

NOVO UREĐENJE AUDIOVIZUALNIH MEDIJSKIH USLUGA

1. Uvod

Obavljanje djelatnosti televizije uređeno je u Republici Hrvatskoj medijskim zakonodavstvom, koje je usklađeno sa Direktivom o televiziji bez granica¹ i aktima Vijeća Europe koji uređuju područje medija.²

Važeće medijsko zakonodavstvo obuhvaća niz zakona, od kojih su najvažniji Zakon o medijima³, Zakon o elektroničkim medijima⁴, Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji⁵ i Zakon o potvrđivanju Europske konvencije o prekograničnoj televiziji.⁶

Seades materiae uređenja djelatnosti televizije je Zakon o elektroničkim medijima koji detaljno uređuje televiziju kao tradicionalnu audiovizualnu medijsku uslugu. Međutim, ovaj Zakon ne uređuje niz novih audiovizualnih medijskih usluga koje su posljedica brzog tehnološkog napretka i digitalizacije u audiovizualnom području, kao ni korištenje svih dostupnih platformi distribucije audiovizualnih medijskih usluga (zemaljska, satelitske, kabelske i internetom).

Nova Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama⁷ koja je prihvaćena od strane Europskog parlamenta i Vijeća 11. prosinca 2007. godine uređuje pored audiovizualnih medijskih usluga televizije ili televizijskog emitiranja kao linearnih audiovizualnih medijskih usluga i audiovizualne medijske usluge na zahtjev kao nelinearne audiovizualne medijske usluge. Ova Direktiva također uređuje i audiovizualne komercijalne komunikacije, plasman proizvoda, program, uređivačku odgovornost i dr.

Svrha je ovoga rada da uputi na mogući način uređenja audiovizualnih medijskih usluga u Republici Hrvatskoj te ukaže na moguće poteškoće koje se mogu pojaviti tijekom procesa uređenja novih audiovizualnih medijskih usluga, imajući napose u vidu pravne i tehnološke aspekte prelaska na novo uređenje ove djelatnosti i činjenicu da je

¹ Council Directive 89/552/EEC of 3 October 1989 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities (OJ L 331, 16. 11. 1989., EUR-Lex 31989L0552); Council Directive 97/36/EC of the European Parliament and of the Council of 30 June 1997 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities (OJ L 202, 30. 07. 1997., EUR-Lex 31997L0036).

² Direktiva o televiziji bez granica ne uređuje djelatnost radija.

³ NN, 59/04

⁴ NN, 122/03, 79/07, 32/08 i 65/09

⁵ NN, 25/03

⁶ NN MU, 11/01

⁷ Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities (OJ L 332, 18. 12. 2007., EUR-Lex 32007L0065).

izrađen prijedlog novog Zakona o elektroničkim medijima koji je upućen u zakonodavnu proceduru.⁸

2. Audiovizualna medijska usluga i status pružatelja medijske usluge

Prema članku 1. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama audiovizualna medijska usluga označava uslugu definiranu člancima 49. i 50. Ugovora o osnivanju Europske zajednice⁹, za koju uredničku odgovornost ima pružatelj medijskih usluga te čija je osnovna namjena emitiranje programa za informiranje, zabavu ili obrazovanje opće javnosti putem elektroničkih komunikacijskih mreža.¹⁰ Takva audiovizualna medijska usluga je televizijsko emitiranje ili audiovizualna medijska usluga na zahtjev i/ili audiovizualna komercijalna komunikacija.

Prema tome, pojmom audiovizualne medijske usluge obuhvaćene su linearne i nelinearne audiovizualne medijske usluge, te audiovizualne komercijalne komunikacije, koje su uvedene kao opći pojam za sve vrste direktne ili indirektna promidžbe u okviru ovih usluga.

Važeći Zakon o elektroničkim medijima uređuje samo linearne audiovizualne medijske usluge, kao i određene oblike komercijalnih komunikacija (televizijsko oglašavanje, teletrgovinu i sponzorsvo).¹¹

Linearna i nelinearna audiovizualna medijska usluga

Medijska usluga televizije ili televizijsko emitiranje (tj. linearna audiovizualna medijska usluga) je audiovizualna medijska usluga koju osigurava pružatelj medijske

⁸ Prijedlog novog Zakona o elektroničkim medijima izradilo je Ministarstvo kulture i uputilo ga u srpnju 2009. godine u zakonodavnu proceduru, tako da je Prijedlog prošao prvo čitanje u Hrvatskom saboru. Nacrt prijedloga ovoga Zakona može se naći na internetskoj stranici Ministarstva kulture, <http://www.min-kulture.hr/>.

⁹ Foster G. Nigel, Treaty Establishing the European Community, Blackstone's EC Legislation, Tenth Edition, Blackstone Press Limited, 1999/2000. Članak 49. Ugovora o osnivanju EZ glasi: U okviru niže navedenih odredbi, zabranjena su ograničenja slobode pružanja usluga unutar Zajednice kada se radi o državljanima država članica koji su poslovni nastan ostvarili u državi Zajednice koja nije država osobe kojoj su usluge namijenjene. Vijeće može, na prijedlog Komisije, kvalificiranom većinom proširiti odredbe ovog poglavlja na državljane trećih zemalja koji pružaju usluge i koji su poslovni nastan ostvarili unutar Zajednice. Članak 50. glasi: "Uslugama" u smislu ovog Ugovora smatraju se one usluge koje se uobičajeno obavljaju uz naknadu, ukoliko nisu uređene odredbama koje se odnose na slobodu kretanja robe, kapitala i osoba.

¹⁰ Pojam elektroničke komunikacijske mreže uređen je člankom 2. Zakona o elektroničkim komunikacijama NN, 73/68. Elektronička komunikacijska mreža je prijenosni sustav i, prema potrebi, oprema za prospajanje (komutaciju) ili usmjeravanje i druga sredstva koja omogućuju prijenos signala žičanim, radijskim, svjetlosnim ili drugim elektromagnetskim sustavom, što uključuje satelitske mreže, nepokretne zemaljske mreže (s prospajanjem kanala i prospajanjem paketa, uključujući internet), pokretne zemaljske mreže, elektroenergetske kabelaške sustave u mjeri u kojoj se upotrebljavaju za prijenos signala, radiodifuzijske mreže i mreže kabelaške televizije, bez obzira na vrstu podataka koji se prenose.

¹¹ Ovaj Zakon ne uređuje primjerice plasman proizvoda, iako je ovaj oblik audiovizualne komercijalne komunikacije bio prisutan u programskim sadržajima, te se smatrao prikrivenim oglašavanjem, koje se prešutno dopuštalo.

usluge (nakladnik televizije) za istodobno gledanje programa na osnovi rasporeda programa.

Audiovizualna medijska usluga na zahtjev (tj. nelinearna audiovizualna medijska usluga) je usluga koju osigurava pružatelj medijske usluge za gledatelje programa u trenutku koji odabere korisnik na svoj individualni zahtjev na osnovi kataloga programa koji odabire pružatelj medijske usluge.

Audiovizualna komercijalna komunikacija

Audiovizualna komercijalna komunikacija predstavlja slike sa ili bez zvuka koje su oblikovane za izravno ili neizravno promicanje roba, usluga ili imidža fizičke ili pravne osobe koja se bavi gospodarskom djelatnošću. Takve slike prate ili su uključene u program uz plaćanje ili sličnu naknadu ili u svrhu promidžbe. Oblici audiovizualne komunikacije uključuju, između ostalog, televizijsko oglašavanje, sponzorstvo, teletrgovinu i plasman proizvoda.

Iz definicije audiovizualne komercijalne komunikacije razvidno je da se radi o liberalizaciji promidžbe za sve vrste audiovizualnih medijskih usluga, što će pridonijeti jačanju gospodarskog aspekta ovih usluga. Držimo da ovo neće bitno poboljšati kvalitetu ovih usluga gledano sa kulturnog, stvaralačkog, obrazovnog ili drugog kreativnog aspekta, budući da nisu uspostavljeni mehanizmi koji bi doveli do poboljšanja kvalitete programa.¹²

Usluge koje nisu obuhvaćene

Bitno je istaknuti da audiovizualna medijska usluga ne obuhvaća privatnu korespondenciju kao što je e-pošta poslana ograničenom broju primatelja, te sve usluge čija temeljna svrha nije omogućavanje realizacije programa¹³, igre na sreću s novčanim ulozima, ali obuhvaća emisije posvećene kockanju ili igrama na sreću. Direktiva također isključuje iz pojma audiovizualne medijske usluge inačice novina i magazina.

