

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Primož Šušterič

mentorica: doc. dr. Sandra Bašić Hrvatinić

**IZZIVI DIGITALIZACIJE ZA REGULACIJO  
TELEVIZIJE**

diplomsko delo

Ljubljana, 2004

# KAZALO

<b>UVOD</b> .....	<b>3</b>
<b>1. DIGITALNA TEHNOLOGIJA, DIGITALNI POTROŠNIKI, DIGITALNO TRŽIŠČE</b> .....	<b>6</b>
1. 1. KONVERGENCA TELEVIZIJE: VEČ KANALOV, MANJ DOSTOPA?.....	6
1. 2. ODZIV POTROŠNIKOV NA DIGITALIZACIJO .....	12
1. 3. KONVERGENCA TEHNOLOGIJ, KONVERGENCA NA TRŽIŠČU.....	18
1.4. SKLEP: ZAKAJ DIGITALIZACIJA?.....	21
<b>2. (NAD)DRŽAVNA ALI TRŽNA REGULACIJA TELEVIZIJE?</b> .....	<b>23</b>
2. 1. RADIODIFUZIJA: IZJEMNO VPLIVNA, IZJEMNO REGULIRANA.....	23
2. 2. NESPRAVLJIVA TABORA: ZA DRŽAVNO REGULACIJO IN PROTI NJEJ .....	24
2. 3. VPRAŠANJE DOSTOPA: GLAVNO PODROČJE »DIGITALNE« REGULACIJE.....	25
<b>3. EU: SPORNA REGULACIJA (DIGITALNE) TELEVIZIJE</b> .....	<b>29</b>
3. 1. REGULACIJA TV-VSEBINE – DIREKTIVA TVWF .....	30
3. 1. 1. TVWF 1989, 1997: TEŽAVNA POT DO KOMPROMISA.....	30
3. 1. 2. PETNAJST LET TVWF: VPRAŠLJIV USPEH .....	32
3. 1. 3. DRUGA REVIZIJA TVWF: VEČINA ZA STATUS QUO?.....	36
3. 2. VAROVANJE SKUPNEGA TRGA – KONKURENČNA POLITIKA .....	43
3. 2. 1. VPRAŠANJE OMEJEVALNIH SPORAZUMOV = VPRAŠANJE PRAVIC.....	43
3. 2. 2. VPRAŠANJE KONCENTRACIJE = VPRAŠANJE DOSTOPA .....	46
3. 2. 3. VPRAŠANJE DRŽAVNIH POMOČI = VPRAŠANJE JAVNIH SERVISOV.....	51
3. 3. DOSTOP – KLJUČNO VPRAŠANJE DIGITALNE TELEVIZIJE.....	54
3. 4. DIREKTIVA O E-POSLOVANJU UREJA INTERAKTIVNE STORITVE .....	57
3. 5. SKLEP: RAZLIČNI INTERESI ONEMOGOČAJO UČINKOVITO REGULACIJO NA VSEEVROPSKI RAVNI.....	57
<b>ZAKLJUČEK</b> .....	<b>60</b>
<b>LITERATURA IN VIRI</b> .....	<b>64</b>

## UVOD

V ospredju diplomskega dela so posledice tehnoloških sprememb na regulacijo televizije (oz. radiodifuzije). V središču tehnoloških sprememb je digitalizacija televizije: v različnih državah EU in drugod po svetu so dosegli različne stopnje prehoda v novi (boljši?) digitalni televizijski svet in zdi se, da je le še vprašanje časa, preden bodo vse slike in vsi zvoki prehajali le še v obliki nizov iz enic in ničel. Digitalizacija televizije za regulacijo odpira številna nova vprašanja. Kaj za regulatorje pomenijo številni novi kanali in kakšna sploh je vsebina, ki jo ti kanali ponujajo? Kaj se zgodi, če trg ostane edini regulator vsebine oz. kaj je z vsebinami v javnem interesu? Bo regulacija vsebine – glede na številne kanale in številne »neradiodifuzne« dodatne vsebine (npr. video na zahtevo) smiselna in izvedljiva? Kdo v dobi digitalne televizije skrbi za javni interes? Kakšen je pomen t. i. ozkih grl digitalne televizije (npr. »operacijskih sistemov« televizije)? Kakšno vlogo imajo v tem »novem svetu« javni servisi?

»Svet digitalne televizije« se izmika načinom regulacije radiodifuzije, veljavnim v analogni dobi. Digitalna televizija prinaša nepregledno množico kanalov: utemeljevanje regulacije vsebine na uporabi omejene naravne dobrine (radijskofrekvenčnega spektra) ne velja že za satelitski ali kabelski prenos analognih TV-kanalov, sploh pa za internetno televizijo (televizijo IP). Nekatere lastnosti digitalne televizije omogočajo, da vse več avdiovizualnih vsebin »uide« iz področja radiodifuzije na področje storitev informacijske družbe: tak je primer videa na zahtevo, pri katerem ne gre več za (»radiodifuzno«) komunikacijo eden-mnogim, temveč (»internetno«) komunikacijo po načelu eden-enemu. Z digitalno televizijo televizorji dobivajo operacijske sisteme (vmesnike aplikacijskega programa, ang. application programme interface – API), ki omogočajo delovanje interaktivnih storitev. Med interaktivnimi storitvami izstopajo elektronski programski vodniki (ang. electronic programme guide, EPG), ki potrošnikom predstavljajo odskočno desko za orientacijo med številnimi vsebinami in storitvami. Regulatorji radiodifuzije se tako soočajo s problemom, kakršen je že znan iz sveta računalnikov: kako se soočiti z lastniškimi (ang. proprietary) operacijskimi sistemi? API-ji in EPG-ji predstavljajo dve od treh »ozkih grl« digitalne televizije. Tretje so sistemi za pogojni dostop (ang. conditional access systems – CAS), ki potrošniku omogočajo dostop do kodiranih vsebin, ki so zaklenjene bodisi zato, ker ponudniku omogočajo individualno zaračunavanje posameznih vsebin. CAS-i so tehnologije, ki lahko pomembno omejijo dostop potrošnika do vsebin različnih ponudnikov. Zlasti je problematična situacija, ko je lastnik CAS-a hkrati tudi ponudnik vsebin in torej neposredna konkurenca drugim radiodifuznim organizacijam.

Vlade držav, ki digitalizacijo promovirajo že dlje časa, kot njene glavne prednosti navajajo zlasti dostop čim večjega dela javnosti do storitev informacijske družbe, ki so doslej večinoma domena na internet priključenih računalnikov (med drugimi prednostmi zlasti izstopa ustvarjanje novih delovnih mest zaradi proizvodnje nove, za digitalizacijo potrebne opreme in produkcije novih vrst vsebin). Države se večinoma ukvarjajo z digitalizacijo prizemnih oddajnih mrež, saj bodo tudi digitalni kanali, oddajani prek njih, uporabljali omejeno javno dobrino, frekvenčni spekter, ki ga kot v analogni dobi na podlagi različnih kriterijev delijo pristojna državna telesa. Drugače je z drugimi platformami: satelitsko in kabelsko televizijo ter televizijo IP. Vse te omogočajo še več kanalov, kabelska in internetna digitalna televizija pa poleg tega omogočata tudi širokopasoven povraten kanal, ki omogoča interaktivnost in s tem najudobnejši dostop do storitev informacijske družbe. Komerčni ponudniki televizije, zlasti plačljive, za razliko od vlad raje vlagajo v satelitsko, kabelsko in internetno televizijo. Ta podjetja za digitalizacijo rada povedo, da potrošniku prinaša več izbire, v ozadju pa je seveda pričakovanje dobičkov. Ohranjanje/povečevanje vpliva na javno mnenje je motiv, o katerem eni in drugi promotorji raje ne govorijo na glas. Vprašanja, povezana z regulacijo prehoda z analognega na digitalno (prizemno) oddajanje so sicer v ozadju diplomskega dela (npr. ali naj države določijo fiksni datum za odklop analognih oddajnikov, kako in kdo naj promovira prehod, kdo naj vse skupaj plača itd.). V diplomskem delu predpostavljam, da je digitalizacija (prizemnih) oddajnih mrež neizbežna, saj so vanjo v ključnih državah EU vložili že toliko, da je nerealno pričakovati, da bi lahko čas še zavrteli nazaj. Osredotočam se torej na regulacijo po prehodu, ki je marsikje že sedanost. Z vprašanjem digitalne televizije v Sloveniji se delo ukvarja le v toliko, kolikor je Slovenija ena od skorajšnjih članic Evropske unije in mora upoštevati njene minimalne zahteve glede poseganja na tržišče digitalne televizije, iz debat o regulaciji radiodifuzije na vseevropski ravni pa lahko potegne koristne nauke.

Čeprav je ključna besedna zveza diplomskega dela »tehnološke spremembe«, pa v njegovem ospredju niso tehnologije kot take, temveč njihove posledice, zlasti na potrošnikove/gledalčeve televizijske navade. S tehnološkimi spremembami je povezan modni pojem »konvergenca«, spet z njim pojem »digitalizacija«. Konvergenco sem za potrebe tega diplomskega dela definiral kot proces brisanja meja, in sicer na treh ravneh: med posameznimi potrošnikovimi napravami (npr. telefonom, računalnikom, televizijskim sprejemnikom itd.), med vsebino (internetno, televizijsko itd.) in med prenosnimi poti (oddajnimi mrežami za televizijo, infrastrukturo za dostop do interneta itd.). Konvergenca – kar se potrošnika tiče – ni od danes, kaj šele od jutri: na računalniku je s pomočjo interneta že mogoče spremljati radijske in televizijske programe ter druge avdio- ali videovsebine, TV-sprejemnik je načeloma že mogoče uporabiti za deskanje po internetu ali

snemanje na trdi disk. Kljub temu gre za možnosti, ki jih vsaj zaenkrat izkorišča omejeno število potrošnikov. Pomembnejše razsežnosti naj bi konvergenca dobila zlasti z digitalizacijo televizije.

V prvem poglavju podrobneje predstavljam domnevne pridobitve digitalne televizije in problematiziram deklarirane motive za vlaganje v digitalizacijo ter skušam odgovoriti na vprašanje, komu digitalizacija najbolj koristi: potrošniku, komercialnim ponudnikom vsebin, oblastem? Na podlagi britanskih izkušenj bom predstavil še, kako se na možnosti digitalne televizije (vsebine, storitve in tehnologijo) odzivajo potrošniki. Poleg tega obravnavam še potencialni skrajni domet sprememenjenih tehnologij na nekatere deležnike v avdiovizualni industriji (zlasti ponudnike dostopa, lastnike pravic in »tradicionalnih« televizij). Po drugem poglavju, ki bo namenjeno splošnim vprašanjem o razmerju med državno in tržno regulacijo televizije ter izzivom za regulatorje digitalizirane televizije (zlasti je tu pomembno vprašanje dostopa), bom lahko v tretjem, najobsežnejšem poglavju pozornost namenil regulativni praksi EU. Predstavil bom, kje so izvori regulacije televizije v njej, kakšne rezultate so dala različna regulativna orodja in katera pereča vprašanja so odprle tehnološke spremembe.

Naloga je teoretsko-analitske in interdisciplinarne narave. Ne vključuje novih empiričnih podatkov. Metodologija dokazovanja in prikazovanja temelji na dveh stebrih: sekundarnih podatkih avtorjev z različnih strokovnih področij in pregledu relevantne zakonodaje EU.

# 1. DIGITALNA TEHNOLOGIJA, DIGITALNI POTROŠNIKI, DIGITALNO TRŽIŠČE

S stališča potrošnika digitalizacija prinaša konvergenco TV-sprejemnika in računalnika, pri čemer me bo zanimalo zlasti, katere lastnosti računalnika prihajajo na TV-sprejemnik. Konvergenca sicer deluje tudi v nasprotno smer, saj internet že omogoča sprejem radijskih postaj in (bolj ali manj kavostnih) videovsebin na računalniku. Zanimal me bo zlasti prvi – »radiodifuzni« – vidik, saj »tehnološka konvergenca računalniške in TV-industrije ne bo nujno pripeljala do konvergence potrošnikovega obnašanja ali do tega, da bodo tradicionalne načine uporabe TV-sprejemnika nenadoma zamenjali načini uporabe računalnika in interneta« (Levy, 1999:12).

V okviru »konvergence« na televizijske sprejemnike prihajajo tri lastnosti računalnika, priključenega na internet: (1) digitalnost, ki omogoča prenos večje količine podatkov (TV-programov in drugih storitev) kot analogno oddajanje, saj digitalna komunikacija zahteva manjšo pasovno širino, (2) povratni kanal, ki potrošniku daje možnost, da si vsebino interaktivno prikroji, s čimer lahko televizijska izkušnja postane precej podobna internetni ter (3) digitalne pomnilniške naprave, ki omogočajo digitalno shranjevanje vsebine in odpravljajo številne nepraktične lastnosti analognih videorekorderjev. Digitalizacija prinaša tudi dve ozki grli: (4) operacijski sistem televizorja oz. komunikatorja in sistem za pogojni dostop (API in CAS) ter (5) odskočno mesto za potrošnikov dostop do vsebine (EPG). Vendar tehnologija sama po sebi ni prepričala skoraj nobenega potrošnika, ključna je bila vsebina: kot pri analogni plačljivi televiziji so bile tudi pri trženju njene digitalne naslednice ključnega pomena privlačne vsebine, zlasti šport, filmi in pornografija (Levy, 1999:7-9).

Po predstavitvi teh – domnevnih – prednosti in groženj, povezanih z digitalizacijo, drugo podpoglavje povzema dostopne podatke o doseganju odzivu potrošnikov na novo tehnologijo. Poleg sprememb v televizijski potrošnji me bo zanimalo zlasti, kolikšne so razsežnosti digitalne ločnice. Tretje podpoglavje nato predstavlja posledice konvergence za nekatere deležnike v avdiovizualni industriji.

## ***1. 1. KONVERGENCA TELEVIZIJE: VEČ KANALOV, MANJ DOSTOPA?***

### ***Digitalizacija: Več kanalov, boljša slika***

Med glavnimi prednostmi digitalnega oddajanja je bolj učinkovita izraba radijskofrekvenčnega spektra – en analogni televizijski kanal uporabi najmanj osemkrat toliko prostora kot en digitalni

program, ali, povedano drugače, barvni televizijski kanal zahteva tolikšen radiofrekvenčni pas kot 2.000 dvosmernih telefonskih kanalov. Tako rast telefonije kot radiodifuzije zahtevata vse večji delež radiofrekvenčnega spektra, ki je omejena naravna dobrina. Digitalizacija poleg večjega izkoristka radijskega spektra omogoča tudi lažji vstop novih ponudnikov storitev na tržišče in – s pomočjo integracije radiodifuzije, telefonije in računalništva – omogoča razvoj novih storitev (Collins, 2002b:148).

Potrošniku digitalizacija torej omogoča dodatne televizijske kanale: naročnikom digitalne satelitske ali kabelske televizije v Veliki Britaniji, Nemčiji in Franciji je bilo konec leta 2003 na voljo do 300 TV-kanalov, v britanskih in nemških prizemnih multipleksih je okoli 30 kanalov. Kot zagotavljajo promotorji digitalne televizije, je kakovost slike in zvoka te množice kanalov neprimerljiva z analogno televizijo ([www.sky.com](http://www.sky.com), [www.premiere.de](http://www.premiere.de), [www.canalsatellite.fr](http://www.canalsatellite.fr), [www.freeview.co.uk](http://www.freeview.co.uk), [www.ueberall-tv.de](http://www.ueberall-tv.de)).

### ***(Širokopasoven) povratni kanal: Individualizirana vsebina***

Interaktivna televizija uporabniku omogoča, da si vsebino do neke mere priproji. Od ponudnikov to zahteva, da vsebino zagotovijo prek kabelskih, satelitskih ali prizemnih mrež, še pomembneje pa je, da morajo zagotoviti tudi neko vrsto povratnega kanala, prek katerega bodo z njimi komunicirali uporabniki. Povratni kanal je lahko običajna (analogna) telefonska linija, digitalni naročniški vod (xDSL) ali kabelski priključek, potencialno pa tudi satelitski prenos (Andersen, 2002:182).

Naj poudarim, da se koncepta interaktivnosti in digitalizacije ne pokrivata nujno. Interaktivnost, sicer omejena, je mogoča že pri analognem oddajanju, povratna pot do ponudnika je lahko že telefonska linija (npr. SMS-glasovanja na analognem teletestu). Po drugi strani digitalizacija prinaša interaktivnost šele kot »nadgradnjo«, saj je za interaktivnost na višji ravni od preklapljanja med TV-programi potrebna dodatna ponudba interaktivnih storitev. Te storitve so sicer zelo podobne storitvam, ki jih že omogočata internet ali/in analogni teletext (npr. glasovanja, e-bančne storitve in stave). Interaktivnost v pravem pomenu besede je šele možnost potrošnika, da preko povratnega kanala vpliva na čas in način gledanja izbranih televizijskih vsebin. Poleg povratnega kanala, ki omogoča pošiljanje zahteve po vsebini, je zanjo potrebno še shranjevanje vsebin, ki je lahko lokalno (tj. pri potrošniku – s pomočjo digitalnih osebnih digitalnih videorekorderjev, PVR) ali centralno (tj. pri ponudniku – s pomočjo videa na zahtevo, VOD). Dodam lahko, da se je uresničitvi tega cilja mogoče v dokajšnji meri približati tudi brez digitalnega oddajanja.

BDRC je v študiji za Evropsko komisijo izdelal pregled narave povratnega kanala (oz. njegove

simetričnosti ali interaktivnosti) pri posameznih tehnologijah, ki so trenutno sposobne prenašati digitalen televizijski signal in so tržno zanimive (BDRC, 2001:41-42):

1. **digitalna prizemna televizija:** povratni kanal je običajna telefonska linija (potrošnik pokliče sam ali pa klicno povezavo vzpostavi TV-komunikator);
2. **digitalna kabelska televizija:** zagotavlja povratni kanal, a zahteva posodobljeno omrežje (ki omogoča tudi internet in govorno telefonijo) in modem;
3. **digitalna satelitska televizija:** simetričnost je sicer mogoča, a večina trenutnih satelitskih sistemov ne more zagotoviti povratnega kanala – povratni kanal za množično tržišče je pri tej platformi enak kot pri digitalni prizemni televiziji;
4. **digitalna televizija prek digitalnega naročniškega voda (ang. digital subscriber line – xDSL):** zagotavlja povratni kanal, simetričnost pa je mogoča načeloma (a ne pri ADSL).

Ena najpriročnejših delitev interaktivnih storitev je prav glede na naravo povratnega kanala, ki sicer ustreza kronološkemu pregledu (Andersen, 2002:182):

1. **storitvi, ki ju omogoča že analogna radiodifuzija** (po l. 1972): teletext in podnapisi prek teleteksta. Povratni tok od uporabnika do ponudnika poteka prek telefona, saj je npr. za naročilo izdelka potrebno poklicati telefonsko številko, prikazano na zaslonu, ali poslati SMS;
2. **storitve z omejeno interaktivnostjo, ki jih omogočata analogna ali digitalna radiodifuzija** (po l. 1992): skorajšnji video na zahtevo (ang. near video-on-demand – nVoD), osnovne informacijske storitve (vreme, horoskop, osnovne igre, elektronski programski vodnik – EPG, prodaja prek telefonskih centrov). Kot pri teletekstu povratni tok od uporabnika do ponudnika poteka prek telefona;
3. **storitve, ki jih omogoča digitalna radiodifuzija s povratnim kanalom** (1998-1999). Uvedba povratnega kanala v obliki klicnega dostopa je omogočila storitve po načelu plačaj-za-uporabo (npr. igre in NVoD), nakupovanje, dostop do e-pošte, glasovanja in stave. Šibkost storitev na tej stopnji razvoja je omejenost povratnega kanala, saj klicni dostop zahteva določen čas za vzpostavitev povezave in ima majhno kapaciteto prenosa;
4. **storitve digitalne radiodifuzije s širokopasovnim povratnim kanalom** (po 1999). »Pravi« video na zahtevo, interakcija s potekajočim TV-programom in igre z več igralci so storitve, ki jih omogoča širokopasovni povratni kanal (v obliki DSL ali kabla). Ta stopnja razvoja ima največji potencial za razvoj novih storitev, seveda pa omogoča tudi ponudbo storitev iz prejšnjih



tehnoloških razvojnih stopenj.

Interaktivne storitve na televizijskem sprejemniku lahko razdelimo tudi drugače, na primer glede na to, ali so povezane s tekočim TV-programom ali ne (Andersen, 2002:184):

1. **interaktivne storitve, povezane s TV-programom** (ang. embedded interactive services):

- a. spremljanje dogajanja z več zornih kotov: gledalec lahko med športnim dogodkom sam režira svoj dogodek;
- b. glasovanja: gledalci lahko mnenje o določeni temi izrazijo z izbiro enega od možnih odgovorov na vprašanje;
- c. sodelovanje v TV-kvizih oz. igrah: preden je odgovor razkrit na televiziji, lahko na vprašanje odgovorijo tudi gledalci doma;
- d. oplemenitena televizija (ang. enhanced television<sup>1</sup>): uporabnik lahko zahteva dodatno vsebino, povezano s trenutno oddajo. Gledalec lahko na primer med potopisno oddajo s pritiskom na gumb dostopa do več informacij o obravnavani destinaciji, in sicer na skoraj isti način, kot dostopa do npr. novic ali vremena in
- e. stave: zlasti za športne dogodke (nogomet, konjske dirke) ter

2. **interaktivne aplikacije, ki niso povezane s tekočim TV-programom**<sup>2</sup>:

- a. aplikacije, pri katerih uporabnik vsebino zahteva (»pravi« video na zahtevo, dostop do interneta, igre za več igralcev, ograjeni vrt [ang. walled garden<sup>3</sup>], poslovanje z banko, nakup vstopnic) in
- b. aplikacije, pri katerih uporabnik ustvari svojo vsebino (forumi in klepetalnice, e-pošta, e-čestitke, takojšnje sporočanje [ang. instant messaging]).

***PVR: Paradigmatski premik v uporabi TV-sprejemnika***

Paradigmatski premik od izbiranja med TV-programi k izbiranju med posameznimi oddajami/vsebinami predpostavlja, da bo večino vsebin mogoče v celoti posneti (bodisi lokalno

---

<sup>1</sup> Prevod še ni usklajen, med drugim različni avtorji govorijo tudi o napredni ali izboljšani televiziji. Vse skupaj je s stališča uporabnika sicer nemara bolj podobno oplemenitenemu teletekstu.

<sup>2</sup> Uporabniška izkušnja je precej podobna internetni, večina teh aplikacij pa je lahko prav tako povezana s tekočim TV-programom.

<sup>3</sup> Gre za koncept, ki se nanaša na »ograjeno« okoli vsebine in izhaja iz dejstva, da lahko uporabniki na posamezni platformi dostopajo le do omejenega števila ponudnikov vsebin. Vsebinska je posebej prilagojena posamezni platformi. V »ograjeni vrt« je mogoče »posaditi« tudi aplikacije televizijskega poslovanja.

bodisi centralno) in si jih ogledati kasneje, s čimer se bo zmanjšal čas gledanja televizije v času oddajanja. Potrošnik bo do vsebine dostopal po načelu na zahtevo, s čimer si bo dejansko ustvaril svoj kanal (Andersen, 2002:218).

Govorimo tudi o personalizaciji televizije. Doseči jo je mogoče na dva različna tehnična načina, ki se lahko pojavita skupaj ali vsak zase (Andersen, 2002:218):

1. **osebni videorekorder** (ang. personal videorecorder – PVR<sup>4</sup>). Gre za enega prvih proizvodov »prave konvergence«, ki ga omogočajo cenejši in zmogljivejši pomnilniki in procesorji, nove tehnike stiskanja podatkov ter razvoj dodajanja metapodatkov s podrobnimi opisi vsebine, ki so osnova za EPG, iskanje po knjižnicah vsebine itd. ter
2. **»pravi« video na zahtevo** (ang. video on demand – VOD). Z oddaljenega zmogljivega videostrežnika se filmi in druge vsebine pretakajo v uporabnikov dom. VOD zahteva centralen videostrežnik, s katerega se pretakajo filmi in druge vsebine, ki se ne shranjujejo lokalno. Razvoj VOD so med drugim omogočile nove tehnološke rešitve, ki so povečale digitalne širokopasovne zmogljivosti, izboljšale zaščito avtorskih pravic in okrepile varnost.

Osebni videorekorderji (PVR) so pravzaprav računalniki, ki izgledajo precej kot analogni videorekorderji. Na tržišču so že sistemi, ki omogočajo digitalno snemanje TV-programov iz kateregakoli vira (prizemna, kabelska ali satelitska zveza). Povratni kanal od potrošnika do punudnika večinoma predstavlja klicna ali širokopasovna povezava. PVR za delovanje ne potrebuje omrežja, ki podpira video tokove v realnem času, saj posnete vsebine shranjuje lokalno, na mediju, ki omogoča nelinearen dostop (kot večina diskovnih tehnologij) (Andersen, 2002:219). Za uresničitev ključnih prednosti personalizacije s pomočjo PVR širokopasovni povratni kanal ni nujen, prav tako ni nujen digitalni signal.

V ZDA in Veliki Britaniji se je kot najpomembnejša znamka PVR-jev uveljavil TiVo, ki v lastnem EPG zagotavlja sporede za večino območij v ZDA in omogoča enostavno snemanje. Prva generacija znamk, kakršni sta TiVo in ReplayTV, poročata o bolj ali manj zmernem uspehu. TiVo je novembra 2003, po petih letih na tržišču, pridobil milijontega naročnika<sup>5</sup>, do konca januarja 2004 si jih obeta še pol toliko. Model TiVa, ki posname do 40 ur oddaj, stane 200 ameriških dolarjev, potrebno pa se je tudi naročiti na t. i. TiVo-storitev (gre večinoma za elektronski programski vodnik) – mogoče je izbrati med mesečno naročnino (13 USD) ali pa neomejeno

---

<sup>4</sup> Uporablja se tudi izraz digitalni videorekorder, DVR.

<sup>5</sup> V ZDA je bilo leta 2000 sicer 120.200.000 »televizijskih gospodinjstev« (www.nielsenmedia.com/newsreleases/2000/2000-01UE.htm)

naročnino (300 USD) plačati ob nakupu. Uspešnost prodaje TiVa se je povečala, ko so PVR začeli tržiti v paketu z naročnino na satelitsko plačljivo televizijo DirecTV. Povratni kanal je lahko že običajna klicna povezava (Gough, 2003). Konkurenco TiVu predstavlja Telly proizvajalca Interact-TV. Pri Tellyju je EPG za potrošnika brezplačen, nekaj prostora na njem zasedajo oglasne pasice in druge komercialne storitve. Uporabniki si med seboj lahko izmenjujejo visokokakovostne posnetke – in preskakujejo oglase. Posneto vsebino lahko potrošnik tudi digitalno obdela. V osnovnem paketu je 80 GB spomina za do 60 ur posnetih oddaj, nanj pa je mogoče priključiti katerokoli PC-komponento, tudi DVD-snemalnik. Stane 900 ameriških dolarjev (interact-tv.com). Na tržišče digitalnih videorekorderjev pa vstopajo tudi kabelski operaterji, ki jih vključujejo v svoje TV-komunikatorje (Baron, 2003).

