

**ДО
МИНИСТЕРСТВО НА КУЛТУРАТА**

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

относно въвеждане в българското законодателство на Директива за аудио-визуалните медийни услуги 2007/65/ЕО

от СДРУЖЕНИЕ С НЕСТОПАНСКА ЦЕЛ “АСОЦИАЦИЯ НА ТЕЛЕВИЗИОННИТЕ ПРОДУЦЕНТИ”, със седалище и адрес на управление: гр. София, район „Изгрев”, ул. „Николай Хайтов” № 2, бл. 2, вх. Д, офис 12, вписано в Регистъра за юридическите лица с нестопанска цел на Софийския градски съд по фирмено дело № 81 по описа за 2009 г., код по БУЛСТАТ 175662887, представлявано от изпълнителния директор Димитър Георгиев СТАНЧЕВ

УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА,

Във връзка с въвеждане на Директивата за аудио-визуалните медийни услуги 2007/65/ЕО (ДАВМУ) в българското законодателство, от името на СДРУЖЕНИЕ С НЕСТОПАНСКА ЦЕЛ “АСОЦИАЦИЯ НА ТЕЛЕВИЗИОННИТЕ ПРОДУЦЕНТИ” („АТП”) в определения от Министерството на културата срок бихме искали да направим предложения за промени в Закона за радиото и телевизията (ЗРТ), които пряко засягат телевизионното продуцентство.

По-долу подробно отговаряме на въпросите, поставени в Консултационния документ за въвеждането на ДАВМУ в българското законодателство, като бихме искали да поставим особен акцент върху следните три предложения на АТП от голямо значение за българските продуценти:

- 1. Небходима е по-подробна правна уредба на телевизионното продуцентство чрез обособяването на отделна глава в действащия ЗРТ, която да съдържа регламентация на:**
 - **Определение за „телевизионен продуцент”, както и разграничаване на различните видове телевизионни продуценти;**
 - **Права и задължения на доставчиците на аудио-визуални медийни услуги и телевизионните продуценти;**
 - **Авторски права в телевизионните продукции;**
 - **Статут на Асоциацията на телевизионните продуценти, като се предвиди задължително членство в организацията;**
 - **Отговорност спрямо трети лица при телевизионните продукции.**

2. **Необходимо е увеличаване процента (най-малко 30 %) от общото годишно програмно време, предназначено за европейски произведения, създадени от външни продуценти на български език, като в общото годишно програмно време, предназначено за европейски произведения, не се включват повторенията на такива произведения.**
3. **Необходима е правна уредба на новите форми на реклама, включително и позиционирането на продукти.**

Подробните отговори на АТП на въпросите, поставени в Консултационния документ за въвеждането на ДАВМУ в българското законодателство, са следните:

Въпрос 1:

Според вас, как трябва да продължат промените в медийното законодателство: да се изготви нов закон или да се въведат новите положения в ДАВМУ чрез ревизия на действащата ЗРТ / действащи закони?

Считаме, че промените в медийното законодателство следва да бъдат извършени на два етапа:

1. С оглед кратките срокове за въвеждане на ДАВМУ, до 19.12.2009 г. следва да бъдат въведени новите положения в ДАВМУ чрез ревизия на действащите закони, включително ЗРТ.

В областта на телевизионното продуцентство считаме, че промените трябва да бъдат въведени с обособяването на самостоятелна нова глава в ЗРТ под работно наименование „Телевизионно продуцентство”, която да съдържа:

- определение за „телевизионен продуцент”, както и разграничаване на различните видове телевизионни продуценти, а именно:
 - „Телевизионен продуцент” е физическо или юридическо лице, което организира създаването и осигурява финансирането на телевизионно предаване.

