

Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής για την Πρόταση οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την τροποποίηση της οδηγίας 89/552/ΕΟΚ του Συμβουλίου για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων

COM(2005) 646 τελικό — 2005/0260 (COD)

(2006/C 318/33)

Στις 7 Φεβρουαρίου 2006, και σύμφωνα με τα άρθρα 47, παράγραφος 2 και 55 της Συνθήκης περί ιδρύσεως της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, το Συμβούλιο αποφάσισε να ζητήσει τη γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής σχετικά με την ανωτέρω πρόταση.

Το ειδικευμένο τμήμα «Μεταφορές, ενέργεια, υποδομές, κοινωνία των πληροφοριών», στο οποίο ανατέθηκε η προετοιμασία των σχετικών εργασιών της ΕΟΚΕ, υιοθέτησε τη γνωμοδότησή του στις 18 Ιουλίου 2006, με βάση την εισηγητική έκθεση του κ. HERNÁNDEZ BATALLER.

Κατά την 429η σύνοδο ολομελείας της, της 13ης και 14ης Σεπτεμβρίου 2006 (συνεδρίαση της 14ης Σεπτεμβρίου 2006), η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή υιοθέτησε με 53 ψήφους υπέρ, 7 ψήφους κατά και 10 αποχές την ακόλουθη γνωμοδότηση.

1. Εισαγωγή

1.1 Στις 13 Δεκεμβρίου 2005, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υπέβαλε πρόταση για την αναθεώρηση της κοινοτικής οδηγίας για την «τηλεόραση χωρίς σύνορα», η οποία πρωτοδημοσιεύθηκε το 1989 ⁽¹⁾ και τροποποιήθηκε το 1997 ⁽²⁾. Οι διατάξεις της οδηγίας αυτής υπερσχύουν σε περίπτωση σύγκρουσης με τη γενική ρύθμιση σε ό,τι αφορά την παροχή υπηρεσιών στους τομείς που συνδέονται με την πρόσβαση στη δραστηριότητα και την άσκηση της ⁽³⁾.

1.2 Δεδηλωμένος στόχος της τροποποίησης αυτής, η οποία προβλέπεται στο πλαίσιο των διαδικασιών παρακολούθησης και απολογισμού της εφαρμογής της νομοθεσίας, είναι η προσαρμογή της οδηγίας στο νέο πλαίσιο τεχνολογικής σύγκλισης, όπου τα οπτικοακουστικά περιεχόμενα και υπηρεσίες υπερβαίνουν ήδη κατά πολύ το παραδοσιακό πεδίο της τηλεοπτικής μετάδοσης και δημιουργούν νέες ανάγκες ρύθμισης, προκειμένου να διασφαλιστούν, αφενός, η ενιαία αγορά και μια ισχυρή και δημιουργική ευρωπαϊκή βιομηχανία περιεχομένων, και, αφετέρου, τα δικαιώματα των πολιτών. Ο εκσυγχρονισμός του ρυθμιστικού πλαισίου σχετικά με τα περιεχόμενα των οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας εντάσσεται, επίσης, στη στρατηγική i2010, στόχος της οποίας είναι η επίτευξη μιας ευρωπαϊκής κοινωνίας της πληροφορίας που θα αποβλέπει στη στήριξη της ανάπτυξης και της απασχόλησης ⁽⁴⁾.

1.2.1 Η πρόταση τροποποίησης της οδηγίας, το πεδίο εφαρμογής της οποίας αρχικά κάλυπτε το σύνολο των οπτικοακουστικών υπηρεσιών, συγκεκριμενοποιεί πλέον, έπειτα από τη διάσκεψη του Λίβερπουλ ⁽⁵⁾, το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας, η οποία στο εξής ισχύει για τις αποκαλούμενες «υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας», με διαφορετικά, ωστόσο, επίπεδα ρύθμισης για τις γραμμικές και τις μη γραμμικές υπηρεσίες. Έτσι, η οδηγία θα έχει πλέον ως αντικείμενο τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανο-

νιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας και θα αποκαλείται «οδηγία για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας» και όχι «οδηγία για την τηλεόραση χωρίς σύνορα».

1.2.2 Τα μηνύματα που μεταδίδονται ιδιωτικά, οι ηλεκτρονικές εκδόσεις εφημερίδων ή περιοδικών, οι δικτυακοί τόποι που δεν έχουν ως βασικό αντικείμενο τη μετάδοση οπτικοακουστικών περιεχομένων και τα ραδιοφωνικά προγράμματα θα εξακολουθούν να εξαιρούνται από το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας.

1.3 Η πρόταση τροποποίησης εντάσσεται στο πλαίσιο της διοργανικής συμφωνίας με τίτλο «βελτίωση της νομοθεσίας», η οποία εγκρίθηκε το 2003 με διττό σκοπό: αφενός, την απλούστευση, τον περιορισμό της αυστηρότητας και τη μείωση του αριθμού των κανονιστικών υποχρεώσεων των ευρωπαίων παρόχων οπτικοακουστικών υπηρεσιών και, αφετέρου, την προώθηση της αυτορρύθμισης και της συρρύθμισης στον κλάδο. Επιδιώκεται, επίσης, η καθιέρωση ενός απλούστερου κανονιστικού πλαισίου, που θα περιορίζεται στα απαραίτητα, και, ταυτοχρόνως, η παγίωση της αρχής της χώρας προέλευσης μετά την ένταξη της οδηγίας στην έννομη τάξη των διαφόρων κρατών μελών.

2. Η πρόταση της Επιτροπής

2.1 Όπως επισημάνθηκε ήδη, η Επιτροπή προτείνει την επέκταση του πεδίου εφαρμογής της οδηγίας σε όλες τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας ⁽⁶⁾· ως τέτοιες νοούνται οι παρουσιάσεις κινούμενων εικόνων με ή χωρίς ήχο, που έχουν σκοπό να ενημερώσουν, να ψυχαγωγήσουν ή να εκπαιδεύσουν το ευρύ κοινό μέσω των λεγόμενων δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών ⁽⁷⁾.

⁽¹⁾ Οδηγία 89/552/ΕΟΚ- ΕΕ L 298 της 17.10.1989, σελ. 23.

⁽²⁾ Οδηγία 97/36/ΕΚ ΕΕ L 202 της 30.7.1997, σελ. 60.

⁽³⁾ COM(2006) 160 τελικό.

⁽⁴⁾ Βλ. IP/05/643.

⁽⁵⁾ Οπτικοακουστική διάσκεψη του Λίβερπουλ σχετικά με την οδηγία «τηλεόραση χωρίς σύνορα», που διοργάνωσε η Επιτροπή.

⁽⁶⁾ Βλ. τον ορισμό των υπηρεσιών αυτών στα άρθρα 49 και 50 της Συνθήκης.
⁽⁷⁾ Βλ. τον ορισμό των δικτύων αυτών στο άρθρο 2 της οδηγίας-πλαίσου 2002/21/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7ης Μαρτίου 2002, σχετικά με κοινό κανονιστικό πλαίσιο για δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. ΕΕ L 108 της 24.04.2002, σελ. 33.