Sistemi videa na zahtevo omogočajo podobne storitve kot PVR, vendar s potencialno pomembno razliko: avdiovizualne vsebine se snemajo centralno, pri kabelskih operaterjih, zato morajo ti pred ponujanjem vsebin po načelu VOD z lastnikom pravic doseči dogovor. Ponudba posnetih oddaj je zato pri VOD-sistemih manjša (Durden, 2003).

### ***API, CAS, EPG: Ozka grla digitalne televizije***

Digitalizacija prinaša tudi troje ozkih grl, ki so tesno medsebojno povezana: vmesnike aplikacijskega programa (ang. application programme interface – API), ki jih lahko opišemo kot operacijski sistem komunikatorja oz. televizorja, sisteme za pogojni dostop (ang. conditional access systems – CAS), ki so osnova za zaračunavanje storitev plačljive televizije (naročniški kanali ali paketi, video na zahtevo ali vsebine po načelu plačaj za ogled) ter elektronske programske vodnike, ki so potrošnikova odskočna deska za dostop do vsebine.

API, vgrajen v TV-komunikator ali v digitalen televizijski sprejemnik, je ključna lastnost digitalne televizijske naprave. Tudi najosnovnejše interaktivne storitve, kakršen je teletext, ne morejo delovati, če se ne morejo »sporazumevati« z API-jem (Levy, 1999:170).

CAS deluje kot elektronska vrtljiva vrata: s pomočjo kodiranja programov pri oddajanju in njihovega dekodiranja v potrošnikovem domu poskrbi, da plačljivo TV-storitev lahko gledajo le tisti, ki so za to plačali. Sistemi za pogojni dostop so neke vrste portal, skozi katerega morajo vsi programi in storitve na televizijskem sprejemniku, ki zato »združuje vlogi izjemno močnega tržnega orodja in veleblagovnice« (Cruickshank v Levy, 1999:6).

Gledalci bodo zaradi obilja kanalov in storitev postali še bolj odvisni od navigacijskih sistemov, EPG-jev, ki bodo vključeni v sisteme za pogojni dostop. Ne glede na to, kako se gledalci odzovejo na povečano število kanalov in EPG, bo »v novem transakcijskem svetu televizije več možnosti za

vplivanje na potrošnikovo izbiro in za zbiranje informacij o potrošnikovih gledalnih in nakupnih navadah« (Levy, 1999:7). Gledalci se lahko na nove razmere prilagodijo na dva načina: bodisi na uporabo televizorja prenesejo internetni model, kjer iskalniki uporabniku naštejejo vse dosegljive vsebine, bodisi pri izbiranju sledijo percepciji kakovosti, ki jo ima posamezen kanal ali znamka. Glavna vloga TV-portalov bo združevanje televizijskih vsebin, interaktivnih aplikacij in storitev. TV-portali tako lahko postanejo glavno tekmovalno področje med vsebinami in storitvami digitalne televizije.

## **1. 2. ODZIV POTROŠNIKOV NA DIGITALIZACIJO**

Uspeh celotnega projekta digitalizacije oz. konvergence je kljub vsem tehnološkim možnostim še vedno odvisen od potrošnika. Tovrstne spremembe sploh potrebuje? Si jih želi? Jih bo znal uporabljati? Bo pripravljen/zmogel plačevati morebitne nove storitve? Preden se bom v tretjem poglavju posvetil odzivu regulacije na izzive, ki jih predstavlja digitalizacija, lahko že ponudim nekaj odgovorov na ključno vprašanje, kako so se na digitalizacijo in z njo povezane možnosti odzvali potrošniki. Izbral sem Veliko Britanijo, saj je imela konec leta 2003 največji odstotek digitaliziranih domov v Evropi (Tabela 1).

	Št. gospodinjstev (v mio)	% vseh gosp. z DTV	% gosp. s kablenskimi DTV	% gosp. s sat. DTV	% gosp. s prizemnim DTV
VB	26,3	43,8 <sup>6</sup>	12,3	23,7	7,8
Danska	2,4	38,9	23,6	15,3	0,0
ZDA	118	38,1	18,5	19,1	0,5
Švedska	4,6	31,6	10,0	18,4	3,2
Španija	12,8	25,1	0,4	21,8	3,0
Irsko	1,3	24,4	4,4	20,0	0,0
EU-15 skupaj	154,73	20,8	5,2	13,9	1,7
Francija	25,1	19,8	3,8	16,0	0,0
Nizozemska	7,1	16,5	6,4	9,8	0,3
Japonska	41,9	16,0	0,0	16,0	0,0
Italija	20,1	15,6	0,1	15,4	0,0
Nemčija	37,9	10,9	5,1	5,8	0,0 <sup>7</sup>
Avstrija	3,3	10,7	2,1	8,7	0,0

<sup>6</sup> Do konca leta 2003 je imelo digitalno televizijo v Veliki Britaniji sicer že več kot 50 odstotkov gospodinjstev (Benett, 2004).

<sup>7</sup> Odstotek nemških gospodinjstev z digitalno televizijo se je leta 2003 povečal, saj so kot prvi v Evropi 1. avgusta 2003 že odklopili prve oddajnike, in sicer na območju Berlina in Brandenburga. Gledalci lahko namesto 12 analognih sprejemajo 21 digitalnih TV-programov (kmalu naj bi jih bilo 25). 1. maja 2004 bodo analogne oddajnike odklopili še v petih mestih v severni Nemčiji in Severnem Porenju – Vestfaliji. Zadnje »otoke« brez digitalnega prizemnega signala nameravajo v Nemčiji pokriti do leta 2010. V Berlinu je digitalizacijo olajšalo dejstvo, da 1,6 od 1,8 milijona »preklopljenih« domov že ima bodisi kablensko bodisi satelitsko televizijo, podobno pa je kabel razširjen po vsej državi (www.ueberall-tv.de, 1. 12. 2003).

Portugalska	3,6	9,6	1,1	8,0	0,5
Finska	2,3	9,4	1,6	7,3	0,5
Grčija	3,6	6,0	0,0	6,0	0,0
Luksemburg	0,2	5,3	1,0	4,2	0,0
Belgija	4,3	5,2	5,0	0,2	0,0

**Tabela 1: Ocene razširjenosti digitalne televizije v EU ter v ZDA in na Japonskem za leto 2002 (vir: EK, 2003c:26).**

V Veliki Britaniji so gledalci lahko digitalno televizijo prvič gledali leta 1998, ko je triletno obdobje prehoda z analognega na digitalno satelitsko oddajanje začel ponudnik plačljive televizije BSkyB. V tem času je leta 1998 plačljivo televizijo prek prizemnih oddajnikov začel tržiti tudi ITV Digital (konzorcij Carltona in Granade, dveh najmočnejših članic komercialne mreže ITV). Možno je bilo spremljati tudi samo prizemne brezplačne kanale (BBC, Channel 4), vendar so morali potrošniki plačati polno ceno TV-komunikatorja. Po propadu ITV Digital leta 2002 je vlada njegove izpraznjene multiplekse podelila skupnemu podjetju BBC-ja in Crown Internationala, ki je za razliko od predhodnika leta 2002 pod znamko Freeview<sup>8</sup> začel tržiti prizemno digitalno televizijo kot povsem brezplačno storitev (potrošnik je moral kupiti le potrebno opremo, katere cena je vztrajno padala). Digitalna televizija je dostopna tudi delu naročnikov kableske televizije, na geografsko omejenem območju Hulla<sup>9</sup> ter v delu Londona pa je gledalcem digitalna televizija na voljo tudi prek tehnologije ADSL.

Konec leta 2003, torej pet let po pojavu na tržišču, digitalna televizija v Veliki Britaniji ni več bila manjšinski medij, saj jo je imelo že več kot 50 odstotkov vseh gospodinjstev (Bennet, 2004). V tem letu je dotedanje odzive potrošnikov na digitalizacijo zbral regulator britanske komercialne televizije Independent Television Commission (ITC) in ugotovil, da so tisti, ki so si digitalno televizijo (bolj ali manj prostovoljno) že omislili, to storili zlasti zaradi večjega izbora kanalov (79 % sodelujočih) in so z digitalno televizijo zadovoljni, saj je večina (80 %) izrazila namero, da jo bodo obdržali še vsaj šest mesecev, okoli 40 odstotkov sodelujočih v raziskavi pa ni navedlo ničesar, kar bi jih pri digitalni televiziji motilo – ostali so kot njene glavne slabe strani navedli

<sup>8</sup> Propad ITV Digital, ki se je leta 2001 preimenoval v OnDigital, pripisujejo kombinaciji dejavnikov: finančnim težavam zaradi vlaganj v subvencioniranje TV-komunikatorjev, slabega signala, ki ni dosegel vseh delov države, Sky pa so medtem odlikovali ekskluzivne in bolj privlačne vsebine ter kakovostnejše trženje (Collins, 2002a:10) Naročnina za ITV Digital je bila primerljiva z naročnino za osnovni Skyjev paket, vendar s precej manj kanali (DIT, 2003:19). Freeview se je lahko konec leta 2003, po enem letu poslovanja, pohvalil z uspehom, ki je presenetil analitike: digitalno televizijo so takrat prek prizemnih oddajnikov spremljali v več kot dveh milijonih gospodinjstev (tj. v 15 odstotkih "digitalnih" gospodinjstev oz. sedmih odstotkih vseh britanskih gospodinjstev (DIT, 2003:17; Milmo, 2004).

<sup>9</sup> Telekomunikacijsko podjetje Kingston Communications, ki mu je vlada zaradi njegove specifične lastniške strukture do leta 1999 (ko je bilo podjetje delno privatizirano) dovoljevala monopol na tržišču fiksne telefonije na območju Hulla (približno dva milijona ljudi), je televizijo prek ADSL oz. prek navadne telefonske žice začelo tržiti leta 1999 pod imenom KIT (Kingston Interactive Television). Sredi leta 2003 je imel KIT okoli 6.166 naročnikov, kar predstavlja dobrih 6 % domov, kjer je storitev možno ponuditi. Trend: padajoč (ITC, 2003c:35; Teather, 2001).

plačevanje za kanale, ki jih ne gledajo, in veliko število ponovitev. Drugače je bilo s tistimi potrošniki, ki digitalne televizije še niso imeli – kar 58 odstotkov vprašanih iz te skupine je izjavilo, da ne bodo nikoli prekopili na digitalno. »Nedigitalizirane« so raziskovalci glede na razlog za vztrajanje pri analogni televiziji razdelili v dve skupini: v prvi so prevladovali mladi, ki jih je ovirala zlasti visoka cena, v drugi pa stari, ki jih možnost večjega števila kanalov preprosto ni zanimala (ITC, 2003a:25).

Te raziskave so izvedli leta 2002, v času, ko je propadal OnDigital in preden je na tržišče prišel Freeview, ki je digitalno televizijo omogočil le za ceno komunikatorja (in morebitne prenove antene) in brez mesečne naročnine. Konec leta 2003, potem ko je BBC ob podpori oblasti eno leto silovito promoviral Freeview, se je odstotek tistih, ki so nasprotovali preklopu, pomembno znižal. Raziskava, ki jo je za ministrstvo za trgovino in industrijo (Department of Trade and Industry, DIT) izvedla skupina Generics, je našla le še 13-odstoten delež brezpogojnih nasprotnikov lastne digitalizacije (38 % vprašanih je v času raziskave digitalno televizijo že imelo, ostali pa so bili manj ostro nastrojeni proti njej). Od teh 13 odstotkov jih več kot polovica svoje nasprotovanje preklopu utemeljuje s tem, da so – kljub temu, da jim televizija veliko pomeni – zadovoljni s tem, kar imajo, 45 odstotkov pa meni, da digitalna televizija v primerjavi z analogno ne predstavlja izboljšanja (možnih je bilo več odgovorov)<sup>10</sup>. Poročilo DIT – katerega glavni cilj je bilo iskanje odgovorov na vprašanje, kaj naj vlada stori, da bo (prizemno) digitalno televizijo »prodala« čim več ljudem – je ugotovilo tudi, kaj potrošniki menijo o digitalizacijskih načrtih države. Velika večina (79 %) je vladi med drugim zamerila dejstvo, da bodo račun za vse skupaj na koncu plačali oni, skoraj toliko pa jih je menilo, da je vlada neodgovorna, ker dovoljuje prodajo analognih sprejemnikov, če namerava odklopiti analogne oddajnike. Od možnih odgovorov, ki vlade niso

---

<sup>10</sup> Izsledke te raziskave je sicer mogoče razložiti kot velik uspeh (vlada in BBC jih vsekakor sta – Milmo, 2004), vendar pa 13 odstotkov t. i. »refusenickov« predstavlja veliko oviro načrtom britanske vlade iz leta 1999, v katerih je odklop zadnjih analognih oddajnikov predvidela za leto 2010, hkrati pa se obvezala, da bo prizemno analogno oddajanje zagotovljeno dokler (Collins, 2002a:6):

1. vsi, ki trenutno lahko sprejemajo glavnih pet TV-programov v analogni obliki, teh ne bodo mogli sprejemati prek digitalnih sistemov in
2. si preklopa na digitalno tehniko ne more privoščiti velika večina ljudi (95 odstotkov potrošnikov nima dostopa do digitalne opreme).

O odklopu – če naj se ta res zgodi leta 2010 – mora vlada odločiti najkasneje jeseni 2004, ko bo predvidoma uresničena še zadnja naloga iz vladnega načrta digitalizacije. Vlada je jeseni 2003 vztrajala, da je cilj – odklop analognih prizemnih oddajnikov do leta 2010 – realističen. Nekateri analitiki so napovedli, da bodo morale oblasti zadnjim »refusnikom« celo plačati, če bodo hotele uresničiti svoje ambiciozne digitalne načrte. V svojem načrtu je vlada na primer zapisala (DCMS, 2003:3):

»Vsakemu domu želimo omogočiti, da izkoristi sedanje in prihodnje prednosti digitalne televizije. Prihodnost je še svetlejša – današnje najnaprednejše in pilotne storitve že ponujajo zdravstvene nasvete, nakupovanje, izobraževanje, e-pošto, dražbe, igre in dostavo hrane na dom. Interaktivna televizija lahko nadzor iztrga iz rok televizij in jo da v roke gledalcem. Skupaj s telefonsko linijo lahko digitalna televizija omogoči dostop do interneta prek medija, ki ga ljudje poznajo in mu zaupajo, ter razširi možnosti za izobraževanje, informiranje, nakupovanje in igre«.

prikazovali v tako črni luči, sta najvišja odstotka strinjanja dobila odgovora, da je »digitalna televizija neizogibna zaradi tehnološkega napredka« (48 %) ter da je »preklop na digitalno televizijo napredek, ki dokazuje, da smo narod z najnaprednejšo tehnologijo« (25 %). Tudi ta raziskava je merila, katere lastnosti digitalne televizije potrošniki ocenjujejo kot prednosti in katere kot slabosti. Glavne prednosti so bile povečana izbira, specializirani kanali, povečana kakovost slike in zvoka, slabosti pa sodelujoči videli zlasti pri namestitvi opreme in manj pri njeni uporabi (DIT, 2004:49, 51-2, 56, 58).

Raziskava DIT se ni podrobneje ukvarjala s še dvema možnima »pridobitvama« digitalizacije, interaktivnostjo (oz. interaktivnimi storitvami) in digitalnim snemanjem. Le glede interaktivnih storitev je ugotovila, da so se te pri tistih, ki so že imeli digitalno televizijo, odrezale približno enako dobro kot šport in filmi: kot pozitivno lastnost digitalizacije jih ocenjuje približno 55 % vprašanih, medtem ko je ta odstotek za e-pošto prek televizorja precej nižji (35 %) (DTI, 2004:54). Več so o odnosu gledalcev do interaktivnih storitev in PVR-jev povedali izsledki projekta Go Digital<sup>11</sup>, v katerem so digitalizirali 300 gospodinjstev v srednji Angliji. Sodelujoči v poskusu so kot najbolj privlačni lastnosti digitalne izkušnje navedli isto kot v drugih raziskavah (več kanalov in boljša kakovost), tretja pa je bila udobnejši dostop do vsebine, ki je »sodelujoči [za razliko od prvih dveh] niso pričakovali«. V skupino »Udobnost« so sodelujoči nato uvrstili naslednje lastnosti digitalizacije (Go Digital, 2003:4):

1. PVR-ji, ki so naredili vtis na vse udeležence, saj so jim omogočili neodvisnost od TV-sporeda in olajšali snemanje v primerjavi z analognimi videorekorderji;
2. ponovitve na nekaterih kanalih;
3. 24-urni novičarski kanali;
4. EPG-ji, ki so zmanjšali njihovo odvisnost od tiskanih vodnikov in bili bolj točni ter
5. dostop do vseh novih kanalov na vseh sprejemnikih v gospodinjstvu (v okviru projekta so digitalizirali vse analogne aparate v hišah).

Interaktivne storitve so zanimale številne udeležence, a jih niso pojmovali kot dejavnik, ki bi jih prepričal za nakup digitalnega sprejemnika – z izjemo EPG-ja. Medtem ko interaktivne storitve morda res niso dejavnik, ki bi jih potrošniki upoštevali pred nakupom, pa dosedanje izkušnje

---

<sup>11</sup> V projekt Go Digital je bilo vključenih 19 organizacij, ki jih digitalizacija televizije tako ali drugače zadeva (med drugimi BBC in druge televizije, ITC, ministrstvi za gospodarstvo in kulturo ter proizvajalci potrošniške digitalne opreme).

kažejo, da lahko potencialno računajo na velik odziv potrošnikov. Kaže, da je pogoj za to povezanost s TV-programom (in seveda tema, ki motivira k bolj aktivni uporabi daljinskega upravljalnika). Najbolj uspešen tovrsten podvig v Veliki Britaniji doslej je uspel Channelu 4 pri t. i. reality-šovu Big Brother 2: v okviru prve deložacije je svoje glasove s pomočjo daljinskega upravljalnika oddalo 700.000 naročnikov Skyja, kar predstavlja 35 odstotkov vseh oddanih glasov. Interaktivne televizijske storitve BBC (pod znamko BBCi) je do leta 2003 uporabilo 40 odstotkov vseh digitalnih naročnikov (ITC, 2003a:43).

Konkurenca med številnimi kanali je v Veliki Britaniji do konca leta 2003 že pomembno spremenila gledalčeve gledalne navade. Gledanost »tradicionalnih« petih kanalov se je močno zmanjšala, čeprav so ti leta 2003 še privabili levji delež pozornosti gledalcev. Letni delež gledanosti BBC1, BBC2 in ITV je med letoma 1981 in 2003 padel s 39, 12 oz. 49 odstotkov na 26, 11 oz. 24 odstotkov. Delno gre to pripisati pojavu Ch4 in Ch5 v letih 1983 oz. 1997, leta 1991 pa je britanska ustanova za raziskavo gledanosti BARB (Broadcasters' Audience Research Board) v pregledu gledanosti vključila tudi rubriko »ostali kanali«, v kateri je združila vse ostale satelitske in kabelske kanale. T.i. »multichannel sector« si je nato v dvanajstih letih povečal letni delež občinstva s štirih odstotkov na 23,6 odstotka leta 2003, s čimer se je izenačil z ITV, se močno približal BBC 1 (25,6%) in daleč presegel gledanost BBC 2 (11,4%) in Ch 4 (10 %). Drastično povečan izbor kanalov je najmanj prizadel BBC2 in Ch4: BBC2 je imel v letih 1981-2002 med 11 in 12 odstotki letnega časa gledanja televizije, delež gledanosti Ch4 med letoma 1991 in 2003 pa je nihal med 9,7 in 11 odstotki – vsebinam na BBC2 in Ch4 je skupno, da so namenjene »zahtevnejšim« gledalcem, ki jih novi digitalni kanali, kot kaže, ne zadovoljijo. Naj poudarim še, da noben posamezen kanal iz »multichannel sectorja« ni niti približno dosegel katerega od »tradicionalnih« in ponovim, da se je v obravnavanem obdobju vztrajno večal delež britanskih domov, v katerih so gledalci sploh imeli dostop do dodatnih kanalov. Trend: rastoč. (podatki za leto 2003: Deans, 2004; ostali podatki: [www.barb.co.uk](http://www.barb.co.uk)).

Konvergenca – in informacijska tehnologija nasploh – ima tudi svojo senčno stran: socialno izključenost. To vrsto izključenosti imenujemo digitalna ločnica in jo lahko glede televizije (čeprav gre za širši pojem, ki vključuje tudi ostale vrste elektronskih komunikacij) opazujemo na več ravneh. Prvič: onkraj digitalne ločnice bodo najprej ostali tisti, ki jih digitalni signal niti ne bo dosegel – rešitev tega problema je večinoma vprašanje časa, saj bo v interesu tako vlad kot podjetij, da digitalni signal doseže čimveč ljudi. Drugič: vstop v svet digitalne televizije bo omogočen tistim, ki si ne bodo mogli privoščiti stroška nakupa začetne opreme; njihov položaj bo posebno težaven po morebitnih odklopkih analognih oddajnikov. Tretjič: težave, povezane s stroški,



se z nakupom ne končajo. Težko bi namreč rekli, da projekt digitalizacije izhaja iz potreb potrošnikov, temveč prej iz potreb podjetij, ki so v možnostih, povezanih z digitalizacijo, videla možnost velikih zaslužkov (motivi oblasti so medtem malce širši in vključujejo tako nova delovna mesta kot ohranjanje nadzora nad prizemnimi oddajnimi mrežami ter – seveda – dobrobit potrošnikov). Dobički so največji prav pri najboljših vsebinah, ki so bile do tedaj »brezplačne«. Večina ponudnikov plačljivih digitalnih vsebin zato od potrošnika pričakuje, da bo plačal mesečno naročnino, za povrh pa še posebej, po načelu plačaj za ogled ali video na zahtevo, za posamezne najboljše vsebine (zlasti gre za šport in televizijske filmske premiere, ki so poleg pornografije tri osnovne vabe za prodajo digitalnih paketov). Če na podatke, ki govorijo o rastočih prihodkih britanske plačljive televizije in so zbrani po naročilu industrije, pogledamo z druge strani, ugotovimo, da je strošek potrošnikov za plačljivo televizijo še leta 1995 predstavljal 20 odstotkov vseh prihodkov televizijske industrije (Levy, 2003:8), za leto 2003 pa so ocenili, da se je ta številka povečala za kar 28 odstotnih točk (MDB, 2003). Digitalna ločnica bo zarezala tudi med večino populacije in tistimi, ki novih aparatov ne bodo sposobni upravljati, zlasti gre za ostarele in nekatere vrste invalidov.

Naj razdelek diplomskega dela o odzivu potrošnika na tehnološke spremembe zaključim s širšim vprašanjem, posredno povezano s potrošnikom/državljanom, namreč, kakšen je potencialen vpliv informacijskih tehnologij na svetovni razvoj (tako v smislu »količine« – npr. večanja bruto družbenega proizvoda – kot »kakovosti« – razdelitve dobrin) in na demokratizacijo (v smislu participacije v procesih odločanja). Široko vprašanje, na katerega ne bom ponujal dokončnih odgovorov, temveč le predstavil glavne skupine pogledov na temo, o kateri so si mnenja v družboslovju močno deljena. Tehranian (1990:4-6) je definiral štiri poglede na razmerje med informacijskimi tehnologijami na eni strani ter gospodarstvom, politiko in kulturo na drugi. Tehnofili so optimisti, ki menijo, da tehnološka revolucija prispeva k večji produktivnosti in izobilju v svetovnih centrih, ki se bo sčasoma razširilo tudi na obrobja. Tehnofobi pesimistično opozarjajo na slabe plati: rastočo strukturno nezaposlenost zaradi avtomatizacije proizvodnih procesov in iz nje izhajajočo družbeno neenakost, možnost zlorabe osebnih podatkov ter homogenizacijo kulture zaradi medijskih monopolov. Tehnoneutraliste Tehranian opiše kot svetovalce podjetjem, ki ne želijo odtujiti njihovih strank in ponujajo odgovore tipa »po eni strani to, po drugi pa to«. Četrta skupina so tehnostrukturalisti, ki trdijo, da tehnologije same po sebi niso niti dobre, niti slabe, niti nevtralne: tehnologije naj bi se razvile zaradi institucionalnih potreb, razsežnost njihovega učinka pa določajo institucionalna ureditev in družbene silnice, katerih del so. »Tehnostrukturalist« Johan Galtung je tako poudaril, da tehnologija niso samo orodja (strojna oprema) ter veščine in znanje (programska oprema):

»Ti komponenti sta vsekakor pomembni, vendar gre za površje tehnologije, kot viden vrh ledene gore. Tehnologija vključuje tudi z njo povezano strukturo, celo globoko strukturo, mentalno ogrodje, družbeno kozmologijo, v katero je – kot v plodno zemljo – moč posejati semena določenih vrst znanja, ki nato rastejo in ustvarjajo novo znanje. Za uporabo orodij je potrebna določena vedenjska struktura. Orodja ne operirajo v vakuumu; naredil jih je človek, ki jih tudi uporablja, za njihovo delovanje pa je potrebna določena družbena ureditev.« (Galtung v Tehranian, 1990:6)

### ***1. 3. KONVERGENCA TEHNOLOGIJ, KONVERGENCA NA TRŽIŠČU***

Konvergenca tehnologij ne spremljajo le potrošnikove navade in povečana ponudba storitev, temveč, nemara še pomembneje, tudi razmerja znotraj avdiovizualnega sektorja. Kot največje morebitne »zmagovalce« bi lahko opisali ponudnike dostopa, kot največje morebitne »poražence« pa lastnike pravic. V tem podpoglavju odgovarjam na vprašanje zakaj, predstavljam pa tudi vpliv konvergenca na izdajatelje komercialnih nekodiranih programov (in oglaševanje).