Предложението е в съответствие с легалните дефиниции в действащото законодателство:

Закон за авторското право и сродните му права (ЗАПСП), чл. 62, ал. 3: *Продуцент по смисъла на този раздел е физическото или юридическото лице, което организира създаването на произведението и осигурява финансирането му.*

Закон за филмовата индустрия, Допълнителна разпоредба, § 1, т. 20: *"Продуцент" е лице, което иницира и организира реализацията на филма от собствено име, осигурявайки необходимите за целта финансови средства и други условия.*

Легална дефиниция на понятието е съществувала в отменения ЗРТ (обнародван в „Държавен вестник”, бр. 77 от 10.09.1996 г.; отменен, бр. 138 от 24.11.1998 г.) Допълнителна разпоредба, § 2, т. 8:

"Продуцент на радио- или телевизионно предаване" е физическото или юридическото лице, което организира създаването на предаването и осигурява финансирането му.

- „Независим продуцент” спрямо даден доставчик на медийна услуга е продуцент, който не е свързано лице по смисъла на § 1 от ДР на Търговския закон с доставчика на медийната услуга.

Съгласно Търговския закон, Допълнителна разпоредба, § 1, ал. 1, "свързани лица" по смисъла на този закон са:

- 1. съпружките, роднините по права линия - без ограничения, по съребрена линия - до четвърта степен включително, и роднините по сватовство - до трета степен включително;*
- 2. работодател и работник;*
- 3. лицата, едното от които участва в управлението на дружеството на другото;*
- 4. съдружниците;*
- 5. дружество и лице, което притежава повече от 5 на сто от дяловете и акциите, издадени с право на глас в дружеството;*
- 6. лицата, чиято дейност се контролира пряко или косвено от трето лице;*
- 7. лицата, които съвместно контролират пряко или косвено трето лице;*
- 8. лицата, едното от които е търговски представител на другото;*
- 9. лицата, едното от които е направило дарение в полза на другото.*

Съгласно ал. 2 на същия параграф, "свързани лица" са и лицата, които участват пряко или косвено в управлението, контрола или капитала на друго лице или лица, поради което между тях могат да се уговорят условия, различни от обичайните.

- „Копродуценти” са две или повече лица, които съвместно организират създаването и осигуряват финансирането на предаване.
- „Изпълнителен продуцент” е лице, което въз основа на договорни отношения с доставчика на медийна услуга организира създаването на предаване – вътрешна продукция на доставчика на медийната услуга.
- „Вътрешна продукция” на доставчик на медийна услуга е предаване, създаването и финансирането на което е организирано от доставчика на медийната услуга.
- „Външна продукция” спрямо доставчик на медийна услуга е предаване, създаването и финансирането на което е организирано от лице, което не е свързано лице с доставчика на медийната услуга по смисъла на § 1 от ДР на Търговския закон.

Т. 24 от Допълнителната разпоредба на ЗРТ съдържа остаряла дефиниция за „външен продуцент“:

"Външен продуцент" е продуцент, регистриран по Търговския закон или по законодателството на държава – членка на Европейския съюз, или на друга държава – страна по споразумението за Европейското икономическо пространство, организационно и икономически независим от който и да е радио- и телевизионен оператор в дейността си, за когото са спазени следните изисквания:

- 1. не е собственик на радио- или телевизионен оператор или на дял от имуществото му;*
- 2. радио- или телевизионен оператор не е собственик на такова лице или на дял от имуществото му;*
- 3. не предоставя на един и същи оператор, включително и чрез конкурс, едновременно повече от две външни продукции.*

Считаме, че следва да отпадне ограничението външен продуцент да може да предоставя на един и същи оператор едновременно не повече от две външни продукции, тъй като това ограничение на отговаря на съвременните пазарни условия.

