



Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
 Departament Polityki Europejskiej i
 Współpracy z Zagranicą

Przegląd Międzynarodowy

Unia Europejska

UE

➤ Planowane działania Komisji na rzecz monitorowania pluralizmu mediów

Komisja Europejska ogłosiła plan działań mających na celu rozpoczęcie debaty na temat stanu pluralizmu mediów wewnątrz Wspólnoty. W wydanej informacji prasowej (IP/07/52) podkreślono wagę tego zagadnienia szczególnie w kontekście dynamicznych zmian technologicznych jakie mają miejsce w obszarze mediów. Punktem wyjścia działań Komisji jest wydany 16 stycznia br. roboczy dokument zatytułowany „Pluralizm mediów w państwach członkowskich Unii Europejskiej” {SEC(2007)32}. Ten dość obszerny materiał podkreśla konieczność zachowania pluralizmu mediów przez poszczególne państwa członkowskie, a także dotychczasową rolę Unii Europejskiej w tym zakresie (tj. wspólnotowe prawo konkurencji oraz przepisy dotyczące kwot europejskich i niezależnych).

Biorąc pod uwagę wieloaspektowy charakter zagadnienia pluralizmu mediów, brak spójności metodologicznej oraz dotychczasowy dorobek w tym zakresie, w szczególności Rady Europy, Komisja zdecydowała się na zlecenie badań, których celem ma być opracowanie kilku wskaźników ilustrujących poziom pluralizmu mediów w poszczególnych państwach członkowskich. Przetarg ma zostać ogłoszony w lutym br. Przeprowadzone na zlecenie Komisji Europejskiej prace w tym zakresie powinny zaowocować zdefiniowaniem trzech kategorii wskaźników:

1. Polityczne i prawne instrumenty wspierające pluralizm w państwach członkowskich – te wskaźniki mają się odnosić m.in. do politycznej niezależności mediów publicznych i prywatnych.
2. Zakres mediów dostępnych obywatelom w państwach członkowskich - te wskaźniki mają oceniać pluralizm mediów z perspektywy konsumentów. Mają ukazywać dostęp do mediów różnych grup społecznych (geograficznych, językowych) a także brać pod uwagę wpływ nowych technologii.
3. Wskaźniki strony podażowej – te wskaźniki mogą ujawniać ilość podmiotów medialnych działających na rynkach krajowych lub rynkach regionalnych, ilość gazet i czasopism przypadających na jednego mieszkańca. Powinny także uwzględniać zmiany rynkowe wywołane rozwojem technologicznym a także zjawiska koncentracji horyzontalnej i wertykalnej.

Opracowanie wspomnianych wskaźników umożliwi monitoring stanu pluralizmu mediów w poszczególnych państwach członkowskich oraz studia komparatystyczne w tym zakresie. Po zakończeniu studiów nad wspomnianymi wskaźnikami Komisja Europejska planuje wydanie w 2008 roku komunikatu, co stanie się okazją do zorganizowania konsultacji publicznych w tej sprawie.

Commission Staff Working Paper on Media Pluralism:

http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/media_pluralism_swp_en.pdf

European Commission, Media pluralism: Commission stresses need for transparency, freedom and diversity in Europe's media landscape, IP/07/52, 16.01.2007:

<http://www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/52&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

➤ Zgoda Komisji Europejskiej na przejęcie Sportfive przez Lagardère

Komisja Europejska zezwoliła na przejęcie Sportfive - spółki specjalizującej się w sprzedaży praw do transmisji sportowych - przez francuski koncern medialny Lagardère. Komisja uznała, że wspomniane przejęcie nie spowoduje ograniczenia konkurencji wewnątrz Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EEA).

Za pakiet udziałów Sportfive Lagardère zapłaci 865 mln euro. Francuski koncern wydaje 240 gazet w 41 krajach, posiada 20 rozgłośni radiowych i 11 kanałów telewizyjnych. Natomiast Sportfive dysponuje prawami do transmisji meczów rozgrywanych przez ponad 250 piłkarskich drużyn narodowych i klubowych m.in. reprezentacji Polski oraz rozgrywek mistrzostw Europy w 2008 roku. Do tej pory udziały Sportfive należały do firm inwestycyjnych Advent International i Goldman Sachs Capital Partners oraz niemieckiej grupy telewizyjnej RTL Group.

