# Komunikacijske i kulturološke vrijednosti primjene audiovizualne politike EU u Republici Hrvatskoj

**Vrabec-Mojzeš, Zrinka**

**Doctoral thesis / Disertacija**

**2019**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:882907

*Rights / Prava:* In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-03-29**

Filozofski fakultet
Sveučilišta u Zagrebu

*Repository / Repozitorij:*

ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Zrinka Vrabec-Mojzeš

# KOMUNIKACIJSKE I KULTUROLOŠKE VRIJEDNOSTI PRIMJENE AUDIOVIZUALNE POLITIKE EU U REPUBLICI HRVATSKOJ

DOKTORSKI RAD

Zagreb, 2019.

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Zrinka Vrabec-Mojzeš

# KOMUNIKACIJSKE I KULTUROLOŠKE VRIJEDNOSTI PRIMJENE AUDIOVIZUALNE POLITIKE EU U REPUBLICI HRVATSKOJ

DOKTORSKI RAD

Mentori:
prof. dr. sc. Damir Boras
prof. dr. sc. Nada Zgrabljić Rotar

Zagreb, 2019.

University of Zagreb

Faculty of Humanities and Social Sciences

Zrinka Vrabec-Mojzeš

# COMMUNICATION AND CULTURAL ASPECTS OF THE IMPLEMENTATION OF AUDIOVISUAL AND MEDIA POLICIES OF THE EUROPEAN UNION IN THE REPUBLIC OF CROATIA

DOCTORAL DISSERTATION

Supervisors:
prof. dr. sc. Damir Boras
prof. dr. sc. Nada Zgrabljić Rotar

Zagreb, 2019.

**Zahvala**

Mami i tati kojih više nema, a koji bi bili ponosni.

Obitelji koja me podržavala i trpjela.

Mentorima koji su me ohrabrivali, prof. dr. sc. Damiru Borasu i prof. dr. sc. Nadi Zgrabljić Rotar.

**Sažetak**

Medijski i audiovizualni sektor igra važnu ekonomsku, socijalnu i kulturnu ulogu u europskim zemljama, a daje i veliki doprinos ekonomiji Europske unije. Temelj zajedničkoga audiovizualnog zakonodavstva EU-a jest Direktiva „Televizija bez granica" (TWF) usvojena 1989., a onda ažurirana 1997. godine. Njome se kroz nacionalna zakonodavstva zemalja članica nastojalo ukloniti prepreke za slobodno emitiranje TV programa na jedinstvenom tržištu, osigurati barem 50 % vremena emitiranja za filmove i programe europskog porijekla na nacionalnim televizijama i jamčiti zaštitu ciljeva od javnog interesa, poput kulturne raznolikosti i slično. Uslijed konvergencije medijskih servisa i prožimanja tradicionalnih medija s internetom, 2007. godine usvojena je nova Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama/Audiovisual Media Services Directive (AVMS), koja uključuje i nelinearne audiovizualne medijske servise. Njoj su 2016. dodani novi amandmani, za koje se očekuje da će biti usvojeni do kraja 2018. No, usprkos postojanju Direktive, dosadašnje analize programa nacionalnih televizija u zemljama članicama EU pokazuju da većina njih u kvantitativnom smislu ispunjava svoje obveze, dok u kvalitativnom smislu to ne čini. Točnije, ne poštuje se načelo raznolikosti porijekla emitiranog programa, kao ni promoviranja europskih dramskih, kulturnih, dokumentarnih, znanstvenih ili sličnih sadržaja proizvedenih u različitim europskim zemljama. Time je ujedno i sama ideja multikulturalnosti, kao i razmjene europskih televizijskih sadržaja na zajedničkom europskom tržištu, izgubila smisao. Budući da je Republika Hrvatska postala punopravna članica EU 2013. provedenim istraživanjem nastojalo se pokazati je li implementacija europskih odredbi pridonijela očuvanju europske i nacionalne produkcije i kulturne baštine na televizijama s nacionalnom pokrivenošću. U istraživanju su korištene kvantitativna i kvalitativna metoda. Kvantitativnom metodom dobio se uvid u postotak programa europskog porijekla emitiran na HTV-u, RTL-u i Novoj TV u 2016., dok se kvalitativnom metodom istražila vrsta i porijeklo sadržaja emitiranih u programima navedenih televizija. Unutar kvalitativnog istraživanja dubinskim intervjuima s glavnim urednicima HTV-a, RTL-a i Nove TV, kao i predstavnikom Agencije za elektroničke medije, analizirani su dobiveni rezultati u cilju jasnijeg uvida u programsko planiranje i način odabira sadržaja koji se emitiraju, kao i mogućih sankcija zbog nepoštovanja europskih odredbi. Rezultati ovog istraživanja daju znanstveni doprinos u području normativne teorije.

**Ključne riječi:** Audiovizualna politika Europske unije, mediji, Direktiva „Televizija bez granica", hrvatsko medijsko zakonodavstvo, medijska politika, zajedničko europsko tržište, Hrvatska radiotelevizija, kulturna raznolikost, europski audiovizualni sadržaji

**Summary**

The media and audiovisual sector plays an important economic, social and cultural role in European countries, and it also has a major contribution to the European Union's economy. The basis of the EU's common audiovisual legislation is the "Television Without Boundaries" (TWF) Directive adopted in 1989 and then updated in 1997. The aim of the Directive was to remove obstacles to free TV broadcasting on a single market, to ensure at least 50 % broadcasting of films and programs of European origin on national televisions, guaranteeing the protection of public interest objectives, such as cultural diversity etc, through the national legislation of the member states. Due to the convergence of media services and the penetration of traditional Internet media, in 2007 a new Audiovisual Media Services Directive / Audiovisual Media Services Directive / (AVMS), which also includes non-liner audiovisual media services, was adopted. In 2016, new amendments were added, which are expected to be adopted by the end of 2018. However, despite the existence of the Directive, the current analysis of national television programs in the EU member states shows that most of them in their quantitative sense fulfill their obligations, while in a qualitative sense it is not the case. Specifically, most of them do not respect the principle of diversity of the origin of the broadcast program, as well as the promotion of European, cultural, documentary, scientific, drama, films or similar contents produced in different European countries. At the same time, the idea of multiculturalism as well as the exchange of European television content on the common European market lost its purpose. Since the Republic of Croatia became a full member of the EU in 2013, the research was aimed at showing whether the implementation of European provisions contributed to the preservation of European and national productions and cultural heritage on national coverage televisions. Quantitative and qualitative methods were used in the research. The quantitative method gave an insight into the percentage of programs of the European origin broadcast on HTV, RTL and Nova TV in 2016, while qualitative method dealt with genre and origin of the content broadcasted in the programs of the mentioned televisions. Within qualitative research deep interviews with the Editors in Chief of HTV, RTL and Nova TV, as well as the representative of the Agency for Electronic Media were led. In those interviews the results obtained were analyzed in order to gain a clearer insight into the program planning and choice of the content being broadcast as well as possibility of sanctions for non-compliance with European provisions. The results of this research give a scientific contribution in the area of normative theory.

**Keywords:** Audiovisual policy of the European Union, the media, Directive “Television without Frontiers”, Croatian media legislation, media policy, Croatian Radio Television, the common European market, cultural diversity, European audiovisual content, Agency for Electronic Media

## Sadržaj

1. UVOD ..... 5
1.1. Uvod u temu ..... 5
1.2. Direktiva Europske unije „Televizija bez granica" ..... 7
1.3. Nove tehnologije i europska regulativa ..... 8
1.4. Republika Hrvatska ..... 9
2. CILJ, HIPOTEZE I METODE ISTRAŽIVANJA ..... 11
2.1. Cilj i hipoteze disertacije ..... 11
2.2. Istraživački pristup ..... 14
3. TEORIJSKI OKVIR ..... 23
3.1. Teorije medijskih politika ..... 23
3.1.1. Pluralistička teorija medijske politike ..... 28
3.1.2. Neoliberalna teorija medijske politike ..... 30
3.2. Definiranje pojmova ..... 33
3.1.3. Medijska politika ..... 33
3.1.4. Javni interes ..... 35
3.1.5. Kultura i masovna kultura ..... 35
3.1.6. Komunikacijska vrijednost ..... 39
4. RAZVOJ MEDIJSKE REGULATIVE ..... 43
4.1. Regulacija elektroničkih medija ..... 43
4.2. Razvoj medijske regulative u zemljama EU ..... 43
4.3. Regulacija vlasništva nad medijima u EU ..... 61
5. POVIJESNI OKVIR ..... 72
5.1. Zajedničke politike Europske unije ..... 72
5.2. Vijeće Europe i mediji ..... 77
5.3. Povijest stvaranja zajedničke medijske politike Europske unije ..... 79
6. DIREKTIVA „Televizija bez granica" ..... 86
6.1. Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama (AMU)/ Audiovisual Media Services Directive (AVMS), 2007. ..... 91
6.2. Revizija postojeće Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (AMU/AVMS) 96
7. PRIMJENA DIREKTIVE O TELEVIZIJI BEZ GRANICA U ZEMLJAMA EU OD 1993. DO 2012. ..... 100
7.1. Primjena Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (AMU)/Audiovisual Media Services Directive (AVMS), 2009. – 2012. ..... 120
7.2. Iskustva i kritike na račun primjene europske medijske politike u proširenoj Europi 125

8. ISTRAŽIVANJE: PRIMJENA ODREDBI DIREKTIVE O AUDIOVIZUALNIM MEDIJSKIM USLUGAMA EUROPSKE UNIJE U PROGRAMIMA HRT-a, Nove TV i RTL-a ..... 132
8.1. Uvod ..... 132
8.2. Razvoj medijske politike u Hrvatskoj ..... 132
8.3. Proces istraživanja ..... 136
8.3.1. Kvantitativna analiza emitiranog programa europskog porijekla prema programskim shemama HRT-a, Nove TV i RTL-a ..... 138
8.3.2. Kvalitativna analiza emitiranih sadržaja prema žanru ..... 143
8.4. Dubinski intervjui ..... 148
8.4.1. Dubinski intervju s Glavnim ravnateljem programa HRT-a ..... 148
8.4.2. Dubinski intervju s Glavnim urednikom Nove TV ..... 155
8.4.3. Dubinski intervju s glavnim urednikom RTL-a ..... 159
8.4.4. Dubinski intervju s voditeljem Odjela za nadzor i praćenje programskih sadržaja u Agenciji za elektroničke medije ..... 163
9. RASPRAVA ..... 171
10. ZAKLJUČAK ..... 183
11. POPIS KORIŠTENIH IZVORA ..... 188
12. PRILOZI ..... 200
12.1. Prilog 1.: Primjena Direktive „Televizija bez granica” u zemljama EU od 1993. do 2010. ..... 200
12. 2. Prilog 2.: European Audiovisual Observatory/MAVISE: Pregled TV kanala u EU, 2008./2009. ..... 373
13. Životopis ..... 378

# 1. UVOD

## 1.1. Uvod u temu

Medijski i audiovizualni sektor igra važnu ekonomsku, socijalnu i kulturnu ulogu u europskim zemljama i ima ključan utjecaj na javnost i javno mnijenje. Audiovizualna industrija pripada kulturnom i kreativnom sektoru, koji daje veliki doprinos ekonomiji Europske unije, jer zapošljava oko 6,7 milijuna ljudi te čini 3,3 % GDP-a Europske unije (Europska komisija prema: Crusafon, 2015: 81).

Prema podacima Europske komisije, Europska unija globalno ima najviše televizijskih gledatelja, proizvodi više filmova nego bila koja druga regija u svijetu i ima više od 3000 servisa na zahtjev (EAO prema Crusafon, 2015: 81). Upravo taj sektor daje nemjerljiv doprinos europskoj kulturnoj raznolikosti, na prostoru od 500 milijuna ljudi, 28 zemalja članica i 24 službena jezika. U posljednjim desetljećima digitalizacija i tehnološki napredak preoblikovali su cijeli audiovizualni sistem, što je utjecalo ne samo na proizvodnju, distribuciju, emitiranje i „konzumiranje" audiovizualnih sadržaja, već i na pitanja kulture i europskog identiteta (Crusafon, 2015: 81). Audiovizualni sektor razvijao se desetljećima i postao od ključne važnosti za stvaranje zajedničkog europskog tržišta i produkciju i distribuciju djela koja se mogu suprotstaviti američkoj dominaciji na ekonomskom planu. Ovaj tržišno orijentirani pristup dominira i danas. U međuvremenu se umjesto na stvaranju zajedničkog europskog identiteta, kako je to bilo na početku razvoja europske medijske politike, sve više inzistira na očuvanju i promociji multikulturalnosti i bogatstva različitosti, što je ujedno i jedna od temeljnih vrijednosti na kojima počiva Europska unija.

Europska unija je nadnacionalna integracija europskih zemalja nastala s ciljem promicanja mira i suradnje na području Europe. Rimskim Ugovorima, koji su potpisani u Rimu 25. ožujka 1957., osnovana je Europska ekonomska zajednica (EEZ) i Europska zajednica za atomsku energiju (EUROATOM). Europska Unija danas broji dvadeset i osam članica, dok je na samom početku europskog udruživanja imala tek šest članica.

Prvotna ideja o gospodarskoj i ekonomskoj suradnji dovela je tijekom desetljeća do širenja suradnje i na mnogim drugim područjima pa se zajednička europska legislativa današnje Europske unije, osim na uspostavu i regulaciju zajedničkog tržišta, odnosi i na ostala područja kao što su kultura, obrazovanje, zaštita zdravlja ili ono što je za ovu studiju najzanimljivije – medije i informacijsko društvo.

Među zajedničke politike pripada i Audiovizualna politika i mediji koja se bavi ne samo usklađivanjem medijskog zakonodavstva, već i zajedničkim medijskim tržištem bez granica, kao i poticanjem europske medijske kulturne, filmske i ostale produkcije. Sve do osamdesetih, regulacija europskih masovnih medija bila je nacionalno pitanje svake zemlje članice. Do tada je u zemljama Europske zajednice dominirao monopol javnih servisa - naravno, sa svim nacionalnim varijacijama. Osnovna ideja početkom osamdesetih, koja je stajala iza inicijative stvaranja zajedničke medijske politike, bila je izgradnja europskog identiteta uz pomoć prekogranične razmjene televizijskih programa i medijskih sadržaja. Nakon nekoliko neuspješnih pokušaja osnivanja zajedničkoga europskog televizijskog kanala, kao i zbog tendencije očuvanja nacionalnih i kulturnih identiteta svake zemlje, taj je pristup napušten u korist ekonomskog koncepta. Naime, Rimski Ugovor ne definira eksplicite političku i kulturnu dimenziju medija. Zbog toga je ostalo relativno malo prostora za regulaciju na europskoj razini jer se medije oduvijek smatralo isključivo nacionalnim pitanjem. Upravo zato zajednička je medijska politika predstavljena u suštini kao ekonomska – pozivajući se na principe slobode kretanja usluga, otvoreno zajedničko tržište i jačanje audiovizualne industrije u odnosu na američku konkurenciju. Iako nije bilo tako napisano u Rimskom ugovoru iz 1957., u uvodnom poglavlju knjige *European Cinema and Television* piše:

> U pozadini pragmatične unije bio je san o politički i kulturno povezanoj Europi koja će razvijati komunikacijske mreže između različitih ljudi i nacionalnih država i potpomagati cvjetanje različitih kultura unutar zemalja članica. Dakle, od samog početka postojala je vizija Europske unije čiji će građani imati svoj nacionalni, kao i zajednički europski identitet, bez konflikta između ta dva identiteta. Dio te vizije svakako je uloga kulture i komunikacije koja se nalazi u samom srcu europskog projekta. Iako nije navedena među prioritetima europske suradnje, kultura je bila važan dio od samog početka.
>
> (Bondebjerg, Redvall, 2015: 1–24)

Kako bi se omogućilo funkcioniranje jedinstvenog europskog televizijskog tržišta, bilo je potrebno usuglasiti minimum zajedničkih pravila i odredbi koje štite medijske slobode i pluralizam, reguliraju marketing, potiču promociju europskih audiovizualnih djela i osiguravaju zaštitu manjina.

Ugovorom iz Maastrichta, člankom 17., ustanovljeno je i europsko građanstvo. Prema njemu, naglašava Grubiša, „svaka osoba koja je državljanin države članice bit će građanin Unije. Građanstvo Unije bit će komplementarno i neće biti zamjena za nacionalno građanstvo" (2010: 191). Europska je unija tim Ugovorom uspostavljena ne samo kao

jedinstveno tržište i ekonomska zajednica, već i kao politička zajednica, to jest – politički sustav koji se sastoji od institucija, aktera, vrijednosti i procesa (postupaka) odlučivanja. Ovim je Ugovorom Europska unija ujedno dobila kompetencije bavljenja kulturnim pitanjima koja su vezana i i uz medijsku politiku. David Ward ističe da je „EU medijska politika visoko sofisticirani regulatorni okvir koji je nastao zbog određenih potreba. One su ekonomske, kulturne i političke, utemeljene na određenim demokratskim vrijednostima" (2002: 6).

U posljednja dva desetljeća medijska je scena doživjela dramatičnu transformaciju koju karakterizira porast konvergencije medijskih servisa i prožimanje tradicionalnih medija s internetom. Audiovizualni sadržaji sve su više dostupni na zahtjev u bilo kojem trenutku. Unatoč tomu, televizija i dalje ostaje najvažniji izvor informiranja i zabave u zemljama EU. Kao i sve ostale zemlje članice, Republika Hrvatska morala je uskladiti svoje medijske zakone s europskim direktivama. Tijekom procesa pregovaranja za punopravno članstvo u Uniji nije ih samo trebala usvojiti, već ih je morala implementirati i prilagoditi novoj digitalnoj eri audiovizualnog emitiranja koja je započela 1. siječnja 2012. godine.

## 1.2. Direktiva Europske unije „Televizija bez granica"

Temelj audiovizualnoga zakonodavstva EU-a jest Direktiva „Televizija bez granica (TVWF)" koja utvrđuje uvjete za prijenos televizijskog emitiranja unutar europskoga jedinstvenog tržišta, tvrdi Žana Pedić (2011: 954, 955). Ova Direktiva usvojena je 1989., stupila je na snagu 1991., a onda je ažurirana 1997. godine Ugovorom iz Amsterdama (Television broadcasting activities: "Television without Frontiers"/TVWF Directive, 1989).

Njome se od država članica zahtijeva da prilagode svoje nacionalno zakonodavstvo, kako bi uklonile prepreke za slobodno emitiranje televizijskog programa na jedinstvenom tržištu. Ključni su članci 4. i 5. kojima je određeno da televizije s nacionalnom koncesijom moraju osigurati barem 50 % vremena emitiranja za filmove i programe europskog porijekla te najmanje 10 % programa iz nezavisne produkcije.

Nadalje, od zemalja članica traži se da kroz svoje nacionalne medijske zakone jamče zaštitu ciljeva od javnog interesa (poput kulturne raznolikosti), da Vlade osiguraju dostupnost glavnih sportskih događaja (poput Olimpijskih igara i slično) i europskih događaja najširoj javnosti, a ne samo preko plaćenih TV kanala, da se zaštite maloljetnici od nasilnih i pornografskih sadržaja koji se trebaju emitirati u kasnijim terminima, da se svima koji su

kritizirani u TV ili radijskim programima omogući pravo na odgovor te da se poštuju ograničenja u vremenu određenom za reklamne sadržaje (Pedić, 2011: 954, 955).

### 1.3. Nove tehnologije i europska regulativa

Upravo zbog napretka i promjene tehnologije, Europska Unija 2003. stavila je usluge emitiranja i telekomunikacija pod jedan regulatorni režim poznat kao novi regulatorni okvir (NRF).

Razlog uspostave NRF-a bilo je stvaranje jednakih uvjeta za sve „igrače" u medijskom okolišu u kojem operateri kabelske televizije nude svojim klijentima jednak pristup internetu – pa čak i telefonske usluge preko svojih kabela, kao i tamo gdje operateri za fiksnu ili mobilnu telefoniju mogu nuditi *online* video i usluge emitiranja.

Već krajem 2005. Europska komisija predložila je nove značajne izmjene prvotne Direktive kako bi uzela u obzir učinak multikanalnoga digitalnog emitiranja i uvođenje novih elektronskih medija. Europski Parlament i Vijeće 2007. usvojili su Direktivu 2007/65/EC kojom se mijenja Direktiva „Televizija bez granica" i preimenuje u Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama (AMU)/Audiovisual Media Services Directive (AVMS), koja je trebala biti implementirana u zemljama članicama do kraja 2009. (European Union/Europska unija, 2007). I nova Direktiva zadržala je odredbe članaka 4. i 5. o europskim sadržajima (preko 50 %) i nezavisnoj europskoj produkciji (najmanje 10%). Oni su sadržani u člancima 13, 16 i 17 AMU Direktive, dok se člankom 3 ti zahtjevi odnose na nelinearne servise. Kao i do sada, Europska komisija periodično objavljuje izvješća o implementaciji tih obveza u zemljama članicama. Prvo izvješće o primjeni nove AMU Direktive objavljeno je u svibnju 2012. (European Commission, 2012c).

Uslijed daljnjeg razvoja tehnologije, kao i dramatičnih promjena na audiovizualnom tržištu, 25. svibnja 2016. Europska komisija usvojila je novi zakonski prijedlog kojim se unose amandmani na postojeću Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama koja bi trebala stupiti na snagu do kraja 2018. godine. Danas se Audiovizualna politika i medijska politika EU provodi na četiri načina:

1) kroz regulatorni okvir, putem Direktive o audiovizualnim uslugama koja je usvojena 2007. godine s ciljem stvaranja jedinstvenoga medijskog tržišta za sve audiovizualne medije

2) kroz osnivanje programa financiranja, poput programa MEDIA čiji je cilj potpora širenju europske proizvodnje filmova i televizijskih programa te povećanje njihove konkurentnosti na međunarodnom planu

3) kroz mjere čiji je cilj promicanje distribucije sadržaja preko Interneta i medijskog pluralizma

4) kroz akcije izvan Europske unije – u svrhu obrane europskih kulturnih interesa u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji

(Europski parlament, *Audiovizualna i medijska politika*)

## 1.4. Republika Hrvatska

Pregovori Hrvatske i Europske Unije o Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju započeli su na marginama Zagreb Summita koji je održan 24. studenog 2000. godine, a završili punopravnim članstvom Hrvatske u Europskoj Uniji 1. srpnja 2013.

Iako je sloboda mišljenja, izražavanja i osnivanja medija zajamčena hrvatskim Ustavom iz 1990. i iako je članstvo u Europskoj Uniji i prihvaćanje njenih standarda deklarativno bio cilj od samog nastanka Republike Hrvatske, prema izvješćima Europske komisije i ostalih međunarodnih institucija, mediji su bili izloženi pritiscima vladajuće političke opcije sve do 2000. godine. U razdoblju od 1990. do 2000. javni mediji bili su zapravo klasični državni mediji, pod direktnim utjecajem vladajuće politike.

Nakon 2000. godine situacija se počela mijenjati u korist većih medijskih sloboda te pretvaranja državnog radija i televizije u javne medije, a to se potvrdilo i novim Zakonom o HRT-u, što ga je Hrvatski sabor donio 2001. godine. Njime su predviđena dva upravna tijela na HRT-u – Vijeće, čije članove su birali predstavnici nevladinih udruga, i Upravno vijeće, čije članove imenuje Sabor. Time se nastojao postići određeni demokratski kompromis pri čemu bi se, s jedne se strane, prihvatilo europske norme, a s druge strane, ipak djelomično kroz Hrvatski sabor zadržao nadzor nad HRT-om. Već 2003. godine donose se izmjene Zakona o HRT-u. Njime se Hrvatska radiotelevizija ponovno vraća pod kontrolu politike jer isključivo saborski zastupnici odlučuju kojeg će od kandidata izabrati u Programsko vijeće HRT-a, koje zatim imenuje ravnatelja i urednike. Što se tiče ostalih medijskih zakona, 2003. i 2004. doneseni su Zakon o elektroničkim medijima i Zakon o medijima koji su tvorili zakonodavni okvir u području audiovizualne politike.

Prije pristupanja Hrvatske Europskoj uniji bile su potrebne promjene kako bi se medijski zakoni uskladili s europskim standardima, a u skladu s preporukama koje je u veljači 2004. formulirala zajednička stručna misija Vijeća Europe, Europske komisije i OESS-a. Godine 2009. donesen je novi Zakon o elektroničkim medijima koji je doživio izmjene i dopune 2011. i 2013, u određenim člancima, osobito u članku 1a u koji su ugrađeni ispravci i

dopune europskih direktiva koje se odnose na pružatelje audiovizualnih medijskih usluga. Ovaj Zakon regulira područje privatnih radija i televizija i određuje postupak dodjele koncesija javnim i privatnim radijskim i televizijskim kućama. Time se bavi Agencijom za elektroničke medije (AEM) kojom upravlja Vijeće za elektroničke medije. Vijeće za elektroničke medije, kao nadzorno regulatorno tijelo, trebalo bi se, osim dodjeljivanjem i oduzimanjem frekvencija, baviti i nadzorom nad programima privatnih elektroničkih medija i nadzirati primjenu europske regulative.

Republika je Hrvatska tijekom procesa pregovaranja za punopravno članstvo u Uniji ne samo uskladila svoje medijske zakone, već ih je morala implementirati i prilagoditi novoj digitalnoj eri audiovizualnog emitiranja koja je započela 1. siječnja 2012. godine. Godine 2010. donesen je novi Zakon o HRT-u koji je, nakon više od godinu dana javne rasprave, doživio određene izmjene i dopune u srpnju 2012. Nakon toga, ponovno je izmijenjen u 2013. i to, po mišljenju struke i Europske komisije, na gore budući da glavnog ravnatelja HRT-a bira saborska većina, dok je Programsko vijeće izgubilo svaku mogućnost utjecanja na program i njegova je uloga postala tek savjetodavna.

Kako se provodi Direktiva o audiovizualnim medijskim servisima u zemljama članicama, je li ona uopće potrebna u doba tehnološkog napretka koji je u potpunosti promijenio pojam i ulogu elektroničkih medija, kakav je stav struke i audiovizualne industrije prema regulatornom okviru Europske Unije i koje su komunikacijske i kulturne vrijednosti primjene audiovizualne politike EU u Republici Hrvatskoj, nastojat će istražiti i opisati ova disertacija.

# 2. CILJ, HIPOTEZE I METODE ISTRAŽIVANJA

## 2.1. Cilj i hipoteze disertacije

Cilj je ove disertacije istražiti i procijeniti primjenu audiovizualne politike EU na javnoj televiziji i komercijalnim televizijama s nacionalnom koncesijom u RH. Odabrana je 2016. godina kada je Hrvatska već tri godine bila punopravna članica Europske Unije. Rad se fokusira na razdoblje od 1. siječnja 2016. do 31. siječnja 2016., s aspekta komunikacijske i kulturološke vrijednosti.

Sve televizije s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj još od 2010. imaju obvezu predavati Agenciji za elektroničke medije godišnje izvješće o provedbi europskih odredbi u svojim programima. Nakon ulaska u EU, Agencija za elektroničke medije po prvi puta ih je proslijedila Europskoj komisiji, a rezultati još nisu javno objavljeni.

Primjena nove Direktive o audiovizualnim uslugama Europske Unije iz 2007. godine određena je člancima 41. – 44. Zakona o elektroničkim medijima te člancima 10. i 11. Zakona o HRT-u iz 2012., odnosno 2013. godine. Iako bi se, prateći razvoj medijskog zakonodavstva, moglo raspravljati i o razini slobode medija i njihovoj neovisnosti o politici na vlasti, u ovoj disertaciji bavit ćemo se isključivo provedbom članka 13., 16. i 17. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama na televizijama s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj.

### Hipoteze

Kao što je već rečeno, rad Hrvatske radiotelevizije reguliran je posebnim Zakonom o HRT-u čija je posljednja izmjena donesena 2013. godine, nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku Uniju. Rad komercijalnih elektroničkih medija reguliran je Zakonom o elektroničkim medijima, čija je posljednja izmjena i dopuna donesena također 2013. godine. Primjenu odredbi ovih zakona nadzire i prati Agencija za elektroničke medije.

Hipoteze rada su sljedeće:

H1: HRT se pridržava odredbi AV politike EU jer emitira više od 50 % programa europskog porijekla i 15 % nezavisne produkcije.

H2: Program odražava načelo kulturne raznolikosti sukladno Zakonu o HRT-u, prema kojem javni servis mora osigurati ne samo zabavne i informativne, već i kulturne, znanstvene i obrazovne sadržaje od javnog interesa.

H3: Komercijalne televizije RTL i Nova TV u kvantitativnom se, ali ne i u kvalitativnom, smislu pridržavaju odredbi audiovizualne politike EU.

H4: Agencija za elektroničke medije provodi monitoring i zahtijeva primjenu navedenih odredbi u programima javne i komercijalnih televizija, s ciljem očuvanja programske kvalitete.

Očekivani rezultati:

H1. Očekuje se da će istraživanje pokazati kako se Hrvatska televizija pridržava odredbi o emitiranju više od 50 % programa europskog porijekla i 15% nezavisne produkcije. Rezultati će pokazati i koliki je postotak europskog programa zapravo nacionalna produkcija, a koliko toga dolazi iz drugih europskih zemalja, čime se potiče kulturalna raznolikost.

H2. Očekuje se da će istraživanje pokazati da se Hrvatska televizija, kroz svoje programe, pridržava odredbi budući da po Zakonu o HRT-u mora emitirati ne samo zabavne i informativne, već i kulturne, znanstvene i obrazovne sadržaje koji su u javnom interesu.

H3. Očekuje se da će istraživanje programa komercijalnih televizija RTL i NOVE TV pokazati kako se komercijalne televizije u Republici Hrvatskoj u kvantitativnom, ali ne i u kvalitativnom smislu, pridržavaju odredbi audiovizualne i medijske politike EU s obzirom na to da većinu sadržaja predstavljaju zabavni formati domaće proizvodnje.

H4. Agencija za elektroničke medije, kao regulatorno nacionalno tijelo, ima mogućnost vršiti monitoring i zahtijevati primjenu europskih odredbi u programima javne i komercijalnih televizija, jednako kao što to čine slična tijela u ostalim europskim zemljama, kako bi očuvala europske i nacionalne kulturne vrijednosti te osigurala kvalitetu emitiranog programa. Iako su te obveze definirane člancima 42., 43. i 44. Zakona o elektroničkim medijima, kao i člancima 10. i 11. Zakona o HRT-u, uočava se problem nepostojanja zakonskih sankcija za nepridržavanje tih programskih obveza zbog kojih je teško provesti usvojene odredbe .

Da bi se uspješno ostvarili ciljevi i provjerile hipoteze, potrebno je:

1. izvršiti kvantitativnu analizu emitiranog programa Hrvatske televizije i RTL-a tijekom 2016. godine, od 1. siječnja do 31. prosinca 2016., što znači provjeriti postotak emitiranih sadržaja europskog porijekla, kao i koliki udio u tome ima nacionalna, a koliko ostala europska produkcija
2. izvršiti kvalitativnu analizu sadržaja koji su emitirani (kulturni, dramski, zabavni, glazbeni, dokumentarni) , uzimajući u obzir i zemlju u kojoj je proizveden.
3. istražiti djelovanje Agencije za elektroničke medije i analizirati godišnje izvješće o primjeni odredbi audiovizualne politike EU na televizijama s nacionalnom pokrivenošću
4. provesti dubinske intervjue s glavnim urednicima televizija i predstavnikom Agencije za elektroničke medije.

Plan i sadržaj

U uvodnom dijelu disertacije bit će objašnjeni osnovni pojmovi, teorijski okvir tumačenja medijskih politika te kulturnih i komunikacijskih vrijednosti koje mediji prenose.

Nakon toga bit će predstavljen povijesni pregled razvoja medijske regulative, kao i zajedničke audiovizualne i medijske politike EU od 1989. do 2018. Uslijedit će prikaz primjene odredbi zajedničke audiovizualne politike EU u zemljama članicama od 1993. do 2008., kao i primjene nove AMU Direktive, koja je trebala biti implementirana u zemljama članicama do kraja 2009. U posljednjem dijelu bit će prikazani rezultati i analiza istraživanja provedenog na HRT-u i televizijama s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj.

Osim u stručnoj literaturi, materijal za ovaj pregled preuzet je iz objavljenih dokumenata, ugovora, direktiva i izvješća Europske komisije. Popis svih izvora nalazi se na kraju rada u poglavlju o korištenim izvorima.

Teorijski doprinos proučavanju teme

Cjelovita analiza i rezultati empirijskog dijela omogućit će daljnja komunikacijska i kulturološka istraživanja o važnosti primjene europske Audiovizualne politike EU na hrvatski medijski sustav, gledano iz perspektive pluralističke ili neoliberalne teorije medijske politike. Medijskim profesionalcima rezultati istraživanja bit će smjernica za poboljšanje kvalitete

programa i europske kulturne raznolikosti te će ukazati na važnost profesionalnog, nezavisnog djelovanja Agencije za elektroničke medije.

## 2.2. Istraživački pristup

Kao što je već spomenuto, cilj je istraživanja ispitati stvarnu kvalitativnu i kvantitativnu primjenu odredbi audiovizualne i medijske politike Europske unije koje obvezuju javne i komercijalne televizije svih zemalja članica, pa tako i one u Republici Hrvatskoj u trećoj godini punopravnog članstva u Europskoj Uniji, dakle, tijekom 2016. godine , te utvrditi mogućnost utjecaja Agencije za elektroničke medije na emitirani sadržaj komercijalnih televizija.

### Metodologija

U istraživanju će se koristiti kvantitativna i kvalitativna metoda. Za razliku od prirodnih znanosti u kojima postoji viši stupanj korespondentnosti između empirijskih podataka s jedne strane i konstrukata, odnosno, teorija i zakona s druge strane, kod humanističkih znanosti i društvenih znanosti to nije slučaj, tumači Milko Mejovšek u svojoj knjizi (2005: 4). U prirodnim znanostima korespondentnost se može izraziti jednadžbom, a u društvenima se mora računati s pogreškom. U društvenim znanostima postoje dvije temeljne paradigme: kvantitativna i kvalitativna paradigma (Mejovšek, 2005: 4).

### Razlike između kvalitativne i kvantitativne metode:

Prema definiciji Aleksandra Halmija iz uvodnog poglavlja njegove knjige, osnovna je razlika u metodologiji društvenih istraživanja primjena kvalitativne ili kvantitativne metode istraživanja, iako i jedna i druga nastoje objasniti, razumjeti i interpretirati društvenu stvarnost (1996). Postoje razlike i u filozofskim i znanstvenim korijenima: dok se kvantitativne metode pozivaju na englesku analitičku filozofiju i logički pozitivizam Bečkog kruga, kvalitativne su nastale iz njemačke povijesne škole koja je inaugurirala hermeneutičku filozofiju i sociologiju (Halmi, 1996).

Najjednostavnije objašnjenje razlike između kvantitativnog i kvalitativnog istraživanja dao je Galvan:

Kvantitativno istraživanje:

1) započinje hipotezom
2) uzorak ispitanika je slučajan
3) uzorak ispitanika je velik
4) podaci se prikupljaju standardiziranim mjernim instrumentima
5) podaci se statistički obrađuju, a onda zaključci generaliziraju.

Kvalitativno istraživanje:

1) počinje općim problemom bez specifičnih ciljeva i hipoteza
2) radi se na namjernom uzorku ispitanika
3) uzorak je relativno malen
4) podaci se prikupljaju nestandardiziranim postupcima
5) podaci se prikupljaju intenzivno, provodi se dulje vremena s ispitanicima
6) rezultati su u deskriptivnom obliku i odnose se na odabrani uzorak ispitanika.

(Galvan, 2004)

Kvantitativno istraživanje

Primjenu kvantitativne paradigme i u društvenim znanostima osobito podupire filozofski pravac poznat kao pozitivizam, koji tumači da prirodna i društvena realnost objektivno postoje i zato prirodne i društvene pojave treba istraživati na isti, egzaktni način.

Ovaj oblik istraživanja društvene realnosti u velikoj mjeri koristi iste instrumente kojima se služe prirodne znanosti: eksperiment, egzaktno mjerenje, statistika, matematika, tj. izrada varijabli. U kvantitativnom istraživanju društvenih znanosti koriste se sljedeće metode:

1. anketa: testiranje hipoteza ili teorija na većem broju ljudi, u jednoj vremenskoj točki i na jednom mjestu
2. eksperimentalni nacrt: koristi se uglavnom u psihologiji pri čemu je nužno postojanje dvije grupe, eksperimentalne i kontrolne
3. korištenje službene statistike
4. strukturirano promatranje: istraživač snima svoja zapažanja odrađena prema određenom protokolu i kvantificira dobivene rezultate

5. analiza sadržaja: primjenjuje se u različitim funkcijama kvantitativnih metoda, najčešće u analizi komunikacijskih aspekata u medijima

Logička struktura kvantitativnog istraživanja kao linearnog procesa sadrži glavne faze:

1. teoriju
2. hipotezu
3. promatranje i prikupljanje podataka
4. analizu podataka
5. rezultate.

Paralelni procesi koji se odvijaju uključuju:

a. dedukciju
b. operacionalizaciju
c. obradu podataka
d. interpretaciju
e. indukciju.

To znači da je kvantitativno istraživanje racionalan proces, a njegova je veza s pozitivizmom u naglašavanju teorijskog, uz prisutnost indukcije i dedukcije (Leburić, 2001: 196).

Prema tumačenju Milka Mejovšeka kvantitativna paradigma u društvenim i humanističkim znanostima razvijala se induktivnom i funkcionalno-deduktivnom ili hipotetičko-deduktivnom metodom (2005: 4). Induktivnom metodom prikupljaju se činjenice, proučava se pojava i kada je ona u potpunosti razjašnjena, formulira se teorija. Drugi smjer, odnosno, hipotetično-deduktivna metoda ima zapravo dominantniju ulogu u društvenim i humanističkim znanostima. Do hipotetične teorije dolazi se indukcijom, a zatim se dedukcijom iz nje deriviraju hipoteze koje se nakon toga provjeravaju znanstvenim istraživanjima. Kada se sve hipoteze derivirane iz teorije potvrde znanstvenim istraživanjima, tada se može reći da je teorija prestala biti hipotetična i ona postaje znanstveno utemeljena (Mejovšek, 2005: 4).

U ovoj će se disertaciji koristiti kvantitativna i kvalitativna metoda analize dokumenata i sadržaja:

1. Kvantitativnom metodom analize dokumenata dobit će se uvid u postotak programa europskog porijekla, kao i zemalja porijekla, emitiran na HRT-u, RTL-u i Novoj TV u 2016. godini.
2. Kvalitativnom metodom istražit će se sadržaj, odnosno vrsta programa koji je bio emitiran u programima odabranih televizija.

Materijali:

1. Na temelju objavljenih dokumenata, ugovora, direktiva i izvješća Europske komisije od 1989. do 2014. istražit će se razvoj zajedničke audiovizualne i medijske politike EU.
2. Na temelju programskih shema emitiranog programa na HRT-u, RTL-u i Novoj TV u trećoj godini članstva RH u EU (1. 1. 2016. – 31. 1. 2016.) provest će se kvantitativna analiza provedbe odredbi Audiovizualne politike EU u RH.
3. Na temelju programskih shema emitiranog programa na HRT-u, RTL-u i Novoj TV provest će se kvalitativna analiza s obzirom na sadržaj emitiranog programa (kulturni, dramski, zabavni, glazbeni, dokumentarni) i porijeklo (nacionalno, europsko, američko).
4. Na temelju godišnjeg izvješća Agencije za elektroničke medije Europskoj komisiji (za razdoblje 2016.) analizirat će se doprinos ovoga nezavisnog regulatornog tijela provedbi odredbi Audiovizualne politike EU u RH.

Kvalitativno istraživanje

Ima mnogo definicija kvalitativnog istraživanja, kao specifičnog oblika istraživanja u društvenim znanostima.

Prema Milku Mejovšeku, kvalitativna paradigma razvija se u posljednjih trideset godina kao određeni oblik reakcije na kvantitativnu paradigmu, koja je imala dulju tradiciju u društvenim i humanističkim znanostima. Ona je prvenstveno usmjerena na razumijevanje društvene interakcije u nekom prirodnom društvenom kontekstu (2005: 159).

Aleksandar Halmi u uvodno razmatranju svoje knjige donosi (1996):

Kvalitativna istraživanja proučavaju subjekte u svom povijesnom i društvenom kontekstu i nastoje razumjeti ili interpretirati smisao i značenje njihovih radnji, doživljaja i svakodnevnog iskustva, što pristaje i načinima istraživanja na području društvenih znanosti. Kvalitativne istraživačke studije uključuju različite teorijske paradigme i strategije istraživanja kao i metode prikupljanja i analize empirijskog materijala, od konstruktivizma i interpretizma, kritičke teorije, fenomenologije, etnometodologije, akcijskih istraživanja do dubinskog intervjua i sudjelujućeg promatranja. Svi ti pristupi opisuju subjekt iz njegove perspektive, u okviru datog povijesnog i sociokulturnog konteksta istraživanja.

Lawrence Grossberg, Cary Nelson, and Paula Treichler smatraju da se „kvalitativna istraživanja interdisciplinarno, transdisciplinarno, a ponekad i kontradisciplinarno područje" (1992: 1–16). Drugi autori, J. R. Cutcilffe i H. P. Mckenna, pišu da su „kvalitativna istraživanja usmjerena na opis, interpretaciju i razumijevanje značenja koja ljudi pripisuju svojoj egzistenciji i svijetu koji ih okružuje" (1999: 374–380). A. Halmi napominje da „proces kvalitativnog istraživanja određuju tri međusobno generičke aktivnosti: prikupljanje, analiza i ispisivanje empirijskog materijala" (1996).

Kvalitativno istraživanje počelo se prvo primjenjivati u psihologiji, zatim u sociologiji. Od početka prošlog stoljeća razvile su se različite škole i metode. Povijesna tradicija ovog oblika istraživanja vezana je uz pet povijesnih trenutaka koji su obilježili razvoj kvalitativne paradigme u društvenim znanostima. Denzin i Lincoln (1994) opisuju ih na sljedeći način:

1. tradicionalni period koji započinje ranih 1920-ih i traje do Drugoga svjetskog rata; odnosi se na istraživanja socijalnih antropologa (Malinovski, Boas, Mead i dr.) i ranu etnografiju Čikaške škole
2. modernistički period koji traje do kasnih '70-ih godina u kojem se pojavljuju pokušaji formaliziranja postupaka kvalitativnih istraživanja (Glaser i Strauss, 1967)
3. faza nejasnih žanrova u kojoj pratimo bogat razvoj različitih paradigmi i stilova istraživanja (Geertz, 1983)
4. kriza predstavljanja koja je vezana uz pojačavanje sukoba između predstavnika kvalitativne i kvantitativne metodologije
5. peti moment ili postmodernistička faza koja nosi sasvim nove tendencije koje idu u pravcu dekonstrukcije i dekontekstualizacije tradicionalne metodologije, a usko su povezane s razvojem teorije kaosa u društvenim znanostima.

U svom tumačenju ovog oblika društvenog istraživanja Mejovšek (2005: 159) konstatira da kvalitativna istraživanja zapravo ne nastoje otkriti neke opće zakone, već nastoje doprinijeti razumijevanju određenog društvenog konteksta koji je upravljan značenjima koja mu pridaju sudionici tog konteksta. Prema Aleksandru Halmiju, postoje aktivnosti koje se

odvijaju u pet faza u kojima je potrebno znati poziciju istraživača, interpretativne paradigme, metode prikupljanja i analiziranja empirijskih materijala te čin interpretacije i evaluacije (1996):

1. prva faza: istraživač

   Halmi smatra da je razdoblje neutralnog istraživanja u humanističkim disciplinama završilo. Istraživač je označen svojom poviješću, tradicijom i obrazovanjem, što istovremeno usmjerava i ograničava njegov rad.

2. druga faza: interpretativne paradigme

   Paradigma se definira kao osnovni skup uvjerenja koji rukovode akcijom (Guba, Lincoln, 1994). Sva ljudska bića u životu vode neki uzvišeni apstraktni principi, a oni su kombinacija uvjerenja o ontologiji, epistemologiji i metodologiji. Skup epistemologijskih, ontologijskih ili metodologijskih premisa naziva se paradigmom, odnosno interpretativnim okvirom koje diktira rad istraživača.

3. treća faza: strategije istraživanja i interpretativne paradigme

   Faza uključuje nacrt, odnosno strategiju istraživanja koja povezuje istraživača sa specifičnim metodama prikupljanja i analiziranja empirijskih materijala, kao i upotrebu utemeljene teorije, biografskih, povijesnih, akcijskih i kliničkih metoda.

4. četvrta faza: metode prikupljanja i analiziranja empirijskih materijala

   Postoji nekoliko metoda koje uključuju intervju, direktno promatranje, analize činjenica, dokumenata, kulturalnih zapisa, upotrebe vizualnih materijala i osobnog iskustva. Većina ovih metoda bit će upotrijebljena u ovom istraživanju.

5. peta faza: čin interpretacije

   Na temelju empirijskih materijala, istraživač konstruira kvalitativne interpretacije. Postoje višeslojni kriteriji evaluacije kvalitativnog istraživanja, a sama evaluacija najvažniji je dio cjelokupnoga kvalitativnog istraživanja.

Kvalitativno istraživanje ne preferira niti jednu metodologiju posebno, već spaja različite teorijske paradigme, istraživačke strategije, metode i tehnike. Zato je kvalitativnu metodologiju teško opisati kao jedinstveni entitet. Poznate metode su: metoda case study - studija slučaja, etnografska metoda, metoda promatranja sa sudjelovanjem, strukturirani intervju, nestrukturirani intervju, polustrukturirani i dubinski intervju. Halmi (1996) tvrdi da višestrukost, odnosno multipla metodologija kvalitativnih istraživanja pretpostavlja prije svega kvalitativnog istraživača kao praktički sveznadarsku osobu koja posjeduje niz vještina i znanja, međusobno povezanih u praksi rješavanja problemskih situacija. Rješenje problema rezultat je primjene višestrukih metoda. E. G. Guba i Y. Lincoln (1994: 105–117) opisuju istraživača kao *bricoleura*, određenu vrstu svestranog profesionalca koji na temelju svog znanja, iskustva i biografije definira i interpretira rezultate svog istraživanja. On je „znalac

svih zanata, uradi sam majstor", jedna je od definicija koju je dao Le'vi Strauss (1996: 17). Postoji mnogo vrsta *bricoleura* – interpretativni, narativni, teoretički, politički. On sumira svoja istraživanja u povezanu cjelinu, kao set prezentacija koje odgovaraju specifičnostima kompleksne situacije.

Prema analizi Aleksandra Halmija (1996), kvalitativno se istraživanje razlikuje od kvantitativnog u pet bitnih koraka:

1. upotreba pozitivističke i postpozitivističke metodologije
2. prihvaćanje postmodernističkog senzibiliteta
3. istraživanju subjekta iz njegove perspektive unutar njegovog povijesnog, socijalnog i kulturnog konteksta
4. istraživanju svijeta svakodnevnog života
5. osiguranju bogatih deskripcija od strane kvalitativnog istraživača

Creswell (1998) također objašnjava da se kvalitativna istraživanja obično vrše u pet područja, odnosno – pripadaju jednom od pet sljedećih tipova:

1. biografija: istraživanje se vrši prikupljanjem podataka o nekoj osobi od nje same, ili na temelju dokumenata
2. fenomenologija: prikupljanje informacija o iskustvima više osoba o nekoj pojavi, generalizacijom dolazi do stvaranja teorije
3. razvoj teorija: obično se polazi od konkretnih prikupljanih podataka i spoznaja od kojih se dolazi do teorijskog modela
4. etnografija - ima cilj deskripciju i interpretaciju kulturoloških ili društvenih grupa i sustava
5. studija slučaja: opisuju se i analiziraju „omeđeni sustavi", tj. neki događaji, aktivnosti, programi ili grupe ljudi.

Mejovšek (2005: 161) objašnjava kako je cilj kvalitativnog istraživanja analiza i interpretacija nenumeričkih podataka, kao što su riječi, slike i dokumenti. Podaci se prikupljaju različitim metodama (osobno iskustvo, intervju, opažanja više osoba u nekim situacijama, pisani dokumenti, fotografije, etc.), na temelju koji se nastoji izvući smisao. U ovom istraživanju nužno dolazi do spajanja informacija prikupljenih od ispitanika i o njima, s opažanjima i interpretacijom istraživača budući da i jedni i drugi sudjeluju u istraživačkom procesu (Mejovšek, 2005: 161).

Govoreći o kvalitativnom istraživanju, teoretičari kritiziraju ovu metodu zbog problema interpretacije, poteškoća u odnosu teorije i istraživanja, kao i problemu generalizacije. U akademskim krugovima bilo je mnogo otpora ovoj metodi jer se kvalitativni znanstvenici smatraju „mekim znanstvenicima" ili „para-znanstvenicima", prije svega zato što

tehnike kojima se služe nemaju onu moć dokazivanja koje imaju prirodne znanosti. Kvalitativno istraživanje često je obilježeno subjektivizmom i metateorijom. Usprkos tomu, prevladava mišljenje da je kvalitativno istraživanje dinamičnije jer proučava društveni život u razvoju i bavi se otkrivanjem strukturalnih elemenata društvenog života. S druge strane, kvantitativno je istraživanje statičnije jer se bavi otkrivanjem proceduralnih elemenata društvenog života i vezuje ih uz makrodruštvene cjeline. Kako su ove dvije metode istraživanja komplementarne, tako je svrha kvalitativnog istraživanja omogućavanje smislene kvantifikacije empirijskih sadržaja, kad god je to moguće. Sama kvantifikacija je postupak formalizacije, pri čemu se kvalitativni empirijski sadržaji pretvaraj u svoj numerički oblik, a daljnja analiza se izvodi statističkim i matematičkim metodama. B. G. Glasser i A. L. Strauss zaključuju da je „krajnji cilj kvalitativnih istraživanja kvantifikacija koja nastaje na temelju podrobne kvalitativne analize, kodiranjem i kategorizacijom ključnih pojmova u konceptualne sheme" (1967).

U kvalitativnom dijelu istraživanja u ovoj disertaciji koristit će se metoda analize sadržaja i dubinskog intervjua:

1. Analizom prikazanih sadržaja prema žanru i porijeklu dobit će se uvid u kvalitetu sadržaja, odnosno konkretan rezultat primjene audiovizualne politike EU u programima nacionalnih televizija, koji bi morali promovirati europsku produkciju i multikulturalnost.
2. Dubinskim intervjuom s glavnim ravnateljem Hrvatske radiotelevizije, glavnim ravnateljem programa HRT-a, kao i glavnim urednicima Nove TV i RTL-a, testirat će se rezultati dobiveni kvantitativnim istraživanjem u cilju jasnijeg uvida u programsko planiranje i način odabira sadržaja programskih shema.
3. Uvidom u dokumente Agencije za elektroničke medije, kao i dubinskim intervjuom s voditeljem odjela za nadzor i praćenje programskih sadržaja Agencije za elektroničke medije, analizirat će se rad ovoga regulatornog tijela i njegov utjecaj na programske sadržaje komercijalnih televizija, kroz zakonske mehanizme.

Ispitanici su:

1. glavni ravnatelj programa HRT-a
2. glavni urednik programa RTL-a
3. glavni urednik programa Nove TV
4. voditelj Odjela za nadzor i praćenje programskih sadržaja Agencije za elektroničke medije.

# 3. TEORIJSKI OKVIR

## 3.1. Teorije medijskih politika

Opisujući povijesni razvoj medijskih politika, Van Cuilenburg i McQuail (2003: 181–207) identificirali su tri perioda koji odražavaju različite definicije i razumijevanje javnog interesa. Prvi period obuhvaća razdoblje od sredine 19. stoljeća do početka Drugoga svjetskog rata, drugi period od Drugoga svjetskog rata do razdoblja 1980./1990., a treći se period odnosi na sadašnje razdoblje komunikacijske politike.

Tijekom prvog perioda, samo se za tisak smatralo da ima normativnu političku funkciju i bio je reguliran pravom na slobodu govora, na različite načine u raznim zemljama zapadne Europe. U drugom periodu počinje se percipirati politički i društveni značaj elektroničkih medija, kao i doprinos koji mogu dati nacionalnoj koheziji i stabilnosti. Van Cuilenburg i McQuail (2003: 181–207) tvrde da su medijsku politiku u tom razdoblju određivali društveno-politički, a ne ekonomski interesi. U trenutačnom, trećem periodu, „pragmatizam i populizam sve više dominiraju medijskom politikom" (Van Cuilenburg, McQuail, 2003: 181–207), što prati i nestanak ideologije. Nakon pada komunizma, dolazi do povećanja razmjera slobodnog tržišta, kao i skretanja udesno u europskoj politici. Zbog toga je i filozofija europske medijske politike sada bazirana na idejama tržišta koje je ekonomijama u razvoju nametnula Svjetska banka i Međunarodni monetarni fond. Van Cuilenburg i McQuail predvidjeli su tri nove ključne vrijednosti za komunikacijske paradigme: slobodu komunikacija, pristupačnost i odgovornost (2003: 181–207)

Philip Napoli opisuje temeljne principe koji su dugo služili kao neka vrsta vodiča za kreatore medijskih politika. Četiri najvažnija principa na kojima počiva svaka medijska politika su: sloboda, javni interes, pluralizam i raznolikost (Napoli, 2001: 3). Sloboda je, piše Napoli, temeljni princip kojim se preko stotinu godina rukovode sve medijske politike. Slobodni mediji jedan su od najvažnijih principa slobodnog društva i ključni mehanizam putem kojeg se demokracija održava i proširuje. Kao princip komunikacije, sloboda se često definira kao neograničeno pravo da se objavljuje bez prethodne dozvole i bez pritiska, pored svih zakonskih propisa koji se odnose na sve ostale građane. Ovako interpretirana, sloboda podrazumijeva mogućnost medija da budu slobodni od utjecaja države i da mogu nadzirati aktivnosti političara i vlasti. Koncept javnog interesa, smatra Napoli (2001), imao je glavnu ulogu u razvoju i primjeni medijskih politika, redovito služeći zato da bi opravdao političke

intervencije. Prema McQuailu, medijske politike trebaju se promatrati kao „projekti vlada i javne administracije koji imaju određene ciljeve i određenu legitimaciju u smislu šireg javnog interesa" (2000: 21, 22). Regulacija javnog interesa, koja podrazumijeva postojanje „općeg dobra" iznad i iza svih partikularnih interesa političkih ili ekonomskih elita, osobito je važna za medije.

Prema Morrisonu i Svennevigu istraživanje o percepciji javnog interesa pokazuje da postoji prilična konfuzija oko termina s obzirom na to da ga se promatra na dva načina: „to je sve što javnost želi saznati" ili „sve ono što je u najboljem interesu javnosti da zna" (2002: 65–79). Problem je u tome što interpretacija onoga što publika „ima pravo znati" vrlo često ovisi o političkoj perspektivi i profesionalnoj odgovornosti. BBC-eve uredničke odrednice priznaju da nema jedinstvene definicije „javnog interesa" pa umjesto toga donose listu koja uključuje izvještavanje o protusocijalnom ponašanju, otkrivanje korupcije i nepravde te otkrivanje informacija koje dopuštaju ljudima da „donose značajno informiranije odluke o stvarima od javnog značaja" (BBC, *EDITORIAL GUIDELINES. Section 7: Privacy*).

Pojava neoliberalizma ranih osamdesetih s trendovima deregulacije i tržišnosti značila je i promjenu definicije javnog interesa. Javno dobro počelo se tumačiti kroz odnos prema preferencijama javnosti i individualnog prava svakog potrošača (konzumenta) na izbor. Novi trend može se iščitati iz definicije komunikacijske politike koju su dali Fowler i Brenner:

> Komunikacijska politika treba biti usmjerena prema maksimiziranju usluga koje publika, tj. javnost želi. Umjesto definiranja javnih zahtjeva i specificiranja kategorija programa koje služe tim zahtjevima, Komisija bi se trebala oslanjati na sposobnost medija da odrede želje svojih publika kroz uobičajene tržišne mehanizme. Interes publike tako definira javni interes.
>
> (1982: 207-257)

Tradicionalni mehanizmi za osiguravanje medijske raznolikosti su pozitivna regulacija sadržaja, osiguravanje nezavisne produkcije i kvota za javne medijske servise (tipična za Europu). Pluralizam, s druge strane, postiže se tržišnom legislativom koju podupiru specifične restrikcije vlasništva koje pak služe ograničenju moći pojedinih medija i ohrabruju konkurenciju na medijskim tržištima. Medijski pluralizam važan je za izgradnju i održavanje javne sfere jer „prilikom promišljanja medijske politike, medijski pluralizam u širem društvenom i političkom kontekstu predstavlja doprinos deliberativnoj demokraciji kao temeljnom uvjetu za razvoj demokratske javne sfere" (Klimkiewitz, 1995: 357). Raznolikost i pluralizam ne mogu se izjednačavati s konkurencijom, što je objasnio i James Curran:

> To treba značiti više nego samo konkurencija. Medijsku raznolikost zapravo podržava otvoreni proces natjecanja, u kojem različite društvene grupe imaju mogućnost izražavanja različitih mišljenja i vrijednosti. Ova šira definicija implicira obvezu širenja slobode govora, širenja temelja samoopredjeljenja i promoviranja objektivnih programa koji su stvoreni na temelju informacija koje dolaze od suprotstavljenih opcija i interesa.
>
> (2000: 138)

Treba znati razliku između pluralnosti (izvora) i raznolikosti (sadržaja), međutim temeljni principi koji ih razdvajaju postaju sve manje različiti. Postoji i cijeli spektar drugih vrijednosti koje su utjecale ili bile promovirane kroz medijske politike. Za empirijsko istraživanje medijskog pluralizma još uvijek ne postoji dovoljno čvrsta definicija samog pojma. U mnogim europskim zemljama, kao ni na europskoj razini ne postoji jedinstvena koncepcija medijskog pluralizma. U tzv. Radnom dokumentu Europske komisije iz 2007. medijski pluralizam definiran je kao koncept koji objedinjuje brojne aspekte, od raznolikosti vlasništva do raznolikosti izvora informiranja i raznolikosti sadržaja koji su dostupni publici. (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2007).

IREX media sustainability index definira medijski pluralizam kroz sedam varijabli. To su pluralnost javnih i privatnih izvora informacija, neograničen pristup domaćim i stranim medijima, javni mediji koji odražavaju cjelokupni politički spektar, neovisne informativne agencije, transparentnost medijskog vlasništva (bez koncentracije u velike konglomerate), široki spektar društvenih interesa koji se odražava u medijima, uključujući i manjinske sadržaje (IREX, 2003).

Na razini medijskog sadržaja, možemo govoriti o internom i eksternom pluralizmu. Interni se uglavnom odnosi na javne medijske servise, dok se eksterni odnosi na medijski sistem u kojem se raznolikost i pluralizam mišljenja ne traži na razini programa i kanala, već se procjenjuje prema nezavisnosti i autonomiji različitih medijskih tipova. Zrinjka Peruško napominje da, prema jednom od provedenih istraživanja, višu razinu pluralizma pokazuju javni televizijski kanali, a najnižu komercijalni američki (2010: 4). Tradicionalni mehanizmi za osiguravanje medijske raznolikosti su pozitivna regulacija sadržaja, osiguravanje nezavisne produkcije i kvota za javne medijske servise, (tipična za Europu).

Pluralizam se, s druge strane, postiže kroz tržišnu legislativu koju podupiru specifične restrikcije vlasništva koje služe ograničenju moći pojedinih medija i ohrabruju konkurenciju na medijskim tržištima. Upravo o tom problemu, to jest odnosu između sve veće globalne koncentracije medijskog vlasništva i raznolikosti medijskih sadržaja vode se znanstvene

rasprave i napisane su mnoge studije koje se bave tim pitanjem na nacionalnim i europskoj razini.

Zrinjka Peruško ispituje odnos između koncentracije medijskog vlasništva i medijskog sadržaja. Odnos je višeslojan, a istraživanje se odnosi na dva područja: smanjuje li medijska koncentracija raznolikost i pluralizam medijskih sadržaja te pojavljuju li se medijska koncentracija i niska raznolikost sadržaja u isto vrijeme i na istom mjestu (Peruško, 2010).

David Ward u svojoj studiji iz 2004. piše da se ne može identificirati direktna veza između medijske koncentracije (strukturalne i tržišne) i pluralizma u kvantitativnom smislu. No, to ne znači da ne postoji povezanost između koncentracije vlasništva i raznolikosti sadržaja. Zato Ward smatra da bi trebalo usmjeriti aktivnosti na razvijanje metodologije monitoringa medijske koncentracije i medijskog pluralizma na paneuropskoj razini (2004).

Iako rezultati različitih politički pokrenutih istraživanja o utjecaju koncentracije vlasništva medija na medijsko okruženje, pluralizam i raznolikost medijskih programa te sadržaja pokazuju negativne efekte poput smanjenog izbora naslova i programa, uredničku koncentraciju, tj. distribuciju sadržaja proizvedenih na jednom mjestu na više platformi te utjecaj vlasnika, oglašivača i ekonomskih interesnih skupina na sadržaj, Peruško smatra da taj odnos nije linearan. Zato ona preporučuje pristup koji bi pokazao trendove na tržištu i analizirao tipove raznolikosti sadržaja. Takav pristup trebao bi se temeljiti na promociji kvalitete medijskih programa, pluralizmu, javnom interesu, što bi trebale osigurati europske i nacionalne medijske politike (Peruško, 2010).

Usprkos činjenici da medijski pluralizam ostaje važna vrijednost i predmet europske medijske politike, postoji ozbiljni nedostatak konsenzusa i političke volje da se primijeni harmonizirani regulatorni mehanizam koji bio zaštitio medijsku različitost na europskom nivou, a slijedom toga i na razini nacionalnih država. Des Freedman ističe razliku između određenih pojmova koji se često na različite načine koriste u literaturi o medijskoj politici, a to su politika, regulacija i upravljanje. On te pojmove ovako tumači:

> Medijska politika odnosi se na razvoj ciljeva i normi koji vode do stvaranja instrumenata koji trebaju oblikovati strukturu i ponašanje medijskih sustava. Medijska regulacija fokusira se na operacije specifičnih, obično zakonski obvezujućih instrumenata koji se koriste kako bi se dostigli postavljeni ciljevi politike. Medijsko upravljanje odnosi se na ukupni zbroj mehanizama, formalnih i neformalnih, nacionalnih i nadnacionalnih, centraliziranih i disperziranih, kojima je cilj organizirati medijski sistem prema rezoluciji nastaloj nakon rasprava o medijskoj politici.

(2008: 1)

Teza Desa Freedmana je da medijski sistemi ne nastaju spontano iz logike komunikacijskih tehnologija, poslovnih planova medijskih korporacija, ili mašte kreativnih pojedinaca, već su kreirani i oblikovani prema političkim interesima koji žele nametnuti svoje vrijednosti i ciljeve kroz mogućnosti koje im pruža kompleksna kombinacija tehnoloških, ekonomskih i socijalnih faktora. Dakle malo toga može biti slučajno kad se radi o obliku medija u određenoj zemlji ili regiji, bilo da su komercijalni ili kontrolirani od države, bilo da su podložni ili ne tehnološkim promjenama. Iako mediji nikada ne bi trebali biti direktni izraz politike onih koji su na vlasti, ne može se negirati utjecaj političkih aktera i političkih vrijednosti na karakter šireg medijskog okruženja (Freedman, 2008: 1).

Chakravarty i Sarikakis ističu kako na stvaranje medijske politike ne utječu samo medijski regulatori i statuti:

> Pored službene, dokumentirane i institucionalizirane domene stvaranja medijske politike, prepoznajemo da također postoji i područje politike koje u sebe uključuje neformalne utjecaje, s društvenim rezultatom političkih pomaka, bilo kroz publiku, potrošače, građane, ili naprosto kroz isključivanje.
>
> (2006: 5)

Osnovno je pitanje kod medijskog zakonodavstva koliko je opravdan utjecaj i doseg državne regulacije medija. Kad se govori o institucijama koje sudjeluju u regulaciji medijskog programa, prema Robillardu (1995), u nju mogu biti uključena različita tijela: politička, poput vlade i parlamenta, ili pravna tijela (sudovi, ali i nezavisni regulatori). Oni imaju pravo i dužnost nadgledavati rad elektroničkih medija te provjeravati ispunjavaju li ti mediji svoje pravne i programske obveze (Robillard, 1995). Funkcija nezavisnih regulatora je, između ostalog, zaštita elektroničkih medija od političkih i drugih utjecaja, što je moguće jedino ako je regulatorno tijelo nezavisno. U većini europskih zemalja regulatori su osnovani kako bi se mediji odvojili od utjecaja izvršne vlasti. Međutim, njihov se utjecaj razlikuje od zemlje do zemlje.

Zajedno s medijskom politikom EU sazrijevale su i političke debate, ali teorije medijske politike u kontekstu dvije suprotstavljene političke perspektive: pluralističke, koja naglašava da bi mjere medijske politike trebale maksimizirati demokratsku, kulturnu i ekonomsku vrijednost medija i druge, neoliberalne, koja radi u interesu poslovne i političke elite, glavnih nositelja neoliberalnoga ekonomskog poretka koji se pojavio osamdesetih.

### 3.1.1. Pluralistička teorija medijske politike

Pluralistički mediji trebali bi, u teoriji, pomoći funkcioniranju demokracije na sljedeći način:

- omogućujući cirkulaciju velikog broja stavova i mišljenja, bez obzira kako marginalni ili nepopularni mogu izgledati
- stvarajući konkurentno okruženje u kojem različiti mediji, glasovi i načini prezentacije postaju dostupni građanima, „bez diskriminacije na bazi rase, boje kože, religije, nacionalnog porijekla ili spola", kako je upisano 1934. u Američkom komunikacijskom aktu
- stimulirati kreiranje javnog mišljenja koje služi kao komunikacijski kanal između privatnih pojedinaca i države
- stvarati klimu u kojoj su građani informirani od strane države, isto kao i sposobnost države da zaštiti svoje građane
- stabilizirati društvo maksimizirajući kulturna prava i prava izražavanja svih društvenih grupa.

Ovi normativni principi utjecali su na razvoj medijske politike u Sjedinjenim Državama i Velikoj Britaniji, kao i na stvaranje velikog broja regulatora, zakonskih instrumenata i administrativnih procedura preko kojih su se trebale ostvariti. Des Freedman tvrdi sljedeće:

> Tipično je za pluraliste da se odluke oko medija donose na najtransparentniji i najdostupniji način, s naglaskom na savjete eksperata, otvorene diskusije i javno sudjelovanje. Pružena je prilika svim zainteresiranim stranama da sudjeluju u procesu stvaranja medijske politike na način da niti jedan igrač na tržištu ne može imati hegemoniju. Pluralistički argument je sljedeći: vlade su demokratski izabrane i zato slobodne da vrše pritisak da se donese legislativa koju pišu eksperti, koja je raspravljena i pažljivo ispitana u Parlamentu, otvorena kritici medija i stavljena na javnu raspravu među predstavnicima gospodarstva i javnosti.
>
> (2008: 31)

Pluralistički pristup nastoji spriječiti monopolističko ponašanje koje pokazuju medijske industrije na tržištu. Za Eda Bakera (2002) „monopol otvoreno prijeti pluralizmu". Upravo zbog te opasnosti potrebne su mjere koje će osigurati zdravu konkurenciju i uvesti tržišne barijere preko kojih ne smije ići niti jedna medijska korporacija. Ti mehanizmi uključuju zakone o tržišnom natjecanju i specifična pravila o medijskom vlasništvu, čiji je cilj

osigurati raznolikost medija i izdanja na medijskom tržištu kako bi se prevenirala pojava dominantnih korporacija ili individualaca.

Britanska je Konzervativna vlada 1995. objavila jasno opravdanje za takva medijska ograničenja:

> Slobodni i raznoliki mediji neodvojivi su dio demokratskog procesa. Oni osiguravaju mnogostrukost glasova i mišljenja koji informiraju publiku, utječu na javno mnijenje i potiču političke debate. Oni promoviraju kulturu neslaganja, koju svaka zdrava demokracija mora imati. Radeći tako, oni pridonose kulturnom ustroju nacije i pomažu definirati naš osjećaj identiteta i smisla. Ako jedan glas postane preglasan, postoji opasnost ugrožavanja demokracije. Posebna vlasnička pravila, koja postoje na svim većim medijskim tržištima potrebna su kako bi osigurala jamstva potrebna za osiguranje raznolikosti i pluralizma.
>
> (DNH, 1995)

Na kraju, pluralistički pristup sadržajnoj politici zahtijeva ravnotežu principa koji se odnose na slobodu govora i stvaranja odgovorne medijske klime u kojoj će građani biti zaštićeni od štete, a njihova privatnost biti poštivana. Sjedinjene Države, kao i zemlje EU, razvile su različite sisteme medijske politike koji bi trebali osigurati pluralističke medije u konkurentnom okruženju u kojem se mogu čuti različita mišljenja iz različitih izvora. Pluralistička medijska politika traži i određenu regulaciju sadržaja. Regulacija je potrebna kako bi se održala kvaliteta i zaštitilo gledatelje i slušatelje od uvreda, neprimjerenih reklama, napada na privatnost i neuravnotežene prezentacije. Freedman piše:

> Pluralistički pristup sadržajnoj politici zahtijeva ravnotežu principa koji se odnose na slobodu govora i stvaranja odgovorne medijske klime u kojoj će građani biti zaštićeni od štete, a njihova privatnost biti poštovana. Sjedinjene Države, kao i zemlje EU razvile su različite sisteme medijske politike, koji bi trebali osigurati pluralističke medije u konkurentskom okruženju u kojem se mogu čuti različita mišljenja iz različitih izvora.
>
> (2008: 35)

U medijskim sustavima u kojima dominiraju profitabilne korporacije kojima je glavni cilj povećanje broja gledatelja, čitatelja ili slušatelja, povećanje rejtinga i prihoda, javni i nekomercijalni mediji imaju posebno važnu ulogu. Oni se smatraju ključnima za kreiranje pluralističnih medijskih okruženja u kojima mnogostruke forme financiranja, vlasništva i sadržaja mogu stvoriti uvjete za raznolikost i stimulirati sadržajnu konkurenciju. Javni mediji jedini su oblik kompenzacije i ispravljanja tendencije tržišta koje podcjenjuje manjinsku publiku i omogućuje monopol velikim privatnim korporacijama u lancu medijskih vrijednosti.

### 3.1.2. Neoliberalna teorija medijske politike

Od početka osamdesetih većina nacionalnih medijskih politika napravila je odmak od etablirane paradigme javnog servisa prema višekanalnom medijskom sustavu koji se financirao preko reklama. Taj je sustav sve više podsjećao na sustave u Sjedinjenim Američkim Državama, odnosno bio je okrenut tržištu i njegovim zakonitostima.

Sam pojam neoliberalizma pojavio se relativno nedavno. On se ne primjenjuje samo na ekonomiju, već i na novonastale medijske i komunikacijske politike. Larner (2003: 5095–12) definirao ga je kao „dominantni okvir za suvremene forme ekonomskog restrukturiranja". Neoliberalizam kao ključnu karakteristiku današnjeg medijskog okruženja identificirali su mnogi znanstvenici poput Mc Chesneya (2000) ili McGuigana (2005: 229–241). On utječe na sve, od uloge države do sadržaja koji proizvode mediji. Cees Hamelink govori o neoliberalnoj agendi prema kojoj se medijsku publiku tretira kao „potrošače" pri čemu je komercijalni prostor maksimalno proširen, trgovina dobiva prioritet, vlasništvo je koncentrirano, a zajednički društveni resursi prepušteni privatnim poduzetnicima (2002: 251–260). Zajednički nazivnik svim kritikama neoliberalizma najbolje je definirao Robert McChesney koji naglašava da „neoliberalne politike maksimiraju ulogu tržišta i profita i minimiziraju ulogu netržišnih institucija" (2000: 6). Iz svega se može zaključiti kako se neoliberalizam uvijek povezuje sa trendovima deregulacije, liberalizacije, privatizacije i otvaranja tržišta koje je zahvatilo britanske i američke medije od ranih osamdesetih.

Tada je među zemljama članicama Europske unije, ali i na zajedničkom europskom tržištu, prevladao neoliberalizam desnice. Tehnološki i marketinški imperativi postali su ključne odrednice medijskih struktura. Opći trend deregulacije bio je više ili manje direktan rezultat snažnih tehnoloških promjena i razvoja međunarodnog tržišta. Pojava satelita i kabelskih televizija sve više je potkopavala razloge za monopol javnih servisa. Došlo je do naglog gubitka nacionalnih autonomija na planu medijskih sistema. U tom kontekstu, industrijski i marketinški interesi na međunarodnom tržištu utjecali su na politiku medija više od tradicionalne brige za kulturu. Tako je medijska politika bile sve više u službi tržišta.

#### Deregulacija

Deregulacija je jedna od najvidljivijih karakteristika neoliberalne medijske politike.

Ona odražava tendenciju da se smanji ili u potpunosti ukloni uloga države iz regulacije medijskih industrija, koje bi umjesto toga trebale biti regulirane isključivo dinamikom tržišta.

David Hesmondalgh kaže kako je „retorika deregulacije bila osobito snažna u kulturnim industrijama, tamo gdje je postojala velika želja za slobodom od bilo kakve intervencije Vlade u sferu osobnog ili političkog izražavanja" (2002: 108).

Računalne tehnologije, koje su se u međuvremenu pojavile, dodatno su umanjivale potrebu za regulacijom koja se temeljila na postojanju ograničenoga frekvencijskog spektra. Sve to dalo je doprinos globalizaciji koja je predstavljala pravi izazov za samo postojanje nacionalnih formi regulacije. Krajem osamdesetih u zemljama poput Sjedinjenih Država i Velike Britanije nastao je plan da se razviju nove, informatički utemeljene ekonomije u kojima će medijske i komunikacijske industrije biti ključne.

S druge strane, javni mediji koji su bili pritisnuti novim konkurentskim trendom na marketinškom tržištu i koji su imali potrebu opravdati kontinuiranost svoga zagarantiranog prihoda od pretplate, suočili su se s teškom dilemom: nastaviti sa svojom tradicionalnom praksom javnog servisa ili natjecati se s privatnim medijima u proizvodnji „popularnih programa". Na žalost, u praksi se sve češće događalo, a i događa se, ovo drugo. Mnogi kritičari nisu u ovome trendu vidjeli povlačenje države iz medijske regulative, već stremljenje određenim ideološkim ciljevima, kao i preoblikovanju tržišta kako bi se osigurale mogućnosti za akumulaciju i profitabilnost.

Globalizacija je dodatno utjecala na razvoj komunikacijske politike. Uloga države se transformirala, ali ne i nestala, tvrde Chakravartty i Sarikakis (2006: 10). Dinamika međunarodne trgovine te dijalektika tržišta i države ne mogu biti isključene iz komunikacijske politike. Bourdieu se još 1999. fokusirao na nestajanje granica između privatnih i javnih aktera koji utječu na načine moderne regulacije medija (1999: 41–58). Njegov pristup upozorava na to kako su domaće i globalne medijske politike rezultat pregovora između različitih institucionalnih aktera, državnih predstavnika i birokrata, predstavnika velikih međunarodnih korporacija, ali i predstavnika civilnog društva koji se bore za pristup medijskim resursima (Bourdieu, 1999: 41–58). Komunikacijska je reforma prvenstveno ekonomsko pitanje, a način dodjele dozvola za emitiranje i njihova distribucija ključni su za razumijevanje odnosa između državnih vlasti i tehnološkog napretka.

Tijekom devedesetih došlo je do novog vala deregulacije na obje strane Atlantika. U Sjedinjenim je Državama objavljen Telekomunikacijiski akt (1996.) koji je nastao kao rezultat lobiranja korporativnih interesa, donosi Patricia Aufderheide (1999: 42). Ovim je aktom dopušteno spajanje kabelskim i televizijskim kompanijama, ukinuti su limiti udjela u

auditoriju za radiopostaje, produljeni rokovi dozvolama za emitiranje, olabavljena pravila vlasništva, a digitalni kanali prepušteni su postojećim medijima besplatno (Aufderheide, 1999: 42). Iste godine Velika Britanija donosi tzv. Medijski akt s gotovo istovjetnom agendom koja je otvorila put liberalizaciji medijskog vlasništva i sadržaja (Doyle, 2002: 102). Vrlo slična deregulacija dogodila se i u ostatku zapadnoeuropskih zemalja (Papathanassopoulos, 2002: 9–32), a nakon pada komunizma i u svim zemljama istočne Europe (Sparks, 1998). Bila je to inicijativa predvođena državom, a ne isključivo tržištem pa je možda adekvatniji opis poništavanja postojeće regulacije i uspostavljanja novih pravila za ponašanje medija bio „reregulacija", a ne potpuno odustajanje države od stvaranja medijske politike (Murdock, Golding, 1999: 117–132).

Uz neoliberalnu medijsku politiku veže se i pojam „tržišnosti" koji se odnosi na stvaranje profita kod netržišnih institucija, preko privatizacije i komercijalizacije. Na planu medija to konkretno znači da su ciljevi poput društvene odgovornosti, obrazovanja, informiranja i kolektiva, zamijenjeni ciljevima koji se odnose na rejting, zabavu i individualnu potrošnju, piše Leys (2001: 161, 162). Direktno uplitanje vlada u sustav funkcioniranja medija trebala je zamijeniti samoregulacija, kao fleksibilan i efikasan oblik kontrole koji potiče medijsku industriju na odgovorno i kolektivno ponašanje. Međutim, čak i najvećim zagovarateljima te ideje jasno je da samoregulacija dopušta jakim tržišnim igračima uspostavljanje pravila koja su u njihovom interesu, a ne u interesu publike. „Tržišnost" se očituje kroz pokušaje da se u svim medijskim okruženjima osigura najveći rejting i izvuče najveći profit kroz komercijalizaciju medijskog sadržaja. Robert McChesney pisao je o hiperkomercijalizaciji, osobito u američkom medijskom sustavu (2000: 34). Ona se očituje kroz sve veće širenje reklamnog prostora unutar programa i brisanje granica između korporativne i kreativne strane medija. Vidljivo se smanjuje urednički utjecaj na sadržaje medija u korist komercijalnih vrijednosti i interesa. Hiperkomercijalizacija se ostvaruje i kroz širenje medija na druga područja društvenog života, od vlasništva nad sportskim događajima do sve veće uključenosti u zabavne parkove, zabavne i trgovačke centre. McChesney (2000: 28) smatra kako komercijalizacija medija može prouzročiti kvalitativnu promjenu njihove uloge i utjecaja na društvo, što ugrožava demokratske i društvene vrijednosti. Des Freedman stoga zaključuje:

> I liberalni pluralizam i neoliberalizam podržavaju upotrebu snage tržišta u medijskom okruženju, ali one imaju sasvim različita normativna shvaćanja medijskih politika. Pluralizam je izraz kojim se opisuje važnost mnogostrukosti glasova, mišljenja i medija u interesu socijalne stabilnosti i konsenzusa. Neoliberalizam je pojam kojim se opisuju pokušaji

> političkih i ekonomskih čimbenika da otklone prepreke za profitabilnost i uvedu dinamiku tržišta u sva područja medijskih aktivnosti.
>
> (2008: 35)

## 3.2. Definiranje pojmova

### 3.1.3. Medijska politika

Prema riječima Desa Freedmana, autora knjige „The Politcs of Media Policy", nema široko prihvaćene definicije pojma medijske politike (2008: 10).

Za mnoge komentatore i sudionike medijska politika, kao i mnoga druga područja javne politike, trebala bi biti neovisan proces u kojem su problemi riješeni u interesu javnosti, nepristranom primjenom specifičnih mehanizama u različitim situacijama (Freedman, 2008: 10). Nicholas Garnham pak tvrdi kako se „medijska politika odnosi na načine na koje javne vlasti oblikuju ili pokušavaju oblikovati strukture i praksu medija" (1998: 210). To znači da medijsku politiku uvjetuju akcije Vlade, državnih službenika, regulatora i eksperata, to jest političkih zajednica, kao i razvoj zakonski određenih pravila. Denis McQuail definira medijsku politiku na sličan način, kao „projekte vlade i javne administracije koje karakterizira upotreba određenih sredstava, u formi regulatornih ili administrativnih mjera koje su zakonski obvezujuće, nacionalno ili internacionalno" (2000: 21, 22). Ili, kako je napisao Tracey, „definicija politika za nacionalni (javni) medijski sistem nužno sugerira i karakter politike za cijelo društvo. One odražavaju preference i imperative, kao i stavove institucija kojima se, na najdoslovniji način, konstituira društveni poredak" (1998: 39, 40).

Medijska politika odnosi se stoga na međuvladine, vladine ili niže rangirane institucije koje se mogu koristiti određenim oruđima, kako bi modificirale strukturu i ponašanje medija na medijskim tržištima. Ta oruđa mogu uključivati:

- javno vlasništvo
- subvencije
- porezne olakšice
- vlasnička ograničenja
- pravilnike o sadržaju
- kvote

- trgovinske prepreke
- trgovinske ugovore
- primjenu zakona o autorskim pravima
- restrikcije na prava slobodnog govora i tijeka informacija
- kodove i protokole
- nemiješanje.

Zrinjka Peruško Čulek ističe kako se medijska politika, kao i svaka druga javna politika, ostvaruje preko tri elementa: zakonodavstva, institucija koje ga provode i koje mu podliježu i trećeg elementa – a to su mjere kojima se dolazi do ciljeva koje je politika postavila (1999: 88). Mjere uključuju programe potpore i razvoja ili financijskih stimulansa. Sve europske zemlje imaju medijsku politiku eksplicitnu ili implicitnu, u pozadini koje stoje uvriježena vjerovanja o ulozi medija i njihovog utjecaja na društvo (Peruško, 1999: 88).

Nada Zgrabljić također se osvrnula na pojam medijske politike, pozivajući se i na druge stručnjake:

> Medijska politika u najširem smislu nastojanje društva da u sustavu društvenih diskursa zakonima uredi medijski diskurs. Pri tome se, u kontekstu van Dijkove (1998a, 1998b) teorije diskursa kao socijalne interakcije, diskursom može smatrati društvena praksa medija kao institucija u korist članova neke zajednice u sustavu složene diskurzivne hijerarhije različitih razina apstraktnosti općenitosti. ... S obzirom na to da i politika kao društvena djelatnost djeluje kroz politički diskurs, reguliranje medijskog diskursa nije drugo nego li međusobno reguliranje odnosa moći. Slično je i s civilnim društvom i javnošću, ali i tržišnim snagama nekog društva koje također neprestance nastoji definirati, u kontekstu medijske prakse, svoju poziciju i izboriti svoju moć.
>
> (2003: 62)

Halliki Harro-Loit (2010: 45) konstatira kako se već od osamdesetih godina prošlog stoljeća propituju normativne medijske politike i traže nova rješenja, uglavnom zbog tehnološke i ekonomske konvergencije, pa zato odvojene medijske i telekomunikacijske politike teže integriranoj komunikacijskoj politici. To znači da se suvremena paradigma medijske politike odmaknula od medija do pristupa koji objedinjuje sve komunikacije (Harro-Loit, 2010: 45).

Medijske politike Europske unije, prema Humphreysu i Simpsonu (2005), utječu direktno ili indirektno na kulturnu ulogu medija. Ove politike koje se odnose na regulaciju europskog audiovizualnog tržišta određuju komercijalni kontekst s kojim moraju funkcionirati nacionalne kulturne politike medija i javnog servisa.

### 3.1.4. Javni interes

Pojam javnog interesa ne može se jasno definirati iako je on oduvijek bio vezan uz ulogu medija, kao i uz razvoj medijskih politika.

Pojam javnog interesa prvi puta je u odnosu na medije primijenjen 1934. u SAD-u, u Zakonu o komunikacijama kojim je osnovana Federalna komisija za komunikacije ovlaštena za regulaciju radio valova „u javnom interesu, prilici ili nužnosti". Napoli (2001: 63) smatra da javni interes „funkcionira kao krovni pojam na koji se vežu sva ostala osnovna načela komunikacijskih politika".

Iako se u objavljivanju vijesti i informacija najuglednija europska medijska kuća BBC uvijek vodi „javnim interesom", u uredničkim smjernicama priznaje se da nema jasne definicije što je to zapravo. U tu je svrhu ponuđena lista na kojoj su nabrojane pojave poput otkrivanja korupcije, nepravde, antisocijalnog ponašanja, informacija koje gledateljima omogućuju da „budu bolje informirani u odlukama u stvarima od javne važnosti", a kojima se urednici i novinari trebaju voditi prilikom odlučivanja o tome što objaviti, a što ne, čak i onda kada se zadire u privatnu sferu (BBC, *EDITORIAL GUIDELINES. Section 7: Privacy*).

Javni interes je iznad interesa politike i kapitala, on se vodi općim dobrom, za koje bi trebali raditi mediji. Ili najjednostavnije, prema Horowitzu (1980: 3-28), javni je interes nešto puno općenitije od privatnog interesa.

### 3.1.5. Kultura i masovna kultura

Kultura

Prema riječima Milana Mesića pojam kulture jedan je od najsloženijih u humanističkim i društvenim znanostima (2007: 159).

Istodobno, kultura je sastavnica svakog poimanja multikulturalizma. Shvaćanje kulture, osobito odnos pojedinca spram svoje kulture, uvelike se odnosi način na koji će određeni teoretičari razvijati svoje ideje multikulturalizma. Klasičnu definiciju kulture dao je

1871. britanski antropolog Eward B. Tylor napisavši da je „kultura ili civilizacija uzeta u svom širokom etnografskom smislu složena cjelina koja uključuje znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, zakone, običaje i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek stekao" (1973: 63–78).

Emancipacijsku projekciju kulture koja mora biti oslobođena dominacije novca i moći, kako bi se moglo udovoljiti komunikacijskim potrebama građana, najjasnije je analizirao Jurgen Habermas, autor koji se bavio najvažnijim pitanjima s kojima se danas susreće medijska kultura. Nick Stevenson citira Habermasa (Mass Culture and the Public Sphere) i njegovu definiciju kulture: „Kultura je javni fenomen, način društvene razmjene, proizveden interakcijom različitih subjekata, koji omogućuje izvor identiteta i osjećaj zajedništva" (2002).

O ulozi kulture u europskoj integraciji pisali su mnogi autori. Jakubowicz spominje „oca ujedinjene Europe", Jeana Monneta, koji je rekao: „Kada bismo započinjali graditi Europsku Zajednicu ispočetka, trebali bismo započeti s kulturom" (2011: 274). Na tragu te ideje, predsjednik Europske komisije Romano Prodi 2002. godine zatražio je od Instituta za humanističke znanosti u Beču da uspostavi duhovno-kulturnu grupu koja će procijeniti koje su to vrijednosti relevantne za nastavak procesa europskog ujedinjenja. Godine 2004. u Berlinu je održana konferencija pod nazivom „ A soul for Europe" na kojoj je tadašnji predsjednik Europske komisije, Jose Manuel Barosso, naglasio da je Europska unija dosegla stepenicu u povijesti na kojoj se kulturna dimenzija više ne može ignorirati:

> Kultura je mjesto na kojem se kreativnost najbolje iskazuje, ona je snaga za inovacije i inicijative, sredstvo za društvenu integraciju i društvenu koheziju. Kultura promovira osjećaj pripadanja i popločuje put pluralnosti identiteta. Ne vidim nikakav tabu u ideji da kulturna ekonomija može pridonijeti europskoj integraciji.

(Euractiv.com, 2006)

Međutim, mnogi autori naglašavaju kako je uslijed širenja Europske unije na istok, masovnih migracija i globalizacije došlo do pomaka u kulturnom poimanju Europe, kao i do nove potrebe za preispitivanjem kako europskog, tako i nacionalnih identiteta te europske integracije. To je uzrok promjena u europskoj politici u nastojanju produbljivanja europskog jedinstva i jače identifikacije s europskim vrijednostima.

## Masovna kultura

Postoji mnogo definicija masovne kulture. Taj izraz nastaje u razdoblju industrijalizacije 19. stoljeća, povezan je s pojavom masovnih medija, dostupnošću različitih sadržaja širokim masama i porastom standarda. Masovna kultura veže se uz procese industrijalizacije, urbanizacije i modernizacije.

Tijekom dvadesetog stoljeća dolazi do sve veće komercijalizacije javnih kultura koje se okreću tržištu, a umjesto starih integrativnih kultura nacionalnih država, sve se više stvara fragmentirana globalna kultura koja se gradi na popularnim zadovoljstvima. Ta transnacionalna kultura konstruira nove identitete i potkapa starije verzije nacionalne solidarnosti (Stevenson, 2002). U svojoj analizi nastanka građanske javnosti i javnog mnijenja Habermas (1969: 211) konstatira kako za razliku od dodira s kulturom, koja uzdiže svakog pojedinca, komercijalizacija kulturnih dobara i potrošnja masovne kulture ne ostavlja nikakve pozitivne tragove, već dovodi do raspadanja literarne javnosti. Moderne medijske kulture karakterizira progresivna privatizacija građanstva te trivijalizacija i glamurizacija pitanja od javnog interesa i značaja. Tržište ima dvojaki učinak: emancipirajući i dominirajući. Primjer je tržište knjiga – masovna proizvodnja knjiga za zabavu koje dopiru do širokog sloja čitatelja dovela je do snižavanja kriterija i stvaranja depolitizirane kulture, koja preskače javnu sferu. Habermas (1969: 211) zaključuje kako već tada dolazi do pretvaranja čitalačke publike, koja o kulturi razmišlja, u masovnu publiku koja je potrošač kulture i kulturnih dobara. Proces se nastavlja uvođenjem televizije u SAD polovicom 20. st, a svoje teze Habermas potkrepljuje podatkom da je među prvima koji su nabavili TV prijamnike prevladavala grupacija čije je obrazovanje bilo niže od njihovih prihoda (1969: 211).

Adorno i Horkheimeir u svojoj teoriji kulturne industrije otkrivaju kako konglomeratni kapitalizam dominira masovnom kulturom. Ukazuju na učinkovitost kulturne industrije koja radi na privlačnosti ideologije čiji je cilj utjecaj na svijest masa koje su prestale razmišljati o alternativi i kapitalizmu te promoviraju represiju i uništavanje heterogenosti (2002: 94–136).

Prvi pravi kritičar masovne kulture bio je Bernard Rosenberg, koji je u predgovoru knjizi *Mass Culture: The popular Arts in America* iznio optužbu da su masovni mediji i kultura destruktivni po naše blagostanje te da nas uništavaju kolektivno i individualno (1957). Kritičari masovne kulture smatrali su da će popularna kultura i masovni mediji automatski generirati dehumanizirane zaglupljene zaljubljenike u kič, koji su nesposobni uživati u elitnoj kulturi. Prema njima, mediji ne samo što oblikuju, već i određuju svijet individualaca. Nick Stevenson (2002) tvrdi da medijski znanstvenici danas uviđaju da to nije tako jednostavno i da elementi kao što su rasa, vjera, spol, obrazovanje i osobnost igraju ulogu u donošenju

odluka o tome koje ćemo medije konzumirati i kako ćemo na njih reagirati. I McGuire smatra da nema dokaza da mediji imaju onakav kulturni utjecaj, kako su nekad tvrdili kritičari (1986: 173–257).

Među branitelje masovne kulture i medija pripada i David Manning White koji gleda pozitivno na ulogu medija. On se poziva se na kvalitetne znanstvene, obrazovne, glazbene i dramske programe koji su promovirali vrhunsku, čak i elitističku kulturu pred milijune gledatelja. Prilikom analize utjecaja masovnih medija na usvajanje određenih ideja i kulture često se upotrebljava pojam komodifikacije kulture. Tim se pojmom označava produkcija masovnih identiteta koji stvaraju sustav vrijednosti prilagođen industrijaliziranom svijetu.

Kultura se u suvremenim društvima ne definira više kao potrošnja i ideološka kategorija, već kao posebna društvena vrijednost (materijalna i nematerijalna), među kojima su i mediji kao dio kulturnog potencijala.

Teorija kulturnog imperijalizma – hipoteza o Coca kolonizaciji

Prema ovoj teoriji, Sjedinjene države od početka 20-og stoljeća, a naročito nakon Drugoga svjetskog rata, proizvode filmove, televizijske programe, glazbu i ostalu popularnu kulturu u službi izvoza kapitalističke ideologije i vrijednosnih sustava.

Budući da je većini zemalja jeftinije uvoziti medijske sadržaje, nego ih proizvoditi, američki kulturni proizvodi dominiraju globalnim medijskim prostorom, ali ujedno i uništavaju multikulturalizam. Tako sva mjesta na svijetu postaju ista i gube vlastiti nacionalni i kulturni identitet, što znači da se jede ista hrana, odijeva se na jednak način, pije se Coca Cola i gledaju isti filmovi. Upravo je borba protiv amerikanizacije europskih medija i ekonomske dominacije njihove medijske industrije dovela do donošenja Direktive „Televizija bez granica” 1989. i uspostavljanja kvota za europske programe.

Razlog za europeizaciju programa radija i televizija bio je u činjenici da je pojavom satelita, kabelske televizije i komercijalizacijom elektroničkih medija došlo do nagle „amerikanizacije” emitiranih programa. Upravo strah od dominacije američkih medija i ovisnosti od američkih uvoznih sadržaja te postupnog uništavanja europskog multikulturalizma utjecao je na uvođenje spomenutih kvota.

De Bens i dr. (1992) donose studiju „Euromedia” koja je pokazala se da su već tada europski mediji bili potpuno ovisni o američkom uvozu filmova i televizijskih serija.

Komercijalni sektor uvozio je dvije trećine, a javni mediji oko 45 % sadržaja. Ono što je De Bensa osobito iznenadilo jest činjenica da su upravo francuski i talijanski komercijalni kanali emitirali tri četvrtine programa američke produkcije. Naročito upada u oči francuski slučaj budući da je Francuska imala najjaču filmsku industriju u Europi. To svakako objašnjava zabrinutost Francuske oko amerikanizacije europske kulture , kao i njenu ulogu u promicanju i pomaganju europske kulturne i kreativne industrije.