#### ***Ponudniki dostopa***

Velik pomen EPG-jev lahko pomembno spremeni moč ponudnikov dostopa in mrežnih operaterjev, saj so v najboljšem izhodiščnem položaju, da svojo osnovno dejavnost – ki jim zagotavlja fizično prisotnost v potrošnikovem domu – razširijo na ponujanje EPG-jev, ki so v povezavi z API-jem in CAS-om »nepremagljiva kombinacija«. Glavna vloga teh TV-portalov bo združevanje (»agregacija«) televizijskih vsebin, interaktivnih aplikacij in storitev in se lahko razvijejo v glavno območje boja za gledalčevo pozornost (Andersen, 2002:206). Naloga t. i. agregatorjev v »tradicionalnem« svetu televizije je pridobivanje in združevanje TV-kanalov v pakete in trženje le-teh potrošnikom, večinoma pa opravljajo tudi vlogo podnudnika dostopa (npr. BSkyB, Premiere) (Andersen, 2002:4). Ločevanje vlog agregatorjev in ponudnikov dostopa onemogoča dejstvo, da ni doseženega konsenza o skupnem standardu za digitalno potrošnikovo opremo, če pa bo ta ovira premagana, lahko agregacija postane tudi samostojna dejavnost (Andersen, 2002:217).

Ponudniki dostopa in upravljalci mrež bodo, če se televizija do skrajnosti »interaktivizira«, lastniki ali nadzorniki TV-komunikatorja, kar jim bo omogočalo tudi nadzorovanje in zbiranje podatkov o potrošnikih (Andersen, 2002:207). Mrežni operaterji kot »čuvaji do potrošnika« so tako v najboljšem položaju, da vsebino opremijo z geografsko ciljanimi oglasi ali prodajajo oglaševalski prostor na interaktivnih aplikacijah, tako da bodo oglasi vidni med prenosi ali iskanjem informacij. Ponudniki telefonije, interneta ali kabelske televizije so tudi v dobrem položaju, da obstoječim

naročnikom poleg sedanjih storitev ponudijo še interaktivne storitve. Mogoče je pričakovati, da bodo potrošniki le neradi zamenjali operaterja novih interaktivnih storitev, saj bodo vse storitve lahko plačali le z enim računom. Po drugi strani pa omrežne operaterje in ponudnike dostopa čakajo velika vlaganja v izgradnjo infrastrukture, ki bo omogočila zagon interaktivne televizije (Andersen, 2002:207).

### ***Z oglasi financirane televizije, oglaševalci***

Velika razširjenost in uporaba možnosti, ki jih ponujata VOD<sup>12</sup> in/ali PVR, lahko medtem temeljito spremenita način, na katerega je financirana televizija, zlasti »brezplačni« komercialni programi, tj. programi, financirani z oglasi. Oba lahko pomenita konec »brezplačne« televizije, ki temelji na prodajanju pozornosti potrošnikov oglaševalcem/podjetjem – saj bodo gledalci lahko vsebine sistematično snemali in nato preskakovali oglase. To utegne biti še en razlog za umik najboljše vsebine z nekodiranih na kodirane načine prenosa (poleg tistega, da plačljiva televizija prinaša večji dobiček). Nekateri v avdiovizualni industriji so se na pojav PVR-jev odzvali s paničnimi izjavami o »smrti brezplačne televizije« ali vsaj »smrti 30-sekundnega spota« (npr. Ted Turner, predsednik Turner Broadcasting Systema, ki – pod pogojem, da se bodo PVR-ji širili z enako hitrostjo kot doslej – konec z oglasi podprte televizije vidi v petih do desetih letih; [www.afterdawn.com](http://www.afterdawn.com), 2002). Tridesetsekundnim spotom najverjetneje kljub temu ostajajo zelo zaželena oglaševalska mesta med prenosi v živo, predsednik TiVa Morgan Guenther pa pričakuje, da bodo »tisti, ki jih novi modeli ne ogrožajo, predstavili nove zamisli, kako prek televizije doseči potrošnike« (AP, 2002).

Vlogo oglasov bo mogoče nadomestiti na dva načina (Andersen, 2002):

1. Potrošniki bodo za najboljše vsebine plačevali po načelu »na zahtevo«. Vlogo posrednika med proizvajalci in potrošniki vsebine lahko prevzamejo kabelski ali satelitski operaterji. Vlogo in prihodke dosedanjih TV-mrež bi si lahko razdelili ustvarjalci in razvijalci vsebine, kabelski in satelitski operaterji ter potrošniki.
2. Povečan pomen drugih orodij tržnokomunikacijskega spleta (npr. product placementa, pri katerem so izdelki ali storitve umeščene v filmske zgodbe, ter merchandizinga

---

<sup>12</sup> »Bližnji« video na zahtevo je sicer mogoč že z analognim sprejemom in klicem v telefonsko centralo, digitalen prenos in možnost interaktivnosti z daljinskim upravljalcem pa storitvi dajeta nove možnosti. Kjer je tehnično izvedljiv VOD, je z dodatkom digitalne snemalne opreme izvedljiv tudi PVR.

medijskih/vsebinskih znamk). Tu sta še TV-poslovanje<sup>13</sup> in povečanje vlaganj v oglaševanje »pod črto«.

Če bodo oglaševalci izkoristili prednosti, ki jih ponuja interaktivizacija TV-sprejemnika, lahko po nekaterih napovedih računajo celo na povečanje prihodkov. Spremenjene gledalne navade naj bi sicer vodile do 16-odstotnega zmanjšanja budžetov, namenjenih tradicionalnemu TV-oglaševanju, vendar pa naj bi se skupni oglaševalski prihodki zaradi novih možnosti, ki jih ponuja interaktivnost, povečali za 4,1 odstotka (Andersen, 2002:193).

Morebitnim velikim spremembam na področju oglaševanja se bodo morali prilagoditi tudi ponudniki TV-programov, ki so za uporabnika brezplačni. »Brezplačni« komercialni TV-programi sodijo med t. i. programme packagers (PP), ki imajo trojno vlogo. Odgovorni so za izbor posameznih oddaj, za sestavljanje TV-sporeda (tako da le-ta spodbuja tok občinstva z enega programa na drugega) in za prodajo časa oglaševalcem za financiranje sporeda (Andersen, 2002:205). V okolju interaktivne/personalizirane televizije bodo nekatere vloge PP ogrožene. Dodana vrednost sporeda se zmanjša, če gledalci svoj čas pred TV-sprejemnikom razdelijo med interaktivnimi storitvami in tradicionalnim gledanjem televizije. Tradicionalni način zbiranja prihodkov PP je tako v nevarnosti, zato bodo morali najti druge poti za pritegnitev občinstva in prihodkov. PP se lahko na spremenjene razmere odzovejo na dva načina: lahko začnejo ponujati s programom povezane interaktivne storitve (ang. embedded interactive services) ali pa prevzamejo vlogo agregatorjev. Ključni faktor pri tem procesu bo vrednost močnih blagovnih znamk, zato se v ponujanje TV-portalov lahko vključijo tudi sedanji ponudniki internetnih portalov in lastniki drugih znamk, zlasti založniških (Andersen, 2002:206). Ponujanje programskih paketov oz. TV-portalov postane mogoče tudi kot samostojna dejavnost. Vlogo ponudnika programskih paketov (t. i. agregatorjev) so doslej večinoma imeli ponudniki dostopa. Tržna moč TV-portalov oz. agregatorjev se bo postopno povečevala: preko njih bo prehajala naročnina, provizija za transakcije in vse večji delež oglaševalskih prihodkov (Andersen, 2002:217).

### ***Lastniki pravic, producenti vsebin***

In, ne nazadnje, množična uporaba digitalnih videorekorderjev (PVR) in digitalizacija omrežij lahko pripelje celo do »napsterizacije« televizije: cela avdiovizualna industrija utegne ostati brez pomembnega dela prihodkov. Kljub temu producentom vsebin in lastnikom pravic napovedujejo novi priložnosti: povečano povpraševanje po novih interaktivnih vsebinah in možnost, da vsebino

---

<sup>13</sup> Pri TV-poslovanju (ali trgovini, trgovanju) je za razliko od TV-prodaje naročilo in plačilo možno samo z daljinskim upravljalcem ali tipkovnico, brez telefonskega klica.

potrošnikom ponudijo tudi neposredno. Za tovrsten premik bodo morali pridobiti nove veščine, kakršne že imajo npr. sedanji producenti internetnih vsebin in iger, ki zato lahko vstopijo na področje ponujanja storitev interaktivne televizije (Andersen, 2002:210).

#### ***1.4. SKLEP: ZAKAJ DIGITALIZACIJA?***

Glede na opisane možnosti in omejitve digitalne televizije lahko zaključim, da ta precej bolj kot potrošnikom koristi podjetjem, ki jo ponujajo (kar v kapitalističnem sistemu pač ni presenetljivo in vredno obsojanja). Čeprav digitalne televizije ne gre enačiti s plačljivo televizijo, pa je plačljiva televizija glavni način, da si komercialna podjetja povrnejo stroške subvencioniranja potrošniške opreme in nato ustvarjajo (čim večji) dobiček. Digitalizacija tako potrošniku poleg večje izbire prinaša večje stroške, televizija pa z nadaljnjo komercializacijo izgublja še več univerzalnosti. Tistim, ki si bodo lahko privoščili, bodo za individualizirano plačilo na voljo individualizirane vsebine, tistim, ki jim bo ta strošek previsok, pa bo ostala »brezplačna« ponudba, ki jo bodo zagotavljali javni servisi in tisti komercialni ponudniki, katerim bo model zgolj z oglasi financiranih vsebin še zagotavljal poslovni uspeh. Komercialna podjetja najraje vlagajo v digitalizacijo satelitske televizije, saj za najnižji vložek zagotavlja največji doseg, nekatera druga podjetja (zlasti telekomunikacijska) pa trenutno intenzivno preizkušajo televizijo IP.

Oblasti se medtem bolj intenzivno vpletajo v projekte digitalizacije prizemnih oddajnih mrež in kot glavni motiv navajajo povečan dostop do storitev informacijske družbe (ali, enostavneje, interneta), vendar je uresničljivost tega cilja na tak način vprašljiva. Če gre pri uresničevanju tega cilja za to, da bodo potrošniki za dostop do e-uprave, e-banke, e-knjžnice in e-časarkoli namesto računalnika uporabljali TV-sprejemnik, so izgledi slabi: kot kažejo britanske raziskave, dostop do interneta ni nekaj, kar potrošniki/državlani pričakujejo od digitalne televizije. Z digitalizacijo prizemnih oddajnih mrež poleg tega ni rešeno vprašanje povratnega kanala: pri trenutno uporabljeni tehnologiji za digitalno prizemno televizijo v Veliki Britaniji in Nemčiji je kot povratni kanal predviden telefon (fiksni ali mobilni), povratni kanal pa lahko predstavlja tudi zveza na klic (če je TV-komunikator opremljen ali povezan z modemom). Drugače je pri digitalni kabelski ali internetni televiziji, pri katerih je povratni kanal že »vgrajen«, koliko bo za gospodinjstva praktična in cenovno dostopna dvosmerna komunikacija prek satelita, pa bo pokazal čas (brez nje je povratni kanal satelitske digitalne televizije enak kot pri prizemni televizije). Glavni problem pri širjenju storitev informacijske družbe je najverjetneje vprašanje cenovno dostopnega (širokopasovnega) dostopa do interneta in ne vprašanje digitalne ali analogne televizije. Drži še nekaj: za (ozkopasovni) dostop do interneta prek televizorja digitalni televizijski signal ni potreben, saj

zadostuje že posebna naprava z modemom za povezavo na klic. Bolj verjetno je torej, da države v prizemno digitalno televizijo vlagajo zato, ker verjamejo v izjemen vpliv televizije na oblikovanje javnega mnenja in želijo z digitaliziranimi prizemnimi oddajnimi mrežami ustvariti vsaj približno enakovredno protiutež drugim prenosnim potem (satelitskim, kablenskimi, internetnim), nad katerimi imajo bistveno manj vpliva. Oblasti si nedvomno obetajo tudi dodatne prihodke iz naslova podeljevanja frekvenc, ki bodo izpraznjene zaradi večje učinkovitosti prenosa digitalnih televizijskih signalov.

Uspeh digitalizacije v končni fazi sloni na pripravljenosti potrošnikov, da – na tak ali drugačen način – za vse skupaj plačajo. Potrošnike pa zanimajo vsebine, za tehnologijo je večini malo mar. Številne domnevne pridobitve digitalne televizije (npr. »enhanced television«, snemanje na trdi disk, skorajšnji video na zahtevo itd.) so poleg tega izvedljive tudi brez digitalnega signala, vendar – če so ponujene zgolj v paketu z njim – potrošnik nima druge izbire, kot da sprejme tudi njega oz. zanj plača. Kljub vsemu lahko sklenem, da je digitalizacija televizije neizbežna, vendar pa se projekt ne bo uresničil zaradi potreb/zahteve potrošnikov, temveč zaradi komercialnega in političnega pritiska.

Naslednje poglavje predstavlja temelje regulacije radiodifuzacije v analogni dobi (uporabo radijskofrekvenčnega spektra), glavne izzive za regulacijo v »zliti« digitalni dobi (kjer bo omejenost manjša oz. bo ta obstajala le še pri oddajanju prek prizemnih oddajnih mrež) in opozarja na glavno področje regulacije digitalne televizije, in sicer je to vprašanje dostopa. Regulacija bo tako morala predvsem zagotoviti okolje, v katerem se bo potrošnik – v duhu pravične konkurence – lahko »srečal« s čim večjim številom ponudnikov vsebin (pa čeprav bodo te večinoma plačljive).

## **2. (NAD)DRŽAVNA ALI TRŽNA REGULACIJA TELEVIZIJE?**

Vprašanje o razmerju med državno in tržno regulacijo televizije je v Evropi aktualno vsaj od pojava komercialnih postaj v 80-ih letih 20. stoletja. Komercialnim televizijam so različne države nalagale različne obveze in omejitve, ki so jih te hočeš nočeš izpolnjevale in iskale inovativne načine, kako zakonska določila karseda zaobiti. Tehnološki razvoj je pozive, naj se (nad)države končno umaknejo s tega področja, še okrepil.

V tem poglavju bom predstavil, kje so temelji posebno močne regulacije televizije v primerjavi z drugimi mediji ter skušal odgovoriti na vprašanje, kateri so argumenti zagovornikov in nasprotnikov (nad)državne regulacije ter pregledal načine, na katere se lahko glavna orodja regulacije radiodifuzije prilagodijo tehnološko pogojenim spremembam predmeta svoje obravnave.

### **2. 1. RADIODIFUZIJA: IZJEMNO VPLIVNA, IZJEMNO REGULIRANA**

V »starem« radiodifuznem redu, pred pojavom novih tehnologij, je v splošnem veljalo, da radiodifuzija zaradi svoje narave ne more biti podvržena tržnim zakonitostim brez državne regulacije. Ta naj bi zagotovila učinkovito izrabo omejenih virov (frekvenc) ter uravnavala povpraševanje in ponudbo. Poleg tovrstnih ekonomskih je imela regulacija tudi kulturne in politične temelje, ki so bili v zakonodaji vedno postavljeni na prvo mesto, ne pa tudi vedno dejansko ščiteni: radiodifuzijo so pojmovali kot orodje vzgoje in izobraževanja ter skupno referenčno točko za raznolike segmente populacije, hkrati pa ji – vsaj na deklarativni ravni – priznavali izjemen pomen za demokratične politične procese (radiodifuzija kot platforma za predstavljanje različnih političnih pogledov in potencialno nevarno orodje v rokah propagandistov) (Levy, 1999:19).

Radiodifuziji je bil poleg tega dodeljen status 'javne dobrine' zaradi domneve/strahu, da so avdiovizualne vsebine neekskluzivne, potencialno dostopne vsakomur, oz. da gledalec nanje lahko naleti nehote (Collins, 2002b:82). Za regulatorno politiko Velike Britanije Collins (2002b:83) ugotavlja, da je temeljila na predpostavki, da so gledalci in poslušalci ranljivi ter da je glavna vloga države varovanje potrošnikov pred radiodifuzijo, čeprav jih bo varovala pred nečim, kar želijo. Ugotovitev nedvomno velja tudi v večini drugih evropskih držav, kjer se je razvoj radiodifuzije začel z javnimi servisi in regulacijo. Obratno v ZDA: tam so javni servis PBS (Public Broadcasting Service) dobili šele v 1960-ih letih, postaje v njegovi mreži pa niso nikoli postale zares pomembne pri oblikovanju javnega mnenja. Zvezna komisija za komunikacije (Federal Communications Commission – FCC) je prve licence za zasebne TV-postaje podelila leta 1941, leto dni zatem, ko je

CBS začel oddajal v barvah ([www.signalalpha.com/television.htm](http://www.signalalpha.com/television.htm)).

## **2. 2. NESPRAVLJIVA TABORA: ZA DRŽAVNO REGULACIJO IN PROTI NJEJ**

Prepustitev radiodifuzije tržnim mehanizmom ima svoje kritike in zagovornike. Zagovorniki državne regulacije (in/ali javnih servisov): »državna regulacija zagotavlja sodobno javno sfero« (Garnham v Collins, 2002b:84) ter »preprečuje oligopolizacijo radiodifuzije, ki izhaja iz odprtja radiodifuzijskih trgov« (Murdock, prav tam). Zagovorniki tržnega modela po drugi strani zagovarjajo stališče, da lahko le tržni mehanizmi potrošniku zagotovijo svobodo od državne cenzure. Državni posegi v radiodifuzijo pa niso samo cenzorske narave, opozarja Collins (2002b:84), temveč skušajo tudi spodbuditi produkcijo in distribucijo vsebin, kakršnih bi bilo sicer manj (npr. otroške in izobraževalne vsebine, vsebine nacionalnega izvora).

Razlikujejo se tudi v tem, kako zagotoviti »notranji« in »zunanj« pluralizem oz. kateremu dati poudarek. Zagovorniki državno regulirane radiodifuzije (in/ali koncepta javnih servisov) ponavadi trdijo, da bo prepustitev radiodifuzije tržnim mehanizmom zmanjšala raznolikost vsebin oz. notranji pluralizem (saj ne bo spodbud za ustvarjanje dragih kakovostnih vsebin) in povečala prizadevanja producentov, da vsebine prilagodijo zgolj najnižjemu skupnemu imenovalcu okusov (in tako zanemarijo vsebine, ki nagovarjajo posebne zahteve številnih »javnosti«, ki sestavljajo občinstvo radiodifuzije). Zagovorniki tržne regulacije po drugi strani zagovarjajo zlasti »zunanj pluralizem«, tj. večjo izbiro med posameznimi kanali: za to bi morale biti odpravljene ovire za vstop na tržišče in ukinjeni privilegiji, ki jih uživajo obstoječe radiodifuzne hiše (Collins, 2002b:84).

Tako zagovorniki tržnega modela radiodifuzije na eni strani kot zagovorniki reguliranega oz. javnopravnega modela imajo isti cilj: »osvoboditev potrošnika«, vendar pa pod potrošnikovo »svobodo« ne razumejo istih stvari. Razlikujejo se zlasti v tem, kakšni naj bi bili institucionalni in organizacijski okviri, v katerih bi ta cilj dosegli (Collins, 2002b:84). Eno od možnih izhodišč za »spravo« dveh skrajno razdeljenih taborov bi bilo:

»Ekonomске značilnosti in politična pomembnost medijev in komunikacij so [...] drugačne od značilnosti in pomembnosti jekla ali čevljev. Vendar pa poseben pomen medijev in telekomunikacij ne sme biti izgovor za onemogočanje razvoja sektorja, ki veliko obeta na področju zaposlovanja in gospodarske rasti.« (Collins, 1996:16)



## **2. 3. VPRAŠANJE DOSTOPA: GLAVNO PODROČJE »DIGITALNE« REGULACIJE**

Debata o razmerju državna – tržna regulacija ni dala konsenzualne rešitve, dodatno pa so jo zapletle tehnološke spremembe, ki so se odrazile tako v spremembah na tržišču (npr. premiki v lastniških razmerjih) kot v sprememenjenih oz. spreminjajočih se navadah gledalcev (npr. fragmentacija gledalstva zaradi povečanega števila kanalov):

»Tehnološko najbolj pismeni zagovorniki reform pogosto prvi prevzamejo pobudo in svoje nasprotnike obtožujejo, da ne razumejo narave tehnoloških sprememb in [z vztrajanjem pri zakonski regulaciji] ogrožajo razvoj tekmovalnosti. Medtem ko je prva obtožba pogosto resnična, je druga veliko bolj sporna.« (Levy, 1999:15)

Tehnološke spremembe so ustvarile možnosti za povsem novo razmerje med elektronskimi mediji ter gledalci. Omejenost frekvenčnega spektra so ublažili (1) razvoj digitalnih oddajnih sistemov, ki bolj učinkovito izrabljajo radiofrekvenčni spekter, (2) razvoj komunikacijskih satelitov, ki za oddajanje vsebin uporabljajo dodatne frekvence, ter (3) prodor razširjanja televizijskih vsebin po kablju ali s pomočjo videokaset, kjer za to ni potrebna uporaba frekvenčnega spektra (Collins, 2002b:81). S tem so zagovorniki nadaljnega umikanja držav ali nadnacionalnih povezav iz televizije dobili nove argumente: nove tehnologije tako nekateri opisujejo kot 'tehnologije svobode', saj politikom in korporacijam odvzamejo dosedanjo moč in jo dajejo potrošnikom (de Sola Pool v Collins, 2002:82), drugi poudarjajo, da državna regulacija zaradi različne obravnave zlivajočih se tehnologij onemogoča dokončanje konvergence in to ponazarjajo z razlikami v uspešnosti informacijske tehnologije v ZDA glede na Evropo. Prvi argument (o osvobajanju) zavračajo opozorila, da nove tehnologije še povečujejo neenak dostop do radiodifuznih storitev (npr. Golding v Collins, 2002b:82), drugega (o oviralnem potencialu regulacije) pa Levy (1999:146) spodbija z opozorilom, da so med ZDA in EU še druge pomembne razlike, ne zgolj regulatorne (ZDA so veliko jezikovno homogeno domače tržišče, delovna sila je bolj mobilna, na voljo je več tveganih posojil itd.).

Nazaj k vprašanju dostopa, ki ga številni akademiki in nekateri praktiki navajajo kot enega glavnih področij delovanja regulacije v svetu digitalizirane televizije. Razvoj tehnologij za kodiranje in dekodiranje namreč prinaša tudi možnost, da bo ogrožen značaj televizije kot 'javne dobrine', saj bo vse več vsebin na voljo za plačilo (z naročnino ali po načelu ogleda na zahtevo). Televizija se s tem lahko približa idealu tekmovalnega tržišča, kakršnega zagovarja neoklasična ekonomska teorija. V takih razmerah je torej vsaj teoretično mogoče, da bodo naravo in obliko radiodifuznega

sistema »določali potrošniki in ne več politične in korporacijske elite, ki radiodifuzijo nadzirajo zdaj« (Collins, 2002b:81). Sistemi za kodiranje televizijo spreminjajo v bolj zaseben medij: »eden-enemu« namesto »eden-mnogim«. Tovrsten razvoj dogodkov zagovorniki deregulacije razlagajo kot argument proti državni regulaciji, vendar pa analitiki napovedujejo, da ta oblika televizijske potrošnje ne bo prevladala vsaj do leta 2010 (Levy, 1999:145). Poleg tega je tudi s komunikacijo »eden – enemu« tako, da dostop do nje ne bo samoumeven; prav vprašanje dostopa bo tista točka, na katero se bo morala osredotočiti državna regulacija, tako da bodo »ponudniki vsebin imeli dostop do distribucijskih mrež, potrošniki pa do kar največje palete nekodiranih in kodiranih vsebin« (Levy, 1999:158). Regulacijo dostopa lahko postavimo tudi za zgled področja, kjer bo regulacija lahko učinkovita, ne glede na internacionalizacijo prenosnih poti (npr. sateliti): vprašanje dostopa bo namreč aktualno v potrošnikovem domu.

Medtem ko se zdi utemeljevanje regulacije dostopa precej enostavno, pa je na bolj trhlih nogah argumentacija v prid regulaciji vsebine, ki iz preteklosti v čas več stotih kanalov prenaša izmuzljive pojme kakršna sta »kakovost« in »primernost«: zatakne se že pri njenih definicijah, ki so pogosto politično motivirane ali vsaj izpadejo skrajno pokroviteljsko do odraslih (in zase odgovornih) gledalcev. Izrisujeta se dva možna izhoda iz iz te pasti. Prvič, regulacija bo morala upoštevati različne načine, na katere lahko gledalec pride do vsebin, po splošnem konsenzu neprimernih za otroke (npr. pornografije): nesmiselno je enake zapovedi nalagati za distribucijo videokaset in vsebine, dostopne po načelu plačaj za ogled na eni strani (kjer se predpostavlja, da otroci ne morejo do vsebine brez potrditve polnoletnosti) in npr. javne televizije na drugi strani. »Primerne«, »manj primerne« in »neprimerne« vsebine bo v ta namen seveda potrebno ustrezno klasificirati, kar sicer spet ne bo zadovoljilo vseh in vsakogar, vendar klasifikacija predstavlja še najboljši odgovor na – vsaj deklarativno – zaskrbljenost javnosti glede dostopa otrok do pornografije in vsebin, v katerih je nasilje namenjeno samemu sebi in ni postavljeno v kontekst<sup>14</sup>. Tovrstni ukrepi bodo dali najboljše rezultate, če jih bo spremljalo medijsko opismenjevanje. In drugič, še večji bo moral postati pomen javnopравnih televizij, katerih vsebine bodo morale ostati ne zgolj dostopne vsem v družbi, temveč tudi take »kakovosti«, da bodo zadovoljevale čim večji razpon okusov. Države bodo morale javnim servisom omogočati ugoden način financiranja in njihovim kanalom zagotavljati prenos prek vseh mogočih platform (t. i. must carry rules, ki mrežne

---

<sup>14</sup> Na Nizozemskem na primer uporabljajo enoten sistem klasifikacije vsebin vseh avdiovizualnih medijev (javne in zasebne televizije, film, video, videoigrice), za kar skrbi poseben inštitut Nicam. Ta pripravlja smernice za klasifikacijo, rešuje pritožbe in predstavlja tudi glavni informacijski center za teme, ki se nanašajo na zaščito otrok pred škodljivimi učinki avdiovizualnih medijev. Sistem potrošnikom zagotavlja opisne informacije, na podlagi katerih se lahko racionalno odločijo, ali je izdelek primeren za mlade ljudi (EK, 2001a:13).

operaterje zavezujejo k prenosu kanalov javnih televizij), hkrati pa bodo zato od njih upravičeno pričakovale več kot od zasebnih komercialnih kanalov.