Ovakav zahvat Direktive u samo određene vrste usluga je razumljiv, budući da su odabrane one koje su srodne televizijskom emitiranju i mogu se kontrolirati, a da se pri tome ne ograničava sloboda mišljenja i izražavanja zadiranjem u privatne aktivnosti i interese građana. Međutim, to ne znači da nacionalno zakonodavstvo ne može neke usluge koje nisu predmet Direktive djelomično urediti.¹⁴

¹² Kvaliteta programa nakladnika televizije jedan je od kriterija za dobivanje koncesije, ali nakladnici televizije brzo nakon dobivanja koncesije odstupe od ove svoje obveze. Iz toga razloga u članku 23. Prijedloga novoga Zakona o elektroničkim medijima predviđeno je da će programska osnova i shema na temelju koje je nakladnik televizije dobio koncesiju biti javno obavljene na internetskoj stranici Vijeća za elektroničke medije, tako da će pored regulatornog tijela i javnost moći vršiti pritisak na nakladnika koji se ne pridržava preuzetih obveza.

¹³ Primjerice to su internetske stranice koje sadrže audiovizualne sadržaje samo kao dodatnu dopunu, kao što su animirani grafički elementi, kratke promidžbene poruke ili informacije vezane uz proizvod ili uslugu koja nije audiovizualna.

¹⁴ Tako Zakon o elektroničkim medijima u člancima 2. i 38. uređuje elektroničke publikacije koje obuhvaćaju inačice novina i magazina. I Prijedlog novoga Zakona o elektroničkim medijima također u članku 2. i 80. uređuje elektroničke publikacije.

Pružatelj medijske usluge

Također je bitno utvrditi tko može obavljati djelatnost pružanja audiovizualnih medijskih usluga. Člankom 1. Direktive propisano je da pružatelj medijske usluge može biti fizička ili pravna osoba koja ima uredničku odgovornost za odabir audiovizualnih sadržaja audiovizualne medijske usluge, te koja određuje način na koji su oni organizirani. Prema tome, pružatelj medijske usluge može biti nakladnik televizije, te pružatelji svih drugih oblika audiovizualnih medijskih usluga (usluga na zahtjev i dr.).

Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama ne poznaje pojam elektroničkih publikacija koje uređuje Zakon o elektroničkim medijima¹⁵ niti uređuje status nakladnika elektroničkih publikacija. Kao što je navedeno, Direktiva isključuje iz pojma audiovizualne medijske usluge inačice novina i magazina. Međutim, prijedlog novog Zakona o elektroničkim medijima posve drugačije uređuje elektroničke publikacije, tako da ih definira kao urednički oblikovane internetske stranice i/ili portale koji sadrže elektroničke inačice tiska i/ili informacije iz medija na način da su dostupni široj javnosti bez obzira na njihov opseg. Ovako određen pojam elektroničke publikacije nije u suprotnosti sa Direktivom, a ima za cilj ostvarivanje zabrane govora mržnje i zaštitu maloljetnika u pogledu navedenih sadržaja na internetu.

U navedenom smislu prijedlog novog Zakona o elektroničkim medijima uređuje ne samo audiovizualne medijske usluge u smislu Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama već i elektroničke publikacije, ali se fizičke i pravne osobe koje objavljuju elektroničke publikacije ne mogu smatrati pružateljima medijskih usluga.¹⁶

2. Polazišta novog uređenja audiovizualnih medijskih usluga

Novo uređenje audiovizualnih usluga potaknuto je mnogobrojnim razlozima, koji imaju kulturna, komercijalna, gospodarska, demokratska, tehnološka i druga polazišta. Ova polazišta moraju biti uzeta u obzir prilikom usklađenja Zakona o elektroničkim medijima sa novom Direktivom.

Kulturni i gospodarski aspekti usluga

Bitno je istaknuti da audiovizualne medijske usluge imaju obilježja kulturnih i gospodarskih usluga.¹⁷ One su od iznimne važnosti za demokratsko društvo, budući da

¹⁵ Prema članku 2. Zakona o elektroničkim medijima elektroničke publikacije su sadržaji koje fizičke ili pravne osobe prenose putem informacijsko-komunikacijskih veza na način da su dostupni široj javnosti bez obzira na njihov opseg.

¹⁶ Vidi članak 5. i 80. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima iz 2009. godine. Fizičke i pravne osobe koje objavljuju elektroničke publikacije moraju biti registrirane za ovu djelatnost te imati sjedište i uredništvo u Republici Hrvatskoj. Osim toga upisuju se i u očevidnik koji vodi Vijeće za elektroničke medije.

¹⁷ Štoviše, u uvodnom dijelu Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama ističe se da su one u jednakoj mjeri kulturne usluge koliko su i gospodarske.

osiguravaju slobodu informiranja, različitost mišljenja i pluralizam medija, te obrazovanje i kulturu.

Kulturne aktivnosti, proizvodi i usluge imaju i gospodarske i kulturne značajke s obzirom da prenose identitete, vrijednosti i značenja te se stoga s njima ne smije postupati kao da sadrže isključivo komercijalnu vrijednost.¹⁸

U tom smislu u području audiovizualnih medijskih usluga potrebno je zaštićivati određene javne interese, kao što su kulturna raznolikost, pravo na informiranje, pluralizam medija, zaštita maloljetnika i potrošača, te poticati javnu osviještenost i medijsku pismenost.

Uz to treba uzeti u obzir da je brzi razvoj novih tehnologija u prijenosu audiovizualnih medijskih usluga zahtijevao novi regulatorni okvir kako bi se omogućilo širenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija (ICT), kao i financiranje komercijalnog emitiranja pod uvjetima koji osiguravaju konkurentnost i pravnu sigurnost.

Opća programska načela i obveze za sve usluge

Direktiva uvodi zajedničke temeljne standarde koji vrijede za sve audiovizualne medijske usluge, pri čemu se jamče određena individualna prava te utvrđuju programska načela i obveze, kao što su zaštita maloljetnika, osoba sa posebnim potrebama te promicanje proizvodnje i pristupa europskim djelima.

Sloboda prijenosa usluga

Članak 2.a Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama propisuje obvezu država članica EU da osiguraju slobodu primanja i ne ograničavaju ponovi prijenos audiovizualnih medijskih usluga iz drugih država članica na svojemu području. Člankom 8. Zakona o elektroničkim medijima osigurana je sloboda prijenosa i primanja programskih sadržaja iz drugih država. Ova sloboda prijenosa i prijama može biti ograničena iz razloga propisanih člankom 2.a Direktive.¹⁹ Odredba o ograničenju slobode prijenosa programskih sadržaja nalazi se u članku 66. Zakon o elektroničkim medijima. Međutim, ovu će odredbu trebati preurediti imajući napose u vidu da se ona prema članku 2.a Direktive odnosi i na audiovizualne medijske usluge na zahtjev.²⁰

Kriteriji za određivanje nadležnosti

Temeljno načelo za određivanje potpada li pružatelj audiovizualne medijske usluge unutar nadležnosti pojedine zemlje je načelo podrijetla, propisano člankom 2. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama. Postoje i supsidijarna načela kao što je

¹⁸ Rezolucija Europskog parlamenta od 27. travnja 2006. godine kojom se podržava UNESCO-va Konvencija o zaštiti i promicanju raznolikosti kulturnih izričaja (OJ C 296 E, 6. 12. 2006., str. 104.).

¹⁹ Takvi su razlozi kršenje odredbi koje se odnose na zaštitu maloljetnika i tzv. govor mržnje. U odnosu na ograničenje prijenosa audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev razlozi se mogu odnositi na javne politike; istraživanja, otkrivanja i progon za kaznena djela, uključujući zaštitu maloljetnika i borbu protiv poticanja na mržnju na temelju rase, spola, vjere ili nacionalnosti te za povrede ljudskog dostojanstva pojedinaca; zaštitu javnoga zdravstva; javnu sigurnost, uključujući zaštitu nacionalne sigurnosti i obrane; te zaštitu potrošača, uključujući ulagatelje.

²⁰ Vidi članak 77. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

uključenost značajnog dijela radne snage u obavljanje aktivnosti vezanih uz audiovizualne medijske usluge, održavanje stabilne i učinkovite veze s gospodarstvom države članice, upotrebljavanje satelitske veze koja je smješena u državi članici ili upotrebljavanje satelitskih kapaciteta koji pripadaju državi članici. Članak 6. Zakona o elektroničkim medijima sadrži načela i kriterije za određivanje kada je nakladnik televizijskog programa unutar nadležnosti Republike Hrvatske. Ovu odredbu će trebati izmijeniti s obzirom da su neki raniji kriteriji za određivanje nadležnosti izmijenjeni.²¹ Posebno je značajna izmjena u redosljedu kriterija, tako da je upotrebljavanje satelitske veze kao kriterij stavljen u Direktivi ispred kriterija upotrebljavanja satelitskih kapaciteta, što će dovesti do promjene nadležnosti regulatornih tijela pojedinih država za određeni broj pružatelja medijskih usluga. Za praćenje provedbe zakonskih odredi u pojedinim državama nadležna su nezavisna regulatorna tijela, kao što je Vijeće za elektroničke medije u Republici Hrvatskoj.

