí příznačná, a získat uzpůsobené služby odpovídající jejich individuálním potřebám. Na druhé straně by tento vývoj mohl snížit úlohu sdělovacích prostředků jako editorů ve veřejné sféře a posílit úlohu poskytovatelů platformy, například internetových společností. Internetové společnosti by tak mohly určovat nejen to, jaký obsah je k dispozici, ale mohly by rovněž ovlivňovat volbu, např. změnou zvýraznění určitého obsahu, omezením možnosti měnit menu nebo omezením určitých aplikací. To by mohlo fakticky ovlivnit možnost občanů zvolit si přístup k mediálním nabídkám vyjadřujícím pluralitu názorů a může vést k situaci, kdy se občané ocitnou ve zranitelné situaci, aniž by si to uvědomili. Dostupnost rozličných platforem poskytujících uživatelům cenný obsah, stejně jako otevřenost těchto platforem je důležitou podmínkou pro dynamické mediální prostředí.

Členské státy mohou provozovatelům sítě uložit přiměřené povinnosti ve veřejném zájmu ohledně provozu určených vysílacích kanálů pro veřejnost, jestliže značný počet diváků používá tyto sítě jako hlavní prostředek pro přístup k těmto kanálům<sup>64</sup>. V případech, kdy jsou pro doručení obsahu divákům k dispozici jen omezené přenosové zdroje, je to pro členské státy způsob, jak zajistit poskytování určených kanálů, pokud považují dostupnost obsahu za nezbytnou pro cíle obecného zájmu. V oblasti širokopásmového připojení omezuje kapacita přenosu výběr obsahu dostupného pro diváky méně.

Dostupnost „obsahu v obecném zájmu“, včetně dostupnosti on-line, mohou v praxi omezovat obchodní rozhodnutí, například rozhodnutí výrobců zařízení nebo provozovatelů platformy, ke kterým lze díky tomuto zařízení získat přístup, případně i rozhodnutí poskytovatelů obsahu samých<sup>65</sup>.

Členské státy mohou také přesně stanovit služby digitálního vysílání, k nimž je třeba zajistit přístup, a vnitrostátní regulační orgány mohou uložit operátorům povinnosti poskytovat přístup k elektronickým programovým průvodcům (EPG)<sup>66</sup>.

<sup>62</sup> Viz též veřejná konzultace o svobodě a pluralitě sdělovacích prostředků <http://ec.europa.eu/digital-agenda>.

<sup>63</sup> SAMS podporuje pluralitu sdělovacích prostředků, neboť umožňuje svobodu poskytování audiovizuálních mediálních služeb na jednotném trhu podle zásady země původu a např. prostřednictvím článku 14. Tím se ve spojení se zvláštními pravidly týkajícími se podpory evropských děl napomáhá pluralitě sdělovacích prostředků.

<sup>64</sup> Článek 31 směrnice 2002/22/ES o univerzální službě, ve znění směrnice o právech občanů 2009/136/ES.

<sup>65</sup> Pro vybavení digitálních televizorů by se mohl k zajištění interoperability použít článek 24 směrnice o univerzálních službách. Příloha VI v současné době například zajišťuje, že signály, které byly volně přeneseny, jsou reprodukovány pomocí zařízení, jež jsou schopna dekodovat kódované vysílání.

<sup>66</sup> Ustanovení čl. 5 odst. 1 písm. b) přístupové směrnice 2002/19/ES ve znění směrnice 2009/140/ES.

I když bude obsah přístupný, může být pro diváky ve složitějším prostředí s velkým množstvím kanálů problém „obsah obecného zájmu“ najít. Členské státy proto mají také možnost ukládat povinnosti týkající se předkládání elektronických programových průvodců a podobných seznamů a navigačních zařízení<sup>67</sup>.

#### OTÁZKY PRO VEŘEJNOU KONZULTACI:

- 15) Měla by možnost předběžného vymezení výběru pomocí filtračních mechanismů, a to i v případě vyhledávání, podléhat veřejnému zásahu na úrovni EU?
- 16) Jaká by měla být oblast působnosti stávajících předpisů o přístupu (článek 6 přístupové směrnice) a o všeobecných službách (článek 31 směrnice o univerzální službě) s ohledem na rostoucí integraci lineárních a nelineárních služeb na společných platformách? Existují v prostředí integrovaného vysílání a širokopásmového připojení specifické potřeby, které je třeba naplnit, aby se zajistila přístupnost „obsahu obecného zájmu“ a usnadnilo se jeho vyhledávání a užívání?