Še vprašanje vsebin javnih servisov samih: za radiodifuzne sisteme, v katerih bodo razmerja med udeleženci uravnavali zgolj tržni mehanizmi, Collins (2002b:84) napoveduje, da bo v njih »brez dvoma precej manj vsebin, namenjenih skupinam z nizko kupno močjo, npr. otrokom, starejšim in zapostavljenim družbenim skupinam (priseljencem, jezikovnim manjšinam). V zgolj tržno reguliranem medijskem trgu bo izjemno veliko (individualiziranih) programov, ki pa bodo ponujali enake vsebine, zato morajo javni servisi delovati po načelih univerzalne dostopnosti, zagotavljanja raznovrstne ponudbe za vse državljane ne glede na njihove materialne zmožnosti, omogočanja javne razprave ter odgovornosti javnosti in ne državi ali oglaševalcem (Hrvatin, 2002):

»Izkušnje z popolno deregulacijo na medijskem področju so, paradoksalno, prinesle najmočnejše argumente za zagovor javnih medijev – zagotavljanje programskih vsebin za vse državljane ne glede na to, ali so njihove informacijske potrebe komercialno zanimive ali ne.« (Hrvatin, 2002:81)

V debatah o prilagajanju regulacije tehnološkim spremembam (pa tudi sicer) ima vidno mesto tudi vprašanje, če velja povsem ukiniti področno regulacijo za radiodifuzijo in jo prepustiti splošni konkurenčni politiki. Tako bi se bilo domnevno mogoče izogniti težavam z definicijami, do katerih prihaja zaradi konvergence, premik pa naj bi odražal tudi dejstvo, da radiodifuzija postaja sektor kot vsak drug, in odstranil politizacijo, ki veje iz zakonskih določil o regulaciji radiodifuzije. Levy, nasprotno, politično vmešavanje vidi kot odraz političnega pomena radiodifuzije in pričakovanja, da bo s popolnim prenosom regulacije radiodifuzije v okvir konkurenčne politike manj vmešavanja politike, označuje kot naivna. Konkurenčne politike sicer nikakor ne gre podcenjevati: veliko vlogo ima zlasti pri razreševanju vprašanj dostopa, čeprav je tudi tu potrebna izrecna zakonska ureditev medomrežne povezljivosti, dostopa do mrež in načinov, na katere bodo navigacijski sistemi gledalce vodili med številnimi kanali (npr. EPG) (Levy, 1999:153-4).

Digitalizacija krepi tudi nekatera druga regulatorna vprašanja, sicer pereča že v »analogni dobi«. Glasni so pozivi po konvergenci regulacije (tako vsebine kot infrastrukture), v oviru katerih Collins (1996:180-1) na podlagi britanskih izkušenj opozarja, da bi moralo nad strukturo in lastništvom trga medijev in telekomunikacij bedeti eno samo telo, ki deluje transparentno in ima zadostna pooblastila<sup>15</sup>. Regulator (Collins, 1996:172-3): (1) mora predstavljati populacijo kot

---

<sup>15</sup> Britanska vlada se je problema razdrobljenosti pooblastil med številnimi regulatornimi telesi lotila v novem medijskem/komunikacijskem zakonu (2003 Communications Act). V skladu z njim je decembra 2003 začel delovati

celoto; (2) se mora s publiko posvetovati; (3) mora biti seznanjeni s spreminjajočo strukturo javnih vrednot; (4) mora biti odgovoren javnosti; (5) mora za različne medije in različne vsebine uporabiti različna merila. Tovrstna urejenost pa še ni zadostno zagotovilo za zagotavljanje pravic potrošnikov avdiovizualnih vsebin (in storitev), nadaljuje Collins (2002:89) in se zavzema se za to, da interese potrošnikov oz. državljanov, povezane z radiodifuzijo, brani potrošniško gibanje oz. potrošniške organizacije. Kot primer navaja ameriški Citizen Communications Center, ki med drugim zastopa potrošnike v primerih pred Zvezno komisijo za komunikacije (Federal Communications Commission, FCC) in sodišči ter si prizadeva za raznolikost vsebin in lastništva.

---

Urad za komunikacije (Office of communications – Ofcom). Vanj se je zlilo pet obstoječih regulatorjev – Independent Television Commission (ITC), Office of Telecommunications (Ofcom), Broadcasting Standard Commission (BSC), Radio Authority in Radiocommunication Agency. Urad s 1.100 zaposlenimi, ki deluje pod sloganom “Serving citizen-consumer in the digital age”, ima za razliko od njegovih predhodnikov pristojnosti tudi za delovanje BBC, čeprav korporacija formalno ostaja pod nadzorom svojega odbora guvernerjev. (Higham, 2004; Žilič, 2003; [www.ofcom.org.uk](http://www.ofcom.org.uk)).

### 3. EU: SPORNA REGULACIJA (DIGITALNE) TELEVIZIJE

Za zadnja desetletja avdiovizualne politike EU je značilno zlasti dvoje: prizadevanje za uravnoteženje tržne izmenjave z ZDA in liberalizacija. Uravnoteženje izmenjave z ZDA ni uspelo, saj je v času neoliberalne televizijske politike evropski primanjkljaj v menjavi z ZDA samo naraščal (Tongue, Hancock, Papathanassopoulos v Näränen, 2002:21). Evropska komisija je za leto 1999 ocenila, da je delež ameriških produkcij na avdiovizualnih tržiščih držav članic znašal od 60 do 90 odstotkov, medtem ko je bil delež evropskih produkcij na ameriškem tržišču le eno- do dwoodstoten (Näränen, 2002:21), leta 2000 pa je primanjkljaj v avdiovizualni menjavi z ZDA znašal kar več kot osem milijard dolarjev (Evropski avdiovizualni observatorij v EK, 2003b:4). Medtem ko so številni kot razlog regulacije (ali pač deregulacije) navajali ekonomske vidike, so drugi vztrajali, da mora regulacija televizije izhajati iz njenega izjemnega kulturnega in političnega pomena in stremeti k ciljem, kot so medijski pluralizem, zaščita otrok in »ustvarjanje evropske identitete«.

To – pogosto nasprotujoči si – cilji regulacije so se nato izrazili na več področjih politike EU. Prvo je Direktiva Televizija brez meja (Television without frontiers, TVWF), ki ureja vprašanje sodne pristojnosti za izdajatelje TV-programov znotraj Skupnosti, hkrati pa upošteva tudi nekatere »cilje v splošnem interesu«, npr. zaščito mladoletnikov, oglaševanje in zaščita velikih (zlasti športnih) dogodkov pred prikazovanjem na plačljivi televiziji. Z njo je močno povezana podpora produkciji evropskih avdiovizualnih del v okviru programov, kakršna sta Media Plus in Media Training. Ob bok Direktivi TVWF lahko postavimo tretje področje politike EU z močnim vplivom na televizijo, in sicer konkurenčno politiko. Ta svojega delovanja ne utemeljuje zgolj na načelih skupnega trga in pravične konkurence, temveč v svojih odločitvah dosledno poudarja tudi cilje kot sta pluralizem in dobrobit gledalcev (oz. potrošnikov). EU nekatere vidike avdiovizualnih medijev obravnava posebej, med drugim v okviru regulacije omrežij (Direktiva o skupnem regulatornem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve, ki prenosne poti za televizijo obravnava v paketu s telekomunikacijami in informacijsko tehnologijo) ter v okviru regulacije elektronskega poslovanja (Direktiva o elektronskem poslovanju, pod katero sodijo storitve informacijske družbe oz. interaktivne storitve digitalne televizije).

V štirih podpoglavjih bom predstavil glavna področja, ki jih v zvezi z radiodifuzijo obravnavajo različne regulativne politike EU: regulacija vsebine »linearnega« televizijskega programa (Direktiva TVWF), regulacija lastništva radiodifuznih organizacij (splošna konkurenčna politika EU), regulacija prenosnih poti (Okvirna direktiva) in regulacija storitev informacijske družbe

(Direktiva o e-poslovanju).

### **3. 1. REGULACIJA TV-VSEBINE – DIREKTIVA TVWF**

Direktiva TVWF (89/552/EEC, dopolnjena z 97/36/EC) predstavlja temelj regulacije vsebinske plati avdiovizualne politike v EU. Definira osnovne pojme in postavlja pravni okvir za prost pretok televizijskih storitev v EU ter predvideva koordinacijo zakonodaj držav članic na naslednjih področjih: (1) določanje meril za določanja sedeža izdajatelja TV-kanala in s tem zanj pristojno državo članico, (2) zaščita mladoletnikov, (3) pospreševanje produkcije in distribucije evropskih avdiovizualnih del, (4) dostop javnosti do velikih (športnih) dogodkov ter (5) televizijsko oglaševanje in sponzoriranje<sup>16</sup>.

Najprej bom pregledal, kje so izvori te Direktive, nato učinek njene 15-letne veljave in končal z izzivi, ki jih tehnološke spremembe predstavljajo za regulacijo vsebine (televizijske in tudi drugih).

#### **3. 1. 1. TVWF 1989, 1997: TEŽAVNA POT DO KOMPROMISA**

Predlog direktive, ki se je leta 1989 končal s sprejetjem Direktive TVWF, je pripravil Generalni direktorat Evropske komisije za notranji trg, debate proti koncu sedemletnega pripravljalnega obdobja pa je zaznamovalo iskanje načina, kako zagotoviti prost pretok televizijskih kanalov med državami članicami (Levy, 1999:42). Glavna pridobitev Direktive so zato določila, ki so države članice zavezovala, da ne onemogočajo sprejema kanalov, za katere je sodno pristojna druga država članica – ob tem da je za vsakega izdajatelja pristojna samo ena država. Cena za soglasje o medsebojnem priznavanju pristojnosti je bilo hkratno sprejetje minimalnih pravil o temah »v splošnem interesu«, kakršne so oglaševanje in sponzorstvo, pravica do odgovora in zaščita mladoletnikov (de Witte v Levy, 1999:43). Državam članicam je Direktiva sicer dovolila, da izdajateljem TV-kanalov postavijo strožja pravila.

Levy (1999:43) poudarja, da so liberalne države (npr. Velika Britanija in Nemčija) za privolitev v Direktivo leta 1989 zahtevale več stavkov, ki so jo oslabile. Tako je v členih o kvotah (4 in 5) zapisano, da je te potrebno uresničiti »kjer je to mogoče in na primeren način« ter da se lahko razmerje v prid evropskih del doseže »postopno, na podlagi primernih meril in ob upoštevanju odgovornosti izdajatelja televizijskega programa do njegovih gledalcev pri obveščanju,

---

<sup>16</sup> Evropska konvencija o čezmejni televiziji iz leta 1989 (katere dopolnjena verzija iz leta 1998 je stopila v veljavo leta 2002) obravnava ista vprašanja kot Direktiva TVWF in je kot mednarodni sporazum, sprejet v okviru Sveta Evrope, nad Direktivo TVWF, ta spet nad zakonodajami držav članic EU. Petnajst (od 1. maja 2004 25) držav članic EU bo pri morebitni reviziji Konvencije v okviru 45-članskega Sveta Evrope najverjetneje zastopalo stališča, podobna izraženim med revizijo Direktive TVWF.

izobraževanju, kulturi in zabavi«. Člen 5 (o spodbujanju neodvisne produkcije) je po eni strani zadovoljil pristaše liberalizacije (ki so upali, da bo tako dosežen prvi korak na poti k odpravi monopolističnega položaja javnih servisov pri produkciji) in lobi neodvisnih producentov (ki so lahko računali na nove poslovne priložnosti). Rezultat takih kompromisov so bili številne izjeme in primeri neuresničevanja določil členov o kvotah (Levy, 1999:43).

Pozivi za prvo revizijo Direktive TVWF so temeljili zlasti na dveh točkah, ki sta bili medsebojno tesno povezani: rasti števila kanalov in vse večjem deficitu v avdiovizualni menjavi z ZDA. Osnovo za razprave je predstavljala Zelena knjiga iz leta 1994, in je omenjala tudi izzive, ki jih predstavlja digitalizacija, vendar pa se predlagani ukrepi niso bistveno razlikovali od predlogov, o katerih je Komisija razmišljala že v 80-ih letih prejšnjega stoletja (Levy, 1999:45). Med njimi so bili ukrepi za spodbujanje produkcije dram in dokumentarcev, zaostritev ukrepov iz Direktive 1989, nov pristop k finančnim spodbudam za avdiovizualno industrijo oz. za »evropska dela« na evropski ravni in krepitev usklajevanja nacionalnih podpornih mehanizmov.

Francija je kot predsedujoča dvanajsterici v prvi polovici leta 1995 revizijo Direktive vključila med prioritete in med drugim predlagala izbris fraze »kjer je to mogoče« iz členov 4 in 5 o kvotah ter jasnejšo definicijo, katera država ima sodno pristojnost za satelitske programe. Ko je Evropska komisija (EK) marca 1995 predstavila osnutek nove direktive, je naletela na kritike iz dveh taborov: po eni strani so številni evroparlamentarci menili, da je osnutek preblag, po drugi pa so nekatere države članice nasprotovale kakršni koli krepitvi kvot (Levy, 1999:46). Levy (1999:47) analizira, da je imel Evropski parlament zaradi postopka soodločanja teoretično sicer veliko moč, da pa bi se proces spreminjanja lahko končal popolnoma neuspešno, če s Svetom ne bi dosegel kompromisa. Novembra 1995 je bil že dosežen politični dogovor, da Direktiva ostane skoraj nespremenjena, čemur je sledilo 18 mesecev razgretih debat med Svetom in parlamentarnim Odborom za kulturo, ki je zahteval krepitev določil o kvotah in vključitev novih avdiovizualnih storitev (Goldberg in Verhulst v Levy, 1999:47).

Evropskemu parlamentu je uspelo ponovno povečati interes za spremembe Direktive predvsem s pomočjo dveh tem: zaščita otrok pred nasiljem na televiziji in dostopom javnosti do pomembnih športnih dogodkov. Parlament je najprej izglasoval resolucijo, ki je zahtevala, da je vsak TV-sprejemnik opremljen s t. i. V-čipom, ki staršem omogoča, da otrokom preprečijo ogled oddaj, klasificiranih glede na količino seksa in nasilja. Zahtevo po obvezni uvedbi V-čipa je EP opustil v zameno za študijo o tem vprašanju, bolj uspešen pa je bil pri vprašanju športnih prenosov. Njegovo resolucijo, ki je državam članicam omogočala sestavo seznamov dogodkov posebnega pomena, ki morajo biti javnosti dostopni na nekodiranih (ang. free to air) kanalih, so nato preoblikovali v člen

3a Direktive TVWF. EP si je sicer prizadeval tudi za razširitev področja Direktive, tako da bi v njen okvir sodile tudi storitve, kakršna je video na zahtevo, vendar ta predlog na plenarnem glasovanju ni dobil zadostne podpore. Levy (1999:48) sklene, da je bil Svet pripravljen sklepati kompromise le o temah, ki niso zahtevale bolj intervencionistične pozicije, niti Direktivi niso dale več moči.

### **3. 1. 2. PETNAJST LET TVWF: VPRAŠLJIV USPEH**

Po petnajstih letih veljave Direktive TVWF (oz. sedmih letih veljave dopolnjene različice) bom pregledal, kakšen je rezultat njenih določil o medsebojnem priznavanju sodne pristojnosti za izdajatelje TV-programov, zaščiti otrok, kvotah za evropska dela, dogodkih posebnega pomena in oglaševanju.

#### ***Sodna pristojnost nad izdajatelji***

Člena 2 in 2a Direktive TVWF jasno določata, da ima lahko sodno pristojnost nad izdajateljem TV-programa samo ena država in tudi merila za določitev pristojne države. Direktiva poleg tega države članice zavezuje, da omogočijo svoboden sprejem kanalov iz drugih članic, z eno samo izjemo: ko kanal krši določila Direktive o zaščiti mladoletnikov.

Komisija se je leta 2003 močno približala sprožitvi sodnega postopka v zvezi s sodno pristojnostjo za izdajatelje TV-programov, ko se je nanjo pritožil luksemburški CLT-UFA, izdajatelj satelitskih TV-programov RTL 4 in RTL 5, namenjenih nizozemskim gledalcem. Postopek je Komisija opustila, saj so nizozemske pristojne oblasti razveljavile odločitev komisije za medije, s katero je ta prevzela sodno pristojnost za ta programa, katerih izdajatelj ima sedež v Luksemburgu (EK, 2003:9).

#### ***Zaščita mladoletnikov***

Zaščita mladoletnikov (in javnega reda), o kateri govori peto poglavje Direktive TVWF, je močno povezana z vprašanjem sodne pristojnosti, saj je kršenje tega poglavja edina okoliščina, v kateri lahko države članice prepovejo sprejem TV-kanalov pod sodno pristojnostjo druge države članice. Direktiva postavlja vrsto pogojev, ki morajo biti izpolnjeni, preden lahko država, v kateri se ti programi zgolj tržijo, stori tak korak. Izdajatelj mora člene petega poglavja kršiti najmanj dvakrat, preden lahko država njega in Komisijo obvesti o domnevnih kršitvah in ukrepih, ki jih namerava izvršiti, če se bodo ponovile. Za posvete je predvidenih 15 dni, nato – če še vedno ne pride do sporazuma – pa lahko država, v kateri se sporen kanal trži, enostransko ukrepa proti njemu. Postopek se zaključi v dveh mesecih po sprejetju obvestila o domnevnih kršitvah, potem ko



Evropska komisija odloči, ali so sprejeti ukrepi v skladu z zakonodajo Skupnosti.

Evropsko sodišče prve stopnje je leta 2000 v zvezi s tem obravnavalo zahtevo danskega izdajatelja Danish TV po razveljavitvi odločitve Evropske komisije, ki je potrdila britansko prepoved sprejema njegovega pornografskega kanala Eurotica Rendez-Vous. Sodišče je zahtevo zavrglo, saj po njegovem mnenju odločitev Evropske komisije neposredno ne zadeva tožnika, pač pa Veliko Britanijo. V rzsodbi je zapisalo, da je odločitev Komisije zgolj ugotovitev skladnosti britanskega ukrepa z zakonodajo skupnosti (primer T-69/99 Sodišča evropskih skupnosti)<sup>17</sup>.

Sicer Direktiva v poglavju o zaščiti mladoletnikov državam članicam nalaga sprejem primernih ukrepov, ki bodo zagotovili, da izdajatelji pod njihovo sodno pristojnostjo ne bodo predvajali programov, ki »bi lahko resno ogrozili fizični, psihični, ali moralni razvoj mladoletnikov, zlasti oddaj, ki vključujejo pornografijo ali neutemeljeno nasilje« (člen 22(1)). Izjema (člen 22(2)) so okoliščine, ko mladoletniki nimajo dostopa do »oddaj, ki bi *lahko* ogrozile [...] razvoj mladoletnikov«, bodisi zaradi časa predvajanja, bodisi zaradi tehničnih ukrepov. Če so take oddaje nekodirane, pa morajo biti ustrežno označene z zvočnim opozorilom ali grafičnim simbolom (člen 22(3)).

### ***Kvota za evropska dela***

Četrty člen Direktive od izdajateljev TV-programov zahteva, da »večinski delež oddajnega časa rezervirajo za evropska dela, v kar pa se ne šteje čas, namenjen poročilom, športnim dogodkom, igram, oglaševanju, teletekstu in TV-prodaji, člen 5 pa, da »10 odstotkov proračunskih sredstev ali oddajnega časa namenijo delom neodvisnih producentov«.

Za spremljanje njihovega uresničevanja je Direktiva TVWF v členu 26 zadolžila Evropsko komisijo, ki mora poročilo pripraviti vsaki dve leti. Doslej zadnje, Peto, poročilo iz leta 2002 (EK, 2002a) tako obravnava leti 1999 in 2000 in je prvo, ki prikazuje tudi splošne trende glede tega vprašanja, tako na ravni Skupnosti kot v državah članicah.

<b>Referenčno obdobje</b>	<b>1991- 1992</b>	<b>1993- 1994</b>	<b>1995- 1996</b>	<b>1997- 1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
<b>Število kanalov</b>	124	162	214	367	352 <sup>18</sup>	400

<sup>17</sup> Primer Eurotice Rendez-Vous je edini tovrstni, ki je dosegel Evropsko sodišče, sicer je Velika Britanija samo do leta 1998 prepovedala sprejem še petih pornografskih satelitskih programov (sporočilo za javnost ministrstva za kulturo, medije in šport v Levy, 1999:172).

<sup>18</sup> Nenaden padec števila kanalov leta 1999 sovпада z novimi smernicami za spremljanje uresničevanje členov 4 in 5 Direktive TVWF, ki sicer črpajo iz Direktive same. Smernice, ki jih je leta 1999 izdal Odbor za stike, določajo, da so od uresničevanja določil iz teh členov izvzeti (1) poročila, športni dogodki, igre, oglaševanje, teletekst in TV-prodaja, (2) TV-programi, ki so namenjeni lokalnim publikam in niso del nacionalne mreže, (3) programi, ki v celoti oddajajo v jeziku, ki ni eden od jezikov držav članic, ter (4) programi, namenjeni izključno sprejemu v tretjih državah in jih ni

**Tabela 2: Število kanalov, za katere veljata člena 4 in 5 Direktive TVWF (vir: EK, 2002a – COM(2002)612).**

V poročilu je EK ugotovil, da je leta 1999 določilo o večinskem deležu evropskih del izpolnilo ali preseгло 68,58 % vseh kanalov, leta 2000 pa 72,50 %. Poročilo je poudarilo, da je številka »impresivna glede na znatno povečanje števila kanalov, zlasti specializiranih, v tem obdobju« (Tabela 2). V obdobju 1992-1996 je delež kanalov, ki so večino oddajnega časa zapolnili z evropskimi deli, nihalo med 74 in 61 % (Levy, 1999:44). Komisijo je v Petem poročilu sicer najbolj navdušil podatek, da je bilo v letih 1999 oz. 2000 v TV-programih petnajsterice evropskim delom namenjenih 60,7 % oz. 62,2 % oddajnega časa, kar je komisarka Viviane Reding, pristojna za avdiovizualne zadeve, pripisala »povečanemu povpraševanju javnosti po nacionalnih in evropskih delih« in dodala, da je to nemara povezano tudi z izboljšanimi razmerami v evropski kinematografiji (EK, 2002b; EK, 2002a).

Tudi upoštevanje člena 5 (evropska dela neodvisnih producentov) je Komisija v Petem poročilu ocenila kot »v splošnem zadovoljivo«. Komisija vidi »pozitiven in dinamičen trend v oddajanju evropskih del [...] v kontekstu splošnega povečanja števila kanalov«. V letih 1999 in 2000 je povprečen čas oddajanja<sup>19</sup>, rezerviran za evropska dela neodvisnih producentov, na vseh kanalih v vseh državah EU znašal 37,51 oz. 40,47 %. Kljub temu iz poročila sledi, da okoli 15 % kanalov ni uresničilo zahtev člena 5.

Glavni razlogi, ki so jih navedli izdajatelji (oz. zanje države članice) za neizpolnjevanje kvot iz členov 4 in 5 Direktive TVWF (EK, 2002a):

1. nekatere države so poročale, da ista radiodifuzna hiša izdaja več programov in da vsi programi skupaj celo presegajo minimalne zahteve Direktive;
2. tematska narava kanalov;
3. dejstvo, da gre za novega izdajatelja in
4. primere podružnic družb, ki imajo sedež zunaj EU in sistematično črpajo vsebine iz lastnih katalogov.

### ***Dogodki posebnega pomena za družbo***

Direktiva TVWF v členu 3a državam članicam dovoljuje, da sestavijo seznam dogodkov, ki so po njihovem mnenju velikega pomena za družbo in morajo biti javnosti dostopni prek nekodiranih

---

mogoče sprejemati v eni od držav članic. Sicer je Evropski avdiovizualni observatorij v Evropi (EU ter na Islandiji in Norveškem) januarja 2000 naštel 670 kanalov, januarja 2001 pa okoli 820. V slednjih podatkih niso vključeni regionalni in lokalni kanali (EK, 2002a).

<sup>19</sup> Člen 5 državam članicam sicer daje na izbiro, da od izdajateljev programov zahtevajo, da delom neodvisnih producentov namenijo bodisi najmanj 10 % oddajnega časa, bodisi najmanj 10 % programskega proračuna.

(ang. free to air) programov, izdajateljem iz drugih država pa nalaga, da tovrstne ukrepe spoštujejo. To določilo je rezultat prve revizije Direktive leta 1994, spodbudili pa so ga strahovi – ki so se kasneje izkazali za neosnovane –, da bi si evropske pravice za olimpijske igre 2000-2008 pridobili izdajatelji naročniških programov (Levy, 1999:47). Iz konsolidiranega seznama držav, ki so to pravico izkoristile (OJ C 183, 2. 8. 2003, str. 3-4) lahko razberemo, da imajo največ – najverjetneje upravičenih – tovrstnih strahov države, kjer je razvita plačljiva televizija. Na seznamu je namreč le pet držav (Velika Britanija, Irska, Nemčija, Avstrija in Italija), ki so zaščitile večinoma pomembne športne dogodke z udeležbo nacionalnih moštev, Italija in Avstrija pa tudi sanremski festival oz. novoletni koncert dunajskih filharmonikov in operni ples.

### ***Oglaševanje***

Direktiva TVWF v poglavju IV (členih 10-20) določa pravila za televizijsko oglaševanje, sponzorstvo in TV-prodajo. Oglasom je tako lahko namenjeno največ 15 odstotkov dnevnega oddajnega časa (20 % skupaj s spoti TV-prodaje in »drugimi oblikami oglaševanja«), znotraj ene ure pa oglasi in spoti TV-prodaje ne smejo obsegati več kot 20 odstotkov časa. Iz tega časa so izvzeti samopromocijski spoti izdajatelja ter javne napovedi in dobrodelnih pozivi (ang. public service announcements). Poleg tega Direktiva dovoljuje do osem programskih oken dnevno, namenjenih TV-prodaji, od katerih mora vsak trajati najmanj 15 minut, vsi skupaj pa ne smejo trajati več kot tri ure dnevno. Če povzamem: trženju lahko po Direktivi TVWF 24-urni TV-kanal vsak dan nameni skoraj osem ur (468 minut) oddajnega časa, poleg tega pa lahko – neomejeno – predvaja še »sporočila izdajatelja, povezana z njegovimi programi in pomožnimi izdelki, ki so neposredno izpeljani iz teh programov« (člen 18(3)). Poglavje IV govori tudi o vstavljanju oglaševalskih blokov znotraj posameznih oddaj: igrane in televizijske filme, ki trajajo več kot 45 minut, se sme prekiniti samo enkrat v vsakem 45-minutnem obdobju, dodatna prekinitev pa je dovoljena samo, če film traja vsaj 20 minut dlje od dveh ali več polnih 45-minutnih obdobj. Ta določila se ne nanašajo na nadaljevanke in nanizanke, zabavne oddaje in dokumentarce – med posameznimi oglasnimi bloki znotraj teh oddaj mora preteči vsaj 20 minut.