Primjena metoda samoregulacije i koregulacije

Člankom 3. stavkom 7. Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama uvodi samoregulaciju i koregulaciju kao dopunske metode provedbe pojedinih odredbi Direktive, odnosno nacionalnog zakonodavstva u koje je ona transponirana. Države članice bi trebale poticati primjenu ovih metoda uređenja odnosa u području elektroničkih medija. Samoregulacija predstavlja vrstu dobrovoljne inicijative koja gospodarskim subjektima, socijalnim partnerima, nevladinim organizacijama ili udrugama omogućava da donesu zajedničke smjernice između sebe i za sebe.²² Koregulacija pak predstavlja pravnu poveznicu između samoregulacije i nacionalnog zakonodavca, na način da omogućava intervenciju države u slučaju da njezini ciljevi nisu ispunjeni. Prema tome, ove metode se dopunjuju, te omogućuju da nadležno regulatorno tijelo, Vijeće za elektroničke medije, odobrava samoregulacijske akte pojedinih pružatelja medijskih usluga, odnosno druge akte kojima se ujednačava provedba pojedinih zakonskih odredbi u praksi.²³

3. Utjecaj tehnološkog aspekta na pravno uređenje pružanja audiovizualnih medijskih usluga

Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama je tehnološki neutralna, ali uređuje programske sadržaje, koji se prenose putem svih dostupnih platformi distribucije (zemaljske, satelitske, kabelske i internetom).

Analogna televizija

²¹ Vidi članak 6. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

²² Vidi uvodni dio Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama, Recital 36.

²³ Člankom 10. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima je propisano:

„(1) Pojedina pitanja mogu se u skladu sa odredbama ovoga Zakona urediti koregulacijom ili samoregulacijom radi ujednačavanja njihove primjene u praksi. Navedeno uređenje mora biti općenito prihvaćeno od glavnih interesnih skupina u Republici Hrvatskoj, odobreno od strane Vijeća za elektroničke medije, te osiguravati učinkovitu provedbu utvrđenih odredbi.“

Za pružanje medijske usluge televizije i radija (televizijsko i radijsko emitiranje) regulatorno tijelo Vijeće za elektroničke medije daje na temelju članka 60. Zakona o elektroničkim medijima koncesiju²⁴ za korištenje frekvencije kao ograničenog prirodnog i nacionalnog dobra za analogno emitiranje programa u Republici Hrvatskoj, pri čemu se jedna frekvencija koristi za jedan program (analogna televizija)²⁵. U tom smislu je ograničen broj programa koji se mogu emitirati u analognoj tehnologiji.

Digitalna televizija

S obzirom da je u Europskoj uniji aktualan prijelaz na digitalno emitiranje televizijskih programa do početka 2012. godine²⁶, Vlada Republike Hrvatske donijela je odluku²⁷ i posebnu strategiju kojom uređuje prelazak s analognog na digitalno emitiranje televizijskog programa²⁸, kojima se predviđa prijelazno razdoblje i prelazak na digitalnu tehnologiju do 31. prosinca 2010. godine.

Prelaskom na digitalnu platformu, davat će se nakladnicima televizije koncesije na temelju javnog natječaja²⁹ za slobodni prijenosni kapacitet zasebnog televizijskog i radijskog programskog kanala unutar multipleksa.³⁰

Odašiljanje televizijskih programa u digitalnoj tehnologiji, pored brojnih prednosti³¹, ima napose tu da digitalni signal koristi jednu frekvenciju za više televizijskih programa, što praktički omogućava povećanje broja programa, a time i pružatelja medijskih usluga (digitalna televizija)³².

²⁴ Vidi Pravilnik o sadržaju i postupku javnog natječaja za davanje koncesija za obavljanje djelatnosti radija i/ili televizije, NN [98/07](#) i [105/07](#).

²⁵ Prema članku 2. Pravilnika o prelasku s analognog na digitalno odašiljanje radijskih i televizijskih programa te pristupu položajima u multipleksu u zemaljskoj digitalnoj radiofuziji (NN, 148/08), analogna televizija ima značenje elektroničkih komunikacija koje obuhvaćaju analogni prijenos, odašiljanje i/ili prijam slike i zvuka te drugih podataka namijenjenih za izravan prijam u javnosti.

²⁶ Vidi Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social committee and the Committee of the Regions on accelerating the transition from analogue to digital broadcasting {SEC(2005)661 }/* COM/2005/0204 final *// EUR – Lex 520050DC024.

²⁷ Odluka Vlade Republike Hrvatske o početku digitalnog emitiranja i prestanku analognog emitiranja televizijskih programa u Republici Hrvatskoj NN, 91/08.

²⁸ Strategija prelaska s analognog na digitalno emitiranje televizijskih programa u Republici Hrvatskoj, srpanj 2008. godine. Vidi portal Ministarstva mora, prometa i infrastrukture, <http://www.mmpi.hr/default.aspx?id=409>.

²⁹ Prema članku 6. Zakona o koncesijama, NN, 125/2008, na koncesije za obavljanje djelatnosti radija i televizije primjenjuju se samo odredbe Glave I., II. i VIII. toga Zakona, tako da su za postupak davanja koncesije mjerodavne odredbe Zakona o elektroničkim medijima.

³⁰ Prema članku 2. Pravilnika o prelasku s analognog na digitalno odašiljanje radijskih i televizijskih programa te pristupu položajima u multipleksu u zemaljskoj digitalnoj radiofuziji, multipleks znači slijed digitalnih signala koji sadržava više radijskih ili televizijskih programa i/ili drugih podataka što se istodobno prenose u jednom radiofrekvencijskom kanalu.

³¹ Digitalna televizija donosi bolju kakvoću televizijskog signala, prijam televizijskog programa bez smetnja, mogućnost većeg izbora kroz dodatne televizijske programe te nove usluge, kao što su digitalni teletekst, interaktivne usluge, elektronički programski vodiči (EPG) i televizija visoke kakvoće (HDTV).

³² Prema članku 2. Pravilnika o prelasku s analognog na digitalno odašiljanje radijskih i televizijskih programa te pristupu položajima u multipleksu u zemaljskoj digitalnoj radiofuziji, digitalna televizija ima značenje elektroničkih komunikacija koje obuhvaćaju digitalni prijenos, odašiljanje i/ili prijam slike i zvuka te drugih podataka namijenjenih za izravan prijam u javnosti.

Drugi pružatelji medijskih usluga

Međutim, ostaje otvoreno pitanje uređenja dodjele dopuštenja za pružatelje audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev, te ostale pružatelje medijskih usluga za satelitski, internetski i kablanski prijenos audiovizualnog i/ili radijskog programa (satelitska, internetska i kablaska televizija).

S obzirom da važeće medijsko zakonodavstvo ne uređuje djelatnost ovih pružatelja medijskih usluga koji koriste navedene platforme distribucije audio i audiovizualnih medijskih sadržaja, oni se uglavnom koriste mogućnošću upisa u registar elektroničkih publikacija koji vodi Vijeće za elektroničke medije, sukladno članku 38. Zakona o elektroničkim medijima, te se na njih primjenjuju isključivo odredbe koje se odnose na zabranu govora mržnje i zaštitu maloljenika.³³ Upis u navedeni registar nema isto pravno značenje kao dopuštenje za obavljanje djelatnosti, tako da su ovi nakladnici elektroničkih medija mogli imati pravnih zapreka u pogledu prekograničnoga prijenosa svojih programa.

Prijedlog novog Zakona o elektroničkim medijima uvodi dopuštenje za obavljanje djelatnosti za pružatelje audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev te satelitski, internetski i kablanski prijenos audiovizualnog i/ili radijskog programa.³⁴

Opći i specijalizirani programski kanali

Također treba istaknuti da je uvođenjem digitalne tehnologije i povećanjem broja programa³⁵ svakako nužno omogućiti pokretanje pored općih programskih kanala i specijaliziranih programskih kanala. U Republici Hrvatskoj sada imamo samo programske kanale općeg tipa, dok uvjeti za pokretanje specijaliziranih programskih kanala nisu uređeni.³⁶

4. Opće odredbe koje se odnose na sve audiovizualne medijske usluge

S obzirom na brojnost, raznovrsnost i specifičnost audiovizualnih medijskih usluga i pružatelja tih usluga, svakako je bilo potrebno urediti i utvrditi one standarde i opće uvjete koji su zajednički za djelatnost pružanja svih vrsta usluga ili pak trebaju predstavljati opće kriterije koji obvezuju bez obzira na koji se način usluga pruža. U

³³ Na ove nakladnike elektroničkih medija primjenjuju se odredbe članka 12., 13., 15 i 32. Zakona o elektroničkim medijima.

³⁴ Vidi članak 19. i 79. Prijedloga novog Zakona o elektroničkim medijima.

³⁵ Vidi Preporuku Vijeća Europe Rec (2003)9 o mjerama promicanja demokratskog i društvenog doprinosa digitalne radiofuzije i Deklaraciju o raspolaganju i upravljanju sa digitalnom dividendom i javnom interesu od 20. veljače 2008. godine, u kojima se ističe da će uvođenje digitalne tehnologije povećati broj i raznovrsnost audiovizualnih usluga, što će između ostaloga doprinijeti i boljoj zemljopisnoj pokrivenosti uslugama.