Informacje na ten temat ukazały się w Przeglądzie Międzynarodowym z sierpnia i listopada 2006 roku (<http://www.krrit.gov.pl/przeglad/pm.htm>).

Źródło: Komisja Europejska, Agreement, Mergers: Commission clears proposed acquisition of Sportfive by Lagardère, Press Releases, 18.01.2007

<http://www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/63&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

➤ Komisja Europejska zaaprobowала subsydiowanie dekodерów cyfrowych we Włoszech, ale pod warunkiem, że jest ono neutralne technologicznie

Komisja Europejska uznała, że subsydiowanie dekodерów cyfrowych, które miało miejsce we Włoszech w 2006 roku nie narusza przepisów Traktatu EC dotyczących pomocy publicznej (Art. 87 (1)). Zdaniem Komisji wspomniane dotacje były oferowane do wszystkich dekodерów niezależnie od platform nadawczych i w związku z tym były one neutralne technologicznie i proporcjonalne do celu, jakim jest promowanie przejścia na nadawanie cyfrowe. Jednakże, w przypadku subsydiowania, które miało miejsce w 2004 i 2005 roku Komisja uznała, że było ono niezgodne z przepisami dotyczącymi pomocy publicznej, ponieważ nie było neutralne technologicznie oraz wypaczało konkurencję poprzez wyłączenie technologii satelitarnej. Ostatecznie Komisja zdecydowała, że nadawcy którzy otrzymali największe korzyści z subsydiów powinni zwrócić uzyskaną pomoc publiczną.

Źródło: Komisja Europejska, State aid: Commission endorses subsidies for digital decoders in Italy, but only where technology-neutral, Press Releases, 24.01.2007

<http://www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/73&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

Japonia



Minister Komunikacji zapowiedział 20 procentową obniżkę abonamentu płaconego na rzecz nadawcy publicznego NHK. Planowane zmiany mają sprawić, że płacenie abonamentu stanie się obowiązkowe od kwietnia 2008 roku. Jednocześnie zmiany nie przewidują nakładania kar na osoby i podmioty nie uiszczające opłat abonamentowych. Wspomniane zmiany powinny zostać przedłożone podczas posiedzenia parlamentu w styczniu br.

Źródło: Japan communications ministry to ask NHK to cut licence fee, Media Network Weblog, 15.01.2007.

<http://blogs.rnw.nl/medianetwork/?p=7047>

Od 1 lutego br. obowiązywać będzie poprawka do prawa o mediach zakazująca emitowania tzw. „głośnej reklamy” w telewizji. Zmiana ta została zainicjowana przez deputowanych partii rządzącej *People's Party - Movement for a Democratic Slovakia (LS-HZDS)*. W tym kontekście powołano się na opinie psychologów, według których zjawisko „głośnej reklamy” może mieć negatywny wpływ na małych dzieci.

Źródło: Slovakia, TV companies to be banned from increasing volume for commercials, Media network Weblog, 05.01.2007.
<http://blogs.rnw.nl/medianetwork/?p=6972>

➤ Planowany wzrost abonamentu radiowo-telewizyjnego do roku 2012

Na mocy przyjętej przez parlament brytyjski nowej Królewskiej Karty dla BBC abonament radiowo-telewizyjny do roku 2012 wzrośnie z 131,5 £ do 151,50 £. Jak poinformowała Tessa Jowell, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Kultury, podczas sześcioletniego okresu obowiązywania Karty abonament wzrośnie o 3% rocznie w pierwszych dwóch latach obowiązywania umowy i o 2% rocznie w kolejnych latach. Środki uzyskane ze wzrostu abonamentu mają być przeznaczone na sfinansowanie nowości programowych, wprowadzenie usług telewizji cyfrowej oraz kosztów związanych z przeniesieniem niektórych działów (np. dziecięcy, sportowy i nowych mediów) do Salford w północnej części Anglii.