2.2 Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας μπορούν να είναι:

- γραμμικές, όταν ο χρήστης καλείται να προσαρμοστεί στις χρονικές συνθήκες μετάδοσης των υπηρεσιών ή των περιεχομένων, όπως αυτές έχουν καθοριστεί από τον πάροχο των μέσων, ανεξαρτήτως του διαύλου μετάδοσης (επίγεια, δορυφορική ή καλωδιακή τηλεόραση, Διαδίκτυο, κινητή τηλεφωνία, κλπ.)·
- μη γραμμικές, όταν ο χρήστης αποφασίζει πότε επιθυμεί να λάβει τις υπηρεσίες ή συγκεκριμένα περιεχόμενα που διατίθενται από τον πάροχο.

2.2.1 Σύμφωνα με τη διάκριση αυτή, η τηλεοπτική εκπομπή ορίζεται ως γραμμική υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας όπου ο πάροχος υπηρεσιών μέσω επικοινωνίας αποφασίζει τη χρονική στιγμή στην οποία μεταδίδεται ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα και καθορίζει το χρονοδιάγραμμα μεταδόσεων. Ο τηλεοπτικός οργανισμός ή φορέας ορίζεται ως ο πάροχος γραμμικών υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας.

2.3 Στο πλαίσιο της διεύρυνσης του πεδίου εφαρμογής της οδηγίας, η πρόταση τροποποίησης θεσπίζει έναν γενικό ορισμό της οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης, η οποία ορίζεται ως κινούμενες εικόνες με ή χωρίς ήχο που συνοδεύουν υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας και προορίζονται για την άμεση ή έμμεση προώθηση της πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών. Έτσι, η τηλεοπτική διαφήμιση νοείται ως οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση, εφόσον πρόκειται για τηλεοπτικό μήνυμα που μεταδίδεται έναντι αμοιβής ή ανάλογου ανταλλάγματος για την προώθηση της πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών ή που μεταδίδεται για σκοπούς αυτοπροβολής του τηλεοπτικού οργανισμού. Το ίδιο ισχύει και για τις τηλεαγορές.

2.3.1 Η απαγόρευση που ισχύει σήμερα για την τηλεοπτική διαφήμιση και τις τηλεαγορές που αφορούν τα τσιγάρα και λοιπά προϊόντα καπνού επεκτείνεται σε όλες τις μορφές οπτικοακουστικών εμπορικών ανακοινώσεων. Διατηρείται, επίσης, η απαγόρευση της διαφήμισης και των τηλεαγορών για φάρμακα που χορηγούνται με ιατρική συνταγή, καθώς και οι περιορισμοί όσον αφορά το περιεχόμενο διαφημίσεων αλκοολούχων ποτών, για μην ενθαρρύνεται η υπέρμετρη κατανάλωσή τους και για να προστατεύονται οι ανήλικοι. Η διαφήμιση αλκοολούχων ποτών:

- απαγορεύεται να απευθύνεται ειδικά στους ανήλικους και, ιδίως, να εμφανίζει ανήλικους να καταναλώνουν τέτοια ποτά·
- απαγορεύεται να συσχετίζει την κατανάλωση αλκοολούχων ποτών με βελτιωμένες σωματικές επιδόσεις ή την οδήγηση οχημάτων·
- απαγορεύεται να δίνει την εντύπωση ότι η κατανάλωση αλκοολούχων ποτών ευνοεί την κοινωνική ή σεξουαλική επιτυχία·
- απαγορεύεται να αφήνει να υπονοηθεί ότι τα αλκοολούχα ποτά έχουν θεραπευτικές ιδιότητες ή ότι επιδρούν ως διεγερτικά, ως ηρεμιστικά ή ως μέσο επίλυσης διαφορών·
- απαγορεύεται να ενθαρρύνει την άμετρη κατανάλωση αλκοολούχων ποτών και να δίνει αρνητική εικόνα της αποχής από την κατανάλωσή τους ή της μετρημένης κατανάλωσής τους·

- απαγορεύεται να τονίζει ως προτέρημα των ποτών την υψηλή περιεκτικότητά τους σε οινόπνευμα.

2.3.2 Η πρόταση τροποποίησης διατηρεί την απαγόρευση της συγκαλυμμένης διαφήμισης, η οποία νοείται ως η προφορική ή οπτική παρουσίαση, μέσα σε προγράμματα, των εμπορευμάτων, των υπηρεσιών, της επωνυμίας, του εμπορικού σήματος ή των δραστηριοτήτων ενός παραγωγού εμπορευμάτων ή ενός παρόχου υπηρεσιών, εφόσον η παρουσίαση αυτή προβάλλεται ηθελήμενα από τον τηλεοπτικό οργανισμό για διαφημιστικό σκοπό και μπορεί να παραπλανήσει το κοινό όσον αφορά τη φύση της, συνήθως επειδή δεν επισημαίνεται ή δεν ανακινούνται ότι αποτελεί διαφήμιση. Εν προκειμένω, υπενθυμίζεται εκ νέου ότι η τηλεοπτική διαφήμιση πρέπει να είναι άμεσα αναγνωρίσιμη και να διακρίνεται σαφώς από τα άλλα μέρη του προγράμματος μέσω οπτικών ή/και ακουστικών μέσων.

2.3.3 Θεσπίζεται, ωστόσο, ένας νέος ορισμός της τοποθέτησης προϊόντων, ώστε να διακρίνεται από τη συγκαλυμμένη διαφήμιση, αν και οι δύο ορισμοί είναι παρόμοιοι: συμπερίληψη ή αναφορά εμπορεύματος, υπηρεσίας ή του αντίστοιχου εμπορικού σήματος ώστε να εμφανίζεται σε υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας, κατά κανόνα έναντι πληρωμής ή άλλου ανταλλάγματος. Για να είναι νόμιμη η τοποθέτηση προϊόντων, πρέπει να τηρείται μια σειρά απαιτήσεων, και συγκεκριμένα οι εξής:

- δεν επιτρέπεται να παρακινεί ευθέως σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω συγκεκριμένων διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες·
- οι θεατές πρέπει να ενημερώνονται επαρκώς για την ύπαρξη συμφωνίας τοποθέτησης προϊόντων και η εν λόγω τοποθέτηση πρέπει να επισημαίνεται σαφώς·
- οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας δεν επιτρέπεται να περιλαμβάνουν προϊόντα καπνού ή τσιγάρα ή τοποθέτηση προϊόντων από επιχειρήσεις των οποίων η κύρια δραστηριότητα είναι η παρασκευή ή πώληση τέτοιων προϊόντων·
- απαγορεύεται η τοποθέτηση προϊόντων σε εκπομπές με ειδησεογραφικό περιεχόμενο και θέματα επικαιρότητας, ντοκιμαντέρ και στις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας που απευθύνονται σε παιδιά.

2.3.4 Στην υπό εξέταση πρόταση τροποποίησης διατηρούνται οι αναφορές στη χορηγία και στις προϋποθέσεις που πρέπει πληρούνται για να είναι νόμιμη, αλλά εισάγονται ορισμένες βασικές τροποποιήσεις που προσαρμόζουν τη δραστηριότητα αυτή στο νέο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας. Διατηρείται, επίσης, η απαγόρευση χρήσης τεχνικών που απευθύνονται στο υποσυνείδητο στις οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις.