Легална дефиниция, която не е съдържала посоченото по-горе ограничение, на понятието е съществувала в отменения ЗРТ (обнародван в „Държавен вестник“, бр. 77 от 10.09.1996 г.; отменен, бр. 138 от 24.11.1998 г.) Допълнителна разпоредба, § 2, т. 9:

"Външен продуцент" спрямо дадена радио- или телевизионна организация е лице, което не е:

- а) служител в тази организация;*
 - б) съпруг или роднина по права линия на членове на управителния съвет на тази организация;*
 - в) свързано с тази организация.*
- „Делегиран продуцент“ е лице, което е служител на телевизията, работещо съвместно с Изпълнителния продуцент или Копродуцента при създаване на произведението.
 - Права и задължения на доставчиците на аудио-визуални медийни услуги и телевизионните продуценти;
 - Авторски права в телевизионните продукции;
 - Статут на Асоциацията на телевизионните продуценти;

Необходимо е уреждането на статута на Асоциацията на телевизионните продуценти като организация, в която е задължително членството на независимите телевизионни продуценти с оглед гарантирането на прилагането на високи стандарти за саморегулация.

- Отговорност спрямо трети лица при телевизионните продукции.

Считаме, че отговорността спрямо трети лица при телевизионните продукции следва да се разпределя в зависимост от вида на продукцията, а именно:

- при създаване на произведение от страна на независим продуцент, то отговорността относно претенции на трети лица, участници в производението и т.н. следва да носи продуцента;
 - в случай на копродукция отговорността следва да се подели солидарно;
 - ако телевизията възложи осъществяването на аудио – визуалното произведение на изпълнителен продуцент, тя следва да носи отговорност за всички претенции от страна на трети лица, защото реално изпълнителния продуцент не притежава никакви права върху продукта.
2. Независимо от промените, които ще бъдат приети до 19.12.2009 г. във връзка с въвеждането на новите положения в ДАВМУ чрез ревизия на действащите закони, включително ЗРТ, през 2010 г. трябва да се проведе задълбочена дискусия за съществена промяна на уредбата на аудио-визуалните медийни услуги с цел приемане на изцяло ново законодателство, съобразено с променената медийна среда.

Въпрос 2:

Според вас, налага ли се нова правна уредба на медийния регулатор (формиране, състав, компетентност) с цел ефективно прилагане на общностното и националното законодателство. Бихте ли подкрепили въвеждане на обединен (конвергентен, мултисекторен) регулатор на този етап, заедно с въвеждането на ДАВМУ?

АТП подкрепя въвеждането на обединен медиен регулатор с цел ефективно прилагане на общностното за Европейския съюз и българското национално законодателство.

Считаме, че обединеният медиен регулатор трябва да бъде Комисията за регулиране на съобщенията (КРС), която извършва функциите по регулиране и контрол при осъществяването на електронните съобщения съгласно Закона за електронните съобщения. Правомощията на КРС следва да бъдат разширени, като бъде създаден и специализирана помощна за комисията структура в нейния състав, която да контролира спазването на правната уредба в областта на аудио-визуалните медийни услуги.

Въпрос 3:

Ако смятате, че радиопрограмите трябва да имат различна (либерализирана) регламентация в сравнение с традиционната телевизия, можете ли да посочите в кои области и защо?

Считаме, че съчетаването на регламентацията на телевизионното с радиопродуцентството е неприемливо и се отразява негативно върху уредбата на телевизионното продуцентство, тъй като се налага формулирането на общи правила за коренно различни според изразните си средства медийни услуги. В този смисъл АТП подкрепя пълната либерализация на регламентацията на радиопрограмите и съсредоточаването на усилията в действащото законодателство върху регламентирането на телевизионното продуцентство.

Това е и в духа на ДАВМУ, която изрично изключва радиото от своето приложение.

Въпрос 4:

Според вас, налага ли се на този етап, заедно с въвеждането на ДАВМУ, да се извършат промени в уредбата на обществените оператори? Има ли необходимост от ново дефиниране на обществената мисия? Подкрепяте ли финансиране на обществените оператори чрез държавна субсидия? Смятате ли, че следва да се въведе възможност за финансиране на обществени проекти на търговски оператори на проектен принцип?

