



Eiropas Savienības
Padome

Briselē, 2016. gada 10. maijā
(OR. en)

8668/16

AUDIO 53
CULT 35
DIGIT 45

PIEZĪME

Sūtītājs:	Padomes Ģenerālsekretariāts
Saņēmējs:	Pastāvīgo pārstāvju komiteja / Padome
Iepr. dok. Nr.:	7874/16 AUDIO 39 CULT 26 DIGIT 34
Temats:	Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas pārskatīšana un Eiropas audiovizuālā satura popularizēšana – <i>politikas debates</i> (publiskas debates saskaņā ar Padomes reglamenta 8. panta 2. punktu [ierosinājusi prezidentvalsts])

Pēc apspriešanās ar Audiovizuālu jautājumu darba grupu prezidentvalsts ir sagatavojusi pievienoto diskusiju dokumentu kā pamatu politikas debatēm par iepriekš minēto tematu Izglītības, jaunatnes, kultūras un sporta padomes sanāksmē 2016. gada 30. un 31. maijā.

**Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas pārskatīšana
un Eiropas audiovizuālā satura popularizēšana**

Prezidentvalsts izstrādāts diskusiju dokuments

IEVADS UN JAUTĀJUMI

Komisija 2016. gada 25. maijā plāno nākt klajā ar priekšlikumu Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas pārskatīšanai. Ja šis termiņš tiks ievērots, Komisija ar priekšlikumu iepazīstinās Izglītības, jaunatnes, kultūras un sporta padomes sanāksmē 31. maijā, un pēc tam sekos viedokļu apmaiņa starp ministriem.

Kā papildu ieguldījumu šajā viedokļu apmaiņā prezidentvalsts ir sagatavojusi diskusiju dokumentu, kurā galvenā uzmanība pievērsta vienam konkrētam Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas mērķim – Eiropas audiovizuālā satura popularizēšanai. Diskusiju dokumentā arī ir skats jautājums par citiem relevantiem valstu un ES politikas pasākumiem, jo starp tiem ir acīmredzama saikne un iespējamās sinerģijas.

Paturot prātā iepriekš izklāstītos jautājumus, ministri tiek aicināti atbildēt uz šādu jautājumu:

Kādā veidā ar sabiedrisko politiku vislabāk var atbalstīt Eiropas audiovizuālā satura pārrobežu apriti valstu, kā arī Eiropas līmenī?

Lai dotu iespēju izteikties visiem ministriem, uzstāšanās laiks nedrīkstēs pārsniegt trīs minūtes. Ja ar Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvu patiešām nāks klajā pirms Padomes maija sanāksmes, ministri, protams, var veltīt laiku Komisijas priekšlikumam un izklāstam.

VISPĀRĪGA INFORMĀCIJA

1. Mediju mainīgā vide

Kopā ar iekšējā tirgus un konkurētspējas stiprināšanu Eiropas kultūras un valodu daudzveidības veicināšana ilgi ir bijis būtisks ES audiovizuālās politikas mērķis – vai tā būtu filma, televīzijas seriāls, dokumentālā filma vai animācijas filma. ¹ Globāla mediju konverģence tai ir pavērusi jaunu dimensiju.

Digitālā revolūcija un globālo dalībnieku izvirzīšanās ietekmē daudzus mediju ražošanas, izplatīšanas un izmantošanas aspektus. Vairojot jaunus izplatīšanas veidus, mēs varam radīt pozitīvu ietekmi gan uz auditorijas piesaistīšanu, gan mediju nozares ienākumiem. Tomēr viens no riskiem ir tāds, ka mazajiem un jaunajiem dalībniekiem darījumu veikšana Eiropas mediju tirgū kļūs problemātiskāka. Tāpat Eiropas saturu ir vieglāk nepamanīt, tāpēc ka ir plašs (jaunu) izvēļu klāsts.

Īpašs izaicinājums ir saistīts ar Eiropas audiovizuālā satura pārrobežu aprites veicināšanu. Turpmāk norādīti dati, kas šo faktu paskaidro.