2.4 Όπως και η ισχύουσα οδηγία, η πρόταση τροποποίησης υπογραμμίζει, σε ό,τι αφορά τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των κρατών μελών, τα ακόλουθα:

- τα κράτη μέλη οφείλουν να εξασφαλίζουν την ελευθερία λήψης υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας που προέρχονται από άλλα κράτη μέλη·

- τα κράτη μέλη μεριμνούν, με κατάλληλα μέσα και στα πλαίσια της νομοθεσίας τους, ώστε οι πάροχοι υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας που υπάγονται στη δικαιοδοσία τους να τηρούν τις διατάξεις της παρούσας οδηγίας·
 - τα κράτη μέλη έχουν την ευχέρεια, όσον αφορά τους παρόχους υπηρεσιών μέσων επικοινωνίας που υπάγονται στη δικαιοδοσία τους, να θεσπίζουν αυστηρότερους και λεπτομερέστερους κανόνες στα πεδία που καλύπτει η παρούσα οδηγία·
 - τα κράτη μέλη δύνανται να διασφαλίζουν την ελεύθερη πρόσβαση του κοινού σε γεγονότα και εκδηλώσεις μείζονος σημασίας, εμποδίζοντας την αποκλειστική αναμετάδοσή τους από τους τηλεοπτικούς οργανισμούς που υπάγονται στη δικαιοδοσία τους·
 - τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε οι τηλεοπτικοί οργανισμοί υπό τη δικαιοδοσία τους να μη μεταδίδουν κινηματογραφικά έργα εκτός των χρονικών περιόδων που έχουν συμφωνηθεί με τους κατόχους των δικαιωμάτων·
 - τα κράτη μέλη μεριμνούν (κάθε φορά που αυτό είναι εφικτό και σε ορισμένες περιπτώσεις σταδιακά) ώστε οι τηλεοπτικοί οργανισμοί να αφιερώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό του χρόνου εκπομπής τους σε ευρωπαϊκά ή συναφή έργα καθώς και το 10 % του χρόνου εκπομπής τους (ή εναλλακτικά το 10 % του προϋπολογισμού των προγραμμάτων τους) σε ευρωπαϊκά έργα παραγωγών ανεξαρτήτων από τους τηλεοπτικούς οργανισμούς, αφιερώνοντας στην τελευταία περίπτωση το ενδεδειγμένο ποσοστό στα πρόσφατα έργα. Στον υπολογισμό του χρόνου μετάδοσης δεν συγκαταλέγονται ορισμένα περιεχόμενα όπως οι ειδήσεις, οι αθλητικές εκδηλώσεις, τα τηλεοπτικά παιχνίδια, οι διαφημίσεις ή οι υπηρεσίες τηλεκειμενογραφίας και τηλεαγορών.
- 2.4.1 Επίσης, εξακολουθεί να προβλέπεται ότι, για την αποφυγή καταφανούς σοβαρής και βαριάς παράβασης ορισμένων διατάξεων της οδηγίας, ένα κράτος μέλος δύναται να λαμβάνει μέτρα έναντι παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας εγκατεστημένου σε άλλο κράτος μέλος, εφόσον ο πάροχος κατευθύνει το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος της δραστηριότητάς του στο έδαφος του πρώτου κράτους μέλους, το κράτος μέλος όπου είναι εγκατεστημένος ο πάροχος δεν λαμβάνει μέτρα, παρότι έχει κληθεί να το πράξει, και η Επιτροπή έχει δώσει την έγκρισή της.
- 2.4.2 Διατηρούνται, επίσης, οι ποσοτώσεις που προβλέπονται στις υφιστάμενες οδηγίες σχετικά με τις ευρωπαϊκές και εθνικές οπτικοακουστικές παραγωγές και τις ανεξάρτητες οπτικοακουστικές παραγωγές, οι οποίες τηρήθηκαν με ικανοποιητικό τρόπο τα τελευταία χρόνια σύμφωνα με τις εκθέσεις αξιολόγησης αντικτύπου.
- 2.4.3 Οι νέες διατάξεις σχετικά με τα κράτη μέλη που περιλαμβάνονται στην πρόταση τροποποίησης είναι οι εξής:
- τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε οι τηλεοπτικοί οργανισμοί που είναι εγκατεστημένοι σε άλλα κράτη μέλη να έχουν πρόσβαση σε γεγονότα και εκδηλώσεις μεγάλου ενδιαφέροντος για το κοινό, οι οποίες μεταδίδονται από τηλεοπτικό οργανισμό που βρίσκεται υπό τη δικαιοδοσία τους, προκειμένου να παράγουν σύντομα ρεπορτάζ επικαιρότητας στα οποία να αναφέρεται η πηγή τους.
 - τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε να υπάρχει εύκολη, άμεση και μόνιμη πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με την επωνυμία των παρόχων υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας που βρίσκονται υπό τη δικαιοδοσία τους, την ταχυδρομική και ηλεκτρονική διεύθυνσή τους, καθώς και την αρμόδια ρυθμιστική αρχή·
 - τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε οι πάροχοι υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας υπό τη δικαιοδοσία τους να προωθούν, όπου είναι εφικτό και με κατάλληλα μέσα, την παραγωγή ευρωπαϊκών έργων και την πρόσβαση σε αυτά·
 - τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε οι πάροχοι υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας υπό τη δικαιοδοσία τους να μη μεταδίδουν κινηματογραφικά έργα εκτός των χρονικών περιόδων που έχουν συμφωνηθεί με τους κατόχους των δικαιωμάτων·
 - τα κράτη μέλη καλούνται ρητώς να ενθαρρύνουν καθεστώςτα συρρύθμισης στα πεδία που συντονίζει η παρούσα οδηγία, προβλέποντας την αποτελεσματική εφαρμογή και την αποδοχή τους από τους κύριους ενδιαφερομένους.
- 2.5 Σε ό,τι αφορά τους κανόνες σχετικά με τη ρύθμιση των αξιών που μεταδίδονται από τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας, το περιεχόμενο της ισχύουσας οδηγίας αναδιατυπώνεται.
- 2.5.1 Έτσι, ορίζεται ότι οι υπηρεσίες αυτές δεν πρέπει:
- να βλάπτουν σοβαρά τη σωματική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων·
 - να περιλαμβάνουν παρότρυνση σε μίσος βάσει φύλου, φυλετικής ή εθνικής καταγωγής, θρησκείας ή πεποιθήσεων, αναπηρίας, ηλικίας ή σεξουαλικού προσανατολισμού.
- Η πρόταση τροποποίησης επαναλαμβάνει τη ρητή αναφορά που περιλαμβάνεται στη σημερινή οδηγία σχετικά με την απαγόρευση μετάδοσης προγραμμάτων που περιέχουν πορνογραφικές σκηνές ή σκηνές άσκοπης βίας. Παρομοίως, σε ό,τι αφορά τις εκπομπές που μπορούν να βλάψουν τη σωματική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων, υπενθυμίζει ότι πρέπει να λαμβάνονται τεχνικά μέτρα κωδικοποίησης, προβολής σε ειδικές ώρες ή σήμανσης του περιεχομένου, ώστε να διασφαλίζεται ότι οι ανήλικοι που βρίσκονται στη ζώνη μετάδοσής τους δεν θα βλέπουν ούτε θα ακούν τις εκπομπές αυτές.
- 2.5.2 Οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις απαγορεύεται:
- να περιλαμβάνουν στοιχεία διακρίσεων λόγω φυλής, φύλου ή εθνικότητας·
 - να προσβάλλουν θρησκευτικές ή πολιτικές πεποιθήσεις·
 - να ενθαρρύνουν τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την υγεία ή την ασφάλεια·
 - να ενθαρρύνουν τρόπους συμπεριφοράς επιβλαβείς για την προστασία του περιβάλλοντος·

— να θίγουν ηθικά ή σωματικά τους ανηλίκους. Τούτο σημαίνει ότι δεν πρέπει να τους παρακινούν ευθέως στην αγορά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας εκμεταλλευόμενες την απειρία ή την ευπιστία τους, δεν πρέπει να τους παρακινούν ευθέως να πείσουν τους γονείς τους ή άλλους να τους αγοράσουν τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες, δεν πρέπει να εκμεταλλεύονται την ιδιαίτερη εμπιστοσύνη των ανηλικών στους γονείς, στους διδασκάλους ή σε άλλα πρόσωπα, και δεν πρέπει να παρουσιάζουν χωρίς λόγο ανήλικους σε επικίνδυνες καταστάσεις.