Считаме, че обществените оператори трябва да бъдат поставени при напълно равнопоставени условия с търговските оператори. Това означава, че държавните субсидии трябва да се разпределят между всички играчи на медийния пазар на проектен принцип. По този начин телевизионните продуценти ще могат да участват в реализирането на значими обществени проекти независимо дали ще се осъществяват в обществен или търговски оператор.

Финансирането на обществените оператори следва да бъде силно ограничено, така че да осигурява единствено изпълнението на задължения от значение за националната и обществената сигурност (предоставяне на програмно време за служебни съобщения на представители на държавни органи в случаи на бедствие или на непосредствена заплаха за живота, сигурността и здравето на населението или на отделни лица; право на обръщение на президента на републиката, председателя на Народното събрание, министър-председателя, главния прокурор и председателите на Конституционния съд, на Върховния административен съд и на Върховния касационен съд; пряко предаване на пленарни заседания на Народното събрание; предаване на значими религиозни церемонии; предоставяне на програмно време за предизборни кампании).

Въпрос 5:

Според вас, налага ли се диференциране между редакционна отговорност и юридическа отговорност?

Считаме, че редакционната отговорност трябва да бъде диференцирана от юридическата. Това може да стане чрез разширяването на саморегулацията по пътя на приемането на етични кодекси.

В областта на телевизионното продуцентство Асоциацията на телевизионните продуценти и готова да поеме ролята на такъв саморегулатор на продуцентската общност в областта на телевизията.

Считаме, че улеснение при изпълнението на тази задача би представлявало формулирането на задължително членство в Асоциацията на телевизионните продуценти (или поне като условие за участие в проекти, финансирани от държавата). Със закона трябва да бъдат делегирани определени права на асоциацията да приема задължителни и скрепени със санкции правила за телевизионните продуценти.

Въпрос 6:

Според вас, какви мерки трябва да предвиди законът за осъществяването на ефективен контрол върху линейните услуги в интернет и върху нелинейните услуги? Необходимо ли е доставчиците на тези услуги да са задължени да предоставят

определена информация на регулатора и, ако да, дали според вас това трябва да бъде условие за осъществяване на самата дейност и да се извършва предварително?

Считаме, че телевизиите следва да бъдат задължени да предоставят на медийния регулатор всеки месец информация относно спазването на задължението си определен процент от общото годишно програмно време да бъде предназначено за произведения, създадени от независими продуценти. Неизпълнението на това задължение – както за предоставянето на информация, така и по същество за предоставено време за произведения, създадени от независими продуценти – трябва да бъде скрепено със сериозни санкции за телевизиите.

Въпрос 7:

Смятате ли, че по съображения за яснота и еднакво прилагане на закона е необходимо дефиниране на конкретни услуги, независимо дали попадат или остават извън обхвата на регулиране, като например линейните live streaming, webcasting, near-video-on-demand или catch-up TV, Timeshifting (възпроизвеждане на записани програми по време на запис в реално време) и други? Ако да – кои конкретни услуги, според вас, трябва да бъдат дефинирани в закона?

Считаме, че по съображения за яснота и еднакво прилагане на закона е необходимо дефиниране на конкретните услуги, независимо дали попадат или остават извън обхвата на регулиране, като например линейните live streaming, webcasting, near-video-on demand, catch-up TV, Timeshifting и др.

Въпрос 8:

Според вас, трябва ли България да дерогира забраната за позициониране на продукти?

Считаме, че България трябва да дерогира забраната за позициониране на продукти.

Дерогирането на забраната ще позволи създаване на правна регулация на съществуваща практика и контролирането ѝ в обществено приемливи рамки.

Считаме, че в случаите на външна продукция и на копродукция с независим продуцент позиционирането на продукт, както и всички аудиовизуални търговски съобщения, следва да бъдат извършвани единствено съвместно с независимия продуцент и последният да получава справедлива част от приходите.

В кои случаи и за кои услуги?

Считаме, че трябва да има забрана за позициониране единствено на продукти, по отношение на които съществува законоустановена забрана за рекламиране.