- Televīzijā Eiropas darbiem sekmes ir samērā labas (64 % no raidlaika), tomēr 2009.–2010. gadā tikai 8 % no šīs daļas veidoja Eiropas darbi, kas nav nacionāli. ²

¹ Piemēram, Direktīvas 2010/13/ES (Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva) 65.–67. apsvērums, 1. panta 1. punkts un 16. panta 1. punkts (OV L 95, 15.4.2010., 1. lpp.). Regula (ES) Nr. 1295/2013, ar ko izveido programmu "Radošā Eiropa" (2014.–2020. gads) (OV L 347, 20.12.2013., 221. lpp.), jo īpaši 4. panta b) punkts un 9. pants (apakšprogramma "Media").

² Pirmais ziņojums par Direktīvas 2010/13/ES 13., 16. un 17. panta piemērošanu 2009.–2010. gadā – Eiropas darbu veicināšana ES audiovizuālo mediju plānoto pakalpojumu un pieprasījumu pakalpojumu jomā (dok. 14233/12). Saskaņā ar gaidāmo Komisijas otro ziņojumu Eiropas darbu īpatsvars 2012. gadā atkal bija 64 %. Otrajā ziņojumā nav iekļauti atjaunināti dati par to, kāda ir proporcija starp televīzijā demonstrētajiem nacionālajiem Eiropas darbiem, un Eiropas darbiem, kas nav nacionāli.

- Kinoteātros Eiropā ražoto filmu skaits pēdējo 5 gadu laikā ir pieaudzis no 4 474 izlaidumiem uz ekrāna 2010. gadā līdz 6 188 izlaidumiem uz ekrāna 2014. gadā ³. Vislielāko auditoriju joprojām piesaista ASV filmas (63 % apmeklējumu 2014. gadā). Valstu filmas bieži ir otrajā vietā vietējā tirgū (24 %), taču tām ir grūtības atrast auditoriju ārvalstīs (9 %) ⁴.
- Attiecībā uz video pēc pieprasījuma – vidēji 27 % no katalogos pieejamām filmām ir Eiropas filmas, no kurām 19 % nav nacionālas un 8 % ir nacionālas Eiropas filmas ⁵.

2. Politikas dilemmas

Gan empīriski dati, gan mainīgais mediju tirgus liek pārskatīt to, kādā veidā ar sabiedrisko politiku vislabāk var veicināt Eiropas audiovizuālo ražošanu un izplatīšanu. ES līmenī Eiropas Komisija 2015. gada maijā nāca klajā ar Digitālo vienotā tirgus stratēģiju Eiropai ⁶, kurā tiek paziņots, ka tā pārskatīs Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvu, tostarp pasākumus, lai popularizētu Eiropas darbus. Transnacionālas aprites veicināšana ir arī prioritāte Komisijas autortiesību iniciatīvā ⁷ un papildu pasākumos, kas finansēti no programmas "Radošā Eiropa". Turklāt, lai meklētu sinerģijas starp valstu un ES politiku, Komisija 2014. gadā izveidoja Kino forumu.

³ Eiropas Audiovizuālā observatorija/*Lumiere, Rentrak*. Kaut arī ir vērojams vienmērīgs pieaugums, 2014. gada rādītājs ir jāinterpretē piesardzīgi, jo droši nevar noteikt, cik lielā mērā straujo pieaugumu 2014. gadā radīja pārraižu skaita pieaugums un cik lielā mērā tas atspoguļo faktiski to filmu skaita pieaugumu, kas izlaistas uz ekrāna. 2013. gadā uz ekrāna izlaisto Eiropas filmu skaits bija 4 916.

⁴ Eiropas Audiovizuālā observatorija/*LUMIERE*. Citu valstu filmu apmeklējumu īpatsvars ir 3,7 %. Par "Eiropas filmām" uzskata filmas, kas pārsvarā finansētas Eiropas valstī, izņemot tā sauktās "piesaistīto ieguldījumu" filmas, piemēram, filmas, kas veidotas Eiropā ar piesaistītiem ieguldījumiem no ASV studijām.

⁵ Eiropas Audiovizuālā observatorija "Filmu izcelsme video pēc pieprasījuma katalogos Eiropas Savienībā" (2016. gada aprīlis). Ziņojums attiecas uz to filmu (bet ne televīzijas seriālu) izcelsmi, kas bija pieejamas 91 atlasītā video pēc pieprasījuma katalogā Eiropas Savienībā 2015. gada oktobrī.

⁶ COM(2015) 192 final – dok. 8672/15.