2.6 Σε ό,τι αφορά τις διακοπές των προγραμμάτων για την προβολή διαφημίσεων, η πρόταση τροποποίησης περιορίζει σημαντικά τις κανονιστικές απαιτήσεις με στόχο την απλούστευση και τη σε σημαντικό βαθμό μείωση της αυστηρότητας των κριτηρίων εφαρμογής.

2.6.1 Ο κατ' εξαίρεση χαρακτήρας των μεμονωμένων διαφημιστικών μηνυμάτων και των τηλεαγορών διέπεται ουσιαστικά από τους ίδιους όρους, εξαιρουμένων πλέον των αθλητικών προγραμμάτων. Δίνεται προτίμηση στην προβολή διαφημίσεων μεταξύ των προγραμμάτων· η παρεμβολή τους κατά τη διάρκεια των προγραμμάτων επιτρέπεται, εφόσον δεν θίγονται η ακεραιότητα των προγραμμάτων και τα δικαιώματα των δικαιούχων.

2.6.2 Οι διάφορες παράμετροι για τα επιτρεπόμενα διαφημιστικά μηνύματα, την απόσταση μεταξύ τους και τις εξαιρέσεις βάσει του είδους των προγραμμάτων αντικαθίστανται από έναν γενικό κανόνα σύμφωνα με τον οποίο η μετάδοση τηλεοπτικών ταινιών, κινηματογραφικών έργων, παιδικών και ειδησεογραφικών προγραμμάτων είναι δυνατόν να διακόπτεται για διαφημίσεις ή/και τηλεαγορές μια φορά για κάθε χρονική περίοδο 35 λεπτών. Διατηρείται η απαγόρευση παρεμβολής διαφημίσεων κατά τη διάρκεια θρησκευτικών τελετών.

2.6.3 Σε ό,τι αφορά το χρόνο μετάδοσης που αφιερώνεται στις διάφορες μορφές διαφήμισης, διατηρείται μόνο το γενικό κριτήριο του χρονικού περιορισμού, που προβλέπει ότι οι διαφημίσεις, οι τηλεαγορές και οι λοιπές μορφές σύντομων διαφημιστικών μηνυμάτων δεν επιτρέπεται να υπερβαίνουν το 20 % της ώρας μετάδοσης· διατηρείται επίσης η εξαίρεση που προβλέπει ότι δεν συνυπολογίζεται η διάρκεια των διαφημίσεων που εκπέμπει ένας τηλεοπτικός οργανισμός σχετικά με τα δικά του προγράμματα, τα δευτερεύοντα προϊόντα που παράγονται απευθείας από τα προγράμματα αυτά και τις ανακοινώσεις χορηγίας, η εξαίρεση δε αυτή πλέον επεκτείνεται και στην τοποθέτηση προϊόντων.

3. Γενικές παρατηρήσεις

3.1 Η ΕΟΚΕ αναγνωρίζει την ανάγκη τροποποίησης της ισχύουσας οδηγίας «τηλεόραση χωρίς σύνορα», προκειμένου να προσαρμοστεί στο νέο πλαίσιο της τεχνολογικής σύγκλισης και στις νέες πρακτικές διαφήμισης και προώθησης. Αναγνωρίζει, επίσης, ότι πρέπει να θεσπιστεί μια νομοθεσία που θα μπορεί να εφαρμοστεί ευκολότερα και θα είναι αποτελεσματικότερη, ώστε να συμβάλει στην αύξηση των συναλλαγών υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας στην ενιαία ευρωπαϊκή αγορά, ενισχύοντας και τονώνοντας την ανάπτυξή της. Ωστόσο, θεωρεί ότι η τροποποίηση πρέπει να ανταποκρίνεται τόσο στις απαιτήσεις της τεχνολογικής και οικονομικής ανάπτυξης όσο και στην ανάγκη προστασίας της ανθρωπίνης αξιοπρέπειας και της προσωπικής ακεραιότητας.

3.2 Παρομοίως, εκφράζει τη λύπη της για το γεγονός ότι η Επιτροπή δεν αξιοποίησε την ευκαιρία που προσφέρει η προτεινόμενη τροποποίηση για να καλύψει ορισμένα κενά και να διευκρινίσει ορισμένες ασάφειες της ισχύουσας οδηγίας, οι οποίες έχουν δημιουργήσει προβλήματα ερμηνείας και εφαρμογής, αποτελώντας, έτσι, πηγή νομικής ανασφάλειας σε σχέση τόσο με την εφαρμογή της οδηγίας όσο και με τους νόμους με τους οποίους μεταφέρεται στην έννομη τάξη των διαφόρων κρατών μελών.

3.2.1 Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η απουσία ορισμού των μορφών διαφήμισης που ρυθμίζονται από την οδηγία, ακόμα και ορισμένων εκ των θεωρούμενων παράνομων πρακτικών. Το ζήτημα αναλύεται διεξοδικά στη συνέχεια, στην ενότητα των ειδικών παρατηρήσεων, αλλά ενδεικτικά επισημαίνεται η εξαίρεση που προβλέπεται στην αιτιολογική σκέψη 44, σύμφωνα με την οποία ο υπολογισμός του διαφημιστικού χρόνου δεν ισχύει για την τηλεπρώδηση, χωρίς όμως να υπάρχει πουθενά στο κείμενο ορισμός των χαρακτηριστικών και των περιορισμών αυτής της μορφής διαφήμισης.

Η ΕΟΚΕ φρονεί ότι δεν υπάρχει λόγος για μια τέτοια εξαίρεση και ότι, σε κάθε περίπτωση, η τηλεπρώδηση θα πρέπει να περιληφθεί στη σφαίρα της διαφήμισης. Διαφορετικά, το μόνο που θα επιτευχθεί θα είναι να τεθούν σε μειονεκτική θέση οι διαφημίσεις και να στραφούν οι επιχειρικές επικοινωνίες σε άλλες μορφές παρουσίωσης, με αποτέλεσμα να διατηρηθεί ή ακόμη και να αυξηθεί το επίπεδο του διαφημιστικού κορσμού.