I danas se američki intelektualci, koji razmišljaju o kulturnim pitanjima, najviše *klanjaju* francuskim kulturnim teoretičarima. Koncepti i ideje kulturnog kriticizma temelje se na idejama Rolanda Barthesa, Claudea Levi-Straussa, Jeana Baudrillarda i drugih.

### 3.1.6. Komunikacijska vrijednost

Komunikacijske znanosti definiraju medij kao tehničko ili fizičko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se može odaslati kanalom.

Pojam medija može se različito definirati s obzirom na znanstvene discipline; medicinu, psihologiju, fiziku, kemiju, sociologiju, no uvijek označava posrednika. Tradicionalna definicija medija tretira medije kao posrednike koji prenose komunikaciju, odnosno poruku od jednog ili više pošiljatelja k jednom ili više primatelja. Masovni mediji komuniciraju na različitim stupnjevima s obzirom na broj primatelja informacija.

Masovni mediji su sredstva masovne komunikacije. Denis McQuail piše da masovna komunikacija podrazumijeva „institucije i tehnike uz pomoć kojih specijalizirane skupine primjenjuju tehnološka sredstva (novine, radio, televizija, film) kako bi diseminirale simboličke sadržaje raznorodnom i široko rasprostranjenom auditoriju" (1994: 10). Pošiljatelji poruka su medijski profesionalci, urednici, novinari i snimatelji koji djeluju u okviru medijskih institucija, kao zakonski reguliranih izvora informiranja. Medijski profesionalci djeluju sukladno etičkim kodeksima, zakonima i pravilnicima, dok su sadržaji masovnih medija konvencionalno strukturirani u medijske žanrove i vrste te moraju biti društveno nadzirani i odgovorni prema publici.

Uz pojavu novih medija veže se pojam konvergencije. Taj pojam, nastao devedesetih godina 20. st., ključan je za razumijevanje novih medija koji su nastali spajanjem različitih komunikacijskih platformi: radija, televizije, interneta i telekomunikacija. Konvergencijom oni nisu samo spojeni, već i transformirani u sasvim novi oblik. Uslijed tehnološkog napretka mediji se dijele na linearne i nelinearne, pri čemu je kod linearnih komunikacija

jednosmjerna, bez mogućnosti interakcije s publikom koja je pasivna. Kod nelinearnih medija i interneta ta je komunikacija dvosmjerna s visokim stupnjem interakcije (stvaranje sadržaja od samo publike). Time se bavio i Denis McQuail koji je zaključio kako se uslijed digitalizacije mijenja koncept pasivne publike prema aktivnoj publici, kao i aktivne prema interaktivnoj (2005: 406). Internet je donio aktivno korištenje medija i kreativno sudjelovanje.

No, iako internet objedinjuje sve medije, postoje i znanstvene rasprave o tome je li internet medij masovne komunikacije budući da ga svatko u svakom trenutku koristi individualno, birajući sadržaje koji mu odgovaraju i koje u tom trenutku ne dijeli s masovnom publikom. Nada Zgrabljić Rotar u uvodu knjige „Digitalno doba" zaključuje da Internet, koji uključuje interaktivnost, i nije masovan iako služi za komunikaciju masama (2011: 12).

Premda je prvotna funkcija medija bila demokratizacija društva i razvoj građanske svijesti, kao i objavljivanje sadržaja koji su u javnom interesu, ekonomski motivi sve više prevladavaju ove društvene, kako u klasičnim masovnim medijima, tako i u razvoju novih medija, odnosno interneta. Komunikacijska strategija Europske Unije iz 2005. definira medije i njihovu komunikacijsku ulogu na sljedeći način:

> Mediji utječu na to kako shvaćamo svijet i imaju direktan utjecaj na društvene i kulturne stavove građana prema vlastitoj zajednici, kao i prema drugima. Mediji doprinose stvaranju standarda pismenosti, ukusa i znanja, omogućujući izražavanje i promociju kulturne raznolikosti na svom području. Postoji i temeljno demokratska uloga medija, koji su glavni mehanizam za prosljeđivanje političkih informacija, kao i najutjecajnije sredstvo za oblikovanje javnog mnijenja koji direktno utječe na političke i demokratske procese.

O doprinosu i komunikacijskoj vrijednosti europske audiovizualne politike pisao je i Hammer:

> Doprinos medija formiranju identiteta počiva na činjenici da medijski sadržaji reflektiraju i izražavaju kulturu društva u kojem funkcioniraju. Mediji bi morali ohrabrivati kulturnu kreativnost i originalnost i promovirati produkciju kulturnih sadržaja. Kulture se ne bi smjele shvaćati statično, kao muzej određenih tradicija. Umjesto toga, dinamički koncept kulture je poželjan, budući da se na kulture gleda kao na nešto što se mijenja i razvija, kao na rezultat procesa debate i propitivanja između pripadnika kulturnih grupa.
>
> (prema Jakubowitz, 2011: 299)

Prema mišljenju Hannu Nieminena cjelokupni medijski i komunikacijski sustav Europske unije trebao bi ispunjavati komunikacijska prava građana kroz četiri osnovna zahtjeva: pristup, dostupnost, kompetentnost i mogućnost dijaloga (2010: 3–26). U praksi bi to značilo da bi trebalo uspostaviti novi regulatorni sistem koji uravnotežuje društvene i

kulturne nejednakosti, stvara mogućnost za dijalog i debatu svim građanima te služi kao filter u dva smjera „input" i „output" komunikacije. Kao krajnji proizvod stvara se javna arena u kojoj se čuju različiti glasovi građana i građanskih grupa u zemljama EU (Nieminen, 2010: 3–26).

Fine tvrdi kako je provjeru načina ostvarivanja komunikacijskih prava moguće ostvariti kroz mjerenje medijskih sadržaja. Tzv. *value chain analisys* mjeri četiri osnovna elementa lanca medijske vrijednosti:

a) stvaranje sadržaja

b) uređivanje i „pakiranje" sadržaja

c) distribucija sadržaja

d) primanje (recepcija) sadržaja, koja uključuje pristup, dostupnost i dijalog.

(Fine prema Nieminen, 2010: 3–26)

Ovaj lanac je danas uglavnom definiran nacionalnim zakonodavstvom i regulacijom na nacionalnoj razini, a mnogo manje na globalnoj i EU razini. Svakom fazom ovog lanca bavi se niz različitih zakona koji se često preklapaju. Njihovom analizom mogla bi se dobiti potpuna slika komunikacijske vrijednosti europske regulacije. Oni bi se morali vrednovati s pozicija demokratske regulacije za koje su posebno zanimljive proaktivne mjere koje nemaju samo za cilj spriječiti negativno ponašanje medija, već i inicirati pozitivno, poput potpora za audiovizualnu produkciju, programe medijske pismenosti i edukaciju.

Dakle, komunikacijska vrijednost primjene zajedničke Audiovizualne politike Europske unije trebala bi se odražavati u promociji europskih vrijednosti, kulture i multikulturalnosti. Ta vrijednost trebala bi pridonositi i boljem međusobnom razumijevanju između zemalja članica, kao i izgradnji zajedničkoga europskog identiteta. Je li to doista tako, barem kada je riječ o Hrvatskoj, pokušat ćemo istražiti u ovoj studiji.

# 4. RAZVOJ MEDIJSKE REGULATIVE

## 4.1. Regulacija elektroničkih medija

Regulacija elektroničkih medija postoji od njihova nastanka.

Radio se razvio u prvim godinama prošlog stoljeća, a televizija je postala masovni medij nakon Drugog svjetskog rata. Glavna razlika između tiska i elektroničkih medija bila je u činjenici da su ovi drugi od samog nastanka bili podložni strogoj regulaciji. Od početka su bili kontrolirani i dobivali su dozvole za svoj rad od državnih vlasti. Isto tako, smatralo se i da su elektronički mediji prostor u kojem državna politika može legitimno intervenirati.

Naime, tiskani mediji gotovo su svuda funkcionirali po principu „slobodnog tržišta" iako su politike na vlasti i na njih vršile svoj utjecaj, a ti su se utjecaji razlikovali u različitim političkim sustavima. Cenzura se razlikovala od zemlje do zemlje, a razina slobode informiranja i novinarskih sloboda ovisila je o razini političke kulture. To znači da slobodno tržište zapravo nikada nije bilo stvarno slobodno jer su i tu trendovi ovisili ne samo o politici, već i monopolu velikih izdavača.

Naravno, politika se puno više uplitala u područje elektroničkih medija. Zapadnoeuropske zemlje podržavale su monopol javnih servisa zbog tehničkih i ekonomskih razloga. Od svih ostalih europskih zemalja odskakao je Luksemburg koji se odmah priklonio komercijalnom modelu, vrlo sličnom onome u Sjedinjenim Američkim Državama koje su razvijale kompetitivni komercijalni sustav. Britanski sustav bio je sasvim poseban i duopolan otpočetka (s BBC-em kao javnim servisom i ITV-em kao komercijalnom televizijom), dok je Italija vrlo brzo krenula s razvojem komercijalnih elektroničkih medija i prije „medijske revolucije" osamdesetih.

## 4.2. Razvoj medijske regulative u zemljama EU

Sve do '80-tih regulacija europskih masovnih medija bila je nacionalno pitanje svake zemlje članice.

Do tada je u zemljama Europske zajednice dominirao monopol javnih servisa, naravno, sa svim nacionalnim varijacijama. Različiti nacionalni modeli mogu biti objašnjeni različitim političkim kontekstima, povijesnim, kulturnim i institucionalnim, u kojima su nastajali. Suvišno je napominjati da je politika oduvijek imala važnu ulogu u definiranju

oblika nacionalnih javnih servisa, kao i na njihovu slobodu. Načelno je svim zapadnoeuropskim medijima bila zakonski zagarantirana autonomnost od politike. Osim toga, regulirala su ih posebna tijela unutar samih organizacija ili pak specijalna tijela izvan njih. Iako je dozvola za emitiranje bila uvjetovanja od vlade ili parlamenta, mediji su obično imali određeni stupanj autonomije oko svojih financija. Iako je bilo dosta odstupanja od pravila, može se zaključiti kako je politizacija medija varirala od zemlje do zemlje. Tijekom ranih dana medija, uspostavili su se različiti nacionalni modeli u ključnom odnosu između medija i političke sfere. Od svoga nastanka, javni servisi igrali su važnu ulogu kao pokretači nacionalne i socijalne integracije i stabilizacije.

Postoje različite definicije javnih medijskih servisa tipičnih za različite zemlje članice. Izuzetno je teško definirati univerzalni zapadno-europski model koji će pokriti sve različitosti među sustavima u različitim zemljama, načinu kako su uspostavljeni, odnosu između države, tržišta i javnih medija, a koje određuje politika određene države. Zato nema zajedničkog modela, ali ipak postoje i mnoge sličnosti u načinu na koji javni servisi ispunjavaju svoju demokratsku ulogu i ovise o komercijalnim uvjetima.

Javni mediji, u duhu služenja javnom interesu, temelje se na malom broju općih načela. Svjetsko Vijeće za radio i televiziju, međunarodna nevladina organizacija, objavilo je temeljni dokument s ciljem definiranja tih načela. Prema toj definiciji, načela javnih medija su:

1) univerzalnost: dostupnost svim građanima, egalitaristički princip, ne samo tehnički, već i sadržajno
2) raznovrsnost: udovoljavanje raznolikim društvenim interesima
3) neovisnost: od državnih vlasti i komercijalnih interesa
4) prepoznatljivost: nova dimenzija; po kvaliteti bi se trebali razlikovati od komercijalnih, drugačiji pristup

(UNESCO, 2001: Public broadcasting: Why? How?)

Što se tiče financiranja, potrebno je naći univerzalnu formulu koja udovoljava kriterijima neovisnosti od vlasti i neugrožavanja funkcioniranja komercijalnih medija. Europski Institut za medije objavio je sljedeću definiciju:

> Javni mediji neophodni su uspostavi pluralizma mišljenja i raznolikosti, nužni kao instrument obrazovanja, kao i za izgradnju konstruktivnog nacionalnog identiteta. Elektronički mediji kao javni servisi omogućuju opstanak različitih jezika i kultura, razvijanje proizvodnje vlastitog programa i potiču kreativan rad u području radio i TV djelatnosti.

(Bošnjak, 2003b)

Peter J. Humphreys u svojoj knjizi predstavlja dva konceptualna modela koja nastoje definirati zajedničke karakteristike modela europskih javnih servisa (1996). Prvi model je Blumlerov. Blumler u svojoj tabeli objašnjava kako modeli europskih javnih servisa mogu biti definirani kao kontrast američkom tržišno orijentiranom modelu, i to sa šest obilježja: „etika razumljivosti, općeniti ciljevi, raznolikost, pluralizam i doseg, kulturna vokacija, nekomercijalizam te mjesto u publici" (Blumler, prema Humphreys, 1996). Blumlerova teorija potvrđuje činjenicu da barem na općem nivou postoji europski model javnog servisa. Blumler dodaje da u većini europskih zemalja postoji regulatorno tijelo unutar samih medijskih kuća, ili je ono postavljeno iznad njih. Isto tako, prema Blumleru, u većini europskih zemalja takva tijela sastavljena su od članova koji su politički imenovani. Međutim, i tu mogu postojati stroga pravila o tome kako su sastavljena takva tijela, tko može biti njihov član i kako se može omogućiti politički pluralizam unutar njih. (Blumler, prema: Humphreys, 1996).

Druga često citirana studija je ona koju je proizveo Broadcast Research Unit 1985. godine. U tom dokumentu nalaze se temelji i definicija javnog servisa Svjetskog vijeća za radio i televiziju (prema: Humphreys, 1996). Iako se ova studija odnosila na britanski medijski sistem, pokazalo se da je primjenjiva ne samo i na druge europske javne servise, već i globalno. Kriteriji Broadcast Research Unit-a su:

1) zemljopisna univerzalnost (jednak pristup istim servisima)
2) briga za sve interese i ukuse
3) briga za manjine
4) briga za nacionalni identitet i zajednicu
5) univerzalnost plaćanja (sistem koji plaćaju korisnici: pretplata)
6) inzistiranje na kvaliteti programa, a ne na masovnosti publike
7) pravilo da se programske urednike oslobađa političkog pritiska, umjesto da ih ograničava

(BRU, prema: Humphreys, 1996)

Garnham je dao definiciju javnih medija koja može imati širu primjenu i ne ovisi o specifičnim nacionalnim modelima. Prema njemu, uloga javnih medija je:

> Briga za potrebe svih građana pod jednakim uvjetima, koji ujedno omogućuju i njihovo građanstvo, uz kulturno izražavanje i razmjenu kojom se formira identitet, uz pristup informacijama i raspravama koje su ujedno i temelj demokratske politike. U nastojanju da se ispuni takva uloga, prostor javnih medija mora biti oslobođen svih utjecaja ekonomskih ili državnih centara moći.

(Garnham, 1993: 251–265)

Europske zemlje dugo su se opirale komercijalizmu tipičnom za američke medije, uglavnom zbog brige za javnu funkciju i kulturni aspekt medija. Političke elite Europske unije gledale su na javne medije kao na ključnu karakteristiku europskog sustava javne demokracije. Njihova funkcija bila je reflektiranje pluralizma i raznolikosti mišljenja. Njihova snaga i slabost proizlazila je iz bliskosti sustava s politikom na vlasti. Kako su se te politike razlikovale, tako su se razlikovali i javni mediji u zemljama članicama.

Politički faktori mogu objasniti zašto su neki mediji bili pod direktnim utjecajem države (poput onih u Francuskoj), odnosno zašto je u nekim drugim zemljama postojao puno veći utjecaj društvenih grupa (Njemačka, Nizozemska), dok je npr. BBC u Velikoj Britaniji od trenutka svog nastanka uživao potpunu autonomiju.

Prema Peteru Humphreysu, od osnivanja prvih masovnih elektroničkih medija postojala su tri seta razloga za regulaciju: prvi je tehnički, drugi ekonomski, a treći politički (1996: 112).

Tehnički razlozi (Humphreys, 1996)

Kako se radio tehnološki razvio iz telefonije i telegrafije, ostao je pod velikim utjecajem državnih službi pošte, telefona i telegrafa. Upravo su kroz te službe države zapravo kontrolirale i administrirale eter. Poučen lošim primjerom Sjedinjenih Država, gdje je zbog nekontroliranog nastanka velikog broja privatnih radio stanica ubrzo došlo do kaotičnog preplavljivanja etera, europski PTT poduzeo je korake kako bi kontrolirao pristup mediju kroz moć, koja im je davala pravo dodjele koncesija za emitiranje.

Monopolski razlozi regulacije: (Humphreys, 1996)

Slušatelji, a kasnije i gledatelji, bili su „povodljiva publika". Javna intervencija bila je potrebna kako bi se spriječila zloupotreba tržišne dominacije.

U doba početaka emitiranja elektroničkih medija publika nije mogla birati između jednako velikog broja ponuđenih programa, kao što je to bio slučaj s novinama i magazinima, tj. tiskanim medijima. Zato je postojao snažan javni interes za državnu regulaciju medijskog sadržaja kako bi se osigurala raznolikost i kvaliteta programa. Tridesetih godina, i neko

vrijeme nakon rata, medije se reguliralo tako da emitiraju ono što su vlasti i tradicionalne elite smatrale da odgovara prosječnom javnom interesu. Od šezdesetih na ovamo mediji su dobili daleko više slobode i otada se smatralo ključnim da javni mediji zadovoljavaju interese što većeg broja socijalnih grupa i kategorija.

Budući da elektronički mediji imaju snagu utjecaja na ponašanje ljudi, kao i na njihove potrošačke navike, pokazalo se da su idealni za reklamiranje. Kako je reklamiranje na elektroničkim medijima predstavljalo glavnu prijetnju izvoru prihoda tiskanih medija, državne su se vlasti uskoro suočile s militantnim zahtjevima iz sektora tiska, vrlo moćnog lobija, koji je zatražio puno strožu regulaciju za elektroničke medije. Upravo zbog toga europski su elektronički mediji dugo imali stroge limite u emitiranju reklama, a ponegdje su dobili i potpunu zabranu reklamiranja. Ta se situacija tijekom godina drastično promijenila.

Politički razlozi regulacije (Humphreys, 1996)

Bihevioralni utjecaj elektroničkih medija nije bio ograničen samo na kupovne navike.

Uskoro je postalo jasno i onima koji su težili za političkom moći da elektronički mediji imaju vrlo jak utjecaj na fokusiranje javne pozornosti, formiranje javnog mnijenja i legitimiranje ili delegitimiranje javne politike, pa čak i direktnog utjecaja na ponašanje birača. Za bolje razumijevanje regulacije sektora elektroničkih medija važno je razlikovati dvije temeljne komponente regulacije, prvu koja se odnosi na pitanje dodjeljivanja frekvencija i ispunjavanje ekonomskih ciljeva i drugu, koja bi trebala osigurati ostvarenje društvene i javne funkcije medija. Prva komponenta odnosi se na temeljno pravo svakog građana na pristup TV i radio servisu koji emitira različite programe namijenjene cijeloj populaciji. Kako bi osigurali kontrolu nad ispunjenjem javne funkcije, veliki broj javnih medija također ima pravila za osnivanje pluralističnih regulatornih tijela. Neke zemlje imaju vrlo stroge regulatore javnih medija, kako bi osigurale da su sve kulturne zajednice i njihove potrebe na pravi način predstavljene i zadovoljene u programima javnih televizija. Političari, kao i javni službenici, vrlo su brzo postali svjesni da mediji predstavljaju potencijalnu prijetnju njihovom javnom autoritetu. Nacistička zloupotreba medija tijekom Drugoga svjetskog rata, koja je poslužila u svrhu totalne društvene kontrole, bila je upozorenje svima koji su radili na rekonstrukciji njemačkih medija nakon 1945. da mediji moraju zadržati nezavisnost od političara, državnih službenika i svih drugih koji drže vlast u rukama. Upravo zbog velike snage uvjeravanja i utjecaja na javnost, europski su elektronički mediji i bili podređeni strogoj regulaciji, vođenoj

principima neutralnosti i političkog pluralizma. Temeljni ideal javnih medija jest podržavanje demokratskog pluralizma, pri čemu mediji moraju odražavati širok spektar demokratskih gledišta. Horowitzu piše:

> Gledano na način teorije progresivnog javnog interesa, regulaciju uspostavlja Vlada kako bi popravila nedovoljne ili nezadovoljavajuće tržišne prakse. Regulatorna agencija trebala bi funkcionirati kao „pas čuvar" općeg dobra kroz nadziranje mjera i razine profita.
>
> (1989)

Usprkos rečenim načelima, europski su javni mediji pokazivali, a u mnogim zemljama još uvijek pokazuju, preveliku bliskost s politikom na vlasti. U nekim slučajevima ta je veza jako vidljiva, u nekim drugim nešto više izbalansirana. Njemačka, na primjer, s pruskom tradicijom „jake države" od samog je početka strogo kontrolirala radijsko emitiranje. Tako se nastavilo sve do Hitlerovog doba kada je državna kontrola nad medijima bila apsolutna, a režim ih je zloupotrebljavao u svrhu nacističke propagande. Ministarstvo unutarnjih poslova Njemačke također je imalo veliki utjecaj na medije, kontrolirajući Centralni informativni ured iz kojeg su svi mediji dobivali vijesti i informacije. Dakle, definicija javnog servisa koji se razvio u Njemačkoj tijekom prve polovice prošlog stoljeća naglašavala je ulogu medija kao dio funkcije javne administracije, a ne samoregulatorne društvene djelatnosti.

S druge strane, u Velikoj Britaniji, sa „slabom državom" i jakom liberalnom tradicijom, u istom razdoblju postojalo je sasvim drugačije razumijevanje regulacije javnog sektora. Od 1926. godine BBC je vođen kao kompanija s javnim monopolom, oslobođena vladinog utjecaja. Vrlo znakovito, BBC je dobio svoja prava Kraljevskom poveljom, a ne Aktom Parlamenta, upravo zato da bi se precizno definirao princip neovisnosti od političkih utjecaja. Tijekom međuratnih godina, za vrijeme vodstva Johna Reitha, BBC je bila prilično autokratska institucija koja je odražavala poziciju političkog i društvenog establishmenta. No, statusom nezavisne javne korporacije, BBC je bio zaštićen od pretvaranja u instrument politike na vlasti po njemačkom modelu. Zanimljivo je kako je BBC-jeva ratna uloga, u kojoj je bio prenositelj propagande i podržavatelj javnog morala, poslužila da mu se poveća društveni status, što je kasnije rezultiralo njegovom poslijeratnom autonomijom. Prema riječima Toma Burnsa na BBC se može gledati kao na „vrstu domaćeg diplomatskog servisa, koji predstavlja najbolje od britanskog Britancima" (1977).

Francuski sustav državnog javnog medijskog „monolita" predstavlja dobar primjer ovisnosti o Vladi, odnosno predsjedniku. Tamo gdje su se mediji dovoljno odmaknuli od države i postali samoregulirajuće javne korporacije, poput BBC-a ili kasnije njemačkih

kompanija, mjesta za državnu političku dominaciju bilo je mnogo manje. U Francuskoj je politička kontrola elektroničkih medija bila predmetom kontroverzije tijekom cijeloga poslijeratnog perioda. Centar političke moći uvijek je bio predsjednik Republike. Cijelu Četvrtu republiku Francuska radio-televizijska difuzija ostala je visoko centralizirana, s glavnim direktorom kojeg je direktno imenovala Vlada, a država kontrolirala u potpunosti njene prihode. Predsjednik de Gaulle vrlo je brzo nakon Drugoga svjetskog rata razvio medije pod državnom kontrolom koji su služili kao politički instrument za podizanje potpore Petoj republici i ujedinjenju zemlje kroz turbulentan period poslijeratne povijesti. De Gaulleovu politiku prema medijima Curran i Seaton nazvali su politikom „države u dnevnom boravku" (1991). Njegov nasljednik, Geogre Pompidou, nazivao je državne medije „Glasom Francuske". Promjena se dogodila 1964. kada je Radiodiffusion-Television de France (RTF) transformirana u Office de Radiodiffusion-Television Francaise (ORTF). Ta je reforma utjecala i na formiranje pluralističkog Upravnog vijeća (Conseil d'administration), međutim, to je tijelo imalo vrlo malo autonomnosti. Nakon Miterrandove pobjede 1981., ljevica se zaklela da će osloboditi televiziju od utjecaja države i došlo je do nove promjene. Već 1982. donesen je relativno radikalan zakon o elektroničkim medijima kojim je uspostavljen Visoki autoritet za audiovizualne komunikacije (Haute Autorite de l'Audiovisuel). Pravo vlasti da se politički miješa u medijske organizacije po prvi je puta, barem formalno, predana u ruke nezavisnog tijela. To tijelo je također trebalo zadržati pravo da odgovori na vladina stajališta, da kontrolira medije općenito, kao i da regulira programe tijekom predizbornih kampanja. Usprkos inicijativama socijalista koji su, bez sumnje, značajno reformirali organizacijski okvir francuskih medija od centraliziranoga državnog monopola i kontrole, još uvijek su ostali tragovi politizacije sistema. Osobito zato što je tamo oduvijek postojala serija kontroverzi oko imenovanja glavnog direktora svih javnih televizijskih kanala.

Razlika između francuskih i britanskih medija očitovala se u tome što BBC ni formalno nije bio državna institucija, već javna korporacija, dok su kasnije ITV kompanije bile u rukama privatnih vlasnika. Ni u jednom slučaju mediji nisu imali status državne administracije, dok su Upravno vijeće BBC-a (Board of Governors) i IBA (tijelo koje je nadgledalo ITV) bili formalno autonomna i snažna regulatorna tijela sa dužnošću da osiguraju poštovanje principa političke neovisnosti i ispunjavanja ostalih zadaća javnog servisa. Članovi svakoga ovog regulatornog tijela mogli su biti imenovani od strane Vlade, ali ih se smatralo braniteljima javnog interesa. Oni su trebali štititi medije od vanjskog pritiska političara i političkih grupa, mnogo više nego obratno.

Kada je u Njemačkoj nakon Drugoga svjetskog rata uspostavljena liberalna demokracija, pod budnim okom zapadnih saveznika, medijski prostor bio je do kraja reorganiziran i demokratiziran. Utjecaj političara bio je ograničen isključivo na kontrolu provođenja politike u skladu s javnim interesom, dok im je urednička kontrola potpuno oduzeta. Poslije rata njemačka je Vlada bila decentralizirana, a njena snaga i utjecaj oslabljeni. Ključna je bila federalna organizacija političkog sistema i legalistička politička kultura. Vitalnu ulogu u javnoj politici igrao je Ustavni zakon. Svaki medij bio je nadgledan od strane unutarnjega medijskog vijeća. U mnogim slučajevima ta su vijeća birala i glavnog direktora, intendanta. Sistem je trebao osigurati raznolikost i ideološki balans unutar svakog servisa. „Interni pluralizam" prevladavao je kod njemačkog sustava. Naravno, i tu su se pojavile slabosti, u smislu utjecaja političkih stranaka, a ne Vlade ili države.

U Belgiji je pak uspostavljen „pluriformizam", preveden u federalizam koji se poklapao s granicama jezičnih zajednica: flamanske (BRT), valonske (RTBF) i njemačke (BRF). Nakon Drugoga svjetskog rata, uspostavljen je zajednički javni servis koji je imao monopol u cijeloj zemlji. Od 60-ih su pokrenute brojne reforme kako bi se pokrile sve jezične različitosti i pratila federalizacija zemlje. Od tada sve jezične zajednice imaju svoje autonomne medijske korporacije od kojih je svaka odgovorna za funkcioniranje prijenosa, administracije i financija. Ove su medijske kompanije pod jurisdikcijom kulturnih zajednica te predvođene visokopolitiziranim tijelima koja su odražavala „političku aritmetiku na regionalnoj razini" (Hirsch, 1992: 143–151).

U Nizozemskoj je još od 30-ih godina radijski spektar bio zakonski podijeljen između korporacija koje se bile usko povezane s različitim političkim stupovima nizozemskoga političkog društva: katolicima, protestantima, socijalistima i liberalima. Akt iz 1969. godine trebao je učiniti sustav fleksibilnijim, što je rezultiralo ekspanzijom većeg broja novih medija. Tim je aktom osnovano i novo tijelo javnog servisa: Dutch Broadcasting Corporation (Nedelandse Omroep Stichting ili NOS) sa zadatkom da administrira, regulira i koordinira različite medije. Ovo tijelo se bavilo tehničkom i programskom supervizijom medija. Bilo je sastavljeno od predstavnika velikog broja medija. Zadatak im je bio provjeravati tehničku opremljenosti medija i osigurati ravnotežu programa. Od 60-ih nadalje nizozemsko društvo postalo je progresivno, fluidno i segmentirano te se nije više temeljilo na istim tradicionalnim stupovima. Gledatelji se nisu više osjećali vezanim uz bilo koji medij. Zbog slabljenja političko-konzumentske vjernosti te povećane konkurencije unutar medijskog sistema za čitatelje i gledatelje, došlo je do veće komercijalizacije medijskih programa.

Kao što je već spomenuto, od ostalih zemalja članica razlikovao se Luksemburg, koji nikada nije imao javni medijski servis. S obzirom na mali teritorij zemlje, doseg njegovih medija, osobito radija, dopirao je do svih susjednih zemalja. Luksemburške su vlasti vrlo brzo otkrile prednosti davanja koncesija isključivo privatnim vlasnicima, poput CLT (Compagnie luxembourgeoise de telediffusion), kako bi mogle ubirati prihod iz susjednih zemalja. Iako je postojao određeni utjecaj države na ovu kompaniju, njegove javne zadaće bile su minimalne (Hirsch, 1992: 143–151).

Ovo su tek neki od primjera sistema regulacije medija u zemljama članicama Europske unije. Vidljivo je da su regulacije koje su se ticale programa i onih koji ih proizvode, u potpunosti bile u nadležnosti nacionalnih vlada, a odražavale su odluke nacionalnih parlamenata i regulatornih tijela. Glavni akteri i kreatori politike, osim nacionalnih vlada i parlamenata, bile su političke stranke, sudovi, kao i društveno relevantne grupe (poslovni lobiji, profesionalne organizacije, sindikati, kulturna udruženja, kao i novinske i medijske kompanije), koje su promovirale svoje zasebne medijske interese.

Danas, kada se uslijed komercijalizacije i deregulacije medijskog tržišta propituje opstanak javnih televizija u europskim zemljama, možda je dobro citirati Wernera Rumphorsta (1998: 6):

> Budućnost javne televizije proizlazi iz njene misije, iz uloge u civilnom društvu. Što su više individualizirani izvori informacija i što je raznolikija publika, to je veća potreba za očuvanjem barem jednog snažnog servisa u ulozi nacionalnog glasa, kao objekta nacionalne identifikacije te osiguravatelja foruma za djelovanje tržišta ideja.
>
> (prema: Bošnjak, 2003a)

Ili, kako je rekao Dominique Wolton, jedna je od uloga javnih servisa „stvaranje društvenih spona u multimedijalnom univerzumu, gdje će javni mediji od općeg interesa imati još važniju ulogu" (1999, 2000).

### Tehnološka (IT) revolucija i deregulacija medija

Za razliku od Sjedinjenih Američkih Država, gdje je većina medija oduvijek bila privatna, u Europi i ostatku svijeta državno vlasništvo nad medijima bilo je uobičajeno.

Tijekom osamdesetih i devedesetih privatizacija državne imovine bila je značajan dio restrukturiranja komunikacijskih sistema. Nisu bile prodane samo nacionalne PTT službe, već i novine u vlasništvu države, državni mediji, pa čak i neki javni mediji poput francuskog

kanala TF1, privatiziranog 1987. Tijekom '70-ih i '80-ih godina europske su Vlade postale izuzetno svjesne informacijske i tehnološke (IT) revolucije. Tehnološki i informatički napredak, na medijskom planu, dao je novu ekonomsku dimenziju koja je povećala svijest političara na vlasti, ali i predstavnika krupnog kapitala, o novom ekonomskom značaju medija. Mediji su tako počeli odražavati i vrlo važne ekonomske interese.

Kako bi se promovirao jak i dinamičan medijski ekonomski sektor i privukle investicije u sve većoj međunarodnoj konkurenciji, nacionalne vlade upotrijebile su instrument deregulacijske politike, odnosno primjenu puno labavijih pravila prilikom dodjele frekvencija komercijalnim medijima. Počelo se postavljati pitanje kako pomiriti interese komercijalnih medija i javni sektor, koji je i dalje dominirao u većini europskih zemalja. Da je to moguće, uz pomoć jakog regulatornog tijela, dokazao je britanski model.

Za razliku od luksemburškog modela, britanski je komercijalni sektor (ITV od 1955. i ILR od 1973.) bio podložan raznim statutarnim obvezama i regulaciji nezavisnoga regulatornog tijela Independent Broadcasting Authority (IBA). IBA je svoj autoritet temeljila na istoj etici javnog servisa i tradiciji koju je BBC razvio tijekom svog monopola. IBA je predsjedala nad federalnim sustavom petnaest komercijalnih nezavisnih televizija (ITV), koje su servisirale četrnaest različitih regionalnih područja. Od 1973. nastao je puno veći broj nezavisnih lokalnih radio (ILR) stanica. IBA im je dodjeljivala dozvole za emitiranje. Oni, kojima su dodjeljivane koncesije, birani su ne samo prema komercijalnim kriterijima, već i prema strogim kriterijima programa, koji su pak trebali udovoljavati standardima javnog interesa.

U cilju osiguranja javne prirode dualnog sustava, financijske baze ITV i ILR bile su odvojene. BBC se nastavilo financirati preko pretplate, dok su komercijalne ITV kompanije financirane preko ograničenog reklamiranja, koje je regulirala IBA kako bi uvela stroga pravila ponašanja. Direktna marketinška konkurencija, između televizija unutar ITV kompanija, izbjegnuta je davanjem regionalnog monopola svakoj od televizija unutar sustava (sve do 1980. jer tada još nije bilo konkurencije s kabelske ili satelita). Kada se sistem proširio dodatkom „kanala za manjine" (Channel 4, 1982), i tu se povela briga da se ne započne s komercijalnom konkurencijom.

Marketinški lobi postao je izuzetno važan ekonomski lobi koji se zalagao za još veću komercijalizaciju medija. Ukidanje monopola javnih servisa itekako je pomoglo rastu medijskog oglašavanja u Zapadnoj Europi. Lobiji oglašivača postali su izuzetno proaktivni na

nacionalnom i europskom nivou, inzistirajući upravo na deregulaciji medija. Nažalost, tendencija da javni mediji budu pod manjim utjecajem države negativno se odrazila na njihovo financiranje. Stoga su ti mediji posegnuli za komercijalnim poslovanjem, što je negativno utjecalo na sadržaje njihovih programa.

Dualni sistem komercijalnih i javnih televizija

Otpočetka osamdesetih godina u većini zemalja zapadne Europe vidljiva je jasna podjela na komercijalne i javne medije.

Programske obveze poput raznolikosti i kvalitete ostale su strogo postavljeni ciljevi za javni sektor, dok je komercijalnom sektoru dopušteno da se rukovode komercijalnim principima. Suprotno javnim medijima, komercijalni mediji, imaju vrlo malo, ili gotovo uopće nemaju programske regulacije. Okvir za regulaciju sektora komercijalnih televizija u rastućem dualnom sustavu jest samo pluralizam, to jest – osiguravanje većeg broja raznolikih aktera koji emitiraju na jednom televizijskom tržištu, kako bi se gledateljima omogućio pristup različitim izvorima informacija. Njih se, zato, regulira u odnosu na koncentraciju vlasništva. U nastojanju da se garantira medijski pluralizam, razvijen je cijeli niz sustava kojima se regulira i kontrolira monomedijsko ili multimedijsko vlasništvo.

Kako bi se shvatilo ciljeve medijske regulacije u suvremenom televizijskom sektoru, nužno je shvatiti ključne ciljeve dualnog sistema komercijalnih i javnih medija.

Strukturalna regulacija odnosi se na komercijalni sektor, a interni pluralizam na javni, što rezultira centralnim zakonodavnim okvirom koji se bavi regulacijom televizijskog emitiranja unutar granica nacionalne države.

Digitalna televizija

Digitalna televizija je nova tehnologija emitiranja koja je gotovo u potpunosti zamijenila tradicionalnu, analognu televiziju.

Ova tehnologija ima prednosti zbog napredne kompresije slike i tehnika radijske modulacije. Prednosti digitalne tehnologije uključuju:

1. više TV servisa, koji omogućuju veći izbor programa
2. veću kvalitetu slike, povećavajući utjecaj i realnost gledanja

3. interaktivnu televiziju.

Interaktivna televizija omogućuje dodatnu uslugu, koja često nema nikakve veze s emitiranim TV programom jer se sadržaji poput videoigrica mogu emitirati zasebno. Digitalna televizija dostupna je u Europi preko svih glavnih platformi: zemaljske, satelita, kabelske i preko Interneta (IPTV). Globalni zaokret prema digitalnoj televiziji započeo je devedesetih, u doba vladavine Billa Clintona u SAD-u i Novih laburista u Velikoj Britaniji. I američka i britanska vlada uzdizale su vrline multimedijalne revolucije koja je omogućila razvoj informatičkog društva kojem su težile obje zemlje. Najbolje je to artikulirao tadašnji američki potpredsjednik, Al Gore, u govoru pred Međunarodnom telekomunikacijskom unijom 1994. Njegovi su se komentari fokusirali na viziju „globalne informacijske infrastrukture" koju se često nazivalo „informacijskim autoputom", tj. na seriju digitalnih mreža koje će revolucionarizirati postojeće komunikacijske strukture (Gore, 1994).

Velika Britanija 1994. prva je donijela Medijski zakon koji je osiguravao uvjete za osnivanje zemaljskih digitalnih televizija. Donošenju zakona prethodili su „planovi Vlade za digitalnu televiziju koji su bili pravdani obećanjem o komunikacijskoj revoluciji, koja će biti na korist komercijalnim interesima i omogućiti širenje novih medija" (Goodwin, 1998). Inače, britanska laburistička Vlada toliko je vjerovala u potencijale digitalne televizije da je to stavila u manifest za parlamentarne izbore 2001., obećavši da će stvoriti „digitalnu naciju". Iako su postojale brojne razlike između pristupa dviju zemalja digitalnoj televiziji (shodno razlikama između medijskih i političkih kultura, pri čemu je naglasak u Britaniji stavljen na društvenu, a u SAD-u na komercijalnu vrijednost digitalnih televizija), ipak su početkom 21. stoljeća i britanska i američka Vlada imale vrlo slične strategije prema digitalizaciji. Obje su vidjele DTV kao ključnu komponentu informatičkih, odnosno ekonomija baziranih na znanju koje su željele izgraditi.

Kao što je prije spomenuto, Europska komisija objavila je 1994. izvješće pod naslovom „Europa i globalno informatičko društvo" (Bangemannovo izvješće) u kojem se ističe poželjnost izgradnje europskog informatičkog društva kojem će nužno biti potrebno novo regulatorno okruženje koje dopušta potpuno tržišno natjecanje. To je trebala biti pretpostavka za mobiliziranje privatnog kapitala nužnog za inovacije, rast i razvoj.

Budući da je gašenje analognog signala bio kompleksan, skup i kontroverzan projekt u kojem su sudjelovala i zakonodavna tijela i stručni odbori, Des Freedman u svojoj knjizi

postavlja pitanje: zašto uopće digitalizacija i zašto tako naglo? O ovoj su problematici pisali brojni teoretičari: Brown i Picard (2004), Colombo i Vittadini (2006), Galperini (2004) i drugi, tražeći različita pluralistička, funkcionalna ili administrativna opravdanja za takvu tehnološku promjenu. Nema sumnje da je razvoj digitalnih tehnologija u isto vrijeme omogućavao i zahtijevao tržišnu liberalizaciju. Takva liberalizacija tražila je i novu regulaciju, odnosno slabljenje pravila oko medijskog vlasništva i dodjele dozvola za emitiranje.

Upravo naglasak na industrijskim koristima od digitalne televizije pomaže u objašnjavanju sklonosti kreatora medijskih politika prema prebacivanju komercijalnih medija na digitalno emitiranje. Izjednačavanje izbora potrošača s proširenjem tržišnih prilika i slobode tržišta moglo se često čuti kao argument prilikom isticanja ekonomskih prednosti digitalne televizije. Zato su se mnoge vlade fokusirale na pozicioniranje svojih ekonomija, kako bi iskoristile rast „novih tržišta za kreativnu industriju u trećoj industrijskoj revoluciji" (Jowell, 2006). Mnoge su također smatrale da je digitalna televizija strateški odgovor izazovima globalizacije (s Kinom i Indijom kao glavnim ekonomskim igračima).

Podaci Europske komisije iz 2005. godine pokazuju kako se stupanj digitalizacije razlikovao od zemlje do zemlje. U to je doba digitalna televizija „ušla" u 25 % kućanstava, a Velika Britanija bila je lider sa 64 %. Očekivalo se da će većina televizijskih gledatelja do 2010. kupiti barem jedan digitalni prijamnik. Europska komisija očekivala je prodaju od 20 milijuna prijamnika godišnje. Sjedinjene su Države 2005. predvodile u digitalizaciji budući da je već tada oko 50 % kućanstava imalo digitalni prijamnik. SAD je predvodio u naprednim radiodifuznim servisima, poput HDTV/High definition Television, dok je Europa imala razvijeniju digitalnu interaktivnu televiziju i televiziju preko Interneta/IPTV.

Prelazak s analognog na digitalno: politika Europske komisije

Komisija se zalagala za ubrzani proces prelaska na digitalno emitiranje na europskoj razini s obzirom na to da digitalna televizija ima cijeli niz prednosti za gledatelje i otvara niz mogućnosti za različitu upotrebu, od novog načina emitiranja do servisa na mobilnim telefonima.

Ovo drugo stimulira inovacije i razvoj televizijske i elektroničke industrije. Komisija je zahtijevala da spektar koji će biti oslobođen gašenjem analognog signala bude iskorišten na način koji će donijeti maksimum koristi društvu u cjelini i njegovim javnim interesima.

Zemlje članice dogovorile su se u Europskom vijeću da će osigurati gašenje analognoga zemaljskog servisa do 2012. Pristup Komisije digitalnoj televiziji uvijek je naglašavao potrebu da se prije svega demonstrira dobrobit za potrošače. Interaktivna televizija mogla je dati doprinos provođenju Lisabonske agende, omogućujući svakom građaninu pristup servisima informacijskog društva. Komisija je podržavala standardizaciju rada digitalnih televizija i promovirala usvajanje europskih standarda. Pomogla je u interoperativnom dijalogu među vlasnicima interaktivnih televizija i zemljama članicama, zalažući se za rješenja konsenzusom. Taj tip tržišno-orijentiranog pristupa bio je primijenjen prilikom uvođenja televizije visoke rezolucije i pokazao se kao dobar model za rješavanje drugih interoperativnih pitanja.

DVB (Digital Video Broadcasting) je globalni industrijski konzorcij koji u Europi razvija interoperabilne standarde za digitalno emitiranje. Standardi DVB prijenosa (DVB-C za kabelsko, DVB-S za satelitsko i DVB-T za zemaljsko) univerzalno su prihvaćeni u Europi, a vrlo brzo su DVB standardi postali i globalni. Naime, 2005. prihvaćeni su u više od pedeset zemalja svijeta (u Europi, Aziji, Oceaniji i Africi) .

MHP (The Multimedia Home Platform) aplikacijski je program nastao iz digitalnog video-medijskog projekta. Iako se na tržištu pojavio relativno kasno, 2005. godine postao je jedina standardizirana specifikacija za API.

HDTV (High Definition Television) televizija je za prijem digitalno emitiranog programa koja zahtijeva veliki ekran, više kanala i nudi otprilike četiri puta bolju rezoluciju od standardne definicije televizijskog sistema. Namijenjena je širokom prikazu i dijagonalno je široka preko jednog metra.

Mobilne televizije su još jedan oblik do kojeg je doveo tehnološki razvoj. Mobilni operateri dugo su testirali načine isporučivanja video-sadržaja korisnicima mobitela u Europi. Glavni razlog uvođenja mobilne televizije (DVB-H) pokušaj je razlikovanja i povećanja dodane vrijednosti servisima na audiovizualnom tržištu koje je sve više konkurentno. Najrazvijenije takvo tržište bilo je u Italiji, gdje je platforma uspostavljena 2006, a 2007. imala je oko 800 000 pretplatnika. Ostala najveća tržišta su Velika Britanija, Finska i Njemačka.

Predviđalo se da DVB-H tržište očekuje nagli razvoj onda kada budu ispunjeni određeni uvjeti. Oni uključuju široku ponudu sadržaja koje mobilne kompanije mogu kupiti i emitirati, zatim pokrivanje većine stanovništva te prihvatljive cijene opreme i sadržaja.

Očekivalo se da će ovi uvjeti biti ispunjeni do 2015. godine. Predstavnici europske industrije 2005. godine usuglasili su shemu za oznaku „HD READY", koja promovira fleksibilnost i interoperabilnost među značajkama televizije visoke rezolucije.

Taj je sporazum bio potvrđen na radionici europskih javnih i privatnih televizija, proizvođača opreme i davatelja infrastrukturnih usluga, kao i nacionalnih HDTV grupa koju je organizirala Europska komisija u Bruxellesu, u siječnju 2005. Cilj je bio da europski HDTV sistem može osigurati međunarodni pristup prema različitim formatima. Europska komisija podržala je rad Europskog HD Foruma koji se nastavlja na ovu inicijativu (DigitalEurope, www.digitaleurope.org/Welcome). Komisija je sljedećih godina nastojala raditi sa zemljama članicama na osiguravanju uspješnog prelaska na digitalnu televiziju, kao pokretača interaktivnih digitalnih servisa. U tom smislu, Komisija je nastavila promovirati standarde koje su razvila europska tijela. Isto tako, Komisija će i dalje okupljati zemlje članice u radiodifuznim podgrupama Odbora za komunikacije (Communications Committee), kao foruma za razmjenu iskustva i prakse prilikom uvođenja digitalne televizije općenito, a posebno interaktivne digitalne televizije.

Digitalna agenda za Europu

Financijska kriza 2008. otkrila je brojne strukturalne slabosti u europskoj ekonomiji.

Jedan od odgovora na krizu bila je i europska Strategija 2020 koju je objavila Europska komisija. Ova strategija postavlja ciljeve koje bi trebalo dostići na planu zapošljavanja, produktivnosti i socijalne kohezije. Jedan od sedam stupova Strategije je i Digitalna agenda za Europu, koju je Europska komisija objavila u svibnju 2010. Agenda nudi mogućnosti boljeg iskorištavanja potencijala informacijskih i komunikacijskih tehnologija, kako bi se potaknule inovacije, ekonomski rast i napredak u zemljama članicama (European Commission, A Digital Agenda for Europe, 2010).Glavni cilj agende je razvoj jedinstvenoga digitalnog tržišta koje bi trebalo osigurati održivi razvoj u Europi. Kao prepreke implementaciji Digitalne agende nabrojane su:

- fragmentirana digitalna tržišta
- nedostatak interoperabilnosti
- rastuća stopa *cyber*-kriminala i rizik nepovjerenja u internetske mreže
- nedovoljno investiranje u mreže
- nedovoljni napori u istraživanju i inovaciji

- nedostatak digitalne pismenosti i vještina
- propuštene prilike u bavljenju društvenim izazovima

(European Commission, A Digital Agenda for Europe, 2010)

Akcije koje bi se trebale poduzeti unutar Digitalne agende uključuju otvaranje zakonitog pristupa *online* sadržajima na način da se pojednostavi provjera i korištenje autorskih prava, kao i izdavanje prekograničnih dozvola. Kako bi se olakšalo elektroničko plaćanje i fakturiranje, Komisija treba zaokružiti Jedinstveno područje plaćanja eurom (Single Euro Payment Area – SEPA) i revidirati Direktivu o e-potpisu tako da se osigura sistem e-autorizacije. Budući da europsko *online* tržište ima problem nedostatka povjerenja korisnika prema sigurnosti plaćanja i privatnosti, Komisija razmatra revidiranje regulatornog okvira zaštite, kao i izdavanja kodeksa koji bi na pristupačan način predstavio prava građana u digitalnom svijetu. Osim toga, telekomunikacijski sustavi trebali bi biti ujedinjeni. Brojevi servisa i spektar također trebaju biti harmonizirani.

Za osiguravanje interoperabilnosti i zajedničkih standarda naprava, aplikacija, servisa i mreža, nužno je da Komisija nastavi obnavljati svoju politiku uspostave standarda. Isto tako, mora nastaviti promovirati adekvatna pravila za prava intelektualnog vlasništva.

Što se tiče konsolidacije povjerenja i sigurnosti interneta, Europska unija mora ojačati svoju politiku borbe protiv *cyber* kriminala, dječje pornografije, narušavanja privatnosti i sigurnosti osobnih podataka. Komisija bi trebala predstaviti mjere za jačanje sigurnosti mreža i način borbe protiv *cyber* napada. Nacionalne platforme za uzbunjivanje trebale bi biti prilagođene Europolovoj platformi za borbu protiv *cyber* kriminala. Europa treba brzi i ultra brzi pristup internetu za sve, i to po tržišnim cijenama. U tom smislu, EU treba uspostaviti mreže nove generacije (NGAS). Komisija namjerava koristiti europske fondove (ERDF ili EAFRD) kako bi financirala investicije u *broadband*. Komisija će također pojačati svoju politiku prema radio spektru.

EU mora više uložiti u istraživanje i razvoj ICT-a (Information and Communication Technologies) jer zaostaje za svojim trgovinskim konkurentima. Zato Europska komisija namjerava poticati privatne investicije i udvostručiti javnu potrošnju za razvoj ICT-a. Isto tako, iako je internet dio svakodnevice za većinu europskih građana, neke kategorije europske populacije još su uvijek medijski nepismene u digitalnom okruženju. Kako bi promovirala zapošljavanje na planu ICT-a, Komisija namjerava dati prioritet digitalnoj pismenosti i vještinama kroz europski socijalni fond. Cilj je osigurati europski okvir specijalno dizajniran

za ICT profesionalizam. Radi prevladavanja nejednakog pristupa digitalnoj pismenosti europskih građana, zemlje članice trebale bi promovirati e-pristup, osobito prilikom implementacije Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama. Europska unija mora iskoristiti mogućnosti koje pruža primjena ICT-a na područjima kao što su klimatske promjene, pomoć stanovništvu koje stari kroz e-health i telemedicinske servise, digitalizacija sadržaja kroz Europeanu te inteligentni transportni sustavi, kroz primjenu predložene Direktive. Implementacija svih tih akcija zahtijeva angažman Europske unije u cjelini, kao i država članica (uključujući regionalnu razinu). Ovo će koordinirati grupa povjerenika, a u proces će biti uključene zemlje članice i Europski parlament. Napredak u implementaciji Digitalne Agende bit će objavljivan na godišnjoj razini.

Utjecaj digitalizacije vidljiv je u svim medijima. Digitalna konvergencija utjecala je na stvaranje novih tržišta i novih poslovnih modela, na nove servise i načine produkcije i konzumacije medija. Osim toga, dala je svoj doprinos pritisku da se liberaliziraju vlasnička prava, reducira regulacija sadržaja i ponovo preispituje opravdanost javnih medija (Freedman, 2008: 171). Do 2010. godine vlade diljem Europske unije, kao i u Sjedinjenim Državama, već su izvršile prelazak s analognog na digitalni signal. SAD je završio proces digitalizacije 2009., dok je Velika Britanija za prelazak bila odredila razdoblje od 2008. do 2012. godine.

Porast broja televizijskih kanala i platformi tijekom 2009. i 2010. godine

European Audiovisual Observatory pokrenuo je 2009. godine internetsku bazu podataka (MAVISE, http://mavise.obs.coe.int/) za DG komunikacije Europske komisije za potrebe godišnjaka. Podatci iz baze MAVISE pokazali su da je došlo do povećanja broja televizijskih kanala i broja televizijskih platformi u 27 zemalja članica Europske unije, kao i u dvije kandidatske zemlje (Hrvatska i Turska), unatoč ekonomskoj krizi (International Television Expert Group, http://www.international-television.org/tv_market_data/tv-channels-in-europe.html).

Tijekom 2009. osnovano je 245 novih kanala, među kojima najviše sportskih (38), dječjih (17) te oko 150 tematskih kanala na kabelskim, satelitskim i IPTV platformama, poput Investigation Discovery, ali i dosta novih lokalnih kanala poput Weo u Francuskoj ili Dresden Eins u Njemačkoj. Nastali su i novi javni kanali na DTT mreži poput Ramasianga ili DR K iz Danske. Istovremeno je tijekom 2009. godine 220 kanala prekinulo s emitiranjem. U to je

uračunat i nestanak stotinjak lokalnih španjolskih kanala do kojeg je došlo nakon zatvaranja Localia televizijske mreže koju je kontrolirala Prisa Grupacija. Isto tako, zatvorilo se oko stotinu nacionalnih kanala, pa i neki značajni poput MTV-a namijenjenog baltičkim državama, zatim različitih lingvističkih verzija Bloombergovih biznis informativnih kanala, kao i nekoliko sportskih kanala Setanta Grupe.

Dvadeset i četiri zemlje u 2009. imale su postavljene digitalne zemaljske sisteme, dok su tri ostale bile u fazi uspostavljanja. DTT servisi bili su potpuno implementirani u šest europskih zemalja u kojima je ugašen analogni zemaljski signal (Njemačka, Danska, Finska, Luksemburg, Nizozemska i Švedska). Postupno gašenje analognog signala tijekom 2009. započelo je i u regijama Austrije, Belgije (na području Flamanske zajednice), Češke Republike, Francuske, Italije i Velike Britanije. Tijekom 2010. analogni signal trebao se ugasiti u Austriji, Malti, Španjolskoj i Sloveniji. DTT je pokrenut tijekom 2009. u Latviji, Poljskoj, Portugalu i Slovačkoj, a očekivao se i u Bugarskoj, Irskoj i Rumunjskoj. Plaćeni DTT TV servisi pokrenuti su 2009. godine u Njemačkoj, Latviji i Španjolskoj. Krajem iste godine preko 730 kanala emitiralo se preko europskih digitalnih mreža (DTT), a preko 300 njih bilo je lokalnog i regionalnog karaktera.

Digitalna televizija razvila se i na drugim tipovima platformi, osobito na plaćenim DTT mrežama, IPTV i mobilnim televizijama. Još uvijek je postojalo više od 4000 kabelskih operatera u 29 zemalja iako je taj broj bio u laganom padu, dok je sektor doživljavao konsolidaciju (na primjer, u Njemačkoj, Finskoj, Mađarskoj i Češkoj Republici). S porastom broja digitalnih televizija diljem Europe, broj kompanija koje distribuiraju plaćene DTT servise također je rastao, i to od četrnaest koliko ih je bilo krajem 2008,. do 20 krajem 2009. godine. Zanimljiv je i rast broja IPTV operatera sa 68 krajem 2008 na 90 krajem 2009. To dokazuje porast konkurencije u ovom sektoru u nekoliko zemalja. U trinaest zemalja postoji po 4-5 konkurentskih operatera (šest u Švedskoj, 5 u Francuskoj i Danskoj, 4 u Nizozemskoj, Bugarskoj i Sloveniji). Porastao je i broj satelitskih paketa dostupnih u Europi, s porastom od 51 krajem 2008. do 60 krajem 2009. godine. Taj podatak također je ukazivao na visoki stupanj konkurencije, osobito u Mađarskoj, Poljskoj i Rumunjskoj, koje su svaka imale po pet različitih satelitskih paketa. Ukupni broj operatera koji su nudili servise za mobilne mreže (TV servise za mobilne telefone, 3G mreže i mobilne osobne televizije preko DVB-H) također je porastao tijekom 2009. usprkos činjenici da su DVB-H platforme dostupne u

nekoliko europskih zemalja. Zanimljiv je podatak da je 114 televizijskih kanala uspostavljeno samo za mobilne servise i oni su često tek mobilne verzije etabliranih kanala poput Quatra.

## 4.3. Regulacija vlasništva nad medijima u EU

Kao što je više puta naglašeno, pod utjecajem tehnološkog napretka, ali i ekonomskih interesa, došlo je do naglog razvoja medija i audiovizualnog tržišta, ali i sve veće koncentracije medija na globalnoj razini.

Povezivanje medijske industrije s velikim korporacijama dovelo je do neslućenog povećanja moći i utjecaja medija. Globalna koncentracija medija podrazumijeva i horizontalnu i vertikalnu koncentraciju, za što Zrinjka Peruško predlaže i novi termin: „konglocentracija" (2003: 44). Upravo su medijska koncentracija i konglocentracija postale glavni izazov pluralizmu i raznolikosti medija u svim demokratskim zemljama, pa tako i u zemljama Europske Unije.

O koncentraciji svjetske medijske moći koju kontrolira sve manji broj medijskih konglomerata pisao je u svojoj knjizi i Ante Gavranović (2007). On spominje istraživanja prema kojima u posljednjim desetljećima nekolicina medijskih konglomerata povezanih u mrežu kontrolira globalnu medijsku scenu. To su AOL Time Warner, Viacom, Vivendi Universal, The Walt Disney Co, Bertelsmann, News Corporation International, Sony Corporation, Reed Elsevier Gannett Co.INc. i Pearson PLC. Njihova medijska carstva uključuju radio, televiziju, film, glazbu, časopise, mjesečnike, knjige i dnevni tisak koji imaju utjecaj na svjetsku javnost (Gavranović, 2007). Tim se problemom bavio i Mc Chesney u svojem članku u kojem opisuje kontinuirani i ubrzani proces globalne koncentracije medija. Uslijed globalizacija i internacionalizacije, stvara se novi svjetski gospodarski poredak kojem mediji pomažu svojim senzacionalizmom, jednostranošću, *infotainmentom* – što je zapravo propaganda u korist određenih interesnih skupina. Zbog takvih procesa dolazi i do dramatične promjene odnosa novinara, vlasnika i urednika – na relaciji mediji – oglašivači, koji posredno utječu na uređivačku politiku medija (McChesney, 1997).

Analizirajući situaciju na međunarodnoj sceni, kao i u Hrvatskoj, Gavranović naglašava:

> Medijska politika je društvena, gospodarska, kulturna, ali istodobno i europska politika, čije su odrednice naglašene u smjernicama EU, ali ih praksa velikim dijelom poništava pa dolazi do

raskoraka u regulatornom i stvarnom odnosu prema medijima. Novinarstvo i novinari postaju žrtve globalne politike maksimalizacije profita na račun informiranosti i kvalitete novinarstva.

(2007: 27)

Zbog tih procesa, zaključuje Noam Chomsky, novinske kuće zapravo ne prodaju novine, njihova glavna preokupacija je oglašivač, a ne čitatelj. Dakle, elitne američke novine prodaju svoj proizvod oglašivačima, a njihov je proizvod čitalačka publika (2002). Prema McQuaillu koncentracija znači nadzor nad proizvodnjom, zapošljavanjem, distribucijom i publikom, a može biti horizontalna i vertikalna (1994). Horizontalna se odnosi na kontrolu nad medijima iste vrste koji su inače u međusobnoj konkurenciji na jednom tržištu (npr. dva gradska lista). Ona znači i vlasništvo jednog koncerna nad različitim medijima na istom tržištu (npr. nad novinama, televizijom i radijem). Vertikalna koncentracija podrazumijeva koncentraciju cijelog procesa proizvodnje i distribucije medija, kao i kontrolu iste vrste medija na različitim razinama (lokalnoj, nacionalnoj, međunarodnoj) (Peruško, 2003: 42). Posebno opasan oblik koncentracije predstavlja monopol, tj. postojanje samo jedne kompanije/medija na tržištu. Nekada se u tranzicijskim zemljama govorilo o političkom monopolu, a danas se sve više upozorava na ekonomski monopol. I jedan i drugi jednako su štetni za pluralizam medija.

Od početka stvaranja komercijalnoga televizijskog sektora osamdesetih godina, većina zemalja članica Europske unije bilježila je značajan porast snage određenih grupa medijskih kompanija, poput Bertelsmanna, RTL-a, MEDIASETA i slično, koje su se sve više širile i na druge zemlje na europskom tržištu. Te su kompanije imale podršku država u kojima su nastajale usprkos prijetnji pluralizmu nacionalnih tržišta. Proces konsolidacije audiovizualnog sektora podržavan je s pozicija nacionalnog interesa zemalja članica, s ciljem proširenja utjecaja nacionalnih medija na šira europska tržišta. Javne, kao i komercijalne televizije, bile su poticane u stvaranju strategija za međunarodno djelovanje.

Iako su imale različitu povijest, u novim demokracijama Centralne i Istočne Europe razvoj komercijalnih medija i koncentracije vlasništva bio je vrlo sličan onome u zemljama članicama Europske Unije, samo desetak godina kasnije. Ono što se deregulacijom televizijskog i radijskog emitiranja događalo zapadnoeuropskim zemljama osamdesetih godina, u tranzicijskim se zemljama reflektiralo devedesetih.

Doduše, tih prvih deset godina tranzicijskog razdoblja, tijekom devedesetih, inzistiralo se prije svega na odvajanju medija i njihove uređivačke politike od utjecaja države, odnosno politike na vlasti, koja je u većini tih zemalja sve do tada bila glavni „kontrolor medija"

(Peruško, 2003: 39–58). U to se vrijeme neovisnost medija, osobito onih javnih, koji su prestajali biti „državni", mjerila smanjenjem političkih pritisaka od strane vlasti, odnosno njihovim postupnim prestankom. Razvojem demokracije došlo je i do razvoja pluralizma medija, ali i njihove komercijalizacije što je u mnogim slučajevima bio rezultat ulaska velikih stranih kompanija na medijska tržišta Istočne i Centralne, ali i Jugoistočne Europe. Zrinjka Peruško tvrdi:

> U analizama medijske politike u postkomunističkim novim demokracijama bili smo previše zavedeni pogledom na dramatiziranu separaciju države od medija te smo gotovo zaboravili obratiti pozornost na ono što je zapravo u temelju tog odnosa. Pitanje smjenjivanja države s mjesta kontrolora medija, koje nas je najviše zabavljalo u prvim analizama razvoja medijskih sustava u tranzicijskom razdoblju, odvuklo nam je pozornost s činjenice da je svim medijskim sustavima važno osigurati da kontrola medija nije usmjerena iz jednog središta. Kontrola države jednako je tako loša kao kontrola velike korporacije.
>
> (2003: 40)

Medijske grupe Springer i Ringier iz Njemačke i Švicarske zauzele su jake pozicije u zemljama Centralne i Istočne Europe, dok je WAZ (Westdeutche Allgemaine Zeitung) bio dominantan u zemljama jugoistoka (Bugarska, Hrvatska, Makedonija, Rumunjska i Mađarska). Njemačke i švicarske kompanije zauzele su su 80 % čeških tiskanih medija, a njemački, austrijski, francuski i skandinavski kapital dominirao je u medijima Bugarske, Mađarske, Poljske i Baltičkih zemalja.

Od europskih megakompanija osim RTL grupe (u vlasništvu Bertelsmanna) koja ima televizije u najvećem broju zemalja, ističe se i SBS (Scandinavian Broadcasting System), skandinavska kompanija koja ima svoje televizijske kanale u skandinavskim zemljama, ali i u Rumunjskoj, Mađarskoj i Poljskoj. Još jedna kompanija osnovana '90-ih djeluje u zemljama Centralne i Istočne Europe. To je CME (Central European Media Enterprises), koja je osnivala i kupovala televizije u Rumunjskoj, Češkoj, Hrvatskoj i Sloveniji. I u tranzicijskim zemljama mediji su prije svega postali biznis koji ima jedan dominantni cilj, a to je ostvarivanje financijske dobiti.

S takvim razvojem dogodio se i preokret. Prijetnja pluralizmu medija prestala je biti država kao glavni „kontrolor", a sve više to postaju velike korporacije sa svojim dominantnim pozicijama na medijskom tržištu (osobito tiskanih medija) i sve većom koncentracijom vlasništva nad elektroničkim medijima. Zabrinutost oko prijetnje demokratskom i pluralističkom medijskom sistemu s porastom komercijalnog sektora i konsolidacijom medija, i na domaćem i na međunarodnom planu, izražavali su i Vijeće Europe, Europski Parlament te

Europska komisija u brojnim dokumentima koji su se odnosili na pitanja medijskog pluralizma i vlasništva.

Iako je postalo centralno u ovoj sferi, pitanje pluralizma tržišta ostalo je ograničeno na politiku tržišnog natjecanja. Na razini država članica uglavnom je izostala bilo kakva detaljna legislativa koja se odnosi na vlasništvo medija premda je Europski parlament zahtijevao aktivnije djelovanje Vlada na tom planu. U zemljama Unije nadzor nad koncentracijom medija obično je u ovlasti regulatora za radijsko i televizijsko emitiranje, odnosno spada u nadležnost tijela koje se općenito bavi tržišnim natjecanjem i sprečavanjem koncentracije.

Što se tiče koncentracije vlasništva nad medijima na zajedničkom europskom tržištu, treba napomenuti kako je Europska komisija podupirala savezništva i udruživanja medija na novim, trećim tržištima. Jednako je to činila i na zemljopisno odvojenim tržištima, dok je na zajedničkom europskom tržištu inzistirala na ograničenjima.

Prekogranične koncentracije i kompetitivnost ne samo na europskoj, već i globalnoj razini predstavljaju posebno pitanje. Mada su tradicionalno medijske kompanije bile fokusirane na nacionalna tržišta, u posljednjih deset do petnaest godina pojavile su se velike korporacije koje svoje programe i proizvode plasiraju u velikom broju država, izvan svojih matičnih tržišta. To je uzrokovalo pojavu prekogranične medijske koncentracije, a koja je izazvala zabrinutost za slobodu govora i informacija u zemljama Europske Unije.

Razlikuju se dva oblika prekograničnih medijskih koncentracija: koncentracije s globalnom dimenzijom, tzv. konglocentracije ili koncentracije na planu unutarnjeg tržišta EU. Među prve spadaju investitori, odnosno konglomerati iz neeuropskih zemalja, sa sjedištima izvan EU (poput NEWS CORP-a, Murdochovog novinskog i televizijskog carstva), koji emitiraju svoj program u velikom broju zemalja. One druge imaju sjedišta u državama članicama Europske unije i koncentriraju svoje vlasništvo na unutarnjem tržištu EU. Zanimljivo je kako Europska komisija smatra da jaki medijski nakladnici doprinose jačanju globalnog pluralizma.

I dok je Generalni direktorat za tržišno natjecanje Europske komisije imao centralnu ulogu u razvoju europskog audiovizualnog tržišta (osobito u onome što obično zovemo dualni sustav medija u kojem postoji jasna razlika između javnog i komercijalnog sektora), u sprečavanju koncentracije vlasništva i stvaranja monopola najvažniju je ulogu imala Europska komisija.

Budući da je Komisija uključena u reguliranje mnogih drugih područja u zemljama Unije, može si dopustiti da bude stroža od nacionalnih regulatora. Isto tako, s obzirom na to da je Komisija izolirana od nacionalnih izbora, vjeruje se da je izolirana i od specijalnih interesnih skupina (Majone, 1996). Europska komisija bila je angažirana od slučaja do slučaja, odlučujući o dopuštenom stupnju medijske koncentracije na zajedničkom tržištu komercijalnih medija. Koristeći svoju nadređenu poziciju osiguranu Europskim ugovorom, Komisija je razvila politiku promoviranja međudržavnog vlasništva, umjesto dopuštanja povećane koncentracije na individualnim tržištima. Time je pomogla rastu i razvoju velikih europskih medijskih kuća.

Europska komisija razlikuje vanjski i unutarnji pluralizam. Vanjski je povezan s vlasništvom nad medijima i pravilima koja te odnose uređuju. Unutarnji se odnosi na raznolikost programskih sadržaja medija. Unutarnji pluralizam u tiskanim medijima može se osigurati samoregulacijskim mehanizmima. U audiovizualnim medijima pluralizam se, prema mišljenju Komisije, najbolje ostvaruje utvrđivanjem zakonskih kriterija kojima program mora udovoljavati, kao i uspostavljanjem regulatornog tijela koje će nadzirati sadržaj medija. Razlika između vanjskog i unutarnjeg pluralizma izuzetno je bitna za Europsku komisiju. Zbog zakonskih instrumenata koje ima na raspolaganju, politikom Komisije na planu audiovizualnih medija dominira pitanje veza između vlasništva i raznolikosti. Međutim, kada se radi o pluralizmu medija u zemljama članicama, još uvijek su mjere za sprečavanje koncentracije i monopola na razini nacionalnih država.

Europska komisija objavila je 2007. radni dokument pod nazivom „Pluralizam medija u članicama Europske unije" (European Commission, 2007), koji predstavlja novu strategiju za očuvanje pluralizma u državama članicama. U tom se dokumentu Komisija osvrnula na uspostavljanje ravnoteže između tržišnog natjecanja u medijima i zaštitu pluralizma i raznovrsnosti medija. Cilj je strategije bilo utvrđivanje stvarnog stanja pluralizma medija i pronalaženje mehanizama koji će građanima EU omogućiti da prepoznaju neovisnost medija. Kako bi se strategija što uspješnije provodila, osnovana je i radna skupina „Task Force for Coordination of Media Affairs".

Europska Komisija namjeravala je novu medijsku strategiju provesti u tri koraka: Prvi je korak bio donošenje radnog dokumenta „Pluralizam medija u državama članicama EU" (koji je tema ovoga dijela rada). Dokument sadrži pregled tržišta audiovizualnih i tiskanih medijima, s podacima o uređenju pitanja vlasništva nad medijima u državama članicama. Drugi korak trebao je biti neovisno istraživanje pluralizma medija s ciljem stvaranja

pokazatelja za utvrđivanje razine pluralizma medija u zemljama članicama. Treći korak je provođenje široke javne rasprave o rezultatima istraživanja i predloženim pokazateljima medijskog pluralizma.

Osnovna je teza radnog dokumenta „Pluralizam medija u državama članicama EU" (European Commission, 2007) bila da je medijski pluralizam koncept koji obuhvaća veći broj aspekata, a ne samo pitanje vlasništva nad medijima. Medijski pluralizam znači raznolikost izvora informacija i sadržaja koji su dostupni u različitim zemljama članicama. Za mnoge analitičare i promatrače medijski pluralizam gotovo je isključivo značio pluralizam vlasništva, dok je sama koncentracija vlasništva smatrana najvećom opasnošću za prezentiranje raznolikih sadržaja i stavova, odnosno, pogleda na svijet, zbog preferiranja jednih, uz marginaliziranje drugih izvora informacija. Smatralo se da upravo zbog toga može doći do zloupotrebe političke moći kroz lobiranje interesnih grupa, koje mogu biti ne samo političke, već i komercijalne, odnosno gospodarske grupacije koje predstavljaju krupni kapital. Međutim, u spomenutom se dokumentu tvrdi da pluralizam vlasništva nije dovoljna garancija za medijski pluralizam. Pravila o medijskom vlasništvu i ograničavanju vlasničkog povezivanja moraju biti nadopunjena dodatnim odredbama koje će osigurati raznovrsnost izvora informacija, a koji mogu omogućiti stvaranje neovisnog i vlastitog mišljenja građana, odnosno javnosti (European Commission, 2007). Različiti instrumenti na različitim razinama već su bili predstavljeni u obliku preporuka na Konferenciji o audiovizualnim medijima održanoj u Liverpoolu 2005. godine, nakon čega je osnovana posebna radna skupina koja ih je trebala provesti .

U tekstu o pluralizmu medija u EU nadalje se ističe kako diskusija o medijskom pluralizmu mora odražavati realnosti tržišta i strukturu medija. Naime, svakako treba uzeti u obzir da su sve do nedavno tržišta tiska, televizija, radija i novih tehnologija bila odvojena. U posljednjih nekoliko godina dogodila se radikalna promjena i restrukturiranje tržišta pod utjecajem novih tehnologija. Naglašava se kako je sve veći broj novih medija, koji su se pojavili na tržištu u zadnjih desetak godina, pratila i sve veća koncentracija vlasništva nad medijima i na nacionalnoj i na međunarodnoj razini (European Commission, 2007).

Stav je Komisije da se konvergencija medija ne treba smatrati prijetnjom medijskom pluralizmu. Princip medijskog pluralizma mora biti tehnološki neutralan, ali primijenjen na način koji će odražavati prirodu novih medija. Pravila pluralizma ne smiju ograničavati, već dopustiti razvoj novim strukturama. Europska komisija također naglašava kako razvoj jakih europskih igrača na globalnoj medijskoj sceni pomaže očuvanju medijskog pluralizma. U tom

je kontekstu važna uloga regulatornih tijela koja moraju poznavati nove tehnologije i na njima zasnovane nove poslovne modele. Ključnu ulogu u omogućivanju pristupa novih medija na zajedničko tržište imali su propisi o zaštiti tržišnog natjecanja i odluke tijela nadležnih za tržišno natjecanje zasnovane na tim propisima (European Commission, 2007).

Prodorom digitalne televizije (DTV) došlo je do naglog porasta broja televizijskih programa, kao i proširenja opsega usluga koje mogu pružati mrežni operateri. No, taj prodor nije automatski značio i veći pluralizam medija. Zato je u cilju očuvanja raznolikosti izvora i sadržaja programa, kao i zbog interesa potrošača, nužno propisima odrediti obveze takvih operatera, kako bi bili prisiljeni u razumnom opsegu emitirati sadržaje od javnog interesa.

Internet je novi medij s ogromnim značajem koji zbog brzine i dvosmjerne komunikacije, kao i mogućnosti utjecaja i distribuiranja programskih sadržaja, postaje sve važniji i sve veća konkurencija tradicionalnim medijima. Većina potrošača zahtijeva i očekuje *online* pristup medijskim sadržajima, što vlasnici medija ne mogu ignorirati. U takvom medijskom okruženju postaje sve teže zakonski ograničavati povezivanje različitih medija, odnosno, širenje na nove medije.

Na europskoj razini pojavila se zabrinutost zbog moguće dominacije nacionalnih i međunarodnih kompanija na tržištima zemalja članica, kao i na zajedničkom europskom tržištu, zbog čega bi pluralizam medija mogao biti ozbiljno ugrožen. Budući da nekoliko kompanija kontrolira većinu TV kanala i novina, one imaju ogromnu snagu utjecaja na javno mnijenje na takvim tržištima. Primjena europskog zakonodavstva o tržišnom natjecanju ne služi samo za sprečavanje zloupotrebe dominantnih pozicija, već osigurava novim konkurentnim medijima pristup na zajedničkom tržištu.

Naravno da europski zakon o tržišnom natjecanju ne može zamijeniti nacionalne kontrolne mehanizme medijskog pluralizma koji se razlikuju od zemlje do zemlje. Oni koriste različite mjere kako bi ograničile utjecaj pojedinih kompanija, udio u publici i marketingu, broj dozvola koje im se izdaju, uključenost u određene medijske sektore i slično. Upravo zbog tih razlika, u izvješću se zaključuje kako je teško propisati bilo kakvu harmonizaciju pravila među zemljama članicama. Ti sistemi su se godinama razvijali u skladu s nacionalnim tržištima koja imaju različite karakteristike u svakoj zemlji (European Commission, 2007).

Europska komisija u svom dokumentu naglašava da, bilo da se radi o elektroničkim ili tiskanim medijima, uvijek treba imati na umu kako je glavni izvor prihoda za većinu medija oglašavanje, odnosno, marketing. Baš zato je na malim tržištima, poput hrvatskog, neodrživo

postojanje većeg broja nakladnika jer je „marketinški kolač" premali. Komisija smatra kako na takvim tržištima konsolidacija nakladnika na regionalnoj i lokalnoj razini može imati pozitivan učinak na stvaranje tržišno orijentiranih lokalnih i regionalnih novina, koje će biti konkurentne na nacionalnoj razini (European Commission, 2007). Na manjim je tržištima iz marketinških i ekonomskih razloga nemoguć opstanak više od nekolicine medijskih kompanija. No, Komisija ukazuje i na još jedan paradoks: samo nakladnik s velikim tržišnim udjelom i ekonomskom moći može jačati pluralizam na audiovizualnom medijskom tržištu budući da samo takvi nakladnici mogu financirati skupe programske sadržaje poput drama ili znanstvenih emisija (European Commission, 2007).

Mladen Cerovac ističe kako mnogi analitičari smatraju da pluralizam medija treba osigurati politikom konkurencije koja će na nacionalnim tržištima ograničiti veličinu novog gospodarskog entiteta, koji bi mogao nastati medijskom koncentracijom (2007: 7).

Međutim, iako se politika konkurencije smatra centralnim aspektom pluralizma, čak i kad je medijska koncentracija ograničena, to ne mora značiti da je osiguran pluralizam. I obrnuto, postojanje koncentracije vlasništva nad medijima ne mora automatski značiti da pluralizma nema. Na pitanje koncentracije uvijek se gleda s pozicije zemljopisne ili lingvističke veličine tržišta.

Iz straha da će prodor stranih nakladnika uništiti ili oslabjeti domaće, obično relativno male medijske kuće, neke su europske vlade nacionalnim zakonodavstvom nastojale ograničiti pristup stranog kapitala domaćem medijskom tržištu. No, stav je Europske komisije je da slobodan protok usluga i kapitala spadaju u temeljne vrijednosti Europske Unije te da na planu audiovizualnih usluga ne smije biti diskriminacije. Isto tako, prema mišljenju Komisije, strani vlasnici nad domaćim medijima ne moraju automatski ugrožavati pluralizam, već mogu biti vrlo važni upravo za njegovo očuvanje. Urednička neovisnost i raznolikost sadržaja trebaju biti zaštićene medijskim zakonima svake pojedine članice. Financijski jaki investitori, prema mišljenju Europske komisije, mogu imati pozitivan učinak na opstanak pojedinih domaćih medija na tržištu, pa tako i na očuvanje medijskog pluralizma (European Commission, 2007). Kako bi se ipak očuvala sadržajna raznolikost programa audiovizualnih medija s nacionalnom koncesijom, izuzetno je važna primjena članka 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica (TVWF).

Razlog za sve veću uniformiranost informacija koje emitiraju različiti mediji leži u činjenici da sve manje medija proizvodi vlastite vijesti ili programe. Oni ih najčešće

preuzimaju od istih novinskih agencija koje ih opskrbljuju informacijama, člancima, i snimkama, dok im vanjske produkcijske kuće dobavljaju dokumentarne i igrane filmove i serije. Nakladnici velike tržišne snage imaju bolju pregovaračku poziciju s agencijama i produkcijskim kućama, od koje teoretski mogu imati koristi i mali nakladnici budući da im zbog zabrane diskriminacije u smislu pravila tržišnog natjecanja, agencije i produkcijske kuće moraju svoje usluge davati pod jednakim uvjetima. Kako bi se pomoglo tim malim nakladnicima koji nemaju strane dopisnike i osigurala raznolikost izvora informacija, prijedlog Europske komisije za Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama uključuje pravo preuzimanja kratkih inserata iz televizijskih izvješća o velikim događajima ( Europska unija, *Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama*).

Zaključak do kojeg je došao Mladen Cerovac jest da je „potrebno stvoriti takav zakonodavni okvir u kojem će se jasno razdvojiti materija zaštite tržišnog natjecanja u medijima od zaštite pluralizma i raznovrsnosti medija" (2007: 11). On smatra kako ne treba sprečavati pristup tržištu stranim nakladnicima, već propisima spriječiti zloupotrebu njihove tržišne snage: „U tome značajnu ulogu igraju tržišni regulatori koji moraju biti potpuno neovisni od izvršne vlasti i vlasnika medija" (Cerovac, 2007: 11).

Prema mišljenju Zrinjke Peruško dva su osnovna načina zaštite pluralizma medija: ograničavanje koncentracije ili sprečavanje monopola, kao i osiguravanje izravne ili neizravne subvencije medijima od strane države. U ovo posljednje spada subvencioniranje javnih servisa radi zaštite pluralizma koje može biti ostvareno direktnim financiranjem iz državnog proračuna ili obaveznom pretplatom (2003: 51).

Imajući u vidu komercijalizaciju medija i slabljenje utjecaja javnih servisa, David Ward u svojoj se knjizi okreće pitanju europske komunikacijske politike. On smatra kako je deregulacija audiovizualnog sektora, kroz primjenu principa tržišnog natjecanja, dovela do zanemarivanja važnosti centralnih komunikacijskih institucija, poput sektora javnih medija (2002). Ovu analizu podupire premisa da ako se građanstvo ostvaruje kroz komunikacijske strukture poput medija, neki oblik filozofije javnog servisa mora postojati i u logici nadnacionalne politike i mora biti aktiviran na općeeuropskoj razini više nego na nacionalnoj. Isto tako, takva vrsta javnog servisa mora se temeljiti na demokratskim principima neovisnosti od države i komercijalnih imperativa. Činjenica da veliki broj zemalja članica nema idealan sustav javnih medija, regulatorne parametre i ciljeve, vrlo je relevantna za ovo promišljanje. U svom preispitivanju komunikacijske politike Europske Unije, David Ward prosuđuje akcije Europske komisije na području smanjivanja demokratskog deficita i podrške

demokratskijim strukturama na europskoj razini. Glavni je argument da medijska politika utječe na proces europskog integriranja i da je važno razviti razumijevanje prirode televizijske politike na razini Europske unije i njenu interakciju s politikom na nacionalnoj razini. U knjizi se bavi s tri glavna područja na kojima je Europska unija treba inzistirati:

1) slobodno kretanje televizijskih servisa diljem Europske unije
2) unutarnji pluralizam i pitanje državnih subvencija i financiranja javnih medija te prava svakog pojedinca na pristup kvalitetnom i raznolikom televizijskom servisu
3) vanjski pluralizam na zajedničkom europskom tržištu i pravo pojedinca na pristup širokom spektru izvora informiranja.

(Ward, 2002)

U vrijeme dok je komercijalni medijski sektor sve više rastao, Europska komisija postajala je sve svjesnija nesposobnosti tog sektora za ostvarivanje javne funkcije i ciljeva socijalne politike koji su postavljeni pred europske medije. Zato Europska komisija kontinuirano naglašava važnost održavanja struktura javnih medija. Prijetnja od ekspanzije i rasta velikih medijskih međunarodnih kompanija koje će biti vrlo teško, ako ne i nemoguće regulirati na razini Europske Unije, vrlo je realna. Konstantni nedostatak volje za transferom regulatornih mehanizama s nacionalnih na europski nivo ostavlja pukotinu između nacionalne i europske regulacije koja tehnički dopušta kompanijama da zaobiđu neke regulatorne zahtjeve.

Postoje dvije inicijative koje je Europska komisija pokušala razviti. Jedna se odnosi na uspostavljanje direktive koja bi se bavila medijskim vlasništvom i pluralizmom te maksimalnom koncentracijom vlasništva na tržištima, a druga bi se bavila pitanjem spajanja medija, za što postoji posebna regulacija koja nastoji osigurati raznolikost aktera na individualnim nacionalnim tržištima.

Direktiva i regulacija trebale su biti inkorporirane u nacionalne i europske zakone koji bi Komisiji osigurali važniju ulogu. U tome Komisija do sada nije imala podršku zemalja članica koje nisu prepoznale potrebu za razvoj političkih instrumenata za ograničavanje vlasništva. One su uglavnom podupirale velike medijske kompanije u čijem interesu nije bilo usvajanje paneuropske regulative o vlasništvu. Budući da to pitanje još nije riješeno, moguće je da će mu se Europska komisija još jednom vratiti.

# 5. POVIJESNI OKVIR

## 5.1. Zajedničke politike Europske unije

Početak europskog povezivanja nakon Drugoga svjetskog rata svoje je povijesne razloge imao u nastojanju da se onemogući ponavljanje ratnih strahota koje su zahvatile europske zemlje u dva svjetska rata tijekom dvadesetog stoljeća.

Idejni tvorac bio je francuski strateg i stručnjak Jean Monnet, koji je iznio prijedlog da se uspostavom kontrole nad Ruhrskom oblasti i stavljanjem francuske i njemačke proizvodnje ugljena i čelika pod zajedničku upravu tzv. Visokog povjerenstva, u budućnosti spriječi nastajanje novog sukoba između Njemačke i Francuske. Taj je prijedlog prvi puta iznio francuski ministar vanjskih poslova Robert Schuman u svom govoru 9. svibnja 1950. godine. Taj se govor naziva Schumanovom deklaracijom i slavi se kao rođendan Europske unije. Gospodarska je suradnja dovela do širenja suradnje i na mnoga druga područja pa je današnja Europska unija, osim za uspostavu i regulaciju zajedničkog tržišta, nadležna i za brojne druge politike kao što su kultura, obrazovanje, zaštita zdravlja ili ono što je za ovaj rad najzanimljivije, mediji i informacijsko društvo.

Zajedničke europske politike obuhvaćaju sva područja ekonomskog, monetarnog, razvojnog, sigurnosnog i općedruštvenog značaja u kojima su zemlje članice dio svoga suvereniteta prenijele na Europsku uniju.

<u>Zajedničke su politike Europske unije:</u>

1) audiovizualna politika i mediji
2) borba protiv prevara
3) carinska unija
4) ekonomska i monetarna pitanja
5) energetika
6) informacijsko društvo
7) institucionalna pitanja
8) istraživanja i inovacije

9) javno zdravstvo
10) kultura
11) ljudska prava
12) obrazovanje, izobrazba, mladi
13) oporezivanje
14) poduzetništvo
15) poljoprivreda
16) pomorstvo i ribarstvo
17) pravda, sloboda i sigurnost
18) promet
19) proračun
20) proširenje
21) regionalna politika
22) sigurnost hrane
23) vanjska trgovina
24) tržišno natjecanje
25) unutarnje tržište
26) vanjska i sigurnosna politika
27) vanjski odnosi
28) zapošljavanje i socijalna pitanja.

Kao što smo već rekli, među zajedničke politike pripada i audiovizualna politika i mediji, koja se bavi ne samo usklađivanjem medijskog zakonodavstva, već i zajedničkim medijskim tržištem bez granica, kao i poticanjem europske medijske kulturne, filmske i ostale produkcije.

Audiovizualna politika tretira se kao samostojeća politika unutar drugih politika Europske unije. Sve mjere audiovizualne politike usmjerene su k prevladavanju

rascjepkanosti europskog audiovizualnog prostora, uz očuvanje različitosti europskih kultura, društava, tradicije i povijesti. Termin „politika" u audiovizualnom sektoru prvi se puta pojavljuje 1984. u kontekstu slobode protoka informacija i prava na informiranje kao temeljnog ljudskog prava te u kontekstu moguće ugroženosti tih prava zbog ubrzane komercijalizacije radiodifuznih medija. Prema definiciji Josepha Trappela, „medijska politika Europske dio je ukupnih ekonomskih ciljeva Unije" (1996: 70–82). Osnovna pozadina europske medijske politike su četiri slobode iz Acquis Communitairea, a to su: slobodni protok roba, ljudi, usluga i kapitala, pri čemu se televizijska difuzija tretira kao usluga (Trappel, 1996: 70–82).

Audiovizualni sektor ima jednu od ključnih uloga u razvoju Europske unije zbog svog kulturnog učinka u najširem smislu. Zbog razvoja tehnologije dosadašnje razdvojene aktivnosti, kao što su film, video, radiodifuzija i elektronička industrija, prerasle su u područje koje se naziva audiovizualnim sektorom. No, u doba kada se stvarala Europska unija, područje audiovizualnih medija nije bilo definirano kao zasebna politika. Međutim, tijekom desetljeća audiovizualna politika postupno se proširivala i produbljivala među zemljama članicama s povećanom suradnjom na svim ostalim planovima, a u skladu s izazovima koje je donio razvoj komunikacijskih tehnologija.

Audiovizualni sektor uključuje različite interese, od komercijalnog preko interesa kulturne različitosti, javnog servisa, ali i socijalne odgovornosti. Iako i danas svaka Vlada određuje svoju vlastitu audiovizualnu politiku, EU određuje pravila i smjernice prema zajedničkom interesu, poput otvorenih granica zemalja članica i prava na tržišno natjecanje. David Ward u tome je kontekstu zaključio:

> Inicijalni impuls za medijsku politiku na europskoj razini bila su optimistična očekivanja članova Europskog parlamenta, kao i dužnosnika Europske komisije i ostalih aktera kojima je u interesu bila bliža suradnja unutar Europske unije, tj. kulturna i politička integracija. Ubrzo je međutim razmišljanje o europskoj medijskoj politici postalo prvenstveno ekonomsko.
>
> (2002: 6)

Što se tiče europske integracije, European Broadcasting Union (EBU), pan-europska organizacija javnih medija osnovana 1950., promovirala je profesionalnu suradnju među medijima, kao i međunarodnu razmjenu programa. Temelj zajedničke audiovizualne i medijske politike nalazi se u odredbama Rimskog ugovora iz 1957., kao i u Jedinstvenom europskom aktu iz 1986. Riječ je o člancima Rimskog ugovora koji govore o slobodnom protoku roba što uključuje i audiovizualne proizvode (članci 9., 12., 30., 31.), slobodnom

kretanju radnika, pravima na nastanjivanje i slobodne ponude usluga (članci 48. i 66.), pravima konkurencije (članci 85. i 86.), podršci iz javnog proračuna, tehničkoj harmonizaciji (članak 100A), kao i proceduri u slučaju manjkavosti obveza iz Rimskih Ugovora (članak 169.).

Polazna osnova za djelovanje EU-a u audiovizualnoj politici jest članak 167. Glave XII Temeljnog ugovora o funkcioniranju EU-a, koji glasi: „ EU će poticati razvoj kultura zemalja članica, dok će, poštujući njihovu nacionalnu i kulturnu raznolikost, stavljati u prvi plan zajedničko kulturno naslijeđe" (European Union, 2012). Akcije Unije trebale bi biti usmjerene na ohrabrivanje suradnje između zemalja članica i, ako je potrebno, na poticanje i nadopunjavanje djelovanja na sljedećim planovima:

1) poboljšanje znanja, širenje kultura i povijesti europskih naroda
2) očuvanje kulturnog naslijeđa europskog značaja
3) nekomercijalna kulturna razmjena
4) umjetnička i kreativna kreacija, uključujući i audiovizualni sektor

European Union, 2012)

Područjem audiovizualne politike unutar Europske komisije bavi se Opća uprava za obrazovanje i kulturu. Druge institucije aktivne na području audiovizualne politike su:

1. Vijeće EU: Vijeće za obrazovanje, mlade, kulturu i sport (EYCS) (http://www.consilium.europa.eu/hr/council-eu/configurations/eycs/)
2. Europski parlament: Odbor za kulturu i obrazovanje, http://www.europarl.europa.eu/committees/cult_home_en.htm
3. Europski audiovizualni opservatorij, https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home

Za audiovizualno područje Unije nadređeno je nekoliko Generalnih direkcija: DG 1 – vanjski poslovi, DG III – unutrašnje tržište, industrija i usklađivanje pravnih normi, DG IV – konkurencija, DG X – informacije, komunikacije, kultura; DG XIII – telekomunikacije, informacijske industrije i inovacije. DG X – Informiranje, komuniciranje i kultura, nadležan je za strategiju zajednice u području audiovizualnog dijela medijskih industrija (televizija, film, video). Inače, audiovizualna politika u okviru širih aktivnosti na razvoju kulture u Europskoj uniji obuhvaća proizvodnju i distribuciju programa te razvoj tehnologija proizvodnje i distribucije. Za posljednje je nadležna DG XII – telekomunikacije, informacijske industrije i inovacije, gdje su smještena sva pitanja vezana za komunikacijske i

informacijske tehnologije (radio i TV difuzija, satelitski i kabelski sustavi kompjutorska tehnologija, kao baza multimedijskih tehnologija) (Peruško Čulek, 1999: 131).

Ugovorom iz Maastrichta, koji je potpisan 7. veljače 1992., a stupio je na snagu 1. studenog 1993., člankom 128. u kulturnu se proizvodnju ubraja audiovizualna produkcija, čime se audiovizualni sektor označava kao šire područje od ekonomskih i industrijskih ciljeva zajedničkog tržišta.

Europska je unija od svoga nastanka, a osobito od osamdesetih godina prošlog stoljeća, posebnu pažnju posvećivala podršci i promociji javnih radija i televizija nasuprot trendovima komercijalizacije i medijske koncentracije. Ta je podrška potvrđena Protokolom o sistemu emitiranja javnih medija u zemljama članicama uz Ugovor iz Amsterdama koji je prihvaćen 2. listopada 1997., a stupio na snagu 1. svibnja 1999. U njemu su zemlje članice usuglasile stav o važnosti sustava javnih medija:

> Uzimajući u obzir da su sustavi javnih medija u zemljama članicama u direktnom odnosu prema demokratskim, socijalnim i kulturnim potrebama svakog društva i imaju važnu ulogu očuvanja medijskog pluralizma, složili smo se oko interpretativnih odredbi koje trebaju postati dio Ugovora kojim je osnovana Europska unija.

(European Union, 1997)

Protokolom je određeno i da svaka zemlja članica unutar vlastitog zakonodavstva regulira emitiranje javnih medija pri čemu ih može i financirati, ako to financiranje služi ispunjavanju njihove javne funkcije u općem interesu i ako to financiranje ne ugrožava konkurenciju, odnosno, komercijalne medije na tržištu.

Godine 1992. osnovan je European Audiovisual Observatory čiji je zadatak da sakuplja i distribuira informacije o audiovizualnoj industriji u Europi. Radi se o tijelu europskog javnog servisa kojeg čini 36 zemalja članica i Europska unija, koju predstavlja Europska komisija. To tijelo funkcionira unutar zakonodavnog okvira Vijeća Europe i surađuje s velikim brojem partnerskih i profesionalnih organizacija vezanih uz audiovizualnu industriju, kao i s mrežom dopisnika. Osim sudjelovanja na konferencijama, ostale važne aktivnosti su izdavanje godišnjaka, novosti i izvješća, stvaranje kompilacija i baza podataka, kao i pružanje informacija preko internetskog portala: (European Audiovisual Observatory, http://www.obs.coe.int/).