Как практически да се приложи изискването и за произведения от трети страни?

Във връзка с прилагане на евентуална забрана за позициониране на продукти спрямо произведения от трети страни, считаме, че:

- от една страна, стриктното прилагане на подобна забрана би могло да доведе до неизлъчване произведения, в рамките на които са позиционирани продукти – произведения от трети страни, неприлагащи забраната, и на страни, дерогирали забраната;

- от друга страна, ако се направи изключение за произведения от трети страни, то последните биха били неоправдано поставени в по-благоприятно положение от произведения от страни, прилагащи забраната.

Безплатното предоставяне на стоки и услуги е позициониране, ако те имат значителна стойност. Какво според вас е «значителна стойност»? Трябва ли в закона да се предвиди възможност за регулатора да изисква договори между доставчика на медийната услуга и рекламодателя/трети лица за установяване както на възмездността на предоставянето, така и на стойността на стоката/услугата?

При определяне на цифрово изражение на понятието „значителна стойност“ считаме, че трябва да се вземат предвид действащите нормативни разпоредби, които дават подобни дефиниции:

Закон за отнемане в полза на държавата на имущество, придобито от престъпна дейност, Допълнителна разпоредба, § 1, т. 2: *"Значителна стойност" е стойност над 60,000.00 лева.*

Наказателен кодекс, чл. 93, т. 14: *"Данъци в големи размери" са тези, които надхвърлят 3,000.00 лева, а "данъци в особено големи размери" са тези, които надхвърлят 12,000.00 лева.*

Кодекс за социално осигуряване, Допълнителна разпоредба, § 1, ал. 1, т. 8: *"Осигурителни вноски в големи размери" са тези, които надхвърлят 3,000.00 лева.*

Закон за българските документи за самоличност, Допълнителна разпоредба, § 1, т. 5: *"Парични задължения в големи размери" са тези, които надхвърлят 5,000.00 лева.*

Данъчен процесуален кодекс, Допълнителна разпоредба, § 1, т. 7: *"Големи размери" са суми над 5,000.00 лв.*

Данъчен процесуален кодекс, Допълнителна разпоредба, § 1, т. 8: *"Особено големи размери" са суми над 50,000.00 лева.*

Чрез какви критерии, според вас, може да се оценява липсата на «неоправданото изтъкване на продукти» – едно от условията за законно позициониране?

Считаме, че критериите за законно позициониране трябва да бъдат същите, както за рекламата и да бъде предвидено препращане към тях.

Според вас, да се допусне ли позициониране в собствената продукция на обществената телевизия?

Допускането на позициониране в собствената продукция на обществената телевизия може да бъде допуснато единствено при условие, че обществените оператори бъдат поставени при напълно равнопоставени условия с търговските оператори (вижте отговор на Въпрос 4).

Какви според вас трябва да бъдат допустимите видове търговски съобщения за програмите?

Считаме, че следва да се въведе чл. 3е, т. 1, б. „в“ от директива 2007/65/ЕО, съгласно текстът на който споменаването на продукта или услугата или техния отличителен знак

може да стане както в началото и в края на предаването, така и по време на предаването.

Член 3е

1. Спонсорираните аудиовизуални медийни услуги или предавания отговарят на следните изисквания:

в) зрителите са ясно информирани за съществуването на споразумение за спонсорство. Спонсорираните предавания ясно се разпознават като такива по името, логото и/или друг знак на спонсора, като споменаване на неговия(те) продукт(и) или услуга(и) или техен отличителен знак по подходящ начин в началото, по време на и/или в края на предаванията.

Въпрос 9:

Според вас, уместно и навременно ли е законът да предвиди създаване на етичен кодекс по чл.3д, ал.2. Ако да, какви са вашите идеи и в кои случаи да бъде възможна намеса на регулатора, за да се гарантира ефективно прилагане?