3.2.2 Δεν πρέπει να λησμονείται, εξάλλου, ότι ο συνδυασμός μιας νομοθεσίας που περιορίζεται όλο και περισσότερο σε βασικές διατάξεις με την παγίωση της αρχής της χώρας προέλευσης, αντί να προωθήσει τη νομοθετική εναρμόνιση μεταξύ των διαφόρων κρατών μελών, μπορεί να οδηγήσει σε σημαντικές διαφορές μεταξύ των νομοθεσιών στον τομέα αυτό, ιδίως σε ό,τι αφορά τη διαφήμιση και την προστασία των ανηλικών, δυσχεραίνοντας την ανάπτυξη της ενιαίας αγοράς ή μειώνοντας σημαντικά το επίπεδο προστασίας των πολιτών.

3.3 Όσον αφορά το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας, παρότι επιδιώκεται να γίνει σαφής διάκριση μεταξύ των υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας, οι οποίες θα ρυθμίζονται από την τροποποιημένη οδηγία, και των υπόλοιπων οπτικοακουστικών υπηρεσιών, οι οποίες θα εξακολουθήσουν, σε κάθε περίπτωση, να καλύπτονται από το γενικό κανονιστικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, η ανάπτυξη μεικτών μορφών που θα συνδυάζουν κειμενικό, ηχητικό και οπτικό περιεχόμενο προβλέπεται ότι θα καθίστα ολοένα και δυσκολότερο τον προσδιορισμό αυτού του πεδίου.

3.4 Η ΕΟΚΕ φρονεί ότι η πρόταση τροποποίησης της οδηγίας πρέπει τουλάχιστον να διατηρήσει, και ει δυνατόν να διευρύνει, τις εγγυήσεις για την προστασία των χρηστών των υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας, ιδίως των ανηλικών. Δεν πρέπει να λησμονείται, όπως ελέχθη ήδη, ότι, πέρα από τους στόχους που αφορούν την ενιαία οπτικοακουστική αγορά, η οδηγία πρέπει να προωθήσει μια σειρά κοινωνικών και πολιτιστικών αξιών, που σχετίζονται με την πολυμορφία, την ταυτότητα, την προσωπική ανάπτυξη των πολιτών και την ανθρώπινη αξιοπρέπεια — οι οποίες αναφέρονται μάλιστα στις αιτιολογικές σκέψεις της πρότασης τροποποίησης — καθώς και το δικαίωμα πληροφόρησης και την ελευθερία της έκφρασης, όπως προβλέπεται στον Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης⁽⁶⁾. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τη νομολογία του ΔΕΚ⁽⁷⁾, η λειτουργία της τηλεόρασης αποτελεί υπηρεσία γενικού συμφέροντος.

⁽⁶⁾ ΕΕ C 364 του 2000.

⁽⁷⁾ Απόφαση της 30ής Απριλίου 1974, υπόθεση C-15/73, Συλλογή, σελ. 203 κ.ε. Απόφαση του Πρωτοδικείου της 10ης Ιουλίου 1991, υπόθεση T-69/89, Συλλογή, σελ. II 525. Απόφαση του Πρωτοδικείου της 18ης Σεπτεμβρίου 2001, υπόθεση T-112/99, Συλλογή, σελ. II-2549 κ.ε.

3.5 Η πρόταση τροποποίησης της οδηγίας θα έπρεπε επίσης, κατά την ΕΟΚΕ, να προχωρήσει περισσότερο και να συμπεριλάβει συγκεκριμένα μέτρα σχετικά με θέματα όπως ο πλουραλισμός και η συγκέντρωση των μέσων επικοινωνίας. Όσον αφορά την προώθηση της ευρωπαϊκής παραγωγής, θα περιμέναμε μια πιο αποφασιστική στάση έναντι των κρατών μελών, που δεν θα περιόριζε αυτή την προώθηση μόνο στις περιπτώσεις «όπου είναι εφικτό», όπως και την προοδευτική εφαρμογή των ισχυόντων κριτηρίων για την ευρωπαϊκή και ανεξάρτητη παραγωγή, στο μέτρο του δυνατού, και στις μη γραμμικές υπηρεσίες.

3.6 Όσον αφορά το δικαίωμα απάντησης που προβλέπεται στην πρόταση τροποποίησης, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη της τη θέση της ΕΟΚΕ ⁽¹⁹⁾ σχετικά με την ανάγκη να προβλεφθεί επίσης, με το ίδιο γενικό πεδίο εφαρμογής και τους ίδιους όρους, ένα «δικαίωμα διόρθωσης» ως αντίδραση στα ψευδή, εσφαλμένα ή ανακριβή περιεχόμενα που θίγουν τα δικαιώματα των πολιτών.

3.7 Κατά την άποψη της ΕΟΚΕ, η πρόταση τροποποίησης της οδηγίας θα πρέπει να καθιερώσει ως απαραίτητη και υποχρεωτική την ύπαρξη ρυθμιστικών αρχών σε όλα τα κράτη μέλη, οι οποίες θα χαρακτηρίζονται όχι μόνον από αμεροληψία και διαφάνεια, αλλά και από ανεξαρτησία από τις κυβερνήσεις όσον αφορά τη συγκρότηση, τη σύνθεση και την άσκηση των καθηκόντων τους. Πιστεύουμε ότι στο μέλλον θα πρέπει να εξεταστεί εάν είναι σκόπιμο να συσταθεί ένας ευρωπαϊκός οργανισμός, ίδρυμα ή παρόμοιος υπερεθνικός φορέας.

4. Ειδικές παρατηρήσεις

4.1 Η ΕΟΚΕ φρονεί ότι ο ορισμός της «οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης» που προτείνει η Επιτροπή είναι υπερβολικά περιοριστικός και αναπαράγει μηχανικά τον ορισμό των «υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας». Ο ορισμός αυτών των ανακοινώσεων ως «κινούμενων εικόνων με ή χωρίς ήχο» φαίνεται μεν λογικός, αλλά καθιστά την κινούμενη εικόνα απαραίτητη προϋπόθεση για την ύπαρξη των υπηρεσιών αυτών και αφήνει έτσι εκτός του πεδίου εφαρμογής της οδηγίας τον Τύπο, το Διαδίκτυο ή τις ραδιοφωνικές εκπομπές. Ωστόσο, αφού έχει οριστεί το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας, οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις που συνοδεύουν τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας μπορούν να χρησιμοποιούν στατικές εικόνες (παραδείγματος χάρη, ένα λογότυπο ή μια διαφημιστική αφίσα) ή μόνο ήχους χωρίς συνοδεία εικόνας (παραδείγματος χάρη, ηχητική αναφορά ενός εμπορικού ή μουσικού διαφημιστικού σήματος). Θα ήταν προτιμότερο, εν προκειμένω, να οριστούν οι «οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις» ως «εικόνες ή/και ήχοι που συνοδεύουν τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας με στόχο την άμεση ή έμμεση προώθηση των προϊόντων, των υπηρεσιών ή της συμβολικής εικόνας ενός φυσικού ή νομικού προσώπου που ασκεί οικονομική δραστηριότητα».