Za nadziranje provedbe audiovizualne politike Europske unije nadležna su neovisna regulatorna tijela na nacionalnoj razini, koja su svake dvije godine obvezna podnijeti Komisiji izvješće na temelju nacionalnih podataka. Nakon toga, Komisija oblikuje zajedničko izvješće koje pokazuje do koje su mjere zemlje članice primijenile navedene odredbe.

## 5.2. Vijeće Europe i mediji

Temelj za razvoj audiovizualne politike Europske unije, koja se počela razvijati u pravu medijsku politiku tek početkom devedesetih, velikim dijelom bili su već uspostavljeni standardi Vijeća Europe.

Vijeće Europe/Council of Europe osnovano je 5. svibnja 1949. godine na osnovi Sporazuma zaključenog u Londonu, s ciljem ujedinjenja europskih država. Statut Vijeća stupio je na snagu u kolovozu iste godine, a tada je održan i prvi sastanak u Strasbourgu koji je odabran kao njegovo sjedište (Vijeće Europe, https://www.coe.int/hr/web/about-us/who-we-are).

Hrvatska je postala članicom Vijeća Europe u studenom 1996. jer prije '90-e niti jedna zemlja istočnog bloka to nije mogla postati budući da nije ispunjavala osnovne uvjete za članstvo. Temeljna načela djelovanja Vijeća Europe sadržana su u Statutu Vijeća Europe, dok se osnovni cilj organizacije temelji na Europskoj konvenciji o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda. Prema Statutu Vijeća (koji je tijekom povijesti više puta mijenjan), cilj je Vijeća djelovanje usmjereno prema većem jedinstvu država članica radi očuvanja i ostvarenja zajedničkih načela i ideala, koji su njihovo zajedničko dobro, i radi olakšavanja njihovog ekonomskog i socijalnog progresa.

Vijeće Europe povezuje ulogu medija s konceptom stvarnosti i konceptom slobodne političke debate, koji je također u središtu koncepta demokratskog društva. Jedna od važnih temeljnih ideja Vijeća bila je i promocija kulturne različitosti. U provođenju te ideje, Vijeće Europe rukovodilo se Člankom 10. Europske konvencije o ljudskim pravima i temeljnim slobodama: „Svatko ima pravo na slobodu izražavanja, što uključuje slobodu na vlastito mišljenje, pružanje i primanje objektivnih informacija i ideja, bez miješanja javnih vlasti i bez obzira na granice" (Council of Europe, 1950). Ovaj članak, međutim, ne sprečava države članice da zahtijevaju dozvole za emitiranje medija, televizija ili filmskih poduzeća. Isto tako, te slobode trebaju biti u skladu sa dužnostima,odgovornostima i ograničenjima propisanim zakonom.

Vijeće Europe veliki dio svojih aktivnosti posvećuje ulozi medija u demokratskom društvu, a osim naglaska na pravo na informiranje, ističe upravo kulturnu dimenziju medija. Jedan od ključnih dokumenata je i Europska kulturna konvencija, potpisana u Parizu 19. prosinca 1954. Prvi članak Europske kulturne konvencije ističe kako svaka zemlja potpisnica treba „poduzeti adekvatne mjere kako bi čuvala i ohrabrila razvoj svog nacionalnog doprinosa zajedničkom kulturnom naslijeđu Europe" (Council of Europe, 1954). Medijska politika Vijeća Europe bavi se i pitanjima medijske koncentracije, novinarskih sloboda, prava pristupa informacijama, javnim emitiranjem, proizvodnjom, distribucijom i marketingom audiovizualnih djela, prekograničnom televizijom, zaštitom djece od nasilja i pornografije u medijima.

Za provođenje zakona koji se bave zaštitom informacijskih i medijskih sloboda zadužen je Europski sud za ljudska prava (European Court for Human Rights). Ovaj sud štiti i medijske slobode, a njegove odluke obvezne su za sve države potpisnice Konvencije. Članak 10., osim slobode, propisuje i određena ograničenja toj slobodi, a osim toga, i sudska praksa je definirala prihvatljive dosege ograničenja slobode izražavanja u pojedinim slučajevima (Council of Europe, 1950). Ta ograničenja moraju se definirati zakonom svake zemlje članice.

Vijeće Europe 1982. objavilo je Deklaraciju o slobodi izražavanja i informiranja. Ova Deklaracija funkcionira kao europska medijska povelja kojom se teži zaštiti medijske slobode. Također sadrži smjernice zemljama članicama za nacionalne medijske politike, ali istovremeno izražava principe i temeljne vrijednosti europskih demokracija (Council of Europe, 1982). U članku 11. ove Deklaracije naznačeni su ciljevi medijske politike koju su države članice formulirale i koju promiču preko Vijeća Europe:

- zaštita slobode informiranja i izražavanja u skladu sa stavkom 1. članka 10. Europske konvencije o ljudskim pravima.
- odsutnost cenzure ili bilo kakve arbitrarne kontrole i ograničenja na sudjelovanje u informacijskom procesu, medijskom sadržaju, emitiranju ili diseminaciji informacija
- razvoj otvorenih informacijskih politika u javnom sektoru, uključujući pristup informacijama i mogućnost da svi pojedinci slobodno sudjeluju u raspravi o političkim, društvenim, ekonomskim i drugim pitanjima
- pristup infrastrukturi za emitiranje
- promocija međunarodne suradnje i pomoći preko javnih i komercijalnih kanala radi podupiranja slobodnog protoka informacija i poboljšanja komunikacijskih infrastruktura i stručnosti.

(Council of Europe, 1982)

O standardima i smjernicama za politiku informacijskih i medijskih sloboda odlučuje Komitet ministara (Committee of Ministers), kao i Parlamentarna skupština. Medijima se bavi Komitet direktora za medije masovne komunikacije (CDMM), na osnovu članka 10. Europske konvencije o ljudskim pravima, dok je za ostvarenje Kulturne konvencije osnovan Savjet za kulturnu suradnju (CDCC). Nakon 1981. bavljenje medijima prebačeno je na Direktorat za ljudska prava, da bi nakon 1987. oni postali zasebno područje aktivnosti.

Od 1982. nadalje Vijeće Europe imalo je važnu ulogu prilikom iniciranja novih principa za paneuropsko emitiranje. Postojale su i određene nesuglasice s Europskom komisijom. Naime, Vijeće Europe više se brinulo o pravima manjih država i spomenutoj kulturnoj politici, dok se Europska komisija fokusirala na ekonomski aspekt medija.

Komitet direktora za medije masovne komunikacije ima mandat za razvijanje suradnje između zemalja članica u području masovnih medija „radi razvijanja slobode izražavanja i informiranja u pluralističkom demokratskom društvu, kao i slobodnog protoka informacija i ideja te podupiranja pluraliteta nezavisnih i autonomnih medija koji održavaju različitost stavova i kultura" (Džinić, 2014).

Medijima se bavi i Steering Committee on Media and New Communication Services (CMDC/CDMSI) koji pokriva široki raspon pitanja od paneuropskog značaja: slobodu izražavanja i informiranja, medijsku koncentraciju i pluralizam, nezavisnost regulatora radijskih i televizijskih medija, promociju tolerancije i borbu protiv širenja mržnje, posljedicama novih komunikacijskih tehnologija itd. CMDC okuplja eksperte koji predstavljaju različite zemlje članice Vijeća Europe sa zainteresiranim promatračima iz zemalja nečlanica te međuvladinih i nevladinih organizacija. Objavljuje zakonske tekstove i informativne priručnike, organizira konferencije i seminare koji omogućuju zemljama članicama razmjenu informacija i iskustava (Concil of Europe, https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/cdmc).

## 5.3. Povijest stvaranja zajedničke medijske politike Europske unije

Iako se smatralo da je koherentna zajednička politika Unije definirana tek 1990., počeci njenog stvaranja bili su vezani su uz aktivnosti Europske komisije, Vijeća ministara i Europskog parlamenta početkom 1980-ih.

Kao što je već rečeno, tada dolazi do komercijalizacije elektroničkih medija i brisanja nacionalnih granica pojavom kabelske i satelitske televizije. Zbog toga je većina nacionalnih

medijskih politika napravila odmak od etablirane paradigme javnog servisa prema multikanalnom medijskom sustavu koji se financirao uz pomoć reklama, a koji je sve više podsjećao na sustave u Sjedinjenim Američkim Državama. Zbog revolucije novih medija, koja je bila dio šire tehnološki izazvane „informacijske revolucije, dolazi do napuštanja monopola javnih servisa. Istovremeno, prepoznata je važnost i uloga radiodifuznih medija u procesu europske integracije i poticanja zajedničkog identiteta, koja je naglašena u Rezoluciji Europske komisije 1981. godine" (Official Journal of European Communities, 1981: 74–81).

I reformirani Europski parlament podržao je ideju stvaranja zajedničkoga medijskog tržišta. Ubrzo su dva zakonska prijedloga o medijima stavljena na raspravu u Europski parlament. Prvi se odnosio na prijetnju medijskom pluralizmu zbog uvođenja i rasta komercijalnog sektora, a drugi na ulogu radija i televizija u Europskoj zajednici te načinu na koji njihovo demokratsko djelovanje može doprinijeti potpori legitimnosti europskih institucija. Što se ovog drugog tiče, pitanje televizija postavljalo se u kontekstu prihvaćene važnosti odnosa između televizije i demokracije. Dakako, govorilo se i o mogućnostima koje se otvaraju promjenama televizijskih struktura, osobito uvođenjem satelita koji su omogućili televizijsko pokrivanje cijelog teritorija zemalja tadašnje Europske zajednice. Uzimajući u obzir tu činjenicu, Europski parlament konstatirao je nedostatak legitimnih veza a europskom publikom i osvijestio potencijal paneuropskog emitiranja, kojim bi se mogao ublažiti manjak upotrebljivih struktura za javni angažman europskih građana.

Član Europskog parlamenta, Wilhelm Hahn, dobio je zadatak da napravi izvješće o mogućnostima koje je pružao novi satelitski sustav, s ciljem stvaranja programa koji bi se simultano emitirao u zemljama članicama Europske unije. U svom izvješću iz 1982. Hahn je iznio niz preporuka za uspostavljanje jedinstvenoga paneuropskog kanala, dok je u satelitskoj tehnologiji vidio mogućnost reorganizacije medija u Europi i brisanja granica između nacionalnih televizijskih mreža. U njegovom izvješću iznesen je i veliki broj primjedbi koji se odnosio na nedostatke europskih institucija u odnosu na europsku publiku. Jedna je od najvažnijih sugestija glasila da europske institucije i politička pitanja, kojima se bave na europskom nivou, nisu niti dovoljno niti na pravi način predstavljena građanima Europske unije preko nacionalnih medija i mehanizama. Zbog toga je postojala potreba za medijskim strukturama koje bi se direktno obraćale europskoj publici, zaobilazeći nacionalne filtere (Hahn, 1982). Iz preporuka sadržanih u Hahnovu izvješću nastale su dvije opcije za razvoj paneuropskog televizijskog servisa koje je trebala razmotriti Europska komisija. Prva opcija bila je stvaranje nezavisne satelitske televizijske kompanije sa svojom vlastitom produkcijom

i potpunom nezavisnošću od nacionalnih medija. Druga je pak bila formiranje televizijskog kanala koji bi se temeljio na izvorima postojećih nacionalnih televizijskih kuća, s centralnim uredništvom i ograničenim brojem zaposlenih koji bi birali programe nacionalnih televizija (onih koji su se bavili određenim europskim temama) (Hahn, 1982).

Europska komisija (Commission of the European Communities) objavila je publikaciju „Realities and Tendencies in European Television: Perspectives and Options" 1983. u kojoj detaljno iznosi plan osnivanja predloženog TV kanala, osobito u svjetlu nove satelitske tehnologije i mogućnosti „prelijevanja" programa preko državnih granica (Commission of the European Communities, 1983).

Eurikon i Europa

Kao rezultat rezolucija Europskog parlamenta i Europske komisije, organiziran je pilot-projekt, što ga je preporučio Hahn. Radilo se o satelitskom kanalu s nezavisnom produkcijom i uredništvom, pri čijem je osnivanju European Broadcasting Union (EBU) igrao glavnu ulogu.

EURIKON je pokrenut kao eksperimentalni satelitski program 1980. i emitirao se preko Eutel Sat-a (European telecommunication satelite organization) i preko OTS-a (Orbital Test Satelite), a trajao je pet tjedana. Iako je bio emitiran pred širokom publikom, izazvao je negativne reakcije (Collins, 1993: 162–175). No, nakon eksperimentalnog emitiranja, organiziran je i kompletan televizijski servis na istim principima pod nazivom EUROPA. Počeo je emitirati u listopadu 1985. i trajao je do studenog 1986. Financirao se iz različitih izvora, uključujući i direktno financiranje od strane Europske komisije i danske Vlade. Projekt se sastojao od pet javnih servisa (ARD Njemačka, RTE Irska, RAI Italija, RTP Portugal, NOS Nizozemska). Potresali su ga financijski problemi i međunarodne nesuglasice. Propast ovog kanala imala je svoje razloge u financiranju, kao i u odsutnosti važnih javnih servisa, poput BBC-a ili Francuske televizije, jer nisu željeli sudjelovati u stvaranju njegovih programa. Kombinacija ovih faktora imala je ključan utjecaj na europsku komunikacijsku politiku pa je rani idealizam, kojim je bio inspiriran Europski parlament, uskoro prešao u mnogo manje ambiciozne prijedloge na planu europskih medija.

Imperativ za uspostavu paneuropskoga audiovizualnog prostora suradnjom nacionalnih javnih servisa nestao je sa zatvaranjem kanala EUROPA, krajem 1986. godine. Nakon godinu dana emitiranja, kanal se zatvorio zbog financijskih poteškoća i nedostatka

publike. Bio je to presudni trenutak kada se napustila ideja o stvaranju zajedničkog, paneuropskog programa kroz suradnju javnih servisa ili u bilo kojem drugom obliku, preko organizacije EBU-a. Umjesto toga, napori Europske komisije za uspostavljanje veće suradnje na zajedničkom europskom tržištu usmjereni su ka komercijalnom sektoru. Rastući broj dostupnih programa preko satelita i kabelske televizije, kao i sve veći broj komercijalnih televizija koje su međusobno funkcionirale prema logici tržišnog natjecanja, imao je i dodatnu prednost: države više nisu morale snositi troškove izgradnje budućih struktura.

Kulturni i politički argumenti koji su bili glavna podrška javnim servisima ostali su isti, međutim, regulacija je počela slijediti razvoj tehnologije i tržišta. Domet nacionalnih regulatornih struktura sada se mogao mjeriti homogenizirajućim utjecajem internacionaliziranih medijskih tržišta. Sve to vodilo je k razvoju koji su nazivali paradigmatskim pomakom, piše Wolfgang Hoffmann-Riem. Taj je pomak uključivao:

1) trend prema ukidanju monopola javnog servisa, otvaranje vrata novim privatnim komercijalnim medijima u medijski sektor
2) ukidanje obveza javnog servisa za novi komercijalni sektor, odnosno postavljanje minimalnih obveza koje nisu u konfliktu sa zahtjevima profita
3) krizu efikasnosti regulacije kao rezultat novih mogućnosti da se izbjegne nacionalna regulacija (tj. da dođe do deregulacije)
4) suprotstavljanje doktrini javnog servisa s pojmom suverenosti potrošača, odnosno shvaćanja gledatelja kao konzumenta, a ne građanina, uz što ide i prihvaćanje prioriteta slobodnog tržišta
5) komodifikaciju medija (s programima na koje se gleda kao na proizvode tržišta), tj. nastojanje da se na medijski sektor gleda kao na bilo koji drugi ekonomski sektor
6) razliku između zemalja i zapitkivanje o budućnosti javnih servisa, kao i njihove legitimnosti, financiranja i orijentacija unutar nove paradigme.

(Hoffmann-Riem, 1986: 125–146)

Medije se sve više počelo tretirati kao industriju ili sferu komercijalnih pothvata, čime postupno prestaje monopol javnih servisa koji je prevladavao u svim zemljama tadašnje Europske zajednice. Kao što je već rečeno, naglo se počeo povećavati broj privatnih, nezavisnih medija i lokalnih radio stanica, a nakon toga i televizijskih mreža. Zemlje članice počinju donositi nacionalne zakone koji reguliraju komercijalne medija.

Napuštanjem ideje o stvaranju javnog servisa na razini Europske unije, paralelno se razvijala inicijativa za Direktivu o televiziji bez granica, koja je postala centralni instrument za promociju međunarodnog emitiranja programa.

U sljedećoj Rezoluciji Europske komisije iz 1984. određene su i aktivnosti za postavljanje temelja audiovizualne politike. Cilj je bila harmonizacija nacionalnih regulativa i sprečavanja dominacije isključivo ekonomskih motiva u ovom području koje se počelo naglo komercijalizirati (Official Journal of European Communities, 1984b: 212). Te je godine Europski parlament zatražio Komisiju da donese tzv. „Zelenu knjigu" za audiovizualno područje, kojom bi se stvorilo okvirna pravila za reguliranje satelitske difuzije (Official Journal of European Communities, 1984a).

Zelena knjiga „Televizije bez granica"

Europska komisija objavila je Zelenu knjigu „Televizije bez granica" 1984. godine, koja je vjerojatno bila prvi značajniji pokušaj rješavanja pitanja emitiranja na europskoj razini, unutar jurisdikcije Europske unije.

Zelena knjiga bavila se uspostavljanjem legalnog i političkog okvira za akcije Unije unutar audiovizualnog sektora i predstavljala je zakonski temelj za poticanje razvoja zajedničkog tržišta audiovizualnih proizvoda. Osim toga, na preko tristo stranica ovaj je dokument dao pregled radiodifuznog područja zemalja Europske Unije, i to s tehničkog, kulturnog, društvenog, ekonomskog i pravnog stajališta. Osnovna intencija bilo je stvaranje jedinstvenoga europskog medijskog tržišta. Najvažnije pitanje u tom smislu bilo je pitanje marketinga, odnosno prekograničnog oglašavanja, dok se kulturnom politikom ovaj dokument bavio tek u općim crtama. S jedne strane, to je trebao biti motor razvoja u komercijalnom sektoru i glavni izvor prihoda za nove kanale, dok je s druge trebao ukloniti razlike u pravilima oglašavanja koja su postojala u različitim zemljama članicama i predstavljala glavnu prepreku stvaranju zajedničkoga medijskog tržišta.

Zelena knjiga o „Televiziji bez granica" zalagala se za minimum regulacije, odnosno dnevni maksimum od 20% reklama, što je bilo najbliže situaciji u jednom od dotada najliberalnijih režima, u Luksemburgu. Takav je pristup trebao omogućiti komercijalnim medijima da se natječu s javnim servisima koji su dobivali javnu potporu, tj. pretplatu. Ova je knjiga također odobravala i sponzorstva kao drugi oblik prihoda, sve dok se sponzori nisu miješali u sadržaj programa.

Veliki broj europskih parlamentaraca izražavao je zabrinutost zbog nedostatka kulturne komponente u Zelenoj knjizi, kao i odsustva protukoncentracijskih mjera (Wagner, 1994: 114, 115).

Osim harmonizaciji zakonodavstva (npr., reklamiranju), u Zelenoj knjizi velika pozornost posvećuje se i pitanjima kao što su nacionalna sigurnost i zaštita privatnosti, prava na odgovor, zaštita maloljetnika, zaštita autorskih prava i slično. Ovaj je dokument bio osnova za buduću Direktivu o televiziji bez granica, koja je postala temeljni zakon za razvoj zajedničkog audiovizualnog prostora Europske unije.

Ono što je bitno jest da je pojam europskog građanstva i demokracije zamijenjen je pojmom očuvanja nacionalnih kultura i nacionalnih institucija javnih medija, za koje se smatra da podupiru kulture i nacionalni identitet zemalja članica. Umjesto brige za promociju politika koje bi se aktivno pozabavile pitanjem nedostatka demokratskog legitimiteta, Europski parlament sve se više koncentrirao na pitanje kulturnih europskih kvota. Cilj je bila zaštita nacionalnih tržišta od uvoza američkih programa (Garnham, 2000).

Tadašnje kreatore europske medijske politike, osim komercijalizacije sadržaja, najviše je brinuo gubitak kulturne raznolikosti u kojoj će manje zemlje biti podložne medijskoj kolonizaciji od strane većih susjeda kao i izloženost kulturnoj invaziji Sjedinjenih Država. Tako su kulturni motivi vrlo brzo bili pomiješani s lajtmotivom konkurentnosti na svjetskom tržištu. Naime, dužnosnici Europske komisije bili su itekako svjesni konstantnoga trgovinskog deficita europskih zemalja u razmjeni televizijskih programa, serija i filmova sa Sjedinjenim Državama. Osim toga, povećavao se i nesrazmjer rastućih zahtjeva za novim programima i europskih produkcijskih kapaciteta. Uvoz američkih programa bio je puno jeftiniji od njihove domaće proizvodnje. Europsko tržište bilo je rascjepkano, a u Europskoj komisiji nadali su se da će uklanjanjem tržišnih barijera europski komercijalni interesi profitirati zbog proširenja tržišta.

Direktorati Europske unije zaduženi za audiovizualno područje smatrali su da će se uklanjanjem međusobnih barijera europske zemlje više otvoriti jedna drugoj. Smatrali su da će svoju rastuću potrebu za programima i produkcijom zadovoljiti povećavanjem unutarnje europske razmjene, umjesto pojačane ovisnosti o američkom uvozu. EBU je također prihvatila pozitivne strane integrirane europske medijske zone, ali istovremeno snažno branila princip prema kojem je to tržište trebalo biti regulirano tako da se zaštite javni medijski servisi. I Vijeće Europe bavilo se kulturnim ciljevima medija. Međutim, koliko god da bile važne, aktivnosti ovih organizacija i njihovi dosezi bili su vrlo ograničeni. Stvaranje liberalizacije europskog tržišta bilo je u interesu nacionalnih vlada. Liberalizacija je bila u skladu s deregulacijom koju su već započele neke veće europske zemlje.

Period do objavljivanja Direktive „Televizije bez granica” 1989. karakterizirala su trzanja između različitih interesnih skupina i vlada. Hirsch i Petersen ustanovili su kako su „regionalni autoriteti, opozicijske stranke, komercijalni interesi, multinacionalni mediji i profesionalne organizacije vršili pritisak na svoje vlade kako bi se minimalizirala šteta za njihove vlastite interese” (1992: 42–56). Zadatak Europske komisije bio je izraditi nacrt zakona, dok su o njemu na kraju odlučivali na međuvladinoj razini, točnije, na Vijeću ministara. U razdoblju između objavljivanja Zelene knjige i Direktive trajale su prilično oštre debate među zemljama članicama, osobito na temu sistema kvota. Francuska je inzistirala na uspostavljanju obveze medijima da veći dio emitiranog programa (60 %) bude europskog porijekla kako bi zajednički promovirali europski identitet i kulturu, uz obvezu da 10 % programa bude iz nezavisne produkcije. Tome su se oštro protivili Danci, Britanci i Nijemci. Mnoge javne televizije doživjele su kvota-sistem kao napad na uredničke slobode. S druge strane, brojni lobiji europskih umjetnika, glumaca i producenata podupirali su ideju kvota. Protiv kvota pobunila se i američka Vlada, koja je tvrdila da ugrožavaju njene ekonomske interese. Pitanje europskog protekcionizma postalo je centralnom temom na urugvajskoj rundi pregovora GATTA (General Agreement on Tariffs and Trade) (Hirsch, Petersen, 1992: 42–56). Vijeće ministara, koje se sastalo na Rhodosu 1988., službeno je usvojilo Audiovizualnu politiku kao jednu od kompetencija Unije.

## 6. DIREKTIVA „TELEVIZIJA BEZ GRANICA”

Direktiva o televiziji bez granica konačno je usvojena u listopadu 1989., pri čemu su danski i belgijski ministri vanjskih poslova glasali protiv, dok je dvanaest članica glasalo za i prihvatilo je kvalificiranom većinom.

Direktiva je stupila na snagu 3. listopada 1991., a zemlje članice obvezale su se ugraditi je u nacionalne zakone i regulacije u roku od dvije godine. Direktiva se bavila promocijom, distribucijom i produkcijom televizijskih programa na zajedničkom europskom tržištu. Cilj direktive bio je osiguravanje slobodnog protoka medijskih servisa unutar zajedničkog tržišta i istovremeno očuvanje obveze zaštite javnog interesa, poput kulturne raznolikosti, zaštite potrošača, zaštite manjina i prava na odgovor. Isto tako, namjera joj je bila promovirati produkciju i distribuciju europskih audiovizualnih programa koji moraju imati većinski udio u programima televizijskih kanala.

Direktiva se bazirala na članku 57. i članku 66. Ugovora o Europskoj uniji budući da je primarni zadatak bio slobodno širenje medijskih servisa diljem Europske unije. To je ujedno bio i prvi zakon o televizijskoj difuziji na zajedničkom području Europske zajednice, koji se u preambuli poziva na članak 10. Europske konvencije o ljudskim pravima. Direktiva je bila rezultat kompromisa interesa različitih članica, a u posljednjem trenutku Francuska je gotovo spriječila njeno donošenje zbog smanjivanja prvotnih prijedloga kvota.

Članci 4. i 5.

Ključnima za očuvanje kulturne raznolikosti i poticanje europske produkcije bili su članak 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica.

Prema članku 4. zemlje članice obvezale su se da će emitirati 30 %, a nakon 1992. 60 % europskih programa (izuzimajući vijesti, sportske programe, igre, propagandne programe i teletekst). Članak 5. obvezuje zemlje članice na emitiranje barem 10 % programa iz nezavisne produkcije (koja uključuje i produkciju zemalja koje nisu članice Europske unije, ali su potpisnice Europske konvencije o televiziji bez granica Vijeća Europe). Za provođenje ovih dviju odredaba u zemljama članicama odgovorna je Europska komisija. Zemlje članice obvezne su podnositi izvješće svake dvije godine, uključujući i statističke podatke o ispunjavanju kvota određenim člancima 4. i 5.

Razlog za postojanje kvota, odnosno europeizaciju programa radija i televizija, bio je u činjenici da je pojavom satelita, kabelske televizije i komercijalizacijom elektroničkih medija došlo do nagle amerikanizacije emitiranih programa. O tomu su napravljene brojne studije od kojih smo neke već spominjali. Prema riječima Sestrupa, opći trend bio je „više komercijalizacije, više američkih proizvoda i veća koncentracija tih proizvoda u *primetimeu*" (1989: 29–54). Nekoliko godina kasnije, De Bens i drugi u studiji Euromedia pokazali su da su europski mediji itekako ovisni o američkom uvozu filmova i televizijskih serija. Komercijalni sektor uvozio je dvije trećine, a javni mediji oko 45 % sadržaja (1992).

Koliko su europski mediji postali preplavljeni američkim sadržajima najbolje ilustrira Assises de l'audiovisuel, izvješće iz 1989., u kojem je vidljivo da je od 700 milijuna dolara koje su sve europske zemlje potrošile na američke programe, 228 milijuna potrošila Francuska, Njemačka 151, Italija 85, Britanija 86, a sve ostale 93 milijuna. Ovi rezultati, koji pokazuju da je Francuska u to doba trošila najviše na američke sadržaje, svakako objašnjavaju francusku zabrinutost oko amerikanizacije europske kulture (Collins, 1994: 43).

Zanimljivo je kako su manje zemlje, odnosno javni mediji u Skandinaviji i Nizozemskoj, puno više ovisili o europskim uvoznim serijama. Ostali komercijalni mediji ovisili su o američkom izvozu. Prema tadašnjim podacima, u to je vrijeme na europskom medijskom prostoru cirkuliralo tek 10 % programa koji su proizvedeni u Europi, dok je 40 % filmova i serija bilo američkog porijekla (Peruško Čulek, 1999: 131).

Televizijsko oglašavanje i sponzorstva

Direktiva o televiziji bez granica regulirala je i postotak oglašavanja u ukupnom dnevnom programu radi osiguravanja tržišne utakmice na medijskom tržištu.

Pravila o oglašavanju uključuju:

- vremensko ograničenje na dnevni maksimum od 15 %, odnosno 20 % unutar jednog sata
- procedure za način prekidanja programa reklamama
- etičku dimenziju (koja se osobito odnosi na zaštitu manjina)
- usvajanje zakonskih kriterija koji se tiču reklamiranja alkoholnih pića
- reklamiranje duhana i lijekova na recept je zabranjeno.

U Direktivi se govorilo i o sponzorstvima:

- Direktiva zabranjuje sponzorstva vijesti i političkih programa
- reklamiranje mora biti usuglašeno s javnom funkcijom koju imaju mediji (informativnom, kulturnom i zabavnom), pri čemu sponzori ne smiju utjecati na sadržaj programa i uredničku nezavisnost
- sponzorirani televizijski programi ne smiju poticati na kupnju sponzorovih proizvoda ili usluga

Što se tiče zaštite manjina, zaključeno je:

- programi koji uključuju pornografiju ili ekstremno nasilje su zabranjeni
- ova zabrana odnosi se na sve druge programe koji mogu naštetiti manjinama, ako nisu emitirani u vrijeme kada ih manjine ne mogu vidjeti, tj. ako ne postoje zaštitne tehničke mjere.

O pravu na odgovor zapisano je:

- bilo koja osoba čiji zakonski interesi su ugroženi navođenjem netočnih podataka na televizijskom programu ima pravo na odgovor.
- to pravo mora se odnositi na sve elektroničke medije unutar jurisdikcije pojedine zemlje članice

(Television broadcasting activities: „Television without Frontiers"/TVWF Directive, 1989)

Osim spomenutih mjera, Direktiva je uspostavila princip prema kojemu zemlje članice moraju osigurati slobodu primanja televizijskih signala i ne smiju ograničavati reemitiranje televizijskih programa iz drugih zemalja na svom teritoriju, osim ako oni krše odredbu o zaštiti manjina. Ipak, kako su zaključili Negrine i Papatanassopoulos, konačna verzija Direktive bila je „pobjeda komercijalnih snaga i onih koji su zagovarali antiprotekcionističke politike" (1990).

Za razliku od Konvencije Vijeća Europe, Direktiva je predstavljala obvezujući europski zakon u svim zemljama članicama. Nekoliko godina kasnije unutar GATTA, Leon Brittan (povjerenik za trgovinu) obranio je, na francusko inzistiranje, pravo europskih zemalja na programske kvote i državne dotacije programima. EU je unutar Svjetske trgovinske organizacije postigla i tzv. kulturni izuzetak, što znači da svoja tržišta ne mora otvarati za kulturne proizvode, kao što mora za svu ostalu robu koja se uvozi sa svih strana svijeta.

Dakle, može se zaključiti kako je od 1989. u Zajednici razvijena koherentna audiovizualna politika koja se temelji na tri komplementarna elementa: slobodnoj cirkulaciji programa koji se ostvaruje direktivom „Televizija bez granica", programskoj industriji koja podupire europsko stvaralaštvo programom MEDIA i tehnologiji budućnosti, odnosno televiziji visoke rezolucije HDTV.

Nakon 1994. utjecaj EU audiovizualne politike proširio se i na države članice EFTE (bez Švicarske), koje su prihvatile Direktivu o televiziji bez granica (1989.) i na Europsko ekonomsko područje (EEAA), čije su članice dobile pristup programu Media. Uskoro se područje proširilo i na buduće nove članice Unije. Pitanje medija bilo je visoko na mjestu prioriteta za ispunjavanje kriterija za ulazak u EU. Iste te 1994. godine Martin Bangemann na čelu grupe eksperata sačinio je, prema narudžbi Europske komisije, tzv. Bangemannovo izvješće koje se baziralo na pitanju razvoja „globalnog informacijskog društva" (Bangemann i dr., 1994).

Objavljivanje Bangemannovog izvješća 1994. koincidiralo je s radikalnim restrukturiranjem komunikacijskih industrija koje je zahvatilo i zemlje Europske unije. Izvješće potiče Europsku uniju da više vjeruje tržišnim mehanizmima, kao motivirajućoj snazi koja će voditi zemlje članice prema informacijskom dobu. U preporukama koje je Bangemann dao Europskom vijeću stoji da na europskom nivou moraju biti poduzete akcije koje će ukloniti prepreke tržišnom natjecanju u Europi. Komisija je 1994. godine objavila i Zelenu knjigu, tj. „strateške opcije u jačanju europske programske industrije u kontekstu audiovizualne politike Europske unije", s ciljem planiranja daljnjeg razvoja audiovizualnog sektora i jasnijeg strukturiranja audiovizualne politike (Commission of the European Communities, 1994).

### Amandmani na Direktivu

Daljnja suradnja država članica Europske unije na području medija pokrenuta je Ugovorom iz Amsterdama 1997. godine, nakon čega je uslijedio niz inicijativa i direktiva kojima su definirani uvjeti prijenosa televizijskog programa u državama članicama EU.

Ovaj je aneks Ugovora o Europskoj uniji reafirmirao princip javne televizije. Bila je to deklaracija koja je trebala potvrditi sposobnost suprotstavljanja pritiscima tržišta i izuzimanje kulture iz načela deregulacije koje zastupaju transnacionalne institucije moći. Zbog tehnoloških promjena i sve većeg broja satelitskih, odnosni prekograničnih programa, u

srpnju 1997. Europski parlament i Vijeće usvojili su prvu reviziju Direktive koja je trebala osigurati veću zakonsku sigurnost njene primjene i modernizirati inicijalna pravila. Usvojeni su amandmani koji su trebali osigurati i bolju kontrolu primjene garancija emitiranja sportskih sadržaja, kao i povećanu zaštitu malodobnika od programa koji pokazuju nasilje te od neprimjerenih reklama (Commission of the European Communities, 1995).

Glavne točke promjene bile su:

1) princip jurisdikcije: zemlja članica odgovorna za televizijski kanal određena je lokacijom na kojoj se nalazi sjedište te televizijske kompanije i mjestom na kojem se donose odluke
2) događaji od važnosti za društvo (poput sportskih događaja): revidirana Direktiva određuje uvjete prema kojima se određuju događaji od posebnog značaja za društvo, koji moraju biti emitirani besplatno sveukupnom gledateljstvu; svaka zemlja članica mora sastaviti listu događaja koji moraju biti dostupni u dekodiranoj formi, čak i ako su za njih zakupljena prava od strane plaćenih tv-kanala
3) *teleshopping*: dijelovi programa određeni za *teleshopping* moraju trajati minimalno 15 minuta i moraju biti jasno identificirani. Najveći dnevni broj takvih programa je 8, a svi zajedno ne smiju trajati dulje od tri sata dnevno
4) zaštita manjina: revidirana Direktiva stavlja veći naglasak na zaštitu manjina; prema novim odredbama, zemlja članica mora osigurati razvoj i dostupnost programa za manjine koji moraju biti emitirani u dekodiranoj formi i mora im prethoditi zvučni ili vizualni signal.

(European Parliament, 1997)

Konvergencija

Konvergencija je postala nova fraza kada se govori o novim trendovima u komunikacijskom sektoru Europske Unije.

Mijenjajuća struktura audiovizualne industrije i još specifičnije, digitalizacija kapaciteta za emitiranje, uzrokovala je široku debatu na razini cijele Europske unije o načinu regulacije što ga zahtijevaju novi trendovi u telekomunikacijskoj industriji. Rasprava o konvergenciji imala je bez sumnje važan utjecaj na politiku Europske unije u komunikacijskom sektoru. Raspravom je Generalni Direktorat za informacijsko društvo zakoračio u prostor šireg političkog razvoja (Ward, 2002: 113). Budući da je Direktiva o televiziji bez granica pokrivala samo televizije, a u međuvremenu se broj servisa sličnih televiziji (koji, doduše, ne odgovaraju definiciji televizije) višestruko povećao, već od 2001. godine Direktiva je bila u proceduri nove revizije.

Europska je unija 2003. stavila usluge emitiranja i telekomunikacija pod jedan regulatorni režim poznat kao novi regulatorni okvir (NRF). Razlog uspostave okvira bio je osiguravanje jednakih uvjeta za sve igrače u okolišu, gdje operateri kabelske televizije nude svojim klijentima jednak pristup Internetu (čak i telefonske usluge preko svojih kabela) i tamo gdje operateri za fiksnu ili mobilnu telefoniju mogu nuditi *online* video i usluge emitiranja.

Nakon javnih konzultacija između 2003. i 2005., prijedlog Komisije za novu Direktivu bio je usvojen u prosincu 2005. U njemu je Komisija predložila značajne izmjene postojeće Direktive kako bi uzela u obzir, između ostaloga, učinak multikanalnoga digitalnog emitiranja, promjenu tehnologije i uvođenje novih elektronskih medija, ali i razvoj europskog medijskog tržišta.

## 6.1. Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama (AMU)/ Audiovisual Media Services Directive (AVMS), 2007.

Nakon određenih modifikacija, Europski parlament i Vijeće 11. studenog 2007. usvojili su Direktivu 2007/65/EC kojom se mijenja Direktiva „Televizija bez granica" (TWVF) i preimenuje u „Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama (AMU)/Audiovisual Media Services Directive (AVMS)".

Nova Direktiva stupila je na snagu 19. prosinca 2007. Njome se nije promijenio sadržaj članaka 4. i 5. Direktive „Televizija bez granica", kojima se osigurava da prije svega javni mediji, a onda komercijalni s nacionalnom koncesijom, posvete veći dio vremena svog emitiranja europskim sadržajima (50 %), kao i da najmanje 10 % vremena bude osigurano za nezavisnu europsku produkciju (Official Journal of the European Union, 2007). Te odredbe sada su sadržane u člancima 13, 16. i 17. Članak 13. formuliran je tako da se njime osigura dostizanje ekonomskih i kulturnih ciljeva te tako ojača europska audiovizualna industrija i u servisima na zahtjev. Novina je da se u njemu od zemalja članica zahtijeva da servisi na-zahtjev, koji su pod njihovom jurisdikcijom, „promoviraju, tamo gdje je praktično i na svaki prikladan način, produkciju i pristup europskim djelima" (Official Journal of the European Union, 2007). Uzimajući u obzir specifičnu prirodu ovih servisa, članak 13. fleksibilan je u odnosu na metode njegove primjene.

Za ovu studiju posebno je važna odredba iz teksta pod točkom 3.:

> Audiovizualne medijske usluge u jednakoj su mjeri kulturne usluge koliko su i gospodarske. Njihova sve veća važnost za društva, demokraciju – osobito stoga što osiguravaju slobodu informiranja, različitost mišljenja i pluralizam medija – obrazovanje i kulturu opravdava primjenu posebnih pravila na te usluge.
>
> (Official Journal of the European Union, 2007)

Zbog brzoga tehnološkog razvoja i sve veće dostupnosti nelinearnih servisa (npr. video na zahtjev, *web*-tv, filmovi na mobilnim telefonima), usvojeni su amandmani koji su proširili pravila iz Direktive i na sve vrste audiovizualnih medijskih servisa, bez obzira na tehnologiju koja je upotrijebljena za njihovo emitiranje. Članak 3. Direktive 2007/65/EC obvezuje zemlje članice da ne-linearni servisi, koji su pod njihovom jurisdikcijom, promoviraju produkciju i pristup europskim djelima, jednako kao i linearni mediji, tj. televizije. Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama zemlje članice obvezale su se implementirati do 2009. godine.

Članak 48. Amandmana na Direktivu koji se odnosi na audiovizualne servise na zahtjev, koji imaju potencijala zamijeniti klasičnu televiziju, donosi:

> Oni bi trebali, tamo gdje je praktično, promovirati produkciju i distribuciju europskih djela i na taj način aktivno doprinositi kulturnoj raznolikosti. Podrška europskim djelima mogla bi biti i u formi financijske pomoći takvim servisima, kao i produkciji i otkupu autorskih prava europskih djela. Ta podrška mogla bi se odnositi i na stavljanje barem minimalnog udjela europskih programa u kataloge videa na zahtjev ili u njihove atraktivne prezentacije u elektroničkim programskim vodičima.
>
> (Official Journal of the European Union, 2007)

Dodaje se kako je važno redovito pratiti primjenu ovih odredbi o europskim djelima i na nelinearnim servisima. Kritike iz medijskih i znanstvenih krugova na ovakve odredbe Direktive upozoravaju na formulaciju „tamo gdje je praktično", koja zapravo ne obvezuje zemlje članice da postavlja takve uvjete i sankcionira pružatelje audiovizualnih usluga na zahtjev i preko interneta.

Člankom 33. AVMS Direktive određeno je da Europska komisija, počevši od 19. prosinca 2011., svake tri godine mora podnositi izvješće Europskom parlamentu i Vijeću, kao i Europskom ekonomskom i socijalnom odboru o primjeni ove Direktive. Komisija također može, ako smatra potrebnim, predlagati dodatne mjere prilagodbe razvoju audiovizualnih medijskih servisa, osobito uzimajući u obzir tehnološki razvoj, konkurentnost sektora i razine medijske pismenosti u svim zemljama članicama.

Prvo Izvješće o primjeni nove AVMS Direktive, osobito članaka 13., 16. i 17., koji promiču kulturnu raznolikost i nezavisnu produkciju ne samo na linearnim, već i nelinearnim audiovizualnim servisima, objavljeno je u svibnju 2012, a usvojeno u Europskom parlamentu 2013. Ono obuhvaća razdoblje od 2009. do 2010.

Do sada se Audiovizualna politika i medijska politika EU provodila na četiri načina:

1) kroz regulatorni okvir putem Direktive o audiovizualnim uslugama, koja je usvojena 2007. godine, s ciljem stvaranja jedinstvenog medijskog tržišta za audiovizualne medije; ova direktiva nadopunjuje prvotnu Direktivu o televiziji bez granica iz 1989. i uključuje i preporuke EU-a o zaštiti djece i manjina na internetu te očuvanju europske filmske baštine

2) kroz osnivanje programa financiranja, poput programa MEDIA čiji je cilj potpora širenju europske proizvodnje filmova i televizijskih programa, povećanje njihove cirkulacije u Europi, kao i konkurentnosti na međunarodnom planu; ovaj je program u financijskom razdoblju od 2014. do 2020. zamijenio program „Kreativna Europa" (Creative Europe) s budžetom od 1,8 milijardi eura za poticanje europskog kulturnog, medijskog i kreativnog sektora

3) kroz mjere čiji je cilj promicanje distribucije sadržaja preko interneta i medijskog pluralizma

4) kroz akcije izvan Europske unije u svrhu obrane europskih kulturnih interesa u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji.

Media Program (Measures for the Encouragement of the Development of the Audiovisual Industry**)**

Kao što je već rečeno, dio audiovizualne politike usmjeren je na unapređivanje programske industrije, uz jačanje nacionalnih televizijskih i filmskih sektora.

Što se tiče audiovizualne proizvodnje, osamdesetih godina američki su filmovi prevladavali u europskim zemljama, dok je u Sjedinjenim Državama tek 2 % programa dolazilo iz Europe. Jedino je britanska programska industrija bila uspješna, točnije druga po snazi izvoza televizijskih programa, nakon Sjedinjenih Država. Ta je industrija održavala pozitivan trgovački balans tijekom '80-tih. Francuska, koja je po snazi svoje kinematografije mogla biti veliki izvoznikom filmova, 1989. bila je najveći europski kupac američkih filmova

(Collins, 1994: 90). To se uvelike objašnjavalo glađu francuskih komercijalnih televizija za američkim sadržajima.

Potreba za potporom Europske zajednice filmskoj proizvodnji, kao važnom dijelu audiovizualnog sektora, po prvi je puta izražena u Rezoluciji Europske komisije iz 1983. godine (Official Journal of the European Communities, 1983). S ciljem povećanja konkurentnosti europske filmske i televizijske industrije na svjetskom tržištu 1986. kreiran je program „Media", drugi kamen temeljac audiovizualne politike Europske Unije. Polazeći od toga da nije dovoljno samo osigurati kvote za europske filmove i programe, već je potrebno osigurati i novac za njihovu produkciju, program Media nastao je kao blagi oblik intervencionističke politike s ciljem podrške europskoj audiovizualnoj produkciji i distribuciji. Aktivnosti su započele 1988., a 1990. godine završila je eksperimentalna faza s prvom grupom projekata „Media programmes", koji su davali financijsku potporu proizvodnji kvalitetnih programa i filmova te njihovoj distribuciji u svijetu.

Upravo je razvoj audiovizualnog sektora nakon zaključaka Vijeća iz 1988. postao prioritet na području kulturnih aktivnosti, dok je sektor knjiga i obrazovanja u kulturnom sektoru ostao iza njega (European Communities, 1988). Sve se veća pozornost otada pridaje i razvoju tehnologije.

Na osnovi tih iskustava stvoren je program aktivnosti Media 95, kao petogodišnji program potpore audiovizualnoj aktivnosti od 1991. do 1995. Drugi je bio Media II, za razdoblje od 1996. do 2000. Ovaj program djelovao je s Audiovizualnom Eurekom i programom Euroimages[1] Vijeća Europe. Program je naglašavao tri područja prioriteta: obrazovanje europskih stručnjaka, razvoj produkcija namijenjenih europskom i svjetskom tržištu, kao i transnacionalnu distribuciju europskih filmova i nacionalnih programa. Osnovni cilj bio je pomoći tvrtkama na europskom audiovizualnom tržištu. Treći je Media program trajao od 2001. do 2006. Bio je podijeljen u dva potprograma: Media Plus s proračunom od 453,6 milijuna eura, čiji je cilj bio podupiranje proizvodnje i distribucije europskih audiovizualnih djela, te Media Training s proračunom od 59,4 milijuna eura, čiji je cilj bio unapređivanje obrazovanja na području upravljanja medijima i razvoja multimedijalne tehnologije. Međutim, financijska sredstva za proširenje audiovizualnoga sektora mogla su se

[1] Paneuropski fond Vijeća Europe za potporu koprodukcija i distribuciju filmskih i audiovizualnih ostvarenja, osnovan 1988., danas ima 34 članice.

dobiti od Europske investicijske banke (EIB), dugoročnog izvora financiranja europskih programa.

Analize su pokazale da postoji nekoliko osnovnih problema u industriji proizvodnje audiovizualnih programa. Jedan je trgovinski deficit prema SAD-u, zatim niska stopa međusobne razmjene programa između zemalja i kronični deficit povezan s niskim stupnjem novih investicija u područje audiovizualne proizvodnje.

Sljedeći Media program što ga su na prijedlog Europske komisije usvojili Europski parlament i Vijeće Europe bio je Media 2007, za razdoblje od 2007. do 2013., s proračunom od 775 milijuna eura. I on se fokusirao na pretprodukcijske i postprodukcijske aktivnosti, odnosno na distribuciju i promociju europskih audiovizualnih sadržaja. U odnosu na Media II (od 2006. do 2000.) i Media Plus/Media Training-a (od 2001. do 2006.) financiranje se vršilo kroz jedan jedinstveni program.

Nakon razmatranja posljedica digitalne revolucije i proširenja Europske unije, zaključeno je kako europsko audiovizualno tržište zahtijeva radikalno promišljanje o prioritetima i strukturama novog programa. Odlučeno je kako akcije unutar MEDIA 2007. moraju odražavati promjene u tehnologiji i posljedice digitalizacije, zatim da se trebaju uzeti u obzir problemi medijskih profesionalaca u novim zemljama članicama te uključiti inovativne, ciljane akcije na planu digitalizacije i donošenja mjera koje će omogućiti pristup kreditima za male i srednje poduzetnike. Tri glavna cilja ovog programa bila su:

1) sačuvati i poticati europsku kulturnu različitost, njeno filmsko i audiovizualno naslijeđe, promovirati interkulturalni dijalog
2) povećati cirkulaciju europskih audiovizualnih djela unutar i izvan EU
3) ojačati konkurentnost europskog audiovizualnog sektora unutar otvorenog i konkurentnog tržišta.

(Eureval Media Consulting Group, European Commission, 2010c)

Najnoviji sedmogodišnji program EU-a namijenjen pomaganju europske kulture i audiovizualne industrije za razdoblje 2014. – 2020. izglasan je u studenom 2014. Taj program, koji je ujedno sljedbenik programa „Media”, nosi naziv „Creative Europe”, a u njegovom okviru nalaze se dva zasebna potprograma: „Culture” i „Media”. Cilj mu je spojiti dosadašnje programe „Culture”, „Media” i „Media mundus” u jednu cjelinu. Predviđeni budžet je 1, 801 milijarda eura, što je povećanje od 37 % u odnosu na prethodno razdoblje (European Commission, 2011). Namijenjen je potrebama kulturnih i kreativnih sektora s ciljem poticanja prekogranične suradnje i promocije kulturne i jezične raznolikosti. Ovaj

program trebao bi nadopunjavati ostale programe Europske unije, kao što su strukturne potpore za investiranje u kulturne i kreativne sektore, obnova baštine, kulturna infrastruktura i servisi, fondovi za digitalizaciju kulturne baštine i slično.

## 6.2. Revizija postojeće Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (AMU/AVMS)

Budući da se medijski pejzaž dramatično promijenio u manje od jednog desetljeća, tijekom kojeg je došlo do velike promjene u načinu konzumiranja audiovizualnih sadržaja, Europska komisija uočila je potrebu za revizijom postojeće Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

Očekuje se, naime, da će se globalni udio video sadržaja koji se gleda preko interneta sa sadašnjih 64 % povećati na 80 % do 2019. Dio toga je i „Digital Single Market Strategy" (Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta) koju je Europska komisija predložila u revidiranoj Direktivi o audiovizualnim medijskim uslugama u svibnju 2016, koja uključuje i novi pristup *online* platformama koje distribuiraju audiovizualni sadržaj. Prije revizije Direktive, Europska komisija usvojila je „Zeleni papir priprema za potpuno konvergirani audiovizualni svijet: rast, kreativnost i vrijednosti" (European Commission, 2013), pozivajući sve zainteresirane vlasnike audiovizualnih platformi da podijele svoja razmišljanja o medijskom krajoliku koji se stalno mijenja.

Naručila je i evaluaciju učinaka Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama koja se odnosi na razdoblje od 2010. do 2013., a koja je objavljena u dokumentu „REFIT Evaluation and Impact Assessment of the EU Audiovisual Media Services Directive 2010/13/EU (AVMSD)" (European Commission, 2015). U njemu se, između ostalog, naglašava da se od stupanja na snagu nove Direktive za medijske audiovizualne usluge (AVU/AVMS) 2007. godine tržište naglo i značajno razvijalo, dok je tehnički razvoj omogućio nove vrste audiovizualnih servisa. Istovremeno su se mijenjale navike gledatelja, osobito mlađih generacija, piše u dokumentu. Iako je veliki ekran u dnevnom boravku i dalje ostao važno sredstvo za zajedničko uživanje u audiovizualnom iskustvu, milijuni Europljana, ponajviše mladih ljudi, gledaju video-sadržaje *online*, na zahtjev, ili preko različitih mobilnih uređaja. Gledatelji su se „preselili" na tablete, računala ili pametne telefone. Iako tradicionalni TV sadržaji još uvijek zaokupljaju najveći udio dnevnog vremena gledanja, video na zahtjev, kao i drugi internetski servisi, dobivaju sve više na značaju.

Novi audiovizualni igrači i biznis modeli, koji su se pojavili na tržištu, u međuvremenu su se etablirali. No, krajnji cilj Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama ostaje i dalje stvaranje zajedničkoga europskog tržišta za audiovizualne medijske servise, koji će u isto vrijeme osigurati zaštitu ciljeva od općeg interesa. Između ostaloga, zaštitu manjina i ljudskog dostojanstva te promoviranje prava osoba s invaliditetom. Glavni cilj promijenjene Direktive artikuliran je u više specifičnih ciljeva, a to su:

1) kreiranje novog područja za novonastajuće audiovizualne medijske servise
2) osiguravanje uvjeta za pošteno tržišno natjecanje
3) jačanje kompetitivnosti i konkurentnosti europske audiovizualne industrije
4) zaštita i jačanje publike (konzumenata), osobito među manjinama i ljudima s oštećenjem sluha ili vida
5) podrška i promoviranje kulturne i jezične raznolikosti u Europi
6) osiguravanje medijskog pluralizma, slobode govora i informacija.

(European Commission, 2015)

Napominje se kako je postojeća Direktiva AVU/AVMSD već predvidjela brzi napredak audiovizualnih medija na zahtjev, kao i interneta. Zbog toga ona pokriva televizije i davatelje audiovizualnih usluga na zahtjev i postavlja temeljna pravila čiji je cilj primjena ključnih društvenih vrijednosti na sve audiovizualne medijske servise. To uključuje i zabranu širenja govora mržnje ili dostupnost emitiranih programa osobama s invaliditetom. Pri tomu su pravila koja se odnose na televizije stroža od onih koja se odnose na ostale audiovizualne medijske servise, u smislu komercijalnih poruka, zaštite manjina, promocije europskih djela, prava na informaciju, emitiranja događaja od izuzetne važnosti za društvo i prava na odgovor.

Zaključuje se kako dosadašnja Direktiva AMU/AVMSD osigurava minimum harmonizacije određenih aspekata nacionalne legislative koja se odnosi na audiovizualne medijske servise, s ciljem ostvarenja cirkulacije audiovizualnih medijskih servisa i na internetskom tržištu, prema principu zemlje porijekla.

Zemlje članice mogu, ako to žele, dodati još dva stroža pravila u tom području u koordinaciji s nakladnicima i distributerima audio vizualnih medijskih sadržaja, sve dok su ta pravila u skladu s općim principima zakona Europske unije. Prema principu zemlje porijekla, davatelji internetskih usluga trebaju poštovati pravila jedne zemlje članice koja ima nad njima jurisdikciju, ali mogu poslovati, tj. emitirati u svim zemljama članicama. No, čak ako i neka zemlja članica ima stroža pravila od onih koja su postavljena u Direktivi, ona ne smije ograničiti primanje audiovizualnih medijskih usluga iz neke druge zemlje. Iznimke su moguće jedino u specifičnim okolnostima koje su definirane u tekstu AMU/AVMSD. Ono što se

naglašava jest da se Direktiva temelji na principu tehnološke neutralnosti u odnosu na ekran na kojem se video sadržaji gledaju (TV, računalo, tablet), što bi trebalo omogućiti poštenu konkurenciju bez obzira na tehnologiju koja se koristi. Postojeću direktivu procjenjivalo se kroz Regulatory Fintess and Performance Programme (REFIT) unutar boljega regulatornog okvira. Dokument s procjenama koje je izradilo ovo tijelo vodi se kao radni dokument Europske komisije, a imao je tri cilja:

1) osigurati bolju bazu evidencije za ispunjavanje obveza izvješćivanja navedenih u AVMSD-u. AVMSD zahtijeva da države članice podnose Europskoj komisiji, Parlamentu i Vijeću izvješće o ispunjavanju odredbi Direktive o audiovizualnim medijskim servisima, u smislu članaka 33. (Izvješće o prijavama), 13., 16. i 17. (Izvješće o promociji Europskih djela)
2) ocijeniti osigurava li trenutačna Direktiva odgovarajući regulatorni okvir uzimajući u obzir kretanja u sektoru audiovizualnih medijskih usluga
3) utvrditi da AVMSD učinkovito ostvaruje svoje ciljeve i ispunjava druge kriterije vrednovanja kao što su dodana europska vrijednost i koherentnost EU.

(European Commission, 2016: REFIT)

Preliminarna analiza pokazala je da su se određeni sektori značajno razvili u razdoblju od posljednje revizije Direktive, zbog čega su nužne promjene. Cilj evaluacije postojeće Direktive bio je provjeriti do koje mjere odredbe odgovaraju potrebama europskoga audiovizualnog tržišta i njegovim gledateljima te jesu li pravila koja se odnose na oglašavanje, zaštitu manjina, ili promociju europskih djela još uvijek relevantna? Nastojalo se saznati je li Direktiva doista stvorila jedinstveno digitalno tržite unutar EU i omogućila neometanu cirkulaciju europskih djela unutar zemalja članica? Trebalo je doznati koliko Direktiva doprinosi poštovanju temeljnih vrijednosti kao što su pluralizam medija i kulturna raznolikost tna kraju, do koje mjere su ciljevi koje je postavila Direktiva doista postignuti?

Europska komisija 25. svibnja 2016. usvojila je novi zakonski prijedlog kojim se unose amandmani na postojeću Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama. Od lipnja do rujna 2015. Europska komisija organizirala je javne konzultacije među svim zainteresiranim stranama koje su trebale dati svoje mišljenje o tome kako europski medijski prostor prilagoditi digitalnom dobu. Europski parlament, Europsko vijeće i Europska komisija 26. travnja 2018. postigli su preliminarni politički dogovor o glavnim elementima promijenjenih pravila koja bi se trebala odnositi na audiovizualne medije diljem Europe. Cilj je ovog dogovora omogućiti poštenije regulatorno okruženje za cjelokupni audiovizualni sektor, uključujući i servise na zahtjev, kao i platforme s kojih se mogu gledati video sadržaji. Nova pravila trebala bi povećati i zaštitu svih manjina i ojačati borbu protiv govora mržnje u

svim audiovizualnim sadržajima. Isto tako, ona promoviraju europsku audiovizualnu produkciju i jamče neovisnost audiovizualnim regulatorima (European Commission, 2018).

Što će biti novo u revidiranoj Direktivi o audiovizualnim medijskim uslugama, čije se usvajanje očekuje do kraja 2018? Prema priopćenju Europske komisije, bit će to:

1) jačanje principa zemlje porijekla: cilj je objasniti u kojim slučajevima se na što ili koga odnose pravila određene zemlje članice; nastoji se uvesti iste procedure za televizije, kao i servise na zahtjev; želi se saznati mogućnost propitivanja njihovog emitiranja u slučaju ugrožavanja nacionalne sigurnosti ili ozbiljnih rizika za javno zdravlje
2) bolja zaštita djece od štetnih sadržaja, bilo na televizijama ili na servisima na zahtjev; nova pravila osigurat će da sve platforme, s kojih se može gledati video sadržaje, imaju adekvatne mjere za zaštitu maloljetnika
3) europska audiovizualna pravila koja će se odnositi i na video sadržaje koje su proizveli sami korisnici na platformama, poput *Facebooka*, onda kada je omogućavanje pristupa audiovizualnom sadržaju osnovna funkcija takvog servisa
4) stroža pravila protiv govora mržnje i javnih provokacija s ciljem poduzimanja terorističkih napada, kao i zabrana izazivanja nasilja i mržnje na audiovizualnim medijskim servisima; to će se odnositi i na sve ostale internetske platforme koje omogućuju pristup video sadržaju s ciljem da se ljude ne potiče na počinjenje kriminalnih djela
5) promocija europskih djela u katalozima videa na zahtjev, s najmanje 30 % udjela europskog sadržaja
6) veća fleksibilnost u televizijskom oglašavanju, koje je ograničeno na 20 % vremena emitiranja u razdoblju od 6 do 18 sati; umjesto sadašnjih 12 minuta po satu, televizije će moći slobodnije izabrati u će kojem terminu prikazivati reklame tijekom dana
7) jačanje neovisnosti audiovizualnih regulatora uz pomoć europskog zakonodavstva, čime bi se trebalo osigurati da su te institucije zakonske i funkcionalno neovisne od vlade, ili bilo kojega drugog javnog ili privatnog tijela.

(European Commission, 2018)

## 7. PRIMJENA DIREKTIVE O TELEVIZIJI BEZ GRANICA U ZEMLJAMA EU OD 1993. DO 2012.

Nakon stupanja na snagu 3. listopada 1991., Direktiva o televiziji bez granica postala je zakonska osnova za koordinaciju zakona, regulacija i administrativne prakse zemalja članica u provođenju radiodifuznih aktivnosti u Europskoj uniji. Članci 4. i 5. odnosili su se na sve elektroničke medije u zemljama članicama, osim na lokalne medije koji nisu bili dio nacionalnih mreža.

Prema članku 26. Direktive, Europska komisija bila je dužna do 3. listopada 1994. predstaviti Parlamentu i Vijeću izvješće o primjeni Direktive koje je, prema potrebi, trebalo sadržavati i dodatne prijedloge prilagođene razvoju televizijskih programa. Prema članku 4. (3.) uspostavljen je i sustav nadzora koji nalaže izvješća za periode od dvije godine o primjeni u zemljama članicama, započevši s listopadom 1993. Od zemalja članica osobito se tražila analiza primjene mjera kojima se promovira produkcija i distribucija programa europskog porijekla, kao i onih u nezavisnoj produkciji, kako nalažu članci 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica.

Dakle, od 1993. godine zemlje članice obvezne su svake dvije godine podnijeti Komisiji izvješće o primjeni članka 4. i 5. Direktive. Na temelju nacionalnih podataka Komisija oblikuje zajedničko izvješće koje pokazuje do koje su mjere zemlje članice primijenile odredbe članka 4. i 5.

Prva komunikacija Europske komisije (za razdoblje 1991. – 1993.)

Prvo izvješće objavljeno je u listopadu 1994., a odnosilo se na period od listopada 1991. do prosinca 1993 (EUR-Lex.europa.eu, (First) Communication, 1994).

U tom razdoblju prilagodbe, nisu sve zemlje članice dostigle kvote europske i nezavisne produkcije koje su se od njih zahtijevale odredbama Direktive. Mnoge su, pored statističkih podataka, dale i analizu razloga zbog kojih to nisu učinile. Ukupan broj televizijskih kanala u zemljama članicama iznosio je 112, a Komisija je uzela u obzir 105 prilikom izračunavanja prosjeka. Od tog broja 66,6 % televizija emitiralo je preko 50 % programa europske proizvodnje. U Portugalu, Irskoj, Danskoj, Nizozemskoj, Velikoj Britaniji i Francuskoj sve zemaljske televizije poštovale su većinski postotak europskih programa.

Italija, Španjolska, Belgija, Grčka, Njemačka, Luksemburg, Francuska (kabelske televizija) i Velika Britanija (satelitski kanali) izvijestile su da neke televizije, koje su ušle u nacionalna izvješća, nisu poštovale propisane kvote. Treba napomenuti da su sve javne i zemaljske televizije, koje su još uvijek bile u većini, uglavnom bile vrlo blizu zadanih postotaka, a neke iz čak i prelazile 50 % programa europske produkcije, dok se satelitske i kabelske televizije nisu držale pravila (EUR-Lex.europa.eu, (First) Communication, 1994).

Glavni razlozi za neispunjavanje zakonskih normi, prema izvješćima zemalja članica, bili su situacija sa specijaliziranim kanalima (namijenjenih posebnim interesima etničkih manjina ili posebnih grupa televizijskih gledatelja) te nastajanje novih kanala koji nisu mogli privući dovoljno široku publiku programima europske proizvodnje

Što se tiče nezavisne produkcije, od 105 kanala koji su ušli u izvješće, 92 su emitirala programe nezavisne produkcije, što čini 87,6 %, a 63 kanala (68, 6%) ispunjavala su kvotu od 10 %. Točnije, sve televizije o kojima su izvještavale Francuska, Njemačka, Danska i Nizozemska dostigle su traženi postotak. Portugal je također zadovoljio zahtjevima, dok su Španjolska i Irska dostizale 5 – 9 % udjela nezavisne produkcije, s tendencijom porasta od 1991. do 1992. Luksemburg, Belgija i Velika Britanija nisu mogle dati relevantne podatke o svim kanalima uključenim u izvješća. Međutim, tamo gdje su podaci predstavljeni, uglavnom je dostignuto 10 % zahtjeva (EUR-Lex.europa.eu, (First) Communication, 1994).

Druga komunikacija (za razdoblje 1993. – 1994.)

Druga komunikacija odnosi se na period od 1993. do 1994., a objavljena je 1996. godine.

Zaključci izvješća su sljedeći:

- dogodio se kvalitativni pomak u izvještavanju zemalja članica , uz ispravak niza metodoloških poteškoća
- izvješće potvrđuje da su sve zemlje prilagodile nacionalno zakonodavstvo primjeni članka 4 i 5 Direktive o televiziji bez granica, iako se razlikuju po efikasnosti i varijacijama primjene
- broj kanala na koje se odnosi izvješće popeo se na 148; od njih ukupno 91 kanal emitirao je djela europske produkcije 1994. (u usporedbi sa 70 kanala 1992.)
- u gotovo svim zemljama članicama svi glavni zemaljski kanali (koji imaju najveći dio u gledalačkoj publici) uglavnom su dostigli, ili premašili traženu većinsku proporciju europske produkcije; postojao je mali broj iznimki, ali u većini slučajeva udio je bio blizu 50 %; većina kanala koja nije ispunjavala zahtjeve Direktive bila je tek nedavno pokrenuta, ili su to bili satelitski kanali s ograničenim dosegom, najčešće specijalizirani programi na bazi plaćene pretplate

- što se tiče primjene odredbe o 10 % nezavisne produkcije, 119 kanala od njih 148 ispunjavalo je 10 % -tni minimum (63 kanala je doseglo taj zahtjev 1992.); jedan dio zemalja nije dao podatke o ispunjavanju odredbe članka 5., kao ni razloge zbog kojih određeni broj televizija nije ispunjavao kvotu od 10% nezavisne produkcije.

(Commission of the European Communities, 1996)

No, općenito gledajući, Komisija je bila zadovoljna rezultatima drugog monitoringa, zadržavajući si pravo za poduzimanje dodatnih mjera u specifičnim slučajevima. Nakon prva dva izvješća, podaci o primjeni Direktive bili su daleko pozitivniji.

Treća komunikacija (za razdoblje 1995. – 1996.)

Prema Trećoj komunikaciji Komisije, koja je objavljena 1998. godine, ukupan broj televizijskih kanala u zemljama članicama porastao je sa 189 televizija iz 1995. na 214 1996 godine (EUR-Lex.europa.eu, Third Communication, 1998).

Drugim riječima, dogodio se brz i suštinski porast broja televizijskih kanala koji emitiraju u Europi. Taj trend otežavao je monitoring. Što se tiče ispunjavanja zahtjeva za većinskim udjelom europskih programa, zemlje članice mogu se podijeliti u dvije grupe: neke su učinile znatan napredak, dok su druge imale miješane rezultate, s tim da je u nekima došlo do pada udjela.

Danska, Francuska, Njemačka, Irska i Portugal spadaju u prvu grupu zemalja, koje su ispunjavale kvotu i premašivale njene zahtjeve. U drugoj su grupi Belgija, Grčka, Luksemburg i Velika Britanija, prema čijim je nacionalnim izvješćima jedan dio televizija bilježio porast europske produkcije, dok drugi dio nije ispunjavao kvotu. Razlozi za to razlikovali su se od zemlje do zemlje. U Finskoj je postotak europskih programa općenito pao, ali je još uvijek poštovao zahtjev Direktive. U Austriji je također pao, ali nije poštovao odredbu o više od 50 % udjela programa europske produkcije. Dvije zemlje nisu dale sve informacije, dok su se u Švedskoj i Italiji stabilizirali udjeli europske produkcije tijekom izvještajnog razdoblja, no rezultati još uvijek nisu bili adekvatni.

Što se tiče izvješća o postotku nezavisne produkcije, u gotovo svim zemljama rezultat je bio zadovoljavajuć, odnosno većina zemalja poštovala je odredbu o 10 %, pri čemu jedino portugalski kanali nisu uspijevali dostići tu kvotu. Ukupan postotak zemalja koje su ispunjavale odredbe članka 5. Direktive bio je 85 %.

Glavni razlog neispunjavanja kvota, koji su navodila nacionalna izvješća, bila je novoosnovasnost televizija. Ostali su argumenti isključivo ekonomski. Tvrdilo se da nove televizije moraju u prvih nekoliko mjeseci, pa i godina emitiranja, nabavljati programe koji su relativno jeftini i odmah dostupni, a to s europskom produkcijom nije bio slučaj. Isto tako, izvješća su pokazala da su televizijski kanali, koji ne ispunjavaju zadane kvote, spadali u kategoriju specijaliziranih kanala, tj. onih koji emitiraju samo određenu vrstu programa. To se odnosilo na kanale koji su emitirali isključivo sapunice, *science-picture* ili filmske programe. Tvrdilo se da nije moguće naći dovoljno europskih programa tih kategorija koje mogu udovoljiti kriterijima ciljnih skupina tih televizija. Treći argument, na kojeg se uvijek svi pozivaju, jest činjenica da nije moguće kupovati europske programe po konkurentnim cijenama, kao i da postoje teškoće prilikom otkupa autorskih prava.

U izvješću se spominje i problem subsidijarnosti, odnosno programskog uvjetovanja od strane kompanije osnivačice, čije sjedište često nije u europskim zemljama, a koje inzistiraju na prikazivanju programa u njihovoj produkciji. Neke zemlje spomenule su i nedovoljnu veličinu marketinškog tržišta te konkurenciju s neeuropskih tržišta (primjer Portugala i konkurencije brazilske produkcije) kao razlog nekompetitivnosti njihove vlastite, europske produkcije. Izvješća naglašavaju i problem relativno male produkcije jedne zemlje, kao i malog područja na kojem se govori određeni jezik. Cjelokupni trend ukazivao je na to da se javne televizije puno bolje nose s ispunjavanjem odredbi Direktive od onih komercijalnih i satelitskih. Upravo takva distinkcija među novonastalim televizijama najbolje objašnjava činjenicu da je postotak televizija koje su ispunjavale obveze iz članka 4 pao sa 66,6 % u 1992. godini na 62,7 % 1996.

Četvrta komunikacija (za razdoblje 1997. – 1998.)

Četvrto izvješće objavljeno je 2000. godine. (European Commission, 2000).

Prvi zaključak koji daje analiza Europske komisije jest da je broj televizijskih kanala, osobito u Velikoj Britaniji, u tom periodu znatno porastao. Nacionalna izvješća govore o 367 kanala u usporedbi s 214 u razdoblju 1995./1996., odnosno 162 u razdoblju 1993./1994. i 124 tijekom 1991./1992.

Primjena članka 4. i 5. Direktive „Televizija bez granica”

Što se tiče primjene čl. 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica, rezultati analize nacionalnih izvješća pokazuju da emitiranje programa europskog porijekla varira od 53 % do 81 %, s iznimkama Luksemburga (RTL) u mjeri od 100 % i Portugala u iznosu od 43 %. Primjena kvote od 10 % nezavisne produkcije također je bila zadovoljavajuća.

Ciljevi Direktive uglavnom su dostignuti, a udio europskih programa porastao je u odnosu na prethodno izvješće. Nacionalna izvješća detaljnije predstavljaju rezultate monitoringa u razdoblju 1997./1998.

Peta komunikacija (za razdoblje od 1999. do 2000.)

Peta komunikacija Europske komisije[2] objavljena je 2002. godine (European Commission, 2002).

U njoj je Komisija dala prijedlog radnog programa za pravila audiovizualnih servisa, kao i vremenski okvir za buduće akcije. Kako bi se pomoglo zemljama članicama da ojačaju odgovornost prilikom monitoringa primjene Direktive na televizijskim kanalima, Kontaktna skupina napisala je jasne upute za implementaciju članka 4. i 5. Te upute trebale su spriječiti razlike u interpretaciji i aplikaciji Direktive, a stupile su na snagu 1. siječnja 1999. Po prvi puta izvješće pokazuje generalne trendove koji se promatraju na razini Unije, ali i na razini pojedinih zemalja članica, na koje se odnosi. Osim toga, uspostavljen je i niz indikatora koji se temelje na kriterijima članaka 4. i 5., kako bi omogućili objektivnu analizu.

Prvi zaključak ove Komunikacije bio porast televizijskih kanala, čiji je broj s otprilike 550 u siječnju 1999. porastao na 670 u siječnju 2000. Ukupni broj kanala u siječnju 2001. iznosio je oko 820. Rast je bio značajan u mnogim europskim zemljama, a osobito u Španjolskoj, Francuskoj, Italiji, Švedskoj i Velikoj Britaniji.

Što se tiče metodologije, neke zemlje članice nisu uspjele pribaviti sve podatke, osobito za kabelske i satelitske televizijske kanale, koji su često ispušteni iz nacionalnih

[2] European Commission (2002) *Fifth communication from the Commission to the Council and the European Parliament 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/2002/0612 final */*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52002DC0612&from=EN.

izvješća. Upravo zato Komisija ističe obvezu da se članak 4 i 5 primjenjuju na svim televizijskim programima unutar jurisdikcije određene zemlje.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica"

Indikatori:

- indikator 1.: prosječno vrijeme emitiranja rezervirano za europska djela na europskim kanalima koji imaju najveću gledanost u svakoj zemlji članici
- indikator 2.: postotak primjene odredbi Direktive (dostizanje ili prestizanje većinskog udjela europskih programa) za sve vrste televizija u svakoj zemlji članici
- indikator 3.: opći trend, s obzirom na broj televizijski kanala svih tipova, u uvrštavanju europskih djela tijekom izvještajnog razdoblja (1999. – 2000).

(European Commission, 2002)

Prosječni postotak programa europske produkcije emitiran na svim televizijskim kanalima u zemljama članicama iznosio je 60,68 % 1999., odnosno 62,18 % 2000. godine, što je predstavljalo porast od 1,5 % u odnosu na prethodno izvještajno razdoblje. U zemljama članicama prosjek je varirao od 52,4 % do 71, 46 % 1999., odnosno 55, 3 % do 71,18 % 2000. godine. Iznimka su bili Portugal (1999: 48,7 % i 2000.: 49,5 %.) i Luksemburg (100 % 1999. i 2000.).

Uzlazni trend prikazivanja europskih djela zabilježen je u 12 zemalja članica. Bio je stabilan u samo jednoj, a u dvjema zemljama članicama zabilježen je lagani pad.dok je bio u laganom padu. Cjelokupni je trend u referentnom razdoblju bio pozitivan.

Treći se zaključak odnosi na ukupan broj televizijskih kanala koji su dosegli, odnosno premašili udio europskih djela u vremenu emitiranja. Prosječna stopa primjene na svim europskim kanalima 1999. iznosila je 68,65 % i 72,50 % 2000. godine, predstavljajući porast od 3,93 % u referentnom razdoblju. To je bio impresivan rezultat s obzirom na veliki porast broja kanala, osobito specijaliziranih, tijekom istog razdoblja. Prosječna stopa primjene članka 4. na svim vrstama televizijskih kanala porasla je u devet zemalja članica, bila stabilna u četiri i pala u dva. Opći trend bio je, dakle, pozitivan.

Primjena članka 5. Direktive „Televizija bez granica"

Indikatori:

- indikator 1.: prosječno vrijeme emitiranja, odnosno prema izboru zemlje članice, prosječni udio programskog budžeta dodijeljen europskim djelima nezavisnih producenata

- indikator 2.: primjena odredbe članka 5. na televizijskim kanalima svih tipova (dostizanje ili prestizanje minimalne kvote od 10 % nezavisne produkcije) u svakoj zemlji članici
- indikator 3.: opći trend s obzirom na broj kanala svih tipova i udjela nezavisne europske produkcije koja je emitirana u svakoj zemlji članici tijekom izvještajnog razdoblja
- indikator 4.: prosječno vrijeme emitiranja, ili alternativno, prema odluci svake zemlje članice, udio programskog budžeta dodijeljenog novijim radovima iz nezavisne produkcije
- indikator 5.: opći trend u odnosu na broj kanala svih tipova, s obzirom na udio novijih radova iz nezavisne produkcije koja su se emitirala u svakoj zemlji članici tijekom izvještajnog razdoblja (1999. – 2000.).

(European Commission, 2002)

U ovom dijelu izvješća Komisija je dala primjedbu da zemlje članice nisu uvijek dostavile punu informaciju, osobito u slučajevima kabelskih i satelitskih kanala, dok neke nisu pribavile podatke o emitiranju novijih djela iz nezavisne europske produkcije.

Što se tiče primjene članka 5. o zastupljenosti najmanje 10 % nezavisne produkcije, i tu je rezultat nadmašivao odredbu. Udio nezavisne produkcije 1999. iznosio je 37,51 %, odnosno 40,47 % 2000. godine. Prosječni udio rezerviran za djela iz nezavisne produkcije varirao je između 21,17 % i 59 % 1999. te 20,94 % i 59,26 % 2000. godine. Opći trend pokazuje porast tijekom referentnog razdoblja u devet zemalja članica, stabilnost u dvije zemlje članice i pad u četiri. Opći je trend ponovno bio pozitivan.

Prosječna stopa primjene članka 5. na svim televizijskim kanalima u svim zemljama članicama iznosila je 85,02 % 1999., odnosno 84,81 % 2000. godine, što predstavlja pad od 0,21 % tijekom izvještajnog razdoblja. Prosječna primjena u zemljama članicama varirala je 1999. godine od 48 % do 100%, odnosno od 58 % do 100 % 2000. Primjena je porasla u šest zemalja članica, ostala je nepromjenjiva u četiri i pala je u pet, što znači da je opći trend bio pozitivan tijekom izvještajnog razdoblja.

Nova djela nezavisne europske produkcije

Većina zemalja članica u svojim je izvješćima ukazala na pozitivan trend prikazivanja djela novije europske produkcije na svim televizijskim kanalima. Nacionalna izvješća pokazuju da je trend bio pozitivan u četrnaest zemalja članica, dok u jednoj zemlji nije bilo promjene. Dakle, ukupni trend bio je pozitivan.

Prosječni udio vremena na svim europskim kanalima u svim zemljama članicama, posvećen europskim djelima najnovije proizvodnje (mlađim od pet godina), iznosio je 53,80

% 1999. godine, odnosno, 55,71 % 2000., što je predstavljalo porast od 1,91 % tijekom izvještajnog razdoblja. Taj je udio varirao od zemlje do zemlje, i to od 13,48 % do 81,4 % tijekom 1999., tj. 12,34 % do 80,25 % u 2000. godini. Opći je trend bio pozitivan u osam zemalja članica, nepromijenjen u jednoj i u silaznoj fazi u šest zemalja. Međutim, sveopći trend tijekom izvještajnog razdoblja ostao je pozitivan. U zaključku stoji kako svi indikatori pokazuju da su u većini zemalja ciljevi Direktive o televiziji bez granica bili dostignuti. Tablice pokazuju sažetak nacionalnih izvješća za svaku zemlju članicu.

Šesta komunikacija (za razdoblje 2001. – 2002.)

Šesta komunikacija koja se odnosi na period od 2001-2002. godine objavljena je 2004. godine (Television broadcasting activities: „Television without Frontiers"/TVWF Directive, 1989).

Komunikacija ističe trend rasta broja televizijskih kanala u Europi. Taj je broj 1. siječnja 2003. iznosio 880 kanala, dok je samo godinu dana ranije broj televizijskih kanala u zemljama EU 15 bio 780, što predstavlja povećanje od 12 % u samo jednoj godini. Ovi podaci još jednom ukazuju na veliku dinamiku na planu europske audiovizualne industrije. Ovakav se razvoj odražava i na broj televizijskih kanala koji su obuhvaćeni izvješćima zemalja članica. Taj je broj porastao s 472 kanala 2001. na 503 kanala 2002 godine.

Komisija je u svojoj Komunikaciji primijetila da zemlje članice uglavnom nisu primjenjivale jednaku metodologiju prilikom prikupljanja podataka o ispunjavanju odredbi Direktive, pri čemu su često izostavljale kabelske i satelitske televizije iz nacionalnih izvješća (npr. Nizozemska i Njemačka, a osobito Italija). Usprkos tomu, ovom Izvješću Komisija daje vrlo pozitivnu ocjenu primjeni članka 4 i 5 Direktive o televiziji bez granica.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica"

Izvješće pokazuje kako je u tom razdoblju prosječno vrijeme rezervirano za programe europskog porijekla bilo 66,95 % 2001., odnosno 66,10 % 2002. godine, što predstavlja pad od 0,85 %. Međutim, u odnosu na prethodno izvještajno razdoblje (60,68 % 1999. i 62,18 % 2000.), može se govoriti o porastu od 5,42 % u periodu od četiri godine.

U zemljama članicama, prosječno je vrijeme za europske programe variralo od 46,98 % u Portugalu do 87 % u Nizozemskoj 2001 te od 48,67 % u Irskoj do 80 % u Luksemburgu

2002. Prosječna stopa primjene članka 4. za sve kanale u zemljama članicama iznosila je 69,93 % u 2001., odnosno, 74,53 % u 2002., što predstavlja porast od 4,60 % u referentnom razdoblju. U usporedbi s prijašnjim razdobljem (68,58 % 1999., odnosno 72,5 % 2000. godine) radilo se o porastu od 5,95 % u periodu od četiri godine. To je izuzetno dobar rezultat ako se uzme u obzir porast specijaliziranih kanala u tom periodu. Primjena članka za sve tipove kanala varirala je od 38 % u Švedskoj do 100 % u Finskoj 2001. godine, odnosno između 43 % u Švedskoj i 100 % u Finskoj 2002. Primjena članka na kanalima svih tipova porasla je u devet zemalja članica, bila stabilna u pet i pala u jednoj.

Trend porasta prosječnog emitiranja europskih djela u referentnom razdoblju bio je pozitivan u osam zemalja članica, stabilan u jednoj i negativan u šest. Ukupni je trend bio uzlazan. Što se tiče ukupnog broja televizijskih kanala koji su ispunili ili prešli većinski udio djela europske proizvodnje propisan člankom 4., u prosjeku je 69,93 % televizija u zemljama članicama ispunilo taj zahtjev 2001. godine, odnosno 74,53 % 2002. godine. Ta brojka predstavlja porast od 4,60 % u izvještajnom razdoblju. Ovi pozitivni rezultati ukazuju na činjenicu da je u velikoj većini zemalja članica prihvaćena i s relativnom lakoćom provedena odredba članka 4. Direktive o televiziji bez granica.

Primjena članka 5. Direktive „Televizija bez granica”

Udio nezavisne produkcije u programima televizija zemalja članica iznosio je 37,75 % 2001., odnosno 34,03 % 2002. godine, što predstavlja porast od 3,48 % u periodu od četiri godine.

Prosječni udio nezavisne produkcije u zemljama članicama varirao je od 21,33 % u Italiji i 68,92 % u Nizozemskoj 2001. godine, odnosno između 18,78 % u Italiji i 61,42 % u Austriji 2002. godine. U izvještajnom razdoblju vidljiv je napredak u prosječnoj zastupljenosti europskih djela nezavisne produkcije u šest zemalja članica i pad u devet. Prosjek ispunjavanja zahtjeva o 10 % zastupljenosti nezavisne produkcije u svim zemljama članicama 2001. iznosio je 90,67 %, odnosno 89,13 % 2002. godine, što predstavlja lagani pad od 1,54 % tijekom izvještajnog razdoblja. Primjena odredbe članka 5. Direktive o televiziji bez granica u zemljama članicama varirala je od 72 % u Grčkoj do 100% u Irskoj, Nizozemskoj, Austriji, Finskoj i Švedskoj 2001. godine, odnosno od 71 % u Švedskoj do 100% u Danskoj, Francuskoj, Irskoj, Austriji i Finskoj 2002. godine. Prosjek primjene direktive porastao je u šest zemalja članica, bio je stabilan u četiri i pao je u pet.

Nova djela nezavisne europske produkcije

Prosječna zastupljenost novih djela nezavisne europske produkcije iznosila je 61,78 % 2001. godine, odnosno 61,96 % 2002., što je porast od 0,18 % u referentnom razdoblju.

Udio ovih programa u zemljama članicama varirao je od 22,72 % u Španjolskoj i 98,75 % u Irskoj 2001. godine, odnosno između 23,75 % u Španjolskoj i 98,75 % u Irskoj 2002. godine. U sedam zemalja članica zabilježen je pozitivan rast u emitiranju ove vrste programa, u jednoj je bio stabilan, dok je u sedam zemalja došlo do pada. U odnosu na ukupno vrijeme emitiranja, nova djela nezavisnih autora bila su zastupljena s više od 20 %, s laganim porastom od 0,92 % tijekom četiri godine.

Zaključno, što se tiče primjene članka 4 Direktive o televiziji bez granica, podaci govore da po prvi puta nije bilo napretka na razini Europske unije u davanju prostora djelima europske proizvodnje. Međutim, usprkos padu od 0,85 %, može se govoriti o stabilizaciji udjela europskih djela u programima televizija zemalja članica na gotovo dvije trećine ukupnog vremena emitiranja. Naime, pokazani podaci govore o prosječnoj zastupljenosti europskih programa uglavnom iznad 60 %, što nadmašuje preporuku Direktive o 50 % europskih programa.

Primjena članka 5. o udjelu nezavisne produkcije u većini se europskih zemalja stabilizirala na jednoj trećini ukupnog emitiranog programa, što je daleko iznad propisanog minimuma od 10 %. Međutim, i tu je po prvi puta, gledano na razini Europske unije, došlo do pada zastupljenosti nezavisne produkcije. Na sreću, to je još uvijek bilo daleko iznad minimuma propisanog člankom 5. Direktive. Osim toga, svuda je zabilježen relativno visok udio novih djela nezavisne europske produkcije, koji je u konstantnom porastu. Zbog toga je primjena članka 5. ocijenjena kao „uglavnom zadovoljavajuća" (Television broadcasting activities: „Television without Frontiers"/TVWF Directive, 1989).

Uz ovu općenito pozitivnu situaciju, treba upozoriti i na činjenicu da neke zemlje članice nisu podnijele izvješća za određeni broj televizijskih kanala zbog čega ih je Komisija upozorila o potrebi pojačane kontrole, u okviru nacionalnih zakona i pravila tržišnog natjecanja. Procjena ove komunikacije jest da su zemlje članice najvećim dijelom ispunile obveze iz članka 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica.

Sedma komunikacija (za razdoblje 2003. – 2004. )

Sedma komunikacija Europske komisije objavljena je 2006. godine (Seventh Communication, European Commission, 2006).

I u ovoj Komunikaciji Komisija ukazuje na stalan rast broja televizijskih kanala u Europi. Izvješća zemalja članica pokazuju da je broj kanala, nad kojima je izvršen monitoring primjene članka 4. i 5., narastao s 584 iz godine 2003. na 767 u 2004. godini. U prethodnom izvještajnom periodu on je narastao a 472 kanala 2001. godine na 503 u 2002. To ukazuje na porast od 61 % tijekom četiri godine (2001. – 2004.), što je uglavnom odraz najvećega europskog proširenja na deset novih zemalja članica 2004. godine. Međutim, čak i u EU15 bilježi se značajan porast od 39 % od 2001. do 2004., što uključuje i porast od 12% u razdoblju od 2003. – 2004. godine.

Komisija je konstatirala da postoje velike razlike između zemalja članica u intenzitetu provjera programa, tj. u nekim slučajevima, samo procjena primjene članaka 4. i 5. Nadzor može vršiti nezavisno regulatorno tijelo, vladin odsjek ili privatna tvrtka za istraživanja. U nekim zemljama vlasti ovise o podacima koje su iznijeli sami mediji. Većina zemalja podnijela je Komisiji potpune i pregledne informacije, što predstavlja napredak u usporedbi s prethodnim izvještajnim razdobljem, dok su neke zemlje izostavile određeni broj kanala iz svojih izvještaja. I u interpretaciji primjene članaka Direktive bilo je razlika. Na primjer, primjena članka 5., koji nalaže najmanje 10 % udjela nezavisne europske produkcije, može se mjeriti na dva načina: postotkom vremena emitiranja ili postotkom potrošenog programskog budžeta. Da bi se osigurala objektivna analiza primjene spomenutih članaka Direktive, Komisija je uspostavila stroža pravila mjerenja i definirala niz novih indikatora.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica”

Prema izvješću, prosječno vrijeme rezervirano za emitiranje europskih programa na europskim televizijama iznosilo je 65,18 % 2003. i oko 63,32 % 2004., što predstavlja pad od 1,86 % tijekom izvještajnog razdoblja.

Po prvi je puta udio europskih djela lagano pao 2004. godine. Ako se uzmu u obzir rezultati iz prethodnoga izvještajnog perioda, prosječni udio europskih djela bio je 66,95 %

2001., odnosno 66,10 % 2002. godine. To znači pad od 3,63 % tijekom četiri uzastopne godine (2001. – 2004.) (Seventh Communication, European Commission, 2006).

Razloga za takav trend bilo je više:

- po prvi su puta 2004. uključeni podaci iz deset novih država članica, koje do tada nisu imale iskustvo u primjeni članaka 4. i 5.; one su imale prosječan udio od 61,77 % europskih djela u periodu nakon pridruživanja EU (1. svibnja do 31. prosinca 2004.); s obzirom na neiskustvo u implementiranju mjera promocije europskih sadržaja, samo 3% manje od prosjeka EU15 predstavlja vrlo dobar rezultat
- metoda se kalkulacije promijenila jer su u mjerenje postotka europskih programa po prvi puta bili uključeni programi s manje od 3 % udjela u gledanosti
- zaključak Europske komisije bio je da je, bez obzira na lagani pad, udio programa europske proizvodnje na televizijskim programima zemalja članica stabiliziran na preko 60 % ukupnog vremena emitiranja.

(Seventh Communication, European Commission, 2006)

Na razini zemalja članica, prosječno vrijeme emitiranja europskih djela variralo je između 52,75 % u Irskoj i 86,2 % u Danskoj 2003. godine, odnosno između 49,12 % u Češkoj i 86,33 % u Danskoj 2004. godine. Trend povećanja prosječnog emitiranja europskih djela bio je pozitivan u sedam i negativan u osam zemalja članica. Što se tiče ukupnog broja kanala koji su dostigli, tj. prestigli odredbu o 50 % udjela europskih djela, prosječna razina primjene za sve kanale iznosila je 68,20 % 2003. godine, a 2004. 72,80 %. Taj omjer predstavlja porast od 4,60 % u izvještajnom razdoblju. To je izuzetan rezultat ako se uzme u obzir porast broja specijaliziranih televizijskih kanala tijekom navedenog razdoblja. Primjena članka varirala je od 50 % (u Belgiji i Irskoj) do 100 % (u Estoniji, Latviji, Malti i Slovačkoj) 2004. godine. Tijekom navedenog perioda, primjena je porasla u deset zemalja članica, bila je stabilna u dvije i pala je u tri zemlje. Rezultati pokazuju da su ciljevi Direktive o televiziji bez granica na razini Unije dostignuti bez teškoća. Uzevši u obzir deset novih članica, Komisija zaključuje kako je to ohrabrujući znak diljem zemalja članica Europske Unije.

Primjena članka 5. Direktive „Televizija bez granica"

Udio programa iz nezavisne produkcije konstantno se povećavao tijekom izvještajnog razdoblja.

Iznosio je 31,39 % 2003., odnosno 31,50 % 2004. godine, što predstavlja porast od 0,11 %, ali i pad od 6,25 % u odnosu na prethodno izvještajno razdoblje (37,51 % 1999.

godine, 40, 47% 2000., 37,75 % 2001. te 34,03 % 2002.), a podjednako veliki pad mjeri se i tijekom šest uzastopnih godina (1999. – 2004). Komisija je primijetila da se jedva može vidjeti razlika među rezultatima EU15 i u novih deset zemalja koje su se pridružile Uniji 2004. Njihovi televizijski kanali dostigli su udio od 31,55 % nezavisne europske produkcije, koji je čak nešto viši od prosjeka u EU15 (31,47 %). Na razini zemalja članica, prosječni udio nezavisne produkcije 2003. godine varirao je od 15,81 % u Danskoj do 44,95 % u Austriji, odnosno između 16,24 % u Sloveniji do 46,38 % u Austriji 2004. godine. Tijekom izvještajnog razdoblja udio nezavisne produkcije porastao je u osam zemalja članica i pao u sedam. Trend je, dakle, bio pozitivan u većini zemalja članica.

Postotak primjene članka pet među svim televizijskim kanalima u zemljama članicama iznosio je 78,40 % 2003., odnosno 81,92 % 2004., što predstavlja porast od 3,52 %. U zemljama članicama prosjek primjene ovog članka varirao je od 44 % u Italiji do 100 % u Grčkoj, Finskoj i Irskoj 2003., odnosno od 27 % u Italiji do 100 % u devet zemalja članica (Cipar, Estonija, Grčka, Irska, Latvija, Litva, Malta, Slovačka i Finska) 2004. godine. Prosjek primjene ovog članka povećao se u sedam zemalja članica, bio stabilan u četiri i pao u četiri. Ukupno gledajući, to je predstavljalo pozitivan razvoj.

Nova djela nezavisne europske produkcije

Međutim, prosječna zastupljenost recentnih europskih radova nezavisne proizvodnje raste u zemljama članicama Europske unije.

Prosječni udio novih djela nezavisne europske produkcije iznosio je 71,66 % 2003., odnosno 69,09 % 2004. godine, što predstavlja pad od 2,57 % tijekom izvještajnog razdoblja. U usporedbi s prethodnim izvještajnim periodom od 1999. do 2002., vidljiv je porast od 7,31 % tijekom četiri godine (2001. – 2004.), tj. od 15,29 % tijekom šest godina.

Zaključak je Komisije da je trend ipak bio pozitivan unatoč činjenici što je po prvi puta došlo do laganog pada u prikazivanju djela europskog porijekla na razini Unije. Rezultati pokazuju da se udio europskih djela stabilizirao na 60 % od ukupnog vremena emitiranja. Primijećen je vrlo ohrabrujući razvoj u zemljama članicama te je zbog svega Europska komisija zaključila kako je primjena članka 4. bila zadovoljavajuća.

Što se tiče primjene članka 5., tu je došlo do laganog porasta tijekom izvještajnog razdoblja, osobito ako se uzme u obzir činjenica da su se razmatrali i rezultati novih deset

zemalja članica. Ako se pogleda na rezultate iz razdoblja 1999. – 2001., došlo je do ozbiljnog pada, no povećao se broj televizijskih kanala koji su ispunjavali zahtjev o minimalno 10 % nezavisne produkcije. Istovremeno je porastao i prosjek novih djela nezavisne europske produkcije koji je narastao na 30 %. Sve u svemu, može se zaključiti kako je u većini zemalja članica daleko premašen minimum od 10 % nezavisne europske produkcije zbog čega je primjena članka 5. općenito zadovoljavajuća.

Osma komunikacija (za period 2005. – 2006.)

Osma komunikacija Europske komisije objavljena je 2008. godine (Commission of the European Communities, 2008).

I u ovom periodu Komisija je konstatirala rast broja televizijskih kanala koji su se pojavili na europskom tržištu. Broj je porastao s 584 2003. godine na 765 televizija u 2004. U sljedećoj godini, 2005., već ih je bilo 949, a 2006. čak 1096. To predstavlja povećanje od 512 kanala, odnosno 88 % u četverogodišnjem razdoblju (2003. – 2006.). Ovo povećanje ne može se samo objasniti pridruživanjem novih zemalja članica 2004., koje su unijele 111 novih kanala. U 2006. godini postojalo je 155 novih kanala. Taj trend pokazuje konstantni rast europskih televizijskih programa i vitalnost europske audiovizualne industrije. Također se radi i o fragmentaciji europske publike.