³⁶ U članku 2. Prijedloga novog Zakona o elektroničkim medijima definirani su pojmovi općeg i specijaliziranog televizijskog ili radijskog programskog kanala. Opći televizijski ili radijski programski kanal je kanal raznovrsnog sadržaja koji ima programsku osnovu sastavljenu većinom od informativnoga, obrazovnog, kulturnog i zabavnog programa. Specijalizirani televizijski ili radijski programski kanal je pak kanal koji ima programsku osnovu koja sadrži shemu programa od kojih su preko 70% istovrsni programi.

pojednim slučajevima opći uvjeti i kriteriji mogu biti pojačani dodatnim strožim pravilima zavisno od programskog sadržaja, napose kada se radi o televizijskom emitiranju. Ove opće odredbe definirane su Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama, aktima Vijeća Europe i drugim međunarodnim aktima.

Opća informiranost korisnika usluga o pružateljima medijskih usluga

Prema članku 3.a Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama pružatelji audiovizualnih medijskih usluga dužni su primateljima usluge omogućiti jednostavan, izravan i stalan pristup informacijama koje se odnose na njihovo ime, adresu osnivanja, elektroničku poštu ili internetsku stranicu kao i nadležna regulatorna i nadzorna tijela. Ovi podaci su potrebni kako bi se primatelju usluge omogućilo što brže, izravno i učinkovito stupanje u kontakt sa pružateljem medijske usluge, napose u slučaju ostvarivanja prava na odgovor i ispravak objavljene informacije.³⁷ Ove odredbe će trebati ugraditi u Prijedlog novog Zakona o elektroničkim medijima.³⁸ Informacije o nakladniku i mediju od interesa za javnost propisane su i člancima 13. do 15. Zakona o medijima.

Programske zabrane

Audiovizualne medijske usluge ne smiju uključivati sadržaje koji potiču na rasnu, spolnu, vjersku ili nacionalnu mržnju.³⁹ Ova zabrana se odnosi na tzv. govor mržnje. Ovdje se radi o tzv. dopuštenim slučajevima ograničenja slobode medija.⁴⁰

Posebno je značajan trend da se u programima nastoje onemogućiti sve vrste diskriminacija, kao i objavljivanje informacija kojima se otkriva identitet djeteta do osamnaeste godine života upletenog u slučajeve bilo kojeg oblika nasilja, bez obzira je li svjedok, žrtva ili počinitelj, što je u skladu s načelom 8. Preporuke Vijeća Europe o pružanju informacija o kaznenim postupcima putem medija.⁴¹ Pojedine od ovih zabrana posebno su i detaljnije uređene Zakonom o suzbijanju diskriminacije⁴² i Zakonom o ravnopravnosti spolova.⁴³

U svrhu zaštite autorskih i srodnih prava, pružatelji medijskih usluga ne smiju prenositi kinematografska djela izvan razdoblja utvrđenih dogovorom s nositeljima

³⁷ Pravo na ispravak objavljene informacije detaljno je uređeno člancima 40. do 58. Zakona o medijima.

³⁸ Vidi članak 11. Prijedloga novog Zakona o elektroničkim medijima.

³⁹ Vidi članak 3.b Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁴⁰ Vidi Preporuku Vijeća Europe, Rec (97)21 o medijima i promidžbi kulture tolerancije, Preporuku Vijeća Europe, Rec (97) 20 o „govoru mržnje“ i Preporuku Vijeća Europe, Rec (97)19 o prikazivanju nasilja u elektroničkim medijima.

⁴¹ Preporuka Vijeća Europe, Rec (2003) 13 o pružanju informacija o kaznenim postupcima putem medija.

⁴² NN, 85/08. Prema članku 2. Zakona o suzbijanju diskriminacije, nije dopuštena diskriminacija na temelju rase ili etničke pripadnosti ili boje kože, spola, jezika, vjere, političkog ili drugog uvjerenja, nacionalnog ili socijalnog podrijetla, imovnog stanja, članstva u sindikatu, obrazovanja, društvenog položaja, bračnog ili obiteljskog statusa, dobi, zdravstvenog stanja, invaliditeta, genetskog nasljeđa, rodnog identiteta, izražavanja ili spolne orijentacije.

⁴³ NN, 82/08 Člankom 16. stavkom 2. Zakona o ravnopravnosti spolova propisano je da je zabranjeno u medijima javno prikazivanje i predstavljanje žena i muškaraca na uvredljiv, omalovažavajući i ponižavajući način, s obzirom na spol i spolnu orijentaciju.

prava.⁴⁴ Ovo pitanje uređeno je člankom 13. stavkom 3. Zakona o elektroničkim medijima, koji štoviše prisiljava nakladnika televizije da za korištenje autorskih i srodnih prava mora pribaviti odobrenje ovlaštene udruge za kolektivno ostvarivanje prava, što dodatno pridonosi poštivanju ovih prava.⁴⁵

Potrebno je istaknuti da se neke od ovih programskih zabrana ponovo ističu uz određene audiovizualne medijske usluge, kao što su audiovizualne komercijalne komunikacije, plasman proizvoda, televizijsko oglašavanje i teletgovina, te u audiovizualnim medijskim uslugama na zahtjev. One se odnose napose na zabranu oglašavanja određenih proizvoda i usluga.

Audiovizualna komercijalna komunikacija

Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama uvodi pojam audiovizualnih komercijalnih komunikacija⁴⁶, kojim se uređuju obvezujući minimalni standardi za objavljivanje svih vrsta promidžbenih poruka bez obzira na vrstu platforme distribucije.

Ovakvo definiranje komercijalnih komunikacija ima smisla ako se uzme u obzir da su za televizijsko oglašavanje i teleprodaju Direktivom propisani detaljniji dodatni kriteriji, koji bi se prema tekstu Direktive trebali odnositi samo na nakladnike televizije. Međutim, prema tumačenju stručne službe Europske komisije, ovi dodatni kriteriji o televizijskom oglašavanju primjenjuju se i na ostale pružatelje medijskih usluga, napose one koji imaju dopuštenje za satelitski, internetski i kabelski prijenos audiovizualnog programa (satelitsku, internetsku i kabelsku televiziju), izuzev pružatelja medijskih usluga na zahtjev.⁴⁷

Audiovizualna komercijalna komunikacija ne uključuje besplatno emitiranje priopćenja javnih usluga i dobrotvornih akcija.⁴⁸ Ona mora biti prepoznatljiva kao takva, što znači da mora biti odgovarajuće označena. Zabranjene su prikrivene audiovizualne komercijalne komunikacije⁴⁹ kao i korištenje podsvjesnih tehnika prilikom njihova objavljivanja.

Audiovizualna komercijalna komunikacija ne smije dovesti u pitanje poštivanje ljudskog dostojanstva, poticati bilo koju vrstu diskriminacije, ponašanje koje je štetno za

⁴⁴ Ovo pitanje također uređuje i niz preporuka Vijeća Europe: Preporuka Vijeća Europe, Rec (2001) 7 o mjerama zaštite autorskih i srodnih prava i borbi protiv piratstva, posebno u digitalnom okruženju; Preporuka Vijeća Europe, Rec (88) 2 o mjerama borbe protiv piratstva u području autorskih i srodnih prava; Preporuka Vijeća Europe, Rec (88) 1 o privatnom audiovizualnom kopiranju; Preporuka Vijeća Europe, Rec (86) 2 o načelima vezanim za pitanja autorskih prava u području televizije putem satelita i kabela; Preporuka Vijeća Europe, Rec (95) 1 o mjerama protiv zvučnog i audiovizualnog piratstva.

⁴⁵ Ove odredbe unesene su i u Prijedlog novog Zakona o elektroničkim medijima.

⁴⁶ Vidi članak 3.e Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁴⁷ Ovakvo tumačenje stručne službe Europske komisije sadržano je u mišljenju o Nacrtu prijedloga Zakona o elektroničkim medijima koje je dostavljeno Ministarstvu kulture u lipnju 2009. godine i objavljeno na službenoj internetskoj stranici Europske komisije <http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/ext/croatia.pdf>.

⁴⁸ Ovakav stav može se zaključiti iz teksta uvodnog dijela Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (Recital 26), iako Direktiva u normativnom dijelu teksta ne uređuje pobliže ovo pitanje.