4.2 Η πρόταση τροποποίησης της οδηγίας διατηρεί το ισχύον κριτήριο σύμφωνα με το οποίο τηλεοπτική διαφήμιση είναι εκείνη που εκπέμπεται έναντι αμοιβής. Θεωρούμε ότι θα έπρεπε να θεσπιστεί ως καθοριστικό κριτήριο της φύσης της η πρόθεση προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών και όχι η καταβολή αμοιβής, σύμφωνα μάλιστα και με άλλους κοινοτικούς ορισμούς, όπως, επί παραδείγματι, εκείνον που περιλαμβάνεται στην οδηγία για την παραπλανητική διαφήμιση. Με τον τρόπο αυτόν θα καθίστατο αδύνατη η

εκπομπή διαφημιστικών μηνυμάτων για προϊόντα των οποίων η τηλεοπτική διαφήμιση απαγορεύεται ή παράνομων διαφημιστικών μηνυμάτων, τα οποία σήμερα μπορούν να εμφανιστούν στην οθόνη χωρίς να μπορεί να αποδειχτεί μετά βεβαιότητας η ύπαρξη αμοιβής και άρα ο χαρακτήρας τους ως τηλεοπτικής διαφήμισης. Το ίδιο ισχύει και για την αναφορά στο κριτήριο της πληρωμής στον ορισμό των τηλεαγορών.

4.2.1 Σε κάθε περίπτωση, εάν διατηρηθεί το κριτήριο της πρότασης, η οδηγία θα πρέπει να προβλέπει ότι τα κράτη μέλη δύνανται να αναθέτουν στα δικαστήρια, σε περίπτωση αστικής ή διοικητικής προσφυγής, τις αρμοδιότητες που θα τους επιτρέπουν να απαιτούν από τους τηλεοπτικούς οργανισμούς να προσκομίζουν αποδείξεις για την μη καταβολή αμοιβής για την οπτικοακουστική ανακοίνωση, όπως προβλέπεται στην οδηγία 84/850/ΕΟΚ. Σε αντίθετη περίπτωση, η ανακοίνωση θα θεωρείται εμπορική.

4.3 Η πρόταση τροποποίησης διατηρεί πρακτικά αμετάβλητο τον ισχύοντα ορισμό της συγκαλυμμένης διαφήμισης. Πιστεύουμε, ωστόσο, ότι αυτός ο ορισμός του «συγκαλυμμένου» θα πρέπει να ισχύει για όλες τις οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις και όχι μόνο για τις τηλεοπτικές διαφημίσεις, αφού το κείμενο περιλαμβάνει ρητή αναφορά στην απαγόρευση της συγκαλυμμένης οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης.

4.3.1 Θεωρούμε επίσης ότι η έννοια της συγκαλυμμένης οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης θα πρέπει να είναι ευρύτερη από αυτή που διατυπώνεται στην πρόταση τροποποίησης και να συμπεριλαμβάνει:

- την παρουσίαση αγαθών ή υπηρεσιών ή την αναφορά σε αυτά όχι μόνο μέσω προφορικού μηνύματος ή εικόνων, αλλά και μέσω ήχων (εμπορικό ηχητικό σήμα που συνδέεται με συγκεκριμένο εμπορικό σήμα ή προϊόν, παραδείγματος χάρη)
- όσον αφορά το περιεχόμενο αυτής της παρουσίασης ή της αναφοράς, όχι μόνο την επωνυμία, το εμπορικό σήμα ή τη δραστηριότητα του παρόχου, αλλά και άλλα διακριτικά σημεία των προϊόντων ή των υπηρεσιών, εφόσον συνδέονται με αδιαμφισβήτητο τρόπο μαζί του (παραδείγματος χάρη, ένα ορισμένο είδος συσκευασίας ή ένα σλόγκαν, ακόμα και χωρίς αναφορά του εμπορικού σήματος).

4.3.2 Παρομοίως, θα πρέπει να διευκρινιστεί σαφώς στο κείμενο της οδηγίας ότι η τοποθέτηση προϊόντων δεν θεωρείται συγκαλυμμένη οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση, εάν τηρεί τα οριζόμενα κριτήρια νομιμότητας.

4.4 Η ΕΟΚΕ θεωρεί θετική τη ρητή αναφορά στην τοποθέτηση προϊόντων στην πρόταση τροποποίησης της οδηγίας. Παρότι, θεωρητικώς, κάθε τοποθέτηση προϊόντων θα μπορούσε σήμερα να εκληφθεί ως συγκαλυμμένη διαφήμιση και άρα ως απαγορευμένη δραστηριότητα, στην πράξη τείνει να μην θεωρείται καν τηλεοπτική διαφήμιση και, ως εκ τούτου, να παραμένει εκτός οποιασδήποτε ρύθμισης. Ωστόσο, θεωρούμε ότι στον ορισμό της τοποθέτησης προϊόντων θα πρέπει να επισημανθούν, ως διακριτικά στοιχεία της πρακτικής αυτής, η πρόθεση προώθησης του τηλεοπτικού οργανισμού και η έλλειψη οπτικής ή ηχητικής ενημέρωσης του κοινού για τον προωθητικό χαρακτήρα κατά τη διάρκεια (δηλαδή ταυτοχρόνως) της τοποθέτησης αυτής, σε αντίθεση με, ό,τι συμβαίνει με άλλες μορφές διαφήμισης όπως η τηλεπροώθηση.

⁽¹⁹⁾ EE C 221, 08/09/2005, σελ. 17 (εισηγητής: ο κ. Pegado Liz).

4.4.1 Θα πρέπει, επίσης, να θεωρηθεί ότι η τοποθέτηση προϊόντων δεν μπορεί να επηρεάζει τον προγραμματισμό τόσο ώστε να πλήττει την ανεξαρτησία και την ακεραιότητά του, όπως επισημάνθηκε και για άλλες μορφές προώθησης, και ότι οι περιορισμοί που την αφορούν θα πρέπει να επεκταθούν, έτσι ώστε η τοποθέτηση να μην απαγορεύεται μόνο σε περίπτωση απαγορευμένης διαφήμισης, παιδικών και ειδησεογραφικών προγραμμάτων, αλλά και σε περίπτωση διαφήμισης φαρμάκων και, όπως θα επισημάνουμε κατωτέρω, διαφήμισης αλκοολούχων ποτών.

4.5 Η πρόταση τροποποίησης της οδηγίας προβλέπει, ακολουθώντας τη γραμμή του ισχύοντος κειμένου, την απαγόρευση της χρήσης τεχνικών που απευθύνονται στο υποσυνείδητο στις οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις. Ωστόσο, το κείμενο δεν περιλαμβάνει ορισμό των τεχνικών αυτών. Φρονούμε ότι θα πρέπει να οριστεί ρητώς η έννοια αυτή, με αναφορά στη χρήση οπτικών ή ηχητικών ερεθισμάτων που μεταδίδονται σε επίπεδα που βρίσκονται στα όρια της αισθητηριακής αντίληψης και γίνονται αντιληπτά υποσυνείδητα.

4.6 Η πρόταση τροποποίησης της οδηγίας προβλέπει ότι η προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών από τις οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις μπορεί να είναι άμεση ή έμμεση, καθώς και ότι σε ορισμένες περιπτώσεις, όπως τα τσιγάρα και άλλα προϊόντα καπνού, αυτού του είδους οι εμπορικές ανακοινώσεις απαγορεύονται, ακόμα και όταν είναι έμμεσες. Ωστόσο, το κείμενο δεν περιλαμβάνει ορισμό αυτής της μορφής οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης. Θεωρούμε ότι η έννοια αυτή θα πρέπει να οριστεί ρητώς, επισημαίνοντας ότι, ακόμα και εάν δεν υπάρχει άμεση παρουσίαση ή αναφορά αυτών των προϊόντων, μπορεί να γίνεται χρήση σημάτων, συμβόλων ή άλλων χαρακτηριστικών αυτών των προϊόντων ή επιχειρήσεων των οποίων οι βασικές ή γνωστές δραστηριότητες περιλαμβάνουν την παραγωγή ή τη διάθεσή τους στην αγορά.