Metodologija i intenzitet monitoringa razlikovao se u zemljama članicama, od običnih procjena i istraživanja do regularnog nadzora programa ili metoda uzorka. U nekim zemljama članicama nezavisna regulatorna tijela ili vladini odjeli odgovorni su za sakupljanje podataka i analizu, dok u drugima to rade privatne istraživačke agencije. U velikom broju zemalja tijela zadužena za kontrolu ovise o statističkim podacima koje podastiru same televizije, koje oni nenajavljeno kontroliraju.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica"

Što se tiče primjene članka 4. u svih 25 zemalja članica, prosječno vrijeme emitiranja rezervirano za europska djela iznosilo je 63,52 % 2005., odnosno, 65,05 % 2006. godine, što predstavlja povećanje od 1,53 % tijekom izvještajnog razdoblja.

U usporedbi s prošlim izvještajnim periodom (65,18 % 2003. i 63,4 % 2004.), prosječni udio europskih programa emitiran na televizijama zemalja članica smanjio se za oko

0,13 % tijekom četiri godine (2003. – 2006.), a u periodu od šest godina (66,95 % 2001. i 66,10 % 2002.) prosjek se smanjio za 1,90 %. Ovaj trend svakako se može povezati s mjerenjima u novim zemljama članicama.

Naime, prvi dio izvještajnog razdoblja (2001. – 2003.) odnosio se na EU 15, dok je drugi dio izvješća za period od 2003. do 2004. uključivao i statistike novih deset zemalja članica koje su se pridružile Uniji 2004. godine. Prosječni udio vremena emitiranja europskih djela u tim zemljama iznosio je 64,5 % 2005., odnosno, 67,3 % 2006., što predstavlja povećanje u odnos na 2004. godinu kada je prosjek iznosio 61,77 %. To dokazuje dobru implementaciju članka 4., što je rezultiralo 1,05 % boljim rezultatom od zemalja EU 15 2005. godine, odnosno, 3,75 % boljim 2006. U svakom slučaju, i u novim i u starim zemljama članicama primjena članka 4. visoko je nadmašivala propisani minimum od 50 % europskih djela.

Gledajući prosjek u zemljama pojedinačno, varirao je od 47,31 % europske produkcije u Sloveniji do 81,14 % u Danskoj 2005. godine, odnosno između 45,44 % u Švedskoj i 81.07 % u Poljskoj 2006. godine.

Trend prikazivanja europskih djela u izvještajnom razdoblju bio je pozitivan u 15 i negativan u 10 zemalja članica. U srednjoročnom razdoblju, u odnosu na prethodno izvješće, rezultati su bili pomiješani: 13 zemalja članica nije zabilježilo napredak u primjeni članka 4., dok je 12 članica povećalo većinski udio europskih djela ili u periodu od četiri godine (2003. – 2006.) ili od početka članstva 2004. Samo tri zemlje imale su problema u dostizanju prosjeka od 50 % europskih djela 2005. ili 2006. (Litva 49 % 2006. godine, Slovenija 47,3 % 2005. i Švedska 45,44 % 2006.).

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Prosjek udjela nezavisne produkcije europskih programa u svim zemljama članicama 2005. iznosio je 36,44 %, odnosno 37,9 % 2006., što je porast od 1,15 % tijekom izvještajnog perioda.

Ovo pokazuje napredak u odnosu na proteklo izvještajno razdoblje (2003. – 2004.) kada je primijećen tek lagani rast od 0,11 %. Gledano tijekom četverogodišnjeg razdoblja (2003. – 2006.), prosječan udio porastao je za 6,20 %. U šest godina (2001. – 2006.) vidljiv je stabilizirajući trend nakon određenog pada od 6,25 % u razdoblju od 2001. do 2004. Prosjek je narastao na 37,59 %. Komisija napominje da medije u zemljama članicama treba

ohrabrivati da nastave pozitivan trend. Isto tako, treba imati na umu da je od 2004. obvezu izvještavanja dobila grupa od 25 članica. Prirodno je da je medijima u novim članicama teže investirati u nezavisnu produkciju budući da nemaju iskustva u primjeni 5. članka Direktive. Točnije, prosječni udio u 10 novih zemalja članica iznosio je 30,54 % 2005. i 41,55 % 2006. godine, što je bilo ispod prosjeka EU15 (40,38 % 2005. i 41,55 % u 2006.). Međutim, ukupni udio u svim zemljama članicama daleko je premašivao minimum od 10 % nezavisne produkcije koji propisuje Direktiva. Osamnaest zemalja stabiliziralo je udio nezavisne produkcije na 25 %, odnosno na jednu četvrtinu dnevnog vremena emitiranja. Samo jedna nova zemlja članica, Cipar, mora popraviti svoj prosjek. Naime, tamo je udio djela iz nezavisne produkcije iznosio 9,70 % 2005., odnosno 6,48 % 2006. Prosječna provedba članka 5. u svim zemljama članicama iznosila je 75,92 % 2005., odnosno 79,20 % 2006., što predstavlja porast od 3,28 % tijekom izvještajnog razdoblja.

Nova djela nezavisne europske produkcije

Prosječni udio novih djela nezavisne europske produkcije 2005. godine iznosio je 68,65 % od svih emitiranih nezavisnih europskih djela, odnosno 66,75 % 2006. godine. Uočava se lagani porast od 1,90 % tijekom izvještajnog razdoblja.

Na razini država članica prosječni udio novih djela 2005. varirao je između 26,13 % u Estoniji i 100 % u Cipru i Slovačkoj, odnosno između 24,8 % u Irskoj i 100 % u Slovačkoj 2006. Pozitivan trend u prikazivanju novih djela europske nezavisne produkcije vidljiv je u deset zemalja članica. Nije bilo promjene u jednoj članici, a negativan trend pokazao se u 15 zemalja članica. Podaci koje su još uvijek na dobrovoljnoj bazi predale (prije službenog ulaska u EU) dvije nove zemlje članice, Rumunjska i Bugarska, također su pozitivni. Sve u svemu, prema statističkim podacima koje su prikazale zemlje članice, udio europskih djela u programima televizijskih kanala u izvještajnom razdoblju bio je relativno stabilan iako je u razdoblju od 2001. do 2006. bio u laganom padu. Usprkos tomu, zadržao se na relativno visokoj razini iznad 63 %.

Međutim, četiri su faktora otežavala konzistentnu procjenu. Kao prvo, statistika je u ovoj komunikaciji po prvi puta uključila podatke deset novih zemalja članica koje su se pridružile Uniji 2004. godine. Zatim se metoda računanja promijenila jer su u ovom izvješću po prvi puta bile uključene televizije s gledanošću manjom od 3 %. Nadalje, rastuća fragmentacija ovog sektora povećala je ekonomski pritisak i potrebu za jeftinim i lako

dostupnim sadržajem. To je otežalo investiranje u produkciju i emitiranje europskih djela. I konačno, broj televizijskih kanala za koje nisu dostavljeni nikakvi podaci znatno je pao.

Prosjek ispunjavanja odredbi članka 4. Direktive o televiziji bez granica porastao je u ovom periodu za 4 %. Zaključak Komisije o situaciji u zemljama članicama je pozitivan, s ocjenom da je situacija zadovoljavajuća iako u nekim zemljama ima prostora za poboljšanja. Komisija je zadovoljna i primjenom članka 5. o udjelu nezavisne produkcije. Trend je u većini zemalja članica bio pozitivan, s prosječnim rastom od 6,20 % u izvještajnom razdoblju. Većina zemalja članica uspjela je stabilizirati udio nezavisne produkcije na razini većoj od 25 %, dakle, jedne više od jedne četvrtine od ukupno emitiranog programa.

Deveta komunikacija (za period 2007. – 2008.)

Deveta komunikacija objavljena je 2010. (European Commisison, 2010a).

Za ovo izvješće Komisija je poslala zemljama članicama definirane liste televizijskih kanala koji su izlistani iz MAVISE baze podataka Europskog audiovizualnog opservatorija. Svrha je bila upotreba jednoznačne baze kako bi se povećala konzistentnost i usporedivost statističkih podataka koje podnose zemlje članice. U skladu s odredbama Direktive, lokalni kanali maknuti u s lista budući da se na njih ne odnose članci 4. i 5., kao ni na kanale koji ne emitiraju ni na jednom jeziku Europske unije, kao ni na kanale koji emitiraju isključivo za tržišta izvan Europske unije i ne mogu se gledati ni primati unutar njenih granica.

Po prvi su puta Bugarska i Rumunjska, koje su se priključile Uniji 1. siječnja 2007., podnijele podatke za period 2005. – 2007., ali još na dobrovoljnoj bazi. Isto su tako ispunile svoju obvezu izvještavanja o primjeni članka 4. i 5. za razdoblje od 2007. do 2008., koje je bilo uključeno u Komunikaciju Komisije o EU s 27 članica.

I ovo izvješće potvrđuje trend porasta broja televizijskih kanala koji se još pojačao u opisanom razdoblju s obzirom na prelazak na digitalnu tehnologiju, koja je omogućila nastanak novih platformi i osnivanje velikog broja specijaliziranih kanala. Ukupni broj televizijskih kanala u 27 zemalja članica porastao je s 5151 u godini 2006. na 6067 kanala 2008., što označuje porast od 17,8 %.

Ukupni broj televizija s nacionalnom pokrivenošću narastao je s 1967 u 2006. godini na 2702 u 2008., što je porast od 37,36 %. Tijekom istog perioda broj televizijskih kanala, koji su bili pokriveni izvješćima zemalja članica, porastao je s 1107 kanala 2006. na 1679 u

2008. godini, što čini porast od 51 % u odnosu na 2006. Povećao se i broj televizijskih kanala o kojima zemlje članice nisu podnijele izvješće. Prema Komunikaciji, za period na koji se izvješća odnose, nedostaju podaci za 97 kanala u Italiji 2007. godine, odnosno za 83 u godini 2008., 47 u Njemačkoj 2007. i 2008., kao i za 34 u Francuskoj 2007., odnosno 35 u 2008. Ovaj se trend može pripisati nastanku velikog broja malih televizijskih kanala na tržištu, kao i upotrebi već definiranih lista televizija.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica"

Ako se promatraju tri različite grupe zemalja članica, podaci pokazuju da je ukupni prosjek o kojem su izvijestile EU 15 u porastu u četverogodišnjem periodu (64,19 % u 2008. godini u usporedbi s 63,19 % iz 2005., što predstavlja porast od 1,09 %), dok su zemlje EU 10 izvijestile o padu od 2,04 % (62,11 % iz 2008. prema 64,15 % u 2005.).

Dvije nove zemlje članice koje su se pridružile Europskoj uniji 2007., Rumunjska i Bugarska, prijavile su porast od 2 % u emitiranju europskih djela u usporedbi s prethodnim periodom. Podaci govore o 61,40 % 2008. naspram 59,40 % 2005. godine. To dokazuje njihovu punu integraciju u provedbi Direktive, pri čemu su obje zemlje premašile odredbu o najmanje 50% emitiranih djela europskog porijekla.

Udio vremena emitiranja posvećen europskim programima iznosio je u prosjeku 62,64 % 2007., odnosno 63,21 % 2008. godine, što pokazuje lagani rast tijekom izvještajnog razdoblja, kao i određeni pad u odnosu na trend iz 2007. Međutim, ukupne brojke su relativno stabilne i dalje su daleko iznad praga od 50 % programa europske proizvodnje propisanih Direktivom.

Promatrano kroz pojedinačne zemlje članice, udio emitiranih djela europske proizvodnje varirao je 2007. između 27,90 % na Cipru do 85% u Poljskoj, odnosno između 30 % na Cipru i 83,11 % u Poljskoj 2008. Što se tiče porasta vremena emitiranja u tom periodu, trend je bio pozitivan u 14 zemalja, negativan u 11, a ostao je stabilan u dvije. U srednjoročnom razdoblju, ako se uspoređuju podaci iz 2005. i 2008, 16 zemalja pokazalo je relativno skroman porast u većini slučajeva. S druge strane, 11 zemalja zabilježilo je pad (manji od 10% u 8 zemalja članica). Trendovi emitiranja europskih djela u četverogodišnjem periodu (2005. – 2008.) prikazani su na listama koje su podnijele sve zemlje članice. Tri zemlje članice iskazale su poteškoće u postizanju traženog omjera europskih djela, kroz cijeli izvještajni period, iako je u sve tri lošiji rezultat zabilježen 2007. godine, dok je u 2008. došlo do određenog poboljšanja. To su Cipar, koji je 2007. i 2008. godine izvijestio o 30 %

europskih djela emitiranih na ciparskim televizijskim kanalima, Švedska s 45,1 % europskih djela 2007.,odnosno 45,5 % 2008. te Slovenija s 34,1 % vremena emitiranja posvećenog europskim djelima 2007., odnosno 44,5 % 2008. godine.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Što se tiče udjela nezavisne produkcije europskih djela u televizijskim programima, on je sa 35,26 % 2007. lagano pao na 34,90 % 2008. Usprkos laganom padu od 0,36 %, ipak je vidljiv kontinuitet uzlaznog trenda koji je započeo 2003. godine.

Međutim, ako se pogleda četverogodišnji period od 2005. do 2008., vidljiv je pad od 0,83 % u odnosu na 2005. godinu. Komisija zato ohrabruje zemlje članice da stimuliraju televizije u povećanju udjela nezavisne produkcije kako bi se dostigao postotak iz prethodnoga izvještajnog razdoblja (European Commission, 2010a). Tijekom 2007. i 2008. 13 zemalja članica zabilježilo je pozitivan razvoj, a negativan njih 14. U referentnom periodu sve su zemlje članice dostigle prag od 10 % nezavisne produkcije, dok u prethodnom razdoblju to nije uspjelo Cipru, koji je 2005. zabilježio 9,7 % 2005. i 6,5 % 2006, dok je prosjek 2007. godine iznosio 39,6 % , odnosno 41,9 % 2008.

U razdoblju od 2005. do 2008. osam zemalja članica zabilježilo je porast udjela nezavisne produkcije koji je varirao od 1,4 % u Velikoj Britaniji do 32,20 % na Cipru. Devetnaest zemalja članica iskazalo je pad, od 0,20 % u Portugalu do 16, 80 % u Švedskoj. Sve u svemu, EU 15 zabilježila je pad od prosječno 4,36 %, EU 10 porast od 4,56 %, a Bugarska i Rumunjska pad od 1,35 % u 2008 (35,10 % u odnosu na razinu EU 15 od 36,02 %).

Nova djela nezavisne europske produkcije

Prosjek udjela novih djela nezavisne europske produkcije u zemljama Europske unije 2007. bio je 62, 99 %, odnosno 63,88 % 2008 godine, što predstavlja lagani porast od 0,89 % u izvještajnom razdoblju.

Međutim, uspoređeno s prosjecima dosegnutim 2005., koji su iznosili 68,75 %, 2008. godine zabilježen je prosječni pad od 4,78 %. Od 2004., kada je prosjek iznosio 69,09 %, vidljiv je silazni trend kojeg bi trebalo usporediti s porastom od 4,97% u prethodnom izvještajnom razdoblju (na koje se odnosila Osma komunikacija).

Emitiranje novih djela europske produkcije u periodu 2005. – 2008. u EU 10 iznosi 65,39 %, što predstavlja pad od 6,90 % u odnosu na podatke iz 2005. (72,29 %). EU 15 dostigla je niži prosjek u 2008. godini. On iznosi 64,53 %, što znači pad od 1,69 % u odnosu na 2005. No, sve ovo potvrđuje uspješnu primjenu članka 5. u većini zemalja članica iako je potrebno poduzeti korake kako bi se spriječio silazni trend.

Dvije najnovije zemlje članice izvijestile su o vrlo dobroj primjeni članka 5.: prosjek od 56,7 % 2007., odnosno 51,35 % 2008. godine. Rezultati pokazuju da su odredbe članka 5. vrlo lako dostignute u zemljama članicama, kada se radi o nezavisnoj produkciji i novim djelima, iako se primjećuje silazni trend u odnosu na 2005. godinu. Komisija je zato pozvala zemlje članice da nadziru primjenu članka 5. na televizijskim kanalima i potiču pozitivan razvoj u planiranju emitiranja djela novije nezavisne produkcije.

U zaključku Komunikacije stoji da je razvoj primjene Direktive o televiziji bez granica u razdoblju od 2005. do 2008. bio stabilan iako su registrirane neke varijacije između 2005. i 2007. Prosjek europskih djela u zemljama članicama vratio se 2008. na istu razinu kao i 2005. Ovo pokazuje stabilizaciju na relativno visokom nivou, daleko iznad propisanog minimuma u članku 4. Osim toga, podatke treba gledati u kontekstu kontinuiranog rasta broja televizijskih kanala na tržištu, uz nastanak velikog broja specijaliziranih kanala koji se teško nose s odredbama o postotku europskih djela koja moraju emitirati već od samog nastanka svog programa. Ovaj je aspekt spomenut već i u Osmoj komunikaciji Europske komisije i trebao bi biti uzet u obzir prilikom procjenjivanja ukupnog emitiranja televizijskih kanala u zemljama članicama tijekom izvještajnog razdoblja.

Premda je cjelokupna situacija zadovoljavajuća, ipak ima mjesta za napredak. Kao prvo, tri zemlje članice koje nisu uspjele ispuniti zahtjev za kvotama europskih djela 2007. i 2008. godine moraju pojačati napore kako bi poboljšale primjenu Direktive i osigurale rast udjela europskih djela. Budući da dvije od tri zemlje pripadaju EU 10, njihov bi korak u povećanju udjela europskih djela na televizijskim kanalima imao pozitivan učinak na silazni trend koji je registriran u toj grupaciji u periodu od 2005. do 2008, a koji je potrebno ispraviti.

## 7.1. Primjena Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (AMU)/Audiovisual Media Services Directive (AVMS), 2009. – 2012.

Kao što je rečeno, 2007. godine objavljena je nova Direktiva 2007/65/EC, kojom se mijenja Direktiva „Televizija bez granica" (TWVF) i preimenuje se u „Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama" (AMU)/ „Audiovisual Media Services Directive" (AVMS). Nova Direktiva stupila je na snagu 19. prosinca 2007.

Člankom 33. AVMS Direktive određeno je da Europska komisija, počevši od 19. prosinca 2011. i nakon toga svake tri godine, mora podnositi Izvješće Europskom parlamentu i Vijeću, kao i Europskom ekonomskom i socijalnom odboru o primjeni ove Direktive. Komisija može i predlagati dodatne mjere prilagodbe razvoju audiovizualnih medijskih servisa, osobito uzimajući u obzir tehnološki napredak, konkurentnost sektora i razine medijske pismenosti u svim zemljama članicama.

Prvo izvješće o primjeni nove AVMS Direktive 2012.

Europsko audiovizualno tržište nastavilo je stabilno rasti i u periodu od 2009. do 2010., što dokazuju i podaci o ubrzanom povećanju broja televizijskih kanala.

Prema European Audiovisual Observatory-u, u prosincu 2010. bilo je 7622 televizijskih kanala u 27 zemalja članica, od koji je 3126 bilo lokalnih, u usporedbi sa 6067 kanala u 2008. To predstavlja porast od 25,6 % u odnosu na izvješće iz razdoblja 2006. – 2008. U istom razdoblju bilježi se i pad ukupnog broja kanala o kojima je izvješće podneseno. Taj broj pao je s 1679 u 2008. na 1313 u 2009., odnosno 1390 u 2010. Razlog tomu je nova metodologija koja je dopustila izuzimanje lokalnih kanala iz obveze podnošenja izvješća.

Prvo Izvješće o primjeni nove AVMS Direktive, osobito članaka 13, 16. i 17. koji promiču europsku kulturnu raznolikost i nezavisnu produkciju ne samo na linearnim, već i nelinearnim audiovizualnim servisima, objavljeno je u svibnju 2012, a usvojeno u Europskom parlamentu 2013. Ono obuhvaća razdoblje od 2009. do 2010. Sastoji od dva dijela. U prvom se dijelu po prvi puta obrađuje primjena članka 13. o promociji europskih djela na servisima na zahtjev, temeljeno na podacima koje su dostavile zemlje članice. Takva izvješća podnose se svake četiri godine. Europska pravila koja se odnose na promociju europskih djela na servisima na zahtjev prilično su fleksibilna i daju određenu slobodu zemljama članicama, zbog čega dostavljena izvješća pokazuju nedovoljnu ujednačenost u ispunjavaju ovih obveza. Neke su zemlje članice uspostavile specifične mjere za poticanje prikazivanja europskih djela,

dok druge nisu. Servisi na zahtjev postali su osobito relevantni u kontekstu konvergencije i povezanih servisa. Komisija se u izvješću obvezala analizirati najbolje načine provedbe i u razgovoru sa zemljama članicama poboljšati primjenu navedenih europskih odredbi. Drugi dio odnosi se na primjenu članaka 16. i 17. (3), odnosno na primjenu AMSV Direktive o promociji europske i nezavisne produkcije na EU televizijskim servisima u razdoblju od 2009. do 2010. Takva izvješća se podnose svake dvije godine.

Ovo je izvješće (European Commission, 2012c) pokazalo da je primjena AVMS Direktive na zadovoljavajućoj razini u 25 zemalja, dok još dvije zemlje (Poljska i Belgija) nisu do kraja implementirale novu Direktivu u svoje nacionalno zakonodavstvo. Najproblematičnija pitanja u primjeni Direktive prema ovom Izvješću su:

4) prekidi programa reklamama i smještanje proizvoda u program
5) rodni stereotipi u reklamama
6) prava prijenosa za događaje od velike važnosti
7) nedovoljna promocija europskih djela

(European Commission, 2012c)

Dodaje se kako audiovizualni sektor doživljava brze promjene u tehnologiji i poslovnoj praksi, ali i da postoji potreba za dodatnom regulacijom onoga što se naziva „Connected TV" (televizija čije gledanje je omogućeno uz pomoć Interneta).

Prema prikazanim podacima (European Commission, 2012d) većina zemalja članica ispunjava odredbe Direktive o promociji europskih djela, ali ona u najvećoj mjeri ostaju nacionalna. Udio tih djela na zadovoljavajućoj je razini, kako na televiziji, tako i na servisima na zahtjev. Udio nezavisne produkcije pada.

Europska djela na linearnim servisima

Pravilo o promociji europskih djela na linearnim servisima općenito i dalje dobro funkcionira, ali ima ograničeni učinak na cirkulaciju programa diljem EU.

To pravilo ne osigurava distribuciju europskih djela koja nisu iz domaće produkcije. Najveći dio od prikazanih programa koji nisu domaće proizvodnje predstavljaju i dalje programi američkog porijekla. Postoje neki primjeri uspješnih koprodukcija (poput serija „Borgen" ili „Borgia") koje su uspjele prijeći nacionalne granice, ali to su rijetki izuzeci.

Što se tiče televizijskih kanala, udio europske produkcije u periodu od 2009. do 2010. narastao je u odnosu na prethodno razdoblje, dostigavši 63,8 % u 2009., odnosno 64,3 % u

2010. To znači da je zahtjev za većinskim udjelom europskih djela, sadržan u članku 16. AVMS Direktive, čak i premašen. Međutim, od tog je udjela tek 8,1 % djela koja nisu domaće, već strane europske proizvodnje. Komisija je pozvala tri zemlje koje nisu dostigle zatraženu razinu europskih djela (Irska, Slovenia i Velika Britanija) da ohrabre svoje televizije u prikazivanju više europskih djela. Može se, dakle, zaključiti da sankcija za nepridržavanje odredbi AVMS Direktive nema.

Nezavisna produkcija

S prosjekom od 34,1 % 2009., odnosno 33,8 % 2010., udio nezavisnih europskih djela prikazanih na televizijama u zemljama članicama bio je znatno iznad 10 %, što je određeno Člankom 17. AMVS Direktive.

Međutim, udio nezavisnih djela pokazuje konstantan pad koji je započeo 2006. I nova nezavisna djela pokazuju lagani pad, na što ukazuje podatak da su 2009. sačinjavala 62,1 % prikazanih nezavisnih europskih djela, a 2010. 61,8 %. Premda su rezultati koje su dostavile europske televizije zadovoljavajući, Komisija je ipak upozorila na ovaj negativni trend u odnosu na nezavisnu i novu europsku produkciju te pozvala zemlje članice da daju veću podršku produkcijskom sektoru.

Audiovizualni medijski servisi na zahtjev

Udjeli europskih djela na internetskim TV kanalima, prema ovom Izvješću, iznosili su 96,2 % ukupnih sati emitiranja, što je daleko više od onoga što nude servisi na zahtjev (45,1 % ukupnog programa).

Osim toga, europska djela značajno su više zastupljena u katalozima koje nude televizije (81,1 %), nego nezavisni servisi (46,7 %) i teleoperateri (31,2 %). U katalozima javnih televizija ta su djela bitno značajnije zastupljena (99,1 %), nego na komercijalnim televizijama (55,8 %). Servisi s najmanjim udjelom europskih djela uglavnom su novi „igrači" (10 % – 20 %). Udio europskih djela u kvalificiranim omjerima (bez vijesti, sporta i reklama) od 64,5 % približava se onom koji je omogućen katalozima u cjelini, od 65,1 %.

Nacionalna izvješća

Podaci iz Nacionalnih izvješća o primjeni članka 13. nisu potpuni i nisu dovoljno reprezentativni za donošenje vjerodostojnih zaključaka.

Usprkos izostanku specifičnih obveza emitiranja europskih djela na servisima na zahtjev u nacionalnim zakonodavstvima određenih zemalja, 14 je zemalja dostavilo neke podatke o tome kako ta primjena izgleda u praksi. Ta izvješća indiciraju izuzetno visok udio europskih djela u katalozima. Prosjek varira od 40 % u Španjolskoj do 89 % u Danskoj tijekom 2009. godine, odnosno od 36,4 % u Portugalu do 100 % u Austriji 2010. Međutim, usporedba između prijavljenih postotaka gledanosti europskih djela i količine koja je ponuđena ne dopušta donošenje relevantnih zaključaka. Pet zemalja je izvijestilo i o financijskoj pomoći europskoj produkciji, dok je šest zemalja indiciralo upotrebu nekih od instrumenata za davanje prednosti europskim djelima (European Commission, 2012a).

Iz Nezavisne studije (European Commission, 2012e) objavljene uz ovo Izvješće, vidljivo je da je broj servisa na zahtjev procijenjen na 435 u 2009. Najveći broj dostupnih servisa u 2009. imala je Francuska (73), slijedile su Velika Britanija (66) i Njemačka (47), dok je u većini zemalja članica taj broj bio između 10 i 20. Većina ih je dostupna besplatno, bez ikakve pretplate, odnosno podržavana kroz marketing ili putem javnog financiranja. Izvješća pokazuju vrlo raznoliku razinu tržišnog razvoja servisa na zahtjev u različitim europskim zemljama.

Slično je i s izvješćima za 2010. Najveći broj servisa na zahtjev prijavile su Velika Britanija (82) i Slovačka (36), a najmanji Irska i Španjolska (3), Belgijsko-francuska zajednica (2) i Austrija (1), dok Cipar tada nije imao takve servise. Cilj ove studije bio je analizirati implementaciju članka 13., kao i sadržaj onoga što pružaju nelinearni servisi u zemljama članicama. Studija je otkrila različite primjere promocije europskih djela na nelinearanim servisima, kao i različite prakse implementacije i nadzora. Na temelju tih podataka Europska je komisija odredila niz indikatora koji su u obliku upitnika poslani nacionalnim vladama. Što se tiče promocije europskih djela, predloženo je nekoliko opcija: opis djela, uz navođenje zemlje porijekla, preglednik prema porijeklu, instrumenti preporuke o europskim djelima, sekcije servisa posvećenih europskim djelima, *traileri* koji promoviraju europska djela ili promocije europskih djela.

Metode nadzora primjene članka 16. i 17.

Kada je riječ o metodi monitoringa primjene članaka 16. i 17., postoji velika raznolikost između zemalja članica.

Nacionalne metode uglavnom se baziraju na podacima koje su dostavile zemlje članice Nezavisnom regulatornom tijelu i najčešće nisu podložni ikakvoj verifikaciji. Međutim, u devet zemalja regulatori verificiraju podatke uz pomoć vlastitog sistema monitoringa. Tijekom ovog perioda tri su zemlje članice prijavile probleme prilikom primjene članaka 16. i 17. AVMS Direktive, na svim vrstama kanala.

Na Cipru postoji monitoring isključivo onih televizija koje emitiraju analogno, u Grčkoj je veći broj privatnih televizija odbio dati izvješća. Slična je situacija bila u Sloveniji, u kojoj su male lokalne televizije odbile poslati izvješća. Komisija je u uvodu svog izvješća naglasila kako sve nacionalne i regionalne televizije imaju obvezu primjene članaka 16. i 17., osim ako ne podliježu povlasticama osobnog izuzetka ili zakonskog izuzetka. Poboljšanje u prikupljanju podataka pokazala je Njemačka, u kojoj su prvi puta regionalne javne televizije podnijele izvješća. U Švedskoj potvrđuju da je među televizijama podignuta svijest o važnosti primjene ovih članaka. U Sloveniji se poboljšao sustav monitoringa tako da su izvješća, koja podnose same televizije, dodatno verificirana od strane nezavisne kompanije.

Sankcije u slučaju nepridržavanja mjera

I ovdje situacija varira od zemlje do zemlje.

U nekim zemljama regulatori nemaju nikakve ovlasti za kažnjavanje televizija koje nisu izvijestile ili nisu primijenile odredbe iz članaka 16. i 17. AVMS Direktive. No, jedanaest zemalja članica prijavilo je da su poduzele ili planiraju poduzeti određene mjere, od slanja upozorenja do formalnih prigovora i pokretanja procesa kažnjavanja.

Nadzor i sankcije u vezi primjene članka 13.

Članak 13. ostavlja različite mogućnosti monitoringa zemljama članicama, kao i u slučaju linearnih servisa.

Vidljivo je da se četrnaest zemalja oslanja na izvješća koja im podnose sami operateri. Od tog broja četiri su zemlje verificirale izvješća, dok su dvije proslijedile svoje analize kataloga. U Francuskoj, na primjer, Conseil Superieur de l'Audiovisuel (CSA) dobiva detaljna godišnja izvješća operatera koja dokazuju da se pridržavaju svojih obveza, kao i deklaraciju

koju potpisuje računovođa i koja potvrđuje promet svakog servisa. Na taj se način sprečava izbjegavanje regulatornog minimuma. U Slovačkoj pak operateri moraju samo podnijeti izvješće regulatornom tijelu o naslovima i porijeklu programa, dok u Velikoj Britaniji nema posebnog pravila kako najbolje promovirati europska djela u nelinearnim servisima.

OFCOM je u 2011. s izvješćima zatražio i sugestije o tome koji je najbolji način promocije europske produkcije, kako bi te preporuke uvrstili u svoje medijske politike. Dakle, praksa je različita, a zemlje variraju prema stupnju fleksibilnosti i monitoringa. Neke monitoring uopće ne provode (Bugarska, Cipar, Mađarska, Latvija Malta), neke se oslanjaju na podatke dobivene od samih pružatelja usluga na zahtjev (Austrija, Danska, Estonija, Finska, Njemačka, Grčka, Irska, Italija, Litva, Luksemburg, Rumunjska, Slovačka, Švedska, Velika Britanija), neke verificiraju dostavljene podatke (Belgijsko-francuska zajednica, Češka, Nizozemska, Španjolska), a neke rade svoje nezavisno izvješće (Belgija, flamanska zajednica).

Što se tiče sankcija, one su podjednako fleksibilne. Slično kao i za televizijske servise, obuhvaćaju cijelu skalu; od upozorenja od strane regulatora do izricanja novčanih kazni i restrikcija koje se odnose na dozvole, registraciju ili uvjete poslovanja. Budući da je regulacija VOD servisa (*video on demand*/video na zahtjev) relativno nova, još nijedna zemlja nije izrekla sankcije. No, kako su odredbe članka 13. nedostatne, neke su zemlje usvojile vrlo fleksibilan pristup, dok druge u svojim zakonodavstvima imaju cijeli arsenal sankcija koje je moguće primijeniti u slučaju nepoštivanja odredbi.

## 7.2. Iskustva i kritike na račun primjene europske medijske politike u proširenoj Europi

S obzirom na ubrzani razvoj informacijskog društva i sve veću prevlast računalnih mreža te interneta koji je osigurao veliku propusnost informacija, nedovoljna proizvodnja programa postaje sve veći problem.

Upotreba računalnih mreža za distribuciju televizijskog programa danas je stvarnost, a sve više prevladavaju sadržaji na zahtjev. Sve više raste disproporcija između tehničkih mogućnosti prijema i distribucije, kao i programskih sadržaja koji se nude. Koliko je u takvom kontekstu i dalje opravdana zajednička audiovizualna politika Europske unije i kakvi su njeni stvarni učinci, teme su mnogih znanstvenih rasprava.

Propitivanjem svrhe i budućnosti regulative koja se odnosi na promociju europskih djela u novom digitalnom okruženju bavi se i Nezavisna studija (European Commission) o

primjeni AVMS Direktive objavljena 2011. U njoj se ističe da je fokus na distribuciju europskih djela putem televizija izgubio svoju relevantnost, kao i mogućnost osiguravanja njihove gledanosti, te kulturnog učinka i ekonomske vrijednosti. I dok u ekonomskom smislu europska audiovizualna industrija ostaje fragmentirana, nagomilavanje broja servisa i dostupnih sadržaja bez uredničke odgovornosti postaje od ključne važnosti za distribuciju i konzumiranje sadržaja, ali to nije pokriveno trenutnim odredbama Direktive. Stoga se u Studiji predlažu određene izmjene koje se odnose na opseg „audiovizualnih djela", to jest na kategorije koje čine „kvalificirana djela". Autori istraživanja upozoravaju da zbog stalnih inovacija u pružanju audiovizualnih usluga, koncept promocije dobiva novo značenje u okruženju servisa na zahtjev. Zahvaljujući takvim je servisima moguće konzumirati velike količine sadržaja, ali oni nisu lako vidljivi gledatelju budući da se ne nalaze u klasičnom programu emitiranja. Promocija europskih djela, kao važna kategorija, zahtijeva nove tehnike privlačenja pažnje i gledatelja. Iako se promijenila tehnologija, ponašanje i navike gledatelja se nisu toliko promijenile.

I Beata Klimkiewicz s nizom autora iz različitih zemalja analizira smisao i stvarne učinke primjene Direktive o audiovizualnim medijskim servisima u zemljama članicama (2010). U knjizi se govori o dvostrukim izazovima za medijsku politiku Europske unije, a to su proširenje na nove članice iz Istočne i Centralne Europe te digitalizacija. Kao što je na više mjesta u tekstu naglašeno, dinamika globalizacije uzrokovala je promjenu medijskih tržišta, intenziviranje koncentracije vlasništva, fragmentaciju, miješanje medijskih sektora, nove odnose između medija i publike, osobito onih koji omogućuju platforme za emitiranje i onih koji proizvode sadržaje (Klimkiewicz, 2010).

Globalizacija i konvergencija promijenile su i logiku stvaranja medijskih politika i izazvale tradicionalni regulatorni model. Većina autora zaključila je kako je pitanje regulacije medija i njegova operacionalizacija podjednako nesređeno na europskom i nacionalnim nivoima. Zbog toga su medijska konkurencija, kulturna raznolikost, javni interes, pristup medijima, medijski pluralizam, demokratsko sudjelovanje i uloga medija u društvu konstantno u fazi redefiniranja.

Gianpietro Mazzoleni i Fausto Colombo u svom članku preispituju multidimenzionalne perspektive oblikovanja europskoga audiovizualnog okruženja (2010: 245–260). Upozoravaju kako je potrebno napustiti utopiju o stvaranju tržišta koje će voditi medijski razvoj dinamikom ponude i potražnje ili onu o tehnologiji koja će se nama nametnuti svojom inovativnošću. Autori misle da su problemi s kojima se treba suočiti razlike između

nacionalne regulacije na domaćem tržištu i regulacije na EU razini. Autori zastupaju balans između sistema koji će jamčiti reguliranu konkurenciju, kao i zabranu koncentracije vlasništva, te slobodu protoka informacija. Zaključuju kako je ponovno potrebna šira rasprava o harmonizaciji normativnoga europskog zakonskog medijskog okvira koji će ojačati europsku kulturu, bez ograničavanja razvoja lokalnih kultura (Mazzoleni, Colombo, 2010: 245–260).

Nezavisna Impact Study ukazala je na nekoliko velikih problema u dosadašnjoj primjeni i procjeni primjene Direktive, pišu Graham i suradnici (2005) (prema Štetka, 2010: 103). Prvi prigovor odnosi se na slabe rezultate u smislu stavljanja na snagu odredbi Direktive od strane nacionalnih regulatornih tijela. Naime, Direktiva ne primjenjuje nikakve mjere ako se te kvota odredbe ne poštuju. Osim upozorenja i prijetnji sankcijama, gotovo nikome nije oduzeta koncesija. Nezavisna studija pokazala je i da većina producenata i uprava televizija ne vjeruje da ih se strogo kontrolira ili da će biti primijenjene sankcije. Čak 59% medija i 79% producenata smatra da te sankcije neće biti primijenjene. Tek manjina medija (26 %) i producenata (10 %) smatra da bi sankcije mogle imati nekog učinka (Graham prema Štetka, 2010: 103). Ovakvi rezultati ostavljaju prostor za raspravu o efikasnosti odredbi europske politike i njihovom stvarnom učinku na odluke medija o njihovim programskim shemama. Drugi dio problema je i činjenica da kulturne odredbe Direktive bez granica nisu dovoljno jasno definirale europska djela, odnosno one ne prave razliku između domaćih i stranih europskih programa. Time se omogućuje televizijama da ispune zahtjeve kvote, bez ijedne minute emitiranog programa iz neke druge europske zemlje.

Vlaclav Štetka misli da je ključni obrazac za televizijsku fikciju u EU karakteriziran uzrečicom „danju američki, *prime time* domaći", dok su programi iz drugih EU zemalja obično tek treći izbor, ako su uopće.

Jean Chalaby (prema Štetka, 2010: 105) konstatira da nije čudno, s obzirom na rezultate primjene TWF Direktive, da su je brojni akademski krugovi kritizirali budući da nije učinila ništa ili vrlo malo za postizanje kulturnih ciljeva i pretvorila se u pobjedu komercijalnih snaga koje favoriziraju poplavu neprotekcionističke politike. Chalaby dalje piše kako je TWF Direktiva, umjesto da pomogne razvoju europske i televizijske industrije, zapravo osigurala Hollywoodu veće tržište i više klijenata gladnih jeftinog televizijskog materijala (prema Štetka, 2010: 105).

U zaključku Nezavisne studije o provedbi AVMS Direktive iz 2011. smatraju stoga da bi imalo više smisla staviti naglasak regulative na vrijednost, tj. sadržaj, kvalitetu i investiciju u djela koja će privući publiku, umjesto na njihovu količinu (Graham et al., 2011). Autori smatraju da mjere sadržane u članka 16. i 17. AVMS Direktive nisu dovoljno učinkovite u promociji cirkulacije europskih djela i poticanju profitabilnosti nezavisne produkcije. Najjednostavnije rečeno, europski kanali u globalu prikazuju mnogo manje programa iz drugih europskih zemalja, nego vlastite produkcije. Iako se većina njih, prema postocima emitiranog sadržaja, pridržava odredbi Direktive, radi se vrlo malo ili gotovo ništa za promociju europskog kulturnog identiteta. Takav način primjene Direktive nimalo ne pomaže europskoj audiovizualnoj industriji u postizanju ekonomskih ciljeva legislative, a to je protok europske produkcije na zajedničkom tržištu, izvoz europskih sadržaja na tržišta izvan Europe i borba protiv američke audiovizualne konkurencije. Europske audiovizualne industrije previše su fragmentirane da bi mogle pobijediti američku, osobito na planu osiguravanja visokih budžeta za atraktivne televizijske sadržaje. Takvi sadržaji, prema mišljenju autora studije (Graham, 2011), mogu se proizvesti jedino u koprodukciji nekoliko zemalja članica, uz garanciju da će biti prikazivani diljem EU, kao i preko oceana. Za sada su takve koprodukcije ograničene, a prema nekim su analizama i kulturološka nemoguća misija jer ne postoji zajednička kulturna baza za takva djela, dok američka kultura ostaje ikona našeg doba (Graham et al., 2011). Stoga Studija potiče ideju razvoja nezavisnih producenata, inovatora i kompanija koje razmišljaju na paneuropskoj ili globalnoj razini. Uostalom, televizijski formati nekih od nezavisnih producenata već su osvojili ne samo Europu, već i Ameriku.

Richard Collins (2002: 32) slaže se s time da je ova Direktiva doživjela neuspjeh na planu kulturnih i ekonomskih ciljeva budući da zajedničko tržište do sada nije poboljšalo konkurentnost europskih audiovizualnih proizvoda. Istovremeno tim proizvodima nije se osiguralo tržište koje bi bilo usporedivo s onim američkim, niti povezalo europske televizijske gledatelje u zajedničku kulturu i tako pridonijelo promociji EU. Spominje se i pad međunarodne komponente u europskoj fikciji, uz porast domaćeg i lokalnog (što je paradoksalno u eri globalizacije i interkulturalnosti).

Takvi rezultati i zaključci obeshrabruju očekivanja za stvaranje jedinstvenoga europskog identiteta kroz međusobnu razmjenu programa između EU zemalja. Isto tako pokazuju da kulturne i jezične barijere, koje je Direktiva TWF nastojala smanjiti uklanjajući zakonske i tehničke barijere, još uvijek dijele Europu i još uvijek ostaju snažni faktori u određivanju navika publike .Budućnost će donijeti još više promjena, kao što su globalni

servisi izvan europske jurisdikcije koji će se gledati putem internetskih televizija. Zato studija propituje dva najveća problema:

1) kako mjere mogu biti efikasnije u postizanju ciljeva legislative

2) hoće li te mjere imati učinka i u budućnosti.

(Graham et al., 2011)

Usprkos svemu, institucije EU i mnogi medijski teoretičari i dalje se zalažu za očuvanje medijskog sustava javnih servisa i u digitalnoj eri. Kako bi se pratila provedba nove AVMS Direktive na europskoj razini, odlukom Europske komisije iz veljače 2014. osnovana je Europska regulatorna grupa za audiovizualne servise (European Regulators Group for Audiovisual Media Services) (European Commission). Ova grupa trebala bi služiti kao savjetodavno tijelo Europskoj komisiji u njenim aktivnostima implementiranja Direktive o audiovizualnim uslugama. Uzimajući u obzir probleme oko provođenja i praktičnih problema prilikom primjene Direktive u pojedinim zemljama, svrha ove novoosnovane grupe jest osiguravanje koordinacije i suradnje između nacionalnih regulatornih tijela u zemljama članicama, kao i između tih tijela i Komisije. Cilj je bolja konsolidacija internog tržišta za audiovizualne medijske servise. Članovi ove grupe trebaju biti predstavnici nacionalnih nezavisnih regulatornih tijela, koji se redovito sastaju na poziv i u prostorima Europske komisije (European Commission, 2014a).

U analiziranju prvog pitanja, autori Nezavisne studije došli su do zaključka kako u većini zemalja članica prevladava interes za sadržaje na domaćem jeziku (Graham et al., 2011). Budući da se takvi sadržaji kvalificiraju kao europska djela, takva opredjeljenost u skladu je s propisima članka 16. i 17. AVMS Direktive. Podaci isto tako pokazuju da je udio gledanja europskih djela tradicionalno ispred udjela sati (volumena) europskih djela. Jednostavnije rečeno, što će više europskih djela neki kanal staviti u program, to će ga više publike gledati, čemu ne može odoljeti niti jedna velika televizija. To znači da sve velike televizije emitiraju veliki postotak domaćih djela, u nastojanju da ostanu popularni kod svojih gledatelja. Ova preferenca postavlja visok prag za djela iz ostalih europskih zemalja članica, koji prelaze jedino američke *prime-time* serije čiji budžeti premašuju budžete koje si niti jedna zemlja članica ne može dopustiti. Međutim, preferencija za domaća djela nestaje s mladim internetskim generacijama koje gledaju sadržaje na zahtjev. Tu se postavlja pitanje može li se određivanjem postotka, odnosno količine europskih djela postići i gledanost. Kako prevladati ovaj negativni trend? Odgovor autora je jednostavan – to se može postići kvalitetom (Graham et al., 2011).

Problem za europske televizije je nova generacija publike servisa na zahtjev, koja ili konzumira domaće sadržaje ili traži globalne proizvode. Naravno, Europa je izuzetno heterogena, s fragmentiranom nacionalnom publikom koja se sve više okreće nacionalnom. Upravo je poticanje emitiranja djela nezavisne produkcije, neovisne o velikim televizijama i koja će otvoriti prostor malim i srednjim poduzećima te pružiti priliku kreativnim talentima i kulturnim kreativcima, sadržano u članku 68. Direktive (Graham et al, 2011).

Međutim, u sekciji 3.1.3. ove Nezavisne studije dokazano je kako ima vrlo malo konzistentnosti u načinu definiranja nezavisne produkcije. U nekim zemljama postoje kriteriji poput vlasništva nad produkcijskom kompanijom, dok šest EU zemalja, uključujući i Njemačku, uopće nema definirane kriterije. Ovako nejasna definicija otežava stvaranje uvjeta za uspostavljanje stabilnih i profitabilnih produkcijskih tvrtki. I u ovom se dijelu autori Studije zalažu za europske mjere koje bi se umjesto na volumenu, odnosno određenom postotku europske nezavisne produkcije, temeljile na kvaliteti, promovirale koprodukciju, kao i investiranje u nezavisnu produkciju (Graham et al., 2011).Govoreći o javnoj televiziji, Werner Rumphorst napisao je:

> Budućnost javne televizije proizlazi iz njene misije, iz uloge u civilnom društvu. Što su više individualizirani izvori informacija i što je raznolikija publika, to je veća potreba za očuvanjem barem jednog snažnog servisa u ulozi nacionalnog glasa, kao objekta nacionalne identifikacije te osiguravatelja foruma za djelovanje tržišta ideja.
>
> (Rumphorst, prema Bošnjak, 2003)

Jedna je od uloga javnih servisa stvaranje društvenih spona. U multimedijalnom univerzumu javni medij od općeg interesa imat će još važniju ulogu, kako je to zaključio i Dominique Wolton (1999, 2000).

# 8. ISTRAŽIVANJE: PRIMJENA ODREDBI DIREKTIVE O AUDIOVIZUALNIM MEDIJSKIM USLUGAMA EUROPSKE UNIJE U PROGRAMIMA HRT-A, NOVE TV I RTL-A

## 8.1. Uvod

Cilj je istraživanja ispitati stvarnu kvalitativnu i kvantitativnu primjenu odredbi audiovizualne i medijske politike Europske unije koje obvezuju javne i komercijalne televizije svih zemalja članica, pa tako i one u Republici Hrvatskoj, u razdoblju 2016. godine. Uz to, nastoji se utvrditi mogućnost utjecaja Agencije za elektroničke medije na emitirani sadržaj komercijalnih televizija.

## 8.2. Razvoj medijske politike u Hrvatskoj

Iako je sloboda mišljenja, izražavanja i osnivanja medija zajamčena hrvatskim Ustavom iz 1990., prema izvješćima Europske komisije i ostalih međunarodnih institucija, mediji su bili izloženi pritiscima vladajuće političke opcije sve do 2000. godine.

U razdoblju od 1990. do 2000. javni mediji bili su zapravo klasični državni mediji, pod direktnim utjecajem stranke na vlasti i Ureda predsjednika, dok su privatni, osobito elektronički mediji, uglavnom bili žrtve tajkunske privatizacije.

Pregovori Hrvatske i Europske unije o Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju započeli su na marginama Zagreb Summita koji je održan 24. studenog 2000. godine. Potpisivanjem tog Sporazuma 29. listopada 2001. i formalno je pokrenut ugovorni odnos između Hrvatske i Europske unije, tj. proces pridruživanja koji je završio punopravnim članstvom Hrvatske u EU 1. srpnja 2013. godine. Nakon 2000. godine situacija se počela mijenjati u korist većih medijskih sloboda,te pretvaranja državnog radija i televizije u javne medije. To je potvrđeno i novim Zakonom o HRT-u, kojeg je Hrvatski sabor donio 2001. godine. Njime su predviđena dva upravna tijela na HRT-u: Vijeće, čije članove su birali predstavnici nevladinih udruga, i Upravno vijeće, čije članove imenuje Sabor. Time se nastojao postići određeni demokratski kompromis pri čemu bi se, s jedne strane, prihvatilo europske norme, a s druge strane, ipak djelomično kroz Hrvatski sabor, zadržao nadzor nad HRT-om.

Izmjene Zakona o HRT-u nastupile se 2003. godine. Tim se Zakonom Hrvatska radiotelevizija ponovno vraća pod kontrolu politike jer isključivo saborski zastupnici odlučuju

kojega će od kandidata izabrati u Programsko vijeće HRT-a, koje zatim imenuje ravnatelja i urednike.

Što se tiče ostalih medijskih zakona, 2003. i 2004. doneseni su Zakon o elektroničkim medijima i Zakon o medijima, koji su tvorili zakonodavni okvir u području audiovizualne politike.

Prije pristupanja Hrvatske EU, bile su potrebne promjene kako bi se medijski zakoni uskladili s europskim standardima, a u skladu s preporukama koje je u veljači 2004. formulirala zajednička stručna misija Vijeća Europe, Europske komisije i OESS-a. Novi Zakon o elektroničkim medijima donesen je 2009. godine, a izmjene i dopune doživio je 2011. i 2013.

Zakon o elektroničkim medijima regulira područje privatnih radija i televizija te određuje postupak dodjele koncesija javnim i privatnim radijskim i televizijskim kućama. Time se bavi Agencija za elektroničke medije (AEM), kojom upravlja Vijeće za elektroničke medije. Vijeće ima sedam članova. Predsjednika i članove Vijeća za elektroničke medije imenuje i razrješava Hrvatski sabor na prijedlog Vlade Republike Hrvatske. Kao nadzorno regulatorno tijelo Vijeće za elektroničke medije trebalo bi se, osim dodjeljivanjem i oduzimanjem frekvencija, baviti i nadzorom nad programima privatnih elektroničkih medija i nadzirati primjenu europske regulative.

Republika je Hrvatska tijekom procesa pregovaranja za punopravno članstvo u Uniji ne samo uskladila svoje medijske zakone, već ih je morala implementirati i prilagoditi novoj digitalnoj eri audiovizualnog emitiranja, koja je započela 1. siječnja 2012. godine. Novi Zakon o HRT-u donesen je 2010. godine. Taj je zakon, nakon više od godinu dana javne rasprave, doživio određene izmjene i dopune u srpnju 2012., a nakon toga je ponovno izmijenjen i u 2013. Te su posljednje izmjene i dopune, kojima se daju velike ovlasti glavnom ravnatelju Hrvatske radiotelevizije, izazvale niz negativnih kritika, ne samo domaće stručne javnosti, već i Europske komisije.

Primjena Direktive o audiovizualnim servisima Europske unije

Odredbe o primjeni Direktive o audiovizualnim uslugama Europske unije određeni su člancima 41., 42., 43. i 44. Zakona o elektroničkim medijima, te člancima 10. i 11. Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji.

Zakon o elektroničkim medijima članci, 41. – 44.:

Članak 41.

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 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 proizvođači tih djela imaju poslovni nastan u jednoj ili više navedenih država, ili

– ako je pojedino djelo nastalo pod nadzorom i stvarnom kontrolom jednoga ili više proizvođača koji imaju poslovni nastan u jednoj ili više navedenih država, ili

– ako je doprinos koproducenata iz navedenih država prevladavajući u odnosu na ukupne troškove koprodukcije, a koprodukciju ne kontrolira jedan ili više proizvođača s poslovnim nastanom 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 dio ukupnih troškova proizvodnje snose koproducenti iz Europske unije, a proizvodnju ne nadzire jedan ili više proizvođača s poslovnim nastanom izvan područja država članica Europske unije.

Članak 42.

(1) Nakladnik televizije mora nastojati da europska djela čine većinski udio njegovoga godišnjeg vremena objavljivanja.

(2) Nakladnik televizije koji ne postigne opseg udjela europskih djela iz stavka 1. ovoga članka mora svake godine povećati udio tih djela u odnosu na prošlu godinu sukladno kriterijima i načinu utvrđenom pravilnikom koji donosi Vijeće za elektroničke medije, uzimajući u obzir njegove obveze informativnoga, obrazovnog, kulturnog i zabavnog značaja prema svojim gledateljima, a pri tome je najmanji početni opseg 20%.

(3) U godišnje vrijeme objavljivanja iz ovoga članka ne ubraja se vrijeme namijenjeno vijestima, sportskim događajima, igrama, oglašavanju, uslugama teleteksta i teletrgovini.

(4) U opseg udjela europskih djela ubrajaju se audiovizualna djela vlastite proizvodnje i hrvatska audiovizualna djela.

(5) Odredbe prethodnih stavaka ne primjenjuju se na nakladnika televizije koji ima koncesiju lokalne razine i nije povezan u nacionalnu mrežu.

(6) Vijeće za elektroničke medije dužno je izvijestiti Europsku komisiju o provedbi stavka 1. do 4. ovoga članka najkasnije do 3. listopada 2011. te svake dvije godine nakon toga.

Audiovizualna djela neovisnih proizvođača

Članak 43.

(1) Neovisni proizvođač audiovizualnih djela (u daljnjem tekstu: neovisni proizvođač) je pravna ili fizička osoba koja ispunjava sljedeće uvjete:

– da je registrirana za obavljanje djelatnosti proizvodnje audiovizualnih djela i ima sjedište u Republici Hrvatskoj ili u jednoj od država članica Europske unije,

– da nije uključena u organizacijsku strukturu nakladnika televizije,

– da nakladnik televizije može imati najviše 25% udjela kapitala u proizvođaču ili upravljačkih odnosno glasačkih prava,

– da po narudžbi pojedinog nakladnika televizije ostvaruje najviše polovicu svoje godišnje proizvodnje.

(2) Neovisni proizvođač je i pravna ili fizička osoba koja je registrirana za obavljanje djelatnosti proizvodnje audiovizualnih djela, a ima sjedište u jednoj od trećih država, ako europska djela čine većinski udio njegove audiovizualne proizvodnje u zadnje tri godine i uz to ispunjava uvjete iz stavka 1. podstavka 2. i 3. ovoga članka.

(3) Neovisni proizvođač ne može biti pravna ili fizička osoba čiji prosječni udio financijskih sredstava za pokriće ukupnih troškova proizvodnje, odnosno koprodukcije u kojima je sudjelovao u posljednje tri godine, ne prelazi 10%.

Članak 44.

(1) Nakladnik televizije mora nastojati osigurati da udio europskih djela neovisnih proizvođača u godišnjem audiovizualnom programu iznosi najmanje 10% vremena.

(2) Nakladnik televizije koji ne postigne opseg udjela audiovizualnih djela neovisnih proizvođača iz stavka 1. ovoga članka mora svake godine povećavati udio tih djela sukladno kriterijima i načinu utvrđenom pravilnikom koji donosi Vijeće za elektroničke medije, uzimajući u obzir njegove obveze informativnoga, obrazovnog, kulturnog i zabavnog značaja prema svojim gledateljima.

(3) Najmanje polovica djela iz ovoga članka mora biti proizvedena u posljednjih pet godina.

(4) U godišnje vrijeme objavljivanja iz ovoga članka ne ubraja se vrijeme namijenjeno vijestima, sportskim događajima, igrama, oglašavanju, uslugama teleteksta i teletrgovini.

(5) Odredbe prethodnih stavaka ne odnose se na nakladnika televizije koji ima koncesiju lokalne razine i nije povezan u nacionalnu mrežu.

(6) Vijeće za elektroničke medije dužno je izvijestiti Europsku komisiju o provedbi stavka 1. do 4. ovoga članka najkasnije do 3. listopada 2011. te svake dvije godine nakon toga.

(Zakon o elektroničkim medijima)

Nadalje je tu Zakon o HRT-u:

Članak 10.

(1) HRT je dužan osigurati da europska djela čine većinski udio njegovoga godišnjeg vremena objavljivanja. (2) HRT je dužan najmanje 40% djela iz stavka 1. ovoga članka emitirati izvorno na hrvatskom jeziku na svakom općem televizijskom programskom kanalu HRT-a.

Članak 11.

(1) Najmanje 15% svojeg godišnjeg programskog proračuna, HRT je dužan osigurati za nabavu europskih djela neovisnih proizvođača, od čega polovina tih sredstava mora biti namijenjena za djela proizvedena izvorno na hrvatskom jeziku. (2) Mjerila i postupak za odabir programa iz stavka 1. ovoga članka utvrđuju se općim uvjetima poslovanja HRT-a koji se objavljuju na internetskoj stranici HRT-a. (3) Izvješće o provedbi odredbe stavka 1. ovoga članka predsjednik Uprave HRT-a dostavlja Programskom vijeću HRT-a i Vijeću za elektroničke medije najkasnije do 31. ožujka za prethodnu godinu.

(Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji)

Sve televizije s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj još od 2010. imaju obvezu predavati Agenciji za elektroničke medije godišnje izvješće o provedbi europskih odredbi u svojim programima. Nakon ulaska u EU, Hrvatska je po prvi puta takvo izvješće morala predati Europskoj komisiji, a rezultati još nisu javno objavljeni. Iako bi se, prateći razvoj medijskog zakonodavstva, moglo raspravljati i o razini slobode medija i neovisnosti o politici, u ovoj disertaciji bavit ćemo se isključivo provedbom članka 13., 16. i 17. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj.

## 8.3. Proces istraživanja

### Hipoteze

Kao što je već rečeno, rad Hrvatske radiotelevizije reguliran je posebnim Zakonom o HRT-u, čija je posljednja izmjena donesena 2013. godine, nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju. Rad komercijalnih elektroničkih medija reguliran je Zakonom o

elektroničkim medijima, čija je posljednja izmjena i dopuna donesena također 2013. godine. Primjenu odredbi ovih zakona nadzire i prati Agencija za elektroničke medije.

Hipoteze su rada sljedeće:

H1. HRT se pridržava odredbi AV politike EU jer emitira više od 50 % programa europskog porijekla i 15 % nezavisne produkcije.

H2: Program odražava načelo kulturne raznolikosti sukladno Zakonu o HRT-u, prema kojem javni servis mora osigurati ne samo zabavne i informativne, već i kulturne, znanstvene i obrazovne sadržaje od javnog interesa.

H3. Komercijalne se televizije RTL i Nova TV u kvantitativnom, ali ne i u kvalitativnom smislu, pridržavaju odredbi audiovizualne politike EU.

H4: Agencija za elektroničke medije provodi monitoring i zahtijeva primjenu spomenutih odredbi u programima javne i komercijalnih televizija, s ciljem očuvanja programske kvalitete.

Očekivani rezultati:

H1. Očekuje se da će istraživanje pokazati kako se Hrvatska televizija pridržava odredbi o emitiranju više od 50 % programa europskog porijekla i 15 % nezavisne produkcije. Rezultati će pokazati i koliki je postotak europskog programa zapravo nacionalna produkcija, a koliko dolazi iz drugih europskih zemalja, čime se potiče kulturalna raznolikost.

H2. Očekuje se da će istraživanje pokazati da se Hrvatska televizija, kroz svoje programe, pridržava odredbi budući da po Zakonu o HRT-u mora emitirati ne samo zabavne i informativne, već i kulturne, znanstvene i obrazovne sadržaje koji su u javnom interesu.

H3. Očekuje se da će istraživanje programa komercijalnih televizija RTL-a i NOVE TV pokazati kako se komercijalne televizije u Republici Hrvatskoj u kvantitativnom, ali ne i u kvalitativnom smislu, ne pridržavaju odredbi audiovizualne i medijske politike EU budući da većinu sadržaja predstavljaju zabavni formati američke proizvodnje.

H4. Agencija za elektroničke medije, kao regulatorno nacionalno tijelo, može vršiti monitoring i zahtijevati primjenu europskih odredbi u programima javne i komercijalnih televizija, jednako kao što to čine slična tijela u ostalim europskim zemljama. Cilj

monitoringa je očuvanje europske i nacionalne kulturne vrijednosti te osiguravanje kvalitete emitiranog programa. Iako su te obveze definirane člancima 42., 43. i 44. Zakona o elektroničkim medijima, kao i člancima 10. i 11, Zakona o HRT-u, postoji problem nepostojanja zakonskih sankcija za nepridržavanje tih programskih obveza, zbog kojih je teško provesti usvojene odredbe .

#### 8.3.1. Kvantitativna analiza emitiranog programa europskog porijekla prema programskim shemama HRT-a, Nove TV i RTL-a

U analizu je uvršteno pet televizijskih programa: HTV 1, HTV 2, HTV 3, Nova TV, RTL. Cilj analize bio je prikazati u kojoj su mjeri različiti televizijski sadržaji obuhvaćeni u televizijskom programu tijekom 2016. godine.

Iz analize su izbačene emisije koje se svrstavaju u kategorije sportskog, informativnog, dječjeg i odraslog sadržaja. Kategorije emisija koje su ostale u obradi su: dokumentarni program, zabava, film, serije, gospodarstveno politički program, obrazovni program, kultura, vjerski program, magazini, talk show te glazbeni program. Emisije iz kategorije magazin i *talk show* naknadno su razvrstane u kategorije, ovisno o temama kojima se bave. Također, emisije koje se bave TV prodajom (odnosno, reklamiranjem određenih proizvoda) izbačene su iz analize.

Iz svih televizijskih programa za izračun postotka izbačene se emisije koje su izvorno drugog porijekla. Izvorne zemlje emisija najčešće su Velika Britanija, SAD, Njemačka, Turska i Nizozemska. To su također najčešće formati zabavno natjecateljskih sadržaja („The voice", „Shopping kraljica", „Tvoje lice zvuči poznato" i dr.). Države iz kojih dolazi većina preostalog programa europskog porijekla uglavnom su Velika Britanija s najvećim udjelom, zatim Njemačka, Francuska, Italija i Španjolska. Iz većine europskih država postoji poneki prikazani sadržaj. Međutim, u odnosu na opisanih pet država, njihov je udio beznačajan i sve skupa iznosi po desetak emisija na ukupno svim programima.

**REZULTATI**

U analizu je ukupno uvršteno 37 989 emisija.

Tablica 1. Raspodjela analiziranih emisija po TV programima.

| HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL | Ukupno |
|---|---|---|---|---|---|
| 9200 | 7326 | 9118 | 5931 | 6414 | 37989 |

Raspodjela emisija u analizi po TV postajama prikazana je u tablici 1.

Tablica 1.1. Postotak analiziranih emisija po TV programima

| HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL | Ukupno |
|---|---|---|---|---|---|
| 24,22 % | 19,28 % | 24 % | 15,61 % | 16,88 % | 100 % |

Iz Tablice 1. i 1.1. vidljivo je kako je najviše emisija sadržano u televizijskim programima HTV 1 i HTV 3. Razlog tomu je što su na tim programima sadržaji koji nisu u analizi (dječji, sportski, informativni i odrasli) najmanje zastupljeni. HTV 2 i Nova TV imaju nešto manji jer na njima, između ostalog, postoji redovni jutarnji dječji program koji nije uvršten u analizu. Broj emisija na RTL-u i Novoj TV značajno je smanjen zbog emisija TV prodaje, koje se svakodnevno prikazuju minimalno jedanput.

Tablica 2. Raspodjela emisija različitih TV programa s obzirom na porijeklo

| | | Program | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL | |
| Država | Kombinacija | 7 | 2 | 5 | 11 | 22 | 47 |
| | EU | 7013 | 5814 | 7247 | 3687 | 4570 | 28331 |
| | EU, SAD | 41 | 46 | 32 | 134 | 90 | 343 |
| | EU, Turska | 1 | 0 | 6 | 0 | 0 | 7 |
| | EU, ostalo | 20 | 61 | 43 | 3 | 7 | 134 |
| | SAD | 1118 | 960 | 1602 | 1233 | 1345 | 6258 |
| | SAD, ostalo | 6 | 133 | 4 | 63 | 329 | 535 |
| | Turska | 48 | 0 | 1 | 785 | 36 | 870 |
| | ostalo | 946 | 310 | 178 | 15 | 15 | 1464 |
| Total | | 9200 | 7326 | 9118 | 5931 | 6414 | 37989 |

U tablici je prikazan broj emisija različitih TV programa s obzirom na porijeklo.

Tablica 2.1. Postotak raspodjele emisija različitih TV programa s obzirom na porijeklo

| | | Program | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL | |
| država | kombinacija | 0,08 % | 0,03 % | 0,05 % | 0,19 % | 0,34 % | 0,12 % |
| | EU | 76,23 % | 79,36 % | 79,48 % | 62,16 % | 71,25 % | 74,58 % |
| | EU, SAD | 0,45 % | 0,63 % | 0,35 % | 2,26 % | 1,40 % | 0,90 % |
| | EU, Turska | 0,01 % | 0,00 % | 0,07 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,02 % |
| | EU, ostalo | 0,22 % | 0,83 % | 0,47 % | 0,05 % | 0,11 % | 0,35 % |
| | SAD | 12,15 % | 13,10 % | 17,57 % | 20,79 % | 20,97 % | 16,47 % |
| | SAD, ostalo | 0,07 % | 1,82 % | 0,04 % | 1,06 % | 5,13 % | 1,41 % |
| | Turska | 0,52 % | 0,00 % | 0,01 % | 13,24 % | 0,56 % | 2,29 % |
| | ostalo | 10,28 % | 4,23 % | 1,95 % | 0,25 % | 0,23 % | 3.85% |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Total | 24.22% | 19,28 % | 24,00 % | 15,61 % | 16,88 % | 100,00 % |

U Tablici 2. i 2.1. prikazana je raspodjela TV emisija na odabranim programima, s obzirom na njihovo porijeklo.

Iz tablice se uočava da je najviše sadržaja na svakom programu porijeklom iz Europe. Time je potvrđena prva hipoteza da se HRT pridržava odredbi AV politike EU jer emitira više od 50 % programa europskog porijekla. Također je potvrđena i treća hipoteza, kojom se tvrdi da se komercijalne televizije, RTL i Nova TV, u kvantitativnom smislu pridržavaju odredbi audiovizualne politike Europske unije. Iz tablice je vidljivo da je, nakon Europe, najveći broj emisija porijeklom iz SAD-a. Daljnjom analizom utvrđeno je da sadržaj koji je porijeklom iz SAD većinom spada u dramske i zabavne emisije (filmovi, serije, *talk show*). Tablica prikazuje da su emisije turskog podrijetla najviše zastupljene na Novoj TV, a sav taj udio čine turske sapunice. Isto tako, turske sapunice čine većinu emisija na drugim programima gdje je prikazani sadržaj turskog podrijetla.

Tablica 3. Postotak emisija europskog porijekla na TV programima

| HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL |
|---|---|---|---|---|
| 76,2 % | 79,4 % | 79,5 % | 62,2 % | 71,3 % |

U Tablici 3. prikazan je postotak emisija europskog porijekla.

Iz tablice se vidi da je u svim TV programima taj postotak veći od 50 %, čime se potvrđuje očekivanje iz prve hipoteze – HRT se pridržava odredbe o minimalno 50 % sadržaja europskog porijekla. Ujedno se potvrđuju očekivanja treće hipoteze – RTL i Nova TV pridržavaju se odredbi u kvantitativnom smislu budući da se i na njima prikazuje više od 50 % sadržaja europskog porijekla. Utvrđeno je i da je broj emisija europskog porijekla na RTL televiziji umjetno povećan budući da je 797 emisija (serije, zabavni *show*) izvorno vaneuropskog porijekla. Uzimajući to u obzir, postotak europskih emisija na tom programu iznosi 58,8 %. Na drugim TV postajama udio je takvih emisija beznačajan te ne mijenja spomenuti postotak ni za 1 %.

Tablica 4. Udio emisija nezavisne produkcije u odnosu na ukupni sadržaj (N=37989) prikazan prema TV programima

| TV program | HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL | Ukupno |
|---|---|---|---|---|---|---|
| N (nezavisna produkcija)<br>% | 1027<br>18,45 % | 790<br>31,34 % | 1085<br>21,90 % | 1150<br>36,53 % | 673<br>21,04 % | 4725<br>24,37 % |

Iz tablice 4. može se iščitati udio emisija nezavisne produkcije (serije, filmovi, dokumentarni) na programima HRT-a.

U programu HTV-a 1 taj udio iznosi 18,45 %, na HTV-u 2 udio je 31,34 %, a na HTV 3 programu 21,90 %. S obzirom na te postotke, može se potvrditi očekivanje iz prve hipoteze – Hrvatska radiotelevizija pridržava se odredbi o emitiranju više od 15 % programa nezavisne produkcije

Tablica 5. Postotak nacionalne produkcije u odnosu na ukupan europski sadržaj

| HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL |
|---|---|---|---|---|
| 79,2 % | 40,7 % | 68,6 % | 81,2 % | 42,7 % |

Iz tablice 5. vidi se da najveći udio u europskom sadržaju, emitiranom na televizijama s nacionalnom pokrivenošću, čine emisije hrvatskog, odnosno, nacionalnog porijekla.

U tome posebno prednjači Nova TV i HTV 1. Emisije hrvatskog porijekla čine većinu emisija europskog sadržaja na svim programima. Kao i u prethodnom slučaju, na RTL-u je taj udio umjetno povećan zbog izvornog porijekla emisija. U ovom slučaju broj emisija hrvatskog porijekla, kada oduzmemo one strane, iznosi 1952.

Tablica 6. Broj i postotak produkcije iz Italije, Velike Britanije, Francuske i Njemačke u odnosu na ukupni europski sadržaj

| | Italija | VB | Francuska | Njemačka |
|---|---|---|---|---|
| HTV 1 | 155 (2,2 %) | 529 (7,5 %) | 231 (3,3 %) | 228 (3,2 %) |
| HTV 2 | 346 (5,2 %) | 2437 (36,7 %) | 141 (2,1 %) | 96 (1,4 %) |
| HTV 3 | 75 (1 %) | 715 (9,7 %) | 408 (5,5 %) | 141 (1,9 %) |
| Nova TV | 49 (1,3 %) | 50 (1,3 %) | 4 (0,1 %) | 5 (0,1 %) |
| RTL | 0 | 288 (6,3 %) | 30 (0,7 %) | 0 |
| Ukupno | 625 (2,1 %) | 4019 (13,7 %) | 814 (2,8 %) | 470 (1,6 %) |

Iz tablice 6. može se iščitati da je na gotovo svim programima najveći broj emisija iz Velike Britanije (osim na Novoj TV, gdje podjednak broj emisija dolazi iz Italije i Velike Britanije).

Od ukupnog broja emisija iz Italije najveći broj njih prikazuje se na programu HTV 2. Najveći broj emisija iz Velike Britanije prikazuje se također na programu HTV 2. Emisije iz Francuske su najzastupljenije na programu HTV 3, a emisije iz Njemačke najzastupljenije su na programu HTV 1. Na RTL televiziji, budući da je izvorno njemačkog podrijetla, začuđuje kako nema sadržaja njemačke produkcije. No, daljnjom je analizom utvrđeno da postoji 216 emisija koje su njemačkog podrijetla, kao što je „Shopping kraljica" i sl. Države iz kojih dolazi većina preostalog programa europskog porijekla uglavnom su Velika Britanija s najvećim udjelom, zatim Njemačka, Francuska, Italija i Španjolska. Iz većine europskih država postoji poneki prikazani sadržaj, međutim u odnosu na navedenih 5 država, njihov je udio beznačajan i sve skupa iznosi po desetak emisija ukupno na svim programima.

### 8.3.2. Kvalitativna analiza emitiranih sadržaja prema žanru

Prema sadržaju i kodovima koji su bili pridruženi uz programe televizija s nacionalnom pokrivenošću, izvršena je analiza emitiranog programa prema žanru. Program je u analizi podijeljen na dokumentarni, zabavni, filmski, obrazovni, kulturni, vjerski i glazbeni program te PiG serije (o politici i gospodarstvu), magazine i *talk show*.

Tablica 7. Raspodjela emisija prema vrsti po TV postajama

| | | Program | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL | |
| kod | dokumentarni | 1442 | 2304 | 2008 | 20 | 101 | 5875 |
| | zabava | 1083 | 805 | 277 | 1302 | 2278 | 5745 |
| | film | 607 | 700 | 1414 | 1126 | 972 | 4819 |
| | serije | 2060 | 2260 | 1680 | 2786 | 2388 | 11174 |
| | PiG | 41 | 0 | 0 | 0 | 0 | 41 |
| | obrazovanje | 89 | 289 | 283 | 0 | 93 | 754 |
| | kultura | 1091 | 50 | 1818 | 0 | 0 | 2959 |
| | vjerski | 421 | 41 | 20 | 0 | 0 | 482 |
| | magazin | 1474 | 0 | 98 | 696 | 582 | 2850 |
| | *talk show* | 858 | 106 | 404 | 0 | 0 | 1368 |
| | glazba | 34 | 771 | 1116 | 1 | 0 | 1922 |
| Ukupno | | 9200 | 7326 | 9118 | 5931 | 6414 | 37989 |

U gornjoj tablici prikazana je raspodjela emisija prema njihovom tipu po televizijskim postajama.

Tablica 7.1. Postotak raspodjele TV emisija po TV postajama

| | Program | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL | |
| dokumentarni | 15,67 % | 31,45 % | 22,02 % | 0,34 % | 1,57 % | 15.47 % |
| zabava | 11,77 % | 10,99 % | 3,04 % | 21,95 % | 35,52 % | 15.12 % |
| film | 6,60 % | 9,56 % | 15,51 % | 18,98 % | 15,15 % | 12.69 % |
| serije | 22,39 % | 30,85 % | 18,43 % | 46,97 % | 37,23 % | 29.41 % |
| PiG | 0,45 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0.11 % |
| obrazovanje | 0,97 % | 3,94 % | 3,10 % | 0,00 % | 1,45 % | 1.98 % |
| kultura | 11,86 % | 0,68 % | 19,94 % | 0,00 % | 0,00 % | 7.79 % |
| vjerski | 4,58 % | 0,56 % | 0,22 % | 0,00 % | 0,00 % | 1.27 % |
| magazin | 16,02 % | 0,00 % | 1,07 % | 11,73 % | 9,07 % | 7.50 % |
| *talk show* | 9,33 % | 1,45 % | 4,43 % | 0,00 % | 0,00 % | 3.60 % |
| glazba | 0,37 % | 10,52 % | 12,24 % | 0,02 % | 0,00 % | 5.06 % |
| Total | 24.22 % | 19,28 % | 24,00 % | 15,61 % | 16,88 % | 100,00 % |

Iz Tablice 7. iščitava se kakav tip emisija se prikazuje u pet analiziranih TV programa.

Iz ove Tablice može se uočiti koliko se određeni televizijski programi pridržavaju odredbi o različitosti TV sadržaja, odnosno o prikazivanju sadržaja koji se bave različitim pitanjima. Iz tablice se može uočiti da programi nacionalne televizije HRT-a u određenoj mjeri poštuju odredbe budući da prikazuju različite sadržaje: dramske, kulturne, obrazovne, zabavne, dokumentarne sadržaje te emisije koje se bave društveno-političkim pitanjima (magazini i politika i gospodarstvo). Time je potvrđena druga hipoteza budući da po Zakonu, HRT mora emitirati ne samo zabavne i informativne, već i kulturne, znanstvene i obrazovne sadržaje koji su u javnom interesu.

Nasuprot tomu, komercijalne televizijske kuće u svom programu ne nude sadržaje koje se bave kulturnim i društveno-političkim pitanjima. Također, na njima se u minimalnim količinama prikazuju obrazovni i dokumentarni sadržaji te su većinom usmjereni zabavnim i dramskim sadržajima. Treća je hipoteza time djelomično potvrđena budući da zabavni sadržaj čini veliki udio emisija na obje komercijalne televizijske kuće. Na RTL-u se radi o 35,52 % od ukupnog sadržaja, a na Novoj TV taj je udio manji i iznosi 21,95 %.

Tablica 8. Raspodjela emisija hrvatskog porijekla prema vrsti po televizijskim programima

| | | Program | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL | |
| kod | dokumentarni | 728 | 335 | 1063 | 19 | 0 | 2145 |
| | zabava | 1023 | 535 | 151 | 1301 | 1850 | 4860 |
| | film | 20 | 9 | 19 | 2 | 0 | 50 |
| | serije | 279 | 446 | 3 | 1129 | 673 | 2530 |
| | PiG | 41 | 0 | 0 | 0 | 0 | 41 |
| | obrazovanje | 89 | 288 | 283 | 0 | 93 | 753 |
| | kultura | 1091 | 46 | 1816 | 0 | 0 | 2953 |
| | vjerski | 420 | 41 | 20 | 0 | 0 | 481 |
| | magazin | 1474 | 0 | 98 | 696 | 582 | 2850 |
| | *talk show* | 373 | 52 | 404 | 0 | 0 | 829 |
| | glazba | 28 | 769 | 1097 | 1 | 0 | 1895 |
| Total | | 5566 | 2521 | 4954 | 3148 | 3198 | 19387 |

U tablici je prikazana raspodjela emisija hrvatskog porijekla prema vrsti po TV programima.

Tablica 8.1. Postotak emisija hrvatskog porijekla s obzirom na žanr po televizijskim programima

| | | Program | | | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | HTV 1 | HTV 2 | HTV 3 | Nova TV | RTL | |
| kod | dokumentarni | 13,08 % | 13,29 % | 21,46 % | 0,60 % | 0,00 % | 11.06 % |
| | zabava | 18,38 % | 21,22 % | 3,05 % | 41,33 % | 57,85 % | 25.07 % |
| | film | 0,36 % | 0,36 % | 0,38 % | 0,06 % | 0,00 % | 0.26 % |
| | serije | 5,01 % | 17,69 % | 0,06 % | 35,86 % | 21,04 % | 13.05 % |
| | PiG | 0,74 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0.21 % |
| | obrazovanje | 1,60 % | 11,42 % | 5,71 % | 0,00 % | 2,91 % | 3.88 % |
| | kultura | 19,60 % | 1,82 % | 36,66 % | 0,00 % | 0,00 % | 15.23 % |
| | vjerski | 7,55 % | 1,63 % | 0,40 % | 0,00 % | 0,00 % | 2.48 % |
| | magazin | 26,48 % | 0,00 % | 1,98 % | 22,11 % | 18,20 % | 14.70 % |
| | talk show | 6,70 % | 2,06 % | 8,16 % | 0,00 % | 0,00 % | 4.28 % |
| | glazba | 0,50 % | 30,50 % | 22,14 % | 0,03 % | 0,00 % | 9.77 % |
| Total | | 28.71 % | 13,00 % | 25,55 % | 16,24 % | 16,50 % | 100,00 % |

Provedena je analiza magazin i *talk show* emisija na način da im je pridodan drugi kod s obzirom na sadržaj koji se u emisijama obrađuje.

Tablica 9. Formati magazin i *talk show* emisija s obzirom na sadržaj koji se u emisijama obrađuje

| | magazin | | | | *talk show* |
|---|---|---|---|---|---|
| zabava | 1129 | | | zabava | 148 |
| PiG | 9 | | | PiG | 229 |
| obrazovanje | 356 | | | obrazovanje | 703 |
| kultura | 98 | | | kultura | 50 |
| društvena pitanja | 210 | | | vjerski | 13 |
| informativni | 95 | | | društvena pitanja | 149 |
| | 1897 | | | | 1292 |

U tablici je prikazan format emisija s obzirom na obrađeni sadržaj.

Tablica 9.1. Postotak magazina i *talk show* emisija s obzirom na sadržaj koji se u emisijama obrađuje

| | magazin | | | | talk show |
|---|---|---|---|---|---|
| zabava | 59,52 % | | | zabava | 11,46 % |
| PiG | 0,47 % | | | PiG | 17,72 % |
| obrazovanje | 18,77 % | | | obrazovanje | 54,41 % |
| kultura | 5,17 % | | | kultura | 3,87 % |
| društvena pitanja | 11,07 % | | | vjerski | 1,01 % |
| informativni | 5,01 % | | | društvena pitanja | 11,53 % |
| | 100,00 % | | | | 100,00 % |

Iz tablice 9. uočava se da je većina magazina zabavnog sadržaja.

Također, teme kojima se bave, većinom su obrazovanje i društvena pitanja. *Talk show* emisije u najvećoj se mjeri bave obrazovanjem (očuvanje zdravlja, pitanja obrazovanja i slično). Isto tako, bave se različitim društvenim pitanjima, političko gospodarstvenim pitanjima i zabavnim sadržajem.

## 8.4. Dubinski intervjui

### 8.4.1. Dubinski intervju s Glavnim ravnateljem programa HRT-a

Prema podacima istraživanja za 2016. godinu, HRT je, očekivano, na svoja tri programa emitirao najviše sadržaja europskog porijekla od svih televizija s nacionalnom koncesijom u RH .

Na HTV-u 1 to iznosi 76,2 %, na HTV-u 2 79,4 %, a na HTV-u 3 79,5 %. Od toga je postotak nacionalne produkcije u odnosu na ukupan europski sadržaj bio 79,2 % na HTV-u 1, 40,2 % na HTV-u 2 i 68,3 % na HTV-u 3. Od svih emitiranih programa, na HTV-u 1 postotak sadržaja hrvatskog porijekla iznosi 79 %. Od ostalih programa najviši postotak imaju američki (12,15 %), dok na koprodukcije SAD/EU otpada tek 0,45 % programa relativno. Programa turskog porijekla bilo je tek 0,52 %. Na sve ostale zemlje porijekla otpada visokih 10,28 %. Na HTV-u 2, tijekom 2016., emitirano je 40,7 % sadržaja hrvatskog porijekla. Od ostalih programa najviši postotak otpada na programe američkog porijekla (13,10 %), na EU/SAD koprodukcije 0,63 %, dok je iz svih ostalih zemalja emitirano 4,23 % programa. Na

programu HTV 3 u 2016. emitirano je 68,6 % programa hrvatskog porijekla. Slijedi program američke produkcije sa 17,57 %, na koprodukcije EU/SAD otpada 0,35 %, a na program porijeklom iz svih ostalih zemalja 1,95 %.

U kvantitativnom smislu poštovale su se odredbe Direktive o audiovizualnoj politici EU, ali u smislu raznolikosti porijekla programa situacija nije jednaka. Najviše se emitiralo sadržaje koji su porijeklom iz Velike Britanije (HTV 1: 7,5 %, HTV 2: 36,7 %, HTV 3: 9,7 %), dok su programi iz Italije, Francuske i Njemačke zastupljeni s vrlo niskim postocima (od 1 % do maksimalno 5,5 % npr. na HTV-u 3 – francuski programi).

Tijekom 2016. na HTV-u 1 emitiralo se najviše programa porijeklom iz Velike Britanije (7,5 %), zatim Francuske (3,3 %), Njemačke (3,2 %) i Italije (2,2 %). Na HTV-u 2 u 2016. emitiran je još veći postotak programa porijeklom iz Velike Britanije (36,7 %), zatim Italije (5,2 %), Francuske (2,1 %) i Njemačke (1,4 %). Na HTV-u 3 u istoj godini također je dominirao program iz Velike Britanije (9,7 %), zatim iz Francuske (5,5 %) i Njemačke (1,9 %).

U sadržajnom se smislu HRT pridržava različitosti i emitira dramske, kulturne, obrazovne, znanstvene i filmske sadržaje, ali su obrazovani sadržaji, kao i sadržaji koji se odnose na politiku i gospodarstvo, a nisu dio vijesti, najmanje zastupljeni. Obrazovnih sadržaja na HRT-u 1 ima 0,97 %, HRT-u 2 3,94 % i na HRT-u 3 3,10 %. Politika i gospodarstvo zauzima na HRT-u 1 0,45 % , na HRT-u 2 0.00 % i na HRT-u 3 također 0.00 %.

U kvalitativnom smislu, od svih programa europskog porijekla tijekom 2016. na HTV-u 1 emitiralo se najviše serija – 22,39 %, zatim 16,02 % magazina, 15,67 % dokumentarnih emisija, 11,86 % kulturnih sadržaja, 11,77 % zabavnih sadržaja, 6,60 % filmova, 4,58 % vjerskih sadržaja, 9,33 % *talk show* programa i 0,24 % glazbenog programa. Na HTV-u 2 tijekom 2016. emitirano je 31,45 % dokumentarnog programa, 10,99 % zabavnog i 10,52 % glazbenog programa, 9,56 % filmova, 3,94 % obrazovnog programa, 0,68 % kulture, 0,56 % vjerskog programa i 1,45 % *talk show* programa. Na HTV-u 3 u 2016. prikazano je 22,02 % dokumentarnog programa, 15,51 % filmova, 18,43 % serija, 3,04 % zabave, 3,10 % obrazovnog programa, 19,94 % kulturnog programa, 0,22 % vjerskog programa, 1,07 % magazina, 4,43 % *talk showa* i 12,24 % glazbenog programa.

Od emitiranih sadržaja hrvatskog porijekla, na HTV-u 1 emitirano je 26,48 % magazina, 19,60 % programa s područja kulture, 18,38 % zabavnog programa, 13,8 % dokumentarnih filmova, 7,55 % vjerskog programa, zatim 6,70 % *talk show* programa, 5,01

% serija, samo 1,6 % obrazovnog programa, 0,74 % programa s područja politike i gospodarstva te 0,50 % glazbe. Od programa hrvatskog porijekla, na HTV-u 2 tijekom 2016. emitiralo se 30,50 % glazbenog programa, 21,22 % zabavnog programa, 17,96 % serija, 13,29 % dokumentarnog programa, 11,42 % obrazovnog programa, 2,06 % *talk show* programa i samo 1,82 % kulturnog programa te 1,63 % vjerskog programa. Na HTV-u 3, od programa hrvatskog porijekla, emitiralo se 36,6 % kulturnog programa, 21,46 % dokumentarnog programa, 3,05 % zabavnog programa , 0,38 % hrvatskih filmova, 0,06 % serija, 5,71 % obrazovnog programa, 22,14 % glazbenog programa, 8,16 % *talk show* programa, 1,98 % magazina i 0,40 % vjerskog programa.

Što se tiče zastupljenosti nezavisne produkcije, ona je prema istraživanju u 2016. godini na programu HTV 1 iznosila 18 %, na HTV-u 2 je bila 30 %, a na HTV-u 3 taj je udio bio 20 %.

O prikupljenim podacima razgovarala sam s glavnim ravnateljem programa HRT-a, Renatom Kunićem, koji je stupio na dužnost početkom 2017. i osobno nije bio odgovoran za emitirani program u razdoblju od 1. 1. 2016. do 31. 12. 2016. Pitanja i odgovori slijede u nastavku teksta.

1) Na koji način HRT bira programske sadržaje europskog porijekla? Koliko kvaliteta ili cijena utječu na taj izbor?

*Sustav na HRT-u funkcionira tako da postoji Odjel nabave i tzv. Odjel filmskog programa, iako taj Odjel zapravo urednički bira sve programe: serije, dokumentarce i sve što je europskog porijekla. Taj Odjel predlaže glavnom uredniku sadržaje za koje misli da ih treba kupiti, a on to može prihvatiti ili ne. Glavni ravnatelj programa tada potpisuje suglasnost da se pokrene pregovarački postupak s vanjskim produkcijskim kućama ili javnim televizijama. U pregovorima sudjeluje Odjel nabave i on razgovara s proizvođačem sadržaja. Ti pregovori jesu poslovna tajna, ali na HRT-u se točno zna godišnji budžet predviđen za kupnju europskih sadržaja i unutar tog budžeta može se kupiti određena količina programa. Iako je američka produkcija nekada dominirala, sada se taj trend mijenja. Sadržaj biraju urednici programa i glavni urednik, dok glavni ravnatelj može tek davati smjer. Međutim, osim kvalitete u određivanju programa koji se kupuju, svakako ulogu igra i cijena. Iako javna televizija ne treba isključivo inzistirati na gledanosti, ona je ipak bitna jer se neki visokokvalitetni sadržaji ipak ne mogu emitirati*

*isključivo za visoko obrazovanu „elitnu" publiku. Ponekad je problem i da su neke kvalitetne europske serije ili dokumentarni filmovi snimani u koprodukciji s Netflixom, koji zabranjuje prodaju europskim javnim televizijama. Prvih nekoliko godina i mi ne možemo do njih.*

2) Odredbe Audiovizualne politike EU propisuju emitiranje sadržaja koji će odražavati načelo kulturne raznolikosti, kao i sadržaja koji doprinose očuvanju europske i nacionalne kulturne vrijednosti. Od ulaska Hrvatske u EU o tome se podnose i izvješća Europskoj komisiji pa je pitanje je li HRT to činio, tj. kako se HRT nastoji prilagoditi ovim odredbama?

*Puno ovisi i o tome što se na tržištu nudi i po kojoj cijeni. Osim toga, mi do sada nismo napravili istraživanje da provjerimo što od europskih programa najviše želi gledati publika HRT-a. Morali bismo napraviti fokus grupe kako bismo provjerili kakvu gledanost možemo očekivati. Ali to je različita publika od one komercijalnih televizija, koju mnoge manje europske produkcije sigurno ne zanimaju. No, publika Trećeg programa HRT-a je sasvim drugačija i ona bi sigurno željela vidjeti dobar europski sadržaj, recimo nove norveške serije. Ali to vjerojatno ne bi prošlo na Prvom programu. No, najveći problem je sigurno u jeziku. Sadržaj je mnogo manje problematičan. Desetljećima je hrvatska publika navikla na engleski i tu svakako možemo govoriti o kulturnom i jezičnom imperijalizmu anglosaksonskih zemalja, prije svega SAD-a i Velike Britanije. Kod Bugara, Rumunja, Čeha, kao da postoji jezična barijera.*

3) Tko evidentira emitirane sadržaje i priprema izvješća Agenciji za elektroničke medije? Je li na njih bilo reakcija?

*HRT ima zasebnu službu pri Ravnatelju programa koja to radi i šalje šestomjesečna i godišnja izvješća prema Agenciji za elektroničke medije i prema Vladi. U njemu navodimo sve što smo od europskih sadržaja emitirali. Problem je, naravno, i u mjerenju gledanosti jer sve više ljudi gleda programe na zahtjev, a ne u real timetu, odnosno u vremenu kada se nešto emitira, a to agencije koje mjere gledanost (AGB Nielsen, u slučaju HRT-a) ne registriraju. Tako da mi zapravo nemamo pravi feedback o tome koliko se neki europski sadržaj, serija, film, dokumentarni film zapravo gledao, odnosno koliko ga je ljudi vidjelo na ovaj ili onaj način.*

4) Postoji li konkretan nadzor Agencije za elektroničke medije nad emitiranim programom?

*Apsolutno. Postoji i nadzor i opomene. Doduše, nas ne opominju zbog nedovoljno emitiranog europskog sadržaja, jer kvote ispunjavamo, ali nam često šalju opomene zbog klasificiranja sadržaja u smislu starosti publike (12, 15, 18) ili neadekvatnog termina emitiranja, ako po njihovom mišljenju kršimo odredbe o zaštiti maloljetnika, jer smo ih emitirali u preranom dnevnom terminu. Prate nas sadržajno na tjednoj, mjesečnoj, šestomjesečnoj i godišnjoj razini. Oni rade svoj posao i imaju službe koje to prate unatrag posljednjih godina.*

5) Zašto se emitira toliko veliki postotak programa iz Velike Britanije, čiji programski sadržaji dominiraju među sadržajima europskog porijekla? Zašto se ne emitira više programa talijanskog, francuskog, španjolskog, češkog ili nekog drugog europskog porijekla, što i jest ideja kulturne raznolikosti?

*U posljednje vrijeme nastoji se kupovati više i od drugih europskih producenata, a ne samo BBC-a koji je godinama dominirao kao najveći producent dramskih serija, igranih i dokumentarnih u Europi. BBC je toliko je jak da je jako puno ulagao i u neovisnu produkciju koja je snimana pod imenom i pod nadzorom BBC-a, koji se zatim pojavljuje kao prodavatelj. I ITV je bio prilično zastupljen u programu HRT-a, sa svojom produkcijom. Sada se postavlja i pitanje što će biti s britanskim programima nakon Brexita, no budući da se i turski programi uračunavaju u europske sadržaje, iako Turska nije članica EU, vjerujem da će tako biti i s britanskim. No, bez obzira na to, ubuduće će se nastojati kupovati više njemačke, skandinavske i francuske produkcije, budući da je i publika sama došla do zaključka da je najveći dio američkih medijskih sadržaja uglavnom „komercijalna konfekcija", a dio filmofila i ljubitelja europskih serija, drama, filmova želi više europske kvalitete. Nijemci i Francuzi proizvode sve više političko-dokumentarnih programa. I s talijanskom produkcijom je lakše. Oni su nam bliski i serije u produkciji RAI-a, ili talijanski filmovi, prolaze iako ih se u 2016., koliko vidim, i nije baš previše emitiralo. Osobno, želio bih da se emitira više programa češkog porijekla budući da nam su nam češke serije i filmovi bliski po tematici, atmosferi, senzibilitetu i humoru. Međutim, čini se da među domaćom publikom postoji neki zazor od bivših socijalističkih zemalja,*

*kao da smo zaboravili da su one u posljednjih dvadeset i pet godina postale članice EU i da se njihova produkcija modernizirala i da je apsolutno na europskoj razini. Slično je i sa Slovacima i Bugarima, koji također proizvode sve kvalitetnije televizijske programe. No i tu ima slučajeva da određene serije financira, npr. HBO, i ne dopušta prodaju niz godina. No, s javnim televizijama je lakše i želio bih da se više povežemo i s češkim i bugarskim i slovačkim javnim servisima, pa i s Mađarima. Oni su prošli slične procese tranzicije kao Hrvatska i vjerujem da se u nekim od njihovih serija itekako možemo prepoznati. Što se tiče skandinavske produkcije, uspjeli smo kupiti dosta švedskih serija, a HRT je počeo svoje programe prodavati u Švedsku i mislim da je time ispunjen smisao kulturne razmjene. Oni su prepoznali nas, kupili su „Čuvara dvorca" kojeg puštaju na hrvatskom s titlovima. Iako nema direktne razmjene programa, cjenovno se lakše dogovaramo.*

6) Zašto HRT kao koproducent, u suradnji s nezavisnim producentima i televizijskim kućama iz drugih europskih zemalja, ne sudjeluje više u proizvodnji dramskih programa, filmova i serija koje MEDIA, program Europske unije, preko svojih natječaja financira europskim novcem?