Считаме, че е уместно и навременно законът да предвиди създаването на етичен кодекс по отношение на неподходящите аудиовизуални търговски съобщения, придружаващи или включени в детски предавания, за храни и напитки, съдържащи хранителни съставки и вещества с хранителен или физиологичен ефект, по-специално съдържащи мазнини, трансмастни киселини, сол/натрий и захар, чийто прекомерен прием в хранителния режим не е препоръчителен.

Считаме, че е необходимо публично обсъждане на подобен етичен кодекс, в което да вземат участие освен доставчиците на медийни услуги и регулаторните органи и независимите продуценти.

Асоциацията на телевизионните продуценти е готова да предложи проект за такъв кодекс.

С оглед ефективността на прилагането на такъв тип кодекси смятаме, че със закон трябва да бъдат делегирани определени права на неправителствени организации (каквато е и АТП) да приема задължителни и скрепени със санкции правила в определени сфери (вижте отговор на въпрос 5).

Въпрос 10:

Според вас, по какъв начин може да се осъществи ефективен мониторинг за нуждите на регулирането на търговските съобщения при нелинейните услуги?

Считаме, че при нелинейните аудио-визуални медийни услуги (видео по заявка) водещ следва да бъде подход, при който подробна търговска информация за съдържанието следва да се предоставя при избора от менюто на определено предаване, като се указва вида на услугата и най-съществените ѝ за потребителя характеристики (най-вече цената за получаването ѝ).

Въпрос 11:

Според вас, достатъчна ли е предвидената в директивата минимална информация за доставчика, която да бъде постоянно достъпна за получателите на услугата? Има ли други данни, които трябва да бъдат постоянно достъпни?

Считаме, че ДАВМУ предвижда достатъчна информация за доставчика на аудио-визуални медийни услуги, която да бъде постоянно достъпна за получателите на услугата, а именно:

- а) името на доставчика на медийната услуга;
- б) географския адрес, на който доставчикът на медийни услуги е установен;
- в) данни за доставчика на медийни услуги, включително адреса на електронната му поща или сайта му в интернет, които позволяват установяване на бърз, пряк и ефективен контакт с него;
- г) когато е уместно, компетентните регулаторни или надзорни органи.

Въпрос 12:

Как тази информация да бъде достъпна при линейните и при нелинейните услуги, така че да се осигури добър баланс от гледна точка на гражданите и доставчиците?

Считаме, че е необходимо задълбочено обсъждане с телевизиите по какъв начин да се представят на екран наименованието, адреса, електронната поща или сайта на съответния доставчик на медийната услуга без това да накърнява нормалното възприемане на съответната програма, но и без да се затруднява прекомерно възприемането на съответната информация от зрителя.

Въпрос 13:

В какви рамки според вас, като се вземе предвид забраната на порнографията в НК, българският закон може да допуска «съдържание за възрастни»?

Считаме, че наред с промените в ЗРТ, следва да се промени и Наказателния кодекс (НК), който въвежда абсолютната забрана за разпространяване на програми с „порнографски материали“ предвид посочените по-долу разпоредби на кодекса:

чл. 93, т. 28: *"Порнографски материал" е неприличен, неприемлив или несъвместим с обществения морал материал, който изобразява открито сексуално поведение. За такова се приема поведение, което изразява реални или симуирани полови сношения между лица от същия или различен пол, содомия, мастурбация, сексуален садизъм или мазохизъм, или похотливо показване на половите органи на лице.*

чл. 155а (1) *Който, за да се установи контакт с лице, ненавършило 18 години, за извършване на блудствено действие, съвкупление, полово сношение, проституция или за създаване на порнографски материал предоставя в интернет или по друг начин информация за него, се наказва с лишаване от свобода до пет години и глоба от пет хиляди до десет хиляди лева.*

(2) Същото наказание се налага и на онзи, който с цел извършване на блудствено действие, съвкупление или полово сношение установи контакт с лице, ненавършило 14 години, като използва информация, предоставена в интернет или по друг начин.