4.7 Η πρόταση τροποποίησης της οδηγίας παραθέτει στο άρθρο 3ζ στοιχείο γ) τον κατάλογο των απαιτήσεων τις οποίες πρέπει να πληρούν οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις. Ο κατάλογος αυτός επαναλαμβάνει τις απαιτήσεις του ισχύοντος κειμένου για τη διαφήμιση και τις τηλεοπτικές, αλλά απαλείφει την αναφορά στην ανθρώπινη αξιοπρέπεια. Θεωρούμε ότι η αναφορά αυτή θα πρέπει να διατηρηθεί, λόγω της σημασίας της και των όσων προβλέπονται στην Ευρωπαϊκή Σύμβαση για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου και στον Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

4.8 Η πρόταση τροποποίησης της ισχύουσας οδηγίας διατηρεί την υποχρέωση των κρατών μελών να διασφαλίζουν ότι οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας που βρίσκονται υπό τη δικαιοδοσία τους δεν θα διατίθενται κατά τρόπο που θα μπορούσε να βλάψει σοβαρά τη φυσική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων. Επαναλαμβάνει, επίσης, τα μέτρα που πρέπει να συνεχίσουν να ισχύουν για τα περιεχόμενα που μπορούν να διαταράξουν (ακόμα και όχι «σοβαρά») αυτή την ανάπτυξη και επαναλαμβάνει την πλήρη απαγόρευση της πορνογραφίας και της άσκοπης βίας. Ωστόσο, θα πρέπει να εξετάσουμε αν είναι πραγματικά αποτελεσματική η απαγόρευση αυτή βάσει της αξιολόγησης της εφαρμογής της οδηγίας από το 1989 και να αναρωτηθούμε μήπως θα ήταν καλύτερο να εξαιρεθεί και να διασφαλιστεί η προστασία των ανηλίκων από το πορνογραφικό και βίαιο περιεχόμενο μέσω της κωδικοποίησης, των ειδικών ωρών προβολής και των προειδοποιητικών σημάνσεων, που προβλέπονται ήδη στην οδηγία.

4.8.1 Η ΕΟΚΕ εκφράζει τη λύπη της για το γεγονός ότι η Επιτροπή δεν έχει λάβει υπόψη στην πρόταση τροποποίησης της ισχύουσας οδηγίας τα αποτελεσματικότερα συστήματα προστασίας που λειτουργούν ικανοποιητικά σε ορισμένα κράτη μέλη.

4.9 Η πρόταση τροποποίησης εισάγει ορισμένες αδικαιολόγητες διαφορές στις απαγορεύσεις για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας και για τις συναφείς οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις. Συγκεκριμένα, ενώ για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας η πρόταση κάνει λόγο για «παρότρυνση σε μίσος βάσει φύλου, φυλετικής ή εθνικής καταγωγής, θρησκείας ή πεποιθήσεων, αναπηρίας, ηλικίας ή σεξουαλικού προσανατολισμού», για τις εμπορικές ανακοινώσεις κάνει λόγο για «διακρίσεις λόγω φυλής, φύλου, θρησκείας ή εθνικότητας». Η αναφορά στην ανθρώπινη αξιοπρέπεια απαλείφεται. Σε σχέση με τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας αναφέρεται ότι δεν πρέπει «να βλάπτουν σοβαρά τη φυσική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων», ενώ στην περίπτωση των εμπορικών ανακοινώσεων γίνεται λόγος απλώς για «ηθική ή φυσική» βλάβη. Δεν περιλαμβάνεται, εξάλλου, σε σχέση με αυτές τις ανακοινώσεις η απαγόρευση της προτροπής ή της ενθάρρυνσης βίαιων ή αντικοινωνικών συμπεριφορών ή της κακοποίησης ζώων. Η ΕΟΚΕ θεωρεί ότι αυτοί οι περιορισμοί θα πρέπει να επεκταθούν στο μέγιστο δυνατό επίπεδο και να καλύψουν τόσο τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας όσο και τις οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις.

4.10 Όσον αφορά τις βασικές πληροφορίες που πρέπει να παρέχουν οι τηλεοπτικοί οργανισμοί, θεωρούμε ότι πρέπει να θεσπιστεί ρητώς η υποχρέωσή τους, όταν υπάρχει ρυθμιστική αρχή, να παρέχουν τουλάχιστον την ταχυδρομική και την ηλεκτρονική διεύθυνσή της.

4.11 Για τις οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις που αφορούν αλκοολούχα ποτά διατηρούνται οι περιορισμοί ως προς τον στόχο τους (δεν πρέπει να απευθύνονται σε ανηλικούς) και ως προς το περιεχόμενό τους (δεν πρέπει να ενθαρρύνουν την υπέρμετρη κατανάλωση των ποτών αυτών). Ωστόσο, θεωρούμε ότι, δεδομένων των σοβαρών προβλημάτων που σχετίζονται με την κατανάλωση αλκοόλ, ιδίως στους νέους, θα χρειαζόταν μια πιο αυστηρή ρύθμιση από μέρους της Επιτροπής. Η ρύθμιση αυτή θα μπορούσε να καλύπτει:

- τα προγράμματα/περιεχόμενα (όχι μόνο εκείνα που απευθύνονται ειδικά στα παιδιά, αλλά και τις αθλητικές εκπομπές, επί παραδείγματι)·
- τις ώρες μετάδοσης στην περίπτωση των γραμμικών υπηρεσιών (μη προβολή οπτικοακουστικών εμπορικών ανακοινώσεων που συνδέονται με τα προϊόντα αυτά πριν από τις 10 μ.μ., επί παραδείγματι)·
- την περιεκτικότητα των προϊόντων σε αλκοόλ (απαγόρευση των οπτικοακουστικών εμπορικών ανακοινώσεων για αλκοολούχα ποτά με περιεκτικότητα 18 βαθμών και άνω, επί παραδείγματι)·
- τη συγκέντρωση διαφημίσεων στην ίδια ζώνη στην περίπτωση της τηλεοπτικής διαφήμισης (όχι πάνω από μία διαφήμιση ανά διαφημιστικό διάλειμμα/διαφημιζόμενο/πρόγραμμα, επί παραδείγματι)·

— τη διαφημιστική και προωθητική μορφή που χρησιμοποιείται (απαγόρευση της τοποθέτησης προϊόντων και της χορηγίας για τους παρασκευαστές αλκοολούχων ποτών ή τουλάχιστον χρονικός περιορισμός τους, όπως προτείνεται ανωτέρω, επί παραδείγματι).