⁴⁹ Prikrivena audiovizualna komercijalna komunikacija je predstavljanje riječima ili slikom robe, usluga, imena, zaštitnog znaka ili djelatnosti proizvođača robe ili pružatelja usluga u programima, kada je namjera pružatelja medijske usluge koristiti takvo predstavljanje kao oglašavanje koje bi moglo zavarati javnost u pogledu njegovog obilježja. Takvo se predstavljanje smatra namjernim, posebno ako je izvršeno uz plaćanje ili sličnu naknadu.

zdravlje ili sigurnost kao i ponašanje koje je iznimno štetno za zaštitu okoliša. Nadalje, ona također ne smije prouzročiti moralnu ili fizičku štetu maloljetnicima, te ih poticati na određene aktivnosti koje su štetne i neprimjerene za njihovu dob.⁵⁰

Zabranjeni su svi oblici audiovizualne komunikacije koja promiče cigarete i druge duhanske proizvode te medicinske proizvode i pružanje zdravstvenih usluga, koji su dostupni samo na recept.⁵¹ Audiovizualne komercijalne komunikacije koje promiču alkoholna pića ne smiju biti izričito usmjerene na maloljetnike i ne smiju poticati na neumjerenu konzumaciju takvih pića.⁵²

Sponsorirane audiovizualne medijske usluge

Člankom 20. Zakona o elektroničkim medijima uređeno je pokroviteljstvo koje se odnosi na televizijsko emitiranje, pri čemu druge audiovizualne medijske usluge pod pokroviteljstvom ovim Zakonom nisu uređene. Međutim, članak 3. f. Direktive uređuje sponsorirane audiovizualne usluge vrlo detaljno, tako da se odredbe ovoga članka odnose na sve vrste audiovizualnih medijskih usluga pod pokroviteljstvom bez obzira na platformu njihove distribucije. Odredbama o sponsoriranim audiovizualnim medijskim uslugama osigurava se ponajprije neovisnost uredničke odgovornosti, tako da se ni u kakvim okolnostima na sadržaj sponsoriranih usluga i programa, a u slučaju televizijskog emitiranja na raspored programa, ne smije utjecati na način da se djeluje na odgovornost i uredničku odgovornost pružatelja medijske usluge. Sponsorirane audiovizualne medijske usluge i programi ne smiju izravno poticati na kupnju ili najam roba ili usluga, osobito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge. Gledatelje se mora jasno obavijestiti o postojanju ugovora o sponzorstvu, a sponzorirani programi moraju biti jasno određeni kao takvi i označeni na početku, tijekom i/ili na kraju programa.⁵³

Kada audiovizualne medijske usluge ili programe sponzoriraju pravne ili fizičke osobe čija djelatnost uključuje proizvodnju ili prodaju medicinskih proizvoda i pružanje zdravstvenih usluga, može se promicati ime ili imidž pravne ili fizičke osobe sponzora, ali se ne mogu promicati medicinski proizvodi ili zdravstvene usluge dostupne samo na recept.

Sponzori ne smiju biti pravne ili fizičke osobe čija je glavna djelatnost proizvodnja ili prodaja cigareta i drugih duhanskih proizvoda. Ne smiju se sponzorirati vijesti i informativni programi. Pojedini se nacionalni zakonodavci mogu odlučiti za zabranu prikazivanja logotipa sponzora tijekom dječjeg programa, dokumentarnih

⁵⁰ Člankom 3.e stavkom g. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama propisano je da audiovizualne komercijalne komunikacije ne smiju:

- prouzročiti moralnu ili fizičku štetu maloljetnicima,
- izravno poticati maloljetnike na kupnju ili unajmljivanje proizvoda ili usluge, iskorištavajući njihovo neiskustvo ili lakovjernost,
- izravno poticati maloljetnike na uvjeravanje njihovih roditelja ili drugih na kupnju robe ili usluga koje se reklamiraju,
- iskorištavati posebno povjerenje koje maloljetnici imaju u roditelje, nastavnike ili druge osobe, ili
- nerazborito prikazivati maloljetnike u opasnim situacijama.

⁵¹ Članak 3. e stavak f. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁵² Članak 3. e stavak e. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁵³ Sponzorirani programi moraju biti određeni kao takvi imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je primjerice upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljiv znak na primjeren način.

filmova i vjerskih programa. Nacrt prijedloga novoga Zakona o elektroničkim medijima sadži zabranu prikazivanja logotipa sponzora koja se odnosi na vjerske i dječje programe.⁵⁴

Plasman proizvoda

Člankom 3. g. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama uvodi se po prvi put plasman proizvoda kao oblik audiovizualne komercijalne komunikacije koji uključuje ili spominje proizvod, uslugu ili njihov zaštitni znak na način da se prikažu u okviru programa uz plaćanje ili sličnu naknadu.

Plasman proizvoda je stvarnost u kinematografskim djelima i audiovizualnim djelima proizvedenim za televiziju. Kod plasmana proizvoda je upućivanje na neki proizvod ugrađeno u sadržaj programa za razliku od sponzorstva gdje se upućivanje na neki proizvod može odvijati tijekom programa, ali ono ne čini dio radnje.

Načelno plasman proizvoda je prema članku 3.g stavku 1. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama zabranjen za što se može opredijeliti i nacionalno zakonodavstvo. Međutim, nacionalno zakonodavstvo može se opredijeliti da iznimno prema članku 3. g. stavku 2. Direktive dopusti plasman proizvoda kao oblik audiovizualne komercijalne komunikacije uz strogo propisane uvjete.

Tako je plasman proizvoda iznimno dopušten u kinematografskim djelima, filmovima i serijama napravljenim za audiovizualne medijske usluge, športske programe i programe lake zabave⁵⁵, a uz izuzetak dječjih programa.

U slučaju kada nema plaćanja pružatelju medijske usluge, ali određene robe ili usluge, kao što su proizvodni rekviziti ili nagrade, pružaju mu se besplatno u cilju njihovog uključivanja u audiovizualni program, roba ili usluge koje se uključuju u program moraju imati značajnu vrijednost.

Prilikom određivanja značajne vrijednosti roba ili usluga koje se plasiraju mora se prema stajalištu Europske komisije uzeti u obzir visina sredstava proizvodnje ili troškova plaćenih za plasiranje roba ili usluga u program.⁵⁶

Na uključivanje u audiovizualni program roba i usluga koje nemaju značajnu vrijednost primjenjuju se odredbe Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama kojima se uređuje audiovizualna komercijalna komunikacija.

Putem plasmana proizvoda ili kroz njegov sadržaj ne smije se utjecati, u slučaju televizijskog emitiranja, na raspored programa, niti se smije djelovati na odgovornost i uredničku neovisnost pružatelja medijske usluge. Ne smije se plasmanom proizvoda izravno poticati na kupnju ili najam roba ili usluga, osobito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge. Također se ne smije neprilično isticati neki proizvod.

Nadalje, gledatelje se mora jasno obavijestiti o postojanju plasmana proizvoda, tako da plasman proizvoda mora biti jasno određen na početku i na kraju audiovizualnog programa te kada se audiovizualni program nastavi nakon prekida za reklame, kako ne bi

⁵⁴ Vidi članak 17. stavak 5. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

⁵⁵ Za sada se točno ne zna što je to program lake zabave, ali je ovaj pojam zadržan i u članku 18. stavku 2. Prijedloga novog Zakona o elektroničkim medijima.

⁵⁶ Vidi Minutes of the 27 th Meeting of the Contact Committee established by the Television without frontiers Directive, Doc CC TVSF (2008) 4, internetska stranica Europske komisije http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/contact_comm/27_minutes_en.pdf.

došlo do zbunjivanja gledatelja. Postoji i iznimka od ovoga pravila, za koje se može opredijeliti nacionalno zakonodavstvo⁵⁷, i to u slučaju kada audiovizualni program sadrži plasman proizvoda koji ne proizvodi i ne naručuje sam pružatelj medijske usluge ili trgovačko društvo povezano s pružateljem medijske usluge.

U svakom slučaju audiovizualni programi ne smiju uključivati plasiranje duhanskih proizvoda i cigareta, te posebnih medicinskih proizvoda ili zdravstvenih usluga dostupnih samo na recept.

5. Audiovizualne medijske usluge na zahtjev

Audiovizualna medijska usluga na zahtjev (tj. nelinearna audiovizualna medijska usluga) je usluga koju osigurava pružatelj medijske usluge za gledanje programa u trenutku koji odabere korisnik na svoj individualni zahtjev na osnovi kataloga programa koji odbabire pružatelj medijske usluge.⁵⁸ Audiovizualna medijska usluga na zahtjev je video na zahtjev.⁵⁹

Za audiovizualne medijske usluge na zahtjev karakteristično je da su slične televiziji odnosno da se nadmeću za istu publiku kao i televizijsko emitiranje, te su stoga uređeni uvjeti pružanja ovih usluga.

Začajno je istaknuti da je člankom 19. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima predviđeno izdavanje dopuštenja za fizičke ili pravne osobe koje bi obavljale djelatnost pružanja audio i/ili audiovizualnih medijskih usluga.⁶⁰

Audiovizualne medijske usluge na zahtjev koje mogu ozbiljno naštetiti fizičkom, mentalnom ili moralnom razvoju maloljetnika dostupne su samo na način kojim se osigurava da maloljetnici u uobičajenim okolnostima neće čuti ili vidjeti takve audiovizualne medijske usluge na zahtjev.⁶¹

Pružatelji audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev moraju nastojati da njihove audiovizualne medijske usluge na zahtjev promiču proizvodnju i pristup europskim djelima, gdje je to izvedivo te uz pomoć odgovarajućih sredstava. Promicanje europskih djela može se odnositi, između ostalog, na financijski doprinos koji audiovizualne medijske usluge na zahtjev ostvaruju za proizvodnju i stjecanje prava nad europskim djelima ili na udjel i/ili isticanje europskih djela u katalogu programa koji nude audiovizualne medijske usluge na zahtjev.