Domiselnost izdajateljev TV-programov, kako zaobiti določila Direktive o oglaševanju je neizmerna. Sodišče Evropskih skupnosti je tako v tožbi nemškega RTL proti pristojnim nemškim oblastem potrdilo razlago televizije, po kateri je dovoljeno na 20 minut prekinjati tudi TV-filme (oz. jih obravnavati kot serije). Pogoji za to je po mnenju sodišča nadaljevanje zgodbe med njimi ali ponovno pojavljanje enega ali več likov iz prejšnjega dela (primer C-245/01 Evropskega sodišča). Televizije tudi s pridom izkoriščajo določila, da lahko poleg plačanih oglasov neomejeno predvajajo oglase za lastne dejavnosti in izven rednih oglasnih blokov predvaja oglase za izdelke iz

svojih založb (CD-je, DVD-je, knjige, mesečnike ...). Glasbeni programi pa so našli načine, kako TV-prodajo gledalcem »prodati« (skoraj) kot reden program: nemška glasbena programa Viva in Viva Plus tako v okviru »teleshoppinga« predvajata glasbene spote, v pasici na dnu programa pa so podatki, kako naročiti CD-je predvajanih izvajalcev.

Leta 2002 je Komisija v Četrtem poročilu o uresničevanju Direktive TVWF (EK, 2003a) zapisala, da je glede časovnih omejitev za oglaševanje prejela več pritožb, ki so jih večinoma poslale potrošniške organizacije, na podlagi katerih je sprožila tri postopke: dva, ki sta zadevala Španijo in Italijo, je že opustila, v tretjem, ki je zadeval Grčijo, pa so državne oblasti začele postopek sprejemanja ustreznih ukrepov. Na podlagi spremljanja (ang. monitoring) TV-programov glede uresničevanja določil Direktive o oglaševanju je Komisija v času, ki ga pokriva Četrto poročilo (tj. v letih 2001 in 2002) sprožila še tri postopke, ki zadevajo Nemčijo, Italijo in Portugalsko.

### **3. 1. 3. DRUGA REVIZIJA TVWF: VEČINA ZA STATUS QUO?**

Dopolnjena Direktiva TVWF iz leta 1997 navaja, da mora do naslednje revizije priti pred 30. junijem 2002, iz načrta, ki ga je konec leta 2003 predstavila Evropska komisija, pa sledi, da morebitnega predloga za novo dopolnitev Direktive ne bo vsaj do leta 2005 – morebitni predlog nato čaka še dolgotrajni zakonodajni postopek usklajevanja med Svetom EU in Evropskim parlamentom, ki je v primeru prvega dopolnjevanja Direktive trajal več kot dve leti. Drugo revizijo Direktive TVWF je Evropska komisija sprožila s Četrnim poročilom o uresničevanju Direktive TVWF leta 2002 (EK, 2003a), v katerem je ugotavljala, da je v splošnem mogoče zaključiti, da »Direktiva še naprej uspešno služi svojemu namenu zagotavljanja svobodnega nudenja televizijskih storitev v Skupnosti« in da »so najpomembnejši cilji v javnem interesu, ki jih ščiti Direktiva, še vedno veljavni«. Komisija je poročilu dodala delovni program, ki je vključeval organizacijo javnega posvetovanja, zlasti o morebitni prilagoditvi Direktive tehnološkemu razvoju na področju radiodifuzije. Dopustila je možnost, da proti koncu leta 2003 oz. na začetku leta 2004 »zakonodajalcu Skupnosti predlaga serijo ukrepov za utrditev skladne evropske avdivizualne politike, upošteva cilje ustvariti tekmovalno in k rasti usmerjeno okolje za razvoj avdivizualnega sektorja«. Delovni program je Komisija izpolnila, predlogov za noveliranje Direktive pa ni bilo. Nov delovni načrt, dodan dokumentu Prihodnost evropske avdivizualne regulativne politike (EK, 2003b), je namesto njih napovedal nove posvete, nove študije ter izdajo nekaterih novih priporočil državam članicam. Nov akcijski načrt za leti 2004-5 ne predvideva, da bo Komisija v tem času vendarle pripravila zakonske predloge.

Zgodba iz prve revizije Direktive TVWF se je tako ponovila, saj je bil Evropski parlament zopet

bolj zavzet za spreminjanje Direktive – in krepitev njenih določil – kot Komisija ali ključne države članice. Medtem ko se je Komisija pripravi predloga spremenjeno Direktivo izogibala z naročanjem novih študij ter napovedovanjem novih nezavezujočih priporočil in strokovnih posvetov, je Evropski parlament vztrajal pri čimprejšnjih spremembah. Parlamentarni Odbor za kulturo se je na Četrto poročilo o uresničevanju Direktive TVWF odzval s svojim Poročilom o Televiziji brez meja (EP, 2003), v katerem je bolj ali manj obravnaval teme, na katere je opozarjal že med prvo revizijo ter poudaril, da druga revizija zamuja.

Podrobneje bom predstavil tri teme, o katerih so si bili vpleteni v dosedanji proces druge revizije Direktive TVWF najbolj vsaksebi: vprašanje širitve področja Direktive in predloge za Direktivo o vsebini brez meja, vprašanje zaščite otrok glede na nove možnosti zlorab, ki jih omogočajo nove tehnologije, ter močno sporno vprašanje uvedbe vseevropske zakonodaje o medijski koncentraciji, ki naj bi dopolnila siceršnjo konkurenčno politiko EU.

### ***Od televizije k vsebini brez meja?***

Odgovori številnih od več kot 150 sodelujočih v pisnem posvetovanju, ki ga je v okviru revizijskega postopka Direktive TVWF sprožila Komisija, so se nanašali na področje Direktive, zlasti glede na storitve informacijske družbe, ki so na voljo na televizijskem sprejemniku, vendar jih je Komisija povzela z izjavo v duhu stališča iz začetka razprave, namreč, da se ne zavzema za spremembo odnosa med storitvami informacijske družbe (ki jih skupaj z drugimi vrstami komercialne on-line komunikacije pokriva Okvirna direktiva o elektronskem poslovanju) in storitvami, ki jih pokriva Direktiva TVWF (EK, 2003). Komisija zaključuje, da doslej še nobena storitev informacijske družbe ni dosegla pomembnosti in vpliva, kakršnega ima tradicionalna televizija, kljub temu pa je napovedala, da bo o tej temi s pomočjo strokovnih fokusnih skupin razmišljala v letu 2004.

Odbor za kulturo Evropskega parlamenta je v Poročilu o Televiziji brez meja – ki ga je EP 4. septembra 2003 potrdili kot resolucijo – zapisal, da obstaja pravna negotovost glede interpretacije Direktive v zvezi z nekaterimi aplikacijami novih avdiovizualnih storitev, kot so *split-screen advertising*, interaktivne storitve in virtualno oglaševanje ter zahteval razširitev področja Direktive zaradi tehnološkega razvoja (EP, 2003). Komisarka, pristojna za avdiovizualni sektor, Viviane Reding se je na tovrstne pozive v plenarni debati Evropskega parlamenta 4. septembra 2003 odzvala z mnenjem, da bo – dokler radiodifuzija v družbi uživa neenako pomembnost in vpliv – »nemogoče doseči konsenz glede vsebine brez meja, kar potrjujejo tudi posvetovanja« (zapis debate EP na [www.europarl.eu.int](http://www.europarl.eu.int)). EP je namreč v Resoluciji o Televiziji brez meja predlagal pomembno razširitev področja Direktive: njena osnovna načela naj bi prenesli v nov okvirni

zakonodajni paket o vsebini (ang. Content Framework Package), ki bi bil prilagojen različnim medijem (ang. graduated levels of regulation). Ta »zakonodajni paket« naj bi konsolidiral revidirane različice Direktive TVWF, Direktive o e-poslovanju ter Direktive o avtorskih pravicah, povezanih s satelitskim oddajanjem in kabelsko retransmisijo (EP, 2003). Malce drugače potrebo po taki vseevropski zakonski ureditvi vprašanja vsebine utemeljuje Evropska potrošniška organizacija, ki meni, da s stališča potrošnika različno reguliranje oglaševanja in trženjskih tehnik v radiodifuziji glede na druge sektorje ni smiselno: »Potrošniki potrebujejo enake pravice, ne glede na medij, ki ga oglaševalci in tržniki uporabljajo za promocijo izdelkov in storitev« (BEUC, 2003:13). Nasprotno komisarka, ki konsenza glede morebitne »vsebine brez meja« ne vidi, niti ne vidi potrebe po vključevanju določil o vsebini storitev informacijske družbe v zakonodajne dokumente: »Storitve informacijske družbe bi bilo na zgodnji stopnji njihovega razvoja neprimerno podvreči podrobnejšim določilom v Direktivi« (zapis debate EP na [www.europarl.eu.int](http://www.europarl.eu.int)).

Zdi se, da se s komisarko Redingovo, ko spremembe Direktive pogojuje s spremembami vpliva televizije na njen vpliv v družbi, strinja poročilo o možnostih za revizijo Evropske konvencije o čezmejni televiziji. Andreas Grünwald v njem namreč ugotavlja, da digitalizacija in konvergenca dejansko lahko pripeljeta do popolne preobrazbe strukture tržišča, celo do spremembe radiodifuzije, a dodaja, da do takih dramatičnih sprememb še ni prišlo, niti jih ni mogoče napovedati za bližnjo prihodnost: »Tehnološki razvoj v medijskem sektorju ni zamenjal tradicionalne televizije, temveč jo je dopolnil s številnimi novimi storitvami« (Grünwald, 2003:9). Trditev utemeljuje z dejstvom, da nove medijske storitve niso zmanjšale vpliva tradicionalne televizije na oblikovanje javnega mnenja – to bi lahko spremenil edino »webcasting«, če bo ta splošni javnosti dostopen preko širokopasovnih omrežij. Poseben vpliv televizije na javno mnenje Grünwald utemeljuje s tremi njenimi lastnostmi: (1) izjemen doseg, saj lahko doseže milijone gledalcev hkrati; (2) sugestivna moč na zaznavanje gledalcev, ki jo imajo gibljive slike, opremljene z zvokom in (3) neposrednost, ki zlasti med prenosi v živo gledalcu daje občutek, da je neposredno vključen v dogajanje na zaslonu. Avtor poročila za Svet Evrope se sprašuje tudi o možnostih za regulatorno definicijo »medijskih storitev« (tj. vsega, kar ni tradicionalni, linearni TV-program) in ponuja več možnosti (Grünwald, 2003:13-16):

1. glede na kriterije kot so število uporabnikov, vrsta vsebine, količino interaktivnosti, količina uredniške vsebine. Grünwald ugotavlja, da idealnega kriterija za definicijo medijskih storitev najverjetneje ni, saj »so različni vidiki vplivanja na javno mnenje preveč zapleteni, da bi jih lahko merili z enim kriterijem«. Ponuja možnost merjenja z več kriteriji (npr. medijska storitev

bi sodila v okvir Konvencije, če ima »največ srednjo količino interaktivnosti in vsaj minimalno količino uredniške vsebine«), a dodaja, da večanje števila kriterijev veča tudi netransparentnost regulacije;

2. sestavljanje seznamov tovrstnih storitev. To možnost avtor poročila zavrne, saj taki seznam »komajda ustrezajo 'idealnim' ciljem tehnološko nevtralne, fleksibilne in abstraktne regulacije«;
3. splošen pristop, ki temelji na domnevi, da je vsakršna oblika elektronske komunikacije vsaj potencialno pomembna za oblikovanje javnega mnenja. Rezultat tega pristopa bi bil, da bi zunaj Konvencije od medijev ostal le še tisk (ker ni 'elektronski') ter individualna elektronska komunikacija (npr. e-pošta, govorna telefonija – ker nista naslovljeni na 'neomejeno število uporabnikov'). Tak pristop bo po mnenju Grünwalda izzval očitke o preveliki regulaciji, zato bi morala določila Konvencije »delovati kot protiutež in skušala regulatorne dolžnosti, kjer je to mogoče, omejiti na absolutni minimum«.

### ***Spreminjanje Direktive le v paketu z zaščito otrok?***

Vprašanje tehnološkega razvoja je – prek novih možnosti uporabe TV-sprejemnika – seveda močno povezano tudi z uporabniki, zlasti otroki. Tehnološki razvoj Komisija tako preučuje tudi v okviru spremljanja uresničevanja Priporočila Sveta iz leta 1998, ki se nanaša na zaščito mladoletnih in človeškega dostojanstva na internetu in televiziji. Priporočilo državam članicam svetuje oblikovanje okvirov, v katerih bodo zaščiteni mladoletni in človekovo dostojanstvo, omogočali pa bodo tudi nadaljnji razvoj »industrije internetnih storitev«. Decembra 2003 je Komisija pripravila Drugo poročilo o uresničevanju Priporočila Sveta (EK, 2003e), v katerem ugotavlja, da je potreba po varnem okolju večja kot kdajkoli prej, zlasti zaradi novih platform (npr. UMTS). Sicer je Komisija na podlagi odgovorov držav članic (in osmih pristopnic, tudi Slovenije) ugotovila, da te priporočila uresničujejo različno. Na splošno je zaznala napredek na tem področju, zlasti zaradi uvajanja telefonskih števil za pritožbe in kodeksov, ki odražajo priporočila o samoregulaciji. Glede televizije Drugo poročilo ugotavlja, da so vse države članice in večina pristopnic uresničile zahtevo iz člena 23(3) Direktive TVWF (predvajanje zvočnega opozorila pred za mladoletne potencialno škodljivimi oddajami ali prisotnost vizualnega simbola v času njihovega trajanja). Samoregulacija v radiodifuziji je manj razvita kot pri internetu, učinkovitost filtrirnih sistemov za digitalno televizijo (ki so vgrajeni v nekatere sprejemnike), pa je odvisna od tega, ali imajo otroci dostop do kode, ki omogoča gledanje televizije, še ugotavlja Drugo poročilo.

Na osnovi ugotovitev Drugega poročila in vzporednega javnega posvetovanja v okviru revizije

Direktive TVWF si je Komisija za prvo polovico leta 2004 zadala nalogo, da pripravi predlog za osvežitev Priporočila 1998, tako da bo to vključevalo vprašanja medijskega opismenjevanja in teme, ki jih že pokriva Direktiva TVWF: pravica do odgovora ter ukrepi proti diskriminaciji ali spodbujanju k sovraštvu na osnovi rase, spola ali nacionalnosti v vseh on-line medijih (EK, 2003e). Novo priporočilo naj bi upoštevalo tudi pripombe nekaterih glede nejasnosti definicij vsebin, ki lahko *resno* ogrozijo razvoj mladolenih (člen 22(1)) in vsebin, ki lahko ogrozijo razvoj mladoletnih (člen 22(2)), ter težavnega učinkovitega uveljavljanja določil tega poglavlja v času digitalne televizije. Zgodba iz prve revizije Direktive TVWF – ko je Komisija največ posluha pokazala prav za vprašanja, povezana z zaščito otrok – se torej ponavlja, seveda pa je res, da so njeni dokumenti, ki jih izda kot Priporočila, neobvezne narave.

### ***Večno sporno vprašanje: Vseevropska regulacija medijske koncentracije***

V okviru debat o morebitni drugi spremembi Direktive TVWF ima pomembno mesto tudi vprašanje posebne regulacije medijskega lastništva, ki bi se s tem vprašanjem ukvarjala poleg siceršnje Unijine konkurenčne politike. Parlament je v Resoluciji o Televiziji brez meja leta 2003 opozoril na vse večjo medijsko koncentracijo in izrazil prepričanje, da mora revidirana Direktiva TVWF vsebovati jasne omejitve lastništva avdiovizualnih medijev in predvidevati mehanizme za nadzor lastništva. Komisarka Redingova se do parlamentarnih zahtev na zasedanju 4. septembra 2003 ni vsebinsko opredelila, pač pa je evroparlamentarce obvestila, da se med drugim tudi z vprašanjem pluralizma ukvarja Zelena knjiga o storitvah v splošnem interesu iz maja 2003 in napovedala, da bo Komisija bodočo politiko določila na podlagi posvetovalnega procesa<sup>20</sup>.

Z Zeleno knjigo se je Komisija odzvala (tudi) na Resolucijo o medijski koncentraciji, ki jo je EP sprejel 20. novembra 2002. V njej je Komisijo pozval, naj do konca leta 2003 pripravi zeleno knjigo, v kateri bo zajela ta vprašanja in povzela sedanje stanje v državah članicah in pristopnicah, do konca parlamentarnega sklica (v drugi polovici leta 2004) pa konča preiskavo o »političnih, gospodarskih in pravnih posledicah evropskega regulatornega okvira, ali drugih regulatornih možnosti, kakršna je direktiva, na zavarovanje svobode izražanja in medijskega pluralizma, na

---

<sup>20</sup> Komisarka Redingova je na istem zasedanju EP zavrnila tudi parlamentarna poziva po oblikovanju delovne skupine nacionalnih regulatorjev (»nasprotujejo mu nekatere države članice«) in po tem, da vanj vključijo stalne predstavnike javnosti in izdajateljev TV-programov (zavzela se je za sistem ad hoc vabil, kakršnega po njenih besedah že uporabljajo). Parlament se je v resoluciji med drugim zavzel tudi za pravico do kratkih izvlečkov, večjo dostopnost digitalne televizije za slušno in vidno prizadete ter ureditev razmer, v katerih se morajo državljani Unije, ki ne prebivajo v matični državi, »zatekati k piratstvu, da lahko prek satelita spremljajo TV-programe iz izvorne države«. Parlament ni zahteval večjih kvot za evropska dela; resolucija se členov 4 in 5 dotika le v toliko, da Komisijo poziva, naj podrobneje pojasni pojma »evropska dela« in »dela neodvisnih producentov« ter uvede jasno definicijo »specializiranih kanalov«, ki bi bili lahko oproščeni zahtev iz členov 4 in 5. Evroparlamentarci so Komisijo pozvali tudi, naj razmisli o možnostih vseevropskega televizijskega kanala, ki bo pokrival dejavnosti parlamenta.



zavarovanje in spodbujanje kulturne raznolikosti in na zagotovitev poštene konkurence na oglaševalskem trgu«. Zelena knjiga najprej poudarja, da je varovanje medijskega pluralizma prvenstveno naloga držav članic in da je »glavni namen sedanje zakonodaje Skupnosti zagotavljanje ekonomskega ravnotežja med udeleženci na trgu in torej medijski sektor obravnava kot gospodarsko področje in – zgolj posredno – tudi kot sredstvo za informiranje državljanov« (EK, 2003f:22). Glede naraščajoče koncentracije v medijskem sektorju Zelena knjiga sicer ugotavlja, da z njo zaščita medijskega pluralizma pridobiva pomen in v javno debato daje vprašanje, ali naj Komisija ponovno bolj podrobno preuči potrebo po delovanju na tem področju. »Ponovno« zato, ker je to vprašanje enkrat že preučevala, in sicer leta 1992. Takratni krog posvetov na podlagi zelene knjige »Pluralizem in medijska koncentracija na notranjem trgu: ocenjevanje potrebe po delovanju Skupnosti« – kot je Komisija poudarila v novi Zeleni knjigi – »ni omogočal jasnih operativnih sklepov in Komisija ni podala nobenih uradnih pobud«.

Komisija in EP sta tako ujeta v neskončen krog parlamentarnih resolucij, ki zahtevajo oster nastop, in Komisijinih sprožanj javnih debat. Zelena knjiga 1992 – katere cilj je bilo predvsem učinkovito delovanje notranjega trga in manj pluralizem – je bila odziv Komisije na parlamentarno Resolucijo o o medijskih prevzemih in spojitvah iz leta 1990. EP po neuspehu ni odnehal in je leta 1994 izdal kar dve resoluciji na to temo, leta 1995 pa še eno. Leta 1995 je v Resoluciji o pluralizmu in medijski koncentraciji »obžaloval dejstvo, da Komisija Parlamentu še ni posredovala predloga za revizijo Direktive 89/552/EEC«. Minili sta še dve leti in po novih pozivih je Evropska komisija leta 1997 v javno razpravo poslala novo besedilo Direktive, in sicer pod naslovom Medijsko lastništvo – že sama sprememba naslova iz Koncentracija in pluralizem je kazala tudi na spremembo cilja – zagotoviti skupni trg in posledično pluralizem. Z uvajanjem »klavzule fleksibilnosti«, ki bi državam članicam omogočala, da same definirajo prage koncentracije, pa je novi tekst Direktive popolnoma razveljavil temeljno idejo – skupne, usklajene zakonodaje za vse. Pobude za pripravo direktive o zaščiti pluralizma naj bi preprečile prav močne medijske korporacije (Hrvatin, 2003a).<sup>21</sup> O delovanju »splošne« konkurenčne politike EU na področju radiodifuzije in njenih rezultatih pišem v naslednjem podpoglavju.

---

<sup>21</sup> V času trajanja debat o uvedbi nadnacionalnih pravil glede medijske koncentracije na ravni EU je korak naprej glede tega storil Svet Evrope (SE). Debate v njegovem okviru so se leta 1999 končale s sprejemom Priporočila št. R(99) o ukrepih za spodbujanje medijskega pluralizma. Priloga Priporočil državam članicam priporoča, naj razmislijo o sprejetju zakonodaje za preprečevanje ali omejevanje koncentracij, ki bi lahko ogrozile pluralnost medijev na nacionalni, regionalni ali lokalni ravni. Kot podlago za možne omejitve dokument predlaga delež občinstva posamezne medijske družbe ali njen dobiček/prihodek. Priporočilo med drugim govori tudi o digitalizaciji: države članice SE naj bi pri z njo povezanim razdeljevanjem frekvenčnega spektra upoštevale interese radiodifuzije, glede na njen prispevek k političnemu in kulturnemu pluralizmu. Poudarja tudi pomen pravičnega, preglednega in nediskriminatornega dostopa do sistemov in storitev, ki so nujne za digitalno radiodifuzijo (npr. osnovnih navigacijskih sistemov) ter državam

## ***Ostale teme***

Komisija je sicer do konca leta 2003 v okviru javne razprave o reviziji Direktive TVWF prejela več kot 150 odgovorov na še nekaj drugih tem, ki jih je definirala v Četrtem poročilu o uresničevanju Direktive TVWF ter jih nato zbrala v sporočilu Prihodnost evropske avdiovizualne regulativne politike in dodala svoja mnenja (EK, 2003b):

1. **sodna pristojnost:** nekatere države članice in potrošniške organizacije so izrazile zaskrbljenost nad raznolikostjo nacionalnih zakonodaj in iz nje izhajajočega tveganja, da radiodifuzne hiše za svoj sedež izberejo državo z manj strogimi pogoji. Nekateri sodelujoči v razpravi so opozorili tudi na oglaševanje, prilagojeno za posamezno območje, zlasti za sosednje države. Komisija je glede tega opozorila, da so tovrstne dejavnosti v skladu z določili Direktive o sodni pristojnosti.
2. **dogodki posebnega pomena in pravica do kratkih izvlečkov:** »Glede določil Direktive, ki državam članicam dajejo pravico, da sestavijo seznam dogodkov posebnega pomena za družbo, ki ne smejo biti oddajani na kodiranih kanalih, ni večjih težav«, je odgovore sodelujočih povzela Komisija, glede morebitne uvedbe pravice do kratkih izvlečkov (ki bi televizijam in drugim medijem omogočila dostop do povzetkov dogodkov, za katere so bile sicer prodane ekskluzivne pravice) pa Komisija načrtuje nadaljnja posvetovanja s strokovnjaki.
3. **kvote ter definiciji evropskih del in del neodvisnih producentov (poglavje III):** nekateri sodelujoči v razpravi so v svojih odgovorih predlagali nadomestitev izraza »večinski delež oddajnega časa« za evropska dela z izrecno količinsko opredelitvijo (od 51 do 75 %) in natančnejšo opredelitev izrazov »evropska dela« in »dela neodvisnih producentov«, drugi so se medtem spraševali o smiselnosti takih določil. Sodelujoči v razpravi so med drugim opozarjali tudi na problematičnost načina spremljanja uresničevanja Direktive ter na težave, ki jih imajo z uresničevanjem Direktive specializirani tematski kanali, kanali v državah z majhno avdiovizualno produkcijo in novi kanali. Komisija predloge povzema z mnenjem, da večina glede teh vprašanj zagovarja status quo in da zato zaenkrat ne namerava predlagati dopolnil k tem določilom Direktive.
4. **oglaševanje (poglavje IV):** nekateri odgovori so predlagali vključitev novih oglaševalskih tehnik (*split screen*, interaktivno in virtualno oglaševanje) v Direktivo. Komisija je spet povzela, da večina meni, da so sedanja določila Direktive zadostna, kljub temu pa je napovedala, da bo izdala interpretativno sporočilo o novih oglaševalskih tehnikah. Sicer je

---

članicam nalaga, naj preiščejo možnosti za uvedbo splošnih tehničnih standardov za digitalno radiodifuzijo in se trudijo za kar najširšo združljivost med digitalnimi dekodirji.

Komisija od zadnje revizije Direktive naročila tudi dve neodvisni študiji na temo oglaševanja. Študija o vplivu televizijskega oglaševanja in TV-prodaje na mladoletne je, po mnenju Komisije v Četrtem poročilu o uresničevanju Direktive TVWF, ugotovila, da »določila Direktive predstavljajo zadosten in fleksibilen okvir za pravila držav članic na tem področju« in zaznala »široko uporabo samoregulacije na tem področju« (EK, 2003a:13). Druga študija – o razvoju novih oglaševalskih tehnik – pa je pokazala, da je to področje šele v zgodnji fazi razvoja in še nima resnega vpliva na oglaševalske prihodke medijev (prav tam).

### **3. 2. VAROVANJE SKUPNEGA TRGA – KONKURENČNA POLITIKA**

Konkurenčna politika EU deluje na treh področjih, vsa pa imajo tudi pomemben vpliv na avdiovizualni sektor – s konvergenco tehnologij je to področje dobilo še večji pomen, saj jo spremljajo nove priložnosti za omejevanje konkurence, »konvergenca lastništva« in okrepljeni poskusi izpodbijanja uveljavljenega statusa javnih servisov (oz. načina njihovega financiranja).

V predstavitvi vseh treh glavnih področij konkurenčne politike Evropske komisije na področju avdiovizualnega sektorja bom prikazal, kako vsako od njih sovпада z drugo perečo problematiko (digitalne) televizije: na področju prepovedanih omejevalnih sporazumov je to vprašanje TV-pravic, na področju preprečevanja koncentracij vprašanje dostopa do omrežij, na področju prepovedanih državnih pomoči pa vprašanje financiranja javnih servisov.