4.12 Η οδηγία θα πρέπει να πληροφορεί τους χρήστες των μέσων, ως καταναλωτές, για τους τρόπους καταγγελίας που υπάρχουν ήδη στο κοινοτικό δίκαιο, όπως η δυνατότητα υποβολής αγωγής παραλείψεως για παραβιάσεις της οδηγίας σύμφωνα με την οδηγία 98/27/EK, η οποία δεν αναφέρεται ούτε καν στις αιτιολογικές σκέψεις της πρότασης τροποποίησης, παρότι αναφέρονται άλλα συμπληρωματικά νομοθετήματα, όπως η οδηγία 2005/29/EK σχετικά με τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

4.13 Η πρόταση τροποποίησης της οδηγίας θα πρέπει να προβλέπει τη διευρυνση των αρμοδιοτήτων της επιτροπής επαφής σε πτυχές όπως οι ακόλουθες:

- θέσπιση κοινών κανόνων για τον προσδιορισμό του ρυθμιστικού φορέα που είναι αρμόδιος για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας·
- θέσπιση κοινών κανόνων για την ενημέρωση των χρηστών σχετικά με την ύπαρξη χορηγίας ή τοποθέτησης προϊόντων·
- θέσπιση κοινών κανόνων για την ανάπτυξη συστημάτων αυτο-ρύθμισης και συρρύθμισης·

— θέσπιση κοινών κανόνων για την εκπομπή από άλλους τηλεοπτικούς οργανισμούς εκδηλώσεων γενικού ενδιαφέροντος ή περιλήψεών τους·

— θέσπιση κοινών κανόνων για να μπορούν οι πολίτες να ασκούν το δικαίωμα απάντησης και διόρθωσης.

Θα πρέπει, επίσης, να αναγνωριστεί ο ρόλος των οργανώσεων των καταναλωτών και των χρηστών στο πλαίσιο τόσο της αυτορύθμισης όσο και της συρρύθμισης ⁽¹⁾.

4.14 Η πρόταση τροποποίησης θα έπρεπε να προβλέπει την υποχρέωση σύστασης σε όλα τα κράτη μέλη αρμόδιων ρυθμιστικών αρχών για τα θέματα που καλύπτονται από αυτήν την οδηγία, καθώς και την υποχρέωση ανεξαρτησίας, αμεροληψίας και διαφάνειας όσον αφορά τη σύνθεση και την άσκηση των καθηκόντων τους, σύμφωνα με τα κριτήρια της σύστασης 23(2000) του Συμβουλίου της Ευρώπης.

4.15 Τέλος, η ΕΟΚΕ θα συνιστούσε να προβλεφθούν στην πρόταση τροποποίησης της οδηγίας μέτρα για την προώθηση της πρόσβασης των ατόμων με αναπηρία στην ψηφιακή τηλεόραση και στα διαδραστικά της περιεχόμενα, με την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχει η σύγκλιση των τεχνολογιών.

Βρυξέλλες, 14 Σεπτεμβρίου 2006

Η Πρόεδρος
της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής
Anne-Marie SIGMUND

⁽¹⁾ Ενημερωτική έκθεση της με θέμα «Η παρούσα κατάσταση όσον αφορά την από κοινού ρύθμιση και την αυτορρύθμιση στην ενιαία αγορά» (εισηγητής: ο κ. Vever).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

στη γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής

Οι ακόλουθες τροπολογίες, οι οποίες υπερψηφίστηκαν από τουλάχιστον το ένα τέταρτο των ψηφισάντων, απορρίφθηκαν στην πορεία των συζητήσεων:

Σημείο 4.1

Να τροποποιηθεί ως εξής:

«4.1 Η ΕΟΚΕ φρονεί ότι ο ορισμός της “οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης” που προτείνει η Επιτροπή είναι ασαφής υπερβολικά περιοριστικός και αναπαράγει μηχανικά τον ορισμό των “υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας”. Ο ορισμός αυτόν ως υπηρεσιών η φύση των οποίων είναι ταυτόσημη με αυτή των προγραμματισμένων τηλεοπτικών εκπομπών που είναι των ανακοινώσεων ως “κινούμενων εικόνων με ή χωρίς ήχο” φαίνεται μεν λογικός, αλλά καθιστά την κινούμενη εικόνα απαραίτητη προϋπόθεση για την ύπαρξη των υπηρεσιών αυτών και αφήνει έτσι εκτός του πεδίου εφαρμογής της οδηγίας τον Τύπο, το Διαδίκτυο ή τις ραδιοφωνικές εκπομπές. Ωστόσο, αφού έχει οριστεί το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας, οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις που συνοδεύουν τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας μπορούν να χρησιμοποιούν στατικές εικόνες (παραδείγματος χάρη, ένα λογότυπο ή μια διαφημιστική αφίσα) ή μόνο ήχους χωρίς συνοδεία εικόνας (παραδείγματος χάρη, ηχητική αναφορά ενός εμπορικού ή μουσικού διαφημιστικού σήματος). Θα ήταν προτιμότερο, εν προκειμένω, να οριστούν οι “οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις” ως “εικόνες ή/και ήχοι που συνοδεύουν τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας με στόχο την άμεση ή έμμεση προώθηση των προϊόντων, των υπηρεσιών ή της συμβολικής εικόνας ενός φυσικού ή νομικού προσώπου που ασκεί οικονομική δραστηριότητα”.»

Αιτιολογία

Στον τομέα αυτό, είναι δύσκολο να χαραχθούν σαφείς κατευθυντήριες γραμμές. Οι ορισμοί που προτείνονται στο σημείο 4.1 είναι ακόμη ευρύτεροι από αυτούς που περιλαμβάνονται στο σχέδιο οδηγίας, με αποτέλεσμα να δυσχεραίνεται ακόμη περισσότερο η εφαρμογή τους. Προκειμένου να μην εμποδιστεί η ανάπτυξη των εν λόγω υπηρεσιών, οι ορισμοί πρέπει να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο σαφείς και να εξυπηρετούν ταυτόχρονα τους στόχους που σχετίζονται με την προστασία των ανηλικών και της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, να προσδιορίζουν με σαφήνεια τις εμπορικές επικοινωνίες, να παρέχουν το δικαίωμα απάντησης και να προσφέρουν βασικά κριτήρια ταυτοποίησης.

Αποτέλεσμα της ψηφοφορίας

Υπέρ: 32

Κατά: 40

Αποχές: 3

Σημείο 4.2.1

Να διαγραφεί:

«4.2.1 Σε κάθε περίπτωση, εάν διατηρηθεί το κριτήριο της πρότασης, η οδηγία θα πρέπει να προβλέπει ότι τα κράτη μέλη δύνανται να αναθέτουν στα δικαστήρια, σε περίπτωση αστικής ή διοικητικής προσφυγής, τις αρμοδιότητες που θα τους επιτρέπουν να απαιτούν από τους τηλεοπτικούς οργανισμούς να προσκομίζουν αποδείξεις για την μη καταβολή αμοιβής για την οπτικοακουστική ανακοίνωση, όπως προβλέπεται στην οδηγία 84/850/ΕΟΚ. Σε αντίθετη περίπτωση, η ανακοίνωση θα θεωρείται εμπορική.»

Αιτιολογία

Η πρόταση να μπορούν τα δικαστήρια να απαιτούν από τους τηλεοπτικούς σταθμούς να προσκομίσουν αποδείξεις για τη μη καταβολή αμοιβής για μια οπτικοακουστική ανακοίνωση θα δημιουργούσε πολλά περιθώρια κατάχρησης. Επίσης, στην πράξη είναι αδύνατον για έναν τηλεοπτικό σταθμό να προσκομίσει αποδείξεις ότι δεν έχει λάβει αμοιβή.

Αποτέλεσμα της ψηφοφορίας

Υπέρ: 35

Κατά: 40

Αποχές: 1