*Mogu se složiti s tom kritikom. No, budući da HRT ide u smjeru da potiče sve više vanjsku produkciju za HRT, inicijativa bi trebala biti na nezavisnim producentima, iza čijih projekata bismo mi onda stali kao javni servis. Poznato mi je da postoji veliki budžet za koprodukcije, ali to vanjski producenti još uvijek nisu prepoznali. No, puno toga ovisi i o urednicima programa na HRT-u koji su prvi filter kada se radi o kupnji ili ulasku u koprodukcije.*

7) Zašto nema više obrazovnih sadržaja europskog porijekla, kao ni programa o gospodarstvu i politici, koji su najmanje zastupljeni?

*Pitanje je, naravno, što je sve obrazovni program. Jesu li dokumentarni filmovi o životinjama obrazovni program ili samo dokumentarni? Problem je višestruk. Kao prvo, nema produkcije na tržištu koja bi bila dovoljno kvalitetna, a HRT je godinama postao toliko kadrovski devastira, da mi zapravo i nemamo dovoljno stručnih ljudi koji bi mogli proizvesti isključivo naš program. Koji je, usput rečeno, jako skup. Ja sam, na primjer, veliki protivnik proizvodnje obrazovnih sadržaja za linearno emitiranje jer djeca preko 7*

*godina prestaju gledati televiziju i prate sadržaje isključivo preko tableta ili pametnih telefona. Tako bi trebalo i koncipirati proizvodnju i emitiranje obrazovnih sadržaja – da ih gledaju na zahtjev, onda kada im je interesantno ili onda kada o nekim temama uče u školi. Prema našemu provedenom strateškom projektu „Doseg prema mladima", evidentno je da nas mladi ne gledaju, odnosno da napuštaju javni servis sve do zrele dobi. Zanimljivo je kako je, na listi od 30 najgledanijih programa među mladima, na prvih 24 bio nogomet, a na 25. mjestu našao se tek jedan hrvatski film „Vlak u snijegu" i to zato što se poklopio s terminom kada je ta knjiga bila u lektiri. Zato smatram da bi prvenstveno trebalo proizvoditi sadržaje za digitalno emitiranje koji bi obrađivali neke teme iz školskih programa, ali nikada ne bi bili emitirani linearno jer tako nemaju gotovo nikakvu gledanost. To su već Skandinavci shvatili. Djeca neće čekati da im HRT pusti određeni sadržaj u određenom terminu. Jedini sadržaji koji se masovno gleda linearno su živi prijenosi nogometnih utakmica, neki veliki zabavni projekti ili informativne emisije.*

8) Istraživanje iz 2016. pokazuje i da je bilo vrlo malo programa s područja politike i gospodarstva, izvan informativnih. Mijenja li se taj trend?

*Nastojali smo to pojačati kupnjom takvih sadržaja, koje posebno dobro rade Francuzi i u tome su se specijalizirali. No, to je opet stvar odabira urednika, ali i toga što se na europskom tržištu nudi.*

9) Mnogi vam zamjeraju da HRT daje premalo u produkciju unutar same kuće, koja bi odražavala upravo europske standarde o kulturnoj i sadržajnoj raznolikosti. Zašto je to tako?

*Zato što je to puno skuplje nego poticati kreativnu vanjsku produkciju. HRT je ogroman pogon u kojem je najveći broj zaposlenih u tehnici. Urednika i novinara zapravo je najmanje, a režiseri su gotovo u pravilu vanjski. HRT proizvodi dokumentarne filmove, ali vjerojatno više nikada neće moći proizvesti dramsku seriju jer za to više nema kapaciteta. Produkcije su postale silno skupe, a HRT više zapravo i nema dovoljno sofisticiranu tehniku za proizvodnju takvih sadržaja. Uostalom, europske odredbe i idu u tom smjeru da se što više potiče neovisna produkcija. Mislim da je puno efikasnije poticati kreativnost na način da se javni novac raspodjeli neovisnim producentima koji se javljaju na natječaje sa svojim projektima. Uspješni projekti HRT-a, poput „Hrvatskih kraljeva",*

*„Republike" ili „Doba Uskoka" kojeg upravo radi Domagoj Burić, zahtijevaju ogromne budžete koji se nikakvom prodajom na vanjskom tržištu ne mogu više vratiti. Mi ćemo raditi i dalje na takvim projektima, ali u ograničenom broju. Formati u kojima je HRT i dalje uspješan su veliki show programi koje još uvijek jedino javni servis može proizvesti. Imamo veliki studio i ekipe koje to znaju realizirati. Za sve ostalo ograničeni smo budžetima, ali i amortizacijama, i nekim nepovoljnim ugovorima koje su potpisali prethodnici.*

10) Na koji način se biraju programi iz nezavisne produkcije budući da je tijekom 2016. najveći dio budžeta potrošen na kulinarske *show* programe? Kontrolira li itko gledanost takvih sadržaja?

*Odluke tadašnjeg uredništva bile su takve. Mi smo sada uveli neke nove procedure, postoje sedmeročlana povjerenstva urednika iz raznih segmenata programa koji pregledavaju predložene projekte, odabiru i šalju glavnom uredniku na odobrenje. Ja kao ravnatelj programa se u sadržaj ne mogu miješati, osim što moram i mogu zaustaviti narudžbu i odbiti potpisati financijski ono što se kosi s Ustavom ili Zakonom o HRT-u. Osobno inzistiram na provjeravanju gledanosti takvih programa, pri čemu je naputak da se 75 – 80 % budžeta mora potrošiti na djela tzv. trajne vrijednosti. Dakle, na serije, filmove ili dokumentarce, a nikako ne isključivo na zabavu. To je sada regulirano Koregulacijskim sporazumom koji je, usprkos svim kritikama, izuzetno povoljan za HRT jer sve što će biti koproducirano imamo pravo emitirati sljedećih sedam godina besplatno. A nakon toga, uz znatno manju naknadu od realne cijene na tržištu, možemo emitirati i dalje. A što se tiče stvaranja televizijskog arhiva, to je postalo znatno kompliciranije zbog poštovanja autorskih prava i vlasničkih odnosa koje je nametnula Europska unija. Stvari su se promijenile na način da je HRT država ovlastila da dio pristojbe – u iznosu od 15 %, odgovorno raspodjeljuje nezavisnim producentima. To su isto tako mogli prepustiti HAVC-u. Do sada nitko nije postagvio pitanje gledanosti kupljene nezavisne produkcije, poput spomenutih kulinarskih show-programa iz 2016.*

### 8.4.2. Dubinski intervju s Glavnim urednikom Nove TV

Prema podacima istraživanja za 2016. godinu, Nova TV emitirala je 62 % sadržaja europskog porijekla.

U kvantitativnom su se smislu poštovale odredbe Direktive o audivizualnoj politici EU, ali u kvalitativnom smislu to nije slučaj. Od svih emitiranih europskih sadržaja 81,2 % nacionalna je produkcija. Od ostalih programa, uvjerljivo najviši postotak imaju američki (20,79 %) i turski (13,24 %) sadržaji. Na koprodukcije EU/SAD otpada 2,26 % i samo 0,25 % na sve ostale zemlje porijekla.

Od europskih programa, tijekom 2016. emitirano je 1,3 % sadržaja čija je zemlja porijekla Velika Britanija, kao i otprilike isti postotak programa talijanske produkcije (1,3 %). Programi njemačkog porijekla, kao i francuskog, čine tek 0,1 % emitiranih europskih sadržaja na Novoj TV.

U kvalitativnom, odnosno sadržajnom smislu, na Novoj TV tijekom 2016. emitiralo se naviše zabave i serija, najmanje dokumentarnih, obrazovnih emisija i filmova, dok programa s područja kulture, politike i gospodarstva, *talk show* emisija nema, a glazbena emisija evidentirana je samo jedna. U postocima to izgleda tako da se tijekom 2016. emitiralo 0,60 % dokumentarnog programa, 0,06 % filmova, 0 % programa s područja obrazovanja, kulture i vjerskih programa europskog porijekla. U isto se vrijeme emitiralo 41,33 % zabavnih sadržaja, 35,86 % serija i 22,11 % magazina europskog porijekla.

Slična je situacija i u kvalitativnoj analizi programa hrvatskog porijekla. Naime, na Novoj TV emitira se 41,33 % zabavnog programa, 35,86 % serija, 22,11 % magazina hrvatskog porijekla, dok je dokumentarni program zastupljen tek s 0,60 %, domaći film s 0,06 %, a glazbeni s 0, 03 %.

O stanju na Novoj TV razgovarala sam sa Zrinkom Jankov, glavnom urednicom Nove TV.

1) Na koji način NOVA TV bira programske sadržaje europskog porijekla? Koliko kvaliteta utječe na taj izbor?

*Nova TV je komercijalni TV nakladnik koji u svom cjelokupnom poslovanju, pa tako i u odabiru programa za emitiranje, poštuje sve primjenjive domaće i međunarodne propise, poštujući pritom svoju programsku shemu i nastojeći zadovoljiti interese svojih gledatelja. Kriteriji odabira programa i način njihova evidentiranja određuje urednička politika Nove TV i poslovni procesi koji nisu javni. Ali ono što vam mogu reći je kako je strategija Nove TV oduvijek takva da kreiramo sadržaj koji je po mjeri naših gledatelja. Kriterij odabira programa dio su uredničke politike Nove TV. Sve odluke temeljimo na*

*istraživanjima tržišta, potrebama svojih gledatelja, europskim i svjetskim trendovima i usklađujemo sa strategijom razvoja tvrtke.*

2) Odredbe Audiovizualne politike EU, kao i članci 42., 43. i 44. Zakona o elektroničkim medijima, propisuju emitiranje sadržaja koji će odražavati načelo kulturne raznolikosti, kao i sadržaja koji doprinose očuvanju europske i nacionalne kulturne vrijednosti. Od ulaska Hrvatske u EU o tome se podnose i izvješća Europskoj komisiji pa je pitanje je li Nova TV to činila, tj. kako se Nova TV nastoji prilagoditi ovim odredbama?

*Nova TV je komercijalni TV nakladnik koji u svom cjelokupnom poslovanju, pa tako i u odabiru programa za emitiranje, poštuje sve primjenjive domaće i međunarodne propise. Bavili smo se našim gledateljima, istraživali njihove potrebe, stremili europskim i svjetskim trendovima te stvarali vlastite trendove, koncentrirali se na proizvodnju domaćeg programa i trudili se svakom programu dati vlastiti pečat, prepoznatljivost po kojoj je evidentno da se radi o programu Nove TV već na prvi pogled. Smatram da smo to i uspjeli, bilo da govorimo o informativnom programu Nove TV ili o zabavnom programu. Vjerujem da smo lideri godinama zahvaljujući izuzetnom timu vrhunskih profesionalaca u svim segmentima našeg poslovanja, ispred i iza kamera i jer znamo slušati i čuti naše gledatelje. Iz dana u dan opravdavamo povjerenje koje su nam gledatelji ukazali, pomno biramo svaki format koji emitiramo.*

3) Tko evidentira emitirane sadržaje i priprema izvješća Agenciji za elektroničke medije? Je li na njih bilo reakcija?

*Način evidentiranja izvješća dio je poslovnih procesa tvrtke koji nisu javni. Isti se evidentiraju u Odjelu programa. Ako Agencija smatra da je učinjen propust, reagira u skladu sa svojim ovlastima i područjem djelovanja.*

4) Zašto se ne emitira više programa iz drugih europskih zemalja osim iz Velike Britanije, Italije i Turske, koja je ovdje izuzeta iz istraživanja? Zašto se ne emitiraju programi francuskog, španjolskog, češkog ili nekog drugog europskog porijekla?

*Strategija kreiranja programa Nove TV je prvenstveno kreirati sadržaj po mjeri naših gledatelja. Odabir programa, osim o tome, ovisi o raznim drugim okolnostima, poput dostupnosti, raspoloživosti programa, troškovima poslovanja, vremenu emitiranja, zakonskim ograničenjima i mnogim drugim faktorima. Rezultati koje postižemo daju nam svakodnevno poticaj da i dalje napredujemo, ulažemo u ljude, program i tehnologiju i da uvijek budemo novi i još bolji.*

5) Iz istraživanja je vidljivo da Nova TV emitira minimalan postotak dokumentarnih filmova, dok programa europskog porijekla s područja politike i gospodarstva, obrazovanja, kulture, glazbe ili *talk showa* uopće nema. Zašto se Nova TV ne pridržava odredbi o raznolikosti programa?

*Nova TV je komercijalni TV nakladnik koji u svom cjelokupnom poslovanju, pa tako i u odabiru programa za emitiranje, poštuje sve primjenjive domaće i međunarodne propise. Zadnjih godina svjedoci smo velikih promjena u medijima, ali različite platforme i način konzumacije sadržaja nisu promijenili ključnu stvar, a to je da je sadržaj i dalje 'kralj'. Budućnost novinarstva je i dalje u kvaliteti. To je dugotrajni trend koji će i dalje biti takav. Nova TV će i dalje u tom pogledu nastaviti sa strategijom ulaganja u novinare i ostale djelatnike koji kreiraju sadržaj jer njihova znanja, kvaliteta i kreativnost su ono što određuje kvalitetu samog sadržaja i uspjeha Nove TV.*

6) Postoji li konkretan nadzor Agencije za elektroničke medije nad emitiranim programom?

*Agencija za elektroničke medije osigurava nadzor nad provedbom odredbi o programskim načelima i obvezama u skladu sa svojim pravilima i obvezama, a u svrhu provjera poštivanja zakonskih odredbi od strane pružatelja medijskih usluga. Za detalje o vršenju konkretnog nadzora nismo ovlašteni davati izjave u ime Agencije.*

7) Je li uopće primjena odredbi Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama realna na komercijalnim televizijama i ispunjava li ona svoj cilj? Koliko je to ostvarivo u uvjetima tržišnog natjecanja između velikog broja televizijskih nakladnika s obzirom na to da je i marketinški kolač smanjen?

*Okruženje u kojem posluju komercijalne televizije je vrlo kompetitivno i svake godine sve izazovnije. Činjenica da je Nova TV lider na tržištu već desetu godinu zaredom govori o tome da je moguće kreirati kvalitetan komercijalni programa u skladu s potrebama gledatelja i marketinškog tržišta, te u isto vrijeme poštujući sve zakonske propise i direktive. Rezultati koje postižemo daju nam svakodnevno poticaj da napredujemo i ulažemo u ljude, program i tehnologiju i svakodnevno opravdavamo povjerenje koje nam gledatelji poklanjaju.*

### 8.4.3. Dubinski intervju s glavnim urednikom RTL-a

Prema podacima istraživanja za 2016. godinu, RTL je emitirao 71,3 % sadržaja europskog porijekla, ali je utvrđeno i da je broj umjetno povećan budući da je 797 emisija (serije, zabavni show) izvorno vaneuropskog podrijetla.

Uzevši to u obzir, postotak europskih emisija na tom programu iznosi 58,8 %. Od ostalih programa, najviši postotak imaju američki sadržaji (20,79 %). Na koprodukcije EU/SAD otpada 1,40 %, dok je turska produkcija znatno manje zastupljena nego na Novoj TV i iznosila je tek 0,56 % emitiranih sadržaja. Na sve ostale zemlje porijekla otpalo je 0,23 %.

Od svih emitiranih europskih sadržaja 42,7 % nacionalna je produkcija, dakle gotovo dvostruko manje nego na Novoj TV. Od europskih sadržaja, tijekom 2016. na RTL-u je emitirano 6,3 % sadržaja proizvedenih u Velikoj Britaniji, 0 % sadržaja iz talijanske produkcije i tek 0,7 % sadržaja porijeklom iz Njemačke. To pomalo čudi budući da je RTL originalno televizija s njemačkoga govornog područja, no kasnijom analizom utvrdilo se da su određeni zabavni sadržaji, poput emisije „Shopping kraljica" (čija se hrvatska verzija emitira), njemačkog podrijetla. Zbog premalog postotka europskog programa, u 2017. godini RTL-u je Agencija za elektroničke medije odredile određene sankcije.

U kvalitativnom smislu, najveći postotak emitiranog sadržaja europskog porijekla je otpao na serije (37,23 %), zabavni program (35,52 %), filmove (15,15 %) i magazine (9,07 %), dok su dokumentarni programi zastupljeni s tek 1,57 %, obrazovni s 1,45 %, a programskih sadržaja europskog porijekla s područja kulture, glazbe, vjerskih programa ili *talk show* programa uopće nije bilo.

I s programom hrvatskog porijekla situacija je slična, odnosno još više orijentirana isključivo na zabavu. Zabavnog programa hrvatskog porijekla tijekom 2016. na RTL-u je emitirano 57,85 %, serija 21,04 % i magazina 18,20 %. Na program obrazovnog sadržaja otpalo 2,91 %, dok je domaćeg dokumentarnog, vjerskog, kulturnog, kao i *talk show* programa bilo 0 %.

U slučaju RTL-a u kvantitativnom smislu emitiranje sadržaja europskog porijekla nije bio problem, dok u kvalitativnom jest.

Dubinski intervju vodila sam s Ivanom Lovrečekom, glavnim urednikom RTL-a Hrvatska od 2007. do 2017., ujedno članom Uprave RTL-a i zamjenikom predsjednika Uprave RTL-a Hrvatska od 2014. do 2017.

1) Na koji način RTL bira programske sadržaje europskog porijekla? Koliko kvaliteta utječe na taj izbor?

*Na izbor programskih sadržaja RTL-a u Hrvatskoj, kao i u svakoj drugoj zemlji u kojoj emitira, isključivo utječe njihova gledanost i interes publike. Na temelju istraživanja gledanosti Uprava odlučuje o kupnji određenih sadržaja, a kako je RTL komercijalna televizija koja se financira od oglašivača i sponzora koji pažljivo prate gledanost određenih programa, njen je prvi interes kako najbolje „prodati" pojedine sadržaje , uz poštovanje pozitivnih zakonskih propisa i europskih normi.*

2) Odredbe Audiovizualne politike EU, kao i članci 42., 43. i 44. Zakona o elektroničkim medijima, propisuju emitiranje sadržaja koji će odražavati načelo kulturne raznolikosti, kao i sadržaja koji doprinose očuvanju europske i nacionalne kulturne vrijednosti. Od ulaska Hrvatske u EU o tome se podnose i izvješća Europskoj komisiji pa je pitanje je li RTL to činio, tj. kako se RTL nastoji prilagoditi ovim odredbama?

*Što se tiče načela kulturne raznolikosti, kao i sadržaja koji doprinose očuvanju europske i kulturne vrijednosti, smatram kako je to prije svega uloga javne televizije. RTL ulaže velike napore kako bi u kvantitativnom smislu zadovoljio europske odredbe, a najvećim dijelom tome pridonosi emitiranjem sadržaja hrvatske produkcije. To prije svega znači da američka produkcija nije najzastupljenija, što je i cilj odredbi Direktive o audiovizualnim medijskim servisima. Činjenica da se od ostalih europskih sadržaja emitira najviše onih porijeklom iz Velike Britanije, govori samo o interesu publike. RTL, za razliku od ostalih komercijalnih televizija, emitira znatno manje turskih serija,jer se nastoji obraćati*

*urbanoj i nešto mlađoj publici, koju više zanimaju zabavni sadržaji, poput „Shopping kraljice*".

3. Zašto RTL emitira toliko zabavnog programa i serija (serije: 37,23 %, zabavni program: 35,52 %, filmovi: 15,15 %, magazini 9,07 %), dok su dokumentarni programi zastupljeni s tek 1,57 %, obrazovni s 1,45 %? Programskih sadržaja europskog porijekla s područja kulture, vjerskih programa ili *talk show* programa uopće nije bilo.

*Odgovor je i ovdje zato što je RTL komercijalna televizija čiji je cilj prije svega zabavnim sadržajima privući publiku. Istovremeno, RTL ispunjava normu o 20 % vlastite proizvodnje informativnog, kao i programa od društvenog značaja, koji uključuje i kulturni program. Informativna emisija „RTL Direkt*" *četiri dana u tjednu daje dovoljnu minutažu promoviranju kulturnih programa i zbog toga zasebna kulturna emisija nije potrebna. S druge strane, RTL proizvodi jednu od najgledanijih glazbenih emisija, jedinu televizijsku top listu na kojoj se promovira hrvatska glazba, „TOP HR*". *Što se tiče dokumentarnih filmova, u nekoliko navrata RTL je producirao vlastite dokumentarne filmove iako to također nije funkcija komercijalnih televizija, dok dokumentarni filmovi europskog porijekla nemaju gledanost među publikom RTL-a i zato i nisu uvršteni u program. Osim toga, postoji dovoljno specijaliziranih satelitskih i ostalih televizijskih kanala i platformi koji emitiraju isključivo dokumentarne filmove, koji su dostupni najširoj publici, da kupovanje takve produkcije nije isplativo komercijalnim televizijama u privatnom vlasništvu.*

4. Tko evidentira emitirane sadržaje i priprema izvješća Agenciji za elektroničke medije? Je li na njih bilo reakcija?

*Na RTL-u postoje službe koje imaju točan izračun minutaže emitiranih programa, među kojima su i oni europskog porijekla i o tome redovito podnose izvješća Agenciji za elektroničke medije, koja u posljednjih nekoliko godina vrši monitoring i kontrolira podnesena izvješća. Pri tome se radi isključivo o kvantitativnoj, a ne i kvalitativnoj analizi budući da o vrsti programa koji se emitiraju odluče Uprava i uredništvo televizije, u skladu s poslovnim interesima*

5. Zašto se ne emitira više programa iz drugih europskih zemalja osim Velike Britanije? Zašto se ne emitiraju kulturni, filmski ili dramski programi talijanskog, francuskog, španjolskog, češkog ili nekog drugog porijekla?

*Istraživanja interesa publike RTL-a pokazala su da ih takvi sadržaji u principu ne zanimaju. Jedino mjerilo uspješnosti programa komercijalnih televizija je gledanost i upravo je to kriterij prema kojem se biraju sadržaji koji će se kupovati i emitirati. Jedan dio emisija iz zabavnog programa zapravo je porijeklom iz Njemačke ili neke druge europske zemlje, prilagođen hrvatskom tržištu i hrvatskoj publici. Budući da ne postoje sankcije za nakladnike koji ne emitiraju programe iz različitih europskih zemalja, RTL kao komercijalna televizija koristi svoje pravo na uređivačku politiku koja će privući najviše oglašivača i biti najatraktivnija publici. Iako postoji uvriježeno mišljenje kako su američke serije jeftinije od europske produkcije i zato se kupuju, to zapravo nije točno. Izbor se radi isključivo po procjenama gledanosti, koje ponekad ne moraju biti ispravne. Nešto što je postiglo veliki uspjeh na američkom ili nekom drugom tržištu ne mora biti jednako gledano na hrvatskom i svaka kupnja paketa programa neke velike produkcijske kuće rizik je sam po sebi. Kao što je i rizik naručivanje nekog projeka, poput sitcoma ili serije nezavisne produkcije iz Hrvatske.*

6. Postoji li konkretan nadzor Agencije za elektroničke medije nad emitiranim programom?

*Nadzor svakako postoji i Agencija radi i svoja mjerenja emitiranog programa. Uostalom, RTL je i bio kažnjen zbog nedovoljnog emitiranja europskih sadržaja, ali na svojim ostalim, specijaliziranim programima, na kojima se zapravo odredbe Europske direktive ne bi trebale niti primjenjivati. Smatram da je došlo do velikog napretka u radu ovog regulatornog tijela koje sada ima i tehničke službe za nadzor koje uspoređuju svoje podatke s onima koje su im dostavile nadležne službe RTL-a. Naravno, radi se isključivo o kvantitativnoj analizi budući da se analiza sadržaja, kao niti analiza zemlje porijekla europskog programa ne traže.*

7. Je li uopće primjena odredbi Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama realna na komercijalnim televizijama i ispunjava li ona svoj cilj? Koliko je to ostvarivo u

uvjetima tržišnog natjecanja između velikog broja televizijskih nakladnika s obzirom na to da je i marketinški kolač smanjen?

*Iskreno, smatram da u digitaliziranom svijetu, koji nudi bezbroj platformi za gledanje audiovizualnih sadržaja, ta i takva Direktiva zapravo nema smisla. Odnosno, ima za javne servise koji se financiraju putem pretplate i imaju zagarantiran godišnji prihod. U tom smislu oni su u privilegiranom položaju i mogu si dopustiti emitiranje visokokvalitetnih sadržaja koji su namijenjeni visoko obrazovanoj publici, manjinama, osobama s invaliditetom, starijoj populaciji, što i jest njihova javna funkcija. Isto tako, javni servis ima dovoljno zagarantiranih financijskih sredstava da si može dopustiti otkup programa iz različitih europskih zemalja, čak i ako im gledanost nije posebno visoka jer ne ovise toliko o oglašivačima. Što se tiče odredbi Direktive kada je u pitanju zaštita maloljetnika od štetnih sadržaja, sprečavanja govora mržnje ili emitiranja barem 50 % sadržaja europskog porijekla, RTL se kao komercijalna televizija nastoji držati zakonskog okvira u kvantitativnom smislu i to je naravno ostvarivo. Postotak emitiranog sadržaja europskog porijekla ovisi o sezoni, ljetnoj ili zimskoj programskoj shemi, kada se raspored emisija i vrsta programa mijenjaju. Očekivao sam da će revizijom Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama doći do ukidanja nekih odredbi, odnosno da će kritike koje dolaze iz krugova europskih komercijalnih nakladnika biti uvažene. No, čini se da će biti upravo suprotno, odnosno da će se te iste odredbe odnositi na sve sadržaje emitirane i preko interneta, kao i preko servisa na zahtjev, što mi se čini besmislenim. Ono što svakako podržavam su, naravno, stroža pravila koja se odnose na govor mržnje, zaštitu manjina i osoba s invalididtetom. No, ako se na medije gleda kao na biznis, uvažavajući činjenicu da oni imaju i svoju društvenu ulogu, onda su takve odredbe zapravo ograničavajuće na ionako suženom marketinškom tržištu.*

#### 8.4.4. Dubinski intervju s voditeljem Odjela za nadzor i praćenje programskih sadržaja u Agenciji za elektroničke medije

Prema pretpostavci četvrte hipoteze, Agencija za elektroničke medije kao regulatorno nacionalno tijelo ima mogućnost vršiti monitoring i zahtijevati primjenu europskih odredbi u programima javne i komercijalnih televizija, jednako kao što to čine slična tijela u ostalim europskim zemljama, kako bi očuvala europske i nacionalne kulturne vrijednosti te osigurala kvalitetu emitiranog programa.

Iako su te obveze definirane člancima 42., 43. i 44. Zakona o elektroničkim medijima, kao i člancima 10. i 11 Zakona o HRT-u, postoji problem nepostojanja zakonskih sankcija za nepridržavanje tih programskih obveza, zbog kojih je teško provesti usvojene odredbe. Agencija za elektroničke medije prvi puta je tijekom 2016. provela nadzor nad primjenom europskih odredbi i na temelju tih podataka izvršena je analiza.

Posljednji intervju vodila sam sa Stanislavom Benderom, voditeljem Odjela za nadzor i praćenje programskih sadržaja u Agenciji za elektroničke medije.

1) Postoje li tablice s izvješćima o emitiranju europskih sadržaja na tri televizije s nacionalnom koncesijom (HRT-ovi programi HTV 1, HTV 2, HTV 3, Nova TV i RTL) od 1. siječnja 2016. do 1. siječnja 2017, a koje je Agencija proslijedila Europskoj komisiji?

*Europska komisija još nije tražila od Hrvatske podatke o udjelu europskih djela za razdoblje koje se navodi u upitu.*

Tablica 10. Ostvareni udjeli EU djela u 2016.

| NAKLADNIK | PROGRAM | DOSTAVLJENI PODACI EU DJELA (MINUTE) | DOSTAVLJENI PODACI EU DJELA (POSTOTAK) | VERIFICIRANI PODACI EU DJELA (MINUTE) | VERIFICIRANI PODACI EU DJELA POSTOTAK |
|---|---|---|---|---|---|
| Hrvatska radiotelevizija | HRT 1 | 315.575 | 72,74 % | 312.751 | 72,54 % |
| Hrvatska radiotelevizija | HRT 2 | 327.702 | 77,13 % | 313.621 | 76,15 % |
| Hrvatska radiotelevizija | HRT 3 | 319.132 | 74,06 % | 319.046 | 74,05 % |
| Hrvatska radiotelevizija | HRT 4 | 344.837 | 99,15 % | 305.790 | 99,05 % |
| Hrvatska radiotelevizija ukupno | | 1.307.246 | 79,84 % | 1.251.208 | 79,06 % |
| RTL Hrvatska d.o.o. | RTL Televizija | 202.133 | 66,27 % | 183.680 | 60,22 % |
| RTL Hrvatska d.o.o. | RTL 2 | 209.835 | 53,18 % | 185.096 | 46,91 % |
| RTL Hrvatska | RTL | 237.751 | 55,60 % | 233.587 | 54,63 % |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| d.o.o. | Kockica | | | | |
| Nova TV d.d. | Nova TV | 248.769 | 70,51 % | 235.980 | 66,89 % |
| Nova TV d.d. | Doma TV | 93.391 | 24,02 % | 86.629 | 22,28 % |

U tablici su predočeni ostvareni udjeli europskih djela u 2016. godini.

Tablica 11. Ostvareni udjeli djela neovisnih proizvođača u 2016.

| NAKLADNIK | PROGRAM | DOSTAVLJENI PODACI EU DJELA (MINUTE) | DOSTAVLJENI PODACI EU DJELA (POSTOTAK) | VERIFICIRANI PODACI EU DJELA (MINUTE) | VERIFICIRANI PODACI EU DJELA POSTOTAK |
|---|---|---|---|---|---|
| Hrvatska radiotelevizija | HRT 1 | 91.823 | 21,16 % | 91.823 | 21,30 % |
| Hrvatska radiotelevizija | HRT 2 | 232.655 | 54,76 % | 232.655 | 56,49 % |
| Hrvatska radiotelevizija | HRT 3 | 145.654 | 33,80 % | 145.654 | 33,81 % |
| Hrvatska radiotelevizija | HRT 4 | 45.241 | 13,00 % | 45.241 | 14,65 % |
| Hrvatska radiotelevizija ukupno | | 515.373 | 31,47 % | 515.373 | 32,56 % |
| RTL Hrvatska d.o.o. | RTL Televizija | 148.970 | 48,84 % | 139.691 | 45,80 % |
| RTL Hrvatska d.o.o. | RTL 2 | 198.188 | 50,23 % | 173.449 | 43,96 % |
| RTL Hrvatska d.o.o. | RTL Kockica | 199.758 | 46,72 % | 198.254 | 46,37 % |
| Nova TV d.d. | Nova TV | 105.301 | 29,84 % | 91.912 | 26,05 % |
| Nova TV d.d. | Doma TV | 62.708 | 16,13 % | 55.937 | 14,39 % |

U gornjoj su tablici prikazani ostvareni udjeli neovisnih proizvođača u 2016. godini.

2) Na koji način Agencija za elektroničke medije prati europske sadržaje na televizijama s nacionalnom koncesijom? Oslanja li se isključivo na njihova izvješća ili i Agencija sama provjerava ono što je emitirano?

*Po zaprimanju podataka o emitiranju europskih djela na godišnjoj razini (od 1. siječnja do 31. prosinca), dostavljeni podaci verificirani su na način da se provjerava porijeklo*

*djela, sjedište proizvođač te prijavljeno ukupno neto vrijeme emitiranja tih djela. Sjedište proizvođača i porijeklo djela provjerava se putem javno dostupnih podataka poput sudskih ili drugih državnih registara u slučaju nacionalnih proizvođača EU i neovisnih djela ili putem podataka dostupnih preko interneta u slučaju stranih proizvođača EU djela. Primjerice, kod južnoameričkih serija kompanija Televisa i Telemundo provjeravalo se je li im je poslovno sjedište u Europi ili ne. Utvrđeno je, putem njihovih korporativnih stranica, da nemaju poslovnog sjedišta u EU i stoga nisu priznata u kvotu onim nakladnicima koji su ih prijavili kao EU djela. Ako imaju poslovni izvor u Europi, samim time se priznaje da je djelo europsko. U slučaju zemalja koje nisu članice EU, dodatno se još provjerava je li zemlja porijekla EU djela potpisnica Europske konvencije o prekograničnoj televiziji. Dodatna verifikacija podataka obavlja se od strane specijalizirane agencije za mjerenje gledanosti, AGB Nielsen, koja provjerava emitiranje europskih djela na uzorku od pet tjedana tijekom cijele godine. Ti podaci upotpunjuju podatke do kojih dolazi Vijeće za elektroničke medije verifikacijom izvješća televizijskih nakladnika od strane stručnih službi Agencije za elektroničke medije.*

3) Radi li se samo kvantitativna ili i kvalitativna analiza emitiranih sadržaja?

*Radi se samo kvantitativna provjera jer EK ne traži kvalitativnu analizu sadržaja.*

4) Postoje li sankcije za one koji se ne pridržavaju europskih propisa o 50 % europskih sadržaja i 15 % nezavisne produkcije?

*Novčane sankcije u iznosu od 100.000 kuna do milijun kuna predviđene su za pravne osobe koje ne dosegnu tražene zakonske udjele člankom 82. (stavak 2.1 i stavak 22) Zakona o elektroničkim medijima. Pravilnicima o kriterijima i načinu povećanja opsega udjela europskih djela te udjela europskih audiovizualnih djela neovisnih proizvođača, predviđen je način nadoknade udjela. Tako u razdoblju od četiri godine nakladnik koji nije ostvario tražene udjele o 50 % udjela europskih djela i 10 % udjela audiovizualnih djela neovisnih proizvođača, treba povećati udjele tih djela na način da sukcesivno svake godine udio europskih djela poveća za najmanje 10 % te udio djela neovisnih proizvođača za najmanje 2,5 %. Dakle, nakladnik koji nije udovoljio većinskom udjelu EU djela mora u razdoblju od sljedeće četiri godine postići udio na način kako je opisan u gornjim člancima.*

5) Je li ikada takva sankcija bila primijenjena i na koju televiziju?

*Vijeće je u 2017. izreklo tri opomene.*

- *RTL Hrvatska d.o.o.: OPOMENA RTL-u zbog toga što na programskom kanalu RTL 2 u 2016. godini nije postigao da europska djela čine većinski udio njegovoga godišnjeg vremena objavljivanja, a sukladno odredbi čl. 42. st. 1. Zakona o elektroničkim medijima te zbog toga što na programskom kanalu RTL 2 u 2016. godini nije osigurao da najmanje polovica europskih djela neovisnih proizvođača bude proizvedena u posljednjih pet godina, a sukladno odredbi čl. 44. st. 3. Zakona o elektroničkim medijima.*
- *Nova TV d.d.: OPOMENA Novoj TV zbog toga što na programskom kanalu Doma TV u 2016. godini nije postigao da europska djela čine većinski udio njegovoga godišnjeg vremena objavljivanja, a sukladno odredbi čl. 42. st. 1. Zakona o elektroničkim medijima te zbog toga što na programskom kanalu Doma TV u 2016. godini nije osigurao da najmanje polovica europskih djela neovisnih proizvođača bude proizvedena u posljednjih pet godina, a sukladno odredbi čl. 44. st. 3. Zakona o elektroničkim medijima*
- *OT-Optima telekom d.d. Zagreb: OPOMENA zbog toga što nije do 31. ožujka 2017. godine dostavio Vijeću za elektroničke medije podatke o europskim djelima objavljenima u 2016. godini, a sukladno odredbi članka 7. stavka 2. Pravilnika o kriterijima i načinu povećanja opsega udjela europskih djela.*

*Vijeće je u 2016. izreklo dvije opomene:*

- *RTL Hrvatska d.o.o.: OPOMENA zbog toga što na programskim kanalima RTL Televizija i RTL 2 u 2015. godini nije postigao da europska djela čine većinski udio njegovoga godišnjeg vremena objavljivanja, a sukladno odredbi čl. 42. st. 1. Zakona o elektroničkim medijima, zbog toga što na programskom kanalu RTL 2 u 2015. godini nije osigurao da najmanje polovica europskih djela neovisnih proizvođača bude proizvedena u posljednjih pet godina, a sukladno odredbi čl. 44. st. 3. Zakona o elektroničkim medijima te zbog toga što na programskom kanalu RTL 2 nije povećao udio europskih djela sukladno čl. 42. st. 2. Zakona o*

*elektroničkim medijima te sukladno odredbama Pravilnika o kriterijima i načinu povećanja opsega udjela europskih djela.*

- *Nova TV d.d.: OPOMENA zbog toga što na programskom kanalu Doma TV u 2015. godini nije postigao da europska djela čine većinski udio njegovoga godišnjeg vremena objavljivanja, a sukladno odredbi čl. 42. st. 1. Zakona o elektroničkim medijima te zbog toga što na programskom kanalu Doma TV nije povećao udio europskih djela sukladno čl. 42. st. 2. Zakona o elektroničkim medijima te sukladno odredbama Pravilnika o kriterijima i načinu povećanja opsega udjela europskih djela.*

6. Na koji način Europska komisija vrednuje izvješća,maju li dodatnih pitanja ili preporuka u slučaju Hrvatske?

*Komisija putem svojih tijela kontaktira regulatorna tijela s preciznim napucima koji se odnose na način izvještavanja. Ako im nešto nije jasno, pitaju.*

7. Odražavaju li emitirani programi doista načelo kulturne raznolikosti ili se pod europske sadržaje „podmeće" jeftina zabavna produkcija i domaći *show* programi (kulinarski, „Big Brother", „Ljubav je na selu" i slično?)

*Sadržaji koje ste naveli ulaze u kvotu europskih djela. Europska komisija putem AVMS ima za cilj održati ravnotežu između slobodne cirkulacije audiovizualnih medija i očuvanja vrijednosti kulturnih identiteta i raznolikosti, uz poštivanje načela supsidijarnosti i proporcionalnosti. Iako su audiovizualni sadržaji putem televizije i drugih platformi danas dostupni više nego ikada, postoji i druga strana novčića. Naime, deregulacija TV tržišta dovela je do nekih manje poželjnih efekata. Količina uvezenih programa i njihovi troškovi su porasli. Ono što je još važnije, kvaliteta i raspon programa na tržištu srozali su se. Zahtjevi za maksimalizacijom profita i minimiziranjem financijskih rizika doveli su do pojave koju spominjete, „jeftine zabavne produkcije", ali i do puno imitacija, reality sadržaja te recikliranja onih žanrova, tema i pristupa koji se smatraju isplativima. Zbog toga danas svjedočimo homogenizaciji formata i sadržaja televizijskih programa, filmova i emisija. To je nešto s čime se sve članice EU suočavaju, a ne samo Hrvatska. Europska komisija putem nove Direktive koja je u pripremi će, među ostalim, pokušati odgovoriti i na ove izazove te snažno utjecati na kulturnu raznolikost u*

*europskim medijima, vodeći računa o ravnoteži između gospodarskih i drugih javnih interesa.*

8. Na komercijalnim televizijama, osim domaćih, prevladavaju turske sapunice. Može li se tako tumačiti europski sadržaj i postoji li način da Agencija izvrši pritisak da se ti programi zamijene sadržajima više kvalitete?

*Vijeće za elektroničke medije i Agencija za elektroničke medije ne mogu vršiti pritiske na nakladnike u pogledu nabavke sadržaja od strane televizijskih nakladnika jer bi to predstavljalo nepoštivanje članka 3. stavka 1. Zakona o elektroničkim medijima kojim se jamči sloboda izražavanja i puna programska sloboda elektroničkih medija, pa u tom smislu i sloboda izbora sadržaja koji će prikazivati. Vijeće za elektroničke medije nastoji putem sredstava iz Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija poticati proizvodnju kvalitetnog audiovizualnog sadržaja. Djela proizvedena u zemljama koje nisu članice Europske unije mogu biti priznata kao europska djela, ako je zemlja, u kojoj su ta djela proizvedena, djela potpisnica Europske konvencije o prekograničnoj televiziji ili je riječ o djelima 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. Sukladno tome, audiovizualna djela proizvedena u Turskoj smatraju se europskim djelima budući da je ta zemlja potpisnica gore spomenute konvencije, koja je u njoj stupila na snagu u svibnju 1994.*

9. Javni servis posebno je u fokusu pažnje budući da ima osiguran prihod od obavezne TV pretplate. Postoji li neko tijelo koje koordinira nabavku europskih sadržaja i brine o raznolikosti porijekla programa budući da osim domaćih, dominiraju uglavnom televizijski programi iz britanske produkcije?

*Pitanje se odnosi na način nabave HRT i trebalo bi biti upućeno njihovoj službi.*

10. Je li zakonski dopušteno da se unutar europskih sadržaja emitira najveći postotak nacionalne produkcije (HTV 1: 79,2 %, HTV 2: 40,7 %, HTV 3: 68,6 %, Nova TV: 81,2 %, RTL: 42,7 %)?

*Hrvatska audiovizualna djela, odnosno djela vlastite proizvodnje nakladnika televizije predstavljaju europska djela po odredbi članka 41. stavak 1. i članka 42. stavak 4. Zakona o elektroničkim medijima koji utvrđuju da se u opseg udjela europskih djela ubrajaju audiovizualna djela vlastite proizvodnje i hrvatska audiovizualna djela. Ne postoji zakonsko ograničenje koliki može biti postotak nacionalne produkcije jer cilj poticanja europskih djela, između ostaloga, i jest da svaka zemlja članica razvija svoju nacionalnu audiovizualnu industriju i na taj način se odupre „*invaziji*" američke produkcije na Stari kontinent. Jedino zakonsko ograničenje se odnosi na kategoriju sadržaja koje moraju biti isključene iz ukupnog godišnjeg vremena objavljivanja, a riječ je o vremenu namijenjenom vijestima, sportskim događajima, igrama, oglašavanju, uslugama teleteksta i teletrgovini.*

# 9. RASPRAVA

Prije početka rasprave željela bih naglasiti da je bilo izuzetno teško doći do programskih shema emitiranog programa budući da niti jedna televizija s nacionalnom koncesijom u RH ne čuva u digitalnom obliku godišnje tablice s podacima o emitiranom programu, žanru kojem pripada i zemlji njegova porijekla.

Tek nakon višemjesečnog traženja, do tih sam podataka došla preko internetskog portala koji je u arhivi imao sačuvane programske sheme iz 2016. u digitalnom obliku. Isto tako, bilo je vrlo teško doći do sugovornika za dubinske intervjue, do glavnih urednika triju televizija s nacionalnom pokrivenošću, koji pitanje poštovanja odredbi o europskim sadržajima zapravo nisu smatrali posebno važnim za uređivačku politiku njihovih televizija. Najteže je bilo doći do sugovornika s HTV-a s obzirom na to da su se posljednjih godina glavni urednici toliko često mijenjali da je samo tijekom 2016. bilo promijenjeno nekoliko vršitelja dužnosti glavnog urednika: od Saše Runjića do ožujka, preko Siniše Kovačevića do Domagoja Burića, koji je za v.d. ravnatelja programa HTV-a imenovan početkom prosinca iste godine.

Iz podataka dobivenih istraživanjem emitiranih programa na televizijama s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj (HRT, Nova TV, RTL) tijekom 2016. godine, kao i dubinskih intervjua vođenih s glavnim urednicima televizija te voditeljem Odjela za nadzor i praćenje programskih sadržaja u Agenciji za elektroničke medije, može se zaključiti da je provođenje Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama u EU, osim na javnom servisu gdje se ipak mora voditi računa o sadržajnoj raznolikosti programa, uvelike prepušteno vlasnicima komercijalnih televizija koji se, vođeni interesom – profitom, isključivo u kvantitativnom smislu pridržavaju odredbi Direktive.

Budući da politika uvelike utječe na imenovanja čelnih ljudi javnog servisa u Republici Hrvatskoj, uslijed promjena nekoliko vlada u posljednjih nekoliko godina ne postoji urednički kontinuitet koji bi se odražavao na kontinuirano promišljanje o kvaliteti europskih programa, kao i na njihovoj kulturnoj i sadržajnoj raznolikosti. U kvantitativnom smislu, HRT ispunjava svoje obveze na sva tri programa i emitira najviše sadržaja europskog porijekla od svih televizija s nacionalnom koncesijom. Prema istraživanjima za 2016. godinu, na HTV-u 1 to je iznosilo 76,2 %, na HTV-u 2 79,4 %, a na HTV-u 3 79,5 %. Od toga je postotak nacionalne produkcije u odnosu na ukupan europski sadržaj bio 79,2 % na HTV-u 1, 40,2 % na HTV-u 2 i 68,3 % na HTV-u 3.

Od svih emitiranih programa, na HTV-u 1 postotak sadržaja hrvatskog porijekla iznosi 79 %. Od ostalih programa, najviši postotak imaju američki programi (12,15 %), dok se na koprodukcije SAD/EU odnosi tek 0,45 % programa. Programa turskog porijekla bilo je tek 0,52 %. Na sve ostale zemlje porijekla otpada relativno visokih 10,28 %. Na HTV-u 2, tijekom 2016. emitirano je 40,7 % sadržaja hrvatskog porijekla. Od ostalih programa najviši postotak odnosi se na programe američkog porijekla – 13,10 %, na koprodukcije EU/SAD 0,63 %, dok je iz svih ostalih zemalja emitirano 4,23 % programa. Na HTV-u 3 u 2016. emitirano je 68,6 % programa hrvatskog porijekla. Slijedi program američke produkcije sa 17,57 %. Na koprodukcije EU/SAD otpada 0,35 %, a na program porijeklom iz svih ostalih zemalja 1,95 %. Dakle, u kvantitativnom su se smislu poštovale odredbe Direktive o audiovizualnoj politici EU, ali u smislu raznolikosti porijekla programa to nije slučaj. Naime, najviše se emitiralo sadržaje koji su porijeklom iz Velike Britanije (HTV 1: 7,5 %, HTV 2: 36,7 %, HTV 3: 9,7 %). Programi iz Italije, Francuske i Njemačke zastupljeni su s vrlo niskim postocima, od 1 % do maksimalno 5,5 % francuskog programa na HTV-u 3.

Tijekom 2016. na HTV-u 1 emitiralo se najviše programa porijeklom iz Velike Britanije (7,5 %), zatim Francuske (3,3 %), Njemačke (3,2 %) i Italije (2,2 %). Na HTV-u 2 u 2016. emitiran je još veći postotak programa porijeklom iz Velike Britanije (36,7 %), zatim Italije (5,2 %), Francuske (2,1 %) i Njemačke (1,4 %). Na HTV-u 3 u istoj godini također je dominirao program porijeklom iz Velike Britanije (9,7 %), Francuske (5,5 %) i Njemačke (1,9 %).

Iako se u sadržajnom smislu HRT pridržava različitosti i emitira dramske, kulturne, obrazovne, znanstvene i filmske sadržaje, indikativno je da su obrazovani sadržaji, kao i sadržaji koji se odnose na politiku i gospodarstvo, a nisu dio vijesti, najmanje zastupljeni. Obrazovnih sadržaja na HRT-u 1 ima 0,97 %, na HRT-u 2 3,94 % i na HRT-u 3 3,10 %. Politika i gospodarstvo čini na HRT-u 1 0,45 % , na HRT-u 2 0 % te 0 % na HRT-u 3.

U kvalitativnom smislu, od svih programa europskog porijekla tijekom 2016. na HTV-u 1 emitiralo se najviše serija – 22,39 %, zatim 16,02 % magazina, 15,67 % dokumentarnih emisija, 11, 86 % kulturnih sadržaja, 11,77 % zabavnih emisija, 6,60 % filmova, 4,58 % vjerskih sadržaja, 9,33 % *talk show* programa i 0,24 % glazbenog programa. Na HTV-u 2 tijekom 2016. emitirano je 31,45 % dokumentarnog programa, 10,99 % zabavnih emisija, 10,52 % glazbenog sadržaja, 9,56 % filmova, 3,94 % obrazovnog programa, 0,68 % kulture, 0,56 % vjerskog programa i 1,45 % *talk show* programa. Na HTV-u 3 u 2016. prikazano je 22,02 % dokumentarnog programa, 19,94 % kulturnog programa, 18,43 % serija, 15,51 %

filmova, 3,04 % zabave, 3,10 % obrazovnog programa, 0,22 % vjerskog sadržaja, 1,07 % magazina, 4,43 % *talk show* programa i 12,24 % glazbenog programa.

Od emitiranih sadržaja hrvatskog porijekla, na HTV-u 1 emitirano je 26,48 % magazina, 19,60 % programa s područja kulture, 18,38 % zabavnog programa, 13,8 % dokumentarnih filmova, 7,55 % vjerskog programa, zatim 6, 70 % talk show programa, 5,01 % serija, samo 1,6 % obrazovnog programa, 0,74 % programa s područja politike i gospodarstva te 0,50 % glazbe. Od programa hrvatskog porijekla, na HTV-u2 tijekom 2016. emitiralo se 30,50 % glazbenog programa, 21,22 % zabavnog programa, 17,96 % serija, 13, 29 % dokumentarnog programa, 11, 42 % obrazovnog programa, 2,06 % *talk show* programa, 1,82 % kulturnog programa te 1,63 % vjerskog programa. Na HTV-u 3 od programa hrvatskog porijekla emitiralo se 36,6 % kulturnog programa, 21,46 % dokumentarnog programa, 3,05 % zabavnog programa, 0,38 % hrvatskih filmova, 0,06 % serija, 5,71 % obrazovnog programa, 22,14 % glazbenog programa, 8, 16 % *talk show*a, 1,98 % magazina i 0,40 % vjerskog programa.

Što se tiče zastupljenosti nezavisne produkcije, ona je prema istraživanju u 2016. godini na HTV 1 programu iznosila 18 %, na HTV-u 2 30 %, a na HTV-u 3 20 %, čime je HRT ispunio zakonsku odredbu.

Ono što ostaje za raspravu jest zašto se prilikom odabira europskih sadržaja ne nastoji emitirati više programa koji su proizvedeni u nekim drugim zemljama članicama EU, osim Velike Britanije, koja je zastupljena u najvećem postotku (HTV 1: 7,5 %, HTV 2: 36,7 %, HTV 3: 9,7 %) te Italije, Francuske i Njemačke, koji su i sami zastupljeni u vrlo niskom postotku (od 1 % do maksimalno 5,5 %, npr. na HTV-u 3 – francuski program). Naime, ovakvim se odabirom programa zapravo negira smisao Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama u EU, čiji je cilj ne samo očuvanje nacionalnih kulturnih i jezičnih identiteta svih zemalja članica u audiovizualnom sektoru,već i međusobno upoznavanje različitih jezika i produkcija.

Novo programsko vodstvo, kojem je na čelu glavni ravnatelj programa Renato Kunić najavilo je određene promjene, prije svega u prikazivanju sadržaja iz ostalih europskih zemalja poput njemačke, skandinavske, francuske i češke produkcije, budući da je i publika sama došla do zaključka da je najveći dio američkih medijskih sadržaja uglavnom „komercijalna konfekcija”, a dio filmofila i ljubitelja europskih serija, drama, filmova želi više europske kvalitete.

Za razliku od komercijalnih televizija, javna televizija nije provela istraživanja o tome kakva bi bila gledanost sadržaja proizvedenih u nekim drugim europskim zemljama, čije produkcije nisu dovoljno poznate hrvatskoj publici. Renato Kunić mišljenja je da među domaćom publikom postoji određeni zazor od bivših socijalističkih zemalja, poput Slovačke, Mađarske ili Bugarske, čija je produkcija u posljednjih 25 godina znatno evoluirala i dostigla europsku razinu. Kunić misli i da su teme, kojima se bave njihove serije ili filmovi, bliske hrvatskoj publici budući da su njihova društva prošla sličnu tranziciju kao naše pa tako postoje mnogi elementi u kojima bi se mogli prepoznati. Napomenuo je i da javna televizija, koja se doduše obraća drugačijoj ciljnoj skupini od komercijalnih, ipak mora razmišljati o gledanosti:

> Iako javna televizija ne treba isključivo inzistirati na gledanosti, ona je ipak bitna, jer se neki visokokvalitetni sadržaji ipak ne mogu emitirati isključivo za visoko obrazovanu „elitnu" publiku. Ponekad je problem i da su neke kvalitetne europske serije ili dokumentarni filmovi snimani u koprodukciji s Netflixom, koji zabranjuje prodaju europskim javnim televizijama prvih nekoliko godina i mi ne možemo do njih.

Osim *Netflixa*, neke serije iz tih tranzicijskih zemalja financira HBO i ne dopušta prodaju i emitiranje na drugim javnim televizijama niz godina.

Ostaje i pitanje zašto su obrazovni programi, kao i programi koji se odnose na gospodarstvo i politiku, a nisu dio vijesti, tako malo zastupljeni na sva tri televizijska programa HRT-a. Obrazovnih sadržaja na HTV-u 1 ima 0,97 %, HTV-u 2 3,94 % i HTV-u 3 3,10 %. Na politiku i gospodarstvo na HTV-u 1 odnosi se 0,45 %, na HTV-u 2 0.00 % i na HTV-u 3 također 0.00 %. Ovo posljednje je i logično budući da je treći program Hrvatske radiotelevizije posvećen uglavnom kulturi, no na prva dva programa tih bi sadržaja svakako trebalo biti daleko više, osobito zato što je HRT kao javni servis, u odnosu na komercijalne televizije, u financijskom smislu privilegiran osiguranom TV pretplatom.

Dakle, osim nedovoljne raznolikosti porijekla europskih sadržaja, postoji i problem deficita obrazovnih emisija, kao i emisija s područja politike i gospodarstva koje nisu dio informativnog programa. Nažalost, ambicije novog HRT-ovog vodstva ne idu u smjeru vlastite produkcije spomenutih sadržaja, već se sve više žele oslanjati na neovisnu produkciju i poticati kreativnost neovisnih producenata. Po riječima Renata Kunića, HRT više nema uredničkih i novinarskih kapaciteta da kao javni servis sam sustavno proizvodi takve sadržaje, već ih namjerava *outsourcati*, a planiraju i više kupovati političko-dokumentarne sadržaje njemačkog ili francuskog porijekla.

Tako ne razmišljaju uspješne skandinavske javne televizije koje su i dalje vrlo uspješne u produkciji programa za publiku u vlastitim zemljama, koji sve češće postaje izvozni proizvod. Prva je s proizvodnjom uspješnih serija započela Danska, a u najnovije vrijeme to je Norveška. Dobar je primjer serija za mlade SKAM, u produkciji Norveške javne televizije NKR-a. Ta se serija, nakon dubinskog istraživanja razmišljanja šesnaestogodišnjakinja te njihovih problema i interesa, počela snimati 2016. godine i emitirati isključivo preko interneta. Na taj su se način željeli približiti platformama koje koriste mlade generacije, koje su gotovo napustile gledanje televizije, no pri tomu su nastojali zadržati svoju osnovnu funkciju javnog servisa, a to je informiranje, obrazovanje i zabava. Nakon prve sezone, SKAM je doživio veliki uspjeh među mladima u svim skandinavskim zemljama, a do 2018. počele su se snimati i nacionalne verzije prema predlošku NKR-a u sedam europskih zemalja. U planu je i američka verzija, prilagođena njihovom tržištu, koja će se emitirati preko *Facebooka*. Na pitanje jesu li vratili novac, producent ove serije za mlade, Håkon Moslet u intervjuu za tjednik Nacional izjavio je da je „*NKR veliki producent i to želimo ostati i dalje. Čak i ako radimo s relativno malim budžetima. Nama uostalom nije važno da vratimo novac, već da radimo kvalitetne sadržaje, što je uostalom i uloga javne televizije*" (2018: 50). Osim toga, istaknuo je da su ovom serijom počeli i „izvoziti" norveške vrijednosti, poput tolerancije, pluralizma, poštovanja raznolikosti, ravnopravnosti spolova, integracije različitih kultura i vjera u društvo. Umjesto da im tehnološki napredak, digitalizacija i društvene mreže oduzimaju gledatelje, budući da internet tretiraju kao „partnera i prijatelja", uspjeli su privući milijunsko gledateljstvo diljem svijeta (Moslet, 2018: 50–53). No iako mu je, naravno, drago da ova serija ima brojne sljedbenike i na kineskom You Tubeu, naglašava kako je njihov prvotni cilj bio privući ponovno mladu publiku u Norveškoj. Stoga Håkon Moslet zaključuje:

> Morate u svakom trenutku biti svjesni koja je uloga javnog servisa. Mi ne možemo samo nuditi zabavu – time se bave komercijalni mediji. Mi moramo biti više od toga i raditi na formatima koji promoviraju neke temeljne vrijednosti. Osim toga, mislim da je uspjeh SKAM-a u Norveškoj odličan argument za očuvanje javnih televizija u Europi. Čak su ga isticali kao primjer u političkim raspravama o financiranju javnih servisa u norveškom, danskom i švedskom parlamentu. Naglašavali su kako se tom serijom pomaže mladima da pronađu identitet i svoju društvenu ulogu.
>
> (2018: 50–53)

Upravo ovakve primjere trebala bi slijediti i hrvatska javna televizija te ulaziti u koprodukcije s ostalim europskim javnim servisima, kako bi s njima promovirala ne samo europske, već i specifično hrvatske vrijednosti.

Inače, HRT je kao član Programa MEDIA od 2008., koji je sada postao Potprogram MEDIA, imao priliku sudjelovati u međunarodnim koprodukcijama s obzirom na to da unutar Potprograma MEDIA postoji značajan novac za televizijske projekte. O tome je Martina Petrović, voditeljica Deska Kreativne Europe, Ureda MEDIA Hrvatske, u intervjuu za tjednik Nacional rekla:

> Unutar Potprograma MEDIA Postoji i kategorija koja se odnosi na projekte koji su isključivo vezani uz prikazivanje na televizijama. To znači da producenti prilikom prijavljivanja projekta moraju imati podršku, odnosno pismo namjere, barem triju televizijskih kuća. Baš zato sam i organizirala događanje u suradnji s Agencijom za elektroničke medije, kako bih pokazala da postoji značajan novac za televizijske projekte. Dramske serije poput „Obitelji Borgia", nastale u njemačko-talijansko-francusko-češkoj koprodukciji, ili serija „Most", nastala u švedsko-danskoj koprodukciji, povukle su znatna sredstva iz te kategorije, što znači da je moguće. Htjela sam pokazati i našim televizijskim kućama da bi trebale podržati hrvatske projekte jer je to ključno za dobivanje potpora. Kada neka druga televizijska kuća, iz neke druge zemlje, primjerice Češke ili Rumunjske, odlučuje o tome hoće li sudjelovati u projektu, prvo što će pitati autore jest zašto domicilna televizija ne daje podršku. Kada organiziram takve skupove, uvijek se pitam koliko zapravo dopirem do čelnih ljudi tih institucija i jesu li uopće svjesni iznosa koje mogu dobiti.
>
> (2018: 48)

Istaknula je i kako se tu najčešće misli na javnu televiziju jer je ona prirodni partner i koproducent u takvim projektima te dodala:

> Vrijeme je da HRT počne surađivati u svijetu koprodukcija. Treba malo izaći iz postojećih okvira i gledati šire, izvan hrvatskih granica. Iako sam na takva događanja zvala i predstavnike komercijalnih televizija, koji su također dobrodošli. No, koliko znam, dosad se nisu uključivali u takve programe. Svaki Euro ugrađen u hrvatski projekt zajednički je uspjeh. To je i meni, kao predstavnici Ureda MEDIA u Hrvatskoj, u interesu. Žao mi je da smo neke stvari propuštali. Iako, priznajem, određene natječajne smjernice s obzirom na kriterije mogu predstavljati prepreke, na što volim ukazati Bruxellesu. O tome sam i govorila 2015. u Europskom parlamentu jer smatram da se argumentiranim dijalogom mnoge stvari mogu popraviti.
>
> (Petrović, 2018: 48)

Što se tiče komercijalnih televizija s nacionalnom koncesijom, a to su Nova TV i RTL, rezultati su također očekivani. Naime, prema podacima istraživanja emitiranog programa za 2016. godinu, Nova TV emitirala je 62 % sadržaja europskog porijekla. U kvantitativnom smislu poštovale su se odredbe Direktive o audiovizualnoj politici EU, ali u kvalitativnom smislu to nije tako. Od svih emitiranih europskih sadržaja 81,2 % je nacionalna produkcija. Od ostalih programa, uvjerljivo najviši postotak imaju američki (20,79 %) i turski (13,24 %) sadržaji. Na koprodukcije EU/SAD otpada 2,26 % i samo 0,25 % na sve ostale zemlje

porijekla. Od europskih programa tijekom 2016. emitirano je 1,3 % sadržaja čija je zemlja porijekla Velika Britanija, kao i otprilike isti postotak programa talijanske produkcije (1,3 %). Programi njemačkog porijekla, kao i francuskog, čine tek 0,1 % emitiranih europskih sadržaja na Novoj TV. U kvalitativnom, odnosno sadržajnom smislu, na Novoj TV tijekom 2016. emitiralo se najviše zabave i serija, a najmanje dokumentarnih i obrazovnih emisija te filmova. Programa s područja kulture, politike i gospodarstva te *talk show* emisija nema, a glazbena emisija evidentirana je samo jedna. U postocima to izgleda tako da se tijekom 2016. emitiralo 0,60 % dokumentarnog programa, 0,06 % filmova, kao i 0 % programa s područja obrazovanja, kulture i vjerskih programa europskog porijekla. U isto vrijeme emitiralo se 41,33 % zabavnog sadržaja, 35,86 % serija i 22,11 % magazina europskog porijekla. Dokumentarni program zastupljen je tek s 0,60 %, domaći film s 0,06 %, a glazbeni s 0, 03 %.

Komercijalne televizije, kakva je Nova TV, nemaju zagarantiranu TV pretplatu i u tom su smislu ovisne o oglašivačima. Takve televizije, kao privatni nakladnici, trebaju osigurati profit svojim vlasnicima, no njih se ne može izuzeti iz primjene odredbi Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama. Na pitanja koje sam postavila glavnoj urednici programa Nove TV, gospođi Zrinki Jankov, dobila sam vrlo uopćene odgovore koji se ne odnose na konkretne podatke s kojima sam je suočila. Evidentno je da kriterij odabira programa i način njihovog emitiranja potpada pod poslovnu tajnu, što ne bi smjelo biti tako s obzirom na činjenicu da Novu TV, kao televiziju s nacionalnom koncesijom, obvezuju odredbe Audiovizualne politike EU, kao i Zakon o elektroničkim medijima.

Iz rezultata istraživanja vidljivo je da Nova TV u kvantitativnom smislu ispunjava odredbe. Glavna urednica programa, Zrinka Jankov, rekla je da „*Nova TV poštuje sve primjenjive domaće i međunarodne propise, poštujući pritom svoju programsku shemu*". Međutim, rezultati pokazuju da je emitirani program isključivo orijentiran na zabavu, kao i da je iznimno velik postotak programa europskog porijekla zapravo nacionalna produkcija. Time nikako nisu udovoljeni kriteriji o raznolikosti emitiranog programa – niti po njegovom porijeklu niti po sadržaju. Prema riječima Zrinke Jankov, Nova TV „*nastoji zadovoljiti interese svojih gledatelja. Kriteriji odabira programa i način njihova evidentiranja određuje urednička politika Nove TV i poslovni procesi koji nisu javni*". Baš ova posljednja tvrdnja prilično je diskutabilna jer bi kriteriji odabira programa morali poštovati odredbe o kulturnoj i sadržajnoj raznolikosti, koje su sadržane i u važećem Zakonu o elektroničkim medijima, u stavku 2. članka 42.:

> Nakladnik televizije koji ne postigne opseg udjela europskih djela iz stavka 1. ovoga članka mora svake godine povećati udio tih djela u odnosu na prošlu godinu sukladno kriterijima i načinu utvrđenom pravilnikom koji donosi Vijeće za elektroničke medije, uzimajući u obzir njegove obveze informativnoga, obrazovnog, kulturnog i zabavnog značaja prema svojim gledateljima, a pri tome je najmanji početni opseg 20 %.
>
> (Zakon o elektroničkim medijima)

No, tu se vraćamo na teze iz Nezavisne studije o učincima Direktive o audiovizualnim servisima (Graham et al. prema Štetka, 2010: 102) koja je ukazala na to da je jedan od problema činjenica da kulturne odredbe Direktive bez granica nisu dovoljno jasno definirale „europska djela". Točnije, one ne čine razliku između domaćih i stranih europskih programa, što omogućuje televizijama da ispune zahtjeve kvote, bez jedne minute emitiranog programa iz neke druge europske zemlje.

U ovom se kontekstu ponovno može citirati Štetku koji je zaključio da je „ključni obrazac za televizijsku fikciju u EU karakteriziran definicijom „danju američki, *prime time* domaći", dok su programi iz drugih EU zemalja obično tek treći izbor, ako su uopće" (prema Klimkiewicz, 2010: 97–124). Rezultat takve uredničke i poslovne politike komercijalnih televizija je, kao što je rečeno u studiji (Graham et al. prema Štetka, 2010: 102), niska stopa međusobne razmjene programa između zemalja i kronični deficit povezan s niskim stupnjem novih investicija u područje audiovizualne proizvodnje.

Što se tiče treće televizije u Republici Hrvatskoj s nacionalnom pokrivenošću, prema podacima istraživanja za 2016. godinu RTL je emitirao 71,3 % sadržaja europskog porijekla, ali je utvrđeno i da je broj umjetno povećan budući da je 797 emisija (serije, zabavni *show*) izvorno podrijetlom izvan Europe. Uzimajući to u obzir, postotak europskih emisija na tom programu iznosi 58,8 %. Na drugim TV postajama udio takvih emisija je beznačajan te ne mijenja taj postotak ni za 1 % tako da je stvaran postotak 58,8 %, što je još uvijek u zakonskom okviru. Od ostalih programa, najviši postotak imaju američki sadržaji (20,79 %). Na koprodukcije EU/SAD otpada 1,40 %, dok je turska produkcija znatno manje zastupljena nego na Novoj TV i iznosila je tek 0,56 % emitiranih sadržaja. Tek 0,23 % odnosi se na sve ostale zemlje porijekla. Od svih emitiranih europskih sadržaja 42,7 % nacionalna je produkcija, dakle gotovo dvostruko manje nego na Novoj TV. Od europskih sadržaja, tijekom 2016. na RTL-u je emitirano 6,3 % sadržaja proizvedenih u Velikoj Britaniji, 0 % sadržaja iz talijanske produkcije i tek 0,7 % sadržaja porijeklom iz Njemačke. To pomalo čudi budući da je RTL originalno televizija s njemačkoga govornog područja, no kasnijom se analizom utvrdilo da su određeni zabavni sadržaji, poput emisije „Shopping kraljica" čija se hrvatska

verzija emitira, njemačkog podrijetla. Zbog premalog postotka europskog programa u 2016. godini, RTL-u 2 Agencija za elektroničke medije uputila je opomenu:

> RTL Hrvatska d.o.o. OPOMENA zbog toga što na programskom kanalu RTL 2 u 2016. godini nije postigao da europska djela čine većinski udio njegovoga godišnjeg vremena objavljivanja, a sukladno odredbi čl. 42. st. 1. Zakona o elektroničkim medijima te zbog toga što na programskom kanalu RTL 2 u 2016. godini nije osigurao da najmanje polovica europskih djela neovisnih proizvođača bude proizvedena u posljednjih pet godina, a sukladno odredbi čl. 44. st. 3. Zakona o elektroničkim medijima.

U kvalitativnom je smislu najveći postotak emitiranog sadržaja europskog porijekla otpao na serije (37,23 %), zabavni program (35,52 %), filmove (15,15 %) i magazine (9,07 %), dok su dokumentarni programi zastupljeni tek s 1,57 %, obrazovni s 1,45 %, a programskih sadržaja europskog porijekla s područja kulture, glazbe, vjerskih programa ili *talk show* programa uopće nije bilo. I s programom hrvatskog porijekla situacija je slična, odnosno još više orijentirana isključivo na zabavu. Zabavnog programa hrvatskog porijekla tijekom 2016. na RTL-u je emitirano 57,85 %, serija 21,04 %, magazina 18,20 %. Na program obrazovnog sadržaja otpalo je 2,91 %, dok je domaćeg dokumentarnog, vjerskog, kulturnog, kao i *talk show* programa, bilo 0 %.

U usporedbi s Novom TV, RTL je emitirao bitno veći postotak filmova i neznatno veći postotak programa obrazovnog sadržaja, dok dokumentarnog, kulturnog i vjerskog programa uopće nije bilo. Dakle, i u slučaju RTL-a u kvantitativnom smislu emitiranje sadržaja europskog porijekla nije bio problem, dok u kvalitativnom jest. Ni na ovoj televiziji ne poštuje se odredba o kulturnoj i sadržajnoj raznolikosti programa iako je znatno manji postotak programa nacionalna produkcija.

Problem je kao i u ostalim zemljama članicama EU, kao što je zabilježeno u spomenutoj IMPACT STUDY-i (Graham i dr. prema Štetka, 2010) u činjenici da nacionalna regulatorna tijela ne primjenjuju nikakve mjere ako se te odredbe ne poštuju. Osim opomena i prijetnji sankcijama, gotovo nikome nije naplaćena novčana kazna ili oduzeta koncesija.

Osim toga, vidljivo je da i u Hrvatskoj, slično kao što su pokazali rezultati neovisne studije u europskim zemljama, većina televizija zna da neće biti primijenjene sankcije budući da europska regulativa, u smislu sadržaja europskih programa i kulturne raznolikosti, to i ne predviđa.

Rezultati istraživanja u Hrvatskoj također propituju efikasnost odredbi europske politike i njihov stvarni učinak na odluke medija o njihovim programskim shemama. Rezultat istraživanja provedenog u Hrvatskoj zapravo potvrđuje zaključak Neovisne studije: „iako se većina televizija prema postocima emitiranog sadržaja pridržava odredbi Direktive, čini se vrlo malo ili gotovo ništa za promociju europskog kulturnog identiteta" (Graham et al. prema Štetka, 2010).

Upravo se tom temom bave Bondebjerg i suradnici (2015). U svojoj knjizi nude studije slučaja različitih oblika transnacionalne suradnje na području produkcije europskih filmova i TV drame. Također se analizira kako kulturni proizvodi cirkuliraju preko nacionalni granica. Autori u uvodu uočavaju činjenicu da neki europski filmski i dramski formati dobro „putuju", a neki drugi ne. Razlozi su tomu različiti, kako zbog jezičnih, tako i kulturnih barijera iako postoje neki dobri primjeri koji dokazuju da je moguće povezivati različite europske publike. Napominju i kako je prvotni cilj „takvoga transnacionalnog dijaloga među publikama, u različitim zemljama članicama, postizanje dvojakog cilja: osjećaja za nacionalne različitosti unutar Europe, kao i osjećaja europskog identiteta" (Bondebjerg et al., 2015). U uvodu knjige spominje se da u ekstenzivnim istraživanjima filma i medija u Europi, filmski i medijski eksperti često zaboravljaju povezati istraživanje medijskog sadržaja i žanrova sa širom studijom publika i načinom na koje ih prihvaćaju, dok znanstvenici iz društvenih i političkih znanosti sagledavaju ulogu filmskih i televizijskih sadržaja u formiranju vrijednosti, ideja i načina života (Bondebjerg et al., 2015).

Što su, ako uopće postoje, europska kultura i identitet pokušao je odgovoriti Neil Fligstein. Činjenica jest da bi u svakodnevnom životu, uslijed utjecaja medija i konzumacije kulture ili osobnih kontakata, vrlo mali postotak Europljana naglasio svoj europski identitet kao svoj primarni. Stylianos Papathanassopoulos i Ralph Negrine govore o europskom identitetu na tri razine – opći identitet, građanski identitet i kulturni identitet. Po njihovoj definiciji opći se identitet odražava tako da se ljudi prirodno osjećaju Europljanima, drugi na način da se mogu identificirati s europskim institucijama i treći da se mogu identificirati sa zajedničkom europskom baštinom, što nužno ne mora biti snažnije od identifikacije s vlastitom nacionalnom kulturom (Papathanassopoulos, Negrine, 2011: 159).

Prema istraživanju provedenom 2004, a objavljenom u Fligsteinovoj knjizi (2008:141), 87,3 % građana Europske unije izjavilo je da se prvenstveno osjeća pripadnikom svoje nacionalnosti, 12,7 % uglavnom europski, 56 % ponekad europski. Prema tom

istraživanju samo 3,9 % građana EU osjeća se isključivo Europljanima i samo 8,8 % stavlja europski identitet ispred nacionalnog (Fligstein 2008: 141).

Medijski profesionalci i visoko obrazovana populacija ima daleko razvijeniji transnacionalni identitet od ostalih društvenih skupina. Iako se kultura preselila *online* i može postati transnacionalna, postoje nacionalne granice i u sadržaju i njegovoj konzumaciji. Stoga, kada govorimo o europskoj javnoj sferi, prelazak kulturnih i nacionalnih granica nije previše ojačao u smislu interaktivnosti između filma i televizije u Europi.

Međutim, postoje i neki pozitivni primjeri, poput talijanske TV drame ili skandinavskih serija, koje su posljednjih godina postigle veću gledanost i u ostalim europskim zemljama. Milly Buonanno u svom poglavlju o talijanskoj TV drami (2015: 195–213) spominje da postoje modeli intenzivnije razmjene i suradnje, koje se temelje na transnacionalnim i regionalnim kulturama, poput one koju ona naziva „privilegiranom mediteranskom vezom" između latino-europskih zemalja, koja pospješuje razmjenu programa i formata (Buonanno, 2015: 195–213). Jedan je od dobrih primjera danska TV drama „Borgen" (2010. – 2013.) ili „The Killing" (2007. – 2012.), koja je pronašla svoj put na inozemna tržišta i ekrane. Ta je serija podjednako prihvaćena i u Velikoj Britaniji i u ostalim europskim zemljama (Redvall, 2013). Njome se postigao dvostruki učina: interes za kulturni specifikum i različitost, kao i utjecaj na nacionalni identitet i kulturu zemlje u kojoj se prikazivala. Za razliku od promocije i distribucije američkih televizijskih serija i filmova u koju se ulaže veliki budžet, s europskom je produkcijom puno drugačije.

Globalna distribucija kompleksan je proces prožimanja jedne kulture s drugom. Kada bi bilo više razmjene filmova i televizijske produkcije diljem EU-a, tada bi vjerojatno i prihvaćanje europskih kulturnih proizvoda poraslo i došlo do veće integracije europske kulture.

U odnosu na ostale europske produkcije, sadržaji BBC-a gotovo u svim europskim zemljama privilegirani su i najviše prikazivani (ne samo zbog tradicionalno visoke kvalitete, već i engleskog jezika koji je postao *lingua franca*). Jeanete Steemers u svojoj studiji BBC-a iz globalne perspektive pokazala je da su europskoj televizijskoj publici medijski proizvodi iz ostalih europskih zemalja puno straniji i udaljeniji nego američki (prema Bjondeberg, Redvall, 2015: 1–24). Upravo zato se i susret europskih kultura ne događa na televizijskim ekranima iako postoje indicije da se taj trend polako mijenja. To dokazuje slučaj danske drame, norveške serije za mlade SKAM ili crnoga norveškog vala televizijskih serija. U tom

kontekstu tendencije k paneuropskim formama i koprodukcijama s transnacionalnom glumačkom postavom, koja govori svoj jezik te engleski kao zajednički jezik, također pokazuju porast i mogu doseći šire europsko tržište. Takav koncept otvara veće mogućnosti za europsku publiku koja se tako može upoznati s različitim varijacijama europskog načina života na ekranima svih dimenzija, kao i na digitalnim nelinearnim medijima.

Bondebjerg i Redvall objašnjavaju:

> Kulturni susreti, koji se posreduju filmom i televizijom, svakako imaju važnost i trebali bi utjecati na našu sposobnost zamišljanja šire europske zajednice. Iako je to desetljećima bio vitalni dio europske audiovizualne politike, rezultati još uvijek nisu posebno impresivni. Naime, bogata kulturna raznolikost Europe isto tako znači i izuzetno snažno nacionalno fragmentiranu Europu, kao i veliko pomanjkanje snažne produkcije i distribucijske mreže koja bi pokrivala Europu.
>
> (2015: 1–24)

To se, prema rezultatima istraživanja ovoga rada, svakako odnosi i na Hrvatsku na čijim je televizijama s nacionalnom pokrivenošću također najveći dio programa europskog porijekla zapravo nacionalna produkcija, bez ozbiljnije namjere da se emitira više sadržaja iz različitih europskih zemalja. Kao razlog se uvijek ističe mala gledanost i nezainteresiranost publike. Tako gledatelji hrvatskih medija zapravo i nemaju previše šanse upoznati se s drugačijim europskim kulturama, jezikom i suvremenom produkcijom te utjecati na stvaranje europskog identiteta među hrvatskim građanima.

## 10. ZAKLJUČAK

Ako se nakon provedenog istraživanja vratimo na hipoteze[3], možemo zaključiti da su sve hipoteze ovog istraživanja potvrđene.

HRT se pridržava odredbi AV politike EU jer emitira više od 50 % programa europskog porijekla i 15 % nezavisne produkcije. Program također velikim dijelom odražava načelo kulturne raznolikosti sukladno Zakonu o HRT-u, prema kojem javni servis mora osigurati ne samo zabavne i informativne, već i kulturne, znanstvene i obrazovne sadržaje od javnog interesa.

Što se tiče komercijalnih televizija, također su potvrđene hipoteze da se komercijalne televizije RTL i Nova TV u kvantitativnom, ali ne i u kvalitativnom smislu, pridržavaju odredbi audiovizualne politike EU, kao i da Agencija za elektroničke medije provodi monitoring i zahtijeva primjenu navedenih odredbi u programima javne i komercijalnih televizija, s ciljem očuvanja kvalitete programa.

Treba podsjetiti da je cilj stvaranja zajedničke audiovizualne politike EU, kao i prvotne Direktive „Televizija bez granica", bio osiguravanje slobodnog protoka medijskih servisa unutar zajedničkog tržišta i istovremeno očuvanje obveze zaštite javnog interesa, poput kulturne raznolikosti, zaštite potrošača, zaštite manjina i prava na odgovor. Nadalje, cilj je bio promovirati produkciju i distribuciju europskih audiovizualnih programa koji moraju imati većinski udio u programima televizijskih kanala, a od 2007. i na svim nelinearnim servisima i ostalim platformama na kojima se nude audiovizualni medijski sadržaji.

Direktiva o televiziji bez granica, koja je postala temeljni zakon za razvoj zajedničkog audiovizualnog prostora Europske unije još davne 1991. kada je stupila na snagu, u prvi je plan stavila pojam očuvanja raznolikosti nacionalnih kultura i nacionalnih institucija javnih medija, za koje se smatralo da podupiru kulture i nacionalni identitet zemalja članica. Naime, kako kaže N. Garnham:

---

[3] H1. HRT se pridržava odredbi AV politike EU jer emitira više od 50% programa europskog porijekla i 15 % nezavisne produkcije.
H2: Program odražava načelo kulturne raznolikosti sukladno Zakonu o HRT-u, prema kojem javni servis mora osigurati ne samo zabavne i informativne, već i kulturne, znanstvene i obrazovne sadržaje od javnog interesa.
H3. Komercijalne televizije RTL i Nova TV u kvantitativnom se, ali ne i u kvalitativnom, smislu pridržavaju odredbi audiovizualne politike EU.
H4: Agencija za elektroničke medije provodi monitoring i zahtijeva primjenu spomenutih odredbi u programima javne i omercijalnih televizija, s ciljem očuvanja programske kvalitete.

> Umjesto brige za promociju politika koje bi se aktivno pozabavile pitanjem nedostatka demokratskog legitimiteta, Europski parlament tada se sve više koncentrirao na pitanje kulturnih europskih kvota kako bi se zaštitilo nacionalna tržišta od uvoza američkih programa.
>
> (2000)

Tadašnje kreatore europske medijske politike, osim komercijalizacije sadržaja, najviše je brinuo gubitak kulturne raznolikosti u kojoj će manje zemlje biti podložne medijskoj kolonizaciji od strane većih susjeda, kao i izloženost kulturnoj invaziji Sjedinjenih Država. Pitanje na koje su već pokušali odgovoriti brojni medijski analitičari i stručnjaci jest koliko je takva Direktiva (koja je doživjela svoje promjene, ali zadržala temeljni smisao i u najnovijem prijedlogu revidirane Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama) ispunila svoj cilj i je li sustav kvota taj koji će doista utjecati na veću produkciju europskih audiovizualnih sadržaja, kao i na veću razmjenu među europskim zemljama.

Prema Straubhaaru (1991: 39–59) i njegovoj teoriji „Proximitiy", kao publika biramo sadržaje koji su nam kulturološki bliski. Budući da među europskom publikom još uvijek postoji velika preferencija za američku kulturu, može se zaključiti da se ona globalno integrirala u svakodnevni život i kulturu mnogih nacija. Slično se dogodilo i s britanskom medijskom produkcijom na koju je publika diljem Europe desetljećima navikla, preko filmova o Jamesu Bondu ili BBC-evih serija. Unatoč tomu što imaju velike nacije i velika tržišta te relativno veliku domaću produkciju, to se nije dogodilo s njemačkim ili francuskim filmovima.

No, postoje i manje zemlje, poput Danske ili Norveške, koje su se svojom produkcijom u posljednje vrijeme uspjele nametnuti na europskom medijskom tržištu. Ib Bondebjerg i Eva N. Redvall (2015: 1–24) ističu dugogodišnju nordijsku tradiciju suradnje i razmjene programa koja je prethodila najnovijem međunarodnom interesu u nordijski Noir. Usprkos tim dobrim primjerima šire distribucije europskih filmova i medijskih proizvoda, jako je malo uspješnih priča. Kada je u pitanju kulturna europska razmjena na europskim ekranima, ona je još uvijek zasjenjena američkim načinom života. Tomu svakako doprinose i mediji budući da se europski gledatelji puno češće susreću s američkim filmovima i ostalim audiovizualnim medijskim sadržajima, nego s filmovima i medijskom produkcijom ostalih europskih nacija.

Studija Europske komisije iz 2014. (European Audiovisual Observatory, 2014a i 2014b) pokazala je da između dvije grupacije gledatelja raste interes za drugačijim, tj. za europskim filmovima koji su različiti od američkog *mainstreama*. Ono što publiku najviše

zanima su kreativnost, inovativnost, raznolikost i kvaliteta sadržaja. No, gledatelje smetaju jezične barijere, dosadne priče, kao i nedovoljna dostupnost i promocija europskih filmova (European Audiovisual Observatory, 2014b).

Rezultati istraživanja provedenog na hrvatskim televizijama s nacionalnom koncesijom dokazuju da cilj, kao niti u većini ostalih europskih zemalja, nije postignut, osobito u dijelu koji se odnosi na kulturnu raznolikost, razmjenu programa i emitiranje djela različitog europskog porijekla. Premda europski audiovizualni sadržaji u kvantitativnom smislu imaju većinski udio u programima televizijskih kanala, oni u kvalitativnom i kulturološkom smislu ne ispunjavaju taj cilj.

Zbog nedovoljno dobre definicije kulturne odredbe Direktive i nedovoljno jasne definicije europskih djela, koja ne čini razliku između domaćih i stranih europskih programa, većina televizija s nacionalnom koncesijom koristi mogućnost da ispuni zahtjeve kvota, a da pri tome emitira minimalni postotak programa iz neke druge europske zemlje. Među njima je uvjerljivo najzastupljenija britanska produkcija BBC-a. Budući da se ne propisuje i što je to kulturni sadržaj, odnosno kakve bi vrste europskih programa trebalo emitirati, pod kvote se može uračunati doslovce sve osim vijesti, sporta, *teleshoppinga* i reklama. Time je kulturološka vrijednost ovih odredbi sasvim obezvrijeđena jer se princip kulturne raznolikosti uopće ne poštuje.

Interes je komercijalnih televizija profit, a jedini je kriterij odabira programa njegova gledanost, čime se privlače oglašivači. Stoga ne postoji zakonski način kojim bi se moglo utjecati na njihovu uređivačku politiku u smislu uvrštavanja europskih djela iz nekih manjih europskih zemalja, ili drugog govornog područja.

Upravo o emancipacijskoj projekciji kulture, koja mora biti oslobođena dominacije novca i moći kako bi se moglo udovoljiti komunikacijskim potrebama građana, najjasnije je pisao Jurgen Habermas. Kultura očito nije tako emancipirana na komercijalnim televizijama jer ne donosi novac.

Nick Stevenson citira Habermasa i njegovu definiciju kulture: „Kultura je javni fenomen, način društvene razmjene proizveden interakcijom različitih subjekata, koji omogućuje izvor identiteta i osjećaj zajedništva" (Habermas prema Stevenson, 2002). U tom smislu, kulturni programi, odnosno kvalitetni audiovizualni medijski sadržaji koji bi utjecali na stvaranje pojma zajedničkog europskog identiteta i generirali osjećaj zajedništva, ne nailaze na interes publike, a time niti na interes vlasnika komercijalnih televizija.

Manjak interesa publike za europsku produkciju iz drugih europskih zemalja s manjinskih govornih područja problem je sam po sebi, a odražava i nepostojanje europske javne sfere, kako je u svom tekstu o regulaciji europskih medija i komunikacija konstatirao Hannu Nieminen (2010: 3–26). Prema njemu, današnja dvostruka kriza politike i javne legitimnosti EU leži u konfliktu dvaju osnovnih sustava vrijednosti koje EU nije u stanju uravnotežiti – logiku slobodnog tržišta s demokratskom logikom kulturnih i društvenih vrijednosti (Nieminen, 2010: 3–26). Zato se i pojavio zahtjev za novim demokratskim regulatornim okvirom za EU medije i komunikacije, koji se bazira na komunikacijskim pravima građana. Da bi se ona ostvarila, potrebna je nova javna regulacija, ne samo na području medija.

Odredbe Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama zapravo još uvijek imaju smisla jedino na javnim servisima, iako uslijed tehnološkog napretka i velikog broja novih platformi njihova gledanost pada. Javni servis u Hrvatskoj, prema Zakonu o HRT-u, mora udovoljavati promicanju raznolikosti i pluralizma. Osim informativnog, sportskog i zabavnog programa, taj servis mora emitirati obrazovne, znanstvene i kulturne sadržaje, programe o očuvanju kulturne i prirodne baštine, zaštiti zdravlja i okoliša, kao i programe namijenjene manjinskim skupinama, osobama s invaliditetom i slično. Uz zadovoljavanje tih zakonskih odredbi, HRT, za razliku od komercijalnih televizija, ipak u nešto većem, iako skromnom postotku, emitira programe koji su, osim u Velikoj Britaniji, proizvedeni i u ostalim europskim zemljama.

Sama ideja razmjene audiovizualnih djela, koja bi ujedno služila boljem međusobnom upoznavanju gledatelja iz različitih zemalja članica EU, zapravo nikada nije zaživjela. Bilo bi zanimljivo provesti istraživanje o tome u koliko je europskih zemalja emitirana neka serija, dokumentarni film ili film hrvatske produkcije. Vjerojatno su jedini svijetli primjeri dokumentarno-igrane serije poput „Hrvatskih kraljeva" (autora Domagoja Burića, koji su prikazani u tridesetak europskih zemalja), „Marca Pola" Mire Brankovića, „Republike" i „Uskoka" Domagoja Burića (koji se tek snima). Najnoviji je primjer serija „Novine" nastala u koprodukciji HTV-a i produkcijske kuće „Drugi plan" koja je prodana američkoj mrežnoj videoteci Netflix.

Ako govorimo o komunikacijskoj vrijednosti primjene odredbi europske audiovizualne politike u Hrvatskoj, niti tu, osim djelomično na javnom servisu, cilj nije postignut. Nije loše podsjetiti se definicije komunikacijske vrijednosti europske audiovizualne politike, o kojoj je pisao i Hammer:

> Doprinos medija formiranju identiteta počiva na činjenici da medijski sadržaji reflektiraju i izražavaju kulturu društva u kojem funkcioniraju. Zatim, mediji bi morali ohrabrivati kulturnu kreativnost i originalnost te promovirati produkciju kulturnih sadržaja. Kulture se ne bi smjele shvaćati statično, kao muzej određenih tradicija. Umjesto toga, dinamički koncept kulture je poželjan budući da se na kulture gleda kao na nešto što se mijenja i razvija, kao na rezultat procesa debate i propitivanja među pripadnicima kulturnih grupa.
>
> (prema Jakubowitz; 2011: 299)

Kultura i kulturni sadržaji daleko su više zastupljeni na HRT-u, osobito na specijaliziranom trećem programu, nego na komercijalnim televizijama. Međutim, i tu je najveća koncentracija hrvatske produkcije, dok su sve ostale europske produkcije zastupljene u vrlo niskim postocima. Od ideje dinamičkog koncepta, kao i propitivanja između različitih kulturnih grupa, zapravo nije puno ostalo.

Čini se da bi, umjesto inzistiranja na kvotama, za razvoj europske produkcije i očuvanje kulturne raznolikosti i nacionalnih identiteta pojedinih zemalja bilo mnogo bolje inzistirati na kvaliteti umjesto na kvantiteti europskih djela. To je su zaključili i Graham i suradnici, napisavši da bi „imalo više smisla staviti naglasak regulative na vrijednost, to jest sadržaj, kvalitetu i investiciju u djela koja će privući publiku, umjesto na njihovu količinu" (2011).

## 11. POPIS KORIŠTENIH IZVORA


1. Adorno, T. i M. Horkheimer (2002) „The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception“, 94–136. U: G. A. Noer: *Dialectic of Enlightenment*. Stanford: Stanford University Press.
2. *Audiovizualna i medijska politika*. Europski parlament, http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/fiches_techniques/2017/N53697/04A_FT(2017)N53697_HR.pdf.
3. Aufderheide, P. (1999) *Communication Policy and the Public Interes*. London, New York: The Guilford Press.
4. *Barroso highlights Europe's 'cultural dimension'* (2006) Euractiv.com, https://www.euractiv.com/section/languages-culture/news/barroso-highlights-europe-s-cultural-dimension/822103/.
5. Baker, C. E. (2002) *Media, Markets and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
6. Bangemann, M. i dr. (1994) *Bangemann Report, Europe and the Global Information Society*. http://www.cyber-rights.org/documents/bangemann.htm.
7. Blumler, J. G. (ur) (1992) *Television and the Public Interest: Vulnerable Values in West European Broadcasting*. London/Newbury Park/ New Delhi: Sage, Broadcasting Standards Council.
8. Bondebjerg, I. i E. N. Redvall (2015) „Introduction: Mediated Cultural Encounters in Europe“, 1–24. U: Bondebjerg et al.: *European Cinema and Television. Cultural Policy and Everyday Life*. London: Palgrave Macmillan.
9. Bondebjerg, I., Novrup Redvall, E. i A. Higson (ur.) (2015) *European Cinema and Television. Cultural Policy and Everyday Life.* London: Palgrave Macmillan.
10. Bošnjak, M. (ur.) (2003a) *Elektronički mediji kao javni servis u tranziciji: zbornik dokumenata*. Zagreb: Press dana, medijska agencija HND.
11. Bošnjak, M. (ur.) (2003b) *Mediji i izbori: zbirka dokumenata i primjera*. Zagreb: Press data, medijska agencija HND.
12. Bourdieu, P. i Wacquant (1999) „On the Cunning of Imperialist Reason“, *Theory, Culture and Society*, 16 (1), 41–58.
13. Broadcasting Research Unit (1985) *The Public Service Idea in British Broadcasting*. London: Broadcasting Research Unit.
14. Brown, A. i R. Picard (2004) *Digital Terrestrial Television in Europe*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
15. Buonanno, M. (2015) „Italian TV Drama: The Multiple Forms of European Influence“, 195–213. U: I. Bondebjerg et al.: *European Cinema and Television: Cultural Policy and Everyday Life*. Basingtoke: Palgrave Macmillian.
16. Burns, T. (1977) *The BBC Public Institution and Private World*. London: Macmillan.
17. Cerovac, M (2007) „Pluralizam medija u državama članicama Europske Unije“, prikaz novog dokumenta Europske komisije , *Hrvatska pravna revija*, 9.
18. Chakravartty, P. i K. Sarikakis K.(2006) *Media Policy and Globalization*. Edinburgh: Edinburg University Press.
19. Chalaby, J. K. (2006) „American Cultural Primacy in a New Media Order: A European Perspective“, *International Communication Gazette* , 68 (1), 33–51.
20. Chomsky, N. (2002) *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima, Što čitaš?