Pružatelji audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev dužni su ostvarivati i povećavati financijski doprinos ili udio i/ili isticanje europskih djela u katalogu programa, te je u tom smislu njihova obveza slična onoj nakladnika televizije.⁶²

⁵⁷ Vidi članak 18. stavak 5. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima prema kojem je prihvaćena ova iznimka.

⁵⁸ Vidi članak 1. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama i članak 2. stavak 1. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

⁵⁹ European Audiovisual Observatory, Video on Demand in Europe, Second survey of VOD services as of January 2008, Strasbourg, April 2008

⁶⁰ Ova dopuštenja bi izdavalo Vijeće za elektroničke medije.

⁶¹ Vidi članak 3.h Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁶² Pružatelji audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev ne bi smjeli biti u izrazito boljem položaju od nakladnika televizije u pogledu obveza koje se odnose na proizvodnju i promicanje europskih djela. Ovo

6. Televizijsko emitiranje

Medijska usluga televizije ili televizijsko emitiranje (tj. linearna audiovizualna medijska usluga) je usluga koju osigurava pružatelj medijskih usluga za istodobno gledanje programa na osnovi rasporeda programa.⁶³ Pružatelj medijske usluge televizijskog emitiranja je nakladnik televizije.⁶⁴

U kontekstu televizijskog emitiranja pojam istovremenog gledanja podrazumijeva prividno istovremeno gledanje zbog razlika u kratkotrajnom kašnjenju do kojega dolazi između prijenosa i prijama emisije iz tehničkih razloga svojstvenih procesu prijenosa.

Osim općih odredbi Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama na nakladnike televizije primjenjuju se odredbe članaka 3.j do 22. Direktive, koje uređuju niz programskih načela i obveza.

Promoviranje distribucije i produkcije televizijskog programa

Nakladnik televizije mora nastojati da europska djela čine većinski udio njegovoga godišnjeg vremena objavljivanja.⁶⁵ Nakladnik televizije koji ne postigne navedeni opseg udjela europskih djela mora svake godine povećati udio tih djela u odnosu na prošlu godinu uzimajući uobzir njegove obveze informativnog, obrazovanog, kulturnog i zabavnog značaja prema svojim gledateljima.

Europska djela definirana su člankom 1. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.⁶⁶

pitanje će se prema Prijedlogu novog Zakona o elektroničkim medijima pobliže urediti pravilnikom Vijeća za elektroničke medije.

⁶³ Vidi članak 1. stavak e. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁶⁴ Vidi članak 2. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima. Nakladnik televizije je pravna ili fizička osoba koja kao pružatelj medijske usluge obavlja djelatnost pružanja medijske usluge televizije na temelju dane koncesije i sklopljenog ugovora o koncesiji.

⁶⁵ Vidi članak 4. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁶⁶ Člankom 41. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima definirana su europska djela

(1) Europska djela u smislu ovoga Zakona su:

- djela koja potječu iz država članica Europske unije,
- djela koja potječu iz europskih država članica Europske konvencije o prekograničnoj televiziji te ispunjavaju uvjete propisane stavkom 3. ovoga članka,
- djela koja su proizvedena u koprodukciji u okviru sporazuma koji se odnose na audiovizualni sektor i koji su sklopljeni između Europske unije i trećih zemalja i koja ispunjavaju uvjete definirane u svakom od tih sporazuma.

(2) Odredbe stavka 1. podstavka 2. i 3. ovoga članka odnose se samo na države članice u kojima audiovizualna djela koja potječu iz država članica Europske unije nisu predmet diskriminacijskih mjera.

(3) Djela iz stavka 1. podstavka 1. i 2. ovoga članka su ona koja su ostvarili pretežito autori i radnici s prebivalištem u državi ili državama iz stavka 1. podstavka 1. i 2. ovoga članka ako udovoljavaju jednom od sljedećih uvjeta:

- ako su proizvođači tih djela osnovani u jednoj ili više navedenih država, ili
- ako je pojedino djelo nastalo pod nadzorom ili stvarnom kontrolom jednoga ili više proizvođača koji su osnovani u jednoj ili više navedenih država, ili

Nadalje, nakladnik televizije mora nastojati osigurati da udio europskih djela neovisnih proizvođača⁶⁷ u godišnjem audiovizualnom programu iznosi najmanje 10% vremena ili mora barem 10% svojih programskih sredstava namijeniti za ova djela. Naše nacionalno zakonodavstvo se opredijelilo za vremensko određivanje obveze nakladnika televizije.⁶⁸

Nakladnik televizije koji ne postigne navedeni opseg udjela europskih djela neovisnih proizvođača mora svake godine povećati udio tih djela u odnosu na prošlu godinu uzimajući uobzir njegove obveze informativnog, obrazovanog, kulturnog i zabavnog značaja prema svojim gledateljima. Najmanje polovica europskih djela neovisnih proizvođača mora biti proizvedena u posljednjih pet godina.⁶⁹

U godišnje vrijeme objavljivanja ovih djela ne ubraja se vrijeme namijenjeno vijestima, sportskim događajima, igrama, oglašavanju, teletekst uslugama i teletgovini. Ove odredbe o europskim djelima ne odnose se na nakladnika televizije koji ima koncesiju lokalne razine i nije povezan u nacionalnu mrežu.

Televizijsko oglašavanje i teletgovina

Televizijsko oglašavanje je svaki oblik emitiranja oglasa bilo uz plaćanje ili sličnu naknadu ili emitiranje u svrhu promidžbe javnih ili privatnih trgovačkih društava ili fizičkih osoba vezano uz trgovinu, poslovanje, obrt ili struku, kako bi se promicala nabava robe i usluga, uključujući nepokretnu imovinu, prava i obveze, uz plaćanje. Teletgovina je izravna ponuda koja se objavljuje javnosti u svrhu nabave roba ili usluga, uključujući nepokretnu imovinu te prava i obveze, uz plaćanje.⁷⁰

Oglašavanje i teletgovina moraju biti lako prepoznatljivi i razlikovati se od uredničkog sadržaja. Ne dovodeći u pitanje uporabu novih tehnika oglašavanja, oglašavanje i teletgovina moraju se jasno odvojiti od drugih dijelova programa putem optičkih i/ili akustičkih i/ili prostornih sredstava. Odvojeni promidžbeni spotovi i spotovi teletgovine, osim u prijenosu sportskih događaja, su izuzetak.⁷¹

Nije dopuštena teletgovina medicinskih proizvoda i zdravstvenih usluga koji podliježu tržišnoj autorizaciji sukladno Direktivi Vijeća 65/65/EEC od 26. siječnja 1965.

-
- ako je doprinos koproducenta iz navedenih država prevladavajući u odnosu na ukupne troškove koprodukcije, a koprodukciju ne kontrolira jedan ili više proizvođača osnovanih izvan navedenih država.

(4) Djela koja se ne smatraju europskim djelima u smislu stavka 1. ovoga članka, a nastala su u okviru bilateralnih koprodukcijskih ugovora sklopljenih između država članica Europske unije i trećih država, smatrat će se europskim djelima ako većinski udio ukupnih troškova proizvodnje snose koproducenti iz Europske unije, a proizvodnju ne nadzire jedan ili više proizvođača osnovanih izvan područja država članica Europske unije.

⁶⁷ Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama ne definira europska djela neovisnih proizvođača. U članku 43. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima zadržana je definicija iz članka 3. Zakona o elektroničkim medijima, na koju stručna služba Europske komisije nije imala primjedbe.

⁶⁸ Vidi članak 31. Zakona o elektroničkim medijima i članak 44. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

⁶⁹ Vidi Pravilnik o kriterijima i načinu povećanja opsega udjela europskih audiovizualnih djela, NN, [47/08](#), Pravilnik o kriterijima i načinu povećanja opsega udjela europskih audiovizualnih djela neovisnih proizvođača, NN [47/08](#).

⁷⁰ Vidi članak 1. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁷¹ Ovo znači da se promidžbeni spotovi i spotovi teletgovine moraju objavljivati u bloku tj. dva ili više spotova odjednom, a pojedini spotovi mogu biti iznimno emitirani tijekom prijenosa sportskih događaja.

o usklađenju odredbi propisanih zakonom, uredbom ili upravnim postupkom, koje se odnose na medicinske proizvode⁷². Članak 17. a Zakona o elektroničkim medijima predviđa zabranu teletrgovine i za lijekove.⁷³

Prema tome, dopušteno je oglašavanje lijekova i medicinskih proizvoda pod uvjetima koji su propisani za audiovizualne komercijalne komunikacije, tj. da se ne izdaju na recept, a imajući u vidu i nacionalno zakonodavstvo za pojedine zemlje članice.⁷⁴

Prema članku 15. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama dopušteno je televizijsko oglašavanje i teletrgovina alkoholnih pića pod strogo propisanim uvjetima, uzimajući u obzir i onaj uvjet koji je propisan za audiovizualne komercijalne komunikacije. Međutim, naš zakonodavac se opredijelio za ograničenje oglašavanja i teletrgovine alkohola i alkoholnih pića sukladno Zakonu o hrani⁷⁵.