#### **3. 2. 1. VPRAŠANJE OMEJEVALNIH SPORAZUMOV = VPRAŠANJE PRAVIC**

Evropski komisiji Pogodba o EU daje pravico, da prepove sporazume med podjetji, ki omejujejo konkurenco. Pravno podlago za prepoved takega sporazuma predstavlja 81. člen Pogodbe, ki določa, da je sporazum neveljaven, če določa nabavne ali prodajne cene ali druge prodajne in nakupne pogoje; omejuje proizvodnjo, trge, tehnični razvoj ali naložbe; omogoča delitev tržišča ali dobavnih virov; za enake storitve ali izdelke različnim strankam zaračunava drugačne cene ali sklepanje pogodb pogojuje z dodatnimi obveznostmi pogodbene stranke, ki z osnovnim predmetom pogodb nimajo nikakršne zveze. Vendar lahko Komisija nekatere omejevalne sporazume dovoli, če se s podjetji hkrati dogovori o omejitvi njihovega trajanja in/ali o dodatnih pogojih. Po zakonodaji Skupnosti se lahko pri takšnih sporazumih odstopi od prepovedi, ker navsezadnje koristno vplivajo na trg: izboljšajo proizvodnjo/distribucijo dobrin ali pospešijo tehnični/gospodarski napredek. Ob tem morajo biti potrošniki načeloma deležni poštenega dela koristi, ki izhajajo iz dovoljenega omejevalnega sporazuma.

V radiodifuziji je vprašanje omejevalnih sporazumov postalo pereče v 80. letih prejšnjega stoletja,

ko so na tržišče, dotlej pod skoraj popolnim nadzorom javnih servisov, začele vstopati komercialne televizije (Levy, 1999:81). Najbolj odmevni so nemara primeri paketne prodaje (ang. joint selling) televizijskih pravic za neposredne prenose športnih dogodkov, ki nakup omogočajo le velikim in bogatim TV-hišam, velik del pravic pa nato zaradi ekskluzivnosti pogodb ostane neizkoriščen, ker vseh tekem en izdajatelj pač ne more prenašati v živo.

Evropska komisija je tako eno od prvih preiskav protikonkurenčnega delovanja na področju pravic za televizijsko predvajanje utemeljila prav na 81. (takrat še 85.<sup>22</sup>) členu Pogodbe o EU. Leta 1989 je Komisija od nemškega ARD (zveze deželnih javnopравnih televizij) zahtevala, da spremeni več pogodb z ameriškim MGM/UA (Metro-Goldwyn-Mayer/United Artists Entertainment), s katerimi si je ARD (za svoj nacionalni program Das Erste in deželne programe posameznih članic) za povprečno dobo 15 let pridobil ekskluzivne pravice za televizijsko predvajanje 1.350 filmov iz knjižnice MGM/UA. Nove pogodbe so morale omogočiti, da bodo podlicenčne pravice za predvajanje filmov MGM/UA v času trajanja pogodb lahko kupile tudi druge nemške TV-hiše. Potem ko sta vpleteni stranki sklenili nove pogodbe, je Komisija odobrila omejevalni sporazum, saj med drugim povečuje ponudbo v nemščino sinhroniziranih filmov, s čimer se je izboljšal tudi položaj razvijajočih se komercialnih TV-hiš, ki so dobile pravice odkupa podlicenčnih pravic za že sinhronizirane filme (Odločba EK 89/536/EEC).

Javne televizije so se pod drobnogledom Komisije zaradi domnevnega omejevanja konkurence znašle še večkrat, na primer leta 2000, ko je Komisija podobno razsodila v primeru Evropske radiodifuzne unije (European Broadcasting Union, EBU), a je bilo Sodišče prve stopnje drugačnega mnenja. Komisija je EBU v skladu s tretjim odstavkom 81. člena dovolila ohranitev omejevalnih pogodb o pravicah za športne prenose. Svojo odločitev je pospremila z oceno, da vzpostavljen sistem skupnega pridobivanja pravic za mednarodne športne dogodke za 68 članov EBU v 49 državah sicer dejansko omejuje konkurenco, da pa koristi zlasti majhnim TV-hišam iz manjših držav, ki imajo tako dostop do več športnih oddaj boljše kakovosti. Poudarila je tudi, da sodelovanje teh kanalov v Evrovizijskem sistemu izmenjave omogoča čezmejno radiodifuzijo in prispeva k razvoju enotnega evropskega radiodifuznega trga (EK, 2000d). Odločitev Komisije so nato pred Sodiščem prve stopnje uspešno spodbijali štirje izdajatelji nekodiranih TV-programov iz Francije, Nizozemske in Portugalske<sup>23</sup>. Sodišče je leta 2002 potrdilo stališče pritožnikov, da sistem

---

<sup>22</sup> Novo oštevilčenje členov Pogodbe določa 12. člen Amsterdamske pogodbe in velja od 1. maja 1999.

<sup>23</sup> Evropska komisija je sicer podobno odločitev, s katero je EBU dovolila omejevalne sporazume na področju pravic za športne dogodke, sprejela že leta 1993, a je tudi to Sodišče prve stopnje razveljavilo: takrat zlasti zaradi dejstva, da je član EBU tudi Canal Plus, francoski ponudnik plačljive televizije. EBU je nato spremenil svoja pravila in Canal Plus izključil (EK, 2000d).

EBU za prodajo podlicenčnih pravic za športne dogodke nečlanom ne zagotavlja dovoljšnjega dostopa (sporočilo za javnost CJE/02/80). EBU je imel konec leta 2003 na svoji spletni strani zapisano, da se je na razsodbo Sodišča pritožil, s Komisijo začel nove pogovore na to temo in da njegovi člani pravilnik za prodajo pravic za športne oddaje nečlanom uresničujejo »kolikor je mogoče v duhu pripomb Sodišča« (www.ebu.ch).

Julija 2003 je Evropska komisija po štirih letih končala postopek proti Uefi, krovni organizaciji evropskih nogometnih zvez (Union des Associations Européennes de Football), glede pakete prodaje pravic za tekme lige prvakov. Komisija je tak način prodaje dovolila le pod vrsto pogojev, ki bodo omogočili več neposrednih prenosov tekem in dali posameznim klubom več svobode pri prodaji TV-pravic za njihove posamezne tekme. Komisija je za prejšnja pravila menila, da »omejujejo konkurenco med TV-hišami, spodbujajo koncentracijo medijev in dušijo razvoj športnih storitev na internetu in v tretji generaciji mobilne telefonije, [...] kar ni v interesu navijačev in potrošnikov na splošno« (EK, 2002d). Po novih pravilih bo Uefa pravice za glavne tekme Lige prvakov ob torkih in sredah tržila v dveh paketih, katerih kupec bo lahko izbral dve najboljši tekmi. Pravice za ostale tekme bo sprva ponudila v obliki še enega paketa, če pa kupca zanj ne bo našla, bodo pravice lahko prodali posamezni klubi samostojno. Novi sistem tudi predvideva, da bodo Uefa in klubi pravice prodajali tudi za internet in tretjo generacijo mobilne telefonije in omejuje trajanje pogodb – ki bodo prodane na podlagi javnega razpisa – na največ tri leta. Podobne preiskave kot v primeru Uefe je komisija sprožila tudi glede pravic za nacionalna nogometna prvenstva.

Določila 81. člena o (pogojnem) dovoljenju omejevalnih sporazumov je Komisija uporabila tudi v primeru iz leta 1999, ko je za sedem let dovolila sporazum o ustanovitvi skupnega podjetja British Interactive Broadcasting (BiB)<sup>24</sup>, ki je v Veliki Britaniji tržil digitalne interaktivne storitve. Komisija je sporazum o njegovi ustanovitvi dovolila z namenom, da olajša razvoj novih televizijskih digitalnih interaktivnih storitev, kljub zaskrbljenosti, da bo podjetje, katerega delničarji so bili B SkyB, BT, Midland Bank in Matsushita Electric Europe, onemogočalo konkurenco na tem področju. Komisija je takrat ugotavljala, da bi BT in B SkyB s svojim znanjem in viri lahko tovrstne storitve ponujala samostojno, zato je za odobritev sporazuma postavila vrsto

---

<sup>24</sup> V nameri o sklenitvi sporazuma za ustanovitev podjetja za trženje interaktivne televizije, ki so jo delničarji v skladu s pravili Skupnosti leta 1997 poslali v presojo Evropski komisiji, so podjetje poimenovali Open. Do leta 1999, ko je Komisija sprejela končno odločitev, so podjetje preimenovali v British Interactive Broadcasting (BiB), še eno preimenovanje pa je sledilo leta 2001, ko je B SkyB odkupil deleže svojih partnerjev in BiB preimenoval v Sky Active. BiB je, preden je popoln nadzor nad njim prevzel B SkyB, poslovna leta končeval z velikimi izgubami (do 200 milijonov funtov). Sky Active je predstavljal tudi spremembo v poudarku ponudbe: na račun interaktivne prodaje je B SkyB začel večati ponudbo iger, glasovanj in drugih podobnih interaktivnih storitev (MediaGuardian.co.uk, 21. 1. 2002).

pogojev, ki naj bi zagotovili, da bodo konkurenco BiB predstavljale kabelske mreže, da bodo imeli tretji ponudniki dostop do njegovih subvencioniranih komunikatorjev in TV-kanalov BSkyB ter da bo omogočen razvoj alternativnih komunikatorjev (EK, 1999).

Komisija lahko sproži tudi preiskavo zlorabe prevladujočega položaja, o čemer govori 82. člen Pogodbe o EU, ki kot zlorabo prevladujočega položaja pojmuje okoliščino, ko podjetje posredno ali neposredno vsiljuje neupravičeno visoke ali nizke prodajne ali nabavne cene. Za zlorabo gre tudi, če podjetje na škodo potrošnikov omejuje proizvodnjo ali tehnični razvoj, za enake storitve ali izdelke različnim strankam zaračunava drugačne cene ali sklepanje pogodb pogojuje z dodatnimi obveznostmi pogodbene stranke, ki z osnovnim predmetom pogodb nimajo nikakršne zveze. 82. člen prevladujočega položaja sicer ne prepoveduje, če je ta posledica učinkovitosti podjetja, za razliko od 81. člena pa ne predvideva izjem. Evropska komisija na podlagi tega člena ni sprejela nobene uradne odločitve glede radiodifuzije.<sup>25</sup>

Svet EU je 16. decembra 2002 s sprejetjem Uredbe 1/2003 sprejel naslednico štiri desetletja stare Uredbe 17/62, ki urejuje načine udejanjanja določil 81. in 82. člena Pogodbe o EU. Nova pravila, ki bodo začela veljati hkrati s širitvijo EU 1. maja 2004, bodo omogočila decentralizacijo uresničevanja teh členov (v postopkih bodo večjo vlogo dobili državni organi za nadzor konkurence in sodišča v državah članicah) ter ukinitve sistema obveščanja Komisije o namerah po sklenitvi omejevalnih sporazumov – ta se bo tako po besedah komisarja Maria Montija »lahko osredočila na svojo osnovno nalogo«, kljub temu pa ji bo »bolj kot kdaj koli omogočeno, da zazna in kaznuje najresnejše kršitve« (EK, 2003d:4).

### **3. 2. 2. VPRAŠANJE KONCENTRACIJE = VPRAŠANJE DOSTOPA**

Naslednje področje konkurenčne politike EU z vplivom na medije je preprečevanje koncentracij. Kot je namen in pomen tega dela konkurenčne zakonodaje opisala komisarka Redingova, zakonodaja o združitvah »zagotavlja kulturno raznolikost in hkrati upošteva potrebo po evropskih

---

<sup>25</sup> Primer domnevne zlorabe prevladujočega položaja v televizijskem sektorju so v letih 2002 in 2003 obravnavale britanske oblasti, in sicer na podlagi drugega poglavja zakona o konkurenci iz leta 1998 (1998 Competition Act), ki je skoraj identičen z 82. členom Pogodbe o EU. Britansko telo za nadzor konkurence, Office of Fair Trading, je tako zavrnilo pritožbe tekmecev BSkyB, ki njegove plačljive TV-programe distribuirajo na drugih platformah. Ugotovilo je sicer, da ima BSkyB prevladujoč položaj v grosistični ponudbi najboljših športnih in filmskih kanalov, a tudi, da gre za mejni primer, zato kršitve ni potrdilo. Pritožbene stranke so trdile, da BSkyB svoje TV-kanale prodaja po ceni, ki jim ne omogoča dobička, četudi so tako učinkovite kot BSkyB (v delu posla, ki se tiče distribucije). BSkyB so tekmeči očitali tudi, da prevladujoč položaj zlorablja s ponujanjem programskih paketov, v katerih so za znižano ceno na voljo različni izdelki in popustov na osnovi količine programov, ki jih distributerji prodajo končnim potrošnikom – tudi ti dve pritožbi je Office of Fair Trading zavrnil (<http://merlin.obs.coe.int/iris/2003/2/article15.en.html>, 10. 2. 2003).

medijskih družbah zadostne velikosti, da te lahko tekmujejo na svetovni ravni« (Reding, 2003). Evropski sistem za nadzorovanje združitvev (ter prevzemov in ustanovitev skupnih podjetij) na evropski ravni od leta 1990 temelji na Uredbi Sveta št. 4064/89 (t. i. Uredba o združitvah), ki jo bo v prvi četrtini leta 2004 predvidoma zamenjala temeljito dopolnjena verzija.

Uredba o združitvah, ki je bila dopolnjena leta 1997, Evropski komisiji daje izključno pristojnost za nadzor združitvev evropskih razsežnosti, s čimer se podjetja izognejo različnim obravnavam v posameznih državah članicah. Podjetja morajo namero za združitev prijaviti Komisiji, če promet presega enega od pragov, določenih v prvem členu Uredbe. Najpomembnejša sta svetovni prag (skupen promet vpletenih podjetij, ustvarjen na vsem svetu, je večji od petih milijard evrov) in prag Skupnosti (skupen promet najmanj dveh vpletenih podjetij v EU je večji od 250 milijonov evrov, razen če vsako od njiju več kot dve tretjini prometa ustvari v isti državi članici). Uredba v 21. členu govori tudi o »drugih legitimnih interesih, poleg tistih, ki jih upošteva ta Uredba«, zaradi katerih lahko države članice spodbijajo odločive, sprejete na njeni podlagi, in med njimi navede tudi pluralnost medijev. To po besedah visokega uradnika Evropske komisije Hannsa Petra Nehla pomeni, da lahko pristojna telesa držav članic čezmejno združitvev prepovejo na podlagi državnih pravil o nadzoru medijske raznolikosti, tudi če Komisija to združitvev dovoli – Nehl je dodal, da kljub temu do takih primerov ne prihaja pogosto in da »oba nadzorna mehanizma uporabljata podobne kriterije, ki pogosto porajata konvergentne rezultate« (Nehl, 2003).

Spremembe Uredbe, o katerih je Svet EU na seji konec novembra 2003 že dosegel politično soglasje, naj bi omogočile, da se EU »spoprime z izzivi bolj integriranega trga in prihajajoče širitve«. Svet EU je napovedal, da bo novo zakonodajo sprejel do pomladanskega Evropskega sveta 2004 (C/03/337). Spremembe Uredbe 4064 so del celovite reforme nadzora združitvev, ki naj bi med drugim omogočila nekatere organizacijske spremembe v Direktoratu za konkurenco, izboljšala sodelovanje med državami članicami in Komisijo ter podjetjem dala večjo vlogo v postopkih preverjanja (EK, 2003i).

Od 21. septembra 1990 do 30. novembra 2003 je Komisija obravnavala 2.385 združevanj, od katerih jih je Komisija prepovedala 18 – od teh jih je bilo kar pet povezanih z avdiovizualno industrijo, vsi pa so iz časa Komisije Jacquesa Santerja in komisarja za konkurenco Karla van Mierta (Tabela 3).

Leto	Število prijavljenih primerov *	Število prepovedanih primerov *	Prepovedani primeri združevanj in ustanavljanj skupnih podjetij v avdiovizualni industriji **
21.9.-31.12.99	12	0	
1991	63	1	
1992	60	0	

1993	58	0	
1994	95	1	- Bertelsmann, Kirch in Deutsche Telekom (ustanovitev skupnega podjetja Media Service Gesellschaft, MSG)
1995	110	2	- Norsk Telekom, TeleDanmark in Kinnevik (ustanovitev skupnega podjetja Nordic Satellite Distribution)
1996	131	3	- Telefonica in Sogecable (ustanovitev skupnega podjetja Cablevision)
1997	172	1	
1998	235	2	- Bertelsmann in Kirch/Premiere - Deutsche Telekom in Betaresearch ('MSG II')
1999	292	1	
2000	345	2	
2001	335	5 <sup>26</sup>	
2002	279	0	
1.1.-30.11.03	198	0	
SKUPAJ	2385	18	

**Tabela 3: Statistika evropskega nadzora združevanj od 21. septembra 1999 do 30. novembra 2003 in prepovedane združitve v avdiovizualni industriji.**

(vira: \* <http://europa.eu.int/comm/competition/mergers/cases/stats.html>, \*\* po Levy, 1999)

Najbolj odmevni Komisijini prepovedi združevanj v avdiovizualni industriji sta se nanašali na načrte podjetij Bertelsmann, Kirch, Premiere in Deutsche Telekom. Leta 1994 je prepovedala ustanovitev skupnega podjetja Media Services Gesellschaft (MSG), ki bi v Nemčiji tržilo plačljivo televizijo, saj je menila, da bi to imelo prevladujoč položaj na treh ključnih tržiščih: tržišču sistemov za pogojni dostop in s tem na tržišču plačljive televizije samem ter na tržišču kableske infrastrukture. Komisija je zaključila, da bi »si bilo težko predstavljati« vstop tekmecev na tržišče plačljive televizije v Nemčiji, če bi Bertelsmann (vodilna nemška družba na področju založništva glasbe in tiska ter televizije), Kirch (pomemben producent televizijskih vsebin) in Deutsche Bundespost Telekom (nacionalni operater telekomunikacij in takrat tudi še ponudnik poštних storitev ter upravljalec 90 % nemškega kableskega omrežja) ustanovili MSG, v katerem bi vsak imel tretjinski delež (EK, 1994). Na prvi pogled se zdi intervencija Komisije v tem primeru presenetljiva (posel se je nanašal »zgolj« na plačljivo televizijo v Nemčiji in ne v več državah), vendar Komisija pri odločanju o tem, ali gre za koncentracijo evropskih razsežnosti, v skladu z Uredbo o združitvah upošteva promet podjetij in geografski obseg njihovega delovanja (in ne območja, ki ga zadeva dejavnost, izhajajoča iz združevanja).

Štiri leta kasneje je Evropska komisija prepovedala načrtovano sklenitev zapletnega pogodbenega odnosa med Bertelsmannovim CLT-UFA in skupino Kirch na eni strani ter (spet) CLT-UFA, (spet) skupino Kirch in Deutsche Telekomom na drugi. Zaradi skoraj istih vpletenih podjetij in

<sup>26</sup> Glede izstopajočega leta 2001, v katerem je bilo največ prepovedi združevanj, Komisija meni, da gre le za »naključne učinke«, ki »pri takih stopnjah zlahka pretehtajo kakršen koli sistematičen trend, ki bi ga bilo mogoče razbrati iz števil« (EK, 2003d).



področja so primer mnogi poimenovali »MSG II«. Dogovor bi Kirchovo neuspešno prvo nemško digitalno platformo DF1 (ki je imela julija 1997 po enem letu poslovanja le 30.000 naročnikov namesto načrtovanih 200.000) združil z novo digitalno platformo Premiere Digital, s čimer bi Kirch dobil dostop do 1,5 milijona naročnikov analognega plačljivega kanala Premiere<sup>27</sup>. Premiere Digital bi po drugi strani dobil dostop do pravic za hollywoodske filme v lasti Kircha, nakup katerih je bil poleg slabe prodaje drugi glavni razlog za katastrofalne finančne rezultate skupine Kirch (konec leta 1997 ji je grozila ocenjena izguba v višini milijarde nemških mark). Dogovor je predvideval tudi, da bo Premiere uporabljal Kirchov sistem za pogojni dostop, D-box, s čimer bi se izognili dvema tekmujočima sistemoma. Vključitev Deutsche Telekoma bi poleg tega zagotovila distribucijo digitalnih kanalov prek njegovega kabelskega omrežja ter uporabo istega komunikatorja za satelitsko in kabelsko distribucijo. In še: vse tri družbe bi si razdelile enakovredne deleže v Kirchovem podjetju Beta Research, ki je razvijalo in upravljalo sistem za pogojni dostop. Komisija je načrtom nasprotovala zlasti zaradi njihovega pričakovanega negativnega učinka na razvoj konkurence na tržišču plačljive televizije na nemškogovorečem območju, ustvarjanja prevladujočega položaja na tržišču sistemov za pogojni dostop in grozeče možnosti, da v Nemčiji ne bo prostora za nove kabelske operaterje. V pogajanjih pred dokončno rzsodbo je bil obubožani Kirch kot bolj odvisen od njihovega uspeha sicer pripravljen sprejeti pogoje Komisije, pod katerimi bi ta načrte odobrila (med drugim dostop neodvisnih ponudnikov do tehnologije d-boxa), a so se pogovori zaradi Bertelsmannovega nasprotovanja končali neuspešno<sup>28</sup> (EK, 1998, Financial Times v Levy, 1999:93).

V času med MSG in »MSG II« se je Komisija leta 1995 ukvarjala tudi z načrtovanim združevanjem treh nordijskih družb v Nordic Satellite Distribution (NSG), v okviru katerega bi na Danskem, Norveškem, Švedskem in Finskem združile infrastrukturo za kabelsko in satelitsko distribucijo televizijskih kanalov ter ponujanje kanalov samih – in ga prepovedala. Komisija je ob negativni odločitvi sicer poudarila, da »skupna podjetja, zlasti čeznacionalna, lahko pripomorejo k

---

<sup>27</sup> Takratna lastniška struktura Premiere: po 37,5 % Bertelsmann/CLT/UFA in Canal Plus, ostalih 25 % Kirchov Teleclub. Dogovor, ki ga je Komisija zavrnila, bi se končal z enakovrednima lastniškima deležema Kircha in Bertelsmanna v Premiere, Kirch pa bi medtem Canalu Plus prodal svoj 45-odstotni delež v italijanskem plačljivem kanalu Telepiu (Canal Plus bi nato v Telepiuju imel 90-odstotni delež) (Levy, 1999:179).

<sup>28</sup> Leta 1999 so nemške oblasti (oz. pristojna ustanova Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich – KEK) dovolile Kirchovemu Teleclubu prevzem 95-odstotnega deleža Premiere. KEK je ugotavljal, da bo pogodba dejanska ustvarila monopolista (Premiere je z njo ostal brez dotedanjšega tekmeca, DF1), da pa z njo Premiere na zvezni ravni ne bo pridobil prevladujočega položaja glede deleža občinstva – kriterija, ki ga v Nemčiji uporabljajo pri določanju horizontalne koncentracije. S spremembami lastniških deležev naj bi se v zveznem merilu konkurenca na področju televizije celo povečala: z izstopom CLT-UFA iz Premiere naj bi se povečala konkurenca med Premiere in nekodiranimi analognimi kanali, v katerih ima delež Bertelsmannov CLT-UFA (sporočilo za javnost KEK, 08/99). Lea Kircha Levy (1999) opisuje kot enega najtesnejših prijateljev takratnega nemškega zveznega kanclerja Helmuta Kohla, vendar o morebitni povezavi med njunim prijateljstvom in odločbo KEK ne morem soditi. Kirchov televizijski imperij se je leta 2002 sicer neslavno sesul.

razvoju medijskega in telekomunikacijskega sektorja« in podjetja povabila, naj ji predstavijo prenovljene projekte, ki bodo skladni z zahtevami skupnega trga (Levy, 1999:89, EK, 1995).

### ***Po letu 2000 brez prepovedi, še vedno veliko dela***

Evropska komisija je na podlagi večine obvestil o načrtovanih združitvah v avdiovizualni industriji, ki jih je prejela v treh letih do decembra 2003, izdala odločbe v skladu s členom 6(1)(b) Uredbe o konkurenci (da združitve ne sodi v okvir Uredbe oz. ne predstavlja resnih dvomov o skladnosti s skupnim trgom), nekaj primerov pa je podrobno preiskala in vpletenim podjetjem za odobritev načrtov naložila dodatne pogoje.

Julija 2000 je tako francoski telekomunikacijski in medijski družbi Vivendi, njeni podružnici Canal+ in britanskemu operaterju mobilne telefonije Vodafone dovolila ustanovitev skupnega podjetja Vizzavi, katerega naloga bo razvoj, trženje, vzdrževanje in produkcija interaktivnega portala, potrošnikom dostopnega na celi vrsti platform: fiksnih in mobilnih telefonih, računalnikih in dlančnikih ter digitalni televiziji. Evropska komisija je načrte odobrila kljub tveganju, da utegnejo zavirati razvoj drugih tovrstnih portalov; to naj bi onemogočila zaveza podjetij, da bodo potrošnikom omogočila zamenjavo njihovega privzetega (ang. default) portala z drugim (EK, 2000e).

Samo tri mesece kasneje je Komisija odobrila še en posel, v katerega sta bila vpletena Vivendi in Canal+. Podjetji sta pod vrsto pogojev smeli prevzeti kanadski Seagram (pijače), ki je pred tem prevzel Universal (glasba, filmi). Vivendi je s tem postal Vivendi Universal, glavni razlog za zaskrbljenost Evropske komisije glede prevzema pa je izhajal iz možnosti, da si bo z njim Canal+ okrepil prevladujoč položaj na trgu plačljive televizije v Franciji, Španiji, Italiji, Belgiji in na Nizozemskem ter si hkrati prevladujoč položaj ustvaril v nordijskih državah. Vivendi se je zato moral med drugim obvezati, da bo tekmečem omogočil dostop do Universalovih filmov in da jim bo za predvajanje v t. i. »prvem oknu«<sup>29</sup> dal na razpolago 50 % filmskih produkcij in koprodukcij. Vivendi se je poleg tega moral znebiti svojega deleža v britanskem BSkyB, zaradi zaskrbljenosti Komisije, da bo povezanost Vizzavija in glasbenih dejavnosti Universalala onemogočila razvoj tržišča portalov, kakršnega je razvijal Vizzavi, pa je Vivendi moral obljubiti, da bo drugim portalom omogočil dostop do glasbe pod znamko Universal (EK, 2000b).