21. Creswell, J. W. (1998) *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions.* Thousand Oaks: Sage
22. Crusafon C. (2015) „The European Audiovisual Space: How European Media Policy Has Set the Pace of Its Development“, 81–101. U: I. Bondebjerg, E. N. i A. Higson: *European Cinema and Television. Cultural Policy and Everyday Life*. London: Palgrave Macmillan.
23. Collins, R. (1993) „Public Service Broadcasting by Satelite in Europe, Euriokon and Europa“, *Screen*, 34 (2), 162–175.
24. Collins, R. (1994) *Broadcasting and Audio-Visual Policy in the European Single Market*. London: John Libbey.
25. Collins, R. (2002) *Media And Identity In Contemporary Europe: Consequences Of Global Convergence*. Bristol: Intellect Ltd.
26. Colombo, F. i N. Vittadini (2006) *Digitising TV: Theoretical Issues and Comparative Studies across Europe*. Milano: Vita e Pensiero.
27. Commission of the European Communities (1983) *Interim Report. Realities and Tendencies in European Television:Perspectives and Options. COM(83) 229 final*, https://dokumen.tips/documents/commission-of-the-european-of-the-european-communities-com8j-229-final-brussels.html.
28. Commission of European Communities (1994) *Strategy Options to Strengthen the European Programme Industry in the Context of the Audiovisual Policy of the European Union - Green Paper. COM (94) 96 final, 6 April 1994*, http://aei.pitt.edu/1149/1/audiovisual_gp_COM_94_46.pdf.
29. Commission of the European Communities (1995) *Report on Application of Directive 89/552/EEC and Proposal for a European Parliament and Council Directive 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*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:51995DC0086&from=EN.
30. Commission of the European Communities (1996) *(Second) Communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC „Television without Frontiers“*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:51996DC0302&from=EN.
31. Commission of the European Communities (2008) *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Eighth 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 20052006 [COM(2008) 481 final]*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008SC2310&from=EN.
32. *Committee on Culture and Education*. European Parliament, http://www.europarl.europa.eu/committees/cult_home_en.htm.
33. *(First) Communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC Television without frontiers* (1991. – 1993.) (1994) EUR-Lex.europa.eu, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:51994DC0057.
34. Council of Europe (1950) *Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms as amended by Protocols No. 11 and No. 14*, https://rm.coe.int/1680063765.

35. Council of Europe (1982) *Declaration on the Freedom of Expression and Information (Adopted by the Committee of Ministers on 29 April 1982 at its 70th Session)*, https://www.right2info.org/resources/publications/instruments-and-standards/coe_decl-on-foe-and-foi_1982.

36. Crusafon C. (2015) „The European Audiovisual Space: How European Media Policy Has Set the Pace of Its Development“, 81–101. U: I. Bondebjerg, E. N. i A. Higson: *European Cinema and Television. Cultural Policy and Everyday Life*. London: Palgrave Macmillan.

37. Curran, J. (ur.) (2000) *Media Organisations in Society*. London, New York: Arnold, Oxford University Press.

38. Curran, J. i J. Seaton (1991) *Power without Responsibilities*. Routledge.

39. Cutcilffe, J. R. i H. P. Mckenna (1999) „Establishing the Credibility of qualitative research findings: The plot Thickens“, *Journal of Advanced Nursing*, 30, 374–380.

40. De Bens, E., M. Kelly i M. Bakke (1992) „Television Content: Dallasification of Culture?“. U: K. Siune i W. Truetzschler: *Dynamics of Media Politics*. London: Sage.

41. Denzin, N. i Y. S. Lincoln (ur.) (1994) *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage.

42. *Digital Europe*, http://www.digitaleurope.org.

43. *Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama (AMU)*. Europska unija, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:am0005&from=HR.

44. *Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama*. Sažetak. Europska unija, https://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/television_without_frontiers.html.

45. DNH (Department of National Heritage) (1995) *Media Ownership: The Government's Proposals, Cm 2872*. London: HMSO.

46. Doyle, G. (2002) *Media Ownership*. London: Sage.

47. Džinić, A. (2014) *Uloga i značaj Vijeća Evrope u kreiranju standarda za profesionalan rad medija i novinara*. http://bosnia.alrasub.com/uloga-i-znacaj-vijeca-evrope-u-kreiranju-standarda-za-profesionalan-rad-medija-i-novinara.

48. Council of Europe (1954) *European Cultural Convention*. https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/090000168006457e.

49. *Editorial Guidelines. Section 7: Privacy*. BBC, http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/page/guidelines-privacy-introduction/.

50. *European Audiovisual Observatory (EAO)*. Council of Europe, https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home.

51. European Audiovisual Observatory (2014a) *Box Office Down in the European Union in 2013 but First Quarter of 2014 Shows Promise'. Press release, 9 May 2014, Strasbourg.*

52. European Audiovisual Observatory (2014b) *On-Demand Audiovisual Markets in the European Union ( SMART 2012/0028).* https://ec.europa.eu/digital-single-market/news/demand-audiovisual-markets-european-union-smart-20120028.

53. European Commission (2000) *Fourth communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC „Television without frontiers“ for the period 1997-8*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52000DC0442&from=EN.

54. European Commission (2002) *Fifth communication from the Commission to the Council and the European Parliament 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/2002/0612 final */*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52002DC0612&from=EN.

55. European Commission (2006) *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - Seventh 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 2003-2004 {SEC(2006) 1073} /* COM/2006/0459 final */*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52006DC0459&from=en.

56. European Commission (2007*) Commission Staff Working Document. Media pluralism in the Member States of the European Union. {SEC(2007) 32}*, http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf.

57. European Commission (2010a) *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Ninth Communication on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC, as amended by Directive 97/36/EC and Directive 2007/65/EC for the period 2007-2008 (Promotion of European and independent audiovisual works) SEC(2010) 995*. https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0450:FIN:EN:PDF.

58. European Commission (2010b) *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Digital Agenda for Europe*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52010DC0245&from=EN.

59. European Commission (2010c) *Report. SMART Framework Contract 2007/0035 – Lot 1. Interim Evaluation of MEDIA 2007. Final Report*. Eureval Media Consulting Group, https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/media-2007-interim-evaluation-2010_en.pdf.

60. European Commission (2011) *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Creative Europe - A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014-2020)*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52011DC0786&from=EN.

61. European Commission (2012a) *Commission Staff Working Document Promotion of European Works in EU Scheduled and On-Demand Audiovisual Media Services on the application of Article 13 of Directive 2010/13/EU for the period 2009-2010 Accompanying the document First Report on the Application of Articles 13, 16 and 17 of Directive 2010/13/EU for the period 2009-2010 /* SWD/2012/0269 final */*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52012SC0269&from=EN.

62. European Commission (2012b) *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU.* http://www.europarl.europa.eu/registre/docs_autres_institutions/commission_europeenne/com/2012/0537/COM_COM%282012%290537_EN.pdf.

63. European Commission (2012c) *Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, First Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the application of Directive 2010/13/EU „Audiovisual Media Service Directive" Audiovisual Media Services and Connected Devices: Past and Future*

*Perspectives /* COM/2012/0203 final */*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52012DC0203&from=EN.
64. European Commission (2012d) *Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions First Report on the Application of Articles 13, 16 and 17 of Directive 2010/13/EU for the period 2009-2010 Promotion of European works in EU scheduled and on-demand audiovisual media services COM/2012/0522 final */*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52012DC0522.
65. European Commission (2010e) *Study on the implementation of the provisions of the Audiovisual Media Services Directive concerning the promotion of European works in audiovisual media services.* https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-promotion-european-works.
66. European Commission (2013) *Green Paper. Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values /* COM/2013/0231 final */.*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52013DC0231&from=EN.
67. European Commission (2014a) *Commission Decision on establishing the European Regulators Group for Audiovisual Media Services*. https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-decision-establishing-european-regulators-group-audiovisual-media-services.
68. European Commission (2014b) *Policy: Media Freedom and Pluralism*, https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/media-freedom-and-pluralism.
69. European Commission (2015) *AVMSD - Inception Impact Assessment. REFIT Evaluation and Impact Assessment of the EU Audiovisual Media Services Directive 2010/13/EU (AVMSD*, https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/avmsd-inception-impact-assessment.
70. European Commission (2016) *Commission Staff Working Document. Ex-post REFIT evaluation of the Audiovisual Media Services Directive 2010/13/EU. Accompanying the document Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services in view of changing market realities*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016SC0170&from=HR.
71. European Commission (2018) *Audiovisual media services: breakthrough in EU negotiations for modern and fairer rules*. Press release. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3567_en.htm.
72. European Communities (1981) „Resolution on the Information Policy of the European Community, of the Commission of the European Communities And of The European Parliament“, *Official Journal of European Communities*, C 28 (24), 74–81, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1981:028:FULL&from=EN.
73. European Communities (1983) „Resolution on the promotion of film-making in the Community countries“, *Official Journal of the European Communities*, C 307 (26), 16–19, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1983:307:FULL&from=HR.
74. European Communities (1984a) „Resolution on broadcast communication in the European Community (the threat to diversity of opinion posed by the commercialization of new media)“, *Official Journal of European Communities*, C 127 (27), 147–152, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1984:127:FULL&from=EN.
75. European Communities (1984b) „Resolution on European media policy“, *Official Journal of European Communities*, C 172 (27), 212, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1984:172:FULL&from=EN.

76. European Communities (1988) „Conclusions of the Council and of the Ministers responsible for cultural affairs meeting within the Council of 27 May 1988 concerning future priority actions in the cultural field“, *Official Journal of the European Communities*, C 197 (31), 2–4. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1988:197:FULL&from=EN.
77. European Parliament (1997) *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*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:31997L0036&from=EN.
78. European Union. (1997) *Treaty of Amsterdam amending the Treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and certain related acts - Final Act, Official Journal C 340 , 10/11/1997 P. 011*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:11997D/AFI&from=EN.
79. European Union (2004) *Official Journal of the European Union*, C 102, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=OJ:C:2004:102:TOC.
80. European Union (2007) „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“, *Official Journal of the European Union*, L 332/27, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32007L0065&from=EN.
81. European Union (2012) „Consolidated versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union - Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union - Protocols - Annexes - Declarations annexed to the Final Act of the Intergovernmental Conference which adopted the Treaty of Lisbon, signed on 13 December 2007 - Tables of equivalences*“*, *Official Journal of the European Union*, C 326, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:12012E/TXT&from=EN.
82. Europska unija (2007) „Direktiva 2007/65/ez Europskog parlamenta i Vijeća od 11. prosinca 2007. o izmjeni Direktive Vijeća 89/552/EEZ o usklađivanju određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama u odnosu na obavljanje djelatnosti televizijskog emitiranja“, *Službeni list Europske unije*, 6 (8), 314–332, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32007L0065&from=HR.
83. Europska unija (2010) „Direktiva 2010/13/eu Europskog parlamenta i Vijeća od 10. ožujka 2010. o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama)“, *Službeni list Europske unije*, 6 (7), 160–183, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=HR.
84. Europsko vijeće. *Vijeće za obrazovanje, mlade, kulturu i sport (EYCS)*. Europsko vijeće, http://www.consilium.europa.eu/hr/council-eu/configurations/eycs/.
85. Fine, C. H. (2003) *Value Chain Roadmapping for Communications and Media*. PPT. Cambridge, Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, Sloan School of Management, https://www.media.mit.edu/events/2003-04-15-ec/fine.pdf.
86. Fligstein, N. (2009) *Euroclash: The EU, European Identity, and the Future of Europe*. Oxford: Oxford University Press.

87. Fowler, M. i D. Brenner, D (1982) „A Marketplace Approach to Regulation“, *Texs Law Review*, 60, 207–257.
88. Freedman, D. (2008) *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.
89. Galperini, H. (2004) *New Television, Old Politics. The Transition to Digital TV in the USA and Britain*. Cambridge: Cambridge University Press.
90. Galvan, J. L. (2004) *Writing Literature Reviews: A Guide for Students of the Social and Behavioral Sciences*. Glendale: Pyrczak.
91. Garnham, N, (1993) „The Mass Media, Cultural Identity and the Public Sphere“, *Public Culture*, 5 (2): 251–265.
92. Garnham, N. (1998) *The media and the public sphere*. New York: Sage.
93. Garnham, N. (2000) *Emancipation, the Media, and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory*. Oxford: Oxford University Press.
94. Gavranović, A (2007) *Medijska obratnica*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
95. Glaser, B. i A. L. Strauss (1967) *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine Publishin Company.
96. Goodwin, P. (1998) *Television under the Tories: Broadcasting Policy 1979–1997*. London: British Film Institute.
97. Gore, A. (1994) *Speech to the International Communications Union*, Buenos Aires, www.ntia.doc.gov/pubintadvcom/octmtg/vp102297.htm.
98. Graham, D. i dr. (2005).
99. Graham, D. et al. (2011) *Smart N° 2010 / 0002 Contract Number 30-Ce-0388270/00-75 „Study on the implementation of the provisions of the Audiovisual Media Services Directive concerning the promotion of European works in audiovisual media services” Final Study Report 13 December 2011*. http://ec.europa.eu/archives/information_society/avpolicy/docs/library/studies/art_13/final_report_20111214.pdf.
100. Grossber, L., Nelson, C. i P. A. Treichler (1992) *Cultural studies*. New York: Routledge.
101. Grubiša, D. (2010) „Lisabonski Ugovor i europsko građanstvo“, *Politička misao*, 47 (4), 185–209.
102. Guba, E. G. i Y. Lincoln, Y. (1994) „Competing paradigms in qualitative research“, 105–117. U: N. Denzin, Y. Lincoln: *Handbook in qualitative research*. London: Sage.
103. Habermas, J. (1969) *Javno mnijenje: istraživanje na području jedne kategorije građanskog društva*. Beograd: Kultura.
104. Habermas, J. (1995) *The Structural Transformation of the Public Sphere, Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publications.
105. Halmi, A. (1996) *Kvalitativna metodologija u društvenim znanostima*. Samobor: Naklada Slap.
106. Hamelink, C. (2002) „The Civil Society Challenge to Global Media Policy“, 251–260. U: M. Raboy (ed.): *Global Media Policy in the New Millenium*. Luton: University of Luton Press.
107. Hammer, Y. (2007) „Multiculturalism and the Mass Media. Law & Ethics of Human Rights“, *The Berkeley Electronic Press*, 1 (1).
108. Harro-Loit, H. (2010) „From Media Policy to Integrated Communications Policy: How to Apply the Paradigm Shift on a European and National Level“, 45–58. U: B. Klimkiewicz: *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*. Central European University Press.
109. Hahn, W. (1982) *Report drawn up on behalf of the Committee on Youth, Culture, Education, Information and Sport on radio and television broadcasting in the European*

*Community. Working Documents 1981-82, Document 1-1013/81, 23 February 1982*. EU European Parliament Document, http://aei.pitt.edu/3120/1/3120.pdf.
110. Hesmondhalgh, D. (2002) *The Cultural Industries*. London, Sage.
111. Hirsch, M. (1992) „Luxembourg“, 143–151. U: B. Ostergaard: *The media in Western Europe: The Euromedia Handbook*. London: Sage.
112. Hirsch, M. i V. Petersen (1992)“Regulation of Media at the European Level“, 42–56. U: K. Siune i W.Truetzschler: *Dynamics of Media Politics: Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. London: SAGE Publications Ltd.
113. Hoffmann-Riem, W. (1986) „Law, politics and the new media: Trends in broadcasting regulation“, *West European Politics*, 9 (4), 125–146.
114. Horowitz, I. (1980) „The Economic Foundations of Self-Regulation in the Professions”, 3–28. U: R. D. Blair i S. Rubin: *Regulating the Professions*. Lexington, Massachusetts: Lexington Books.
115. Horowitz, R. (1989) *The Irony of Regulatory form: The Deregulation of American Telecommunications*. Oxford: Oxford University Press.
116. Humphreys, P. J. (1996) *Mass media policy in Western Europe*. Manchester and New York: Manchester University Press.
117. Humphreys, P. i S. Simpson (2005) *Globalisation, Convergence and European Telecommunications Regulation*. Cheltenham: Edward Elgar.
118. International Television Expert Group (2010) *Growth of the number of television channels & Multi-Channel Platforms in Europe (2008-2009)*, http://www.international-television.org/tv_market_data/tv-channels-in-europe.html.
119. Jakubowicz, K. (2011) „European Melting Pots?: European Integration and EU Audiovisual Policy at a Crossroads“, 271–320. U K. Jakubowicz K. i M. Sükösd: *Media, Nationalism and European Identities*. Central European University Press.
120. Jowell, T. (2006) „The politics and economics of digital“, Speech to the Royal Television Society, www.culture.gov.uk/Reference_library/Minister_Speeches/Tessa_Jowell/dcms_jowell_rts_speech.htm.
121. Klimkiewicz, B. (ur.) (2010) *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*. Central European University Press.
122. Klimkiewicz, B. (2011) „The Clash and Resonance: Media Pluralism in Europea Regulatory Policies“, 345–390. U: K. Jakubowicz K. i M. Sükösd: *Media, Nationalism and European Identities*. Central European University Press.
123. Larner, W. (2003) „Guest editorial“, *Environment and Planning D: Society and Space*, 21, 509–512.
124. Leburić, A. (2001) „Integracija kvalitativnih i kvantitativnih aspekata: perspektive empirijskih istraživanja otoka“, *Sociologija i prostor*, 39 (1/4 (151/154)), 189–210.
125. Le´vi-Strauss, C. (1966) *The savage mind*. Chicago: University of Chicago Press.
126. Leys, C. (2001) *Market-Driven Politics: Neoliberal Democracy and the Public Interest*. London: Verso.
127. Majone, G. (1996) *Regulating Europe*. London, New York: Routledge.
128. *MAVISE, Database on TV and on-demand audiovisual services and companies in Europe*. European Audiovisual Observatory, http://mavise.obs.coe.int/.
129. Mazzoleni, G. i F. Colombo(2010) „Which Governance for the European Audiovisual Landscape?“, 245–260. U: B. Klimkiewicz: *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*. Central European University Press.
130. McChesney, R. W. (1997) *The Global Media Moguls*, https://www.csus.edu/indiv/s/stonerm/mcchesneygiants.pdf.

131. McChesney, R. W. (2000) *Rich Media, Poor Democracy*. New York: The New York Press.
132. McGuigan, J. (2005) „Neo-liberalism, culture and policy“, *International Journal of Cultural Policy*, 11 (3), 229–241.
133. McGuire,W (1986) „The myth of massive media impact: savagings and salvagings“, 173–257. U: G. Comstock: *Public communication and behaviour*. Orlando Fl: Academic Press.
134. McQuail, D. (1994) *Mass Communication: An Introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
135. McQuail, D. (2000) *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
136. McQuail, D. (2005) *McQuail's Mass Communication Theory*. London:,Sage.
137. *MEDIA SUSTAINABILITY INDEX. Development of Sustainable Independent Media in Europe and Euroasia* (2003) IREX, https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2003-executive-summary.pdf.pdf.
138. Mesić, M. (2007) „Pojam kulture u raspravama o multikulturalizmu“, *Croatica*, 1 (31 (1 (51)), 159–184.
139. Mejovšek M. (2005) *Metode znanstvenog istraživanja u društvenim i humanističkim znanostima*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
140. Morrison, D. E. i M. Svennevig (2002) „From ‘Public Interest’ to ‘Social Importance’: The Public’s View of the Public Interest“, 65–79. U: D. Tambini i C. Heyward: *Ruled by Recluses? Privacy, Journalism and the Media after the Human Rights Act*. Luton: University of Luton Press.
141. Moslet, H. (2018) „Serija ‘Skam’ pomaže mladima da pronađu identitet“, *Nacional*, 19. lipnja 2018., str. 50–53.
142. Murdock.G. i P. Golding, P. (1999) „Common markets, corporate ambitions and communication trends in the UK and Europe“, *Journal of Media Economics*, 12 (2): 117–132.
143. Napoli, P. M. (2001) *Foundations of Communications Policy. Principles and Process in the Regulation of Electronic Media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
144. Negrine, R. i S. Papathanassopoulos (1990) *The Internationalization of Television*. London/New York: Pinter Publishers.
145. Nieminen, H. (2010) „Towards democratic regulation of european Media and Communication“, 3–26. U: B. Klimkiewicz: *Media Freedom and Pluralism - Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*. Budimpešta: CEU Press.
146. *Official Journal of the European Union, C 102* (2004) https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=OJ:C:2004:102:TOC.
147. Papathanassopoulos, S. (2002) *European Television in the Digital Age*. Cambridge: Polity.
148. Papathanassopoulos, S. i R. M. Negrine (2015) *European media*. Cambridge: Polity Press.
149. Pedić, Ž. (2011) „Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama u praksi Europskog suda“, *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci*, 32 (2), 953–968.
150. Peruško Čulek Z. (1999) Demokracija i mediji. Zagreb: Barbat.
151. Peruško, Z (2003)“Medijska koncentracija: izazov pluralizma medija u Srednjoj i Istočnoj Europi“, *Medijska istraživanja*,9 (1): 39–58.
152. Peruško, Z. (2010) „The link that matters: media concentration and diversity of content“, 261–273). U: B. Klimkiewicz: *Media freedom and pluralism: media policy challenges in the enlarged Europe*. Budimpešta: CEU Press.
153. Petrović, M. (2018) „Da bi se povukao novac EU-a, HRT mora ući u svijet koprodukcija“, *Nacional*, 20. ožujka 2018., str. 48–51.

154. Robillard, S. (1995) Television in Europe: Regulatory Bodies. London: John Libbey.
155. Rosenberg, B. i D. M. White (ur.) (1957) *Mass culture; the popular arts in America*. Glencoe, Ill.: Free Press.
156. Rumphorst, W. (1998) *Working Document on Model Public Sevice Broadcasting Law with Introductory Note and Explanatory Comment*.
157. Sarikakis, K. (2007) „Mediating Social Cohesion: Media and Cultural Policy in the European Union and Canada“, *European Studies*, 24, 65–90.
158. Sestrup, P. (1989) „Implications of Current Developments in West European Broadcasting“, *Media, Culture and Society*, 11, 29–54.
159. Sparks, C. (1998) *Communism, Capitalism and the Mass Media*. Wiltshire: Sage.
160. Steemers, J. (2004) *Selling Television: British Television in the Global Marketplace*. LondonBritish Film Institute.
161. Stevenson, N. (1993/1994) „Habermas, Mass Culture and the Future of the Public Sphere“, *Berkeley Journal of Sociology*, 38, 221–245.
162. Stevenson, N. (2002) *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication*. London: Sage.
163. Straubhaar, J. (1991) „Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity“, *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1), 39–59.
164. Štetka, V. (2010) „Struggling with Diversity: Objectives, Outcomes, and Future of the European Quota Policy in the Context of the Television Scene in the Czech Republic“, 97–124. U: B. Klimkiewicz: *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*. Central European University Press.
165. *Television broadcasting activities: „Television without Frontiers“ (TVWF) Directive* (1989) EUR-Lex.europa.eu, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Al24101.
166. *Third communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC 'Television without frontiers' for the period 1995-96 including an overall assessment of application over the period 1991- 96* (1998) EUR-Lex.europa.eu, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:51998DC0199.
167. Tracey, M. (1998) *The Decline and Fall of Public Broadcasting*. Oxford: Oxford University Press.
168. Trappel, J. (1996) „EU medija policy: Recent features“, *Irish Communications Review*, 6, 70–82.
169. Tylor, E. B. (1973) „Primitive Culture”, 63–78. U: P. Bohannan i M, Glazer: *High Points in Anthropology*. New York: Alfred A. Knopf.
170. UNESCO: World Radio and Television Council (2001) *Public broadcasting: Why? How?*, http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf.
171. Van Dijk, T. (1988) *Discourse as Structure and Process*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
172. Van Dijk, T. (1998) Discourse as Social Interaction. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
173. Van Cuilenburg, J. i D. McQuail (2003) „Media Policy Paradigm Shifts“, *European Journal of Communications*, 18 (2), 181–207.
174. *Vijeće Europe*, https://www.coe.int/hr/web/about-us/who-we-are.
175. Wagner J. (1994) *Policy-Analyse: Grezenlos Fernsehen in der EG*. Frankfurt/Main: Peter Lang.

176. Ward, D. (2002) *The European Union Democratic Deficit and the Public Sphere: An Evaluation of EU Media Policy*. Amsterdam, Berlin, Oxford, Tokyo, Washington DC: IOS Press.
177. Ward, D. (2004) *A Mapping Study of Media Concentration and Ownership in ten European Countries*. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.691.2674&rep=rep1&type=pdf.
178. Wolton, D. (1999) *Pensar a communicacao*. Lisabon: Difel.
179. Wolton, D. (2000) *E depois da Internet?* Alges: Difel.
180. *Zakon o elektroničkim medijima, pročišćeni tekst zakona, NN 153/09, 84/11, 94/13, 136/13*. Zakon.hr, https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroničkim-medijima).
181. *Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji, pročišćeni tekst zakona, NN 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17*. Zakon.hr, https://www.zakon.hr/z/392/Zakon-o-Hrvatskoj-radioteleviziji.
182. Zgrabljić, N. (2003) „Hrvatska medijska politika i javni mediji“, *Medijska istraživanja*, 9 (1), 59–75.
183. Zgrabljić Rotar, N. (ur.) (2011) *Digitalno doba: masovni mediji i digitalna kultura*. Zadar, Zagreb: Sveučilište u Zadru, Naklada Medijska istraživanja.

## 12. PRILOZI

12.1. Prilog 1.: Primjena Direktive „Televizija bez granica" u zemljama EU od 1993. do 2010.

**Prva komunikacija Europske komisije (za razdoblje 1991. – 1993.)**[4]

Belgija

Komisija je primila dva izvješća iz Belgije, jedno iz Flamanske zajednice (CFI) i jedno iz Francuske zajednice (CFR).

Flamanska zajednica

U izvješću su iznijeti podaci za četiri televizijska kanala pod flamanskom jurisdikcijom. Od ta četiri dva su emitirala programe u skladu s odredbama članka 4. Direktive, dok druga dva nisu ispunila kvotu. Izvješće ne daje podatke o primjeni članka 5. o 10 % nezavisne produkcije, osim u slučaju VTM televizije, gdje je udio nezavisne produkcije i najnovijih djela bio izuzetno visok.

Tablica 1. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| BRTN(TV1) | 64,06 % | - | - |
| BRTN(TV2) | 92,26 % | - | - |
| VTM | 38,1 % | 82,1 | 67,7 |
| Filmnet Plus | 24,30 % | - | - |
| | 40,26 % | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Francuska zajednica

[4] *(First) Communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC Television without frontiers* (1991. – 1993.) (1994) EUR-Lex.europa.eu, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:51994DC0057.

Francuska zajednica podnijela je izvješće o četirima kanalima koja su emitirale tri televizijske kuće. Uz njih je jedanaest lokalnih i općinskih televizija emitiralo svoje sadržaje, no te televizije nisu pripadale pod članak 4. i 5. Direktive budući da nisu imale nacionalnu pokrivenost. Svi kanali emitirali su većinski udio europskih programa, osim jednog. To je bio Canal + TVCE čiji se postotak europskih djela poklapao s nacionalnim prosjekom od 41,6 %. U izvješću se spominju i postoci za djela nezavisne produkcije za tri kanala, dok podaci za emitiranje novijih djela nisu podneseni, osim u slučaju jedne televizije (RTL TVi).

Tablica 2. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| RTBF1 | 68 % | 16 % | - |
| TELE 21 | 95 % | 47 % | - |
| RTL-TVi | 52,4 % | 29,5 % | 3,4 % |
| CANAL+ TVCF | 41,6 % | - | - |
| Average 1988 | 41,6 % | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Danska

Danska je podnijela izvješće o dva kanala koja su emitirale dvije televizijske kuće. Ti su kanali ostvarili većinski udio europske produkcije u svojim programima tijekom izvještajnog razdoblja. Što se tiče primjene članka 5. Direktive, i tu su televizijski kanali obuhvaćeni izvješćem ispunjavali zadanu kvotu od 10 %. Niti jedna televizija nije podnijela podatke o emitiranju djela novije produkcije.

Tablica 3. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | 'EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| Danmark Radio | 79 % | 1. 11 %<br>2.12,5 % | - |
| TV2 /Danmark | 53 % | 17,2 % | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Njemačka

U njemačkom izvješću navodi se da je pod njemačkom jurisdikcijom emitiralo osam televizijskih kanala.

Šest od osam televizija emitiralo je većinski udio europskih djela, a svi su poštovali odredbu o 10 % djela nezavisne produkcije. Jedan od kanala (RTL-TVi) nalazi se i u luksemburškom izvješću. Nisu podneseni podaci o emitiranju djela novije proizvodnje, ali je napomenuto kako je većina djela iz nezavisne produkcije emitirana po prvi puta tijekom izvještajnog razdoblja. Tijekom 1992. i 1994. četiri nova kanala (Kabelkanal, n-tv, Vox, RTL-2) započela su emitirati i nisu bila obuhvaćena izvješćem. Ne spominje se ni TELE 5 koji je prestao emitirati krajem 1992.

Postoji nekoliko razloga za neispunjavanje kvota od strane dviju televizija RTL Plus i PRO 7. RTL Plus bila je blizu ispunjavanja većinske kvote (45 % 1991. i 49 % 1992. godine), a trend je bio uzlazan. Za televiziju PRO7 ističe se da je tek počela emitirati 1989. i još nije bila dosegla zrelost. Osim toga, tada još nije imala nacionalnu pokrivenost. Općenito gledajući, u izvješću se napominje kako treba uzeti u obzir realnosti tržišta, a osobito činjenicu da nove televizije, one koje emitiraju specijalizirane programe, trebaju eksperimentalni period od najmanje tri godine. Niti jedna televizija nije podnijela izvješće o djelima novije produkcije.

Tablica 4. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | YEAR | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|---|
| ARD | 1991. | 88,1 % | >10 % | - |
| | 1992. | 90,1 % | >10 % | - |
| EINS PLUS | 1991. | 90,2 % | >10 % | - |
| | 1992. | 91,5 % | >10 % | - |
| ZDF | 1991. | 79,4 % | >10 % | - |
| | 1992. | 80,9 % | >10 % | - |
| 3-SAT | 1991. | 90,5 % | >10 % | - |
| | 1992. | 92 % | >10% | - |
| SAT-l (*) | 1991. | 50,9 % | >10 % | - |
| | 1992. | 53,4 % | >10 % | - |
| RTL | 1991. | 45 % | >10 % | - |
| | 1992. | 49 % | >10 % | - |
| PRO-7 | 1991. | 34,1 % | >10 % | |
| | 1992. | 34,1 % | >10 % | |
| PREMIERE | 1991. | 50 % | >10 % | - |
| | 1992. | 50 % | >10 % | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Španjolska

Španjolska je podnijela izvješće o trinaest kanala koji su bili emitirani preko deset televizijskih kuća pod španjolskom jurisdikcijom. Osam kanala primjenjivalo je kvotu iz članka 4. o većinskom udjelu europskih djela, dok je preostalih pet emitiralo između 44 % i 49 % europske produkcije. Niti jedan kanal nije ispunio odredbu članka 5. o emitiranju djela nezavisne produkcije u omjeru od najmanje 10 %. Prikazani su podaci za djela novije produkcije.

Tablica 5. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | YEAR | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|---|
| TVE-l | 1991. | 33 % | 5,5 % | 1,5 % |
| | 1992. | 59 % | 6 % | 2 % |
| TVE-2 | 1991. | 35 % | 6 % | 2 % |
| | 1992. | 67 % | 6,3 % | 2,2 % |
| TELEMADRID | 1991. | 34 % | 7 % | 2,2 % |
| | 1992. | 49,8 % | 7,4 % | 2,5 % |
| TV-3 | 1991. | 33 % | 3 % | 1 % |
| | 1992. | 49 % | 3,5 % | 1,5 % |
| CANAL-33 | 1991. | 43 % | 5,5 % | 2 % |
| | 1992. | 89 % | 6 % | 2,5 % |
| CANAL-9 | 1991. | 25 % | 4,5 % | 2 % |
| | 1992. | 48 % | 5,5 % | 2,5 % |
| EITB-l | 1991. | 36 % | 6 % | 1,8 % |
| | 1992. | 73 % | 7 % | 2,2 % |
| EITB-2 | 1991. | 36 % | 5,5 % | 1,5 % |
| | 1992. | 69 % | 6,5 % | 2 % |
| TVGalicia | 1991. | 34 % | 6 % | 2 % |
| | 1992. | 57 % | 7,5 % | 2,5 % |
| CANAL SUR Andalucia | 1991. | 33 % | 6 % | 2,5 % |
| | 1992. | 68 % | 7 % | 2,7 % |
| CANAL PLUS | 1991. | 24 % | 3 % | 1 % |
| | 1992. | 44 % | 4 % | 1,5 % |
| ANTENA-3 | 1991. | 30 % | 6 % | 2 % |
| | 1992. | 52 % | 7 % | 2,5 % |
| TELE-S | 1991. | 29 % | 6 % | 2 % |
| | 1992. | 47% | 7 % | 2,5 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Francuska

Francusko izvješće daje podatke za pet zemaljskih kanala u državnom vlasništvu te za šest kabelskih i satelitskih kanala.

Svi su televizijski kanali emitirali većinski udio djela europske produkcije. Svi oni odvajali su više od 10 % budžeta za djela iz nezavisne produkcije. U izvješću se jasno definira pojam „nezavisne produkcije" i naglašava činjenica kako je bilo teško odrediti udio programa s nefrancuskoga govornog područja. Jedini kanal koji nije ispunio kvotu europske produkcije bio je Canal Jimmy, a kao razlog za to napisan je mali broj sati emitiranja (42 sata dnevno).

U izvješću se odvojeno prikazana i četiri druga kanala (TV5/Europe, Eurosport, TV-Sport, La Sept) na koje se odredbe Direktive uglavnom ne odnose. TV5/Europe promovirala je programe na francuskom jeziku i uglavnom je emitirala djela europskog porijekla, dok je La Sept prestala emitirati 1992. i bila zamijenjena francusko-njemačkom televizijom ARTE (EEIG, počela emitirati krajem 1992.). ARTE je emitirala djela pretežno europske proizvodnje (95 %), dok je udio za nezavisnu produkciju iznosio 47 %. U izvješću se na kraju predstavlja pet lokalnih televizija koje nisu spadale pod odredbe Direktive. Niti jedna televizija nije podnijela izvješće o emitiranju djela novije produkcije.

Tablica 6. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | YEAR | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|---|
| FR2 | (I) 1991. | 76,3 % | | - |
| | (I) 1992. | 74,8 % | | - |
| | (3) 1992. | | 33,9 % | |
| FR3 | (1) 1991. | 83 % | | - |
| | (1) 1992. | 76,9 % | | - |
| | (3) 1992. | | 40,38 % | - |
| TFl | (1) 1991. | 70,7 % | | - |
| | (1) 1992. | 66 % | | - |
| | (3) 1992. | | 20,45 % | - |
| M6 | (I) 1991. | 63,8 % | | - |
| | (1) 1992. | 63,2 % | | - |
| | (3) 1992. | | 37,5 % | - |
| CANAL + | (I) 1991. | 61 % | | - |
| | (1) 1992. | 57,9 % | | |
| | (3) 1992. | | 29,28 % | - |
| CANAL J | (2-3) 1992. | 53 % | 34 % | - |
| CANAL JIMMY | (2-3) 1992. | 46 % | 40 % | - |
| PLANETE | (2-3) 1992. | 77 % | 40 % | - |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| MCM/Euro musique | (2-3) 1992. | 58 % | 58 % | - |
| Cine-Cinemas | (2-3) 1992. | 53 % | 40 % | - |
| Clne-Cinefil | (2-3) 1992. | 53 % | 40 % | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Irska

Irsko se izvješće odnosi na dva kanala koja je emitirala jedna televizijska kuća. Oba kanala ispunjavala su kvotu za europsku produkciju. Međutim, 10 % minimuma nezavisne produkcije nije ostvareno. Nisu podnesena izvješća o emitiranju djela novije produkcije.

Tablica 7. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | YEAR | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|---|
| RTE-l + NETWRWK 2 | 1991. | 73 % | 9 % | - |
| | 1992. | 75 % | 9 % | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Grčka

Grčka je podnijela izvješće za četiri televizijska kanala koja su emitirale televizijske kuće pod njenom jurisdikcijom.

Svi kanali, uz jednu iznimku (New Channel), emitirali su većinski udio europskih programa. Nisu podneseni podaci o primjeni članka 5., odnosno o emitiranju djela nezavisne produkcije u slučaju dva kanala. Jedan kanal nije uopće emitirao nezavisnu produkciju, dok su ostali (uglavnom iz privatnog sektora) prikazali visoke postotke.

U grčkom se izvješću spominju dva dodatna kanala – Channel 29 i Seven X, uz napomenu da je prvi prestao emitirati 1993, dok drugi nije dostavio nikakve informacije. Niti jedna televizija nije prikazala postotke emitiranih nezavisnih djela novije produkcije.

Tablica 8. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | YEAR | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|---|
| ETl | 1991. | 87,48 % | - | - |
| | 1992. | 76,74 % | - | - |
| ET2 - | 1991. | 59,1 % | - | - |
| | 1992. | 65,7 % | - | - |
| ET3 | 1991. | 83,3 % | 0 % | - |
| | 1992. | 82,3 % | 0 % | - |
| MEGA | 1991. | 60,06 % | 23 % | - |
| | 1992. | 52,5 % | 30,8 % | - |
| ANTENNA | 1991. | 60,82 % | 32,74 % | - |
| | 1992. | 61,89 % | 32,25 % | - |
| NEW CHANNEL | 1991. | 29,23 % | 34,15 % | - |
| | 1992. | 40,32 % | 65,3 % | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Italija

Talijansko izvješće donosi podatke za jedanaest kanala koje su emitirale televizije pod talijanskom jurisdikcijom.

Podaci za razdoblje 1991./1992. pokazuju da je sedam kanala ispunjavalo kvotu većinske europske produkcije. Podatke za nezavisnu produkciju također je podnijelo samo sedam kanala, od kojih je tri ispunjavalo propisani minimum od 10%. Podaci o djelima novije produkcije nisu podneseni. Televizije koje nisu ispunjavale kvote (Italia 1, Rete 4, TeleMonteCarIo I TELE+1), pokazivale su uzlazni trend u odnosu na 1988.

Tablica 9. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | YEAR | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|---|
| RAI | 1991. | 73 % | 10,4 % | - |
| | 1992. | 73 % | 12,7 % | - |
| RAI-2 | 1991. | 58 % | 4,6 % | - |
| | 1992. | 61 % | 5,7 % | - |
| RAI-3 | 1991. | 75 % | 7,7 % | - |
| | 1992. | 67 % | 6,5 % | - |
| CANALE 5 | 1991. | 57,8 % | - | - |
| | 1992. | 72 % | - | - |
| ITALIA-l | 1991. | 42,5 % | - | - |
| | 1992. | 39,8 % | - | - |
| RETE-4 | 1991. | 27 % | - | - |
| | 1992. | 39,5 % | - | - |
| TELEMONTE-CARLO | 1991. | 32,28 % | 17,84 % | - |
| | 1992. | 40,28 % | 16,98 % | - |
| BETA-TV | 1991. | 57,4 % | 57,4 % | - |
| | 1992. | 60 % | 60 % | - |
| TELE+l | 1991. | 23,03 % | - | - |
| | 1992. | 31,68 % | - | - |
| TELE+2 | 1991. | 100 % | - | - |
| | 1992. | 98,16 % | - | - |
| TELE+3 | 1991. | 69,74 % | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Luksemburg

Luksemburško izvješće obuhvaća šest kanala koje su emitirale dvije televizijske kompanije unutar luksemburške jurisdikcije.

U izvještajnom razdoblju jedan je kanal emitirao većinski dio europske produkcije, dok su tri ispunjavala kvotu iz članka 5. o 10 % udjela nezavisne produkcije. Niti jedna televizija nije dostavila podatke o djelima iz novije produkcije.

Kao razlog za neispunjavanje odredbi članka 4. navedeni su nedostatak europske produkcije koja bi bila prihvatljiva širokim masama na specijaliziranom kanalu, kao i nedostatak informacija.

Tablica 10. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| RTL TV | 46,23 % | 25,50 % | 4,78 % |
| RTL TVi | 41,33 % | 19,15 % | 2,25 % |
| RTL 4 | 39,73 % | 23,47 % | 14,41 % |
| RTL | 48 % | | |
| RTL-HeiElei | 1 | - | - |
| CNN | - | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Nizozemska

Nizozemsko izvješće obuhvaća tri kanala koje je emitirala jedna televizijska kuća pod nizozemskom jurisdikcijom. Ono se odnosi isključivo na zemaljske televizije budući da su ostale televizije koje su emitirale isključivo preko kabelske mreže izostavljene, iako isto spadaju pod nizozemsku jurisdikciju. Sva tri kanala ispunjavala su zadanu kvotu europskih i nezavisnih djela. Podneseni su i podaci o emitiranju djela novije produkcije.

Tablica 11. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| NED.1 | 74 % | 30 % | 29 % |
| NED.2 | 65 % | 25 % | 22 % |
| NED.3 | 89 % | - | 9 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Portugal

Portugalsko izvješće obuhvaćalo je dva kanala koja su emitirana preko jedne televizijske kompanije unutar portugalske jurisdikcije.

U navedenom periodu oba su kanala ispunjavala većinsku kvotu europskih djela, dok je samo jedna dostigla 10% udjela nezavisne produkcije. Podaci za najnovija djela nisu dostavljeni iako su portugalske vlasti tvrdile da veći dio nezavisne produkcije nije bio stariji

od pet godina. U izvješću se bilježi da SIC (Sociedad Independente de Commnunicacao Independente SA) nije bio uključen budući da je započeo s eksperimentalnim emitiranjem tek u listopadu 1992.

Kao razlog za relativno mali udio nezavisne produkcije ističe se nemogućnost određivanja izvora djela nezavisne europske produkcije koja su bila kupljena u inozemstvu. Portugalske vlasti upozorile su na specifičnu medijsku situaciju u zemlji s obzirom na niski potencijal vlastite audiovizualne produkcije i ograničeno jezično područje.

Izvješće se poziva na nova pravila o pomoći audiovizualnoj produkciji, kao i na reviziju legislative koja se odnosi na televizije, a koja je trebala pomoći pozitivnom razvoju nezavisne produkcije u budućnosti.

Tablica 12. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | YEAR | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|---|
| CANAL 1 | 1991. | 50 % | 6 % | - |
| | 1992. | 52 % | 0 % | - |
| CANAL 2 | 1991. | 62 % | 14 % | - |
| | 1992. | 62 % | 15 % | - |
| AVERAGE | 1990. | 54 % | 8 % | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Velika Britanija

Izvješće pokriva 42 televizijska kanala od kojih je 19 emitiralo većinski udio europskih djela, dok je 36 ispunjavalo odredbu o 10 % djela nezavisnih europskih producenata.

Podaci o najnovijoj produkciji nisu prikazani za sve televizijske kanale, a oni koji su prikupljeni pokazuju da je 16 % televizijskih kanala emitiralo više od 5 %, dok ih je pet emitiralo manje od 5 % najnovijih djela. Jedan od razloga za neispunjavanje kvota koje su televizije navele bio je neprimjenjivost, osobito na kanalima koji su bili namijenjeni etničkim manjinama i zajednicama izvan domovine. To se uglavnom odnosilo na satelitske kanale, koje su britanske vlasti odlučile regulirati podzakonskim aktima. Svim televizijskim kanalima koji nisu ispunjavali kvote, a među njima je bilo i dvanaest novih nastalih tijekom 1992., vlasti su poslale pismo u kojem ih se podsjeća na dužnost ispunjavanja Direktive (odredbe 4. i 5.). Tražili su ih da podnesu izvješća o svojim planovima za ispunjavanje kvota, uz napomenu da će, ako to ne ispune, protiv njih biti poduzete mjere.

Tablica 13. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| lTV | 65,4 % | 16,6 % | 13 % |
| CHANNEL-4 | 67,3 % | 39 % | 34,6 % |
| BBC-l | 71,5 % | 14,5 % | - |
| BBC-2 | 70 % | 11 % | - |
| Childrens Channel | 52,8 % | 48,6 % | 20,4 % |
| SKY ONE | 8,5 | 5,3 % | 3,6 % |
| CNN | - | - | - |
| SKY Sports | 65,2 % | 34,7 % | 34,7 % |
| SKY MOVIES + | 13,7 % | 5,8 % | 1,2 % |
| MOVIE CHANNEL | 16,4 % | 12,4 % | 3,1 % |
| SKY NEWS | 64,3 % | 28,9 % | 28,9 % |
| SKY MOVIES GOLD | 19,1 % | 19,1 % | 0 % |
| TV3 BroadcastingG Norvege | 23,4 % | 17,4 % | 0 % |
| TV3 BroadcastingG Danemark | 15,6 % | 7,6 % | 0 % |
| TV3 BroadcastingG Suede | 24,8 % | 18,8 % | 0 % |
| Quantum TV | 0 % | 0 % | 0 % |
| BRAVO | 29,2 % | 6,8 % | 0 % |
| Adult Channel | 49,7 % | 28,7 % | 17,5 % |
| Asia Vision | 4,3 % | 0,5 % | 0 % |
| Super Channel | 70,9 % | 31,2 % | 29,2 % |
| MTV EUROPE | 84,3 % | 83,9 % | 83,9 % |
| TV ASIA | 19,4 % | 0 % | 0 % |
| LEARNING Channel | 98,3 % | 0 % | 45,3 % |
| Supershop Limited | 0 % | 0 % | 0 % |
| REGAL SHOP | 13,3 % | 13,3 % | 13,3 % |
| Landscape Channel | 100 % | 100 % | 100 % |
| Parliamentary Channel | 100 % | 100 % | 100 % |
| UK GOLD | 63,3 % | 0 % | 0 % |
| China News Europe | 0 % | 0 % | 0 % |
| Discovery Channel | 51,3 % | 31,7 % | 24,1 % |
| Muslim TV Ahmadiyya | 0 % | 0 % | 0 % |
| Namaste Asian TV | 0 % | 0 % | 0 % |
| TV 1000 | 22,9 % | 22,9 % | 3,9 % |
| Middle East Broadcasting Centre | 25,9 % | 0 % | 0 % |
| ARTS Channel | 67 % | 32 % | 20 % |
| KINDERNET | 60,3 % | 37 % | 16,5 % |
| BBC WORLD SERVICE TV | 99,6 % | 11,3 % | - % |
| THE BOX | 62 % | 18,6 % | 0 % |
| VISION | 27,8 % | 22,3 % | 20,3 % |
| HVC | 24,9 % | 14 % | 5,4 % |
| Channel Guide | 100 % | 0 % | 0 % |
| Japan Satellite TV | 0 % | 0 % | 0 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Tablica 14. Podaci o televizijskim kanalima

| NAME | YEAR | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|---|
| CANAL PLUS | 1991. | 24 % | 3 % | 1 % |
| | 1992. | 44 % | 4 % | 1,5 % |
| ANTENA-3 | 1991. | 30 % | 6 % | 2 % |
| | 1992. | 52 % | 7 % | 2,5 % |
| TELE-S | 1991. | 29 % | 6 % | 2 % |
| | 1992. | 47 % | 7 % | 2,5 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

**Druga komunikacija (za razdoblje 1993. – 1994.)**[5]

Druga komunikacija odnosi se na period od 1993. do 1994., a objavljena je 1996. godine. Zaključci izvješća su sljedeći:

- dogodio se kvalitativni pomak u izvještavanju zemalja članica, uz ispravak niza metodoloških poteškoća
- izvješće potvrđuje da su sve zemlje prilagodile nacionalno zakonodavstvo primjeni članka 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica, iako se razlikuju po efikasnosti i varijacijama primjene
- broj kanala na koje se odnosi izvješće popeo se na 148; od svih njih, ukupno 91 kanal emitirao je djela europske produkcije 1994. (u usporedbi sa 70 kanala 1992.)
- osim toga, u gotovo svim zemljama članicama glavni zemaljski kanali (koji imaju najveći dio u publici) uglavnom su dostigli ili premašili traženu većinsku proporciju europske produkcije; postojao je mali broj iznimki, ali u većini slučajeva udio je bio blizu 50 %; većina kanala koja nije ispunjavala zahtjeve Direktive bila je tek nedavno

[5] Commission of the European Communities (1996) *Communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/eec "Television without Frontiers"*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:51996DC0302&from=EN.

pokrenuta ili su to bili satelitski kanali s ograničenim dosegom, najčešće specijalizirani programi na bazi plaćene pretplate

- što se tiče primjene odredbe o 10 % nezavisne produkcije, 119 kanala od njih 148 ispunjavalo je zadani minimum od 10 % (63 kanala je doseglo taj zahtjev 1992.); jedan dio zemalja nije dao podatke o ispunjavanju odredbe članka 5, kao ni razloge zbog kojih određeni broj televizija nije ispunjavao kvotu od 10 % nezavisne produkcije.

Općenito gledajući, Komisija je bila zadovoljna rezultatima drugog monitoringa ostavljajući si pravo da poduzme dodatne mjere u specifičnim slučajevima. Nakon prva dva izvješća, podaci o primjeni Direktive bili su daleko pozitivniji.

Izvješća po zemljama

Belgija

Komisija je dobila dva izvješća – jedno od Flamanske, a drugo od Francuske zajednice. U izvješću je prikazan prosjek od 41,6 % europske produkcije na svim televizijama.

Flamanska zajednica

Razlog za neispunjavanje kvote iz članka 4. od strane privatne kabelske televizije VTM jest činjenica da je taj kanal nastao tek 1989., lokalnog je karaktera i stoga nije obvezan primjenjivati članke odredbe.

Osim toga, zabilježen je znatan napredak tijekom 1993. i 1994. u odnosu na prvo izvješće. Što se tiče televizijskih kanala The Complete Movie Cnannel i Filmnet Plus, budući da im se program koncentrira isključivo na filmove, ispunjavanje odredbe u potpunosti nije bilo moguće. Zato su TV1 i TV2 ispunjavale u potpunosti odredbe iz članka 4.

Što se tiče primjene članka 5. o najmanje 10 % nezavisne produkcije, taj udio nije postignut na TV1 (BRTN), za što nije napisano posebno objašnjenje.

Tablica 15. Podaci o televizijskim kanalima

| Televizijski kanal | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| TV1 (BRTN) | 65,4 % | 67 % | 8,2 % | 8,9 % | 6,3 % | 7,3 % |
| TV2 (BRTN) | 72,7 % | 79 % | 20 % | 15 % | 15,4 % | 12,3 % |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| VTM (VTM) | 43 % | 45 % | 34 % | 31 % | 29,2 % | 27,9 % |
| Filmnet Plus (Multichoice) | 26 % | 24 % | 18,2 % | 16,3 % | 15,1 % | 13,4 % |
| The Complete Movie Channel (Multichoice) | 17,5 % | 14,6 % | | | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Francuska zajednica

Jedna od televizija koja nije ispunjavala kvotu europskih djela iz članka 4. i 5. bila je Sport 21, no to i nije bilo od pretjeranog značaja budući da je ta televizija uglavnom emitirala sport i nije bila obvezna primjenjivati spomenute članke. Canal +, plaćeni kanal koji je također emitirao sport i filmove, kao i RTL-TVi, privatna televizija s općim programom, uspjele su povećati prosjek europske produkcije u odnosu na prethodno razdoblje iako još uvijek nisu prelazile 50 %.

Tablica 16. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | I | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| RTBFl (RTBF) | 75,1 % | 68,4 % | 29,6 % | 17,3 % | 17 % | 16 % |
| Sport 21 (RTBF) | 11,5 % | 83,3 % | 0 % | 50 % | 0 % | 0 % |
| Arte21 (RTBF) | 93,3 % | 93,8 % | 38,7 % | 62,6 % | 27 % | 44 % |
| Tele 21/21 (RTBF) | 76,7 % | 84 % | 53,4 % | 32,1 % | 32 % | 16 % |
| RTL-TVi (TVi) | 44,59 % | 48,77 % | 13,78 % | 18,61 % | 4,91 % | 9,22 % |
| Canal+ (Canal+TVCF) | 45,47 % | 46,64 % | 17 % | 25,59 % | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Danska

Svi televizijski kanali nad kojima je izvršen monitoring ispunjavali su kvote iz članka 4. i 5. Televizija DK4 počela je emitirati u prosincu 1994.

Tablica 17. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| DR | 77 % | 72 % | 11 % | 10 % | - | 66 % |
| TV2 | 63 % | 65 % | 67 % | 64 % | 77 % | 86 % |
| DK4 | - | 100 % | - | 100 % | - | 10 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Njemačka

U Njemačkoj je primjena članka 4.i 5. na DSF-u i N-TV-u bila 100 % budući da su ove televizije emitirale isključivo sport i vijest.

Nije bilo problema s kanalima od općeg interesa, poput RTL-a koji je bilježio napredak u odnosu na 1991. godinu, kao ni s televizijom Premiere iako je bila plaćeni filmski kanal. S druge strane, SAT1 i PRO7, koje su pokrivale gotovo cijelu Njemačku i također emitirale programe od općeg interesa, napredovale su vrlo polako s time da je SAT1 čak lagano pala u rejtingu u odnosu na 1994. godinu. Kanali koji su počeli emitirati 1992. podnijeli su izvješće po prvi puta. RTL2, privatni kanal koji je emitirao program od općeg interesa s nacionalnom pokrivenošću i ograničenom publikom, nije dostigao kvote, isto tako ni KABEL 1 niti VIVA TV koja je počela emitirati 1994. Niti novi tematski kanali nisu u tome uspjeli.

Tablica 18. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| ARD (ARD-Rundfunk-anstalten) | 90,3 % | 90,2 % | 42,7 % | 43,3 % | 87,3 % | 92,5 % |
| ZDF (ZDF) | 83,4 % | 79 % | 51,2 % | 51,9 % | 74 % | 72,4 % |
| 3 SAT (ZDF-ORF-SRG-ARD) | 95,3 % | 95 % | 35 % | 31,5 % | 67,7 % | 75,7 % |
| Deutsche WelleTV (Deutsche Welle) | 65,78 % | 66,54 % | 36,2 % | 34,2 % | 89,59 % | 89,69 % |
| DSF (Deutsches Sportfernsehen GmbH) | 100 % | 100 % | 18,5 % | 20,25 % | 100 % | 100 % |
| KABEL 1 (Kl Fernsehen GmbH) | 12,2 % | 15,1 % | 12,2 % | 15,1 % | 33,6 % | 29,8 % |
| N-TV (n-tv Nachrichtenfernsehe n GmbH & Co.KG) | 100 % | 100 % | | | 100 % | 100 % |
| Premiere (Premiere Medien GmbH & Co.KG) | 60,3 % | 59,32 % | 10 % | 10 % | | |
| PRO SIEBEN (PRO SIEBEN Television GmbH) | 39,4 % | 43,2 % | 29,5 % | 28,3 % | 17 % | 18 % |
| RTL (RTL Deutschland Fernsehen GmbH & Co. Betriebs KG) | 54 % | 56 % | 37 % | 38 % | 81 % | 79 % |
| RTL 2 (RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG) | 38 % | 36,1 % | 1 % | 2,2 % | 100 % | 100 % |
| SAT 1 (SAT 1 Satelliten Fernsehen GmbH) | 53,9 % | 47,1 % | 27,21 % | 29,1 % | 36,75 % | 35 % |
| VIVA TV 5VIVA TV Fernsehen GmbH & Co.KG) | | 42 % | | 1,5 % | | 100 % |
| VOX (VOX Film und Fernseh GmbH & Co.KG) | 76,5 % | 63,8 % | 90,7 % | 98,7 % | 75 % | 75 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Grčka

U izvješću piše da su sve televizijske stanice dostigle udjele europske produkcije propisane odredbama članka 4. i 5. Sky je bio monitoriran tek 1994. jer je tada započeo emitiranje.

Tablica 18. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| ET1 (ERT) | 62 % | 94 % | 29 % | 45 % | - | 14,61 % |
| ET2 (ERT) | 51,66 % | 51,31 % | 66,22 % | 70,59 % | 24,78 % | 32,4 % |
| ET3 (ERT) | 56,87 % | 58,66 % | 19,65 % | 31,39 % | 9,35 % | 13,94 % |
| ANT1 | 60,02 % | 61,96 % | 24,4 % | 24,54 % | 42,05% | 52,5 % |
| Mega Channel | 51,5 % | 59,9 % | 52,8 % | 52,7 % | 59,88 % | 77,54 % |
| New Channel | 71 % | 77 % | 71 % | 77 % | 49,94 % | 60,07 % |
| Seven X | 70 % | 71 % | 49 % | 38 % | 63,63 % | 48,71 % |
| Sky | - | 78 % | - | 26,5 % | - | 38,25 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Španjolska

U Španjolskoj je vidljiv impresivan napredak na svim kanalima u usporedbi s rezultatima iz prethodnog izvještajnog razdoblja. U slučaju televizije Antena 3, čiji su postoci europske produkcije pali u odnosu na 1992., nije bilo objašnjenja. Radilo se o privatnoj televiziji s programom od općeg interesa i jednoj od najvećih nacionalnih TV kuća, s rejtingom između 20 i 30 %. Canal +, plaćeni televizijski kanal, stagnirao je u odnosu na prvo razdoblje monitoringa.

Tablica 19. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| TVE-1 (RTVE) | 58 % | 57 % | 10,2 % | 10,5 % | 5 % | 6,1 % |
| TVE-2 (RTVE) | 74 % | 63 % | 10,8 % | 12 % | 5,3 % | 5,8 % |
| ANT-3 (Antena 3TV | 48 % | 49 % | 7,6 % | 10,4 % | 4,2 % | 3,4 % |
| TEL-5 (Gestevision Telecinco | 50 % | 51 % | 11,08 % | 12,27 % | 2,86 % | 2,02 % |
| CST (RadioTV Andaluza) | 67 % | 64 % | 30,4 % | 34,3 % | 19,02 % | 25,3 % |
| ETB-1 (Euskal Irrati Telebista) | 82 % | 81 % | 14,5 % | 13,4 % | 7,7 % | 6 % |
| ETB-2 (Euskal Irrati Telebista) | 53 % | 52 % | 6,3 % | 3,5 % | 4,2 % | 3,2 % |
| TV-3 (TV Catalunya) | 59 % | 65 % | 1,34 % | 1,93 % | 1,15 % | 1,65 % |
| TV-33 (TV Catalunya) | 85 % | 84 % | 4,2 % | 5,2 % | 1,85 % | 2,3 5 |
| TVG (TV Galicia) | 56 % | 54 % | 9,5 % | 10,3 % | 3,5 % | 4 % |
| TVM(TV Madrid) | 51 % | 51 % | 11,02 % | 10,8 % | 7 % | 6,5 % |
| TVV (Radio-TV Valenciana | 64 % | 63 % | 13 % | 15 % | 10 % | 9,6 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Francuska

U Francuskoj su svi televizijski kanali s programima od općeg interesa, koji su ujedno pokrivali najveći dio publike (bez obzira na to jesu li bili privatni ili javni, plaćeni ili ne), u velikoj mjeri prelazili zadanu kvotu europske produkcije.

Canal Jimmy bilježio je napredak tijekom 1991. i 1992, dok je Cine-Cinefil stagnirao. Razlozi koje su naveli za neispunjavanje kvota bili su loši financijski rezultati koje su postizale kabelske televizije u Francuskoj, kao i teškoće prilikom nabavljanja europskih programa. Međutim, i jedan i drugi bili su vrlo blizu ispunjavanja kvote europske produkcije. Multivizija bila je prvi eksperiment za „plati-pa-gledaj" program. Predočeni su i probleme s nabavkom atraktivnih filmova novije europske produkcije.

Posebni slučajevi:

1. Televizija Arte – francusko-njemački kanal koji je pokrenut 1992. s namjerom emitiranja europskih umjetničkih programa (1993. godine emitirano je 94 % djela europskog porijekla, a 1994. godine 95 %)
2. Televizija „La Sept" – francuski partner u EEIG-u primjenjivala je odredbe iz članka 5. (36 % programskog budžeta 1993. godine i 34,6 % budžeta 1994. godine bilo je namijenjeno nezavisnoj produkciji).
3. La Cinquième – obrazovna emisija za trening i zapošljavanje pokrenuta 1994. emitirala je uglavnom programe francuskog porijekla
4. TV5 Europe – međunarodni satelitski kanal s programom od općeg interesa na francuskom jeziku emitirao je uglavnom francuske i europske programe
5. France Supervision – većina programa dolazila je s France 2 i France 3

U izvješću se spominju i kanali koji nisu bili obvezni primjenjivati članke 4. i 5. Direktive: Euronews, LCI, Eurosport France, Eurosport International, Club du Téléachat, Chaîne du Téléachat, CTV, Rapido.

Tablica 20. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| TF1(1) | 60,8 % | 62,8 % | 16,14 % | 15,17 % | - | - |
| France 2 (1) | 74,9 % | 74,8 % | 15 % | 10 % | - | - |
| France 3(1) | 70,3 % | 68,8 % | 17,7 % | 17,8 % | - | - |
| Canal + (1) | 59,7 % | 60,4 % | 12,8 % | 13,8 % | - | - |
| M6(1) | 66,2 % | 66,1 % | 23,3 % | 19,2 % | - | - |
| Canal J (3) | 65,8 % | 67 % | 70 % | 61 % | - | - |
| Canal Jimmy (2) | 49,7 % | 47,8 % | 21 % | 22 % | - | - |
| Ciné-cinémas (2) | 55,8 % | 52,7 % | 41,3 % | 38,7 % | - | - |
| MCM/Euro-musique (3) | 76 % | 80,4 % | 56,9 % | 50,1 % | - | - |
| Multivision (3) | - | 45 % | - | 45 % | - | - |
| Paris-Première(3) | 88,3 % | 86,6 % | 25 % | 61 % | - | - |
| Planète (2) | 74,6 % | 76 % | 52 % | 52 % | - | - |
| Série Club (3) | 60,1 % | 50,4 % | 59,6 % | 50 % | - | - |
| Ciné-cinéfil (2) | 51 % | 48,7 % | 39,6 % | 42,5 % | - | - |
| Ciné-cinémas (2) | 55,8 % | 52,7 % | 41,3 % | 38,7 % | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće.

Irska

U ovom je razdoblju Irska još uvijek imala samo jednu televizijsku korporaciju i vrlo male kapacitete audiovizualne produkcije. Oba kanala nacionalne televizije ispunjavala su kvote propisane člankom 4. i 5. Direktive.

Tablica 21. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| RTE 1 and Network 2 (RTE) | 68 % | 70 % | 11 % | 14 % | 11 % | 14 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Italija

Primjena članka 4. Direktive

U izvješću se navodi nacionalni prosjek za izvještajno razdoblje: 56,9 % u 1993. godini i 58,14 % u godini 1994., sa stabilnim rastom od prvoga izvještajnog razdoblja iz 1988., kada je prosjek iznosio 43 %.

Primjena članka 5. Direktive

Što se tiče odredbe o 10 % udjela nezavisne produkcije u programima televizija, nacionalni prosjek iznosio je 11,4 % 1993. godine i 11,3 % 1994. godine, što se smatra stabilnim, dok se u izvješću spominju teškoće oko definicije „nezavisne produkcije".

U odnosu na razdoblje 1991./1992. glavni kanali od općeg interesa s nacionalnom pokrivenošću, koji su ujedno uzimali i najveći dio ukupne publike, ili su pali u prikazivanju djela europske produkcije (Italia 1) ili su stagnirali (Rete 4). Isto se odnosi i na Tele MonteCarlo i Telepiu 1 (plaćenu televiziju), koje su također pokrivale gotovo cijelu zemlju sa svojim programima od općeg interesa, ali su imale manje publike. Rezultati su bili ispod prosjeka iz 1988. godine.

Tablica 22. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| RAI1 | 68,83 % | 69,04 % | 7,15 % | 8,66 % | - | - |
| RAI 2 | 59,25 % | 66,17 % | 5,40 % | 3,37 % | - | - |
| RAI 3 | 85,16 % | 85,48 % | 7,03 % | 7,62 % | - | - |
| Canale 5 | 80,50 % | 79,92 % | 0 % | 0 % | - | - |
| Italia 1 | 37,62 % | 36,50 % | 0 % | 0 % | - | - |
| Rete 4 | 40,20 % | 40,30 % | 0 % | 0 % | - | - |
| TBS | 40 % | 39,99 % | 10 % | 10,46 % | - | - |
| Beta TV | 67,10 % | 70,84 % | 50,07 % | 50,36 % | - | - |
| Tele Montecarlo | 41,09 % | 41,35 % | 9,45 % | 14,23 % | - | - |
| Telepiu 1 | 39,25 % | 34,43 % | - | - | - | - |
| Telepiu 2 | 66,15 % | 69,66 % | - | - | - | - |
| Telepiu 3 | 57,76 % | 54,68 % | - | - | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Luksemburg

Primjena članka 4. Direktive

Televizije RTL4, RTL5, RTL TVi izvijestile su o problemu nedovoljne europske produkcije djela koja bi odgovarala njihovim ciljnim publikama.

Ističu i problem visokih cijena takvih programa budući da su se kanali financirali isključivo putem reklama. RTL5 (koji je započeo s radom 1993.) i RTL TVi učinili su veliki napredak 1994. godine. Slično je bilo i s televizijom RTL TVi, na kojoj je postotak europske produkcije također konstantno rastao od 1992 godine.

Što se tiče televizije RTL4, u izvješću piše da je preko 80 % programskog budžeta u 1994. godini potrošeno na djela europske proizvodnje koja su emitirana uglavnom u *prime timeu*. Iako se od 1992. postotak europske produkcije (koji su dostigli luksemburški privatni televizijski kanali) ponešto popravio, opća situacija još uvijek nije bila zadovoljavajuća. Većina televizija imala je problema u postizanju većinskog udjela europske produkcije iako su uglavnom emitirale programe od općeg interesa i imale međunarodnu pokrivenost. Glavni je razlog za takvo stanje visoka cijena europskih programa.

Primjena članka 5. Direktive

Što se tiče odredbi iz članka 5. Direktive, kanal RTL Hei Elei nije ispunio kvotu 1993. godine budući da je emitirao program na luksemburškom jeziku oko 1 sat dnevno.

Ovaj je kanal napredovao u primjeni članka 1994. godine. Vlasti su pozvale televizijsku kompaniju da primijeni mjere određene člankom 4. i 5. Direktive, kao što je bilo implementirano u luksemburške zakone.

Izvješće je obuhvatilo i Galaviziju, kanal koji je pripadao kompaniji Télévisa S.A. de C.V. u rubrici „Programi koji se emitiraju preko satelita pod luksemburškom jurisdikcijom, ili preko televizija koje koriste *up-link* smješten u Luksemburgu, a koji ne potpada pod jurisdikciju niti jedne zemlje članice". U ovom je slučaju vrijeme predviđeno za emitiranje europskih djela bilo ispod traženog prosjeka zbog teškoća u nabavljanju europskih programa, koji bi zanimali publiku sa španjolskog govornog područja i istovremeno bili profitabilni. Luksemburške vlasti pozvale su televizijsku kompaniju da primjeni članak 4. i 5. u skladu s luksemburškim zakonima.

Tablica 23. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| RTL4 (CLT) | 45,3 % | 41,1 % | 29,4 % | 30 % | 25,9 % | 23 % |
| RTL5 (CLT) | 28,2 % | 31,6 % | 15,5 % | 23,1 % | 12,4 % | 14,1 % |
| RTLTv (CLT) | 54 % | 56 % | 36 % | 37 % | | |
| RTL TVi (CLT) | 44,59 % | 48,77 % | 13,78 % | 18,61 % | 4,5 %1 | 9,22 % |
| RTLTV hertizen (CLT) | 43,08 % | 54,96 % | 19,36 % | 25,05 % | 6,61 % | 4,75 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Nizozemska

U Nizozemskoj su sve televizije, na koje se izvješće odnosilo, ispunjavale odredbe iz članka 4. i 5. Direktive.

Tablica 24. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| Ned 1 | 76 % | 78 % | 33 % | 30 % | 28 % | 24 % |
| Ned 2 | 70 % | 76 % | 43 % | 43 % | 40 % | 42 % |
| Ned 3 | 81 % | 71 % | 14 % | 15 % | 11 % | 13 % |
| TVPlus | 62 % | 68 % | 34 % | 38 % | 11 % | 18 % |
| Multichoice NL | | | | | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Austrija

Oba programa austrijske nacionalne televizije u potpunosti su ispunjavala odredbe članka 4. i 5. Direktive.

Tablica 25. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| | 1994. | 1994. | 1994. |
| ORF1 | 61,2 % | 15,1 % | 6,9 % |
| ORF2 | 70,6 % | 14,3 % | 7,4 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Portugal

Pojava dvije nove privatne televizijske kuće na portugalskom tržištu s programima od općeg interesa znatno je utjecala na oblikovanje televizijske scene 1993./1994., kada su imale 50 % gledanosti. To je bio razlog za rezultate Canala 1 1994. godine i rezultate privatnih televizija SIC i TVi, koje su dijelile isto tržište. Televizija SIC naglasila je tešku ekonomsku situaciju i ograničeno marketinško tržište kao razlog neispunjavanja kvota, a TVi relativno nedavni početak emitiranja na istom tržištu.

Tablica 26. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| Canal I (RTP) | 53 % | 45 % | 29 % | 22 % | 100 % | 87 % |
| TV2 (RTP) | 53 % | 64 % | 41 % | 21 % | 100 % | 100 % |
| RTP-I (RTP) | 100 % | 99 % | 66 % | 55 % | 70 % | 62 % |
| SIC (SIC) | 31 % | 33 % | 100 % | 23 % | 99 % | 70 % |
| TVI (TVI) | 16 % | 18 % | 4 % | 5 % | 88 % | 89 5 |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Finska

Primjena članka 4. Direktive

Sve televizije obuhvaćene izvješćem, osim MTV3, ispunjavale su kvotu europskih djela. Objašnjenje koje je dala televizija MTV3 za neispunjavanje kvote bila je obveza emitiranja djela strane produkcije zbog povećanja vremena emitiranja. Vlasti su zatražile da do 1995. situacija bude popravljena povećanjem udjela programa europske produkcije (njemačkog porijekla)

Primjena članka 5. Direktive

Što se tiče primjene odredbe o 10 % nezavisne produkcije , televizija TV I nije uspjela dostići taj postotak u izvještajnom razdoblju. Međutim, već za 1995. vidljiv je napredak, kada je TV I postigla udio od 11%.

Podaci o postocima europske produkcije na televizijskim kanalima u Švedskoj, Finskoj i Norveškoj tijekom 1994. pokazuju da su javne televizije lako dostizale većinski udio, dok su konkurentske privatne televizije (koje su također imale nacionalnu pokrivenost, relativno veliku publiku i programe od općeg interesa), kao i tematski kanali, imali s tim veliki problem. Što se tiče Švedske i Finske (koje su postale članicama 1. siječnja 1995.), kao i Austrije, Komisija je naglasila kako nastavlja nadgledati implementaciju europskih odredbi u nacionalne zakone.

Tablica 27. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| | 1994. | 1994. | 1994. |
| TVI (YLE) | 85 % | 7 % | 7 % |
| TV2 (YLE) | 78 % | 15 % | 15 % |
| MTV3 (MTV) | 46,9 % | 20,2 % | 20,2 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Švedska

Primjena članka 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica

Svi televizijski kanali uključeni u izvješće, osim Filmneta Plus i televizije The Complete Movie Channel (Filmnet TV AB), emitirali su traženi postotak europskih djela. Ovim televizijama je preporučeno da pokazuju filmove koji će biti dovoljno atraktivni da opravdaju cijenu pretplate.

Tablica 28. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| | 1994. | 1994. | 1994. |
| TV4 (TV4 AB) | 49,1 % | 10 % | - |
| Filmnet Plus The Complete Movie Channel (Filmnet TV AB) | 3 % | 26,5 % | |
| ZTV (ZTV AB) | 76,1 % | 33,2 % | |
| TVG (Stuvik AB) | 100 % | 100 % | - |
| TV6 (Stuvik AB) | 50 % | 50 % | - |
| Kanal 1<br>TV 2 (Sveriges TV) TV2 | 82 % | 15 % | |
| Kanal1 TV2 (Sveriges Utbildingsrad) | 96 % | 29 % | |
| TV 1000 (TV 1000 Sveriges AB) | 29,06 % | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Velika Britanija

Četiri glavne zemaljske televizijske stanice s programima od općeg interesa još uvijek su uzimale 92 % publike.

Prosječni udio europske produkcije u izvještajnom razdoblju iznosio je 60 %. Zbog načina na koji su se dijelile koncesije u Velikoj Britaniji, izvještaj uključuje i veliki broj satelitskih kanala, od kojih većina nije dostigla većinski udio europske produkcije. Ti kanali su tada još uvijek imali ograničenu publiku (iako je BskyB TV imao najveći rast), a kao najčešći razlozi za neispunjavanje kvota navedeni su relativno kasni početak emitiranja i visoka cijena programa europske produkcije, osobito onih za tematske kanale.

Neispunjavanje kvote zbog tematskog karaktera kanala naveli su: Bravo, Country Music TV (emitirao američku country glazbu), HVC (uglavnom filmovi B produkcije američke proizvodnje), TV 1000, Sky Movies, The Movie Channel, Sky Movies Gold (sve su to filmski kanali koji prikazuju američke filmove). Isto tako Vision (vjerski kanal), The Cartoon Nerwork (emitira stare američke animirane filmove, takva europska produkcija gotovo da se ne može naći), TNT (otvorena 1993., emitira stare američke filmove).

Kasni početak emitiranja navele su kao razlog sljedeće televizije: The Family Channel, Nickelodeon, TV3(DK/NO/SW, tj. norveški i švedski kanali), VH 1, Travel, Sky

Travel, Sky Soap. Većina njih započela je s emitiranjem 1993. ili 1994. The Adult Channel kao razlog neispunjavanja kvota navodi prekidanje komercijalnog ugovora s producentom europskih programa. Discoveiy Channel, TCC, NBC Super Channel i Sky One istaknuli su poteškoće sa sindikatima, zbog čega su američki programi jeftiniji.

Nastavila se i rasprava s određenim kanalima s kojima još tada nije bilo definirano odnosi li se na njih primjena članka 4. i 5. , odnosno kakva primjena bi bila moguća. To su bili kanali The Family Channel, HVC, TV 1000, TV 3 (DK/NO/SW), Vision, Travel, TNT, Sky Travel, Sky Soap, Sky One, Sky Movies, The Movie Channel, Sky Movies Gold, NBC Superchannel, Nickelodeon.

U izvješću se naglašava i napredak nekih satelitskih kanala. Na TV 1000 zabilježeno je 31,8 % djela europske produkcije u posljednja tri mjeseca 1994, kao i 3 % u 1995. TNT povećao je udio europskih djela s 17,8 % 1994. na 21,7 % krajem kolovoza 1995. Sky On povećao je udjele u prvoj polovici 1995. na 36 %. Također se ističe da sljedeći kanali trebaju dostići kvote tijekom 1995. i 1996.godine: Adult Channel, BBC World TV, The Discovery Channel. Isto tako, godišnji napredak pokazuje televizija Bravo Cartoon Network

Određeni broj satelitskih kanala, koji ne emitiraju na jezicima Europske unije ili emitiraju isključivo vijesti i sport, nije bio uvršten u izvješće Komisije. Bili su to: Asia Net, The Chinese Channel, CNE, Japan Satellite TV, TV Asia, Muslim TV Ahmadiyya, Namaste, Sky Sport, Sky Sport 2, SIS Racing Facts, Setanta Sport, Sky News, The Parliamentary Channel, Quantum Home Shopping, QVC, Regal Shop, Sell a Vision (*teleshopping*).

Tablica 29. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. | 1993. | 1994. |
| BBC 1 | 71 % | 66 % | 23 % | 22 % | | |
| BBC 2 | 77 % | 75 % | 12 % | 14 % | | |
| 1TV | 66,9 % | 67,6 % | 24,7 % | 24,8 % | 23 % | 21,3 % |
| Channel 4 | 59,2 % | 60,5 % | 47,3 % | 49,4 % | 39,4 % | 40,3 % |
| The Adult Channel | 38,2 % | 40,1 % | 24,8 % | 29 % | | |
| BBC World Service | 99 % | 99 % | 11 % | 9 % | | |
| Bravo | 33,2 % | 45,1 % | 1,5 % | | | |
| The Cartoon Network | | 1,7 % | | 1,7 % | | |
| Country Music TV | 1,1 % | 1,6 % | 1,1 % | 1,6 % | 1,1 % | 1,6% |
| The Discovery Channel | 50,7 % | 48,1 % | 28,2 % | 28,5 % | | |
| The Family Channel | 15,5 % | 27,9 % | 5,4 % | 11,8 % | 5,4 % | 11,8 % |
| HVC | 22,1 % | 14,7 % | 9,7 % | 3 % | | |
| Kindernet | 74,6 % | 78,8 % | 69,9 % | 69,8 % | 6,2 % | 2,5 % |
| TV 1000 | 22,3 % | 29,4 % | 22,3 % | 29,4 % | | |
| UK Gold | 58 % | 58,1 % | 11 % | 14,1 % | 10,3 % | 9,7 % |
| UK Living | 55,2 % | 56,6 % | 55,2 % | 56,6 % | 46,5 % | 50 % |
| TV3 DK | 26 % | 31,7 % | 11,1 % | 15 % | | |
| TV3 Norway | | 27,8 % | | 13,7 % | | |
| TV3 Sweden | | 39,4 % | | 19,7 % | | |
| VH 1 | | 97 % | | 75,5 % | | |
| Vision | 32,9 % | 36 % | 21,9 % | 24,5 % | 19,3 % | 22,1 % |
| VJN „The Box” | 64 % | 68,6 % | 24,5 % | 27,2 % | | |
| Travel | | 41,4 % | | 12,8 % | | |
| TNT | 6,4 % | 10,9 % | 6,4 % | 10,9 % | | |
| TCC (Children's Channel) | 51,7 % | 46 % | 28,7 % | 26,4 % | | |
| TLC (Learning Channel) | 84,7 % | 57,8 % | 43,1 % | 41,6 % | | |
| Sky Travel | | 31,4 % | | 12,2 % | | 12,2 % |
| Sky Soap | | 5,9 % | | | | |
| Sky One | 13 % | 14,5 % | 5,5 % | 8,5 % | | |
| Sky Movies | 16,8 % | 23,7 % | 7,4 % | 10,4 % | | |
| The Movie Channel | 13 % | 16,3 % | 9 % | 11,1 % | | |
| Sky Movies Gold | 15,4 % | 16,7 % | 13 % | 13,7 % | | |
| Performance | 62,6 % | 71,5 % | 25,9 % | 26,7 % | 9,9 % | 14 % |
| NBC Super Channel | 61,4 % | 41,9 % | 20,8 % | 11,2 % | 18,8 % | 9 % |
| Nickelodeon | 26,4 % | 24,4 % | 13,4 % | 12,4 % | | |
| Sky Movies | 16,8 % | 23,7 % | 7,4 % | 10,4 % | | |
| The Movie Channel | 13 % | 16,3 % | 9 % | 11,1 % | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Norveška

Kao što je vidljivo iz tablice, nacionalna televizija NRK u potpunosti je primjenjivala odredbe članka 4. i 5. Direktive.

TV2 i W Norge nisu ispunjavale kvotu, a kao razlog su navele tržišne uvjete. Ministarstvo kulture smatralo je ove argumente neprihvatljivima. Zbog toga se Ministarstvo s Nacionalnim vijećem za medije obvezalo vršiti monitoring u narednom razdoblju, kako bi ove televizije počele emitirati program u skladu s Direktivom. Što se tiče emitiranja novijih djela, niti jedna televizija nije predala izvještaj o emitiranju djela koja nisu starija od pet godina.

Tablica 30. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | IP | RW |
|---|---|---|---|
| | 1994. | 1994. | 1994. |
| NRK (NRK) | 80 % | 13 % | - |
| TV2 (TV2 A/S) | 24,2 % | 10,5 % | - |
| TV Norge (TV Norge A/S) | 21,3 % | 9,2 % | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

**Treća komunikacija (za razdoblje 1995. – 1996.)**

Prema komunikaciji koju je Komisija[6] objavila 1998., ukupan broj televizijskih kanala u zemljama članicama porastao je sa 189 televizija iz 1995. na 214 1996. godine. Drugim riječima, dogodio se porast broja televizijskih kanala koji emitiraju u Europi. Taj trend otežavao je monitoring.

[6]*Third communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC 'Television without frontiers' for the period 1995-96 including an overall assessment of application over the period 1991- 96* (1998) EUR-Lex.europa.eu, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:51998DC0199.

Što se tiče ispunjavanja zahtjeva za većinskim udjelom europskih programa, zemlje članice mogu se podijeliti u dvije grupe: neke su učinile znatan napredak, dok su druge imale miješane rezultate, s time da je u nekima došlo do pada udjela. Danska, Francuska, Njemačka, Irska i Portugal spadaju u prvu grupu zemalja, koje su ispunjavale kvotu i premašivale njene zahtjeve. U drugu grupu spadaju Belgija, Grčka, Luksemburg i Velika Britanija, prema čijim je nacionalnim izvješćima jedan dio televizija bilježio porast europske produkcije, dok drugi dio nije ispunjavao kvotu. Razlozi za to razlikovali su se od zemlje do zemlje. U Finskoj je postotak europskih programa općenito pao, ali je još uvijek poštovao zahtjev Direktive. U Austriji je također pao, ali nije poštovao odredbu o više od 50 % udjela programa europske produkcije. Dvije zemlje, Švedska i Italija, nisu dale sve informacije. U Švedskoj i Italiji stabilizirali su se udjeli europske produkcije tijekom izvještajnog razdoblja, no rezultati još uvijek nisu bili adekvatni.

Kada je riječ o izvješću o postotku nezavisne produkcije, u gotovo svim zemljama rezultat je bio zadovoljavajuć: većina zemalja poštovala je odredbu o 10 %, pri čemu jedino portugalski kanali nisu uspijevali dostići tu kvotu. Ukupan postotak zemalja koje su ispunjavale odredbe članka 5. Direktive bio je 85 %.

Glavni je razlog neispunjavanja kvota, prema nacionalnim izvješćima, novoosnovanost televizija, a argumenti su isključivo ekonomski. Tvrdilo se da nove televizije moraju u prvih nekoliko mjeseci, pa i godina emitiranja, nabavljati programe koji su relativno jeftini i odmah dostupni, a to s europskom produkcijom nije bio slučaj. Isto tako, izvješća su pokazala da su televizijski kanali koji ne ispunjavaju zadane kvote spadali u kategoriju specijaliziranih kanala, odnosno onih koji emitiraju samo određenu vrstu programa. To se odnosilo na kanale koji su emitirali isključivo sapunice, *science-picture* ili filmske programe. Tvrdilo se da nije moguće naći dovoljno europskih programa tih kategorija koje mogu udovoljiti kriterijima ciljnih skupina tih televizija. Treći argument, na kojeg se uvijek svi pozivaju, jest činjenica da nije moguće kupovati europske programe po konkurentnim cijenama, kao i da postoje teškoće prilikom otkupa autorskih prava. U izvješću se spominje i problem supsidijarnosti, tj. programskog uvjetovanja od strane kompanije „osnivačice", čije sjedište često nije u europskim zemljama, a koje inzistiraju na prikazivanju programa u njihovoj produkciji. Neke zemlje istaknule su i nedovoljnu veličinu marketinškog tržišta, kao i konkurenciju neeuropskih tržišta (primjer Portugala – konkurencija brazilske produkcije) kao razlog nekompetitivnosti njihove vlastite, europske produkcije. Izvješća pišu i problemu relativno male produkcije jedne zemlje te malog područja na kojem se govori određeni jezik. Cjelokupni trend ukazivao je da se javne televizije puno bolje nose s ispunjavanjem odredbi

Direktive od onih komercijalnih i satelitskih. Upravo takva distinkcija među novonastalim televizijama najbolje objašnjava činjenicu da je postotak televizija koje su ispunjavale obveze iz članka 4. pao s 66,6 % u 1992. godini na 62,7 % u 1996.

Belgija

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica"

U Belgiji je samo polovica televizija, koje su predale izvješća, ispunila tražene kvote. Na pet njih udio je značajno pao između 1995. i 1996. Argumenti za takvu situaciju bili su teškoće u pronalaženju europskih djela po prihvatljivim cijenama materijala koji bi odgovarali ciljnoj publici. Spominje se i novoosnovanost kanala te činjenica da je emitiranje novih filmova bilo vezano isključivo uz belgijska kina. U izvješću se ne govori o prijedlogu koji bi sugerirao kako u takvoj situaciji ispuniti odredbe Direktive.

Primjena članka 5. Direktive „Televizija bez granica"

U Belgiji su sve televizije ispunjavale kvotu o 10 % nezavisne produkcije. Godine 1996. postotak koji je ostvarila većina zemalja članica kretao se između 20 % i 44 %.

Njemačka zajednica

Belgija nije izvijestila o razlozima zbog kojih televizijski kanali njemačke zajednice nisu izvijestili o neispunjavanju kvote iz članka 4. i 5., kao ni o mjerama koje su poduzeli da poprave situaciju.

Tablica 31. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| BRF | BRF | 100 % | 100 % | 0 % | 0% | 0 % | 0 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Francuska zajednica

Što se tiče programa televizija francuske zajednice i njihovog ispunjavanja odredbi o članku 4. Direktive, RTL-TVi izvijestila je kako su određene vrste programa bile zamijenjene programima

neeuropskog porijekla zato što ih je bilo teško kupiti po istoj cijeni na europskom tržištu. Kao novi specijalizirani kanal, RTL Club suočavao se s teškoćama prilikom nabave europskih programa za ciljnu skupinu kojoj se obraćao. I konačno, politika televizije Canal + bila je povezana s filmovima koji su se prikazivali diljem Belgije.

Tablica 32. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| RTBF1 | RTBF | 74 % | 80 % | 27 % | 32 % | 17 % | 25 % |
| 21 | RTBF | 91 % | 71 % | 22 % | 18 % | 10 % | 14 % |
| RTL-TVi | TVI | 45,57 % | 43,70 % | 17,19 % | 10,92 % | 9,6 % | 7,77 % |
| CLUB RTL | TVI | 29,05 % | 30,72 % | 16,74 % | 23,25 % | 3,22 % | 3,83 % |
| | | | | | | | |
| CANAL+ | CANAL + TVCF | 42,54 % | 52,35 % | 28,28 % | 30,41 % | NR | NR |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće.

Flamanska zajednica

Kanal 2, što ga je pokrenula VTM 1995., promijenio je svoju programsku politiku prema europskim djelima koja su od 1996. bila uvelike emitirana na VTM-u. Razlozi koji su zapisani za nedovoljno emitiranje europskih programa bili su konkurencija novog kanala VT4, pad oglašavanja i veće cijene europskih programa.

Televizija koja je također imala problema s ispunjavanjem kvote europske produkcije bila je FilmNet TV, koja je nudila tri plaćena servisa preko dva kanala. Izvješće je ukazivalo na poteškoće prilikom ispunjavanja kvote s kojima su se susretali svi plaćeni kanali koji su uglavnom prikazivali filmove. Što se tiče nezavisne produkcije, u izvješću je istaknuto kako će FilmNet TV povećati udio lokalnih programa koji će tako popraviti europski prosjek. Budući da se radilo o filmskom kanalu, vlasti nisu smatrale potrebnim poduzimati neke posebne akcije za podizanje udjela europskih programa.

Tablica 33. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| TV 1 | BRTN | 63,3 % | 64,1 % | 10,6 % | 25,4 % | 100 % | 75,6 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TV2 | BRTN | 69,7 % | 65,5 % | 11,8 % | 19,7 % | 100 % | 96 % |
| VTM | VTM | 48 % | 62 % | 33 % | 44 % | 100 % | 83 % |
| Kanaal 2 | VTM | - | 23 % | - | 21 % | 100 % | 14 % |
| Filmnetl | Filmnet Television NV | 34 % | 25 % | 34 % | 9,2 % | 93 % | 91 % |
| Filmnet2 | Filmnet Television NV | 34 % | 25 % | 18 % | 9,2 % | 93 % | 91 % |
| Supersport | Filmnet Television NV | 74 % | 75 % | 23 % | 23 % | 100 % | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Danska

Iz podataka koje kvota za emitiranje djela europskog porijekla uvelike bila ispunjena, osim u dva slučaja.

Jedan od kanala koji nije ispunjavao kvotu bila je DTSV, a navedeni razlozi su vlasništvo tvrtke The Home Video Channel Ltd. iz Velike Britanije, koji je pripadao SPICE Entertainment Companies-u iz SAD-a te je bio obavezan prikazivati programe koje je producirao SPICE. Drugi kanal koji nije ispunjavao kvotu bio je TV Bio, televizija koja je počela emitirati tek 1996. U izvješću se spominje da je nezavisno regulatorno tijelo ovim televizijskim kanalima odredilo primjenu članaka 4. i 5. u 1997. godini. Ministarstvo kulture preporučilo je nezavisnim satelitskim i kabelskim televizijama da poprave situaciju prije no što im uvede bilo kakve kazne.

Tablica 34. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| DR1 | DR | 11 % | 79 % | 19 % | 18 % | 13 % | 14 % |
| DR2 | DR | - | 16 % | - | 21 % | - | 15 % |
| TV2 | | 61 % | 65 % | 61 % | 67 % | 84 % | 86 % |
| DK4 | CIAC | 100 % | 100 % | 70 % | 70 % | 10 % | 10 % |
| TV Bio | PPV, DK | - | 32 % | - | 100 % | - | 7 % |
| Erotica | DSTV | - | 11 % | - | 0,5 % | - | 0,5 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Njemačka

Većina televizijskih kanala ispunjavala je kvote europske i nezavisne produkcije pri čemu je pet kanala emitiralo između 90 i 100 %.

Oni koji nisu ispunjavali kvotu bilježili su porast iz godine u godinu. Naravno, postojala je razlika između zemaljskih i satelitskih, kao i plaćenih programa pri čemu su ovi posljednji imali problema s dostizanjem traženih preko 50 % europskih djela i 10 % nezavisne produkcije. Samo dva kanala nisu ispunjavala kvote.

Budući da je kanal n-tv/Der Nachrichtensender emitirao vijesti 24 sata dnevno, nije bio uključen u izvješće, isto kao i glazbeni kanal Onyx koji je počeo emitirati tek početkom 1996. Slično je bilo s kanalom za vremensku prognozu, Der Wetterkanal, koji je počeo emitirati sredinom 1996. Izvješće završava tablicom koja prikazuje datume početka emitiranja svih privatnih TV kanala u Njemačkoj.

Tablica 35. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| ARD | ARD-Rundfunkan-stalten | 90,3 % | 90,3 % | 41,9 % | 43 % | 40,8 % | 41,6 % |
| ZDF | ZDF | 85,1 % | 79,3 % | 62 % | 74 % | 71 % | 70 % |
| 3 SAT | ZDF-ORF-SRG-ARD | 96,8 % | 97,1 % | 39,2 % | 36,4 % | 36,4 % | 28,8 % |
| Deutsche Welle TV | Deutsche Welle | 95 % | 96 % | 88,25 % | 88,76 % | 83 % | 81 % |
| DSF-Deut-sches Sport-femsehen | DSFDeutschesSport-femsehen GmbH | 98 % | 97,9 % | 86 % | 87 % | 86 % | 87 % |
| KABEL 1 | Kl FemsehenGmbH | 24,64 % | 31,29 % | 19,34 % | 23,11 % | 31,28 % | 33,69 % |
| Onyx Music Television | Onyx Television GmbH | N R | NR | NR | NR | NR | NR |
| Premiere | Premiere Median GmbH & Co KG | 35,10 % | 31,17 % | 100 % | 100 % | 97,98 % | 97,36 % |
| Pro Sieben | PioSiebenMediaAG | 45,78 % | 47,04 % | 33,45 % | 35,78 % | 34 % | 38 % |
| RTL | RTLDeutschland FemsehenGmbH& CoBetriebsKG | 54 % | 59 % | ±35 % | ±45 % | >5 % | >5 % |
| RTL2 | RTL2Femsehen GmbH&CoKG | 31 % | 32 % | 18 % | 15 % | 38 % | 37 % |
| SAT.l | SAT.l SatellitenFemsehen GmbH | 65 % | 63 % | 65 % | 63 % | 62 % | 50 % |
| Super RTL | RTL Club Femsehen GmbH&CoKG | 26,5 % | 29,8 % | 10,65 % | 10,96 % | >10 % | >10 % |
| TM3-Fernsehen fur Frauen | TM3 Femsehen GmbH&CoKG | 64 % | 63 % | 64 % | 63 % | 51 % | 52 % |
| VH-1 | VH-1 Television GmbH&CoOHG | NR | NR | NR | NR % | NR | NR |
| VIVA | VIVA Femsehen GmbH&CoKG | 70 % | 70 % | 6,1 % | 5,4 % | 100 % | 100 % |
| VIVA 2 | VIVVAFemsehen GmbH&CoKG | 40 % | 40 % | 0,9 % | 1,3 % | NR | NR |
| VOX | VOXFilm-und FemsehGmbH&Co KG | 15,9 % | 31,5 % | 14,85 % | 26,27 % | 15,95 % | 30,24 % |
| WRTV (Der Wetterkanal- | Wetter und Reise Television GmbH | | 99 % | | 99 % | | 99 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Wetter und Reise Tele-vision) | und Co. KG | | | | | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće.

Grčka

Većina televizijskih kanala, osim tri kanala, ispunjavala je kvote iz članka. 4 i 5. Direktive.

Udio je na četiri televizije padao iz godine u godinu, dok je na četiri rastao. Razlozi za neispunjavanje kvote na TV Makedonija nisu zabilježeni, kao niti podaci o emitiranju novih djela nezavisne produkcije.

Tablica 36. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| ET1 | ERT A.E. | 86 % | 85 % | 45 % | 46 % | NR | NR |
| ET2 | ERT A.E. | 57,2 % | 56,9 % | 2,2 % | 2,4 % | NR | NR |
| ET3 | ERT A.E. | 60,8 % | 61,7 % | 3,37 % | 3,51 % | NR | NR |
| ANT1 | Antenna Television A.E. | 70,3 % | 76 % | 12,3 % | 13,7 % | NR | NR |
| Mega Channel | Tiletypos A.E. | 56 % | 61 % | 54 % | 54 % | NR | NR |
| New Channel | Neo Kanali Radiotileorasi A.E. | 53,3 % | 53,5 % | 36,3 % | 36,7 % | NR | NR |
| Seven X | Xenia Radiophoniki kai Tileoptiki | 71 % | 65 % | 25 % | 15 % | NR | NR |
| Skai 100,4 | Ermis Mazika Mesa Enimerosis A.E. | 53 % | 52,5 % | 28 % | 29,5 % | NR | NR |
| TV Makedonia | Radiotileoptikes Epicheiriseis Afoi Karavasili | 93 % | 95 % | 7 % | 5 % | NR | NR |
| Aristera Sta FM902 T.V. | Radiotileoptiki A.E. | - | 53 % | - | 18 % | NR | NR |
| Kanali 5 | NR | NR | NR | NR | NR | NR | NR |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Španjolska

Velika većina televizijskih kanala uključenih u španjolsko izvješće emitirala je u skladu s Direktivom.