Trajanje spotova za oglašavanje i spotova za teletrgovinu unutar pojedinog sata, uz izuzeće za televizijske programske kanale koji su isključivo posvećeni samopromidžbi, ne smije prijeći dvanaest minuta. Ovo ograničenje ne odnosi se na najave nakladnika televizije vezane uz vlastite programe i sporedne proizvode neposredno proizašle iz tih programa, najave sponzorstava i plasman proizvoda.⁷⁶

Iz navedenog se može zaključiti da je ukinuto dnevno vremensko ograničenje za oglašavanje i teletrgovinu, tako da se može reći da nova Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama povećava vrijeme predviđeno za oglašavanje s obrazloženjem da dnevno ograničenje više nije opravdano imajući u vidu povećanu mogućnost izbora potrošača.⁷⁷ Uz to propisano vremensko ograničenje ne vrijedi za plasman proizvoda, što će znatno povećati njihovo uključivanje u programe.

Što se tiče izloga koji su namijenjeni za teletrgovinu, oni moraju biti jasno određeni kao takvi pomoću optičkih i akustičkih sredstava i bez prekida trajati najmanje petnaest minuta.⁷⁸

Za televizijske programske kanale koji su isključivo posvećeni oglašavanju, teletrgovini ili samopromidžbi ne vrijede prethodno navedena vremenska ograničenja emitiranja.⁷⁹

⁷² OJ L br. 22 od 9. 2. 1965, p. 369, EUR – Lex 31965L0065, izmijenjena Direktivama 66/454/EEC, 75/319/EEC, 83/570/EEC, 87/21/EEC, 89/341/EEC, 89/342/EEC, 89/343/EEC, 92/27/EEC, 92/73/EEC i 93/39/EEC.

⁷³ Ovakvo strože uređenje zadržano je i u članku 31. stavku 4. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

⁷⁴ U Republici Hrvatskoj ovo područje detaljnije uređuju Zakon o lijekovima (NN, 71/07) i Zakon o medicinskim proizvodima (NN, 67/08), na koje upućuje i članak 31. stavak 4. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

⁷⁵ Vidi članak 18. Zakona o hrani (NN, 84/08 i 155/08), prema kojem je u sredstvima javnog priopćavanja dopušteno reklamiranje samo vina, voćnih vina i piva. Ova odredba govori o reklamiranju alkoholnih pića, prema tome vino, voćna vina i pivo nisu proglašeni hranom, kako se to u javnosti predstavlja, već se radi o alkoholnim pićima čije je reklamiranje detaljno uređeno Zakonom o hrani i Zakonom o elektroničkim medijima.

⁷⁶ Vidi članak 18. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁷⁷ Vidi uvodni dio Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama, Recital 59.

⁷⁸ Vidi članak 18. a Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama i članak 34. stavak 1. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

⁷⁹ Vidi članak 19. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama i članak 34. stavak 2. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

Važno je istaknuti da Zakon o elektroničkim medijima ne dopušta oglašavanje političkih stranaka i nezavisnih zastupnika predstavničkih tijela osim u vrijeme izborne promidžbe.⁸⁰ Međutim, Nacrt drugog protokola o izmjenama i dopunama Konvencije o prekograničnoj televiziji predviđa mogućnost političkog i religijskog oglašavanja bez ovoga ograničenja.⁸¹

Zaštita maloljetnika

Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama pojačano štiti maloljetnike od štetnog utjecaja audiovizualnih medijskih sadržaja.

Tako nisu dopušteni audiovizualni programi koji mogu ozbiljno ugroziti fizički, mentalni ili moralni razvoj maloljetnika, posebno oni koji uključuju pornografiju ili bezrazložno nasilje. Audiovizualne programe za koje je vjerojatno da bi mogli ugroziti fizički, mentalni ili moralni razvoj maloljetnika nije dopušteno objavljivati, osim kada je od nakladnika televizije osigurano, odabirom vremena emitiranja ili bilo kojom tehničkom mjerom, da maloljetnici u području prijenosa neće, u uobičajenim okolnostima, čuti ili vidjeti takve programe. Ako se takvi programi emitiraju u nekodiranom obliku, nakladnik je obvezan osigurati da im prethodi zvučno upozorenje ili da ih je moguće prepoznati pomoću vizualnih simbola za cijelo vrijeme njihova trajanja.⁸² Dakako, nacionalno regulatorno tijelo Vijeće za elektroničke medije može svojim općim aktom pobliže urediti mjere za zaštitu maloljetnika.⁸³

Pravo na kratku informaciju

Za potrebe kratkih vijesti ili informacije⁸⁴ nakladnici televizije imaju pravo pod jednakim uvjetima na pristup događajima od značajnog interesa za javnost koje na osnovi isključivih prava prenose neki drugi nakladnici televizije. Kratka informacija o događaju značajnom za javnost koji na temelju isključivih prava prenosi drugi nakladnik može trajati najviše minutu i pol. Ovo pravo se odnosi na domaće nakladnike televizije kao i

⁸⁰ Vidi članak 12. Zakona o elektroničkim medijima.

⁸¹ Vidi Draft Second Protocol Amending the European Convention on Transfrontier Television, T-TT (2009)007, Strasbourg, 23 April 2009, (<http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/>), Članak 4. stavak 4. Nacrta protokola definira televizijsko oglašavanje nešto šire od Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama, i to na sljedeći način: Televizijsko oglašavanje je svaki oblik emitiranja oglasa bilo uz plaćanje ili sličnu naknadu ili emitiranje u svrhu promidžbe javnih ili privatnih trgovačkih društava ili fizičkih osoba

1. vezano uz trgovinu, poslovanje, obrt ili struku, kako bi se promicala nabava robe i usluga, uključujući nepokretnu imovinu, prava i obveze, uz plaćanje,
2. namijenjeno promoviranju načela ili ideja, ili postizanju nekog drugog učinka.

⁸² Vidi članak 22. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama i članak 26. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

⁸³ Vidi Pravilnik o načinu postupanja nakladnika televizijske djelatnosti radi zaštite maloljetnika, [NN, 130/08.](#)

⁸⁴ Kratki isječci koriste se isključivo za programe općih vijesti, a u audiovizualnim medijskim uslugama na zahtjev mogu se koristiti samo ako isti pružatelj medijskih usluga nudi isti program uz vremenski odmak.

one osnovane u Europskoj uniji.⁸⁵ Za ostvarenje ovoga prava od zainteresiranog nakladnika može se tražiti samo naknada stvarnih troškova.⁸⁶

Međutim, veliki je problem kako osigurati nesmetano i pravovremeno ostvarivanje ovoga prava. Osiguranje provedbe ovoga prava predviđeno je na način da se nakladniku televizije dopusti slobodan odabir kratkih isječaka iz prijenosnog signala drugog nakladnika televizije. Međutim, ovo je samo krajnja mjera, jer se nakladnici mogu i dogovoriti tako da zainteresirani nakladnik može snimiti kratki isječak ili koristiti snimljeni materijal nakladnika koji ima isključiva prava na prijenos događaja od značajnog interesa za javnost. Ovo pitanje se može urediti detaljnije samoregulacijom i koregulacijom.⁸⁷ U Prijedlogu novog Zakona o elektroničkim medijima ostaje otvoreno pitanje uređenja prava na kratku informaciju kada se radi o događaju koji se sastoji od više zbivanja ili koji traje više dana, te bi to trebalo dodatno urediti.⁸⁸

Pravo javnosti na praćenje događaja od značajne vrijednosti za društvo

Javnost ima pravo pratiti događaje koji su od značajne vrijednosti za društvo te nakladnik ne smije na temelju dobivenih isključivih prava emitirati takve događaje na način kojim bi većem dijelu javnosti Republike Hrvatske uskratio mogućnost praćenja takvih događaja putem izravnog prijenosa ili odgođenog prijenosa na televiziji slobodnog pristupa.⁸⁹ Popis događaja od značajne vrijednosti za društvo utvrđuje nacionalno regulatorno tijelo Vijeće za elektroničke medije⁹⁰.

Pravo na odgovor

Prema članku 23. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama sve fizičke ili pravne osobe, bez obzira na nacionalnu pripadnost, imaju pravo na odgovor ili drugo ogovarajuće sredstvo ako su im objavom netočnih činjenica u televizijskom programu povrijeđeni određeni pravni interesi, ugled ili dobar glas. Ovo pravo detaljno je uređeno člancima 40. do 58. Zakona o medijima, te se može reći da te odredbe u cijelosti

⁸⁵ Vidi članak 3.j Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama i članak 45. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

⁸⁶ Predviđena naknada ne smije premašivati dodatne troškove izravno nastale omogućavanjem pristupa.

⁸⁷ Vidi članak 45. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima. Ovaj Prijedlog Zakona ne uređuje obveze organizatora događaja iz razloga što se smatra da se ovaj Zakon ne može na njih primjenjivati već isključivo na pružatelje medijskih usluga. Treba imati na umu da ni Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama ne spominje obveze organizatora događaja, iako će i oni nedvojbeno imati određenu ulogu u ostvarivanju prava na kratku informaciju.