чл. 159. (1) Който създава, излага, представя, излъчва, предлага, продава, дава под наем или по друг начин разпространява порнографски материал, се наказва с лишаване от свобода до една година и глоба от хиляда до три хиляди лева.

(2) Който разпространява чрез интернет или по друг подобен начин порнографски материал, се наказва с лишаване от свобода до две години и глоба от хиляда до три хиляди лева.

(3) Който излага, представя, предлага, продава, дава под наем или по друг начин разпространява порнографски материал на лице, ненавършило 16 години, се наказва с лишаване от свобода до три години и глоба до пет хиляди лева.

(4) За деянията по ал. 1 - 3 наказанието е лишаване от свобода до шест години и глоба до осем хиляди лева, ако за създаването на порнографския материал е използвано лице, ненавършило 18 години, или лице, което изглежда като такова.

(5) Когато деянието по ал. 1 - 4 е извършено по поръчение или в изпълнение на решение на организирана престъпна група, наказанието е лишаване от свобода от две до осем години и глоба до десет хиляди лева, като съдът може да постанови и конфискация на част или на цялото имущество на дееца.

(6) Който държи или набавя за себе си или за друго чрез компютърна система или по друг начин порнографски материал, за създаването на който е използвано лице, ненавършило 18 години, или лице, което изглежда като такова, се наказва с лишаване от свобода до една година или глоба до две хиляди лева.

(7) Предметът на престъплението се отнема в полза на държавата, а ако липсва или е отчужден, се присъжда неговата равностойност.

Тези разпоредби на практика не се прилагат и следва да бъдат либерализирани с оглед допускането на разпространение на програми със „съдържание за възрастни“, като вместо неприлаганите забрани бъдат предвидени гаранции за защита на малолетните и непълнолетните, както и правила за препредаването на програми със „съдържание за възрастни“ от трети страни, включително с от държави в Европейския съюз, с по-либерални правила в тази сфера от българските.

Въпрос 14:

Според вас, какви конкретни мерки могат да бъдат предвидени в закона за по-ефективно предотвратяване/прекратяване на достъпа на малолетните до незаконно и вредно съдържание онлайн?

АТП може да приеме стандарти в областта на телевизионното продуцентство, които да съдържат конкретни мерки за по-ефективно предотвратяване/прекратяване на достъпа на малолетните до незаконно и вредно съдържание онлайн. Тези стандарти биха могли да бъдат задължителни и да водят до забрана за телевизионно продуциране от лица, които са ги нарушили в случай, че АТП получи статут на организация със задължително членство (виж отговора на Въпрос 5).

Въпрос 15:

Според вас, кои са възможните области на корегулиране и саморегулиране?

Считаме, че рекламата и спонсорството при предоставянето на аудио-визуални медийни услуги следва да бъдат оставени изцяло в полето на саморегулирането.

Всякакви ограничения би трябвало да се въведат със специални закони (например, за рекламирането на цигари и алкохол в Закона за народното здраве). По този начин ще се постигне изравняване на условията за рекламиране в телевизията и радиото, от една страна, и в печата, интернет и външната реклама, от друга страна.

Така ще се постигне и максимално работещо съчетаване на саморегулацията (правилата за реклама изобщо) и регулацията (конкретни правила за чувствителни продукти, услуги и т.н.)

Въпрос 16:

Какви мерки за защита на аудиторията предлагате да съпровождат списъка на събитията с важно обществено значение?

Считаме, че списъкът на събитията с важно обществено значение следва да бъде изключително рестриктивен, за да не се ограничава пазара на аудио-визуалните медийни услуги. Най-голямата защита на аудиторията е именно свободния пазар, който регулира по най-добрия възможен начин отразяването на събития с важно обществено значение.

Въпрос 17:

Според вас, необходимо ли е разширено регламентиране в закона на правото на кратки репортажи и ако да, какво предлагате да бъде по-подробно уредено, отколкото директивата изисква?