Među onima koji je nisu primjenjivali nije bilo vidljivog napretka u razdoblju od 1995. do 1996. Svi televizijski kanali, osim ETB-2 Euskal Irrati Telebista, TV 3 (Television Catalufa) i TV33 (Television Catalufa), ispunjavali su zadane kvote iz članaka 4. i 5. Direktive. Španjolska nije u izvješću obrazložila zašto su ove televizije podbacile, kao što ni za određeni broj televizija nije predala izvješće.

Tablica 37. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| TVE-1 | Radiotelevision Espanola | 58 % | 50 % | 10,8 % | 11 % | 6 % | 6,9 % |
| TVE-2 | Radiotelevision Espanola | 77 % | 76 % | 13 , %1 | 14,2 % | 6,3 % | 7 % |
| ANT-3 | Antena 3 Television | 43 % | 42 % | 11,9 % | 12,6 % | 3,4 % | 2,6 % |
| TELE-5 | Geste Vision Tele 5 | 33 % | 38 % | 13,6 % | 30 % | 12,4 % | 26,6 % |
| CANAL+ | Sociedad de TV Canal + | 39 % | 40 % | 16 % | 18 % | 13,3 % | 13,2 % |
| CST | Radiotelevision Andaluza | 61 % | 62 % | 28,9 % | 30,3 % | 23,2 % | 21,2 % |
| ETB-1 | Euskal Irrati Telebista | 81 % | 78 % | 14 % | 14,7 % | 8 % | 7,2 % |
| ETB-2 | Euskal Irrati Telebista | 55 % | 51 % | 6 % | 6,3 % | 4,1 % | 4,6 % |
| TV-3 | Television Catalufia | 66 % | 65 % | 2,2 % | 2,8 % | 1,8 % | 2,2 % |
| TV-33 | Television Catalufia | 79 % | 79 % | 5,8 % | 5,6 % | 2,2 % | 2,9 % |
| TVG | Television Galicia | 72 % | 75 % | 10,8 % | 11,2 % | 4,6 % | 4,8 % |
| TV AM | Television Madrid | 52 % | 53 % | 11 % | 11,4 % | 7,3 % | 7,1 % |
| TVV | Radiotelevision Valenciana | 58 % | 53 % | 16 % | 16,2 % | 10,4 % | 10,8 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Francuska

Francuska je u velikoj mjeri ispunjavala zahtjeve Direktive, s iznimkom plaćenog TV-kanala Multivision, pri čemu je ukupan postotak emitiranih europskih djela rastao iz godine u godinu.

Jedanaest od osamnaest kanala postiglo je udjele europskih djela više od 37 %. U slučaju televizije Arte, koja predstavlja nekonvencionalan slučaj (francusko-njemačka ekonomska interesna grupacija), u izvješću se daju podaci o emitiranju djela nezavisne produkcije jedino na televiziji „La Sept" iz francuskog dijela grupacije.

Što se tiče primjene članka 4., izvješće donosi da je plaćeni kanal Mutivision imao problema s dobivanjem prava za emitiranje najnovijih djela europske produkcije i nije počeo s emitiranjem sve do svibnja 1994. Prema izvješću, novi ugovor o koncesiji između Multivizije i Conseil Superieur de I'Audiovisuel (CSA) trebao je biti obnovljen do svibnja 1997., s još nekim plaćenim kanalima koji će svi zajedno morati primjenjivati europske kvote, prema odluci CSA. Izvješće ne uključuje i određeni broj kanala koji su dobili dozvole 1996. (Festivals, Teva, Seasons, 28 AB Sat channels) budući da veći dio njih nije ni počeo emitirati u tom izvještajnom razdoblju. U izvješće nisu uvršteni niti kanali koji su emitirali vijesti 24 sata (Euronews i LCI), sportski kanali (Eurosport France i Eurosport International), kao ni kanali koji su isključivo emitirali reklame (C7Y iRapido) ni meteorološki kanali. Podaci koji se odnose na nezavisnu i najnoviju produkciju prikazani su na sljedeći način:

- (a) postotak *turnover*-a djela nezavisne i novije produkcije pojedine kompanije
- (b) postotak budžeta koji su televizijski kanali potrošili na nezavisnu i noviju produkciju
- (c) postotak vremena emitiranja posvećen djelima nezavisne produkcije

Tablica 38. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| TF1 (a) | TF1 . | 64,2 % | 66,8 % | 12,5 % | 14,9 % | 100 % | 100 % |
| France 2 (a) | France Television | 77,9 % | 79,6 % | 17,8 % | 17,5 % | 100 % | 100 % |
| France 3 (a) | France Television | 69,8 % | 67,9 % | 18,1 % | 16,8 % | 100 % | 100 % |
| Canal + (a) | Canal + SA. | 58,2 % | 65 % | 10,8 % | 13,1 % | 100 % | 100 % |
| La Cinquieme (a) | France Television | 88,2 % | 83,9 % | 72,1 % | 66,3 % | 100 % | 100 % |
| M6(a) | Metropole TV | 66,1 % | 63,5 % | 17 % | 15 % | 100 % | 100 % |
| Canal J (c) | Canal J SA | 63,7 % | 72 % | 48,2 % | 52 % | | |
| Canal Jimmy (b) | Canal Jimmy SNC | 53,6 % | 52 % | 40 % | 37,1 % | | |
| Cine-Cinefil (b) | Cine-Cinemas Cable SA | 60 % | 61,5 % | 64,3 % | 45 % | | |
| Cine-Cinemas (b) | Cine-Cinemas Cable SA | 52,6 % | 54,3 % | 67 % | 42,8 % | | |
| MCM/ Euromusique (b) | Euromusique SA | 85,3 % | 86,7 % | 13 % | 15 % | | |
| Muzzik (c) | Metropole TV | - | 95,7 % | - | 90,7 % | | |
| Multivision | Telcarte SA | 5,5 % | 23,9 % | NR | NR | NR | NR |
| Paris Premiere (c) | Paris Premiere | 91 % | 95 % | 48,1 % | 50,7 % | | |
| Planete (b) | Planete Cable SA | 80 % | 80 % | 42,3 % | 65 % | | |
| Serie Club (c) | Extension TV SA | 55 % | 55,5 % | 53,4 % | 50,6 % | | |
| TMC (c) | Monegasque des Ondes | 56,6 % | 61,6 % | 32,7 % | 38 % | | |
| Voyage (c) | | - | 70,6 % | - | 41,1 % | | |
| Arte | Arte GEIE | 85,6 % | 84,1 % | | 41 % | NR | NR |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Poseban slučaj predstavlja televizija ARTE, njemačko-francuski kanal posvećen europskim umjetničkim programima. TVS Europe je međunarodni kanal koji prikazuje programe koji su već emitirani na različitim francuskim kanalima u njihovim matičnim zemljama (TF1, TF2, France 3, RTBF, SSR, CTQC). U konačnici je većina programa europskog porijekla.

Irska

Irska je ispunjavala odredbe Direktive u velikoj mjeri.

Izvješće ukazuje na činjenicu da se do podataka došlo primjenom sveobuhvatnih istraživanja, a ne preko uzoraka. Također postoji definicija nezavisne produkcije, odnosno nezavisnih producenata, koja podrazumijeva produkciju koja ima kontrolu nad proizvodnjom programa, a da pri tome nije ni na koji način vezana uz kompaniju koja taj sadržaj emitira. Irske su vlasti shvatile da maksimum od 90 % djela iz nezavisne produkcije u tri godine nije za Irsku, čija jedina televizija ima problema s limitiranim potencijalima nezavisne produkcije. Izvješće završava najavom da je novi kanal s irskog govornog područja započeo s emitiranjem u listopadu 1996.

Tablica 39. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| RTE1, Network 2 | Radio Telefis Eireann (RTE) | 76 % | 88 % | 14 % | 16 % | 100 % | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Italija

U Italiji je 2/3 televizijskih kanala ispunjavalo Direktivu , dok su podaci za preostalu trećinu varirali između 34,97 % i 40, 86% u 1996. godini.

Međutim, podaci za kanale s malom publikom nisu bili dostavljeni, a iz izvješća se vidi žaljenje zbog te činjenice. Ukupno gledajući, trend prikazivanja europske produkcije bio je u laganom padu tijekom izvještajnog perioda, s dvije iznimke. Izvješće prikazuje da talijanski zakon još uvijek ne sadrži definiciju nezavisne produkcije iako je trebala biti uključena u Zakon br. 1138 kojim bi se stavio amandman na Medijski zakon br 223/90. Izvješće daje prosječne postotke udjela europskih djela i nezavisne produkcije za opće televizijske kanale. Prosječni postotak europskih djela bio je 62,42 % u 1995. i 60,43 % u 1996. godini, dok je postotak nezavisne produkcije pao s 20,2 % 1995. godine na 17,45 % 1996.

U izvješću se izražava žaljenje zbog činjenice da televizijski kanali nisu dostavili podatke o TMC, TMC2, Rete Mia i TBS-Rete programima.

Tablica 40. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| RAIUno | RAI - SpA | 75,10 % | 70 % | 15,70 % | 15,40 % | NR | NR |
| RAI Due | RAI - SpA | 63,10 % | 61,90 % | 20 % | 22,90 % | NR | NR |
| RAITre | RAI - SpA | 79,70 % | 75,60 % | 25,20 % | 22,60 % | NR | NR |
| Canale 5 | RTI SpA | 76,16 % | 75,46 % | NR | 11,76 % | NR | 45,47 % |
| Italia Uno | RTI SpA | 43,21 % | 38,81 % | NR | 14,88 % | NR | 33,95 % |
| Rete Quattro | RTI SpA | 37,28 % | 40,86 % | NR | 17,16 % | NR | 20,12 % |
| Telepiu Uno | Prima TV | 34,84 % | 34,97 % | NR | NR | NR | NR |
| Telepiu Due | Europa TV | 100 % | 100 % | NR | NR | NR | NR |
| Telepiu Tre | Omega TV | 83,30 % | 96,22 % | NR | NR | NR | NR |
| TMC | | NR | NR | NR | NR | NR | NR |
| TMC2 | | NR | NR | NR | NR | NR | NR |
| Rete Mia | | NR | NR | NR | NR | NR | NR |
| TBS Rete | | NR | NR | NR | NR | NR | NR |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće.

Luksemburg

Luksemburško izvješće pokazalo je miješane rezultate.

Jedna polovica televizijskih kanala ispunjavala je odredbe članka 4., s tim da niti jedna od njih nije prelazila 58 % europske produkcije u svojim programima. Trend je preko izvještajnog razdoblja bio u laganom porastu (RTL4 po prvi je puta ispunio kvotu 1996. godine). Razlog za to bio je nedostatak kvalitetnih igranih europskih filmova po konkurentnim cijenama koji su odgovarali programskoj orijentaciji televizije. Prema izvješću, vlada je zatražila od televizijske kompanije da poduzme korake kako bi se ispunile odredbe Direktive.

Primjena članka 4. Direktive

Što se tiče pridržavanja odredbi iz članka 4. o prikazivanju europskih djela, RTL Televizija i RTL 9 ispunjavali su kvotu, dok su RTL 4 i RTL 5 nastavili popravljati svoj

prosjek. RTL 4 prešao je prag od 50% u 1996. godini, dok je napredak programa RTL 5 bio zaustavljen 1996. pripremama za novi format. Udio europskih djela koje je emitirao RTL TVi pao je u 1995. i 1996. godini, dok je Club RTL, sestrinski kanal televizije RTL TVi koji je započeo s emitiranjem 1995., poboljšao svoj postotak 1996. Razlog za neispunjavanje kvota od strane RTL-a 5, RTL-a TVi i Cluba RTL bio je nedostatak europskih djela s područja fikcije koji bi odgovarali profilu ovih programa po konkurentnim cijenama.

Primjena članka 5. Direktive

U jesen 1995. RTL Tele Letzebuerg uveo je novi format zbog kojeg nije bilo moguće održavati udio od 10 % nezavisne produkcije.

U izvješću je opisan Vladin poziv televizijama za poduzimanje potrebnih akcija kako bi u svoje programe uklopili primjenu članaka 4. i 5. Direktive, što je određeno i luksemburškim Zakonom.

RTL7 nije počela s emitiranjem sve do prosinca 1996. pa podaci nisu osobito značajni. Club RTL počeo je s emitiranjem početkom veljače 1995. RTL 9 bilo je novo ime kanala koji se zvao RTL TV u prijašnjem izvješću.

Isto tako, u izvješću se ističe da je RTL5 prešao na novi format početkom 1997., posvećen uglavnom vijestima i vremenu. Upravo zato podaci nakon 1997. neće biti usporedivi s onima iz razdoblja 1991. – 1996.

Premda bez podataka, u izvješću se u rubrici „Programi koji ne pripadaju pod jurisdikciju niti jedne zemlje, ali koriste satelite ili *up-link*-ove smještene unutar luksemburške jurisdikcije" spominje i Galavizija, kanal koji je pripadao kompaniji Televisa S.A de C. V. Ovaj je kanal emitirao mnogo programa na koje se ne primjenjuju članci 4. i 5. Direktive. Od onih na koje se primjenjuje, vrlo je malo bilo europskih, dok je veći dio bio meksičkog porijekla. Izvješće završava konstatacijom da programi emitirani preko Astra satelita ne spadaju pod luksemburšku jurisdikciju.

Tablica 41. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| RTL 4 | CLT S.A. | 48,08 % | 52,50 % | 36,51 % | 41,28 % | 27,83 % | 33,84 % |
| RTL 5 | CLT S.A. | 33,63 % | 29,33 % | 27,68 % | 21,51 % | 20,54 % | 15,55 % |
| RTL Television | CLT S.A. | 54,10 % | 59,51 % | 35 % | 45 % | Satisfact proport | Satisfact proport |
| RTL TVI | CLT S.A. | 45,57 % | 43,70 % | 17,19 % | 10,92 % | 9,60 % | 7,77 % |
| Club RTL | CLT S.A. | 29,05 5 | 30,72 % | 16,74 % | 23,25 % | 3,22 % | 3,83 % |
| RTL 9 | CLT S.A. | 52,45 % | 58,86 % | 29,15 % | 40,28 % | 4,72 % | 4,25 % |
| RTL 7 | CLT S.A. | - | 39,16 % | - | 33,75 % | - | rather small |
| RTL Tele Letzebuerg (Hei Elei) | CLT S.A. | 100 % | 100 % | ±10 % | ±5 % | ±10 % | ±5 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Nizozemska

Nizozemska je dala izvješće za devet kanala. Njih šest ispunjavalo je odredbe članka 4., s ukupnim pozitivnim trendom rasta udjela europske produkcije na televizijskim kanalima. Taj je rast u nekim slučajevima, kao na primjer na TV-u Veronica, bio vrlo konkretan.

Primjena članka 4 Direktive

Što se tiče primjene članka 4. o djelima europskog porijekla, u nizozemskom su izvješću televizije SBS6 i TV10 navele početnu fazu emitiranja kao razlog nemogućnosti ispunjavanja kvota.

Canal+ konstatirao je da mu je, budući da je specijaliziran za filmove i sport, nemoguće ispuniti kvotu za emitiranje djela europskog porijekla. Naime, pišu da je većina popularnih filmova nastala izvan Europe. Kanal je zatražio izuzeće, prema članku 53b (5) Medijskog dekreta (Mediabesluit). Nacionalna vlada razmatrala je mogućnost davanja izuzeća.

U slučaju glazbenog kanala The Music Factory u izvješću stoji da je teško odrediti zemlju porijekla glazbenog spota, odnosno zemlju u kojoj je registrirana producentska kuća.

U svom izvješću The Music Factory potvrdio je da je više od polovice video spotova europske produkcije. Pored toga, gotovo svi emitirani spotovi djela su koja spadaju u noviju produkciju.

Primjena članka 5. Direktive

Komercijalni kanal TV 10, koji emitira televizijske serije, u svom izvješću donosi činjenicu da je većina serija starija od 5 godina pa je stoga emitiranje djela novije produkcije 0 %.

Budući da su serije starijeg datuma, često je teško pronaći ime producenta i gotovo je nemoguće dati postotak nezavisne produkcije. Kada je riječ o mjerama koje namjeravaju poduzeti regulatorna tijela, osigurat će se da SBS6 dostigne zadovoljavajući postotak u ispunjavanju kvota u razdoblju od 1996 do 1997. U izvješću piše da kanal SBS6 očekuje stabilan rast u udjelu europske produkcije.

Televizija Veronica započela je s emitiranjem u rujnu 1995.; SBS6 u kolovozu iste godine, The Music Factory u svibnju 1995., kao i The Box, još jedan glazbeni kanal u Nizozemskoj. Izvješće pokazuje da se radi o kanalu koji gledatelji mogu nazivati i naručivati glazbu po želji. Canal+ opisan je se kao Multichoice.

Tablica 42. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| NED. 1 | | 61 % | 13 % | 23 % | 25,33 % | 81 % | 83,33 % |
| NED. 2 | | 11 % | 85,66 % | 27 % | 31 % | 96 % | 89 % |
| NED. 3 | | 78 % | 82,5 % | 17 % | 20,25 % | 87 % | 80,75 % |
| TV 10 | | 45 % | 48 % | NR | NR | 0 % | 0 % |
| Veronica | HMG B.V. | 37,6 % | 70,9 % | 29 % | 57,7 % | 96,7 % | 97,1 % |
| SBS6 | Scandinavian Broadcasting System SBS 6 B.V. | 30,9 % | 0,7 % | 28 % | 29,5 % | 100 % | 100 % |
| Canal + | Canal + Nederland B.V. | 15 % | 18 % | 15 % | 17 % | 100 % | 100 % |
| Music Factory | The Music Factory B.V. | >50 % | >50 % | NR | NR | 99 % | 99 % |
| The Box | The Box Holland B.V | + 70 % | ±70 % | NR | NR | 99 % | 99 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće.

Austrija

Austrija je dala podatke za dva kanala. Prema podacima iz austrijskog izvješća, jedan je jedan od dva programa nacionalne televizije ORF ispunjavao kvotu iz članka 4. Direktive, dok drugome (ORF 1) to nije uspijevalo. Rezultati na oba programa bili su u padu u odnosu na prethodno razdoblje. Također, jasno je da privatnih kanala u toj zemlji još uvijek nije bilo u izvještajnom razdoblju na koje se odnosi Treća komunikacija Europske komisije.

Tablica 43. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| ORF 1 | ORF | 48,4 % | 40,8 % | 17,6 % | 16 % | 40,7 % | 39,3 % |
| ORF2 | ORF | 85,1 % | 79,6 % | 20,3 % | 17,6 % | 43,7 % | 49,2 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Portugal

Portugal je dao podatke za pet kanala.

Tri kanala nisu ispunjavala kvotu 1995. godine, a dva 1996. Četiri od njih povećala su udjele europske produkcije tijekom cijelog perioda. Razlog je za neispunjavanje kvota konkurencija programa brazilske produkcije koji su jeftiniji od portugalskih. Također, veliki broj kanala koji su se relativno nedavno pojavili na tržištu pridonosi neostvarenju kvota. Neke od kanala portugalske su vlasti upozorile na potrebu primjene članka 4. i 5. Direktive. Budući da je kod njih bio vidljiv napredak, nisu poduzete kaznene mjere.

Primjena članka 4. Direktive

U izvješću se naglašava da je televizija SIC napredovala u primjeni članka 4. (do 7 % između 1995. i 1996. godine), kao i da je bila na tržištu tek od 1992. Drugi razlozi neispunjavanja kvota bili su malo marketinško tržište u Portugalu te konkurencija brazilske produkcije, koja je bila mnogo jeftinija od portugalske produkcije. TVI posljednja je televizija koja je počela u tom razdoblju emitirati na portugalskom tržištu, a postotak europske produkcije u njenom programu napredovao je na zadovoljavajući način.

Primjena članka 5. Direktive

Udio nezavisne produkcije na TV2 porastao je i dostigao 12,2 % do prosinca 1996.

Portugalske vlasti nisu smatrale potrebnim provesti bilo kakve kazne nad televizijom Canal1 budući da je udio europskih djela porastao u 1996. Isto se odnosi i na udjele nezavisne produkcije na TV2, koji su porasli već 1996. i otada stalno rastu. Vlasti su također dale na znanje privatnim kanalima SIC i TVI da moraju poduzeti mjere kojima bi udjele europskih djela i nezavisne produkcije približili odredbama članaka 4. i 5. iz Direktive. No, budući da su oba kanala postupno napredovala, vlasti nisu odredile kazne, već su odlučile pojačano nadzirati situaciju.

Portugalsko izvješće ukazalo je na problem zemalja s relativno malim kapacitetima vlastite audio-vizualne produkcije i malog jezičnog područja.

Tablica 44. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| Canal 1 | RTP,SA | 45,7 % | 55,1 % | 13,6 % | 18,5 % | 93 % | 76 % |
| TV 2 | RTP, SA | 70,9 % | 62,4 % | 10,1 % | 9,4 % | 92 % | 50 % |
| RTPI | RTP, SA | 99,4 % | 99,9 % | 51,3 % | 44,8 % | 82 % | 78 % |
| SIC | SIC, SA | 30,7 % | 37,9 % | 21,4 % | 27 % | 87,8 % | 92,6 % |
| TVI | TVI, SA | 21,6 % | 23,8 % | 7,9 % | 10,6 % | 77 % | 70 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Švedska

Izvješće iz Švedske prikazalo je rezultate za 11 televizijskih kanala, od kojih je većina bila daleko od ispunjavanja kvote za europsku produkciju, iako je postojalo nekoliko iznimki.

Tijekom izvještajnog razdoblja zabilježen je neznatan pomak, osim drastičnog pada postotka europske produkcije na TV 1000 Cinema (s 35 % na 20 % u razdoblju od 1995. do 1996). Prikazani razlozi za takav pad uglavnom se ne odnose isključivo na tu televizijsku stanicu, već i na ostale kanale koji se bave emitiranjem igranih filmova. Ti su se kanali borili s otkupljivanjem autorskih prava za novija europska djela, što je vezano i s rezultatima koje su postigli u švedskim kinima.

Primjena članka 4. i 5. Direktive

Plaćeni kanali, TV 1000 FilmNet i FilmNet Plus, imali su teškoća s pronalaženjem dovoljne količine atraktivne europske produkcije na tržištu i kupovanjem autorskih prava za ta djela.

Isto tako, Adult Channel bankrotirao je 1996. zbog čega nisu dostavljeni podaci. Movie Channel i FilmNet Plus dobili su nove vlasnike, što je uzrokovalo promjenu programske sheme od 1997. godine.

Tablica 45. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| TV 1000 | TV 1000 Sverige AB | 35 % | 32,5 % | 35 % | 32,5 % | NR | NR |
| TV 1000 Cinema | TV 1000 Sverige AB | 35 % | 20,5 % | 35 % | 20,5 % | NR | NR |
| TV 6 | TV 6 Broadcasting AB | 47 % | 50 % | 47 % | 50 % | NR | NR |
| FilmNet Plus | FilmNet Television AB | 10 % | 11 % | 10 % | 11 % | NR | NR |
| FilmNet-the Complete Movie Channel | FilmNet Television AB | 10 % | 11 % | 10 % | 11 % | NR | NR |
| The Adult Channel | The Adult Channel (Sweden) AB | NR | NR | NR | NR | NR | NR |
| ZTV | ZTVAB | 79 % | 80 % | 15 % | 80 % | NR | NR |
| TV 4 | TV4AB | 43 % | 50 % | 53 % | 40 % | NR | NR |
| | Sveriges Utbildnings-radio AB | 96 % | 99 % | 27 % | 23 % | NR | NR |
| SVT1 | Sveriges Television AB | 80 % | 82 % | 19 % | 23 % | NR | NR |
| SVT2 | Sveriges Television AB | 90 % | 86 % | | 22 % | NR | NR |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće.

Finska

Prema finskom izvješću, gotovo svi televizijski kanali ispunjavali su kvote određene člankom 4. i 5. Direktive u izvještajnom periodu, iako je bio vidljiv pad tijekom tog perioda. Jedina iznimka bila je TV2 YLE koja nije ispunila odredbu o 10 % nezavisne produkcije u godini 1995.

Tablica 46. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| TV1 | YLE | 84 % | 81 % | 22 % | 19 % | 73 % | 67 % |
| TV2 | YLE | 85 % | 76 % | 7 % | 24 % | 52 % | 55 % |
| MTV 3 | MTV 3 | 57 % | 57 % | 20 % | 21 % | 100 % | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Velika Britanija

Velika Britanija podnijela je vrlo opširno izvješće koje je pokrivalo 80 televizijskih kanala.

Pola od njih ispunjavalo je kvotu europske produkcije i taj se trend stabilizirao. Neke televizije pale su ispod traženih 51 % tijekom izvještajnog razdoblja (Bravo, TLC), a neke su prešle taj postotak (NBC, TV3 Denmark, TV3 Sweden). Od televizija koje nisu ispunjavale kvotu, dvadeset ih je bilježilo napredak tijekom izvještajnog perioda. Kada je riječ o mjerama koje je Velika Britanija namjeravala poduzeti, u izvješću stoji da je Department for Culture, Media and Sport tražio objašnjenje od televizijskih kuća zbog neispunjavanja većinskih europskih kvota. Od televizijskih se kuća također tražilo da same postave rokove za ispunjavanje zahtjeva. Ostali izvori spomenuti u nacionalnom izvješću također pokazuju kako su planirane stroge i specifične mjere koje bi trebale osigurati veću primjenu odredbi europskog zakonodavstva od strane televizijskih kanala. Europska komisija pozdravila je takve napore i akcije s ciljem ohrabrivanja televizijskih kanala u ispunjavanju zadanih kvota. Treba primijetiti da je TV 1000 Severige AB bila uključena u britansko izvješće, kao i u švedsko, ali kao kompaniju koja emitira programe TV1000 Cinema i TV 1000. Podaci se u ova dva izvješća ponešto razlikuju.

Primjena članka 4. Direktive

Nacionalno izvješće dalo je detaljnu analizu razloga zbog kojih kvote nisu bile ispunjene, klasificirajući ih u šest skupina. Mnogi od tih razloga bili su vrlo slični kao u drugim europskim zemljama:

1) Sadržaj programa: History Channel (povijesni dokumentarni filmovi), Home Video Channel (akcijski filmovi), Movie Channel (noviji filmovi), Nickelodeon (programi za djecu), Playboy TV (erotski programi), Sat-7 (vjerski programi ), Sci-Fi Europe LLC (science-fiction), Sky Movies (filmovi), Sky Gold (filmovi), Sky Soap (sapunice), Sky Travel Channel (putopisi), Vision Channel (religijski programi)

2) Vrijeme početka emitiranja: 3+, Christian Channel, Disney Channel, Fox Kids, Sky Scottish, VT4.

3) Programi koji nisu s europskoga govornog područja: Asicmet, Chinese Channel, Chinese News and Entertainment, JSTV, MBC Ltd (Middle East Broadcasting), Namaste TV, ZeeTV.

4) Nemogućnost pronalaženja europskih programa ili europskih programa po konkurentnim cijenama: Challenge TV, Kanal 5, Nickelodeon, Playboy TV, Sci-Fi Europe LLC, Sky 2, Sky One, Sky Soap, Sky Travel Channel, TCC, TCC Nordic, Television X, TV3 Denmark, TV3 Norway, TV3 Sweden, VT4

5) Potpore kompanija koje su smještene u zemljama nečlanicama (programi uglavnom njihove proizvodnje): Cartoon Channel, Fox Kids, Landmark Travel Channel, Paramount Comedy Channel, Sat-7, TNT, Vision Channel.

6) Drugi razlozi:The Adult Channel, program za odrasle, prekinuo je ugovor s producentima europskih programa

Primjena članka 5. Direktive:

Problem nezavisne produkcije na kanalima na kojima se emitira program isključivo na jeziku koji pripada jezičnom području izvan Europske unije, prema amandmanu Direktive 97/36/EC rješava se na način da se na njih ne odnose članci 4. i 5.

BBC Prime i BBC World iznijeli su probleme s ugovaranjem autorskih prava, što je izazivalo teškoće u ispunjavanju kvota određenih Direktivom. Bravo je bio kanal sa specijaliziranim programom, koji prikazuje isključivo filmove stare preko deset godina, tako da naručivanje novije produkcije ne ulazi u njihovu programsku shemu. SB Goodlife TV,

GSB Men+Motors, GSB Plus iGSB Talk TV novi su kanali s budžetima koji im ne dopuštaju investiranje u produkciju.

Department for Culture, Media and Sports (DCMS) zatražio je od televizija koje nisu uspjele ispuniti kvote da daju detaljna objašnjenja zbog čega se to dogodilo, kao i jasne planove o tome kako i kada namjeravaju ispuniti kvote u budućnosti. Komisija je zaprimila informacije kojima se potvrđuje da britanske vlasti poduzimaju dodatne korake kako bi se povećala primjena članka 4. na televizijskim kanalima koji emitiraju u Velikoj Britaniji. Tamo gdje kvote nisu ispunjene, a nije priloženo razumno objašnjenje, Vlasti mogu primijeniti članak 188. Zakona o elektroničkim medijima iz 1990., koji propisuje niz kazni, sve do oduzimanja koncesije.

Britanske vlasti organiziraju godišnje konferencije za sve elektroničke medije koji emitiraju prema britanskim dozvolama, na kojima se raspravlja o primjeni europske legislative. Prva je održana 1997. godine.

Od ovog izvješća sve će televizije morati predočiti potrebne podatke svaka tri mjeseca. Dodatne informacije u britanskom izvješću pokazuju općeniti napredak u ispunjavanju odredbi Direktive, što je vidljivo iz tablice 47.

Tablica 47. Podaci o televizijskim kanalima

| EW | | | | IP | | | | RW | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 |
| 44 % | 45 % | 52 % | 54 % | 23 % | 26 % | 30 % | 27 % | 20 % | 17 % | 21 % | 21 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Izvješće je istražilo 154 kanala koja su emitirala s britanskom dozvolom, iako 42 od njih nisu emitirala tijekom izvještajnog razdoblja. Članak 4. i 5. Direktive nije se odnosio na 29 kanala jer su isključivo emitirali vijesti, sport, igre, reklame ili teletekst te nisu bili uključeni u tablicu A2. Vlasti su predstavile izvješće pred oba Doma parlamenta, čije su ih biblioteke učinile pristupačnima javnosti.

Tablica 48. Podaci o televizijskim kanalima

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. | 1995. | 1996. |
| 3+ | - | 24 % | - | 18 % | - | 18 % |
| Adult Channel | 38 % | 38 % | 24 % | 25 % | 23 % | 25 % |
| Ag Vision | 100 % | 100 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Asianet | 10 % | 75 % | 9 % | 1 % | 9 % | 1 % |
| BBC Prime | 100 % | 100 % | 9 % | 4 % | 9 % | 4 % |
| BBC World | 97 % | 98 % | 11 % | 7 % | 11 % | 7 % |
| BBC1 | 68 % | 67 % | 18 % | 18 % | 18 % | 18 % |
| BBC2 | 72 % | 73 % | 21 % | 20 % | 21 % | 20 % |
| Box Music TV | 66 % | 71 % | 25 % | 25 % | 0 % | 0 % |
| Bravo | 54 % | 47 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Carlton Food Network | - | 83 % | - | 10 % | - | 31 % |
| Carlton Select | 91 % | 80 % | 19 % | 23 % | 31 % | 15 % |
| Cartoon Network | 15 % | 20 % | 16 % | 19 % | 8 % | 9 % |
| Challenge TV (formerly the Family Channel) | 25 % | 36 % | 10 % | 13 % | 10 % | 14 % |
| Channel 4 | 57 % | 57 % | 40 % | 40 % | 35 % | 35 % |
| Chinese Channel | 4 % | 5 % | 4 % | 5 % | 4 % | 5 % |
| Chinese News and Entertainment | 1 % | 2 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Christian Channel | - | 24 % | - | 14 5 | - | 14 % |
| CNBC | - | 54 % | - | 54 % | - | 54 % |
| Cultural Television | 100 % | 100 % | 65 % | 65 % | 31 % | 31 % |
| Discovery Channel | 55 % | 55 % | 35 % | 36 5 | 31 % | 33 % |
| Disney Channel UK | 19 % | 19 % | 6 % | 5 % | 4 % | 4 % |
| EBN | 90 % | 80 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Fox Kids | - | 19 % | - | 8 % | - | 4 % |
| GSB Goodlife TV | - | 100 % | - | 0 % | - | 0 % |
| GSB Men + Motors | - | 85 % | - | 0 % | - | 0 % |
| GSB Plus | - | 100 % | - | 0 % | - | 0 % |
| GSB Talk TV | - | 59 % | - | 0% | - | 0 % |
| Het Weer Kanaal | - | 100 % | - | 100 % | - | 100 % |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| History Channel | 8 % | 34 % | 3 % | 12 % | 3 % | 12 % |
| Home Video Channel | 14 % | 21 % | 3 % | 11 % | 2 % | 8 % |
| ITV | 71% | 70 % | 26 % | 24 % | 24 % | 23 % |
| JSTV (previously Japansat) | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Kanal 5 | - | 15 % | - | 15 % | - | 15 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

**Četvrta komunikacija (za razdoblje 1997. – 1998.)**

Četvrto izvješće objavljeno je 1999. godine.[7] Prvi zaključak koji nameće analiza Europske komisije jest da je broj televizijskih kanala, a osobito u Velikoj Britaniji, u tom periodu znatno porastao. Nacionalna izvješća govore o 367 kanala, u usporedbi s 214 u razdoblju 1995./1996., odnosno 162 u razdoblju 1993./1994. te 124 tijekom 1991./1992.

Primjena članka 4. i 5. Direktive „Televizija bez granica"

Što se tiče primjene čl. 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica, rezultati analize nacionalnih izvješća pokazuju kako emitiranje programa europskog porijekla varira od 53 % do 81 %, s iznimkama Luksemburga (RTL – 100 %) i Portugala (43 %). Primjena kvote o 10 % nezavisne produkcije također je bila zadovoljavajuća.

Austrija

U Austriji su kanali ORF 1 i ORF 2 predstavljali 62,2 % publike.

Što se tiče primjene članka 4. Direktive, godine 1998. emitirali su otprilike 61,1 % europskih djela. ORF 2 visoko je iznad propisane kvote za europska djela, dok je ORF 1 bio ispod propisanog prosjeka. Svi kanali u potpunosti su primjenjivali članak 5. o udjelu nezavisnih djela europske produkcije, a ORF1 i ORF2 povećali su postotak u izvještajnom razdoblju.

[7] European Commission (2000) *Fourth communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC "Television without frontiers" for the period 1997-8*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52000DC0442&from=EN.

Belgija

Francuska zajednica

U Belgiji su televizije francuske zajednice (kanali RTL-TVI, Club RTL i RTBF 1 koji predstavljaju 41,1 % publike) emitirali otprilike 64 % europskih djela tijekom 1998.

Treba naglasiti kako su u francuskom govornom području na prostoru Belgije francuske televizije (TF1, France 2 i France 3) pokrivale veliki dio publike. Svi kanali ispunili su obveze iz članka 4. (RTL-TV nakon 1998.). Rezultat je uglavnom pozitivan budući da je vidljiv porast u udjelu europskih djela na svim televizijskim kanalima tijekom cijeloga izvještajnog razdoblja. Što se tiče primjene članka 5. Direktive, u Belgiji je u predstavljenom razdoblju francuska zajednica u potpunosti primjenjivala članak 5. Direktive.

Tablica 49. Podaci o televizijskim kanalima

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| LAUNE | RTBF | 83 % | 81 % | 38 % | 31 % | 38 % | 31 |
| LA DEUX | RTBF | 96 % | 95 % | 39 % | 45 % | 39 % | 45 |
| RTL-Tvi | RTL-TVi | 46,51 % | 51,79 % | 22,83 % | 29,68 % | 19,49 % | 21,37 |
| CLUB | RTL-TVi | 53,39 % | 54,25 % | 34,96 % | 26,52 % | 14,45 % | 4,09 |
| CANAL+ | CANAL+ | 50,64 % | 55,70 % | 30,32 % | 32,30 % | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Flamanska zajednica

U flamanskom dijelu Belgije kanali TV1, TV2, VTM i Kanal 2, koji predstavljaju 64,8 % publike flamanskog govornog područja, emitirali su otprilike 60,4 % europskih djela 1998.

Preciznije, tri kanala u potpunosti primjenjuju članak 4. iako je u slučaju TV1 postotak europskih djela pao u usporedbi s prethodnim izvještajnim razdobljem. Tri televizijska kanala nisu ispunila kvotu za emitiranje djela europskog porijekla. Dva od njih (CANAL + 1 i CANAL + 2 ) objašnjavaju to činjenicom da su specijalizirani filmski kanali, dok je za treći (Kanal 2) udio europskih djela pao u usporedbi s prijašnjim izvještajnim razdobljem. Također nisu prikazani podaci za godinu 1998. za TV2 i CANAL+ Super Sport. Međutim, 1997. ovi su kanali daleko nadmašivali kvotu koju je nalagala Direktiva.

Što se tiče članka 5. Direktive, televizijski kanali TV1 i TV2, u nadležnosti flamanske zajednice, pali su u izvještajnom periodu, dok su rasli Canal + 1 i Canal + 2. Zajednica s njemačkoga govornog područja nije dostavila podatke.

Tablica 50. Podaci o televizijskim kanalima

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| TV1 | VRT (formerly BRTN) | 59,83 % | 60,74 % | 3,73 % | 5,19 % | 64,30 % | 92,82 % |
| TV2 | VRT (formerly BRTN) | 71,29 % | - | 5,05 % | - | 24,21 % | - |
| CANVAS/ KETNET | VRT (formerly BRTN) | 67,12 % | 61,76 % | 7,13 % | 4,98 % | 24,77 % | 89,94 % |
| VTM | VMM (formerly VTM) | 64 % | 68 % | 70 % | 61 % | 97 % | 98 % |
| KANAAL 2 | VMM (formerly VTM) | 20 % | 20 % | 81 % | 72 % | 75 % | 80 % |
| FILMNET 1/CANAL+ 1-Groen | CANAL+ TELEVISIE | 27,3 % | 27,5 % | 54,2 % | 61 % | 90,7 % | 63 % |
| FILMNET2/CAN AL+2-Blauw | CANAL+ TELEVISIE | 16,8 % | 42 % | 89,5 % | 48 % | 92,3 % | 76 % |
| CANAL+ SUPER-SPORT | CANAL+ TELEVISIE | 62,2 % | - | 16 % | - | 100 % | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Njemačka

U Njemačkoj su kanali ARD, ZDF, Kabel 1, Pro Sieben, RTL, RTL 2, SAT 1, Super RTL i VOX, koji predstavljaju 90,8 % publike, emitirali otprilike 70 % europskih djela tijekom 1998.

Od ukupno 25 kanala koji se spominju u izvješću, 14 je primjenjivalo članak 4. Od 17 kanala za koje postoje podaci za razdoblja 1995. – 1996. i 1997. – 1998., njih 8 povećalo je svoj udio u emitiranju europskih djela u usporedbi s prethodnim periodom, 6 ih je smanjilo, a 3 je ostalo nepromijenjeno. Sljedeći televizijski kanali nisu ispunili kvotu europskih djela propisanu člankom 4.: Discovery Channel (1997.), DF 1 (1997./1998.), KABEL 1 (1997./1998.), Premiere (1997./1998.), Pro Sieben (1997./1998.), RTL2 ( 1997./98), Super RTL (1997./1998.), TM3 - Fernsehen fur Frauen (1997./1998.), VIVA 2 (1997./1998.), VOX (1998.). Razlozi za neispunjavanje kvote objašnjavaju s novonastalim programima, specijaliziranim kanalima ili strukturom kanala.

Što se tiče primjene članka 5., većina kanala je ispunila kriterije. Međutim, televizijski kanali Phoenix (1997./1998.), Multi Thematiques (1997./1998.) i VIVA (1997./1998.) tvrdili su da njihove programske strukture do određene mjere sprečavaju primjenu članka 5. Njihovi rezultati nisu bili zadovoljavajući, međutim nacionalni prosjek popravljala je činjenica da je nekolicina televizija emitirala 100 % djela iz nezavisne produkcije (Discovery Channel, DSF, ONYX MUSIC TELEVISION, Premiere, SAT1, Super RTL i TM3).

Tablica 51. Podaci o televizijskim kanalima

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| ARD | ARD-Rundfunkanstalten | 90,2 % | 90 % | 43,2 % | 41,3 % | 85 % | 85,0 % |
| Phoenix | ARD-ZDF | 99,72 % | 99,99 % | 4,28 % | 4,73 % | 88,06 % | 99,87 % |
| Kinderkanal | ARD-ZDF | 74,12 % | 80,63 % | 21,70 % | 18,4 % | 76,48 % | 78,64 % |
| ZDF | ZDF | 83,7 % | 85,4 % | 56 % | 46 % | 75 % | 84 % |
| 3 Sat | ZDF-ORF-SRG-ARD | 95,7 % | 96,1 % | 33,8 % | 40,4 % | 24,5 % | 33,1 % |
| Deutsche Welle TV | Deutsche Welle | 79 % | 77 % | 32 % | 33 % | 82 % | 81 % |
| Discovery Channel | | 45 % | 61 % | 100 % | 100 % | 65 % | 73 % |
| DF 1 | | 31,8 % | 37,9 % | 99 % | 98 % | >21 % | >24,1 % |
| DSF-Deutsches Sportfernsehen | DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH | 95 % | 95 % | 100 % | 100 % | >90 % | >90 % |
| KABEL 1 | K1 Fernsehen GmbH | 33,67 % | 36,86 % | 24,59 % | 25,98 % | 34,97 % | 35,21 % |
| MultiThematiques | | 75,25 % | 68,75 % | 1,91 % | 2,19 % | 50 % | 50 % |
| n-tv Der Nachrichten- | Sender n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co KG | data not available | data not available | data not available | data not available | data not available | data not available |
| ONYX MUSIC TELEVISION | ONYX Television GmbH | 59,48 % | 55,34 % | 100 % | 100 % | data not available | data not available |
| remiere | Premiere Medien GmbH & Co. KG | 37,13 % | 38,20 % | 100 % | 100 % | 99,09 % | 98,81 % |
| Premiere (Erstausstrahlungen) | | 54,36 % | 56,47 % | 100 % | 100 % | 98,51 % | 99,01 % |
| ProSieben | ProSieben Media AG | 47,67 % | 48,11 % | 37,08 % | 38,64 % | 38,21 % | 38,79 % |
| RTL | RTL Deutschland Fernsehen GmbH & CoBetriebs KG | 59 % | 66 % | 36 % | 51 %% | 36 % | 51 % |
| RTL2 | RTL 2 Fernsehen GmbH & CoKG | 42 % | 35 % | 43 % | 47 % | 37 % | 39 % |
| SAT.1 | SAT.1 SatellitenFernsehenGmbH | 61 % | 62 % | 100 % | 100 % | 52,4 % | 52,92 % |
| Super RTL | RTL Club Fernsehen GmbH &CoKG | 28,41 % | 32,04 % | 100 % | 100 % | = 90 % | = 90 % |
| TM3 - Fernsehen fur Frauen | TM3 Fernsehen GmbH & Co KG | 31,69 % | 46,50 % | 100 % | 100 % | = 7,5 % | = 10 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| VH-1 | VH-1 Television GmbH & CoOHG | 65 % | 65 % | 35 % | 35 % | 80 % | 80 % |
| VIVA | VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG | 65,64 % | 65,99 % | 3,78 % | 4,76 % | 99,78 % | 99,97 % |
| VIVA 2 | VIVA Fernsehen GmbH & CoKG | 40 % | 40% | 3,92 % | 2,19 % | 85 % | 85 % |
| VOX | VOX Film- und Fernseh GmbH & CoKG | 64 % | 48 % | 88 % | 85 % | 90 % | 92 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Danska

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

U Danskoj su kanali DR 1 i TV 2, koji su predstavljali 68,3 % publike, emitirali otprilike 73,3 % djela europske proizvodnje tijekom 1998. Četiri od sedam kanala ispunjavala su odredbe Direktive, a opći je trend bio pozitivan i vodio je ka većem udjelu europskih djela u televizijskim programima. Međutim, TV Danmark nije ispunila kvotu, a komentari zemalja članica ukazivali su na mogućnost uvođenja određenih sankcija. Erotica Rendez-Vous nije ispunila kvotu 1997., a TV Bio nije ispunila kvotu niti 1997. niti 1998. iako je emitirala 50 % europskih djela 1998.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Rezultati Danske u primjeni članka 5. su bili zadovoljavajući, a svi televizijski kanali ispunjavali su kriterije Direktive. Čak je i televizija Erotica Rendez-Vous's povećala udio nezavisne produkcije s 0,5 % u 1996. godini na 100 % 1997. i 1998., dok su postoci na DR1, DR2 i DK4 pali.

Tablica 52. Podaci o televizijskim kanalima

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| DR1 | DR | 80 % | 81 % | 17 % | 17 % | 68 % | 50 % |
| DR2 | DR | 79 % | 85 % | 15 % | 15 % | 77 % | 70 % |
| TV 2 | TV 2 | 67 % | 67 % | 80 % | 84 % | 76 % | 76 % |
| DK4 | CIAC | 100 % | 100 % | 20 % | 20 % | 100 % | 100 % |
| TV BIO | PPVO | 36 % | 50 % | 100 % | 100 % | 15 % | 1 % |
| Erotica Rendez-Vous | DSTV | 0 % | 62 % | - | 100 % | 100 % | 100 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TV Danmark | Broadcast Danmark | 20 % | 25 % | 46 % | 54 % | 91 % | 80 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Grčka

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

U Grčkoj su kanali ET1, Megachannel, Antenna 1, Sky i Star, koji predstavljaju 79,1 % publike, emitirali otprilike 62,6 % europskih djela tijekom 1998. godine. Svi televizijski kanali u periodu 1995./1996. izvijestili su o potpunoj primjeni pravila o većinskoj kvoti europskih djela. Postoci su porasli gotovo u svim slučajevima u periodu 1997./1998. u usporedbi s prethodnim razdobljem. Star Channel, nakon što je pao ispod 50 % europskih djela 1997., narastao je iznad te brojke 1998.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Grčka je u ovom razdoblju popravila udio nezavisne produkcije na nacionalnim televizijskim kanalima, osobito na ET1, ET2 i TV Makedonia, pri čemu su se prva dva popela na oko 20 %, a treći na 100 %. Svi kanali, uz iznimku ANT 1, ispunjavali su odredbe članka 5.

Tablica 53. Podaci o televizijskim kanalima

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| ET1 | ERT A.E. | 80 % | 82 % | 51 % | 60 % | 83 % | 85 % |
| NET | ERT A.E. | 86,1 % | 99,25 % | 18,6 % | 18,71 % | 75,71 % | 58,45 % |
| ET3 | ERT.A.E. | 73,6 % | 73,34 % | 17,68 % | 16,21 % | 12,31 % | 18 % |
| ANT1 | Antenna TV A.E. | 88,71 % | 93,74 % | 11,23 % | 6,25 % | 87,15 % | 72,16 % |
| KANALI 5 | Eleftheri Tileorassi | 84 % | 61 % | 11,2 % | 44,95 % | 32 % | 13 % |
| MEGA CHANNEL | Tiletypos S.A. | 63 % | 71 % | 53 % | 57 % | 44,5 % | 51,9 % |
| New Channel | Neo Kanali | 70 % | 70 % | 40 % | 40 % | 49,98 % | 49,98 % |
| Seven X | Nea Radiofoniki | 87,7 % | 88 % | 94 % | 98 % | 100 % | 93 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Prooptiki A.E. | | | | | | |
| Sky | Elliniki Doriforiki Tileorassi E.E. | 56 % | 58 % | 22 % | 26 % | 8 % | 11 % |
| Star Channel | Nea Tileorassi A.E. | 46 % | 52 % | 27,7 % | 28,4 % | 55 | 58 % |
| TV Makedonia | Radiotileoptikes Epihirissis AE | 61,5 % | 66,3 % | 100 % | 100 % | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Španjolska

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

U Španjolskoj su kanali TVE 1, TVE 2, Antena 3 i Tele 5, koji predstavljaju 77,5 % publike, emitirali otprilike 53,3 % europskih djela 1998. godine. Svi kanali primjenjuju članak 4. u referentnom periodu, s iznimkama Tele 5 i Antena 3 (samo za 1997.) čiji je postotak emitiranja europskih djela ipak porastao. Od ukupno 13 kanala, 7 od njih povećalo je udio europskih djela, 3 su smanjila, a 3 su ostala nepromijenjena.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Većina kanala ispunjavala je kriterije Direktive i povećala udjele nezavisne produkcije od proteklog razdoblja 1995./1996. Međutim, CST, ETB1 i TVG pale su ispod 10 % odredbe za nezavisnom produkcijom iako su u prethodnom periodu ispunile taj postotak. TV3 još uvijek nije u potpunosti primjenjivala članak 5, ali je povećala njegovu primjenu sa 2,2 na 9,2 %.

Tablica 54. Podaci o televizijskim kanalima

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| TVE-1 | RADIO TELEVISION ESPANOLA | 53,01 % | 55,7 % | 16 % | 12,4 % | 20,8 % | 19,6 % |
| TVE-2 | RADIO TELEVISION ESPANOLA | 66,1 % | 69 % | 21,7 % | 19,8 % | 10,3 % | 10,8 % |
| ANTEN A-3 | ANTENA-3 TELEVISION | 45,1 % | 51,9 % | 25 % | 30,8 % | 16,7 % | 25,1 % |
| TELE-5 | GESTEVISION TELE 5 | 39,7 % | 45,2 % | 38 % | 41 % | 34 % | 36 % |
| CANAL+ | SOCIEDAD DE T.V. CANAL+ SOGECABLE | 53,9 % | 52,5 % | 42 % | 42,6 % | 80 % | 81 % |
| CST | RADIOTELEVISION ANDALUZA | 72,2 % | 68,8 % | 14,4 % | 6,6 % | 12,8 % | 4,7% |
| ETB-1 | EUSKAL IRRATI TELEBISTA | 90,4 % | 91,6 % | 6,4 % | 7,4 % | 5,9 % | 6,8 |
| ETB-2 | EUSKAL IRRATI TELEBISTA | 52,9 % | 51,9 % | 18,4 % | 15 % | 8,6 % | 9,2 |
| TV3 | TELEVISION CATALUNA | 58,1 % | 58,7 % | 12,9 % | 9,2 % | 8,2 % | 7,3 |
| TV33 | TELEVISION CATALUNA | 74,3 % | 71,1 % | 12,5 % | 15,1 % | 8 % | 10,1 |
| TVG | TELEVISION GALICIA | 80,7 % | 79,5 % | 4,3 % | 3,6 % | 3,9 % | 2,7 |
| TVAM | TELEVISION MADRID | 58,2 % | 68,8 % | 13,9 % | 12,6 % | 9,1 % | 8,9 % |
| TW | RADIOTELEVISION VALENCIANA | 54,4 % | 53,2 % | 11,2% | 12,2 % | 7,8 % | 8,4 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Francuska

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

U Francuskoj su kanali TF 1, France 2, France 3, Canal + i M6, koji predstavljaju 92,6 %publike, emitirali otprilike 69,2 % djela europske proizvodnje 1998. Zemaljski kanali i većina kabelskih televizija ispunjavali su članak 4. Direktive. Međutim, nekoliko kabelskih kanala nije ispunilo kvotu većinskog udjela europskih djela (11 kanala u 1997. i njih 9 u 1998.). I u francuskom izvješću se to objašnjava relativnom novošću televizijskog kanala ili posebnim interesima specijaliziranih kanala. .

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Svi francuski kanali prešli su traženih 10 % nezavisne produkcije. Dobar je primjer La Cinquieme, zemaljski kanal koji je pao sa 72 % nezavisne produkcije 1995. na 15 % 1997., da bi onda porastao na 20,5 % u 1998. Kabelski kanali pokazivali su uzlazni trend.

Tablica 55. Podaci o kanalima zemaljskih televizija

| Channel | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| TF1 | 64,2 % | 65 % | 15,5 % | 16,6 % | 100 % | 100 % |
| France 2 | 78,2 % | 77,3 % | 18,6 % | 19,6 % | 100 % | 100 % |
| France 3 | 71,6 % | 70,7 % | 19 % | 20,7 % | 100 % | 100 % |
| Canal + | 62,1 % | 62,1 % | 14,5 % | 15,3 % | 100 % | 100 % |
| La Cinquieme | 80,9 % | 82,3 % | 15 % | 20,5 % | 100 % | 100 % |
| M6 | 67,6 % | 66,7 % | 17,7 % | 17,7 % | 100 % | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 56. Podaci o kanalima kabelskih televizija

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| AB1 CHANNEL | ABsat SA | 15 % | 26 % | 0 | 26 % | NR | 1 % |
| ACTION( | ABsat SA | 37 % | 35 % | 37 % | 35 % | NR | 4 % |
| ANIMAUX | ABsat SA | 50 % | 61 % | 50 % | 60 % | NR | 58 % |
| AUTOMOBIL | ABsat SA | 91 % | NR | 91 % | NR | NR | NR |
| CANAL J | Canal J SA | 65 % | 60 % | 43 % | 40 % | NR | 65 % |
| CANAL JIMMY | Canal Jimmy SA | 55 % | 63 % | 37 % | 37 % | NR | NR |
| CHASSE ET PECHE | ABsat SA | 70 % | 64 % | 70 % | 39 % | NR | 34 % |
| CINE CINEMAS 1<br>CINE CINEMAS II<br>CINE CINEMAS III | Cine-Cinema Cable SA | 52 % | 60 % | 67 % | 70 % | NR | NR |
| CINE CLASSICS | Cine-Cinema Cable SA | 75 % | 62 % | 66 % | 64 % | 0 | 00) |
| CINE-PALACE | ABsat SA | 34 % | 47 % | 34 % | 47 % | NR | 7 % |
| CINESTAR 1 | TPS Cinema | 38 % | 50 % | 38 % | 50 % | NR | NR |
| CINESTAR 2 | TPS Cinema | 33 % | 47 % | 33 % | 47 % | NR | NR |
| CINETOILE | TPS Cinema | 34 % | 55 % | 34 % | 55 % | NR | NR |
| COMEDIE | SECC | / | 60 % | / | 17 % | / | 44 % |
| DISNEY CHANNEL | Disney Channel France SA | 41 % | 51 % | 41 % | 47 % | NR | 44 % |
| ENCYCLOPEDIA | ABsat SA | 62 % | 62 % | 62 % | 62 % | NR | 46 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće.

Tablica 57. Podaci o kanalima satelitskih televizija

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| ESCALES[(C)] | ABsat SA | 65 % | 72 % | 65 % | 70 % | NR | 61 % |
| FESTIVAL[(C)] | France Telefilms | 89 % | 92 % | 89 % | 92 % | 27 % | 42 % |
| FORUM PLANETE[(b)] | Planete Cable SA | / | 81 % | / | 50 % | / | NR |
| FOX KIDS[(C)] | Fox Kids France | / | 51 % | / | 11 % | / | 21 % |
| FUN TV[C)] | Fun TV SNC | 60 % | 50 % | 10 % | 10 % | NR | NR |
| Histoire | Histoire SA | / | 61 % | / | 13 %® | / | 75 % |
| KIOSQUE^ | Kiosque SNC | / | 24 % | NR | NR | NR | NR |
| LA CHAINE HISTOIRE | ABsat SA | 66 % | 61 % | 66 % | 61 % | NR | 52 % |
| MANGAS | ABsat SA | 14 % | 31 % | 14 % | 28 % | NR | 6 % |
| MCM Euromusique^ | Euromusique SA | 81 % | 75 % | 33 % | 31 | 88 % | 89 % |
| MEZZO | France Telemusique | / | 65 % | / | NR | / | NR |
| MONTE CARLO TMC | Monegasque des ondes | NR | NR | NR | NR | NR | NR |
| MULTIVISION^ | Telcarte SA | 14 % | 16 % | 14 % | 16 % | NR | NR |
| MUSIQUE CLASSIQUE | ABsat SA | / | 98 % | / | 98 % | / | 40 % |
| MUZZIK | Euromusique SA | 78 % | 88 % | 80 % | 76 % | 19 % | 21 % |
| NOSTALGIE LA TELE | ABsat SA | 53 % | 75 % | 53 %[(b)] | 75 % | NR | NR |
| ODYSSEE | Societe d'exploitation de documentaires SA | 78 % | 80 % | 72 % | 75 % | NR | 45 % |
| PARIS PREMIERE | Paris Premiere SA | 97 % | 94 % | 82 % | 93 % | NR | NR |
| PLANETE | Planete Cable SA | 75 % | 75 % | 57 % | 52 %® | NR | NR |
| POLAR | ABsat SA | 52 % | 61 % | 52 % | 61 % | NR | 4 % |
| RIRE | ABsat SA | 62 % | 65 % | 62 % | 65 % | NR | 3 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ROMANCE | ABsat SA | 54 % | 56 % | 54 % | 56 % | NR | 5 % |
| SEASONS | Multithematique SA | 70 % | 78 % | 16 %® | 78 % | NR | NR |
| SERIE CLUB | Extension TV SA | 56 % | 55 % | 47 % | 46 % | NR | NR |
| TELETOON | TPS Jeunesse | 74 % | 65 % | 59 % | 65 % | NR | NR |
| TEVA | Sedi TV SNC | 65 % | 51 % | 44 % | 45 % | NR | NR |
| 13eme RUE | Societe Universal Studios Channels France | / | 26 % | / | NR | / | NR |
| TV5 EUROPE | Societe Satellimages TV5 | 97 % | 95 % | NR | 95 %^ | NR | NR |
| VOYAGE | SAS Voyage | 83 % | 79 % | 56 % | 65 % | NR | NR |
| XXL | ABsat SA | 43 % | 76 % | 43 % | 61 % | NR | 50 % |
| ZIK | ABsat SA | / | 64 % | / | 64 % | / | 99 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće.

Irska

Primjena članka 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica

U Irskoj su kanali RTE1 i Network 2, koji su predstavljali 53 % publike, emitirali otprilike 87 % europskih radova 1998. godine. Irska je nastavila uglavnom bez problema ispunjavati odredbe oba članka Direktive.

Tablica 58. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| Teilifis Na Gaeilge | RTE | - | 95 % | - | 64 % | - | 100 % |
| RTE1 | RTE | 84 % | 81% | 15 % | 15,5 % | 100 % | 100 % |
| Network 2 | RTE | 85 % | 83 % | 20 % | 21 % | 100 % | 100 % |
| TV 3 | TV 3 | - | - | - | - | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka - predstavlja kanal koji nije emitirao u određenom periodu.

Italija

Primjena članka 4 Direktive o televiziji bez granica

U Italiji su kanali RAI Uno, Rai Due, Rai Tre, Canale 5, Italia 1, Rete 4 i TMC, koji su predstavljali 92,2 % publike, godine 1998. emitirali otprilike 68,2 % europskih djela. Četiri glavna kanala od ukupno 11 na koje se odnosilo istraživanje, primjenjivala su članak 4., odnosno ispunjavala su kvotu većinskog udjela europskih djela. Primjene ovog članka rasle su u zemljama članicama, kao što je i prosjek emitiranih europskih djela općenito rastao (osim Canale 5). Na tom je kanalu postotak europskih djela bio u laganom padu u periodu od 1995. do 1996. Ovaj se napredak odnosio i na one televizije koje nisu uspjele ispuniti članak 4. (Italia Uno i Retequattro).

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Italija je podnijela tek fragmentarne podatke o nezavisnoj produkciji . U slučajevima u kojima su podaci poznati televizijski su kanali u potpunosti ispunjavali kvotu određenu Direktivom. Unatoč zadovoljavajućoj kvoti, trend je bio u silaznoj putanji.

Tablica 59. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| RAI Uno | RAI - SpA | 74,2 % | 81,1 % | 19,7 % | 16,5 % | 59,9 % | 71,4 % |
| RAI Due | RAI - SpA | 75 % | 78,4 % | 36,3 % | 34,5 % | 77,3 % | 80,1 % |
| RAITre | RAI - SpA | 81,8 % | 81,7 % | 29,7 % | 25,6 % | 50,4 % | 60,4 % |
| Canale 5 | RTI SpA | 69,4 % | 69,9 % | 28,2 % | 18,8 % | 81,8 % | 82,6 % |
| Italia Uno | RTI SpA | 40,9 % | 44,9 % | 16,4 % | 15,6 % | 40,4 % | 38,1 % |
| Retequattro | RTI SpA | 41,3 % | 44,3 % | 21,1 % | 18,4 % | 21,1 % | 22,8 % |
| Tele+ Nero[3] | Prima TV SpA | 38,6 % | 42,1 % | 14 % | 20,8 % | 11,6 % | 19,4 % |
| Tele+ Bianco[4] | Europa TV SpA | 65,4 % | 48 % | 7,4 % | 22,1 % | 6,1 % | 22,2 % |
| Tele+ Grigio[5] | Omega TV SpA | 99,9 % | NR | NR | NR | NR | NR |
| TMC | TV Internazionale SpA | 16,2 % | 19 % | NR | NR | 1,3 % | 2,1 % |
| TMC2 | Beta TV SpA | 15,3 % | 14,8 | NR | NR | NR | NR |
| Rete Mia | Vallau Italiana Promomarket Srl | NR | NR | NR | NR | NR | NR |
| Rete Capri | TBS Srl | NR | NR | NR | NR | NR | NR |
| Rete A | Rete A Srl | NR | NR | NR | NR | NR | NR |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označuje da nije podneseno izvješće.

Luksemburg

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

U Luksemburgu je RTL Tele Letzebuerg, kanal koji predstavlja 58,32 % publike u *prime timeu*, emitirao 100 % europskih djela tijekom 1997. i 1998. Što se tiče kanala koji su emitirali i u drugim zemljama članicama, treba naglasiti kako je RTL 5 konstantno povećavao udio emitiranja europskih djela. Od zadnjeg izvješća RTL-TVi dostigla je punu primjenu 1998., a Club RTL 1997. Međutim, pet kanala nije uspjelo osigurati većinski udio europskih djela u izvještajnom razdoblju: RTL5 (1997./1998.), RTL Tvi (1997.), RTL 9 (1998.), RTL9 SAT (1998.) i RTL7 (1997./1998.). Rezultati kanala RTL9 odraz su rekonstrukcije programa u razdoblju između 1997. i 1998. RTL7 počeo je emitirati u prosincu 1996., no osigurao je manji udio u vremenu emitiranja nego u prethodnom periodu.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Luksemburg je uglavnom ispunjavao zahtjeve članka 5. Direktive o nezavisnoj produkciji. Četiri kanala (RTL5, RTL Television, RTL TVi i Club TV) povećali su postotak zastupljenosti nezavisne produkcije, a tri su kanala (RTL4, RTL9 i RTL7) bilježila pad u odnosu na proteklo izvještajno razdoblje.

Tablica 60. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| RTL4 | CLT-UFA | 58,50 % | 53,70 % | 38,28 % | 38,90 % | 31,80 % | 32,10 % |
| RTL5 | CLT-UFA | 42,30 % | 49,30 % | 25,70 % | 31,50 % | 10,70 % | 16,80 % |
| RTL Television | CLT-UFA | 58,68 % | 65,98 % | 36 % | 51 % | 35 % | 50 % |
| RTL TVi | CLT-UFA | 46,51 % | 51,79 % | 22,83 % | 29,68 % | 19,49 % | 21,37 % |
| Club RTL | CLT-UFA | 53,39 % | 54,25 % | 34,96 % | 26,52 % | 14,45 % | 4,09 % |
| RTL9 terrestrial | CLT-UFA | 52,85 % | 44,41 % | 31,18 % | 35,97 % | 7,47 % | 3,04 % |
| RTL9 SAT | CLT-UFA | 50,63 % | 43,79 % | 31,39 % | 35,91 % | 7,46 % | 5,26 % |
| RTL7* | CLT-UFA | 29,17 % | 27,75 % | 25,56 % | 24,26 % | rather small % | rather small % |
| RTL Tele Letzebuerg | CLT-UFA | 100 % | 100 % | 11,50 % | 18 % | 11,50 % | 12,70 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Nizozemska

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

U Nizozemskoj su kanali NED 1, TV2, NED 3, Veronica i SBS 6, koji predstavljaju 54,2 % publike, emitirali otprilike 76,3 % europskih djela tijekom 1998. Većina televizijskih kanala uključenih u izvješće (7 od 11) primjenjivala je članak 4. Neki su kanali lagano povećali udio vremena emitiranja posvećenog europskim djelima, dok su ostali bili nepromijenjeni. SBS 6 (sport), TV10/Fox i Canal + 1 i 2 (plaćeni kanali) bili su još daleko od zahtijevane kvote. Commissariaat voor de Media (Regulatorno tijelo) pokrenulo je procedure protiv SBS6 i TV10 zbog neispunjavanja kvote za europska djela, što je specificirano i u članku 52k Dekreta o nizozemskim medijima.

Primjena članka 5 Direktive o televiziji bez granica

U Nizozemskoj su svi televizijski kanali povećali udio nezavisne produkcije. U slučaju televizije Canal + to je povećanje bilo osobito vidljivo (od 17 % u 1996. godini do 100 % u razdoblju 1997./1998.).

Tablica 61. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| Nederland 1 | Public service broadcaster | 80 % | 81 % | 26 % | 32 % | 85 % | 79 % |
| TV2 | Public service broadcaster | 88 % | 91 % | 35 % | 40 % | 93 % | 96 % |
| Nederland 3 | Public service broadcaster | 87 % | 89 % | 22 % | 28 % | 64 % | 64 % |
| Veronica | HMG b.v. | 69 % | 69 % | 62 % | 64 % | 98 % | 97 % |
| SBS6 | SBS 6 b.v. | 43 % | 34 % | 40 % | 32 % | 100 % | 100 % |
| TV10 / Fox | TV10 Gold b.v. | 37 % | 22 % | | 63 % | 0 % | 15 % |
| Kindernet | Kindernet c.v. | 55 % | 55 % | 75 % | 75 % | 62 % | 62 % |
| TMF | The Music Factory b.v. | > 50 % | > 50 % | | | 99 % | 99 % |
| The Box | The Box Holland b.v. | + 65 % | + 65 % | | | 99 % | 99 % |
| Canal+1 | Canal | 19 % | 24 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | +Nederland b.v. | | | | | | |
| Canal + 2 | Canal + Nederland b.v. | 19 % | 24 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Portugal

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

U Portugalu su kanali RTP1, RTP2, SIC i TVI, koji svi zajedno pokrivaju cjelokupnu publiku, godine 1998. emitirali otprilike 43,4 %, dok su kanali RTP2 i RTPI (međunarodni kanali) ispunjavali zahtjeve Direktive. SIC i TVI još su uvijek bili ispod prosjeka zadanog kvotom.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

U Portugalu su svi televizijski kanali ispunjavali kvotu nezavisne produkcije. U svom su izvješću portugalske vlasti ukazivale na problem slabosti nacionalne produkcije u odnosu na jaku konkurenciju produkcije brazilskog porijekla. Tri kanala (RTP 1, RTP2 i TV1) povećali su udio nezavisne produkcije, dok su dva druga (RTP1 i SIC) pala u usporedbi s prethodnim izvještajnim periodom 1995./1996.

Tablica 62. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| RTP1 | RTP | 54 % | 59,9 % | 29 % | 31,5 % | 92 % | 91 % |
| RTP2 | | 51 % | 51,1 % | 24 % | 23,1 % | 44 % | 50,4 % |
| RTPI | | 100 % | 98 % | 40 % | 41 % | 80 % | 84 % |
| SIC | SIC | 29 % | 35,7 % | 15 % | 18 % | 91 % | 90,7 % |
| TVI | TVI | 23 % | 26,2 % | 13 % | 18,7 % | 52 % | 71,7 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Finska

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

U Finskoj su kanali MTV3, TV1, TV2 i Nelonen, koji predstavljaju 95 % publike, emitirali gotovo 64,2 % europskih djela 1998. Općenito gledajući, Finska je u potpunosti primijenila Direktivu. Kanal Nelonen uspio je posvetiti više od 50 % vremena svoga emitiranja europskim djelima tijekom 1997./1998.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Četiri kanala u Finskoj ispunjavala su zahtjeve Direktive, iako su podaci pokazivali silazni trend tijekom izvještajnog razdoblja.

Tablica 63. Popis televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| TV1 | Yleisradio Oy/Finnish Broadcasting Company | 81 % | 81 % | 12 % | 13 % | 65 % | 66 % |
| TV 2 | Yleisradio Oy/Finnish Broadcasting Company | 69 % | 70 % | 19 % | 17 % | 69 % | 54 % |
| MTV 3 | MTVOy | 58 % | 53 % | 26 % | 20 % | 100 % | 100 % |
| Nelonen (4) | Oy Ruutunelonen Since 1.6.1997 | 50 % | 50 % | 36 % | 36 % | 100 % | 86 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Švedska

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

Kanali ZTV, TV8, SVT1, SVT2, UR, TV4 ispunili su postavljenu kvotu emitiranja europskih djela. Pet ostalih kanala to nije uspjelo dostići. Zanimljiv je podatak da su kanali Canal i Canal + Gul udvostručili prosjek emitiranja europskih djela, no to je još uvijek bilo daleko ispod traženoga većinskog udjela. TV Cinema 1000 i 6 jedva da su uopće zabilježile bilo kakav napredak.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

U Švedskoj su općenito svi kanali koji su dostavili svoje podatke ispunili zahtjeve Direktive. Međutim, tri kanala (ZTV, STV1 i STV2) zabilježila su pad u udjelu nezavisne produkcije u programima nacionalnih televizija, a samo jedan kanal (TV4) pokazao je napredak u odnosu na prethodni period 1995./1996.

Tablica 64. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| TV 1000 | TV1000 Serige AB | 29,1 % | 30,4 % | NA | NA | NA | NA |
| Cinema | TV 1000 Sverige AB | 28,2 % | 29,5 % | NA | NA | NA | NA |
| Canal + | Canal + Television AB | 19 % | 22,4 % | NA | Almost all | NA | Majority |
| Canal + Gul | Canal + Television AB | 19 % | 21 % | NA | Almost all | NA | Majority |
| ZTV | ZTVAB | 79,4 % | 78,71 | 0 % | 11,83 % | NA | 100 % |
| 6 | TV 6 Broadcasting AB | 43 % | 49 % | 3 % | NA | NA | NA |
| TV 8 | Televisions-aktiebolaget TV 8 | 75 % | 95 % | 75 % | 92 % | NA | 100 |
| SVT1 | Sveriges Television AB | 83 % | 86 % | 22 % | 14 % | NA | 100 |
| SVT2 | Sveriges Television AB | 88 % | 86 % | 18 % | 14 % | NA | 100 |
| UR | Sveriges Utbildningsradio AB | 98,3 % | 98 % | 34,4 | 33% | NA | 22 |
| TV 4 | TV4AB | 54,2 % | 52,69 | 75,6 | 53,42 % | NA | NA |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NA označuje podatak nije dostupan.

Velika Britanija

Primjena članka 4. Direktive o televiziji bez granica

Broj kanala u Velikoj Britaniji naglo je porastao u odnosu na prethodni period.

Za većinu novih kanala nema nikakvih pokazatelja, kao ni za ostale nove kanale koji su se uglavnom ispričali zbog nedovoljne zastupljenosti europskog programa. U odnosu na prošlo razdoblje, 26 kanala povećalo je udio europske produkcije u emitiranom programu, 14 je ostalo nepromijenjeno, a 19 kanala smanjilo je taj udio. Trideset i sedam kanala bilo je ispod kvote koja je određena Direktivom.

Prema izloženim podacima, 1998. kanali BBC 1, BBC 2, ITV, Channel 4 i Channel 5, koji predstavljaju 86,8 % publike, emitirali su gotovo 68,2 % europskih djela. U usporedbi s prethodnim izvješćem, 26 kanala povećalo je udio europske produkcije, 14 ih je ostalo stabilno, 19 kanala doživjelo je neku vrstu redukcije, a njih 37 palo je daleko ispod propisane kvote.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Veliki broj kanala u Velikoj Britaniji ispunjavao je kvotu od 10 % nezavisne produkcije, ali podaci za 53 kanala nisu dostavljeni. Dvadeset kanala palo je ispod 10 %. U usporedbi s prethodnim razdobljem 33 kanala pokazalo je povećanje udjela nezavisne produkcije, dok je 16 kanala bilježilo pad. Prema nacionalnom izvješću, 27 kanala izuzeto je od obveze prikazivanja svojih podataka.

S obzirom na velik broj kanala u Velikoj Britaniji, prikazani podatci podijeljeni su u nekoliko tablica kako bi sve bilo preglednije.

Tablica 65. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998 |
| TV (formerly The Computer Channel) | | 64 % | 96 % | 39 % | 96 % | 39 % | 96 % |
| 3+ | | 28 % | 20 % | 9 % | 14 % | 9 % | 14 % |
| Ace TV | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Adult Channel | | 47 % | 52 % | 28 % | 34 % | 27 % | 31 % |
| Ag Vision | | 100 % | N/O | 0 % | N/O | 0 % | N/O |
| Animal Planet | | 63 % | 64 % | 59 % | 60 % | 41 % | 33 % |
| Apna TV | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Arab News Network | | N/O | Exempt | N/O | Exempt | N/O | Exempt |
| Ark 2 | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Asianet | | 7 % | 77 % | 1 % | 15 % | 1 % | 15 % |
| Auction Channel | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Babylon Blue | Non ITC licensee | | | | | | |
| Bar Channel | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| BBC Choice | | N/O | 97 % | N/O | 20 % | N/O | NA |
| BBC News 24 | | 100 % | 100 % | 0 % | 0 % | NA | NA |
| BBC Prime | | 100 % | 100 % | 13 % | 22 % | NA | NA |
| BBC World | | 99 % | 95 % | 3 % | 13 % | NA | NA |
| BBC1 | | 70 % | 66 % | 15 % | 17 % | NA | NA |
| BBC2 | | 63 % | 77 % | 18 % | 15 % | NA | NA |
| Bet on Jazz International | | N/O | 2 % | N/O | 0 | N/O | 0 |
| Bloomberg | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Informatin Television | | | | | | | |
| Box Music TV | | 76 % | 72 % | 26 % | 22 % | 19 % | 22 % |
| Bravo | | 20 % | 21 % | 0 % | % | 0 % | 4 % |
| Capital Network | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| CarltonFood Network | | 93 % | 95 % | 34 % | 42 % | 34 % | 40 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka N/O ukazuje na to da podaci nisu dostavljeni. Kratica NA označuje podatak nije dostupan.

Tablica 66. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| Carlton Select | | 75 % | 75 % | 23 % | 25 % | 14 % | 9 % |
| Cartoon Network | | 20 % | 24 % | 20 % | 24 % | 11 % | 16 % |
| Catholic Television Trust Ltd | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O % | N/O |
| Challenge TV | | 56 % | 64 % | 26 % | 47 % | 21 % | 20 % |
| Chand Television | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Channel 4 | | 63 % | 62 % | 43 % | 40 % | 41 % | 37 % |
| Channel 5 | | 60 % | 52 % | 56 % | 35 % | 56 % | 34 % |
| Channel 7 Europe | | N/O | 55 % | N/O | 23 % | N/O | 21 % |
| Chinese Channel | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Chinese News and Entertainment | | 4 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Christian Channel | | 20 % | 28 % | 16 % | 17 % | 16 % | 17 % |
| Christian Communications Network (Europe) Limited | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| CNBC | | 56 % | 68 % | 56 % | 0 % | 56 % | 0 % |
| CNN International | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Country Music Television | | | | | | | |
| Television | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Crime Channel | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Cultural | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Television | | | | | | | |
| Discovery Channel (Europe) | | 57 % | 67 % | 46 % | 59 % | 44 % | 56 |
| Discovery Home & Leisure | | 44 % | 48 % | 27 % | 40 % | 25 % | 33 |
| Disney Channel UK | | 14 % | 25 % | 3 % | 4 % | 3 % | 2 % |
| Dragon | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| EBN | | Exempt | N/O | Exempt | N/O | Exempt | N/O |
| EDTV | Non ITC licensee | | | | | | |
| European Network Broadcasting | | N/O % | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka N/O ukazuje na to da podaci nisu dostavljeni.

Tablica 67. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| Film on Four | | N/O | NA | N/O | NA | N/O | NA |
| Fox Kids | | 15 % | 16 % | 13 % | 13 % | 10 % | 11 % |
| Fox Kids Scandinavia | | N/O | 13 % | N/O | 13 % | N/O | 5 % |
| Front Row (with the Barker Channel) | | N/O | 26 % | N/O | 0 % | N/O | 0 % |
| FrontRow (with the Barker Channel) | | N/O | 17 % | N/O | 0 % | N/O | 0 % |
| Gay TV | | N/O | 90 % | N/O | 20% | N/O | 20 % |
| GSB Goodlife TV | | 81 % | 53 % | 0 % | 2 % | 0 % | 2 % |
| GSB Men & Motors | | 89 % | 58 % | 25 % | 10 % | 25 % | 10 % |
| GSB Plus | | 91 % | 79 % | 16 % | 17 % | 8 % | 6 % |
| GSB Talk TV | | 38 % | N/O | 0 % | N/O | 0 % | N/O |
| HBO | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Het Weer Kanaal | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| History Channel | | 31 % | 37 % | 12 % | 19 % | 12 | 19 % |
| Home Order Television | No longer ITC licensee | Exempt | - | Exempt | - | Exempt | - |
| Home Shopping Network Now Quantum Channel | | | | | | | |
| Home Video Channel | | 15 % | 15 % | 7 % | 6 % | 5 % | 5 % |
| Il Canale Meteo | | Exempt | N/O | Exempt | N/O | Exempt | N/O |
| Indus Television | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| International Media | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Service TV | | | | | | | |
| Intershop | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| ITV | | 69 % | 71 % | 22 % | 25 % | 19 % | 18 % |
| ITV2 | | N/O | 78 % | N/O | 13 % | N/O | 13 % |
| JSTV | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka N/O ukazuje na to da podaci nisu dostavljeni. Kratica NA označuje podatak nije dostupan.

Tablica 68. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| Kanal 5 | | 19 % | 23 % | 16 % | 21 % | 7 % | 1 % |
| Kindernet CV | N o n I T C licensee | | | | | | |
| Knowledge TV | | 30 % | N/O | 2 % | N/O | 2 % | N/O |
| Landscape Channel | | 91 % | 83 % | 83 % | 79 % | 100 % | 100 % |
| Live TV | | 79 % | 78 % | 8 % | 4 % | 6 % | 0 % |
| Living | | 51 % | 40 % | 51 % | 40 % | 44 % | 33 % |
| MBC Ltd (Middle East Broadcasting) | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| MedTV | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Media Shop Television | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Minaj Broadcast | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| MTV Central | | 89 % | 94 % | 65 % | 89 % | 30 % | 71 % |
| MTV Europe | | 86 % | 96 % | 61 % | 94 % | 30 % | 94 % |
| MTV Nordic | | 89 % | 95 % | 66 % | 89 % | 30 % | 72 % |
| MTV South | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| MTV (UK) | | 90 % | 93 % | 66 % | 86 % | 30 % | 68 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Muslim Television | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Namaste TV | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| National Geographic | | 12 % | 14 % | 11 % | 11 % | 6 % | 5 % |
| NBC Europe | | 52 % | 54 % | 46 % | 54 % | 46 % | 51 % |
| Nickelodeon | | 23 % | 25 % | 14 % | 17 % | 7 % | 8 % |
| Nickelodeon Nordic | | 17 % | 18 % | 14 % | 16 % | 3 % | 8 % |
| Novashop | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Novashop 2 | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka N/O ukazuje na to da podaci nisu dostavljeni.

Tablica 69. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| MTV South | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| MTV (UK) | | 90 % | 93 % | 66 % | 86 % | 30 % | 68 % |
| Muslim Television | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Namaste TV | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| National Geographic | | 12 % | 14 % | 11 % | 11 % | 6 % | 5 % |
| NBC Europe | | 52 % | 54 % | 46 % | 54 % | 46 % | 51 % |
| Nickelodeon | | 23 % | 25 % | 14 % | 17 % | 7 % | 8 % |
| Nickelodeon Nordic | | 17 % | 18 % | 14 % | 16 % | 3 % | 8 % |
| Novashop | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Novashop 2 | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Paramount Comedy Channel | | 19 % | 17 % | 8 % | 6 % | 7 % | 4 % |
| Parliamentary Channel | | 97 % | 97 % | 73 % | 97 % | 73 % | 97 % |
| Penthouse Channel | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Performance The Arts Channel | | 72 % | 71 % | 27 % | 21 % | 6 % | 5 % |
| Playboy TV | | 8 % | 11 % | 8 % | 11 % | 8 % | 11 % |
| Pro Sieben | Non ITC licensee | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Promotional Channel | | N/A | N/O | N/A | N/O | N/A | N/O |
| Punjabi UK TV | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Q24 | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Quantum Channel | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| QVC | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| QVC Deutschland Promotional | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Racenet | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Racing Channel | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Rainbow Television Network | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Rapture | | N/O | 100 | N/O | 0 % | N/O | 0 % |
| Regal Shop | | Exempt | N/O | Exempt | N/O | Exempt | N/O |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka N/O ukazuje na to da podaci nisu dostavljeni.

Tablica 70. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1997. |
| S4C - Anologue | | 99 % | 100 % | 56 % | 74 % | 54 % | 73 % |
| S4C - Digital | | N/O | 100 % | N/O | 90 % | N/O | 81 % |
| SAT1 | Non ITC licensee TIC | | | | | | |
| Sat-7 | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Satellite Information Services-Racing Facts | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Sci-Fi Channel | | 7 % | 13 % | 4 % | 4 % | 1 % | 3 % |
| Sell-a-Vision | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Setanta Sport | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Sima TV | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| SIS | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Sky 2 | | 62 % | N/O | 0 % | N/O | 0 % | N/O |
| Sky Cinema (formerly Sky Movies Gold) | | 19 % | 12 % | 10 % | 8 % | 0 % | 2 % |
| Sky Movie Max (formerly Screen 1 and Sky Movies) | | 25 % | 16 % | 9 % | 8 % | X | 5 % |
| Sky News | | 88 % | 90 % | 25 % | 24 % | 25 % | 24 % |
| Sky One | | 44 % | U | 4 % | 4 % | 3 % | 4 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sky Premier (formerly known as Screen 2 and as the Movie Channel) | | 17 % | 17 % | 11 % | 7 % | X | 3 % |
| Sky Scottish | | 100 % | 100% | 12% | 10% | 12 % | 10 % |
| Sky Soap | | 38 % | 39 % | 36 % | 30 % | N/A | N/A |
| Sky Sports 1 | | 86 % | 81 % | 28 % | 27 % | 15 % | 27 % |
| Sky Sports 2 | | 86 % | 79 % | 30 % | 45 % | 19 % | 45 % |
| Sky Sports 3 | | 76% | 70 % | 44 % | 44 % | 24 % | 44 % |
| Sky Travel Channel | | 30 % | 27 % | 9 % | 5 % | 8 % | 5 % |
| Sony Entertainment Television Asia | | N/O | Exempt | N/O | Exempt | N/O | Exempt |
| Sportswire | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Step-up | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Studio Universal | | N/O | 25 % | N/O | 25 % | N/O | 0 % |
| Supershop | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka N/O ukazuje na to da podaci nisu dostavljeni.

Tablica 71. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | | | 1997. |
| Talent Channel | | 20 | N/O | 80 | N/O | 80 | N/O |
| TCC | | 32 | N/O | 28 | N/O | 22 | N/O |
| TCC Nordic | | 28 | 32 | 18 | 11 | 11 | 9 |
| Television X | | 43 | 36 | 19 | 20 | 16 | 14 |
| TESUG TV | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| ThaIPave | | Exempt | N/O | Exempt | N/O | Exempt | N/O |
| TNT (now TNT Classical Movies:Digital) | | 33 | N/O | 33 | N/O | 0 | N/O |
| TNT Classical Movies:Digital | | 36 | 39 | 36 | 39 | 0 | 0 |
| Travel(aka Landmark) | | 50 | 51 | 42 | 52 | 37 | 49 |
| Trouble | | 11 | 10 | 48 | 30 | 8 | 1 |
| TV Land | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TV Shop | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| TV Shop - Sport | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| TV1000 Sverige AB | Non ITC licensee | | | | | | |
| TV3 Denmark | | 35 | 28 | 26 | 18 | 26 | 18 |
| TV3 Norway | | 20 | 18 | 12 | 10 | 12 | 10 |
| TV3 Sweden | | 30 | 30 | 23 | 21 | 23 | 21 |
| UK Arena | | 99 | 94 | 6 | 4 | 1 | 0 |
| UK Channel | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| UK Gold | | 52 | 79 | 17 | 28 | 10 | 11 |
| UK Gold Classics | | N/O | 76 | N/O | 43 | N/O | 19 |
| UK Horizons | | 99 | 95 | 18 | 12 | 18 | 10 |
| UK Play | | N/O | 89 | N/O | 10 | N/O | 11 |
| UK Style | | 100 | 100 | 25 | 25 | 25 | 23 |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka N/O ukazuje na to da podaci nisu dostavljeni.

Tablica 72. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| Vedic Television | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| VH1 | | 93 % | 93 % | 77 % | 91 % | 25 % | 70 % |
| VH1 Export | | 93 % | 93 % | 77 % | 91 % | 25 % | 70 % |
| VIS Television Services Ltd | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Vision Channel | | 60 % | 66 % | 45 % | 56 % | 41 % | 53 % |
| Visual Arts | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| VT4 | | 19 % | 15 % | 14 % | 9 % | 14 % | 21 % |
| WBTV The Warner Channel | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Weather Channel | | N/A | N/O | N/A | N/O | N/A | N/O |
| What's in Store | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| What's in Store 2 | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Williams Worldwide Television | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Wizja TV | | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| World Helth Network | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X1 | | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O | N/O |
| Zee TV (formerly Asia TV) | | 12 % | 10 % | 7 % | 5 % | 0 % | 0% |
| ZTV | | N/A | | N/A | 19 % | N/A | 19 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Oznaka N/O ukazuje na to da podaci nisu dostavljeni.

Općenito gledajući, podaci koje su prikazale zemlje članice primjereni su i odražavaju primjenu članka 4. i 5. Direktive. Odsustvo izvješća za određeni broj televizijskih kanala ne može biti opravdano.

Primjena Direktive u zemljama EFTA-e

U ovom su izvješću po drugi put predstavljeni podaci za zemlje EFTA-e, Island i Norvešku, dok Lihtenštajn nije podnio izvještaj jer u svojoj nadležnosti nema televizijske kanale.

Island

Na Islandu uglavnom nije došlo do nekih značajnih promjena tijekom izvještajnog razdoblja. Nacionalna televizija RUV uglavnom je ispunjavala kvote o udjelu europske produkcije, dok Kanal 2 u tome nije uspio. Podaci za Kanal 2 nisu bili dostavljeni.

Tablica 73. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | E | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| RUV Icelandic National Broadcasting Service Television | 1 | 55 % | 60 % | 37 % | 40 % | 80 % | 80 % |
| Channel 2 Independent Broadcasting service | 1&2 | 35 % | 31 % | NA | NA | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NA označuje podatak nije dostupan.

Norveška

U Norveškoj su NRK AS i NRK2 postigli zadovoljavajuće rezultate u primjeni članka 4. o emitiranju djela europske proizvodnje, dok su podaci za TV2 AS I TVNORGE AS pali u odnosu na proteklo razdoblje.

To je bio rezultat nove programske politike prema kojoj su se akvizicije i produkcija sada dijelile na dva televizijska kanala. Udio nezavisne produkcije, primjena članka 5., bio je u uzlaznoj liniji kod TV2 AS i TVNORGE AS. Podaci za NRK AS i NRK2 znatno s niži budući da su pali s 57 % na 11 % i sa 78 % na 8 %. Ove su brojke ispod kvote određene Direktivom.

Tablica 74. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. | 1997. | 1998. |
| NRK1 | NRKAS | 11 % | 80 % | 11 % | 11 5 | 85 % | 81% |
| NRK2 | NRKAS | 62 % | 69 % | 9 % | 8 % | 67 % | 46 % |
| TV 2 | TV 2 AS | 49,34 % | 50,50 % | 52,4 % | 61,7 % | 100 % | 100 % |
| TVNorge | TVNORGE AS | 14 % | 13,4 | 14 % | 13,4 % | 58 % | 59 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Opće primjedbe

Većina televizijskih kanala koja nije uspjela ispuniti kvote uspostavljene člankom 4. i 5. Direktive, dala je jedno od sljedećih objašnjenja:

- novouspostavljeni programi, rekonstrukcija postojećih ili povećanje obima programa: oslanjajući se isključivo na ekonomske analize, kanali su birali i kupovali jeftine programe koji su bili odmah dostupni, a većina takvih je neeuropskog porijekla
- specijalizirane vrste programa: europska produkcija specijaliziranih programa često je skuplja od sličnih programa neeuropskog porijekla
- statistiku za specijalizirane glazbene kanale vrlo je teško voditi, budući da je ponekad bilo nemoguće odrediti zemlju porijekla televizijskog glazbenog spota
- subsidijarnost kompanija iz zemalja koje nisu članice. Tvrtka-majka određivala je programske satnice i obično koristila svoju produkciju
- kašnjenje u primjeni Direktive

Prva dva argumenta u prvom redu imaju veze s ekonomijom. Komisija je smatrala da će, čak ako i zemlje članice ne poduzmu neke posebne mjere, ti kanali biti vrlo brzo sposobni primijeniti Direktivu. Što se tiče 3., 4. i 5. natuknice, zemlje članice morat će osigurati bolji nadzor kako bi se popravila dotadašnja situacija.

**Peta komunikacija (za razdoblje 1999. – 2000.)**

Peta komunikacija Europske komisije[8] objavljena je 2002. godine. U njoj je Komisija dala prijedlog radnog programa za pravila audiovizualnih servisa, kao i vremenski okvir za buduće akcije.

Kako bi se pomoglo zemljama članicama da ojačaju odgovornost prilikom nadzora primjene Direktive na televizijskim kanalima, kontaktna skupina napisala je jasne upute za implementaciju članka 4. i 5. Te upute trebale su spriječiti razlike u interpretaciji i aplikaciji Direktive, a stupile su na snagu 1. siječnja 1999. Po prvi puta izvješće pokazuje generalne trendove koji se promatraju na razini Unije, ali i na razini pojedinih zemalja članica na koje se odnosi. Osim toga, uspostavljen je i niz indikatora koji se temelje na kriterijima iz članka 4. i 5., kako bi omogućili objektivnu analizu.

Prvi zaključak ove Komunikacije bio je porast televizijskih kanala, čiji je broj s otprilike 550 u siječnju 1999. porastao na 670 u siječnju 2000. Ukupni broj kanala u siječnju 2001. iznosio je oko 820. Rast je bio značajan u mnogim europskim zemljama, a osobito u Španjolskoj, Francuskoj, Italiji, Švedskoj i Velikoj Britaniji.

Što se tiče metodologije, neke zemlje članice nisu uspjele pribaviti sve podatke, osobito za kabelske i satelitske televizijske kanale koji su često ispušteni iz nacionalnih izvješća. Upravo zato Komisija ističe obvezu da se članak 4. i 5. primjenjuju na svim televizijskim programima unutar jurisdikcije određene zemlje.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica"
Indikatori:

1. prosječno vrijeme emitiranja rezervirano za europska djela na europskim kanalima koji imaju najveću gledanost u svakoj zemlji članici
2. postotak primjene odredbi direktive (dostizanje ili prestizanje većinskog udjela europskih programa) za sve vrste televizija u svakoj zemlji članici

[8] European Commission (2002) *Fifth communication from the Commission to the Council and the European Parliament 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/2002/0612 final */*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52002DC0612&from=EN.

3. opći trend, s obzirom na broj televizijski kanala svih tipova, u uvrštavanju europskih djela tijekom izvještajnog razdoblja (1999. – 2000.).

Prosječni postotak programa europske produkcije emitiran na svim televizijskim kanalima u zemljama članicama iznosio je 60,68 % 1999. godine, odnosno , 62 18 % 2000., što je predstavljalo porast od 1,5 % u odnosu na prethodno izvještajno razdoblje. U zemljama članicama prosjek je varirao od 52,4 % do 71, 46 % 1999., odnosno 55, 3 % do 71,18 % u 2000. godini. Iznimka su bili Portugal (48,7 % 1999 i 49, 5 % 2000.) i opet Luksemburg (100 % 1999. i 2000.). Uzlazni trend prikazivanja europskih djela zabilježen je u 12 zemalja članica. Takav je trend bio stabilan u jednoj zemlji, dok je u samo dvije zemlje članice bio u laganom padu. Cjelokupni trend bio je pozitivan u referentnom razdoblju.

Treći se zaključak odnosi na ukupan broj televizijskih kanala koji su dosegli, odnosno premašili udio europskih djela u vremenu emitiranja. Prosječna stopa primjene na svim europskim kanalima iznosila je 68,65 % 1999. i 72,50 % 2000. godine, predstavljajući porast od 3,93 % u referentnom razdoblju. To je impresivan rezultat, uzevši u obzir veliki porast broja kanala, osobito specijaliziranih, tijekom istog razdoblja. Prosječna stopa primjene članka 4. na svim vrstama televizijskih kanala porasla je u devet zemalja članica, bila stabilna u četiri i pala u dva. Opći trend bio je, dakle, pozitivan.

Primjena članka 5. Direktive „Televizija bez granica”

Indikatori:

1. prosječno vrijeme emitiranja, odnosno prosječni udio programskog budžeta dodijeljen europskim djelima nezavisnih producenata (prema izboru zemlje članice)
2. primjena odredbe članka 5. na televizijskim kanalima svih tipova (dostizanje ili prestizanje minimalne kvote od 10 % nezavisne produkcije) u svakoj zemlji članici
3. opći trend s obzirom na broj kanala svih tipova i udjela nezavisne europske produkcije koja je emitirana u svakoj zemlji članici tijekom izvještajnog razdoblja
4. prosječno vrijeme emitiranja, ili prema odluci svake zemlje članice, udio programskog budžeta dodijeljenog novijim radovima iz nezavisne produkcije
5. opći trend u odnosu na broj kanala svih tipova, s obzirom na udio novijih radova iz nezavisne produkcije koja su se emitirala u svakoj zemlji članici tijekom izvještajnog razdoblja (1999. – 2000.).