Aprila 2003 sta se Vivendi in njegov Canal+ znašla v še enem avdiovizualnem poslu, ki ga je Komisija vzela pod drobnogled zaradi morebitnih protikonkurenčnih učinkov, tokrat kot

---

<sup>29</sup> Predvajanje v »prvem oknu« se nanaša na trženje filmov na televiziji po načelu plačaj na ogled, potem ko so ti že bili prikazovani v kinih in izdani na videokasetah.

prodajalca. Rezultat transakcije je bila združitev italijanske satelitske plačljive televizije Telepiù z njenim precej manjšim tekmečem Streamom, povedano iz druge perspektive: avstralski medijski skupini NewsCorp (ki si je takrat s Telecomom Italia enakovredno delila lastništvo Streama) je Komisija pod vrsto pogojev dovolila prevzem Telepiùja, s čimer je na italijanskem tržišču satelitske plačljive televizije nastal skorajšnji monopol. Za privolitev v načrt je Komisija postavila vrsto pogojev, ki naj bi – kot se je izrazil komisar Monti – zagotovili, da bo »trg plačljive televizije v Italiji ostal odprt in se v dobro potrošnikov dolgoročno razvijal na konkurenčen način«. Glavna pogoja sta se nanašala na vprašanje dostopa: do vsebine (NewsCorp se je moral odreči pridobivanju pravic za prizemno, kabelsko in internetno oddajanje najboljših vsebin (ang. premium content) in se obvezati, da bo tekmečem dal na razpolago pravice za lastne vsebine) in do platforme (NewsCorp se je zavezal, da bo tekmečem za »pošteno in razumno« ceno omogočil oddajanje prek svoje satelitske platforme ali jim pod nediskriminatornimi pogoji podelil licence za svoj lastniški sistem za pogojni dostop). NewsCorp se je zavezal še, da se bo Telepiù umaknil iz prizemne digitalne televizije, in se nanj do konca leta 2011, ko pogoji prenehajo veljati, ne bo vračal. Eden od razlogov, ki jih je v prid odobritve posla upoštevala Komisija, je bil tudi grozeč propad Streama in s tem povezane nevšečnosti potrošnikov, kot dovoljujejo pravila. Še to: kupčija je bila zrcalna slika načrtov, ki so jih imela leta 2002 ista podjetja (z izjemo Telecoma Italia), ko so italijanske oblasti pogojno že odobrile Vivendijev prevzem Streama, a so posel zatem opustila. Takrat Komisija ni bila pristojna za oceno skladnosti s pravili konkurence, saj promet Streama ni dosegal pragov, postavljenih v Uredbi o združitvah (EK, 2003j).

Leta 2000 je Komisija BskyB odobrila nakup 24-odstotnega deleža v Kirchovi podružnici KirchPayTV, s čimer sta podjetji prevzeli skupni nadzor nad podjetjem, ki je tržil plačljivo televizijo (Premiere World) v Nemčiji in Avstriji. Komisija je pred odobritvijo posla ocenila, da »ni verjetno, da bo BskyB v srednje- ali kratkoročnem obdobju vstopil na tržišče plačljive televizije v Nemčiji«, kljub temu pa bi »predlagana operacija utrdila prevladujoč položaj KirchPayTV na tem tržišču«. Načrti bi Kirchu namreč – poleg finančne injekcije in dostopa do izkušenj BskyB na področju distribucije in marketinga – omogočili tudi vstop na tržišče digitalnih interaktivnih storitev pred tekmeči, s čimer bi njegov d-box v Nemčiji dejansko postal standardni dekoder za interaktivne storitve (kot je že pred tem postal za plačljivo televizijo). Kirch se je zato moral pred odobritvijo Komisije zavezati, da bo tekmečem, ki bi razvili alternative d-boxu, omogočil dostop do svojih plačljivih programov ter tretjim podjetjem omogočil razvoj interaktivnih aplikacij za d-box na podlagi evropsko priznanega standarda MHP (EK, 2000c).

### **3. 2. 3. VPRAŠANJE DRŽAVNIH POMOČI = VPRAŠANJE JAVNIH SERVISOV**

Konkurenčna politika televizijo obravnava tudi v okviru državnih pomoči, pri čemer gre skoraj izključno za vprašanje financiranja javnih servisov. Gre za »področje z najbrž največjim potencialom za spore med politikami vlad držav članic in načini, na katere Direktoriat za konkurenco razlaga določila o konkurenci v Pogodbi o EU« (Levy, 1999:97). EU je leta 1997 v okviru amsterdamske revizije Pogodbe o EU javnim servisom priznal posebno vlogo: Protokol o sistemih javne radiodifzije v državah članicah navaja, da so javni servisi »neposredno povezani z demokratičnimi, družbenimi in kulturnimi potrebami vsake družbe in s potrebo po varovanju medijskega pluralizma«. Protokol poudarja, da je vprašanje financiranja javnih servisov v pristojnosti držav članic, dokler to služi uresničevanju njihovega poslanstva in »ne vpliva na trgovinske pogoje in konkurenco v Skupnosti do te mere, da bi bilo financiranje v nasprotju s skupnimi interesi«.

V letih pred sprejemom Protokola (in še nekaj letih zatem) se je na Direktoratu za konkurenco nabralo več pritožb komercialnih televizij proti načinom, na katere so financirani javni servisi v njihovih državah (mešanica javnih sredstev in oglaševalskih prihodkov). Pritožniki iz Španije, Francije in Portugalske so trdili, da različni načini državne pomoči javnim servisom predstavljajo nepravilno konkurenco za oglaševalske prihodke, da so obveze javnih servisov nezadostne in da financiranje s prispevki predstavlja nezakonito državno pomoč, iz Italije pa je na Komisijo prišla pritožba glede državnega odpisa dolgov tamkajšnji javni televiziji. Ker državam članicam ni uspelo doseči dogovora glede formalizacije pravil za obravnavo teh pritožb, je Direktoriat njihovo razreševanje odlagal, vendar se je kup nerazrešenih zadev v letih 1997-8 še povečal z digitalizacijo. Nove pritožbe so se nanašale na nove kanale javnih televizij v Nemčiji (KiKa in Phoenix) in v Veliki Britaniji (BBC News 24). Leta 1998 – po dveh razsodbah Sodišča prve stopnje, da je večletna obravnavo španskega oz. francoskega primera nedopustna, in sprejemu amsterdamskega Protokola – je Direktoriat za konkurenco pripravil osnutek smernic o financiranju javnih televizij, ki so med drugim trdile, da javni servisi z dualnim načinom financiranja v okviru svojega poslanstva ne morejo upravičiti prikazovanja filmov, zabavnih oddaj in večine špornih prenosov. Namesto sprejetja močno spornega osnutka smernic so se leta 1998 države članice dogovorile za posamično obravnavo tovrstnih pritožb (Levy, 1999:95-7). Komisija se je nato v letu 1999 lotila reševanja zaostalih primerov. Rešila je primera glede novih kanalov nemških javnih televizij ARD in ZDF (KiKa in Phoenix) ter glede novega kanala britanskega BBC (BBC News 24) – v obeh primerih »ni zaznala zlorab pooblastil, ki državam članicam omogočajo, da definirajo poslanstvo javnih servisov« (EK, 2000a:105) in državno pomoč dovolila v skladu s 86. členom, ki jo dovoljuje, ko gre za storitve v splošnem gospodarskem interesu.

Še v istem letu je sprožila tudi uradni preiskavi glede državne pomoči javnim televizijam v Franciji in Italiji, a je reševanje teh zadev trajalo skoraj do konca leta 2003, vmes pa je EU na predlog komisarja Montija in komisarke Redingove vendarle dobil formalizirana pravila za obravnavo tega skrajno spolitiziranega področja. V Sporočilu o uporabi pravil o državni pomoči za javno radiodifuzijo (2001/C 320/04) je Komisija leta 2001 javnim servisom, kot dokumenti na to temo pred njimi, priznala izjemno vlogo v družbi in jim dopustila, da v okviru svojega poslanstva definirajo široko paleto programov (tudi npr. zabavnih in športnih). Državam članicam je Komisija dala proste roke pri definiranju poslanstva javnih servisov in načinov njihovega financiranja, vendar si je pridržala pravico, da preveri primere morebitnih zlorab in nesorazmernega financiranja: »Komisija je pristojna za nadzor državnih pomoči [...], financiranje z državnimi sredstvi pa v splošnem ostaja državna pomoč« (EK, 2001b). Državam članicam je ob tem Komisija naložila tri pogoje: jasna in natančna definicija javne službe v radiodifuziji, uraden dogovor z ustanovo/ami, ki izvaja/jajo poslanstvo javne službe ter proporcionalnost financiranja glede na to, kar je nujno za izpolnjevanje poslanstva javnih servisov. Zaželeno je tudi ustanovitev nadzornega telesa, ki nadzoruje uresničevanje poslanstva javnih servisov, tiste javne servise, ki se ukvarjajo tudi z aktivnostmi onkraj svojega osnovnega poslanstva, pa so Pravila opozorila, da morajo te aktivnosti knjižiti na ločenih računih. Javne servise (tj. njihov izjemen način financiranja) lahko EU torej obravnava v skladu s 86. členom Pogodbe o EU, ki se nanaša na nadzor javnih podjetij s posebnimi ali ekskluzivnimi pravicami. Člen omogoča dodeljevanje državnih pomoči, če te podjetjem omogočijo opravljanje zaupanih jim »storitev v splošnem gospodarskem[!] interesu«. Financiranje javnih servisov zatem Komisija obravnava še v okviru ostalih členov Pogodbe o EU, ki govorijo o državni pomoči (87-9).

Oborožena z novimi pravili je Komisija leta 2002 najprej spet obravnavala državno pomoč BBC, tokrat namenjeno ustanovitvi še devetih novih digitalnih kanalov: njihovo financiranje s sredstvi iz naslova RTV-prispevka je dovolila, ker »BBC-ju ne omogoča dejanske prednosti [pred njegovimi evropskimi tekmeci], saj nadomestilo za digitalne kanale ni v nesorazmerju z neto ceno teh kanalov, ki predstavljajo del poslanstva BBC kot javnega servisa« (EK, 2002c). Proti koncu leta 2003 je Komisija odobrila tudi nekatere oblike enkratnih državnih pomoči, ki so jih svojim javnim servisom dodeljevale Francija (postajama France 2 in France 3 med letoma 1988 in 1994), Italija (televiziji RAI med letoma 1992 in 1995) in Portugalska (televiziji RTP med letoma 1992 in 1998) – po mnenju Komisije vse ukrepe upravičuje dejstvo, da je bil denar namenjen izpolnjevanju poslanstev, ki izhajajo iz statusa javnih servisov. Manj zadovoljstva je Komisija medtem pokazala

za ureditvi načina zbiranja RTV-prispevka v Italiji in Franciji, zaradi česar je z njima začela pogovore o spremembah teh mehanizmov<sup>30</sup> (EK, 2003g, EK, 2003h). Poleg predstavljenih je Komisija prejela še številne pritožbe, ki so jih zaradi domnevnih nezakonitih državnih pomoči javnim televizijam večinoma vložile njihove komercialne tekmice, vendar uradnih postopkov ni sprožila.

### **3. 3. DOSTOP – KLJUČNO VPRAŠANJE DIGITALNE TELEVIZIJE**

Kot sem prikazal v prvem poglavju, digitalizacija s seboj prinaša tudi možnost novih ozkih grl, med katerimi izstopajo sistemi za pogojni dostop (CAS) in elektronski programski vodniki (EPG). Že leta 1997 je Evropska komisija – ob sprožitvi javne razprave o konvergenci telekomunikacij, medijev in informacijske tehnologije – ugotavljala, da »številni menijo, da ta nov način izbiranja vsebin [EPG] lahko uniči koncept TV-kanala, kakršnega poznamo« (EK, 1997). Javna razprava o konvergenci se je končala s sprejemom Direktive o skupnem regulatornem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve 2002/21/EC (Okvirna direktiva). Direktivo so morale države članice v svoje zakonodaje prenesti v letu 2003<sup>31</sup>. Izhaja iz prepričanja EU o »velikem pomenu konvergence telekomunikacij, medijev in informacijske tehnologije« ter se ne nanaša na vsebine (npr. radijske in televizijske programe), ki jih elektronske komunikacijske mreže prenašajo. Kljub temu pa v njej najdemo tako visoke cilje, kot sta medijski pluralizem in kulturna raznolikost – in sicer prav v povezavi z digitalno oz. interaktivno televizijo. K uresničitvi teh ciljev naj bi pripomogle države članice, ki lahko v skladu z Okvirno direktivo vzpodbujajo uporabo odprtega API za digitalno televizijo.

Zakonodajni paket pod Okvirno direktivo je rezultat triletne revizije telekomunikacijske zakonodaje, ki naj bi »ustvarila serijo pravil, ki bi bila preprosta, namenjena deregulaciji, tehnološko nevtralna in dovolj prilagodljiva za hitro se spreminjajoča tržišča v sektorju elektronskih komunikacij« (spletna stran Direktorata za informacijsko družbo). Kot enega od

---

<sup>30</sup> Konkurenčna politika EU vprašanje RTV-prispevkov – in drugih oblik državnih pomoči – obravnava različno, glede na to, kdaj so bili uvedeni. Pogodba o ustanovitvi Evropske gospodarske skupnosti (Rimska pogodba) je namreč uvedla nova pravila za obravnavo državnih pomoči, ki države članice zavezujejo, da Evropsko komisijo o dodeljevanju takih pomoči obvestijo predhodno. Vendar se nova pravila nanašajo zgolj na pomoči, dodeljene po letu 1958 (»nove pomoči«), ko je Rimska pogodba stopila v veljavo. Za pomoči, dodeljene pred tem letom (»obstoječe pomoči«), veljajo manj stroga pravila, ki predvidevajo, da jih Komisija sicer lahko obravnava, vendar jih ne more prepovedati, temveč lahko državam članicam le predlaga »primerne ukrepe« (od spremembe pogojev do prenehanja pomoči, vendar v nobenem primeru vračanja že dodeljenih sredstev) (EK, 2002c).

<sup>31</sup> Evropska komisija je v drugi polovici leta 2003 sprožila postopke proti devetim državam članicam, ki regulatornega paketa v svoje zakonodaje niso prenesle v določenem roku (do 25. 7. oz. do 31. 10. za Direktivo o zaščiti zasebnosti). Sedem držav se je – ker tega še vedno niso storile – decembra uvrstilo v »drugi krog« in jim po januarju 2004 grozi tožba pred Sodiščem evropskih skupnosti (IP/03/1750, 17. 12. 2003).

glavnih ciljev regulatornega okvira Direktorat vidi »spodbujanje konkurence, ki omogoča gospodarsko učinkovitost v interesu uporabnikov in družbe«. Paket se nanaša tudi na radiodifuzijo, saj ureja področje prenosnih poti, izrecno pa Okvirna direktiva poudarja, da se ne nanaša na vsebino, ki jo elektronska omrežja prenašajo. Posebej veliko pozornosti namenja specifičnim vprašanjem digitalne televizije, zlasti sistemom za pogojni dostop, in predstavlja prvi sramežljiv poskus EU, da določi minimalne standarde za digitalne potrošniške naprave.

Od štirih direktiv v regulatornem paketu je za področje digitalne televizije pomembna zlasti Direktiva o dostopu (2002/19/EC), ki v Dodatku I posebej obravnava vprašanje sistemov za pogojni dostop. Državam članicam daje nekatere obveze na tem področju, vendar jim (oz. operaterjem) pušča precej proste roke. Med obvezami so: (1) tehnologija sistemov mora operaterjem mrež na lokalni ali regionalni ravni omogočati prevzem popolnega nadzora nad storitvami, ki uporabljajo sisteme za pogojni dostop; (2) ponudniki storitev za pogojni dostop morajo v skladu s konkurenčno zakonodajo od njih odvisnim izdajateljem TV-programov ponuditi tehnične storitve, ki bodo gledalcem, opremljenimi z operaterjevimi dekoderji, omogočile sprejem programov izdajateljev; ter (3) operaterji morajo voditi ločeno finančno evidenco dejavnosti kot ponudnik storitev za pogojni dostop. Poleg tega od lastnikov patentov za sisteme za pogojni dostop Dodatek I zahteva, da licence proizvajalcem potrošniške opreme podelijo pod pravičnimi, razumnimi in nediskriminatornimi pogoji in jim prepoveduje, da bi licence podeljevali pod pogoji, da končni idelek ne sme omogočati povezave z drugim sistemom za pogojni dostop. Ta pravila se nanašajo tudi na API-je in EPG-je, glede »prezentacijskih vidikov« EPG-jev (npr. kolikšen delež uvodnega portala mora biti namenjen določenim vrstam vsebine, zlasti vsebinam javnih televizij) pa Direktiva državam članicam dovoljuje, da sprejmejo svoja pravila<sup>32</sup>.

Direktiva o avtorizaciji (2002/20/EC) državam članicam prepoveduje izdajanje dovoljenj za posamezne vrste elektronskega komunikiranja, temveč morajo vzpostaviti splošno avtorizacijo za opravljanje vseh vrst storitev elektronskega komunikiranja in mrež (fiksne in mobilne mreže, podatkovne in govorne storitve, storitve radiodifuznega oddajanja in mrež itd.). Regulator lahko posamezna dovoljenja izdaja le še v nekaj primerih, npr. za uporabo radijskofrekvenčnega spektra. Kot svoj glavni cilj Direktiva navaja »ustvarjanje notranjega trga v omrežjih in storitvah

---

<sup>32</sup> V Nemčiji je tako na primer pristojni regulator v Hamburgu že postavil pogoje "neodvisnemu" ponudniku EPG. Elektronsko-televizijsko izdajo tednika Hörzu založbe Axel Springer bo mogoče spremljati na vsakem TV-komunikatorju ter vsebuje priporočila redakcije. Pristojne deželne medijske oblasti pri odobritvi EPG zahtevajo, da EPG na prvem zaslonu v enakih deležih predstavi ponudbo komercialnih in javnih servisov (oz. vsebin) ([www.digitalfernsehen.de](http://www.digitalfernsehen.de), 17. 11. 2003). Podobna pravila so sprejeli tudi v Veliki Britaniji, kjer so pristojne oblasti kodeks za ustvarjalce EPG-jev pripravile že leta 1997. Kodeks ustvarjalcem predpisuje, da javnim servisom »zagotovijo primerno vidno mesto«. Na začetku leta 2004 je pristojni regulator Ofcom sprožil javno posvetovanje o kodeksu (ITC, 1997, [www.ofcom.co.org](http://www.ofcom.co.org)).

elektronskega komuniciranja, s pomočjo uskladitve in poenostavitve avtorizacijskih pravil in pogojev«.

Direktiva o univerzalni storitvi (2002/22/EC) določa, katere osnovne storitve elektronskih komunikacij morajo biti na voljo končnim uporabnikom ne glede na geografsko lokacijo in po dostopni ceni. Glede digitalne televizije državam članicam nalaga, naj med drugim zagotovijo da bo potrošniška oprema za sprejem digitalnih televizijskih signalov sposobna dekodirati signale, ki jih je odobril ETSI (evropsko telo, pristojno za standardizacijo). Poleg tega morajo analogni televizijski sprejemniki z diagonalo, večjo od 42 cm, omogočati enostavno priključitev dekoderjev ali digitalnih sprejemnikov, digitalni televizijski sprejemniki z diagonalo, večjo od 30 cm, pa morajo biti opremljeni tako, da omogočajo sprejem vseh elementov digitalnega televizijskega signala, vključno z informacijami o interaktivnih in pogojno dostopnih storitvah. Sicer ta Direktiva govori tudi o zakonski obveznosti upravljalcev mrež v državah članicah, da omogočijo prenos določenih radijskih in televizijskih programov (ang. »must carry« obligations). Državam članicam nalaga, naj bodo pri zakonskem določanju tovrstnih obveznosti »razumne, to je proporcionalne in transparentne v luči jasno opredeljenih ciljev v splošnem interesu, ter, kjer je primerno, vključujejo določila o sorazmernem plačilu.« Večinoma so ugodnosti iz naslova tovrstnih pravil lahko koristili kanali javnih radiodifuznih organizacij.

Z izjemno pomembnim področjem za potrošnika se ukvarja Direktiva o zasebnosti in elektronskih komunikacijah (2002/58/EC). Določa pravila, ki naj bi uporabnike elektronskih storitev ščitila pred vdori v njihovo zasebnost in zlorabo osebnih podatkov. Med »novimi naprednimi tehnologijami, ki [...] zahtevajo posebno obravnavo glede zaščite osebnih podatkov in uporabnikove zasebnosti« digitalne televizije ne navaja izrecno (govori o digitalnih mobilnih omrežjih), vsekakor pa to velja tudi zanjo.

Z Okvirno direktivo je prenehala veljati prva direktiva, ki jo je EU sprejel posebej za digitalno televizijo, Direktiva 95/47/EC o uporabi standardov za oddajanje televizijskih signalov (Direktiva o naprednih TV-standardih) in je bila sprejeta le nekaj mesecev preden so aprila 1996 v Franciji kot prvi v Evropi začeli oddajati digitalno televizijo. Ta – kot njena naslednica na tem področju, Direktiva o dostopu – ni zahtevala skupnih standardov za sisteme za pogojni dostop: od lastnikov sistemov je le zahtevala, da »tretjim strankam omogočijo pošten, razumen in nediskriminatoren dostop« do svojih sistemov. Direktiva je sicer predpisala standard za oddajanje – kar je pomenilo, da je bilo prek satelita mogoče oddajati po celi Evropi, vendar pa je bil dostop gledalcev do programov onemogočen, če niso imeli ustrezne vrste digitalnega dekoderja (Levy, 1999:65). Po drugi strani je seveda res, da gledalci še vedno ne kažejo prevelikega zanimanja za »vseevropske«



kanale (jezikovne ovire), TV-pravice pa so večinoma kupljene za nacionalna tržišča.

### ***3. 4. DIREKTIVA O E-POSLOVANJU UREJA INTERAKTIVNE STORITVE***

Storitve informacijske družbe – na digitalni televiziji, na internetu ali na mobilnikih tretje generacije – zakonodaja EU definira kot storitve, ki (1) potekajo on-line (na daljavo), (2) se zagotavljajo na zahtevo posameznika in (3) so gospodarska dejavnost. Mednje sodijo tudi video na zahtevo ali trženje po e-pošti, po drugi strani pa radiodifuzija in zasebna e-pošta nista storitvi informacijske družbe: prva ne izpolnjuje drugega kriterija (ne poteka po načelu eden-enemu, temveč eden-mnogim), druga pa tretjega (ni gospodarska dejavnost). Definicijo storitev informacijske družbe je prva ponudila Direktiva 98/34/EC, ki določa postopek pridobivanja informacij na področju tehničnih standardov in predpisov ter na področju predpisov o storitvah informacijske družbe, nato pa še Direktiva 98/84/EC o pravnem varstvu storitev, ki temeljijo na pogojnem dostopu ali so njegov sestavni del.

Glavna direktiva na področju storitev informacijske družbe je Direktiva 2000/31/EC o elektronskem poslovanju, ki govori »o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti e-poslovanja«. Njen glavni namen je ustvariti »ustrezno delovanje notranjega trga« – isti je tudi namen Direktive TVWF, le da se slednja nanaša na radiodifuzijo. Državam članicam Direktiva o e-poslovanju nalaga, da zagotovijo, da bodo ponudniki storitev informacijske družbe, ustanovljeni na njenem območju, spoštovali ustrezno zakonodajo in jim prepoveduje omejevanje storitev informacijske družbe iz druge države članice. Omejevalne ukrepe lahko države članice sprejmejo le, ko gre za kriminalna dejanja, zaščito mladoletnikov in razpihovanje sovraštva na osnovi rase, vere ali narodnosti ter zaščito javnega zdravja, javne varnosti ali potrošnikov.

### ***3. 5. SKLEP: RAZLIČNI INTERESI ONEMOGOČAJO UČINKOVITO REGULACIJO NA VSEEVROPSKI RAVNI***

Vprašanje vseevropskih orodij za regulacijo radiodifuzije ostaja močno sporno vprašanje: televizija namreč kljub digitalizaciji/konvergenci (še) ostaja ključen dejavnik za oblikovanje javnega mnenja, zaradi česar se države članice upirajo predlogom, da bi »Bruselj« dobil večja pooblastila na tem področju. Poleg tega seveda drži, da mednarodni (oz. vseevropski) TV-kanali še niso pridobili večjega vpliva. Razvoj zares vseevropskih TV-kanalov ovirajo zlasti jezikovne razlike in način trgovanja s TV-pravicami, ki so večinoma prodane za območja posameznih držav.

Regulacije televizijske vsebine, kot k njej pristopa Direktiva TVWF, v čas digitalne televizije

poleg tega prenaša probleme, ki so jo pestili že od prej: nezainteresiranost nekaterih držav članic za dosledno uresničevanje njenih določil in poudarek Direktive na interesih avdiovizualne industrije (in ne potrošnikov). Direktiva je nepripravljena za digitalizacijo (npr. nedefiniran položaj kanalov, ki že zaradi njihove narave ne bodo nikoli izpolnili kvot in nerešeno vprašanje novih oglaševalskih tehnik, ki omogočajo oglaševanje vzporedno ob linearnem programu), vedno nove študije in posvetovanja, ki jih v okviru njene dolgotrajne druge revizije pripravlja Evropska komisija, pa dokazujejo, da bo Direktiva ostala nespremenjena vsaj še nekaj let. Z vsakim spreminjanjem Direktive namreč Komisija in države članice tvegajo, da bo Evropskemu parlamentu uspelo izsiliti zaostrovanje njenih zahtev in vključevanju novih (npr. o omejevanju medijske koncentracije ali razširitvi področja Direktive, tako da bi ta postala zgleden primerek »zlite« regulacije in se ne bi več nanašala zgolj na televizijo, temveč tudi na internet in tretjo generacijo mobilne telefonije).

Edino področje, na katerem je Evropska komisija lahko resneje posegla v načrte podjetij, ki so možnosti digitalizacije (in novih tehnologij nasploh) nameravala izkoristiti za ogrožanje tako konkurence kot potrošnikove izbire, je konkurenčna politika. Evropska komisija je tako uspela doseči spremembe več pogodb, katerih posledice so bile monopoliziranje televizijskih pravic (npr. Uefa) ter prepovedala več načrtovanih združevanj in prevzemov (npr. MSG, »MSG II«) ali pred njihovo odobritvijo vsaj dosegla pomembne spremembe (npr. Newscorpov prevzem Telepiuja). Seveda glavni cilj »splošne« konkurenčne politike ni medijski pluralizem, saj ne upošteva tega, kolikšen je monopol posameznega podjetja ali skupine povezanih podjetij nad javnim mnenjem, vendar je glede na številne neuspešne zahteve po posebni zakonodajni ureditvi vprašanja medijske koncentracije iz preteklosti in sedanjosti, za katerimi je večinoma stal Evropski parlament, skoraj nerealno pričakovati, da bo EU dobil zavezujoča pravila za omejevanje medijske koncentracije.

Konkurenčna politika – »splošna« ali »posebna medijska« – ima še eno pomembno prednost pred podrobnimi zakonodajnimi predpisi glede nekaterih vidikov radiodifuzije: s sprotno obravnavo načrtov podjetij ima namreč možnost, da se sorazmerno hitro odziva na tehnološke spremembe, ki lahko spremenijo položaj na tržišču. Evropska komisija je tako lahko podjetjem postavila pogoje glede ključnih ozkih grl digitalne televizije, s pomočjo katerih lahko dominantna podjetja hkrati omejujejo konkurenco in potrošnikovo izbiro: sistemov za pogojni dostop in vmesnikov aplikacijskega programa. Direktiva o naprednih TV-standardih in njena naslednica, »zлита« Direktiva o dostopu, ki poleg digitalne televizije obravnava tudi vse druge vrste elektronske komunikacije, sta se na tem področju izkazali podobno brezzobi kot Direktiva TVWF na svojem. Leta 1995 je Direktiva o naprednih TV-standardih zamudila priložnost, da še pred začetkom digitalnega oddajanja v Evropi predpiše skupen standard za sisteme za pogojni dostop, njeni

naslednici iz leta 2002 pa ni preostalo drugega, kot da operaterjem zaradi dejanskega stanja (množica različnih standardov v lasti operaterjev) predpiše zgolj zahtevo, da vsem TV-hišam dostop do sistemov omogočijo na »pravični, razumni in nediskriminatorni osnovi«.