### 3.3. Obchodní sdělení

SAMS stanoví omezení vysílacího času pro reklamu, například 12 minut za hodinu, a stanoví kritéria týkající se reklamy na některé produkty, jakož i reklamy v souvislosti s nezletilými osobami. Kvalitativní pravidla se vztahují obdobně jak na lineární, tak nelineární služby, zatímco kvantitativní pravidla se týkají pouze služeb lineárních. Vzhledem k rostoucí konkurenci mezi lineárními a nelineárními službami a ke skutečnosti, že nelineární služby by mohly být poskytovány poskytovateli, kteří nespádají do jurisdikce EU, se evropské vysílací společnosti obávají, že taková asymetrie by pro ně znamenala nevýhodu.

V souvislosti s integrací podrobují některé inovační reklamní techniky stávající pravidla zkoušce. Komise byla informována o obavách týkajících se vložených reklamních oken<sup>68</sup> překrývajících lineární služby vysílacích společností a byla též dotázána, zda to může ohrozit základní účel regulace reklamy, zejména zda tato překrývající okna mohou být zobrazována se souhlasem uživatelů a vysílacích společností, nebo bez něj. Problémy by rovněž mohla způsobovat skrytá reklama v internetovém prostředí.

Personalizace obsahu může přinést spotřebitelům a zadavatelům reklamy prospěch, ale někdy závisí na nástrojích, které jsou problematické z hlediska ochrany osobních údajů. Evropské předpisy o ochraně údajů<sup>69</sup> mohou zvýšit důvěru spotřebitelů v inovativní obchodní modely, což je také cílem návrhů Komise předložených v lednu 2012 týkajících se reformy předpisového rámce EU<sup>70</sup>. Reklamní průmysl zavedl samoregulační<sup>71</sup> systém pro behaviorální reklamu on-line, který může být v budoucnosti rozšířen z obrazové reklamy i na video

<sup>67</sup> Ustanovení čl. 6 odst. 1 písm. b) přístupové směrnice 2002/19/ES, ve znění směrnice 2009/140/ES.

<sup>68</sup> Vizualní prvky, které se objevují na obrazovce během vysílání.

<sup>69</sup> Směrnice o soukromí a elektronických komunikacích a navrhované nařízení o ochraně údajů, kterým se mění stávající směrnice o ochraně údajů.

<sup>70</sup> COM(2012) 11 – Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováváním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů (obecné nařízení o ochraně údajů).

<sup>71</sup> Celoevropský samoregulační rámec pro On-line behaviorální reklamu (OBA): <http://www.iabeurope.eu/news/self-regulation-framework.aspx>.

reklamu. Rovněž by měly být vzaty v úvahu odvětvové normativní iniciativy jako „Do Not Track“ (DNT)<sup>72</sup>.

**OTÁZKY PRO VEŘEJNOU KONZULTACI:**

- 17) Budou stávající ustanovení SAMS, pokud jde o obchodní sdělení, i ve stále integrovanějším světě nadále přiměřená? Můžete uvést konkrétní příklad?
- 18) Jaké regulační nástroje by nejlépe reagovaly na rychle se měnící reklamní techniky? Existuje větší prostor pro samoregulaci či společnou regulaci?
- 19) Kdo by měl v konečné fázi rozhodovat o tom, zda akceptovat překrývající reklamu nebo jiné nové techniky na obrazovce?

### **3.4. Ochrana mladistvých**

Neustálý tok obsahu, který zprostředkovávají různě regulované lineární a nelineární přenosové kanály, oslabuje dopad stávajícího režimu regulujícího přístup dětí k obsahu lineárního vysílání. Problémem i nadále zůstává účinné ověřování věku pro přístup k obsahu, a to i v případě dospívající mládeže. Kvůli rozdílům v regulativním přístupu k různým druhům obsahu na obrazovce by mohlo být pro uživatele obtížnější určit, ke kterému orgánu podat stížnost<sup>73</sup>.

V rámci „Evropské strategie pro lepší internet pro děti“, která byla vyhlášena v květnu 2012<sup>74</sup>, Komise hájí názor, že pro děti by mělo být vytvořeno více kvalitního obsahu a že by děti měly být při užívání internetu chráněny. Byla vytvořena koalice sdružující 31 vedoucích společností v celém hodnotovém řetězci, jež má prostřednictvím samoregulačního procesu vypracovat vhodná opatření v pěti klíčových oblastech: i) jednoduché a spolehlivé uživatelské nástroje pro hlášení problémů; ii) nastavení ochrany soukromí přiměřené věku; iii) širší používání klasifikace obsahu; iv) větší dostupnost nástrojů rodičovské kontroly a jejich častější využívání a v) účinné odstraňování materiálů spojených se zneužíváním dětí. Některá z těchto opatření se týkají SAMS a mohla by být podpořena změnou právních předpisů. Byly zveřejněny kolektivní výsledky a závazky, jejichž součástí jsou také doporučení pro osvědčené postupy. Společnosti vydaly vlastní prohlášení týkající se provádění těchto doporučení. Komise bude i nadále spolupracovat s koalicí, která bude sloužit jako platforma pro diskusi o pokroku během roku 2013.