⁷ Priekšlikums Regulai par tiešsaistes satura pakalpojumu pārrobežu pārnesamības nodrošināšanu iekšējā tirgū (COM (2015) 627 final – dok. 15302/15) un Komisijas 2015. gada 9. decembra paziņojums "Ceļā uz modernu un eiropeiskāku autortiesību regulējumu" (COM (2015) 626 final – dok. 15264/15).

Valstu līmenī dalībvalstis arī izvērtē un pieņem dažādas politikas attiecībā uz audiovizuālo ražošanu un izplatīšanu, piemēram, finansiālus stimulus (dotācijas, atviegloti noteikumi, nodokļu atlaides), nodevas un kvotas.

Politikas veidotāji saskaras ar vairākām dilemmām, starp kurām ir šādas:

a) Satura radīšana un auditorijas piesaistīšana

Straujš uzplaukums ir tāda satura radīšanā, kas ir interesants no radošā viedokļa, taču pieaug arī neatbilstība starp Eiropā ražoto filmu skaitu un filmu skaitu, kas ir aprītē un ko skatās, jo īpaši pārrobežu mērogā. Tāpēc šķiet, ka mārketinga un izplatīšanas atbalsta jomā sabiedriskā politika ir mazāk veiksmīga. Jo īpaši problemātiski atbalstīt valsts ražojumus un arī palielināt to starptautisko pievilcību, šķiet, ir mazākām valstīm un valodām.

b) Kopražojumi

Kopražojumiem ir potenciāls, ka tos var labāk laist pārrobežu aprītē, jo tie ir radīti, paturot prātā plašāku Eiropas tirgu un auditoriju. Vēl daudz ko var iegūt no valstu kopražojumiem, taču Eiropas un starptautisko kopražojumu finansēšana kļūst arvien sarežģītāka. Investoriem un producentiem no dažādām valstīm ir jāievēro dažādi noteikumi un jāatbilst dažādiem kritērijiem, kas starptautisko sadarbību padara arvien problemātiskāku.

c) Valstu finansiālie stimuli

Publiskajam atbalstam ir jāatbilst ES tiesību aktiem, jo īpaši valsts atbalsta noteikumiem. Izmantojot publisko finansējumu, projekti lielākoties joprojām ir saistīti ar konkrētām valstīm, platformām (kino, televīzija, video pēc pieprasījuma, virtuālā realitāte un spēles) vai žanriem. Jauniem audiovizuālā satura veidiem, ko nevar pieskaitīt konkrētam žanram, ir aizvien grūtāk dabūt finansējumu, jo sistēma patlaban nav pielāgota konverģencei pakļautai mediju pasaulei. Tajā pašā laikā tieši šāda veida saturā pilnībā tiek izmantotas dažādas platformas, lai sasniegtu dažādas auditorijas grupas.

Tā kā finansējums ar dotāciju starpniecību ir zem spiediena, šķiet, ka alternatīvs veids, lai piesaistītu audiovizuālus ražojumus valstu teritorijām, ir nodokļu atlaižu nodrošināšana. Tajā pašā laikā tas var radīt sacensību ES dalībvalstu starpā, un tas var arī nepaaugstināt Eiropas audiovizuālā satura apriti un vēlmi pēc tā.

d) Kvotas

Lielākoties TV raidorganizācijas dalībvalstīs bez grūtībām izpilda prasības par minimālo Eiropas darbu procentuālo daļu – 50 % –, kas ir noteiktas Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvā (16. pants). Lielākoties tas ir valstu saturs, pēc kura vietējai auditorijai ir dabiska vēlme. Tāpēc pašreizējā kvotu sistēma ir samazinājusi pārrobežu aprites ietekmi.

Attiecībā uz video pēc pieprasījuma stāvoklis ir vēl sarežģītāks. Tas, ka katalogā ir zināms skaits Eiropas darbu, nenožīmē, ka skatītāji tos patiešām atradīs un skatīsies.

Pašreizējā Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva (13. pants) paver iespēju dažādu pieeju izmēģināšanai attiecībā uz video pēc pieprasījuma pakalpojumiem un to efektivitātes izvērtēšanai salīdzinoši jaunā tirgū. Tomēr tādējādi direktīva dalībvalstīs tiek īstenota dažādi, un tas arī var negatīvi ietekmēt vienlīdzīgus konkurences apstākļus.