Še od »širše« k »ožji domovini«. Zakonodaja EU državam članicam ne preprečuje, da za zaščito pluralnosti medijev sprejmejo svoje predpise za presojo združitvev in prevzemov podjetij. Zaščita medijske pluralnosti v Sloveniji tako ostaja v pristojnosti slovenskih varuhov (razen v hipotetičnem primeru, ko bi se npr. združevali najmanj dve podjetji, ki presegata pragove za obravnavo po uredbi EU o združitvah). Prav tako EU državam članicam ne preprečuje, da po svoje uredijo vprašanje poslanstva in financiranja svojih javnih servisov. Slovenske medijske pluralnosti EU torej ne bo ščitil, nasprotno: s 1. majem 2004 bodo začela veljati nova pravila, ki bodo Evropski komisiji omogočala, da se osredotoči le na najresnejše zlorabe prevladujočega položaja in na največje koncentracije, ostalo pa bo prepuščeno pristojnim organom v državah članicah. Res pa je, da posamezna država članica ne more preprečiti stanja, v katerem so glavni mediji v vsaki državi EU v lasti istega lastnika in zastopajo – ista stališča. Odgovor na vprašanje, zakaj tega ne prepreči EU, je na začetku tega zaključka. Začaran krog torej.

## ZAKLJUČEK

V diplomskem delu sem skušal prikazati glavne izzive, s katerimi se bo morala soočiti regulacija radiodifuzije v svetu digitalne televizije. Zlasti je to vprašanje dostopa, ki ga potencialno lahko omejujejo t. i. ozka grla. Ozka grla njihovim lastnikom in/ali nadzornikom omogočajo omejevanje konkurence in hkratno omejevanje potrošnikove izbire. Gre za »operacijski sistem« TV-sprejemnikov oz. TV-komunikatorjev (API), ki omogoča delovanje interaktivnih storitev, med katerimi izstopajo zlasti elektronski programski vodniki (EPG), ki gledalce vodijo med množico vsebin in storitev digitalne televizije. Države in EU so zamudile priložnost, da določijo skupne odprte standarde za digitalne sprejemnike, zato lahko regulator od lastnikov API-jev, CAS-ov in EPG-jev zahteva le, da ponudnikom programov omogočijo dostop do teh »ozkih grl«. Zakonsko predpisani standardi na tej točki bi namreč utegnili bolj kot ponudnike prizadeti potrošnike, ki so si naprave, temelječe na lastniških standardih, že priskrbeli. Še največji vpliv na to področje ima v sedanjih razmerah dejansko lahko konkurenčna politika, saj je področna zakonodaja najverjetneje zamudila svoj čas. Oblasti morajo skratka ustvariti razmere, v katerih se bo potrošnik lahko s pomočjo zgolj ene naprave »srečal« s kar največjim možnim številom ponudnikov vsebin. Z digitalizacijo se je torej regulacija televizije soočila s podobnimi problemi, kakršne pozna regulacija telekomunikacij (z drugimi besedami: konvergenca tehnologij, konvergenca regulacije).

Regulacija televizijske vsebine medtem zaradi tehnoloških sprememb, ki so omogočile nepregledno množico kanalov, na prvi pogled postaja vse bolj podobna regulaciji internetne vsebine (predmet zgražanja če je uspešna ali predmet posmeha če je neuspešna), saj je motiv, na katerem temelji regulacija analogne (prizemne) televizije – omejenost frekvenčnega spektra – z digitalizacijo izgubil še več veljavnosti, kolikor je ni izgubil že s pojavom novih prenosnih poti (kabel, sateliti). »Tradicionalno« televizijo poleg tega izpodrivajo avdiovizualne vsebine, do katerih gledalec dostopa na individualno zahtevo (npr. video na zahtevo) in zaradi tega niso več predmet regulacije radiodifuzije. Vendar »tradicionalna« televizija kljub digitalizaciji in konvergenci ohranja izjemen vpliv na javno mnenje, saj še vedno igra ključno vlogo pri posredovanju skupnih vrednot in predstavlja družbeno referenčno točko. Glede na izkušnje iz preteklosti, ko televizija ni »ubila« kina, prav tako specifičen medij ostaja radio, je najbrž malo verjetno, da bo internet (s svojimi prednostmi in slabostmi) povsem izpodrinil model televizije kot linearnega toka vsebin, kakršen se je uveljavil že v času analogne prizemne televizije.

Tehnološke spremembe torej ne morejo služiti kot opravičilo za popolno deregulacijo vsebine. Ustvarjanje razmer, v katerih bodo lahko – kljub komercializaciji, ki individualizirano vsebino

pogojuje z individualiziranim plačevanjem – uresničeni cilji v splošnem interesu, na katerih je temeljila regulacija radiodifuzije v analogni dobi, bi zato moralo ostati visoko na dnevnem redu oblasti – če skrb za dobrobit potrošnika/državljana seveda ni zgolj deklarirani motiv za posege države v radiodifuzijo, ki prekriva močnejši interes po dobrih odnosih z medijskimi korporacijami. V interesu javnosti je še naprej, da televizija zagotavlja raznolikost žanrov (in ne le raznolikost znotraj komercialno najbolj uspešnih žanrov), omogoča dostop celotne ali kar največjega dela populacije do dogodkov ključnega pomena za družbo ter ponuja uravnoteženo informiranje. Pri poskusu odgovora na vprašanje, *kdo* naj to počne, je seveda ključno vprašanje, *kdo* bo to *plačal* in *zakaj*. Sprva ni bilo dvoma: javni servisi, absolutni monopolisti. Nato pa se je televizija počasi temeljito preobrazila: dva, trije ali štirje vsem dostopni kanali, življenjsko odvisni od prispevkov vseh državljanov, so najprej dobili »družbo« v obliki zgolj z oglasi financiranih kanalov (ki so za potrošnika še vedno »brezplačni«), nekatere obveze in prepovedi pa so morali spoštovati na osnovi uporabe javne dobrine, radijskofrekvenčnega spektra. Nato je tehnološki »razvoj« – ki je bil vedno v funkciji dobička komercialnih podjetij – omogočil tudi prihod kanalov, ki jih financira zgolj tisti, ki se nanje želi naročiti in si to lahko privošči (plačljiva televizija). Nadaljnje tehnološke spremembe so omogočile še, da so najbolj komercialno uspešne vsebine na voljo po načelu plačaj za ogled in video na zahtevo. Večina novih komercialnih TV-kanalov se je tako s pomočjo novih prenosnih poti »izmuznila« izpolnjevanju ciljev v javnem interesu.

Kljub temu evropske oblasti skušajo tudi komercialnim kanalom nalagati izpolnjevanje nekaterih ciljev v javnem interesu, čeprav je vprašljiva motivacija (je to res javni interes?), še bolj vprašljiv pa je rezultat (ki bi po mojem mnenju moral biti kakovosten program). Tak je primer zakonskih zahtev po kvotah, ki so glavna značilnost evropskih regulativnih politik za področje televizijske vsebine. Te so že v času analogne televizije bolj služile avdiovizualni industriji kot gledalcu, saj kvote ne pomenijo nujno tudi kakovostnega programa (kar koli kakovosten program pač je). Rezultat kvot je namreč lahko tudi zgolj zamenjava ameriških vsebin z »evropudingom«. Priznavam sicer, da kvote za evropska ali nacionalna dela sicer posredno koristijo tudi potrošniku, saj uspešna avdiovizualna industrija prispeva k uspešnemu gospodarstvu, ki seveda koristi družbi kot celoti. Bolj kot kvote pa k vlaganju v izvirno produkcijo najbrž »silijo« gledalci sami, ki najraje spremljajo domače oddaje. Naslednja značilnost regulacije televizijske vsebine je omejevanje oglaševanja, kjer komercialni mediji kažejo neizmerno izvirnost pri iskanju načinov, kako omejitev zaobiti. Smiselnost in učinkovitost tovrstnih posegov države po eni strani slabijo vedno nove tržne tehnike, ki jih je nemogoče konsistentno zaobjeti v zakonodajo (za zdaj je to npr. t. i. »split screen advertising«, vendar bo tega – preden ga bo zakonodajalcu uspelo ustrezno vključiti v predpise – skoraj zagotovo zamenjal kakšen nov način za doseg potrošnikov), po drugi

strani pa je lastnost vedno bolj prevladujoče plačljive televizije, da je oglasov manj (ali jih sploh ni). Ugotavljam, da je edini cilj v javnem interesu, ki bi ga morale uresničevati tudi komercialni ponudniki, zaščita otrok, vendar so prepovedi skoraj brez smisla, saj tehnološko pismeni otroci na tak ali drugačen način pridejo do »prepovedanih« vsebin. Prepovedi bi morala nadomestiti vključitev ponudnikov vsebin (televizijskih ali internetnih) v sistem označevanja vsebin, na podlagi katerega bodo starši/skrbniki – ki vloge varuške pač ne morejo prepustiti državi ali podjetjem – lahko skušali otrokom preprečiti dostop do po njihovem mnenju neprimernih vsebin. V idealnem svetu bi skušali to vprašanje rešiti zgolj s pomočjo tehnologije, vendar pa bi otroci – pogosto bolj tehnološko pismeni od lastnih staršev – najverjetneje zlahka našli načine, kako tovrstne omejitve zaobiti. Za zaščito mladoletnih je torej ključnega pomena samoregulacija, dopolnjena z mehanizmi za učinkovito obravnavo pritožb gledalcev. Koliko je – v času konvergence – vprašanje zaščite mladoletnih rešljivo v paketu z reševanjem vprašanja avtorsko zaščitene vsebin (televizijske ali internetne) bo pokazal čas. Zaščito avtorskih pravic bi teoretično bilo mogoče povezati z zaščito otrok (pri obeh gre namreč za to, da do vsebin ne dostopajo »nepooblaščenim«), vendar tudi tu velja, da tehnologije zaščite, za katero se slejkoprej ne bi našel piratski »antidot«, še niso iznašli. Drži pa, da so za reševanje problema kršenja pravic zainteresirana močna podjetja.

Komercialne televizije torej po mojem mnenju ni smiselno zavezovati h kvotam in omejevanju oglaševanja, saj če potrebe po zagotavljanju kakovostnih vsebin ne bodo videle kot nečesa, za kar se je vredno potruditi (pa četudi »zgolj« v duhu družbeno odgovornega marketinga, ki nima pred očmi zgolj cilja, kako čim prej ustvariti čim večji dobiček, temveč ustvariti dobiček na dolgi rok ob upoštevanju interesov širšega okolja), bodo rezultat vsebine, ki ne bodo uresničevale javnega interesa, temveč zgolj izpolnjevale zakonska določila. Programske obveze in prepovedi je bolj smiselno nadomestiti s (finančnimi) spodbudami. Razmerje, ki v današnji družbi ne zadeva zgolj radiodifuzije, je pač: kdor za nekaj plača, ta tudi dobi. Kot protiutež nesmiselnosti regulacije vsebine na komercialnih medijih (tudi televiziji) vidim povečevanje vloge javnih servisov, od katerih se v zameno za netržen način financiranja in druge »privilegije« (npr. obveze »must carry«) lahko pričakuje več, torej tudi ponujanje dragih izvornih kakovostnih vsebin, ki jih ne bodo nujno zagotovile k maksimizaciji dobičkov naravnane komercialne televizije. Javni servisi bi morali na komercialne (»brezplačne« ali plačljive) kanale gledati kot na svojo »družbo« in (manj) kot na svojo »konkurenco«, čeprav ponudba in poteze javnih servisov po vsej Evropi v večji ali manjši meri dokazujejo, da so se na nove razmere odzvale predvsem z lastno komercializacijo. Nikakor ne želim reči, da morajo javni servisi postati »socialne ustanove« s slabimi vsebinami za revne gledalce, ki si boljšega ne morejo privoščiti – nasprotno, evropski javni servisi morajo ohraniti

zgodovinsko vlogo tistih, ki postavljajo standarde kakovosti za komercialne televizije. Kako praktično doseči ta cilj s pomočjo organizacije konkretnih javnih servisov v konkretnih razmerah, pa je vprašanje, ki presega okvire tega diplomskega dela.

## LITERATURA IN VIRI

Andersen (2002): Outlook of the development of technologies and markets for the European Audio-visual sector up to 2010. Svetovalna študija za Evropsko komisijo.

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/tvoutlook/tvoutlook\\_finalreport.pdf](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/tvoutlook/tvoutlook_finalreport.pdf)

AP (2002): Kellner: Digital recorders could end free TV.

<http://www.siliconvalley.com/mld/siliconvalley/news/editorial/3652830.htm>

Bakarino, Sascha (2003): »DVB-T: Erstes Fazit aus Berlin«. V: Themen + Frequenzen.

Baron, Roger (2003) DVR Threat Real, Growing – With So Many Television Advertisers, Product Placement Can Never Take the Place of Commercial Spots.

<http://www.tvweek.com/planning/102003dvr.html>

BDRC (2001) The Development of Broadband Access Platforms in Europe: Technologies, Services, Markets. Svetovalno poročilo za Evropsko komisijo.

[http://europa.eu.int/information\\_society/europe/2002/news\\_library/new\\_documents/broadband/broadband\\_report.doc](http://europa.eu.int/information_society/europe/2002/news_library/new_documents/broadband/broadband_report.doc)

Benett, Jana (2004): More viewers and wider praise demonstrate the digital Beeb has come of age .

<http://media.guardian.co.uk/broadcast/story/0,7493,1123479,00.html>

Bureau Européen des Unions de Consommateurs, BEUC (2003): Response to the Commission's Consultation on the Review of the "Television Without Frontiers" Directive«.

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/review-twtf2003/wc\\_beuc.pdf](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/review-twtf2003/wc_beuc.pdf)

Collins, Richard (2002a): »2002 – digital television in the United Kingdom«. Javnost, 9, 4, str. 5-18.

Collins, Richard (2002b): Media and identity in contemporary Europe: consequences of global convergence. Intellect, Bristol, Portland.

Collins, Richard, Cristina Murrone (1996): New media, new policies: Media and communications strategies for the future. Polity, Cambridge.

DCMS (Department for Culture Media & Sports), DTI (2003): Digital television Action Plan.

[http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdfs/DigitalTV\\_ActionPlan.pdf](http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdfs/DigitalTV_ActionPlan.pdf)



Deans, Jason (2004): The threat to TV's old guard.

<http://media.guardian.co.uk/mediaguardian/story/0,7558,1115962,00.html>

DIT - Britansko ministrstvo za trgovino in industrijo (2004): Attitudes to digital television. Raziskava za britansko vlado.

<http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdfs/Attitudes%20to%20Digital%20Television.pdf>

Durden, Douglas (2003): TiVo not only way to catch show.

[http://www.timesdispatch.com/servlet/Satellite?pagename=RTD%2FMGArticle%2FRTD\\_BasicArticle&c=MGArticle&cid=1031772094270&path=!flair&s=1045855936229](http://www.timesdispatch.com/servlet/Satellite?pagename=RTD%2FMGArticle%2FRTD_BasicArticle&c=MGArticle&cid=1031772094270&path=!flair&s=1045855936229)

Evropska komisija (1994): Commission declares joint venture by Bertelsmann, Kirch, and Deutsche Telekom as incompatible with the common market (IP/94/1025)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/94/1025|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/94/1025|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (1995): Commission decides not to authorise NSD in its current form, but remains open to examine new proposals (IP/95/801)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/95/801|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/95/801|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (1997): Green paper on the convergence of the telecommunications, media and information technology sectors, and the implications for regulation. Towards an information society approach. COM(1997)623, 3. 12 1997.

<http://europa.eu.int/ISPO/convergencegp/97623.html>

Evropska komisija (1998): Commission prohibits Bertelsmann/Kirch/Premiere and Deutsche Telekom / Betaresearch mergers (IP/98/477)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/98/477|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/98/477|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (1999): Commission exempts for seven years the creation of British Interactive Broadcasting (now Open) (IP/99/686)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_...n.gettxt=gt&doc=IP/99/686%7C0%7C](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_...n.gettxt=gt&doc=IP/99/686%7C0%7C)

[AGED&lg=EN&display=](#)

Evropska komisija (2000a): XXIXth report on competition policy – 1999

[http://europa.eu.int/comm/competition/annual\\_reports/1999/en.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/annual_reports/1999/en.pdf)

Evropska komisija (2000b): Commission clears merger between Vivendi, Canal+ and Seagram subject to conditions (IP/00/1162)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/00/1162|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/00/1162|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2000c): Commission authorises the participation of BSkyB in KirchPayTV (IP/00/279)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/00/279|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/00/279|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2000d): Commission approves the EBU-Eurovision system (IP/00/472)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/00/472|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/00/472|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2000e): Commission clears Vizzavi Internet portal venture between Vodafone, Vivendi and Canal+ subject to conditions (IP/00/821)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/00/821|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/00/821|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2001a): Evaluation report on the application of Council Recommendation of 24 September 1998 concerning the protection of minors and human dignity. (COM(2001)106)

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/new\\_srv/ermin\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/new_srv/ermin_en.pdf)

Evropska komisija (2001b): Commission clarifies application of State aid rules to Public Service Broadcasting. (IP/01/1429)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/01/1429|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/01/1429|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2002a): Fifth communication on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC “Television without Frontiers”, as amended by Directive 97/36/EC, for the

period 1999–2000. (COM (2002)612)

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/twf/art45/comm2002\\_612final\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/twf/art45/comm2002_612final_en.pdf)

Evropska komisija (2002b): Television broadcasters are devoting an average of 62% of their transmission time to European works, and steadily improving the "quotas" provided for in the "television without frontiers" Directive. (IP/02/1632)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/02/1632|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/02/1632|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2002c): Commission approves state funding to BBC digital television and radio channels. (IP/02/737)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/02/737|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/02/737|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2002d): Commission welcomes UEFA's new policy for selling the media rights to the Champions League. (IP/02/806)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/02/806|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/02/806|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2003a): Fourth report on the application of Directive 89/552/EEC "Television without Frontiers". (COM(2002)778)

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/twf/applica/comm2002\\_778final\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/twf/applica/comm2002_778final_en.pdf)

Evropska komisija (2003b): The future of European regulatory audiovisual policy. COM(2003) 784 final.

[http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/cnc/2003/com2003\\_0784en01.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/cnc/2003/com2003_0784en01.pdf)

Evropska komisija (2003c) Transition from analogue to digital broadcasting (from digital 'switchover' to analogue 'switch-off'). COM(2003) 541.

[http://europa.eu.int/information\\_society/topics/telecoms/regulatory/digital\\_broadcasting/documents/acte\\_en\\_vf.pdf](http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/digital_broadcasting/documents/acte_en_vf.pdf)

Evropska komisija (2003d): XXXIIInd eport on competition policy – 2002

[http://europa.eu.int/comm/competition/annual\\_reports/2002/](http://europa.eu.int/comm/competition/annual_reports/2002/)

Evropska komisija (2003e): Second evaluation report on the application of Council Recommendation of 24 September 1998 concerning the protection of minors and human dignity. (COM(2003)776)

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/reports/com2003\\_776final\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/reports/com2003_776final_en.pdf)

Evropska komisija (2003f): Green paper on services of general interest. (COM(2003)270)

[http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/gpr/2003/com2003\\_0270en01.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/gpr/2003/com2003_0270en01.pdf)

www.afterdawn.com (2002): TBS boss: End of free TV.

<http://www.afterdawn.com/news/archive/3128.cfm>

Evropska komisija (2003g): Commission decides on public TV financing in Italy and Portugal (IP/03/1399)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/03/1399|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/03/1399|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2003h): Public financing of television in France between 1988 and 1994 proportional to the cost of its public service obligations (IP/03/1686)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/03/1686|0|RAPID&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/03/1686|0|RAPID&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2003i): Commission adopts merger control guidelines (IP/03/1744)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/03/1744|0|RAPID&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/03/1744|0|RAPID&lg=EN&display=)

Evropska komisija (2003j): Commission clears merger between Stream and Telepiù subject to conditions (IP/03/478)

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/03/478|0|AGED&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/03/478|0|AGED&lg=EN&display=)

Evropski parlament (2002): Resolution on media concentration. 20.11.2002

<http://www3.europarl.eu.int/omk/omnsapir.so/p...LIO02|PLAGE@1&TYPEF=TITRE&NUMB=1&DATEF=021120>

Evropski parlament (2003): Resolution on Television without Frontiers. A5-0251/2003, 4. 9. 2003

<http://www3.europarl.eu.int/omk/omnsapir.so/p...LIO03|PLAGE@1&TYPEF=TITRE&N UMB=1&DATEF=030904>

Go Digital Project (2003): Key Findings. Ugotovitve britanskega konzorcija vpletenih v digitalizacijo.

[http://www.itc.org.uk/uploads/GO\\_DIGITAL\\_KEY\\_FINDINGS.pdf](http://www.itc.org.uk/uploads/GO_DIGITAL_KEY_FINDINGS.pdf)

Gough, Paul J. (2003): TiVo Reaches 1 Million Mark Ahead of Schedule.

[http://www.mediapost.com/dtls\\_dsp\\_news.cfm?newsId=224937](http://www.mediapost.com/dtls_dsp_news.cfm?newsId=224937)

Grünwald, Andreas (2003) Report on possible options for the review of the European Convention on Transfrontier Television. Svetovalno poročilo za Svet Evrope.

[http://www.coe.int/T/E/human%5Frights/media/5%5FDocumentary%5FResources/2%5FThematic%5Fdocumentation/Broadcasting%5F%26%5Fconvergence/PDF\\_T-TT\\_2003\\_002%20E%20Gr%FCnwald%20report.pdf](http://www.coe.int/T/E/human%5Frights/media/5%5FDocumentary%5FResources/2%5FThematic%5Fdocumentation/Broadcasting%5F%26%5Fconvergence/PDF_T-TT_2003_002%20E%20Gr%FCnwald%20report.pdf)

Higham, Nick (2004) How Ofcom will affect the BBC.

[http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/tv\\_and\\_radio/3369885.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/tv_and_radio/3369885.stm)

Hrvatina, B. Sandra (2002) Državni ali javni servis. Perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji. Mirovni inštitut, Ljubljana.

Hrvatina, B. Sandra (2003a) Moč medijskih lastnikov v EU. MediaWatch.

<http://mediawatch.ljudmila.org/bilten/seznam/17/uvodnik/>

Hrvatina, B. Sandra (2003b) Zakon o RTVS za 20. ali 21. stoletje?. MediaWatch.

<http://mediawatch.ljudmila.org/bilten/seznam/17/javnartv/print.html>

ITC (1997): Code of Conduct on Electronic Programme Guides.

[http://www.itc.org.uk/uploads/Code\\_of\\_Conduct\\_on\\_Electronic\\_Programme\\_Guides.doc](http://www.itc.org.uk/uploads/Code_of_Conduct_on_Electronic_Programme_Guides.doc)

ITC (2003a) A report on progress towards digital switchover. Poročilo britanskega regulatorja komercialne televizije.

[http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdfs/ITC\\_BBC\\_switchover\\_report.pdf](http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdfs/ITC_BBC_switchover_report.pdf)

ITC (2003b): Multichannel Quarterly – Q2 2003.

[http://www.ofcom.org.uk/industry\\_market\\_research/m\\_i\\_index/tv\\_radio\\_region/itc\\_market\\_info/cable\\_sat\\_stats/multichannel\\_q2\\_2003.doc](http://www.ofcom.org.uk/industry_market_research/m_i_index/tv_radio_region/itc_market_info/cable_sat_stats/multichannel_q2_2003.doc)

ITC (2003c): The UK Television Market: An Overview

[http://www.ofcom.org.uk/industry\\_market\\_research/m\\_i\\_index/tv\\_radio\\_region/itc\\_market\\_info/tv\\_overview/industry\\_info\\_sept03.ppt](http://www.ofcom.org.uk/industry_market_research/m_i_index/tv_radio_region/itc_market_info/tv_overview/industry_info_sept03.ppt)

Levy, David A. L. (1999): Europe's digital revolution: broadcasting regulation, the EU and the nation state. Routledge, London, New York.

Liikanen, Erkki (2003): Is Digital TV a priority for Europe. Govor evropskega komisarja.

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/03/72|0|RAPID&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/03/72|0|RAPID&lg=EN&display=)

MDB (2003): UK independent television: 2003.

<http://www.the-list.co.uk/acatalog/bd9201q.html>

Milmo, Dan (2004): Digital TV a turn-off for one in 10 homes.

<http://media.guardian.co.uk/broadcast/story/0,7493,1118178,00.html>

Monti, Mario (2001): Does EC competition policy help or hinder the European audiovisual industry? Govor evropskega komisarja.

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/01/578|0|RAPID&lg=EN&display=](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/01/578|0|RAPID&lg=EN&display=)

Näränen, Pertti (2002): »European digital television: future regulatory dilemmas«. Javnost, , 9, 4, str. 31-34.

Nehl, Hanns Peter (2003): Rechtsschutz im Bereich grenzüberschreitender Medienzusammenschlüsse. Prispjevok visokega uradnika Evropske komisije na konferenci, Dunaj, 28. 10. 2003.

[http://europa.eu.int/comm/competition/speeches/text/sp2003\\_041\\_de.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/speeches/text/sp2003_041_de.pdf)

Reding, Viviane (2003): EU Media Policy: Culture and Competition. Govor evropske komisarke, Madrid, 27. 3. 2003.

[http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/03/157|0](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=SPEECH/03/157|0)

[AGED&lg=EN&display=](#)

Signalalpha (nedatirano): Notable "firsts" for television.

<http://www.signalalpha.com/television.htm>

Teather, David (2001): Hull - city of the future.

<http://media.guardian.co.uk/mediaguardian/story/0,7558,549147,00.html>

Tehrani, Majid (1990): Technologies of Power. Ablex, Norwood, v Obča komunikologija (1994), študijsko gradivo za študente prvega letnika, FDV, Ljubljana.

Überall TV (2003): Die Analog/Digitalumstellung im Überblick.

[http://www.ueberall-tv.de/3content/planD/main\\_D.htm](http://www.ueberall-tv.de/3content/planD/main_D.htm)

Žilič, Suzana Fišer (2003): Urad za komunikacije – nov medijski regulator v Veliki Britaniji. MediaWatch.

<http://mediawatch.ljudmila.org/bilten/seznam/15/svet>