Źródło: BBC licence fee to rise to £151.50 by 2012, Media network Weblog, 18.01.2007.
<http://blogs.rnw.nl/medianetwork/?p=7088>
http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Press_notices/archive_2007/dcmstfspeech_18jan07.htm

➤ Konsultacje w sprawie tzw. publicznych wydawców (PSP)

Regulator rynku mediów elektronicznych, OFCOM opublikował raport poświęcony koncepcji wprowadzenia nowych dostawców treści misyjnej w środowisku cyfrowym czyli tzw. Publicznych Wydawców (*Public Service Publisher- PSP*). Raport ten wpisuje się w toczącą się od lutego 2005 roku debatę na temat mediów publicznych, którą koordynuje OFCOM. Zgodnie z dotychczasowymi wnioskami obecny model mediów publicznych znacznie straci na znaczeniu w niedługim czasie a w szczególności po całkowitym przejściu na nadawanie cyfrowe w 2012 roku. Jedną z odpowiedzi na to wyzwanie ma być koncepcja wprowadzenia nowych dostawców treści misyjnej, dla których naturalnym obszarem działania będą nowe, interaktywne usługi medialne.

Warto nadmienić, iż duża część wspomnianego raportu stanowi rezultat prac powołanej przez OFCOM grupy niezależnych ekspertów tworzących tzw. *Creative Forum*, których zadaniem było opracowanie wizji funkcjonowania PSP.

Według zaangażowanych w prace ekspertów istnieją przynajmniej dwa scenariusze dalszego rozwoju systemu mediów publicznych:

- Zawężenie mediów publicznych do telewizyjnej treści o charakterze linearnym. System finansowania koncentrowałby się na konkretnych nadawcach oraz formach treści medialnej (np. wsparcie dla lokalnych programów informacyjnych, lokalnej telewizji etc.) lub też wspierałby się na systemie grantowym.
- Rozwój elementu mediów cyfrowych albo poprzez wsparcie istniejących dostawców treści (np. istniejących nadawców) albo poprzez tworzenie i wspieranie nowych podmiotów dostarczających treść misyjną z wykorzystaniem nowych platform dystrybucji.

Obie powyższe opcje znajdują swoje uzasadnienie i zarazem nie wykluczają się wzajemnie. Możliwe jest bowiem także rozwiązanie pośrednie. Według członków Creative Forum istnieją poważne przesłanki wspierające ideę utworzenia nowych podmiotów dostarczających treść misyjną w środowisku cyfrowym. Mimo iż obecne media publiczne także działają w środowisku cyfrowym, to działalność nowych podmiotów oznaczałaby wzrost innowacyjności w zakresie działalności misyjnej. Powołanie PSP nie oznaczałoby likwidacji tradycyjnych mediów publicznych. Treść oferowana przez PSP powinna mieć charakter interaktywny. Działalność tych podmiotów powinna przewidywać maksymalną personalizację treści (np. dostosowywanie programów informacyjnych do usytuowania geograficznego odbiorców etc.).

Na tym etapie dokument szacuje roczny budżet PSP na poziomie 50-100 mln funtów. Dokument wyróżnia cztery główne cechy modelu funkcjonowania PSP:

- PSP powinno raczej współpracować z wieloma dostawcami treści interaktywnej niż być jej producentem.
- PSP powinno umożliwiać wielokrotne wykorzystywanie treści i modyfikowanie jej przez innych.
- PSP powinno działać na zasadach niekomercyjnych
- PSP powinno współpracować z wieloma partnerami celem dystrybucji swojej treści np. nadawcami, lokalną telewizją, mediami środowiskowymi oraz innymi platformami. Same PSP nie powinny inwestować we własną technologię umożliwiającą dystrybucję treści.

Wspomniany dokument zaprasza do nadsyłania komentarzy i uwag do 23 marca br. Pod koniec 2007 roku OFCOM wyda dokument zawierający wnioski z publicznych konsultacji. Prace nad koncepcją PSP będą nadal odbywały się w ramach Creative Forum, a OFCOM planuje zorganizowanie szeregu seminariów poświęconych tej koncepcji.

Źródło: OFCOM, A new approach to public service content in the digital media age. The potential role of the Public Service Publisher.

<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/pspnewapproach/newapproach.pdf>

Zebrali i opracowali:

Albert Woźniak

Paweł Stępka