**OTÁZKY PRO VEŘEJNOU KONZULTACI:**

- 20) Jsou stávající pravidla obsažená v SAMS přiměřená pro řešení problémů ochrany nezletilých v integrovaném světě médií?
- 21) Využívání nástrojů rodičovské kontroly je dosud omezené, ačkoli jsou tyto nástroje ve stále větší míře k dispozici v zařízeních i na platformách, které se používají pro přístup k obsahu. Jaké mechanismy jsou potřeba, aby se rodiče o těchto nástrojích dověděli?
- 22) Jaká opatření by byla vhodná k zajištění účinného ověřování věku uživatelů audiovizuálního obsahu online?

<sup>72</sup> Celosvětová norma DNT by popisovala technické podrobnosti „signálu“, jež uživatelé mohou zasílat svým poskytovatelům prostřednictvím on-line zařízení, například pomocí internetového prohlížeče. Signál udává jejich preference týkající se sledování. <http://blogs.ec.europa.eu/neelie-kroes/donottrack/>.

<sup>73</sup> Touto otázkou se zabývá například portál ParentPort.

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



- |     |  |
|-----|--|
| 23) | Měly by být v SAMS provedeny změny, které by se týkaly zejména hodnocení a klasifikace obsahu a rodičovské kontroly na všech přenosových kanálech?   |
| 24) | Měli by být uživatelé lépe informováni o tom, kde a jak mohou podat stížnost nebo připomínku týkající se různých typů obsahu? Jsou stávající mechanismy vyřizování stížností vhodné?   |
| 25) | Poskytují prostředky, jimiž jsou stížnosti vyřizovány (financování, regulace či jiné způsoby), přiměřenou zpětnou vazbu v návaznosti na hlášení škodlivého nebo nedovoleného obsahu, zejména pokud se tento obsah týká dětí? Jaká by měla být role či pravomoci veřejných orgánů, nevládních organizací a poskytovatelů produktů a služeb při zajišťování odpovídající zpětné vazby pro občany, kteří nahlásili škodlivý nebo nedovolený obsah nebo podali stížnost? |

### 3.5. Dostupnost pro osoby se zdravotním postižením

Technologie nabízejí více možností než kdykoli předtím, jak pomoci osobám se zrakovým či sluchovým postižením a osobám se sníženými poznávacími schopnostmi. Tyto příležitosti však mohou zůstat nevyužity, pokud dostupný obsah, tj. titulky, znakový jazyk nebo zvukový popis, není vyráběn nebo není zpřístupňován konečným uživatelům.

SAMS již ukládá členským státům, aby povzbudily poskytovatele mediálních služeb k postupnému zpřístupňování jejich služeb osobám se zrakovým nebo sluchovým postižením. Provádění tohoto ustanovení se v členských státech značně liší. Dostupnost služeb může být součástí povinností ve veřejném zájmu uložených členskými státy.

Komise předložila návrh směrnice o přístupnosti internetových stránek<sup>75</sup> a zkoumá, jak dále zlepšit dostupnost zboží a služeb na trhu EU, a v nadcházejícím evropském aktu o dostupnosti stanoví všeobecné požadavky na dostupnost. Přijetí evropské normy týkající se audiovizuálních otázek souvisejících s přístupností se očekává koncem roku 2013.

OTÁZKY PRO VEŘEJNOU KONZULTACI:
---------------------------------

- |     |   |
|-----|---|
| 26) | Domníváte se, že v této oblasti je zapotřebí vytvářet další normy?                                      |
| 27) | Jaké pobídky lze nabídnout na podporu investic do inovačních služeb pro osoby se zdravotním postižením? |

## 4. DALŠÍ KROKY

Všechny zúčastněné strany se vyzývají, aby se k otázkám popsaným v této zelené knize vyjádřily a odpovědi zaslaly na následující adresu:

CNECT-CONVERGENCE-AV@ec.europa.eu

European Commission

Directorate- General for Communications Networks, Content and Technology

Unit G1

Office BU25 05/181

B- 1049 -Brussels

<sup>75</sup> Návrh směrnice Evropského parlamentu a Rady o přístupnosti internetových stránek subjektů veřejného sektoru; COM (2012) 721 final.

Komise může v této souvislosti organizovat nebo se účastnit setkání se zúčastněnými stranami, včetně zástupců odvětví, spotřebitelů, investorů, členů Evropského parlamentu a Rady.

Své připomínky prosím zašlete do 31. srpna 2013. Obdržené příspěvky budou zveřejněny na internetových stránkách GŘ CONNECT, pokud si příspěvatel nepřeje jinak. Zajímá-li Vás, jakým způsobem bude nakládáno s Vaším příspěvkem a osobními údaji, přečtěte si prosím prohlášení o ochraně soukromí platné pro tuto konzultaci.