Считаме, че следва да се запази сегашната правна уредба в българския закон на свободен достъп за кратки репортажи, който отговаря на чл. 3к от ДАВМУ.

Въпрос 18:

Според вас, с какви мерки да бъдат насърчавани европейските произведения при нелинейните услуги?

Считаме, че мерките трябва да са съобразени с чл. 3и от ДАВМУ, който предвижда, че насърчаването на европейските произведения при аудиовизуалните медийни услуги по заявка (нелинейните услуги) би могло да бъде свързано (за разлика от квотите от програмното време или от бюджета – при линейните услуги) с:

- финансовия принос на тези услуги към създаването и придобиването на права по отношение на европейски произведения;
- финансовия принос към дела и/или рекламата на европейските произведения в програмния каталог, предлаган в рамките на аудиовизуалната медийна услуга.

Въпрос 19:

Според вас, необходимо ли е повишаване на долния праг на квотата за телевизионни произведения, създадени от независими продуценти, след като практически изпълнението ѝ многократно я превишава – и ако да, какво е предложението ви за минимален праг?

Считаме, че е необходимо чувствително повишаване на долния праг на квотата за телевизионните произведения, създадени от независими продуценти.

Считаме, че трябва да съществува законоустановено задължение за доставчиците на медийни услуги най-малко 30 % от общото годишно програмно време да бъде предназначено за произведения, създадени от независими продуценти.

Считаме, че ако не бъде въведена легална дефиниция на „независим продуцент“, при определяне на минималния праг за квотата на телевизионните произведения, създавани от независими продуценти, изрично трябва да се уточни, че в този процент не се включват произведения на лица, които са свързани лица по смисъла на Търговския закон с доставчика на медийната услуга.

В този обем от 30 % не следва да бъдат включвани повторения на вече излъчени предавания.

Произведенията на външни продуценти трябва да са оригинално произведени на български език.

Във връзка с това предлагаме промяна на чл. 10, ал. 3 от ЗРТ, според която:

„Най-малко 10 на сто от общото годишно програмно време, като се изключат новините и спортните предавания, радио- и телевизионните игри, рекламите, телетекстът и радио- и телевизионният пазар, трябва да бъде предназначено за европейски произведения, създадени от външни продуценти. Това съотношение трябва да бъде постигнато постепенно чрез отделяне на достатъчно средства за нови произведения, тоест произведения, които се разпространяват не по-късно от 5 години след тяхното създаване.“

Новата редакция на чл. 10, ал. 3 от ЗРТ, която предлага АТП, е:

*„Най-малко **30 на сто** от общото годишно програмно време, като се изключат новините и спортните предавания, радио- и телевизионните игри, рекламите, телетекстът и радио- и телевизионният пазар, трябва да бъде предназначено за европейски произведения, създадени от външни продуценти **на български език. В общото годишно програмно време, предназначено за европейски произведения, не се включват повторенията на такива произведения.**“*

Считаме, че следва да се запази положението, предвидено в чл. 10, ал. 4 от ЗРТ, според което тези изисквания не се прилагат за програми, които са предназначени за местна аудитория и се разпространяват от един оператор, който не е част от националната мрежа.

За всякакви въпроси, свързани с настоящето предложение, не се колебайте да ни потърсите на адреса на АТП, посочен по-горе.

Използваме случая да изразим удовлетворението на АТП от решението на Министерството на културата за предизвика обществена дискусия по въвеждането на ДАВМУ в българското законодателство и да подчертаем готовността си активно да участваме във всеки етап от тази дискусия. Надяваме се, че своевременно ще бъдем уведомявани за всякакви обсъждания и подготвени документи.

Бихме искали още веднъж да отбележим увереността си в ползотворното сътрудничество между Министерството на културата и АТП.

С уважение,

Димитър СТАНЧЕВ
Изпълнителен директор на
„АСОЦИАЦИЯ НА ТЕЛЕВИЗИОННИТЕ ПРОДУЦЕНТИ“