⁸⁸ Vidi Draft Second Protocol Amending the European Convention on Transfrontier Television, T-TT (2009)007, Strasbourg, 23 April 2009, U obrazloženju (točka 244.) uz članak 9. stavak 5. predlaže se prilikom transpozicije uzeti u obzir i slučajeve kada se neki događaj sastoji od više samostalnih zbivanja, koja zbivanja svaka za sebe treba tretirati kao događaj od značajnog interesa za javnost. Isto tako ako neki događaj traje nekoliko dana, trebalo bi dopustiti da se svaki dan objavi barem jedna kratka informacija o događaju. U tom kontekstu treba voditi računa da kratka informacija traje onoliko koliko je potrebno da se dade informacija o sadržaju događaja. Prijedlog novog Zakona o elektroničkim medijima ne uređuje ova pitanja, pa bi to trebalo dodati u njegov tekst.

⁸⁹ Vidi članak 3. k Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

⁹⁰ Vidi Popis značajnih događaja, NN, [47/08](#).

zadovoljavaju standarde propisane prethodno navedenom odredbom Direktive.⁹¹ Međutim, treba naglasiti da ostaje problem učinkovitog ostvarivanja ovih prava u međunarodnom kontekstu, napose kada se pravo na odgovor ostvaruje u drugoj državi, imajući u vidu troškove postupaka za sudsko ostvarivanje ovoga prava⁹².

7. Zaštićene usluge

U kontekstu uvođenja novih audiovizualnih medijskih usluga izuzetno je bitno uređenje tzv. zaštićenih usluga (npr. kodirane usluge), koje obuhvaćaju medijske usluge televizije i radija te druge audiovizualne medijske usluge, kao i usluge informacijskog društva⁹³, a koje se pružaju uz naknadu i na temelju uvjetovanog pristupa, ili je pružanje uvjetovanog pristupa prethodno navedenim uslugama usluga po sebi.⁹⁴ Pod uvjetovanim pristupom podrazumijeva se bilo koja tehnička mjera i/ili aranžman koji omogućuje pristup zaštićenoj usluzi u razumljivom obliku uz uvjet prethodnog individualnog odobrenja pružatelja te usluge. Pružateljima medijskih usluga osigurava se sudska zaštita u slučaju kršenja njihovih prava, te pravo na naknadu štete.⁹⁵

Primatelji usluga mogu pristupiti korištenju zaštićenih usluga putem sredstva uvjetovanog pristupa tj. bilo kakvom opremom, računalnim program i/ili aranžmanom koji je namijenjen ili prilagođen da omogući pristup zaštićenoj usluzi u razumljivom obliku.

Dakako, nisu dopuštena sredstva koja omogućuju pristup zaštićenim uslugama bez odobrenja pružatelja te usluge. Zabranjeno je izrađivanje, proizvodnja, uvoz, distribucija, davanje ili posjedovanje kao i reklamiranje takvih sredstava. Ove zabrane se, ovisno o odredbama nacionalnog zakonodavstva, mogu odnositi i na privatno posjedovanje navedenih nedopuštenih sredstava.⁹⁶

Sve ove zabrane pojačane su i prekršajnim odredbama koje predviđaju novčane kazne, zaštitnu mjeru zabrane obavljanja djelatnosti, oduzimanje i uništenje nedopuštenih sredstava te oduzimanje imovinske koristi⁹⁷.

8. Proširenje primjene odredbi novog uređenja audiovizualnih medijskih usluga

⁹¹ O ovom pitanju ima i suprotnih stajališta i mišljenja prema kojima su mediji moćni tako da su oštećeni žrtve medijskog nasilja i teško mogu ostvariti svoje pravo na odgovor. Vidi Ivica Crnić, Zaštita žrtava medijskog nasilja, Hrvatska pravna revija, Zagreb, lipanj 2008.

⁹² Vidi Pravilnik za ostvarivanje prava na ispravak u programima radija i televizije, NN [139/05](#).

⁹³ Pod uslugom informacijskog društva smatra se svaka usluga informacijskog društva koja se uobičajeno pruža uz naknadu, na daljinu te elektroničkim putem na pojedinačni zahtjev primatelja usluge. Vidi članak 2. stavak 2. Direktive 98/34 Europskog parlamenta i Vijeća od 22. lipnja 1998 kojom se određuje postupak pribavljanja informacija u području tehničkih standarda i regulacija, OJ L 204 i 217, EUR-Lex 31998L0034

⁹⁴ Vidi Direktivu 98/84/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 20. studenoga 1998. o pravnoj zaštiti usluga koje se temelje na uvjetovanom pristupu i usluga koje pružaju uvjetovani pristup, OJ L 320/54, EUR-Lex 31998L0084.

⁹⁵ Vidi članak 41. do 43. Zakona o elektroničkim medijima, te članke 2. i 50. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

⁹⁶ Vidi članak 50. stavak 4. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima koji predviđa zabranu privatnog posjedovanja nedopuštenih sredstava koja omogućuju pristup zaštićenoj usluzi.

⁹⁷ Vidi članak 83. Nacrta prijedloga Zakona o elektroničkim medijima.

Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama sadrži odredbe koje se odnose na sve pružatelje audiovizualnih medijskih usluga (članci 3.a do 3.g), bez obzira na platformu njihove distribucije, te posebno odredbe koje se odnose na pružatelje audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev (članci 3.h i 3.i) i nakladnike televizije (članci 3.j do 23.).

Međutim, i odredbe članaka 3.j do 22. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama primjenjuju se na sve pružatelje medijskih usluga, izuzev pružatelja medijskih usluga na zahtjev, na koje se od tih odredbi jedino primjenjuje odredba članka 3.k stavak 5. Direktive koja se odnosi na pravo na kratku informaciju.⁹⁸

Ovakvim stajalištem bitno se mijenja položaj pružatelja medijskih usluga koji ne koriste koncesiju i nisu pružatelji medijskih usluga na zahtjev, a prenose audiovizualni program putem satelita, interneta ili kabela. Oni u pogledu svojih prava i obveza imaju praktički isti status kao i nakladnici televizije, što će imati za posljedicu da će se ovim pružateljima medijskih usluga morati izdavati dopuštenja za obavljanje djelatnosti,⁹⁹kako bi mogli prekogranično pružati audiovizualne medijske usluge, a bit će podvrgnuti i strogom nadzoru Vijeća za elektroničke medije u pogledu pridržavanja zakonskih odredbi.

8. Zaključak

Novo uređenje audiovizualnih medijskih usluga koje je uspostavljeno Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama i digitalizacija u području elektroničkih medija donose niz bitnih promjena u pogledu obavljanja djelatnosti pružatelja medijskih usluga. Novim uređenjem obuhvaćeni su svih oblici pružanja audiovizualnih medijskih usluga koji predstavljaju televizijsko emitiranje ili su slični televizijskom emitiranju, a obuhvaćene su i sve platforme distribucije audiovizualnih programa (zemaljska, satelitske, kabelske i internetom).

Nesumnjivo će ovakav način uređenja ove djelatnosti uvesti red u područje pružanja audiovizualnih usluga, iako će u području prekograničnog pružanja ovih usluga i dalje ostati znatne poteškoće vezane uz praćenje provođenja i kršenja zakonskih propisa, što će biti moguće riješiti jedino boljom suradnjom nacionalnih regulatornih tijela.

Međutim, s druge strane jasno je da novo uređenje nepobitno liberalizira pružanje usluga i povećava komercijalizaciju u ovom području, napose kroz audiovizualne komercijalne komunikacije, plasman proizvoda kojim je praktički ozakonjeno prikriveno reklamiranje proizvoda i usluga, povećano trajane televizijskog oglašavanja, koje i tako pretjerano opterećuje korisnike audiovizualnih medijskih usluga.

Ovakav trend može se jedino opravdati činjenicom da se želi pospješiti poslovanje i opstanak na tržištu pružatelja medijskih usluga imajući u vidu da će digitalna tehnologija omogućiti povećan broj usluga a time i njihovih pružatelja.

⁹⁸ Ovakvo stajalište stručne službe Europske komisije zaprimljeno je u Ministarstvu kulture u lipnju 2009. godine, a objavljeno je na službenoj internetskoj stranici Europske komisije <http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/ext/croatia.pdf>.

⁹⁹ Vidi članak 79. Prijedloga Zakona o elektroničkim medijima. Ova odredba uređuje postupak davanja dopuštenja za satelitski, internetski i kabelski prijenos audiovizualnog i/ili radijskog programa.

S druge strane, svjedoci smo da kvaliteta programa pružatelja medijskih usluga stalno opada, te da nisu predviđeni mehanizmi koji bi potakli proizvodnju i promociju kvalitetnijeg programa. Rješavanje tog pitanja ostavljeno je nacionalnim zakonodavstvima, koja trebaju propisati stroge kriterije za dobivanje koncesija ili dopuštenja za obavljanje djelatnosti pružanja audiovizualnih medijskih usluga.