U ovom dijelu izvješća Komisija je dala primjedbu da zemlje članice nisu uvijek dostavile punu informaciju, osobito u slučajevima kabelskih i satelitskih kanala, dok neke nisu pribavile podatke o emitiranju novijih djela iz nezavisne europske produkcije. Što se tiče primjene članka 5. o zastupljenosti najmanje 10 % nezavisne produkcije, i tu je rezultat nadmašivao odredbu. Udio nezavisne produkcije iznosio je 37,51 % 1999., odnosno 40,47 % 2000. godine. Prosječni udio rezerviran za djela iz nezavisne produkcije varirao je između 21,17 % i 59 % 1999. godine te 20,94 % i 59,26 % u 2000. godini. Opći trend pokazuje porast tijekom referentnog razdoblja u devet zemalja članica, stabilnost u dvije zemlje članice i pad u četiri. Opći je trend stoga bio pozitivan.

Prosječna stopa primjene članka 5. na svim televizijskim kanalima u svim zemljama članicama iznosila je 85,02 % 1999. odnosno 84,81 % 2000. godine, što predstavlja pad od 0,21 % tijekom izvještajnog razdoblja. Prosječna primjena u zemljama članicama varirala je od 48 % do 100 % 1999. godine, odnosno od 58 % do 100 % 2000.
Primjena je porasla u šest zemalja članica, ostala je nepromjenjiva u četiri i pala je u pet, što znači da je opći trend bio pozitivan tijekom izvještajnog razdoblja.

Nova djela nezavisne europske produkcije
Većina zemalja članica u svojim je izvješćima ukazala na pozitivan trend prikazivanja djela novije europske produkcije na svim televizijskim kanalima.

Točnije, nacionalna izvješća pokazuju kako je trend bio pozitivan u četrnaest zemalja članica, dok u jednoj zemlji nije bilo promjene. Ukupni trend bio je pozitivan.

Prosječni udio vremena na svim europskim kanalima u svim zemljama članicama posvećen europskim djelima najnovije proizvodnje (mlađim od pet godina) iznosio je 53,80 % 1999. godine, odnosno 55,71 % 2000., što je predstavljalo porast od 1,91 % tijekom izvještajnog razdoblja. Taj je udio varirao od zemlje do zemlje, i to od 13,48 % do 81,4 % tijekom 1999., odnosno od 12,34 % do 80,25 % u 2000. godini. Opći je trend bio pozitivan u osam zemalja članica, nepromijenjen u jednoj i u silaznoj fazi u šest zemalja. Međutim, sveopći trend tijekom izvještajnog razdoblja ostao je pozitivan.

U zaključku stoji kako svi indikatori pokazuju da su u većini zemalja ciljevi Direktive o televiziji bez granica bili dostignuti. Tablice pokazuju sažetak nacionalnih izvješća za svaku zemlju članicu.

Austrija

ORF1 i ORF2, koji su zajedno imali gledanost od 57,5 % 1999. godine, odnosno 55,6 % 2000., s prosječnim udjelom europskih djela od 56,6 % 1999. godine, odnosno 58,58 % 2000. godine. To predstavlja porast od 2,2 % tijekom izvještajnog razdoblja.

Od tri kanala obuhvaćena izvješćem, dva su premašila propisani većinski udio europskih djela prema članku 4. Direktive. Tek je ORF1 bio značajno ispod zadanog praga (34 % u 1999., odnosno 36,6 % u 2000. godini). Postotak primjene u odnosu na sve televizijske kanale tijekom cijelog izvještajnog razdoblja bio je 66,66 %. Iako ORF1 nije ispunio kvotu, u izvješću piše da je udio europskih djela ipak porastao, čemu je vjerojatno pridonijela sve veća popularnost njemačke produkcije (osobito televizijskih filmova). Također se podcrtava kako je ORF2, koji pripada istoj televizijskoj kompaniji, ispunjavao zadane kvote. Nije bila predviđena niti jedna mjera za poboljšanje situacije. Komisija je primijetila da je Austrija mala zemlja s niskom audiovizualnom produktivnošću. Usprkos tomu, zaključuje se da je opći trend pozitivan (uočava se porast udjela europskih djela na svim televizijskim kanalima tijekom izvještajnog perioda).

Što se tiče primjene članka 5. Direktive o minimalnoj zastupljenosti europskih djela nezavisne produkcije od 10 %, prosječni udio nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 40,63 % 1999. godine, odnosno 47,30 % 2000-te, što predstavlja povećanje od 6,67 % tijekom izvještajnog razdoblja.

Primjena članka 5. Direktive na svim kanalima svih tipova bila je sto postotna. Četiri kanala obuhvaćena izvješćem premašila su minimum od 10 % nezavisne produkcije (udjeli su varirali do 19,3 % do 81,2 % u 1999-toj godini, odnosno od 13,7 % do 97,91 % 2000.). Opći je trend na svim kanalima bio uzlazan. Osim kanala ORF1, koji je pao s 19,3 % 1999. godine na 13,7 % 2000., svi su ostali povećali udio nezavisne produkcije tijekom izvještajnog razdoblja. Novi kanal koji se pojavio na tržištu, ATV Privatfernseh, posvetio je najveći dio svoga programa nezavisnoj produkciji.

Udio djela najnovije produkcije na svim kanalima iznosio je 46,07 % 1999. godine, odnosno 58,37 % 2000., što je predstavljalo porast od 12,30 %. Opći je trend na svim kanalima bio u uzlaznoj liniji. Četiri su kanala obuhvaćena izvješćem povećala udio najnovije produkcije tijekom izvještajnog razdoblja. Svi su kanali premašili su 50 % udjela u 2000. godini, pri čemu je prosjek varirao od 31,1 % do 54,7 % 1999. godine, odnosno od 52,55 % do 67,1 % 2000.).

Tablica 75. Popis televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| ATV-Privatfernseh GmbH | | 67 % | 51 % | 81,2 % | 97,91 % | 54,7 % | 67,1 |
| ORF (all) | ORF | 57,7 % | 58,4 % | 20,4 % | 21,9 % | 40,8 % | 53,4 % |
| ORF1 | ORF | 34 % | 36,6 % | 19,3 % | 13,7 % | 52,4 % | 55,5 % |
| ORF 2 | ORF | 79,2 % | 81 % | 21,4 % | 30,3 % | 31,1 % | 52,5 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Belgija

Francuska zajednica

Kanali RTBF 1, RTBF 2, RTL-Tvi i Club (koji su zajedno imali gledanost od 43,4 % 1999. godine, odnosno 44,8 % 2000.) emitirali su prosječno 66,83 % 1999. godine, odnosno 67,20 % europskih djela 2000.godine. Takav postotak označava porast od 0,38 % tijekom izvještajnog razdoblja.

U 1999. godini od osam kanala na koje se odnosila odredba članka 4. Direktive, četiri su premašila uvjetovani postotak emitiranja europskih djela. RTL-TVI bio je jedini televizijski kanal koji je ostao nešto ispod praga (49,1 %). Za tri kanala nisu dostavljeni podaci, a postotak primjene na svim kanalima iznosio je 50 %. U 2000. godini od osam kanala na koje se odnosila Direktiva, pet je premašilo zadani većinski postotak europskih djela. Za tri kanala nisu bili dostavljeni podaci. Primjena članka 4. na svim kanalima iznosila je 62,5 %. Ako se izuzme slučaj RTL-Tvi, prema Izvješću nije bilo potrebe za bilo kakvim posebnim mjerama. Uzimajući u obzir dvije varijante bazičnog Canal + programa, u izvješću se najavljuje sistem na bazi uzoraka programa koji bi trebao biti upotrijebljen za mjerenje emitiranog programa od 2002. godine. Od pet kanala, za koje su dostavljeni podaci za izvještajno razdoblje, dva su povećala udio vremena emitiranja namijenjenog europskim djelima, dok su tri smanjila. Dakle, opći je trend prikazivanja europskih djela na kanalima svih tipova bio silazan.

Što se tiče primjene članka 5. o minimalno 10 % udjela nezavisne europske produkcije, prosječna količina programa nezavisne produkcije na svim kanalima iznosila je 33,84 % 1999., odnosno 28,22 % 2000. godine, što je predstavljalo pad od 5,62 %. Prosječni postotak primjene na svim kanalima tijekom izvještajnog perioda iznosio je 62,5 %. Od

ukupno osam kanala, pet je premašilo prag od 10 % programa nezavisne produkcije pri čemu su postoci varirali od 15,7 % do 44,9 % 1999., odnosno od 21,2 % do 41,7 % 2000. godine. Opći je trend na svim kanalima bio silazan. Od pet kanala za koje su bili dostupni svi podaci tijekom izvještajnog razdoblja, dva su povećala udio nezavisne produkcije (Club i Canal +), dok su tri bilježila pad (RTBF1, RTBF2, RTL, Tvi). Prosječni udio najnovije produkcije na svim kanalima iznosio je 58,93 % 1999. godine, odnosno 57,17 % 2000., što je predstavljalo pad od 1,77 % tijekom izvještajnog razdoblja. Dakle, opći je trend prikazivanja najnovijih djela bio silazan. Od tri kanala obuhvaćena izvješćem, jedan je pokazao povećanje, a dva smanjenje. Međutim, ta su dva kanala premašila 50 % udjela najnovijih djela nezavisne produkcije.

Tablica 76. Popis televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| RTBF1 | RTBF | 74,3% | 71,1 % | 41,2 % | 30,6 % | - | - |
| RTBF 2 | RTBF | 83,7 % | 89,4 % | 44,9 5 | 25 % | - | - |
| RTL-TVI | Tvi | 49,1% | 54,1 % | 27,6 % | 22,6 % | 66,5 % | 63,7 % |
| CLUB | Tvi | 60,2 % | 54,2 % | 15,7 5 | 21,2 % | 16,6% | 13 % |
| CANAL+ | CANAL+ | 67 5 | 59,9 % | 39,8 5 | 41,7 % | 93,7 % | 94,8 % |
| HSE | HSE | - | - | - | - | - | - |
| LIBERTY TV | LIBERTY TV | - | - | - | - | - | - |
| CANALZ | CANALZ | - | - | - | - | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Flamanska zajednica

Kanali VRT TV1, VRT Canvas/Ketnet, VMM-VTM, VMM-Kanaal 2, koji su zajedno pokrivali 63,77 % publike 1999. godine, odnosno 66,1 % 2000., postigli su prosječni porast od 1,5 % tijekom izvještajnog razdoblja.

U 1999. godini od devet kanala koji su bili spomenuti u izvješću, četiri je premašilo zadanu većinsku kvotu određenu člankom 4. Direktive, pet je bilo ispod tog prosjeka. Bili su to Kanaal 2 (25 %) i specijalizirani kanali grupe Canal +, koji su imali udio od 20 % europskih djela ili niže (Canal+ grijs, Canal+ blauw, Canal+ geel, Canal+ 16/9). Postotak primjene članka 4. Direktive iznosio je 44 %. U 2000. godini, od devet kanala koji su bili spomenuti u izvješću, pet je premašilo većinsku kvotu uvjetovanu člankom 4. Direktive, dok

su četiri bila ispod 50 %. Bili su to: Kanaal 2 (30 %) i kanali od posebnog interesa iz grupe Canal +, koji su varirali od 27 % do 42 %. Postotak primjene članka 4. na svim kanalima iznosio je 50 %. Kao razlog neprimjenjivanja odredbi članka 4. ističe se specijalizirani karakter programa (filmovi) u slučaju grupe Canal +. U slučaju televizije Kanaal 2 stoji da ukupni zbroj udjela svih kanala, koji emitiraju preko VMM televizijske korporacije, premašuje većinski udio europskih programa. Komisija je zaključila kako je od osam kanala, za koje su podneseni podaci, sedam povećalo udio vremena emitiranja namijenjenog europskim djelima. Jedan je kanal bio nepromijenjen (sa 100 % europskih djela) tijekom izvještajnog razdoblja. Belgija nije podnijela izvješće za televizijske kanale s područja njemačke zajednice.

Što se tiče primjene članka 5. o minimalno 10 % djela nezavisne europske produkcije, prosjek prikazivanja tih djela na svim kanalima iznosio je 55,44 % 1999. godine, odnosno 56 % 2000., što je predstavljalo porast od 0,56 %. Godine 1999. prosječna primjena iznosila je 89 % na svim kanalima. Od ukupno devet kanala na koje se odnosilo izvješće, osam je premašilo minimum od 10 % prikazanih djela nezavisne produkcije pri čemu su postoci varirali do 16 % do 100 %. U 2000. godini primjena članka 5. na svim kanalima iznosila je 70 %. Od ukupno deset kanala na koje se odnosilo izvješće, sedam je premašilo minimum od 10 % (pri čemu su postoci varirali od 16 % do 100 %). Opći je trend bio uzlazan. Od osam kanala za koje su prikazani podaci, pet je povećalo udio nezavisne produkcije, dok su tri ostala nepromijenjena.

Što se tiče udjela najnovijih djela nezavisne europske produkcije na svim kanalima svih tipova, on je u prosjeku iznosio 78,67 % 1999. godine, odnosno 80,75 % 2000., što je predstavljalo porast od 2,08 % tijekom izvještajnog razdoblja. Opći je trend bio uzlazan budući da je od osam kanala za koje su podaci bili dostupni, četiri povećalo udio najnovije nezavisne produkcije, tri su bila nepromijenjena, dok je jedan kanal bilježio lagani pad.

Tablica 77. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| TV 1 (E/K) | VRT | 59 % | 60 % | 16 % | 20 % | 89 % | 90 % |
| Canvas/ Ketnet (E/K) | VRT | 62 % | 63 % | 16 % | 16 % | 84 % | 85 % |
| VTM(K) | VMM | 61 % | 60 % | 61 % | 65 % | 95 % | 96 % |
| Kanaal 2 (K) * | VMM | 25 % | 30 % | 61 % | 61 % | 63 % | 89 % |
| Canal + grijs (K)** | Canal + Televisie | 17 % | 28 % | 89 % | 93 % | 93 % | 93 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Canal + blauw (K)** | Canal + Televisie | 19 % | 27 % | 90 % | 93 % | 94 % | 93 % |
| Canal + geel (K)** | Canal + Televisie | 20 % | | 73 % | | 90 % | |
| Canal + 16/9 (K)** | Canal + Televisie | 19 % | 42 % | 93 % | 100 % | 100 % | 100 % |
| Liberty tv.com (K) | Event TV Vlaanderen | 100 % | 100 % | 0 % | 0 % | - | - |
| Vitaya (K) | Media ad Infinitum | - | 67 % | - | - | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Njemačka zajednica

Za televizije s njemačkog govornog područja u Belgiji nije podneseno izvješće.

Njemačka

Televizijski kanali ARD, ZDF, Kabel 1, ProSieben, RTL, RTL 2, SAT 1, koji su zajedno predstavljali udio u gledanosti od 83,40 % 1999. godine i 83,3 % 2000., emitirali su prosječno 60,22 %, odnosno 63 % europskih djela 1999. i 2000 godine, što je predstavljalo porast od 2,78 % u izvještajnom razdoblju.

U 1999. od ukupno 23 kanala koji su spomenuti u izvješću, četrnaest je premašilo većinsku kvotu emitiranja europskih djela propisanu člankom 4. Direktive. Sedam je kanala bilo ispod praga, dok dva kanala (koja su emitirala isključivo vijesti) nisu podnijela izvješće. Primjena odredbe za sve televizijske kanale bila je 61 %.

Od 24 kanala obuhvaćena izvješćem u 2000. godini, 15 je premašilo zadanu kvotu europskih programa, sedam je bilo ispod praga, a dva nisu dostavila podatke. Prosječni postotak primjene odredbi iz članka 4. bio je 62,5 %. Sedam kanala nije ispunilo kvotu tijekom cijelog izvještajnog razdoblja. Bili su to: Kabel 1 (25,4 % 1999. godine, 27,90 % u 2000.), ProSieben (46,20 % u 1999. godini, 46 % u 2000.), RTL 2 (36 % 1999., a 2000. godine 46 %), Super RTL (33,70 % u 1999, 38,20 % u 2000.), 13 TH Street (20 % u 1999., 2000. godine 17 %), Première (35 % u1999., 33,1 % 2000.), Studio Universal (30 % u 1999., 2000. godine 35 %). Nabrojani razlozi neispunjavanja kvote bili su novoosnovanost kanala, plaćeni kanali, kanali sa specijaliziranim programima. U izvješću nisu zabilježene mjere za poboljšanje situacije, već se predlaže dijalog s televizijskim kompanijama. Komisija je primijetila i poteškoće s dva kanala, čija je gledanost bila preko 3 %. Međutim, već godine 2000. ti su kanali bili vrlo blizu dostizanja tražene kvote. Zaključak je da je od 21 kanala, koji

je dostavio potpune podatke, njih 11 povećalo udjele vremena emitiranja europskih djela. Četiri su kanala ostala nepromijenjena, dok je njih šest smanjilo udjele tijekom izvještajnog razdoblja. Opći trend na svim kanalima svih tipova bio je uzlazan.

Što se tiče primjene članka 5. Direktive o minimalno 10 % udjela nezavisne produkcije, prosječni postotak emitiranja na svim kanalima iznosio je 46,30 % 1999. godine, odnosno 46,72 % tijekom 2000., što je predstavljalo porast od 0,42 %. Tijekom 1999. od ukupno 23 kanala, 17 je premašilo minimum od 10 % nezavisne produkcije, za dva kanala nisu dostavljeni podaci, dok četiri kanala nisu ispunila kvotu. Bili su to 13th Street (4 %), Studio Universal (2 %), VIVA (2 %), VIVA 2 (0 %). Tijekom 1999. godine postotak primjene iznosio je 74 % na svim kanalima svih tipova. Tijekom 2000. godine 17 kanala premašilo je prag od 10 %. Za dva kanala nisu dostavljeni podaci, dok je pet kanala bilo ispod zadanog minimuma. Bili su to 13th Street (6 %), Phoenix (7.53 %), Studio Universal (5 %), VIVA (3 %), VIVA 2 (0 %).Prosječni postotak primjene ovog članka 2000. godine na svim kanalima svih tipova iznosio je 71 %. Opći je trend bio pozitivan. Od ukupno 21 kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, 10 je povećalo udio djela nezavisne produkcije, šest je ostalo nepromijenjeno, a pet je pokazalo lagani pad. Prosječni udio djela najnovije nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 60,27 % 1999., odnosno 64,37 % 2000. godine, što je predstavljalo rast od 4,11 % tijekom izvještajnog perioda. Opći trend prikazivanja najnovijih djela nezavisne produkcije na svim televizijskim kanalima bio je pozitivan. Od ukupno 21 kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, deset je pokazalo rast, šest je ostalo nepromijenjeno, dok je pet bilježilo pad.

Tablica 78. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| ARD | ARD-Rundfunkanstalten | 90,40 % | 90,37 % | 39,40 % | 43,49 % | 91,81 % | 82,78 % |
| Phoenix | ARD-ZDF | 97,87 % | 99,14 % | 10,68 % | 7,53 % | 98,75 % | 98,90 % |
| Kinderkanal | ARD-ZDF | 79,66 % | 80,55 % | 17,58 % | 17,54 % | 58,40 % | 80,84 % |
| ZDF | ZDF | 86,10 % | 87,04 % | 30,94 % | 34,13 % | 74,51 % | 72,65 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 Sat | ZDF-ORF-SRG-ARD | 96,22 % | 95,65 % | 34,37 % | 32,10 % | 27,21 % | 27,19 % |
| 13 TH Street | Universal Studios Networks Deutschland GmbH | 20 % | 17 % | 4 % | 0,001 % | 10 % | 10 % |
| Discovery Channel | Discovery Channel Betriebs GmbH | 55 % | 60 % | 100 % | 100 % | 75 % | 80 % |
| DSF | DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH | 74 % | 80 % | 100 % | 100 % | > 50 % | > 50 % |
| KABEL1 | Prosiebensat. 1 Media AG | 25,40 % | 27,90 % | 22,20 % | 23,70 % | 45,50 % | 43,90 % |
| N24 | ProSiebenSat.1 Media AG | - | 99 % | 0 % | 33,10 % | 0 % | 98,20 % |
| n-tv | n-tv Nachrichtensender | NA | NA | NA | NA | NA | NA |
| ONYX | ONYX Television GmbH | 65,90 % | 63,20 % | 100 % | 100 % | >50 % | >50 % |
| Planet TV | MultiThematiques GmbH | 80 % | 80% | 75 % | 75 % | 50 % | 50 % |
| Premiere | Premiere World | 35,10 % | 33,30 % | 98,60 | 99 % | 30 % | 39,10 % |
| ProSieben | ProSiebenSat.1 Media AG | 46,20 % | 46,0 % | 25,30 % | 21,80 % | 85,10 % | 86,10 % |
| RTL | RTL Television GmbH | 71 % | 71 % | 57 % | 55 % | >20 % | >20 % |
| RTL.2 | RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG | 36 % | 46 % | 18 % | 46 % | 45 % | 55 % |
| SAT.1 | ProSiebenSat.1 Media AG | 66,50 % | 72,70 % | 48,20 % | 53,40 % | 83,30 % | 85,90 % |
| Studio Universal | Universal Studios Networks Deutschland GmbH | 30 % | 35 % | 0 % | 35 % | 5 % | 10 % |
| Super RTL | RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG | 33,70 % | 38,20 % | 100 % | 100 % | 66 % | 81 % |
| VH-1 | VH-1 Television GmbH | NA | NA | NA | NA | NA | NA |
| VIVA | VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG | 68 % | 68 % | 2 % | 3 % | 99 % | 99 % |
| VIVA 2 | Viva Fernsehen GmbH & CoKG | 71 % | 71 % | 0 % | 0 % | 98 % | 99 % |
| VOX | Vox Film- und Fernseh GmbH & CoKG | 51 % | 50 % | 87 % | 88 % | 88 % | 96 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NA označava da podaci nisu dostupni.

Danska

Kanali DR 1, TV2 i TV Danmark u 1999. godini emitirali su 71,9 %, odnosno 72 % europskih djela u 2000. godini, što predstavlja porast od 0,34 % tijekom izvještajnog razdoblja.

Tijekom 1999. od pet kanala pokrivenih izvješćem, četiri su premašila zadanu većinsku kvotu emitiranja europskih djela određenu člankom 4. Direktive. Jedino je TV Danmark bila ispod tog praga s 36 % udjela. Prosječni postotak primjene članka bio je 80 %.

U 2000. godini od ukupno sedam kanala obuhvaćenih izvješćem, pet je premašilo većinsku kvotu, dok su dva, TV Danmark (42 %) i TV2 Zulu (41 % u 2000.), bili ispod praga. Prosječni postotak primjene Direktive bio je 71,40 %. U izvješću se spominju razlozi za neispunjavanje kvota. TV Denmark zabilježila je stalan rast udjela europskih programa od 1997. i predviđeni rast u sljedećem razdoblju, dok se TV 2 Zulu pozivao na relativno nedavan početak emitiranja (listopad 2000.).

Što se tiče primjene članka 5. Direktive, prosječno emitiranje djela nezavisne produkcije na svim kanalima iznosilo je 40,20 % tijekom 1999., odnosno 58,86 % 2000. godine, što je predstavljalo porast od 18,66 %. Dakle, primjena ovog članka tijekom cijelog izvještajnog razdoblja bila je stopostotna. Svi kanali spomenuti u izvješću premašili su minimum od 10 % djela nezavisne europske produkcije u svojim programima, a postoci su varirali od 12 % do 87 % 1999., odnosno od 14 % do 99 % u 2000. godini.

Opći je trend bio uzlazan. Tijekom izvještajnog razdoblja, tri su kanala povećala udio djela nezavisne produkcije, jedan je ostao nepromijenjen, dok su ostali bilježili lagani pad. Prosječni udio najnovijih djela nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 81,4 % tijekom 1999., odnosno 75,43 % 2000. godine, što je predstavljalo pad od 5,97 %. S iznimkom novog kanala (TV BIC+), svi su kanali premašili 50 %.

Opći je trend prikazivanja djela najnovije nezavisne produkcije bio pozitivan. Od ukupno pet kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, dva su pokazala rast, jedan je bio nepromijenjen, dok su dva bilježila pad. Pojavila su se i dva nova kanala na tržištu 2000-te godine, s prosječnim udjelom od 25-93 % djela najnovije nezavisne europske produkcije.

Tablica 79. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| DR1 | DR | 81 % | 82 % | 16 % | 14 % | 63 % | 70 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| DR2 | DR | 88 % | 86 % | 12 % | 14 % | 86 % | 72 % |
| TV 2 | TV 2 | 65 % | 59 % | 87 % | 98 % | 90 % | 89 % |
| TV 2 Zulu | TV 2 | | 41 % | | 99 % | | 93 % |
| TvDanmark | Broadcast Danmark | 36 % | 42 % | 66 % | 84 % | 68 % | 79 % |
| DK4 | CIAC | 100 % | 100 % | 20 % | 20 % | 100 % | 100 % |
| TVBIO+ | Pay Per View | | 68 % | | 83 % | | 25 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Grčka

Kanali ET 1, NET, ALPHA, ANTENNA, STAR i MEGA CHANNEL zajedno su imali 83,4 % gledanosti u 1999. godini, odnosno 83,7 % u 2000. Prosječno su emitirali 71,46 % 1999. godine, odnosno 71,18 % 2000. godine, što predstavlja lagani pad od 0,28 % tijekom izvještajnog razdoblja.

Svi kanali obuhvaćeni izvješćem premašili su većinski udio europskih djela propisanih člankom 4. Direktive tijekom cijelog izvještajnog razdoblja (postoci su varirali između 51 % i 96,4 %). Prosječna primjena Direktive na svim kanalima svih tipova bila je stopostotna. Od deset kanala za koje su podaci bili dostupni, osam je povećalo vrijeme emitiranja posvećeno europskim djelima, dok su dva programa smanjila taj udio. Opći trend emitiranja europskih djela na televizijskim kanalima svih tipova bio je uzlazan tijekom cijelog izvještajnog razdoblja.

Kada je riječ o članku 5. Direktive, prosječno emitiranje djela nezavisne europske produkcije iznosilo je 21,17 % na svim kanalima tijekom 1999., odnosno 20,94 % u 2000. godini, što je predstavljalo pad od 0,23 %. Tijekom 1999. od ukupno 11 kanala, 10 je premašilo minimum od 10 % emitiranja djela nezavisne europske produkcije propisanih člankom 5. Direktive. Samo kanal Seven TV (Nea Radiofoniki Kai Tileoptiki Ltd.) nije uspio dostići zadanu kvotu (emitirao je 5,51 % nezavisne produkcije), dok za Alter Channel nisu dostavljeni podaci. Tijekom 2000. godine od ukupno 12 kanala,njih 11 premašilo je minimum od 10 %. Za Alter Channel nisu dostavljeni podaci. Primjena članka 5. na svim kanalima svih tipova iznosila je 91 % tijekom 1999., odnosno 92 % tijekom 2000. godine. Opći je trend bio uzlazan. Od deset kanala za koje su dostavljeni potpuni podaci, četiri su povećala udio nezavisne produkcije, tri su ostala nepromijenjena, dok su dva bilježila pad. Ovome je dodan i novi kanal Tempo, osnovan 2000. (56 % nezavisne produkcije). Udio novijih djela europske nezavisne produkcije iznosio je prosječno 45,54 % tijekom 1999., odnosno 40,15 % 2000. godine, što je predstavljalo pad od 5,40 %. Postotak ovih djela na ERT3 i Sky-u bio je

relativno nizak (ispod 10 %), dok za Alter channel nisu dostavljeni podaci. Opći trend na svim kanalima bio je pozitivan. Od ukupno deset kanala za koje su dostavljeni potpuni podaci, pet je pokazalo rast, a pet pad emitiranja najnovije nezavisne produkcije. Tome je dodan i novi kanal Tempo koji se pojavio na tržištu 2000. godine s 44,7 % udjela najnovijih radova iz nezavisne europske produkcije.

Tablica 80. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| ET-L | ERTAE | 71 % | 72 % | 13,5 % | 13,5 % | 14 % | 13 % |
| Net | | 95,56 % | 95,90 % | 34,16 % | 32,99 % | 83,68 % | 80,79 % |
| Ert-3 | | 60 % | 65 % | 10 % | 10 % | 9,25 % | 10 % |
| Alpha | Alpha Doriforiki Tileorasi A.E | 57 % | 58 % | 25 % | 25 % | 11 % | 12 % |
| Antenna | Antenna Tv A.E | 60,28 % | 61,36 % | 25,81 % | 28,51 % | 77,41 % | 80,21 % |
| Alter Channel | Elevtheri Tileorasi A.E | 93,74 % | 96,04 % | 10,2 % | 10,2 % | | |
| Tempo | Neo Kanali Radiotileoptiki A.E. Tempo Tv | | 56 % | | 20,3 % | | 44,7 % |
| Star | Nea Tileorasi A.A | 51,9 % | 52,6 % | 46 % | 12 % | 57 % | 28 % |
| Seven Tv | Seven Radiofoniki Kai Tileoptiki A.E. | 85,65 % | 88,85 % | 5,51 % | 14,28 % | 100 % | 72,7 % |
| Makedonia | Tileoptikes Epichirissis A.E. Karavassili Bros & Co A.E. | 91 % | 85 % | 10 % | 12 % | 50 % | 19 % |
| Mega | Tiletypos A.E. Tileoptikon Programmaton | 93 % | 87,2 % | 30,7 % | 35,8 % | 45,1 % | 70,2 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Španjolska

Kanali TVE 1, TVE 1/ La 2, Telecinco i Antena 3 zajedno su imali gledanost od 76,8 % 1999. godine, odnosno 76, 2 % 2000.

U 1999. prosječno su emitirali 52,94 %, a u 2000. godini 58,50 % europskih djela. To ujedno predstavlja porast od 5,56 % u izvještajnom razdoblju. U 1999. godini od ukupno 40 kanala obuhvaćenih izvješćem, 28 njih premašilo je većinski udio europskih djela, dok je 12 bilo ispod zadanog praga. Bio je to zemaljski kanal TCM (20 %), ali i satelitski kanali: AXN (22,5 %), Alucine (37,45 %), Fox kids (38,70 %), Cinemania (30,9 %), Disney Channel

(18,61 %), Nichelodeon (2,10 %), Calle 13 (10,6 %), Gran Via (25,55 %), Gran Via 2 (25,85 %)i Gran Via 3 (35,33 %).

Od ukupno 45 kanala spomenutih u izvješću iz 2000. godine, njih 35 premašilo je zadano vrijeme emitiranja za djela europske proizvodnje, dok ih je 10 bilo ispod praga. To su uglavnom bili satelitski kanali: TCM (30,66 %), AXN (27,70 %), Alucine (32,04 %), Fox kids (44,90 %), Cinemania (37,70 %), Disney Channel (24,53 %), Nichelodeon (19,80 %), Calle 13 (16,89 %), Gran Via (40,06 %) i Studio Universal (9,13 %). Prosječna primjena Direktive na svim kanalima svih tipova iznosila je 78 %. Kanali koji nisu ispunjavali kvotu bili su uglavnom digitalni satelitski kanali koji su se koncentrirali na programe specijaliziranih sadržaja. No Komisija je bilježila napredak koji je postigla većina kanala tijekom izvještajnog razdoblja. Od 40 kanala koji su poslali podatke, udio vremena emitiranja europskih djela povećalo je njih 24, dva su zadržala maksimum, dok je 14 kanala smanjilo udjele europske produkcije. Treba spomenuti i nove televizije na tržištu, od kojih je četiri većinu svog programa posvetilo europskim djelima. Prosječni postotak prikazivanja europskih programa na svim kanalima svih tipova pokazivao je uzlazni trend tijekom izvještajnog razdoblja.

Što se tiče primjene članka 5. Direktive, prosječni udio europskih radova nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 36,44 % 1999. godine, odnosno 40,20 % 2000. godine, što je predstavljalo porast od 3,76 %. Tijekom 1999. prosječna primjena ovog članka na svim kanalima iznosila je 95 %. Od ukupno 40 kanala, samo su dva emitirala manje od 10 % radova nezavisne europske produkcije. Bili su to AXN (7,90 %) i Nichelodeon (0 %). U 2000. godini broj kanala porastao je za još pet, dok je postotak primjene članka 5. iznosio 96 %. Od ukupno 45 kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, samo dva su bila ispod minimuma od 10 % nezavisne produkcije. Bili su to AXN (7,5 %) i Studio Universal (9,13 %). Ukupni trend na svim kanalima bio je uzlazan. Od 40 kanala za koje su bili dostavljeni potpuni podaci, 22 su povećala postotak nezavisne europske produkcije u svojim programima, dva su ostala nepromijenjena, dok je 16 bilježilo pad.

Što se tiče emitiranja radova najnovije europske nezavisne produkcije, prosječni udio na svim kanalima iznosio je 20,80 % tijekom 1999. godine, odnosno 24,82 % tijekom 2000., što je predstavljalo rast od 4,02 % tijekom izvještajnog razdoblja. Kanali TCM, AXN, Cine Paraiso, Alucine, Hispavision, Nostalgia, Cinemania (1999.), Disney Channel, Nickelodeon, Calle 13, Studio Universal, Cine 600, Cine Classic Espana, Canal 33 i Telemadrid prikazivali su ispod 10 % nezavisne produkcije. Međutim, opći trend bio je pozitivan budući da je od 40 kanala, koji su dostavili potpune podatke, 26 pokazalo rast, jedan je bio nepromijenjen, 12 je

bilježilo pad, a jedan je bio na nuli. Pet novih kanala, koji su se pojavili na tržištu 2000., pojačali su taj pozitivni trend (s prosjekom od 25,70 % do 47,2 % emitiranja novijih radova nezavisne europske produkcije).

Tablica 81. Popis nacionalnih i regionalnih analognih zemaljskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| | Ente Público Rtve | | | | | | |
| TVE-1 „La Primera” | | 51,89 % | 56,63 % | 35,89 % | 36,11 % | 10,35 % | 11,32 % |
| TVE-2 „La 2” | | 56,28 % | 61,38 % | 44,31 % | 39,91 % | 12,40 % | 14,73 % |
| | Gestevisión Cinco. S.A. | | | | | | |
| Telecinco | | 45,40 % | 51,60 % | 42,42 % | 50,20 % | 39,37 % | 48,17 % |
| | Antena-3 Televisión. S.A. | | | | | | |
| Antena 3 Televisión | | 58,20 % | 64,40 % | 42 % | 54 % | 20,74 % | 31,16 % |
| | Sogegable. S.A. | | | | | | |
| Canal + | | 51,8 % | 51,7 % | 21,3 % | 20,1 % | 16,7 % | 15,8 % |
| | Televisión De Catalunya | | | | | | |
| TV3 | | 53 % | 50 % | 20 % | 34 % | 20 % | 22 % |
| Canal 33 | | 67 % | 63 % | 28 % | 29 % | 8 | 9 |
| | Televisión Valenciana | | | | | | |
| Canal Nou | | 54,10 % | 58,40 % | 42,10 % | 42,10 % | 35 % | 39,30 % |
| Punt 2 | | 64,90 % | 63,60 % | 61,50 % | 62,20 % | 38,70 % | 40 % |
| | Televisión De Galicia. S.A. | | | | | | |
| Televisión De Galicia | | 71 % | 70 % | 15 % | 15,70 % | 15 % | 15,70 % |
| | Televisión Aut. Madrid. S.A. | | | | | | |
| Telemadrid | | 64,70 % | 67,40 % | 10,40 % | 12,10 % | 5,50 % | 6,50 % |
| | E.P. Radiotelevisión Vasca | | | | | | |
| ETB-1 | | 90,50 % | 83,60 % | 24 % | 22 % | 11,50 % | 12 % |
| ETB-2 | | 50,30 % | 57,90 % | 27,50 % | 24,80 % | 14,20 % | 14,40 % |
| | E.P. Radio And Tv. Andalucía | | | | | | |
| Canal Sur | | 68 % | 74,30 % | 24,50 % | 22 % | 12 % | 11,50 % |
| Canal 2 de Andalucía | | 80,50 % | 84,20 % | 21,80 % | 18,10 % | 12,50 % | 11 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 82. Popis digitalnih televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| | Antena-3 Temática/Gt 2000 | | | | | | |
| Canal Campero | | 100 | 100 | 13,95 % | 13,95 % | 13,95 % | 13,95 % |
| | Multipark Madrid. S.A. | | | | | | |
| Telemadrid. SAT | | 100 % | 96 % | 100 % | 96 % | 100 % | 96 % |
| Canal Cocina | | 93 % | 90 % | 93 % | 90 % | 93 % | 90 % |
| | Turner Broadcasting System España. S.L. | | | | | | |
| TCM (Turner Classic Movies) (start of transmission: 1.9.1999) | | 20 % | 30,66 % | 20 % | 30,66 % | 0 % | 0 % |
| | Axn Spain Llc | | | | | | |
| AXN | | 22,50 % | 27,70 % | 7,9 % | 7,5 % | 5,8 % | 6,2 % |
| | Tve (Special Interest Channels) | | | | | | |
| Cine Paraiso | | 70,77 % | 65,61 % | 68,63 % | 52,27 % | 3,59 % | 13,33 % |
| Alucine | | 37,45 % | 32,04 % | 35,61 % | 27,21 % | 3,46 % | 5,46 % |
| Clásico | | 85,63 % | 91,51 % | 28,9 % | 30,75 % | 16,33 % | 12,83 % |
| Hispavisión | | 85,45 % | 91,06 % | 27,15 % | 58,84% | 9,47 % | 7,56 % |
| Nostalgia | | 94,20 % | 92,37 % | 13,52 % | 11,63 % | 2,63 % | 5,72 % |
| | Cosmopolitan Iberia | | | | | | |
| Cosmopolitan (start of transmission: 1.03.2000) | | | 60,90 % | | 60,90 % | | 45,20 % |
| | Fox Kids España. S.L. | | | | | | |
| Fox Kids | | 38,70 % | 44,90 % | 38,50 % | 38,50 % | 17,41 % | 29,17 % |
| | Compania Independiente De Televisión (C.I.T. S.L) Special Interest Channels Start Of Transmission: 31.1.1997 | | | | | | |
| Cinemania | | 30,90 % | 37,70 % | 23,51 % | 27,20 % | 6,48 % | 10,85 % |
| Canal Viajar | | 90,57 % | 81,89 % | 46,84 % | 41,05 % | 32,01 % | 30,57 % |
| Canal Estilo | | 57,40 % | 68,60 % | 28,00 % | 33,00 % | 21,00 % | 15,00 % |
| Documania | | 67,10 % | 63,20 % | 59,70 % | 55,73 % | 57,30 % | 52,14 % |
| | Disney Channel España Sau (Taken Over By The Walt Disney Company Iberia. S.L. On 1 August 2000) | | | | | | |
| Disney Channel | | 18,61 % | 24,53 % | 10,62 % | 15,56 % | 6,46 % | 10,24 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 83. Popis digitalnih televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| | Paramount Comedy Channel España. S.L. | | | | | | |
| Paramount comedy | | 51,10 % | 55,30 % | 43,50 % | 43,34 % | 33,30 % | 38,40 % |
| | Nickelodeon International. L.T.D. | | | | | | |
| Nickelodeon | | 2,10 % | 19,80 % | 0 % | 16,40 % | 0 % | 7,80 % |
| | Planeta 2010. S.L. | | | | | | |
| Beca | | | 60 % | | 41,96 % | | 25,20 % |
| Geoplaneta TV | | | 90 % | | 32,18 % | | 24,70 % |
| | Universal Studios Networks España. S.L. | | | | | | |
| Calle 13 | | 10,60 % | 16,89 % | 10,60 % | 16,89 % | 0,58 % | 3,83 % |
| Studio Universal | | | 9,13 % | | 9,13 % | | 0 % |
| | Dts Distribuidora De Televisión Digital S.A. (Vía Digital) | | | | | | |
| Gran Vía | | 25,55 % | 40,06 % | 25,55 % | 40,06 % | 25,55 % | 40,06 % |
| Gran Vía 2 | | 25,85 % | 66,36 % | 25 % | 66,36 % | 25 % | 66,36 % |
| Gran Vía 3 | | 35,33 % | 58,18 % | 35,33 % | 58,18 % | 35,33 % | 58,18 % |
| Cine 600 | | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 0,13 % | 4,47 % |
| | QUIERO TV Et VÍA DIGITAL (Data: From 19-6-2000 To 31-12-2000) | | | | | | |
| Factoria de Ficción | | ND | 93 % | ND | 7 % | ND | 36 % |
| | Multithématiques España. S.L. | | | | | | |
| Cineclassics España. S. | | 55,60 % | 51,60 % | 52 % | 49 % | 5,26 % | 5,05 % |
| Seasons España. S.L. | | 79 % | 85 % | 85 % | 84 % | 46 % | 63 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica ND označava da nema podataka.

Francuska

Primjena članka 4. Direktive

Kanali TF1, France 2, France 3, M6 te Canal + zajedno su imali gledanosti od 91,8 % 1999. godine, odnosno 89,1 % 2000. godine. U tom razdoblju emitirali su prosječno 67,42 % (1999.) te 69 % europskih djela (2000. godine,) što je predstavljalo porast od 1,58 % tijekom izvještajnog perioda.

Od ukupno 54 kanala obuhvaćenih izvješćem u 1999. godini, 34 premašivala su većinski udio emitiranja europskih djela, dok za deset kanala nije podneseno izvješće. Deset kanala koji nisu ispunili kvotu bili su: AB1 (25 %), Action (20 %), Cinéfaz (24 %), Cinéstar 1 (45 %), Cinéstar 2 (43 %), Cinétoile (48 %), Histoire (40 %), Kiosque (32 %), Mangas (33 %) i 13ème Rue (17 %). Prosječna primjena odredbi Direktive na svim televizijskim kanalima svih tipova iznosila je 63 %. U 2000. godini, od 59 kanala obuhvaćenih izvješćem, 42 su premašila većinski udio europskih djela unutar emitiranog programa. Pet kanala nije podnijelo izvještaj, dok 12 kanala nije ispunilo kvote.

Što se tiče primjene članka 5. Direktive, prosječni udio emitiranja europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 59 % tijekom 1999., odnosno 59,26 % 2000. godine, što je predstavljalo porast od 0,26 %. Tijekom 1999., od ukupno 54 kanala, 44 su premašila kvotu od 10 % nezavisne produkcije. Za deset kanala nisu bili dostavljeni podaci. U 2000. godini od ukupno 59 kanala, 54 su premašila minimum od 10 %. Za četiri kanala nisu bili dostavljeni podaci. Jedino Forum Planète (0 %) nije uopće prikazivao djela nezavisne europske produkcije (u 1999. prikazivao je 50 %). Prosječna primjena članka 5. na svim kanalima iznosila je 81 % 1999. godine, odnosno 92 % 2000. Te su brojke predstavljale napredak s obzirom na pojavu četiri nova kanala tijekom izvještajnog razdoblja. Sve u svemu, trend je bio pozitivan. Od 41 kanala za koje su bili dostupni podaci, 18 je kanala povećalo udio nezavisne produkcije, šest je ostalo nepromijenjeno, dok je 17 kanala smanjilo emitiranje djela nezavisne europske produkcije. Osim toga, četiri od pet novih televizija posvetilo je značajan udio emitiranja nezavisnoj produkciji (od 25 % do 100 %).

Što se tiče djela najnovije produkcije, prosječni je udio emitiranja na svim kanalima svih tipova iznosio 60,70 % 1999., odnosno 59,73 % 2000. godine, što predstavlja lagani pad od 0,98 % tijekom izvještajnog razdoblja. Tri kanala koja su 1999.bilježila manje od 10 % najnovije europske produkcije u su Cinétoile (1 %), Forum Planète (7 %) i Ciné Cinéma (0 %) u 2000. Ukupni trend bio je pozitivan. Izvješće je podnijelo 36 televizijskih kanala. Njih 17 pokazalo je rast, 9 je stagniralo, a 10 pokazivalo pad prosječnog emitiranja nezavisnih

djela najnovije produkcije. Na četiri nova kanala udio tih djela varirao je od 41 % do 46 % u 2000. godini.

Tablica 84: Popis zemaljskih televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | Independent producers [1] (IP) | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| France 2 | France Télévision | 11 % | 78,1 % | 17,9 % | 15,1 % | 100 % | 100 % |
| France 3 | France Télévision | 69,4 % | 71,4 % | 20,6 % | 18,9 % | 100 % | 100 % |
| La 5ème | France Télévision | 85 % | 86,1 % | 11,4 % | 13 % | 100 % | 100 % |
| TF1 | Télévision Française 1 | 65,5 % | 66,4 % | 13,5 % | 14,8 % | 100 % | 100 % |
| Canal + | Canal + SA | 61,1 % | 65,2 % | 12,7 % | 13,1 % | 100 % | 100 % |
| M6 | Métropole Télévision | 63,8 % | 63,9 % | 17 % | 17,3 % | 100 % | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 85. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| AB1[a] | ABsat SA | 25 % | 30 % | 25 % | 19 % | 24 % | 19 % |
| Action[a] | ABsat SA | 20 % | 23 % | 19 % | 21 % | NR | 100 % |
| Animaux[a] | ABsat SA | 67 % | 70 % | 67 % | 70 % | 67 % | 70 % |
| Automobile[a] devenu AB Moteurs | ABsat SA | 71 % | 88 % | 71 % | 84 % | 71 % | 84 % |
| Canal J[a] | Canal J SA | 51 % | 55 % | 47 % | 49 % | 33 % | 26 % |
| Canal Jimmy[a] | Canal Jimmy SA | NR | 45 % | NR | 42 % | NR | 21 % |
| Chasse et Pêche[a] | ABsat SA | 71 % | 71 % | 48 % | 69 % | 48 % | 69 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označava da nije podneseno izvješće.

Tablica 86. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000 |
| Cinémas - Cinémas2 - Cinémas 3[a] | Ciné-Cinéma Cable SA | NR | 48 % | NR | 25 % | NR | 7 % |
| Ciné Classics[a] | Ciné-Cinéma Cable SA | NR | 52 % | NR | 100 % | NR | 100 % |
| Ciné Palace[a] | ABsat SA | 76 % | 89 % | 76 % | 89 % | NR | NR |
| Cinéfaz[a] | TPS Cinéma | 24 % | 45 % | 100 % | 100 % | 36 % | 67 % |
| Cinéstar 1[a] | TPS Cinéma | 45 % | 52 % | 100 % | 100 % | 50 % | 63 % |
| Cinéstar 2[a] | TPS Cinéma | 43 % | 49 % | 100 % | 100 % | 48 % | 63 % |
| Cinétoile[a] | TPS Cinéma | 48 % | 55 % | 100 % | 100 % | 1 % | 14 % |
| Comédie ![b] | SECC | 77 % | 74 % | 13 %[b] | 12 %[b] | 54 %[b] | 69 %[b] |
| Disney Channel[a] | Disney Channel France SA | 57 % | 58 % | 65 % | 54 % | 50 % | 73 % |
| Encyclopédia[a] | ABsat SA | 71 % | 73 % | 71 % | 69 % | 71 % | 69 % |
| Escales[a] | ABsat SA | 74 % | 84 % | 74 % | 69 % | 74 % | 69 % |
| Equidia[a] | Paris Mutuel Urbain (PMU) | / | 89 % | / | 72 % | / | 64 % |
| Festival[a]) | France Téléfilms | NR | 82 % | NR | 82 % | 55 % | 55 % |
| Forum Planète[b] | Planète Cable SA | 90 % | 100 % | 50 % | 0 % | 50 % | 0 % |
| FoxKids[a] | Fox Kids France | 54 % | 55 % | 23 % | 28 % | 10 % | 24 % |
| Fun TV([a] | Fun TV SNR | NR | 82 % | NR | 59 % | NR | 59 % |
| histoire[a] | Histoire SA | 40 %[b] | 93 % | 16 %[b] | 86 % | NR | 48 % |
| Kiosque[a] | Kiosque SNR | 32 % | 57 % | NR | NR | NR | NR |
| KTO[a] | Association Notre Dame de Paris | / | 92 % | / | 72 % | / | 46 % |
| La Channel Histoire[a] | ABsat SA | 63 % | 63 % | 63 % | 63 % | 60 % | 63 % |
| M6 Music[a] | EDI TV | 70 % | 68 % | 60 % | 59 % | 60 % | 28 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označava da nije podneseno izvješće

Tablica 87. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000 | 1999 | 2000 | 1999 | 2000 |
| Mangas[(a)] | Absat SA | 33 % | 34 % | 31 % | 34 % | 75 % | 100 % |
| MCM Euromusique( | Euromusique SA | NR | NR | 98 % | 100 % | 60 % | 62 % |
| Mezzo( | France Télémusique | 93 % | 98 % | 91 % | 97 % | NR | 32 % |
| Monte Carlo TMC( | Monégasque des ondes | NR | 67 % | NR | 54 % | NR | 71 % |
| Multivision( | Telcarte SA | NR | 44 % | NR | 100 % | NR | 39 % |
| Musique Classique( | Absat SA | 97 % | 96 % | 97 % | 96 % | 97 % | 96 % |
| Muzzik( | Euromusique SA | NR | NR | 72 % | 65 % | 15 % | 18 % |
| Odyssée[(a)] | Société d'exploitation de documentaires SA | 76 % | 46 % | 72 % | 72 % | 30 % | 30 % |
| Paris Première(a) | Paris Première SA | 88 % | 76 % | 87 % | 76 % | NR | 62 % |
| Planète( | Planète Cable SA | 76 % | 70 % | 62 % | 65 % | 56 % | 41 % |
| Planète 2 | Planète Cable SA | / | 70 % | / | 65 % | / | 41 % |
| Polar( | ABsat SA | 62 % | 43 % | 62 % | 43 % | NR | NR |
| RFMTV( | ABsat SA | 74 % | 43 % | 74 % | 43 % | 74 % | 32 % |
| Rire( | ABsat SA | 68 % | 60 % | 68 % | 60 % | NR | NR |
| Romance | ABsat SA | 61 % | 69 % | 61 % | 69 % | NR | NR |
| Santé Vie( | Santé Vie | / | 80 % | / | 24 % | / | 47 % |
| Seasons( | Multithématique SA | 90 % | 77 % | 80 % | 70 % | 70 % | 60 % |
| Série Club( | Extension TV SA | 59 % | 60 % | 40 % | 47 % | 17 % | 85 % |
| Télétoon( | TPS Jeunesse | 62 % | NR | 100 % | 56 % | 71 % | 56 % |
| Téva( | Sedi TV SNR | NR | 51 % | NR | 47 % | NR | 42 % |
| T.F.J. | Télévision Française Juive | / | NR | / | NR | / | NR |
| 13ème Rue(a) | Société Universal Studios Channels France | 17 % | 34 % | 100 % | 100 % | 34 % | 62 % |
| TV5(a) | Société Satellimages TV5 | 95 % | 88 % | NR | NR | NR | NR |
| Voyage( | SAS Voyage | 82 % | NR | 41 % | NR | 85 % | NR |
| XXL( | ABsat SA | 79 % | 91 % | 79 % | 91 % | 100 % | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NR označava da nije podneseno izvješće.

Irska

Kanali RTE 1, Network 2 i TV3 koji su zajedno imali 54,4 % gledanosti 1999. i 2000. godine, emitirali su prosječno 54,17 % europskih djela 1999. i 2000.te godine, što predstavlja prosječno povećanje od 1,17 % tijekom izvještajnog razdoblja.

U tom su vremenu od četiri kanala obuhvaćenih izvješćem, tri premašila zadanu kvotu iz članka 4. Direktive. Jedino je TV3 bila neznatno ispod praga (49,5 % 1999., odnosno 49 % 2000. godine). Prosječna primjena odredbi Direktive na svim kanalima svih tipova iznosila je 75 %. U izvješću ne pišu razlozi za neprimjenjivanja kvote kao ni mjere koje bi to trebale popraviti. Komisija je primijetila da je televizijski kanal TV3 bio cijelo vrijeme vrlo blizu većinskog udjela europske produkcije. Irska je bila u specifičnoj situaciji zbog niske audiovizualne produkcije. Od četiri kanal koja su spomenuta u izvješću, dva su povećala udio vremena emitiranja posvećen djelima europske produkcije, a dva su ga smanjila. Opći je trend bio stabilan tijekom izvještajnog razdoblja.

Što se tiče primjene članka 5. Direktive, prosječni udio emitiranja europskih djela nezavisne produkcije bio je stabilan na sva četiri kanala (29 % tijekom izvještajnog razdoblja). Svi kanali premašili su minimalni udio od 10 % (postoci su varirali od 15 % do 65 % 1999., odnosno od 18 % do 60 % 2000. godine). Primjena članka 5. Direktive na svim kanalima svih tipova bila je, dakle, stopostotna tijekom cijelog izvještajnog razdoblja. Trend je bio pozitivan, a od četiri kanala pokrivena izvješćem, dva su povećala emitiranje djela nezavisne produkcije. Jedan je ostao nepromijenjen, a jedan je pokazao smanjenje.

Što se tiče emitiranja djela najnovije nezavisne europske produkcije, taj je prosjek bio stabilan, sa 100 % primjenom tijekom izvještajnog razdoblja. Na sva četiri kanala nova su se djela europske produkcije prikazivala u potpunosti u skladu s odredbama Direktive.

Tablica 88. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| RTE | RTE1 | 56 % | 58 % | 17 % | 18 % | 100 % | 100 % |
| RTE | Network 2 | 57 % | 59 % | 19 % | 19 % | 100% | 100 % |
| Teilifis na Gaeilge | TG4 | 71 % | 66 % | 65 % | 60 % | 100 % | 100 % |
| TV 3 | TV 3 | 49,5 % | 49 % | 15 % | 19 % | 100 % | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Italija

Kanali Rai Uno, Rai Due, Rai Tre, Canale 5, Italia Uno i Retequattro zajedno su imali gledanost od 90,2 % 1999. godine, odnosno 90,7 % 2000. godine.

Tijekom 1999. godine od ukupno 38 kanala na koje se odnosio članak 4. Direktive, 16 je premašilo većinski udio vremena emitiranja koji je bio određen kvotom. Za devet kanala nisu dostavljeni podaci. Trinaest kanala nije ispunilo kvotu. Bili su to zemaljski kanali Italia Uno (41,25 %), Tele + Nero (34,77 %), Tele + Bianco (38,67 %) i TMC/ La 7 (43,86 %) te satelitski kanali Coming Soon Television (8,5 %), Disney Channel (20 %), Cineclassics (47 %), Stream verde (0 %), Tele + Grigio (48,82 %), Tele + 16/9 (46,13 %), Tele + Nero (34,77 %), Palco (45,91 %) i Tele + Bianco (38,67 %).

Prosječni postotak primjene članka 4. Direktive na svim televizijama svih tipova bio je 42 %. Tijekom 2000. godine od 43 kanala koji su trebali primjenjivati članak 4. Direktive, 21 kanal premašio je većinski udio propisan odredbama tog članka. Za devet kanala nisu dostavljeni podaci, a trinaest nije ispunilo kvotu. Bili su to zemaljski kanali Italia Uno (39,66 %), Tele + Nero (38,87 %) i Tele + Bianco (41,77 %), te satelitski kanali Coming Soon Television (8,5 %), Disney Channel (28 %), Fox Kids (36 %), Duel (12 %), Comedy Life (25 %), Stream verde (0 %), Tele + 16/9 (41,18 %), Tele + Nero (38,87 %), Palco (42,74 %) i Tele + Bianco (41,77 %). Prosječni postotak primjene odredbi ovog članka na svim televizijama svih tipova iznosio je 49 %.

U izvješću su predstavljeni razlozi neprimjenjivanja odredbi Direktive. Za zemaljske kanale, kao što su Italia Uno i TMC/la 7, ističe su da su kao grupni kanali iste televizijske kompanije uzeti zajedno i da kao takvi ispunjavaju kvotu iz članka 4. Direktive. U slučaju Tele + Nero i Tele + Bianco, koji su emitirali i zemaljski i preko satelita, u izvješću piše da, iako je primijenjena ista metoda, ipak nisu ispunjavali zadanu kvotu vremena emitiranja. Niti jedna posebna mjera nije bila predviđena kako bi se popravila situacija. Razlozi za neprimjenjivanje kvote u slučaju satelitskih kanala uglavnom su bili specijaliziranost programa, kao i relativno nedavni početak emitiranja. Osim toga, neke su televizije bile dio velikih neeuropskih kompanija i emitirale su njihov programski sadržaj ili video na zahtjev.

Komisija je iznijela stav kako je prosječna primjena Direktive na svim kanalima svih tipova tijekom izvještajnog razdoblja bila relativno niska, ali u porastu. Od 28 kanala obuhvaćenih izvješćem, njih 20 povećalo je udio emitiranja europskih djela, jedan kanal je ostao na nuli, dok je sedam smanjilo taj udio. Opći trend uvrštavanja europske produkcije u programe na svim kanalima svih tipova bio je uzlazan.

Što se tiče primjene članka 5. Direktive, prosječni udio emitiranja europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 68,05 % tijekom 1999. godine, odnosno 63,85 % 2000., što je predstavljalo pad od 4,20 % tijekom izvještajnog razdoblja. U 1999. godini prosječna primjena iznosila je 79 %. Od ukupno 38 kanala, samo jedan (Stream Verde) uopće nije emitirao djela nezavisne produkcije. Za osam kanala nisu dostavljeni podaci. Tijekom 2000. godine postotak primjene bio je 70 %. Od ukupno 43 kanala samo dva (Stream Verde, Fox Kids) nisu uopće prikazivali djela nezavisne produkcije. Za 11 kanala nisu dostavljeni podaci. Opći je trend bio pozitivan. Od ukupno 29 kanala za koje su bili dostavljeni potpuni podaci, 11 kanala povećalo je udio nezavisne produkcije u svojim programima, 10 je ostalo nepromijenjeno, dok je 8 bilježilo pad.

Prosjek emitiranja najnovijih radova nezavisne europske produkcije na svim kanalima iznosio je 58,45 % tijekom 1999., odnosno 61,81 % 2000. godine, što je predstavljalo porast od 3,36 % tijekom izvještajnog razdoblja. Kanali Coming Soon TV, CineCinema 1, CineCinemas 2, CineClassics i Stream Verde emitirali su ispod 10 % novijih radova nezavisne europske produkcije. Opći je trend na kanalima svih tipova bio uzlazan. Od ukupno 25 kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci za cijelo izvještajno razdoblje, njih 20 pokazalo je porast, dva su bila nepromijenjena, a dva su bilježila pad.

Tablica 89. Popis zemaljskih televizijskih kanala

| Concession holder | Channels | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| RAI - SpA | RAIUno | 77,28 % | 78,64% | 20,5 % | 17,6 % | 63,34 % | 69,65 % |
| RAI - SpA | RAI Due | 75,54 % | 70,54 % | 36,9 % | 29,4 % | 76,18 % | 77,56 % |
| RAI - SpA | RAITre | 80,15 % | 86,91 % | 23,9 % | 22,7 % | 72,83 % | 81,85 % |
| RTI SpA | Canale 5 | 64,80 % | 60,27 % | 10,12 % | 14,03 % | 78,78 % | 89,66 % |
| RTI SpA | Italia Uno | 41,25 % | 39,66 % | 12,05 % | 12,28 % | 49,15 % | 57,03 % |
| RTI SpA | Retequattro | 56,35 % | 59,87 % | 23,50 % | 26,57 % | 48,11 % | 50,38 % |
| Prima TV SpA | Tele+ Nero | 34,77 % | 38,87 % | 19,47 % | 18,26 % | 86,07 % | 96,7 % |
| Europa TV SpA | Tele+ Bianco | 38,67 % | 41,77 % | 20,14 % | 20,59 % | 95,34 % | 97,18 % |
| TV Internazionale | TMC/LA7 | 43,86 % | 57,83 % | 39,3 % | 27,7 % | 47,5 % | 45,55 % |
| BetaTelevision srl | TMC2 | 80,81 % | 86,01 % | 28,7 % | 23,99 % | 81,64 % | 88,36 % |
| Rete A Spa | Rete A | 53,82 % | 70,52 % | 36 % | 19 % | 99,33 % | 99,33 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 90. Popis zemaljskih televizijskih kanala

| | A: Scheduling subject to SRs, 1999. | B: EW | % (B/A) | C: RW | **% (C/B)** |
|---|---|---|---|---|---|
| Canale 5 | 4969 | 3220 | 65 % | 2537 | 79 % |
| Italia 1 | 6464 | 2666 | 41 % | 1310 | 49 % |
| Rete4 | 5897 | 3323 | 56 % | 1599 | 48 % |
| **Total** | **17330** | **9209** | **53 %** | **5446** | **59 %** |
| | | | | | |
| | A: Scheduling subject to SRs, 2000. | B: EW | % (B/A) | C: RW | **% (C/B)** |
| Canale 5 | 4990 | 3007 | 60 % | 2697 | 90 % |
| Italia 1 | 6286 | 2493 | 40 % | 1422 | 57 % |
| Rete4 | 6265 | 3751 | 60 % | 1889 | 50 % |
| **Total** | **17541** | **9251** | **53 %** | **6008** | **65 %** |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 91. Popis zemaljskih televizijskih kanala

| | A: Scheduling subject to SRs, 1999. | B: EW | % (B/A) | C: RW | **% (C/B)** |
|---|---|---|---|---|---|
| TMC | 4888 | 2143 | 44 % | 1018 | 48 % |
| TMC2 | 1770 | 1431 | 81 % | 1168 | 82 % |
| **Total** | **6658** | **3574** | **54 %** | **2186** | **61 %** |
| | A: Scheduling subject to SRs, 1999. | B: EW | % (B/A) | C: RW | **% (C/B)** |
| TMC | 5227 | 3023 | 58 % | 1376 | 46 % |
| TMC2 | 2219 | 1909 | 86 % | 1686 | 88 % |
| **Total** | **7446** | **4932** | **66 %** | **3062** | **62 %** |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 92. Popis zemaljskih televizijskih kanala

| Investment Quotas in European Works in 1999 Company/Group | Channels | Number of Channels | Compulsory Investment Quota | Self-Certified Investment Quota |
|---|---|---|---|---|
| Rai spa | Raiuno<br>Raidue<br>Raitre | J | **20 %** | **23 %** |
| R.T.I. | Canale 5<br>Italia 1<br>Rete 4 | J | **10** | **46 %** |
| Cecchi Gori Communications spa | Tmc -<br>Tmc2- | **2** | **10 %** | **24,6 %** |
| Telepiù spa | Tele+ Bianco<br>Tele+ Nero | **2** | **10** | |
| Rete A srl | Rete A | **1** | **10 %** | **34,7 %** |
| R.T.I. | Canale 5<br>Italia 1<br>Rete 4 | **J** | 10 % | **42,1 %** |
| Cecchi Gori Communications spa | Tmc<br>Tmc2 | **2** | 10 % | **58,9 %** |
| Telepiù spa | Tele+ Bianco<br>Tele+ Nero | **2** | 10 % | |
| Rete A srl | Rete A | 1 | 10 % | **44,9 %** |

Tablica prikazuje postotke ulaganja u određene televizijske kanale.

Tablica 93. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Company | Satellite channels | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| Anicaflash srl | Coming Soon Television | 8,5 % | 8,5 % | NO | NA | 8,5 % | 8,5 % |
| CFN - Class Financial Network Spa | Class Financial Network | NO | 93 % | NO | NA | NO | 100 % |
| Digitaly Spa | Digitaly - Italian channel | - | - | - | - | - | - |
| Disney Channel Italia | Disney Channel | 20 % | 28 % | NA | NA | 19 % | 27 % |
| Eurocast Italia Srl | Topshop | NO | 0 % | NO | - | NO | 0 |
| Eurocast Italia Srl | Super 1 | | 39,38 % | | | | 47,82 % |
| Eurocast Italia Srl | Polonia 1 | | 26 % | | | | 56 % |
| Eurotelevision Spa | Telegenova sat | | 82,2 % | NO | 75 % | | 77,2 % |
| Fin. Ma.Vi - Gruppo Cecchi Gori | Cinemovie | - | 66 % | NA | NA | | 22 % |
| Fox Kids Italy srl (b) | Fox Kids | NO | 36 % | NO | 0 | NO | 37 |
| Kidco Service Srl | ART Variety M.E. | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Kidco Service Srl | ART Children E.U. | | | | | | |
| Kidco Service Srl | ART Movie | | | | | | |
| Kidco Service Srl | ART Music | | | | | | |
| Kidco Service Srl | ART IQRAA | | | | | | |
| Kidco Service Srl | ART Sport | | | | | | |
| Kidco Service Srl | Nile Variety | | | | | | |
| Kidco Service Srl | LBC Europe | | | | | | |
| Kidco Service Srl | Nile Drama | | | | | | |
| Kidco Service Srl | Algeria Tv | | | | | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji, a NA znači da podaci nisu dostupni.

Tablica 94. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Company | Satellite channels | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| Mediadigit spa | Duel | NO | 12 % | NA | NA | NA | 36 % |
| Mediadigit spa | Comedy Life (ex Comedy House) | NO | 25 % | NA | NA | NA | 44 % |
| Mediadigit spa | Happy Channel | 70 % | 73 % | NA | NA | 30 % | 33 % |
| Multithématiques Canal Jimmy srl - | Canal Jimmy | 59 % | 58 % | 100 % | 100 % | 25 % | 34 % |
| Multithématiques CineCinemas srl - | Cine Cinemas 1 | 55 % | 65 % | | | 8 | 17 |
| Multithématiques CineCinemas srl - | Cine Cinemas 2 | 53 % | 66 % | | | 6 % | 17 % |
| Multithématiques CineCinemas srl - | Cineclassics | 47 % | 53 % | | | 9 % | 16 % |
| Multithématiques Planete srl - | Planete | 57 % | 63 % | | | 25 % | 42 % |
| Multithématiques Seasons srl - | Seasons | 70 % | 99 % | | | 37 % | 100 % |
| Rete Blu spa | Sat 2000 | 54 % | 55 5 | 46 % | 36 % | 59 % | 51 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji, a NA znači da podaci nisu dostupni.

Tablica 95. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Company | Satellite channels | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| Sitcom - Nuvolari Srl | Nuvolari | NO | NO | 99 % | 100 % | NO | NO |
| Sitcom - Galileo Srl | Galileo | NO | NO | | | NO | NO |
| Sitcom - Leonardo Srl | Leonardo | NO | NO | | | NO | NO |
| Sitcom - Marcopolo spa- | Marcopolo | 85 % | 76 % | | | 95 % | 100 % |
| Sitcom - INN spa - | Italia Network News | 100 % | - | | | 100 % | - |
| Sitcom **spa** | Giotto | NO | NO | | | NO | NO |
| Stream Spa | TVL | - | - | 100 % | 100 % | - | - |
| Stream Spa | DSN | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Promo | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Canale Viaggi | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Stream Calcio 1 | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Stream Calcio 2 | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Stream Calcio 3 | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Stream Calcio 4 | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Stream Calcio 5 | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Stream Calcio 6 | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Stream Calcio 7 | - | | | | - | - |
| Stream Spa | Stream Calcio 8 | - | - | | | - | - |
| Stream Spa | Anteprima | - | - | | | - | - |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Tablica 96. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Company | Satellite channels | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| Team TV Spa | Stream News | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Team TV Spa | Stream Verde | 0 % | 0 % | | | 0 % | 0 % |
| Tele+ Prima TV | Tele+ Grigio | 48,82 % | 54,37 % | 100 % | 100 % | 96,53 % | 95,4 % |
| Tele+ Prima TV | Tele+16/9 | 46,13 % | 41,18 % | | | 97,24 % | 97,3 % |
| Tele+ Prima TV | Tele+ Nero | 34,77 % | 38,87 % | | | 86,07 % | 96,7 % |
| Tele+ Omega TV | Palco | 45,91 % | 42,74 % | | | 100 % | 100 % |
| Tele+ Europa Tv | Tele+ Bianco | 38,67 % | 41,77 % | | | 95,34 % | 97,18 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 97. Popis TELE programa

| | A: Scheduling subject to SRs, 1999. | B: EW | % (B/A) | C: RW | **% (C/B)** |
|---|---|---|---|---|---|
| Tele+Bianco | 7251 | 2804 | 39 % | 2673 | 95 % |
| Tele+ Nero | 7337 | 2551 | 35 % | 2195 | 86 % |
| Tele+ Grigio | 3718 | 1815 | 49 % | 1752 | 97 % |
| Tele+ 16/9 | 2500 | 1153 | 46 % | 1121 | 97 % |
| Tele + Palco[96] | 116130 | 53320 | 46 % | 53320 | 100 % |
| **Total** | **136936** | **61643** | 45 % | 61061 | 99 % |
| | | | | | |
| | A: Scheduling subject to SRs, 2000. | B: EW | % (B/A) | C: RW | **% (C/B)** |
| Tele+Bianco | 7620 | 3182 | 42 % | 3093 | 97 % |
| Tele+ Nero | 6528 | 2537 | 39 % | 2453 | 97 % |
| Tele+ Grigio | 6008 | 3267 | 54 % | 3116 | 95 % |
| Tele+ 16/9 | 4988 | 2054 | 41 % | 1998 | 97 % |
| Tele+ Palco[8] | 123676 | 52864 | 43 % | 52864 | 100 % |
| **Total** | **148820** | **63904** | **43 %** | 10660 | 97 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 98. Popis televizijskih kanala

| | A: Scheduling subject to SRs, 1999. | B: EW | % (B/A) | C: RW | **% (C/B)** |
|---|---|---|---|---|---|
| Canale 5 | 4969 | 3220 | 65 % | 2537 | 79 % |
| Italia 1 | 6464 | 2666 | 41 % | 1310 | 49 % |
| Rete4 | 5897 | 3323 | 56 % | 1599 | 48 % |
| Duel | NO | NO | | NO | |
| Comedy Life | NO | NO | | NO | |
| Happy Channel | 6400 | 4480 | 70 % | 1344 | 30 % |
| **Total** | **23730** | **13689** | **58 %** | **6790** | **50 %** |
| N.B.: The percentages have been rounded to the nearest whole number. | | | | | |
| | A: Scheduling subject to SRs, 2000. | B: EW | % (B/A) | C: RW | **% (C/B)** |
| Canale 5 | 4990 | 3007 | 60 % | 2697 | 90 % |
| Italia 1 | 6286 | 2493 | 40 % | 1422 | 57 % |
| Rete4 | 6265 | 3751 | 60 % | 1889 | 50 % |
| Duel | 5483 | 673 | 12 % | 239 | 36 % |
| Comedy Life | 5486 | 1379 | 25 % | 603 | 44 % |
| Happy Channel | 6488 | 4773 | 74 % | 1555 | 33 % |
| **Total** | **34998** | **16076** | **46 %** | **8405** | **52 %** |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Luksemburg

RTL Télé Lëtzebuerg, koja je imala gledanost od 58,6 % u periodu od 1999. do 2000., emitirala je 100 % europskih djela.

Tijekom 1999. od jedanaest kanala obuhvaćenih izvješćem, sedam je premašilo većinsku kvotu europskih djela propisanu člankom 4. Direktive, što je predstavljalo primjenu od 70 % na svim kanalima svih tipova. Tri kanala koja nisu uspjela ispuniti kvotu vremena emitiranja bila su: RTL 9 (40.50 %), RTL Tvi (49.10 %) i RTL 5 (46 %).

Tijekom 2000. godine od ukupno jedanaest kanala obuhvaćenih izvješćem, deset je premašilo većinsku kvotu vremena emitiranja posvećenog europskim djelima određenog člankom 4. Direktive. Jedino je RTL 4 pokazivao mali otklon (49 %). Primjena članka na svim televizijama svih tipova prosječno je iznosila 91 %. RTL je primjerice bio tematski program na koji se nije primjenjivao članak 4. Direktive. Za grupe kanala (RTL 4 zajedno s RTL 5 i Tvi Club sa Club RTL) utvrđeno kako ispunjavaju kvotu vremena emitiranja tijekom perioda 1999. – 2000. Niti jedna posebna mjera nije bila predviđena od strane nadležnih institucija.

U izvješću se napominje da je utvrđen postupan napredak tijekom izvještajnog razdoblja, koji je rezultirao pozitivnom situacijom u 2000. godini(sa samo jednim kanalom koji nije ispunjavao kvotu). Od osam kanala čiji su podaci u potpunosti bili dostupni, tri su povećala udio emitiranja europskih djela, tri su ostala nepromijenjena, a dva su pokazala pad. Opći je trend na svim televizijama svih tipova bio uzlazan.

Što se tiče članka 5. Direktive, prosječni udio emitiranja djela nezavisne europske produkcije na svim kanalima iznosio je 29,93 % 1999. godine, odnosno 28,68 % 2000., što je predstavljalo pad od 1,25 % tijekom izvještajnog razdoblja. Tijekom 1999. godine od ukupno deset kanala, sedam je premašilo minimalni udio od 10 % nezavisne produkcije propisan člankom 5. Direktive. Za dva kanala nisu bili dostavljeni podaci. Nordliicht TV jedina nije uopće emitirala djela nezavisne produkcije. Postotak primjene članka 5. na svim kanalima iznosio je 70 %. U 2000. godini od ukupno 11 kanala, njih 7 premašivalo je minimalni udio od 10 % nezavisne produkcije. Za dva kanala nisu dostavljeni podaci. Liberty TV i Nordliicht TV bila su dva kanala koja uopće nisu emitirala djela nezavisne europske produkcije. Postotak primjene članka 5. Direktive u 2000-toj godini iznosio je 64 %. Opći je trend tijekom izvještajnog razdoblja bio silazan. Od ukupno osam kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, tri su povećala udio emitiranja djela nezavisne produkcije, jedan je bio nepromijenjen, a četiri su bilježila pad.

Prosječni udio novijih radova nezavisne europske produkcije na svim kanalima iznosio je 13,48 % 1999. godine, odnosno 12,34 % 2000., što je predstavljalo lagani pad od 1,34 % za vrijeme izvještajnog razdoblja. Za tri kanala nisu dostavljeni podaci. Na kanalima RTL Télé Lëtzebuerg, RTL9, Club RTL, Liberty TV i Nordliicht TV taj je prosjek bio ispod 10 %. Međutim, opći je trend bio uzlazan. Od ukupno sedam kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci tijekom izvještajnog razdoblja, četiri su pokazivala rast, dva pad, dok je jedan ostao na nuli.

Tablica 99. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| RTL Télé Lëtzebuerg | CLT-UFA | 100 % | 100 % | 19,80 % | 18,10 % | 8,90 % | 9,60 % |
| RTL9 | CLT-UFA | 40,50 % | 56,40 % | 33,20 % | 45,10 % | 4,40 % | 5,00 % |
| RTL TVi | CLT-UFA | 49,10 % | 54,12 % | 27,67 % | 27,67 % | 18,43 % | 13,53 % |
| Club RTL | CLT-UFA | 60,29 % | 54,28 % | 15,79 % | 21,27 % | 2,63 % | 3,02 % |
| RTL4 | CLT-UFA | 56,00 % | 49,00 % | 49,00 % | 56,00 % | 34,00 % | 33,00 % |
| RTL5 | CLT-UFA | 46,00 % | 46,00 % | 36,00 % | 38,00 % | 26,00 % | 38,00 % |
| RTL Television | CLT-UFA | 71,00 % | 71,00 % | 57,00 % | 55,00 % | majority | majority |
| Grand Tourisme | Canal Europe Audiovisuel | >90 % | >90 % | NO | NO | NO | NO |
| No ZAP | Canal Europe Audiovisuel | >90 % | >90 % | NO | NO | NO | NO |
| Liberty TV | Liberty TV.com | | 100 % | | 0 % | | 0 % |
| Nordliicht TV | Nordliicht | 100 % | 100 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Nizozemska

Kanali Ned 1, Ned 2/ TV 2, Ned 3, Veronica i SBS 6, koji su zajedno imali gledanost od 53,1 % 1999. godine i 52,7 % u 2000. godini, emitirali su prosječno 68 %, odnosno 67,8 % europskih djela 1999. i 2000. godine. Takvo stanje predstavljalo je lagani pad od 0,4 % tijekom izvještajnog razdoblja.

U 1999. godini od ukupno osamnaest kanala koji su spomenuti u izvješću, jedanaest je premašilo većinski udio vremena emitiranja europske produkcije određenog člankom 4. Direktive. Jedan kanal nije dostavio podatke, dok šest kanala nisu uspjela ispuniti zadanu kvotu. Bili su to SBS 6 (46 %), Film 1 (44 %), Net 5 (40 %), Veronica (49 %), Canal + 1 (24 %) i Canal + 2 (17 %). Primjena kvote na svim kanalima iznosila je 61 %.

Od ukupno 21 kanala obrađenog u izvješću 2000. godine, 14 od njih premašilo je većinski udio vremena emitiranja posvećenog europskoj produkciji. Za jedan kanal nisu dostavljeni podaci. Sedam kanala nije uspjelo ispuniti kvotu određenu člankom 4. Direktive. Bili su to Net 5 (49 %), Veronica (45 %), Canal + 1 (23 %), Canal + 2 (26 %), Film 1 (49 %),

Innergy (39 %) i FilmTime (17 %). Prosječna primjena na svim kanalima svih tipova iznosila je 67 %. Razlozi za neispunjavanje kvote navedeni u izvješću bili su: specijalizirani programi, nedavno osnivanje televizijskog kanala, nedovoljna količina dostupnih europskih djela (npr. za *lifestyle* kanal). Komisija je pozdravila usvajanje pravilnika o kontroli nizozemskih medija od strane ovlaštenih institucija, koji je stupio na snagu 1. siječnja 20002. godine.

Od šesnaest kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci tijekom izvještajnog razdoblja, devet je povećalo udio vremena emitiranja posvećen europskim djelima, dva nisu pokazala promjenu, dok je pet bilježilo pad. Pojavila su se i tri nova kanala na tržištu, čiji je udio emitiranja europskih djela varirao od 17 % do 76 %. Opći je trend na svim kanalima svih tipova tijekom izvještajnog razdoblja bio uzlazan.

Što se tiče primjene članka 5. Direktive, prosječni udio emitiranja europskih djela nezavisne produkcije bio je stabilan tijekom cijelog izvještajnog razdoblja i iznosio je 52 %. Tijekom 1999. od ukupno 18 kanala, 15 njih premašilo je minimum od 10 % nezavisne produkcije propisan člankom 5. Direktive. Za tri kanala nisu dostavljeni podaci. Prosječna primjena članka 5. na svim kanalima iznosila je 83 %. U 2000. godini od ukupno 21 kanala, 18 ih je premašilo taj udio. Za dva kanala nisu bili dostavljeni podaci, dok je jedino Net 5 tijekom 2000. bio ispod minimuma od 10 %. Primjena članka 5. na svim kanalima iznosila je 86 %.

Opći je trend bio uzlazan. Od 15 kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, 5 njih povećalo je udio djela nezavisne produkcije, dva su ostala nepromijenjena, dok je osam bilježilo smanjenje. Osim toga, pojavila su se još tri nova kanala na tržištu čiji je prosjek prikazivanja europskih djela nezavisne produkcije varirao između 25 % i 100 %.

Udio novih radova nezavisne europske produkcije na svim kanalima iznosio je 80 % tijekom 1999., odnosno 78 % u 2000. godini, što je predstavljalo pad od 2 % tijekom izvještajnog razdoblja. I tu je opći trend bio uzlazan. Od ukupno 17 kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, 6 kanala pokazivalo je rast, 5 je bilo nepromijenjeno, dok je 6 bilježilo pad. Pojavila su se i tri nova kanala na tržištu koja su posvećivala veliki udio svoga programa djelima nezavisne europske produkcije (od 30 % do 99 %).

Tablica 100. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| Ned. 1 | Radiobroadcastur du service public | 76 % | 78 % | 33 % | 34 % | 75 % | 82 % |
| TV2 | Radiobroadcastur du service public | 86 % | 76 % | 48 % | 47 % | 96 % | 94 % |
| Ned. 3 | Radiobroadcastur du service public | 83 % | 85 % | 29 % | 28 % | 88 % | 86 % |
| Fox 8/Fox kids | TV10 B.V. | 53 % | 51 % | 85 % | 85 % | 72 % | 80 % |
| SBS6 | SBS Broadcasting B.V. | 46 % | 54 % | 36 % | 32 % | 97 % | 97 % |
| Net 5 | SBS Broadcasting B.V. | 40 % | 49 % | 11 % | 7 % | 89 % | 96 % |
| Veronica | Veronica RTV Beheer BV | 49 % | 45 % | 43 % | 40 % | 95 % | 93 % |
| Kindernet5 | Kindernet C.V. | 81 % | 70 % | 97 % | 95 % | 58 % | 59 % |
| TMF | The Music Factory B.V. | >50 % | >50 % | NM | NM | 99 % | 99 % |
| The Box | The Box Holland B.V. | 55 % | 67 % | NM | NM | >50 % | >50 % |
| Canal+1 | Canal+ Nederland B.V. | 24 % | 23 % | 89 % | 92 % | 93 % | 94 % |
| Canal+2 | Canal+ Nederland B.V. | 17 % | 26 % | 94 % | 95 % | 97 % | 95 % |
| Film1 | UPC Programming B.V. | 44 % | 49 % | 25 % | 34 % | 13 % | 10 % |
| Club | UPC Programming B.V. | 70 % | 75 % | 56 % | 57 % | 63 % | 52 % |
| Avante | UPC Programming B.V. | 73 % | 75 % | 62 % | 60 % | 77 % | 63 % |
| Innergy | UPC Programming B.V. | - | 39 % | - | 25 % | - | 99 % |
| Expo 24x7 | UPC Programming B.V. | - | 76 % | - | 52 % | - | 30 % |
| Filmtime | Casema N.V. | - | 17 % | - | 100 % | - | >50 % |
| Delta TV | ZeelandNetB.V | NR | 100 % | NR | 44 % | NR | 100 % |
| Regionet TV | TV RegioNet NoordHolland BV | 100 % | 100 % | 24 % | 10 % | 100 % | 100 % |
| Kleurnet | Stichting Kleurnet | 100 % | 100 % | 50 % | 50 % | 100 % | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NM odnosi se na varijablu koju se zbog određenih okolnosti nije moglo izračunati. Kratica NR označava da nije podneseno izvješće.

Portugal

Kanali RTP 1, RTP 2, SIC I TVI, koji su zajedno imali gledanost od 94,4 % 1999., odnosno 92,9 % 2000. godine, emitirali su prosječno 48,7 % europskih djela 1999. godine, odnosno

49,5 % 2000.godine. Ti su podaci ukazivali na porast od 0,8 % tijekom izvještajnog razdoblja.

U 1999. godini od sedam televizijskih kanala obuhvaćenih izvješćem, pet je premašilo većinski udio vremena emitiranja određenog člankom 4. Direktive. SIC (44.8 %) i TVI (30.5 %) bila su dva kanala koja nisu ispunila kvotu. Prosječni postotak primjene Direktive na svim kanalima bio je 71 %. Za godinu 2000. od ukupno devet kanala koji su obuhvaćeni izvješćem, sedam je premašilo većinski udio vremena posvećenog djelima europske produkcije propisanih člankom 4. Direktive. Prosječna primjena članka na svim kanalima bila je 78 %. Nadležne institucije zaključile su kako kanal SIC nije ispunio kvotu, ali su podaci bili blizu praga propisanog člankom 4. Direktive. Udio vremena emitiranja posvećenog europskim djelima na grupama kanala, što su ih emitirale iste televizije, bio je oko 70 %. U slučaju TVI, kanala koji se tek nedavno pojavio na portugalskom tržištu, utvrđen je stabilan napredak uzimajući u obzir specifične karakteristike portugalskog tržišta (produkcija, marketing i slično).

Što se tiče mjera koje bi trebalo poduzeti, u izvješću se spominje da su nadležna tijela odlučila nastaviti dijalog s televizijama koje nisu ispunjavale kvotu. Međutim, tijela nisu namjeravala poduzimati nikakve mjere budući da je vidljiv određeni napredak. Također se dodaje da je Portugal u specifičnoj situaciji kao zemlja s niskim audiovizualnim kapacitetom i ograničenim govornim područjem te da je s obzirom na to napredak koji je učinjen na zadovoljavajućoj razini, u usporedbi s prethodnim izvještajnim razdobljem. Isto tako, primjećuje se pad primjene Direktive u slučaju televizije SIC koja je imala najveći udio u gledanosti na portugalskom tržištu (preko 44 %). Od sedam kanala za koje su podneseni potpuni podaci za izvještajno razdoblje, tri su povećala udio vremena emitiranja posvećenog europskim djelima, dok su četiri smanjila. Međutim, novi specijalizirani kanali koji su posvećivali najveći dio svoga programa europskim djelima ušli su na portugalsko tržište 2000. godine. Njihov prosjek varirao je od 77,1 % do 98,2 %. Opći je trend na svim televizijskim kanalima svih tipova, što se tiče emitiranja europskih djela, bio uzlazan.

Kada je riječ o primjeni članka 5. Direktive, prosječni udio djela nezavisne europske produkcije na svim kanalima iznosio je 24,96 % tijekom 1999., odnosno 31,13 % 2000. godine, što je predstavljalo povećanje od 6,18 % tijekom izvještajnog razdoblja. U 1999. godini od ukupno sedam kanala, šest je premašilo minimum od 10 % nezavisne produkcije propisan člankom 5. Direktive. U 2000. godini od ukupno devet kanala, osam je premašilo taj prag. Jedino Sport TV nije ispunio kvotu (5,5 % 1999., a 2000. godine 3,9 %). Prosječni postotak primjene članka 5. na svim kanalima iznosio je 86 % 1999., odnosno 89 % 2000.

Udio novijih radova nezavisne europske produkcije mjerio se strože prema portugalskim zakonima. Naime, primjena članka 5. o minimalno 10 % udjela nezavisne europske produkcije ujedno je podrazumijevala da ta djela ne smiju biti starija od 5 godina. To automatski znači da su sve televizije koje su ispunile kvotu iz članka 5., ispunile i uvjet emitiranja novijih radova europske nezavisne produkcije.

Tablica 101. Popis kanala javne televizije

| Broadcaster | Channels | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| RTP. SA | RTP1 | 59,2 % | 64,6 % | 27,6 % | 42,2 % | 27,6 % | 42,2 % |
| | RTP2 | 60,3 % | 61,9 % | 21,5 % | 20,5 % | 21,5 % | 20,5 % |
| | RTP Internacional | 95,9 % | 92,3 % | 38,5 % | 35,2 % | 38,5 % | 35,2 % |
| | RTP Africa | 94 % | 90,8 % | 40,4 % | 36,6 % | 40,4 % | 36,6 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 102.Popis televizijskih kanala privatnih operatera

| Broadcaster | Channels | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | | | 1999. |
| SIC. SA | SIC | 44,8 % | 34,8 % | 24,4 % | 18,6% | 24,4 % | 18,6 % |
| | SIC Internacional | - | 98,2 % | - | 53,7 % | - | 53,7 % |
| | SIC Gold | - | 77,1 % | - | 38 % | - | 38 % |
| TVI | TVI | 30,5 % | 36,5 % | 16, %8 | 31,5 % | 16,8 % | 31,5 % |
| SPORT TV Portugal. SA | SPORT Tv | 90 % | 74,7 % | 5,5 % | 3,9 % | 5,5 % | 3,9 % |
| RTP. SA | RTP1 RTP2 RTP Internacional RTP Africa | 11A | 11A | 32 % | 33,6 % | 32 % | 33,6 % |
| SIC. SA | SIC SIC Internacional SIC Gold | 44,8 % | 70 % | 24,4 % | 36,8 % | 24,4 % | 36,8 % |
| TVI. SA | TVI | 30,5 % | 36,5 % | 16,8 % | 31,5 % | 16,8 % | 31,5 % |
| SPORT TV Portugal. SA | SPORT TV | 90 % | 74,7 % | 5,5 % | 3,9 % | 5,5 % | 3,9 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Finska

Kanali TV1, TV2, MTV3 i Neleonen, koji su zajedno imali gledanost od 95 % 1999. godine te 94,5 % 2000., emitirali su prosječno 66,25 %, odnosno 69,5 % europskih djela tijekom 1999. i 2000. godine. Takvi podaci ukazivali su na prosječni rast od 3,25 % u izvještajnom razdoblja.

Tijekom tog razdoblja sva četiri kanala obuhvaćena izvješćem povećala su većinski udio vremena emitiranja posvećenog europskim djelima propisanog člankom 4. Direktive (udjeli su varirali između 52 % i 86 % tijekom 1999. godine te 53 % i 85 % tijekom 2000.) Primjena odredbi članka 4. Direktive na svim kanalima bila je sto postotna. Od četiri kanala na koja se odnosi izvješće, tri su povećala udio vremena emitiranja posvećenog europskim djelima, a jedan je pokazao vrlo mali pad od 1 %. Opći je trend na svim kanalima svih tipova bio uzlazan.

Što se tiče članka 5. Direktive, prosječni udio emitiranja europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 23 % tijekom 1999. godine, odnosno 29 % u 2000., što je predstavljalo porast od 6 % tijekom izvještajnog razdoblja.

Sva četiri kanala obuhvaćena izvješćem premašila su minimum od 10 % nezavisne europske produkcije propisan Direktivom (postoci su varirali od 17 % do 32 % tijekom 1999., a u 2000. od 23 % do 38 %). Opći je trend na svim kanalima bio uzlazan. Tri su kanala povećala udio nezavisne produkcije, dok je jedan bilježio lagani pad.

Prosječni udio novijih radova nezavisne europske produkcije iznosio je 80 % 1999. godine, a u 2000. 80,25 %, što je predstavljalo porast od 0,25 % za vrijeme izvještajnog razdoblja. Opći je trend bio stabilan. Od ukupno četiri kanala, jedan je pokazivao rast, dva su bila nepromijenjena. Jedan je bilježio lagani pad, ali je još uvijek predstavljao većinski udio.

Tablica 103. Popis televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| TV1 | YLE | 86 % | 85 % | 17 % | 28 % | 59 | 62 |
| TV 2 | YLE | 72 % | 77 % | 32 % | 38 % | 61 | 59 |
| YLE(TV1 + TV2 | YLE | 80 % | 80 % | 23 % | 32 % | 60 | 61 |
| MTV 3 | MTV | 55 % | 63 % | 19 % | 27 % | 100 | 100 |
| Nelonen (4) | Ruutunelonen | 52 % | 53 % | 24 % | 23 % | 100 | 100 |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Švedska

Kanali SVT1, SVT2 i TV4 koji su zajedno imali gledanost od 74,2 % u 1999. godini, a u 2000. 71,9 %, emitirali su prosječno 73,83 % europskih djela 1999. godine, a 74,45 % 2000. To je predstavljalo porast od 0,62 % tijekom izvještajnog razdoblja.

U 1999. godini od 21 kanala obuhvaćenog izvješćem, njih je 12 premašilo zadanu kvotu vremena emitiranja posvećenog europskoj produkciji propisanog člankom 4. Direktive. Sljedećih devet kanala nije uspjelo ispuniti kvotu: TV 1000 (26 %), Cinema (25 %), „6" (42 %), Canal + (23 %), Canal + Gul (25 %), Canal + Bla (20 %), Kiosk (12 %), CineCinemas (5,75 %) i NollEttan Television (47 %). Prosječna primjena članka 4. Direktive na svim kanalima svih tipova iznosila je 57 %.

Tijekom 2000. od ukupno 26 kanala koji su obuhvaćeni izvješćem, 15 je premašilo većinski udio vremena emitiranja posvećenog djelima europske produkcije određenog člankom 4. Direktive. Za jedan kanal nisu dostavljeni podaci, dok deset kanala nije ispunilo propisano kvotu. Bili su to: TV 3 AB (17 %), TV5 AB (19,5 %), TV 1000 (24 %), Cinema (23 %), Z TV (19 %), Canal + (32 %), Canal + Gul (36 %), Canal + Bla (36 %), Kiosk (14.1 %) i CineCinemas (23 %). Posebno je naglašeno da su kanali „6" (50 %) i NollEttan Television (100 %) 2000. godine ispunili kvotu vremena emitiranja određenu za europsku produkciju člankom 4. Direktive. Prosječna primjena ovog članka na svim televizijama svih tipova iznosila je 58 %.

Razlozi neprimjenjivanja odredbe na nekim kanalima bili su nedavno osnivanje televizijskog kanala, specijaliziranost programa ili metoda funkcioniranja (plaćena TV). Spominje se i nedostatak kvalitetnih filmova europske produkcije po konkurentnim cijenama (u usporedbi s američkom produkcijom)

Europska komisija predvidjela je mjere za televizije koje se nisu pridržavale odredbi, a to je uključivalo zahtjev za pojačanu kupovinu europskih programa i europskih filmova dobre kvalitete. U slučaju televizijskih kanala TV3 AB i TV5 AB/Kanal 5, koji su imali veliku gledanost, Komisija je upozorila da postoji obveza podnošenja izvješća o primjeni članka 4. Direktive, bez obzira na način prenošenja televizijskog programa (analogno ili digitalno).

Od dvadeset kanala za koje su bili dostupni podaci tijekom cijelog izvještajnog razdoblja, dvanaest je povećalo udio vremena emitiranja posvećenog europskim djelima, pet nije pokazivalo promjene, dok su tri bilježila pad. Opći trend na svim kanalima svih tipova u emitiranju europskih djela bio je uzlazan.

Što se tiče primjene članka 5. Direktive, prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 27,94 % tijekom 1999. godine, a 34,63 % u 2000., što je predstavljalo rast od 6,7 %. U 1999. godini od ukupno 21 kanala, 10 je premašivalo minimalnu kvotu od 10 % djela nezavisne produkcije propisanu člankom 5. Direktive. Za 9 kanala nisu dostavljeni podaci. Kanali „6" i NollEtan Television uopće nisu prikazivali djela nezavisne produkcije. CineCinemas kanal prikazivao je manje od 10 %. Prosječni postotak

primjene članka 5. Direktive iznosio je 48 % 1999. godine. Tijekom 2000. od ukupno 26 kanala, 15 je premašilo prag od 10 %. Za 10 kanala nisu dostavljeni podaci. NollEttan Television bio je jedini kanal koji nije emitirao djela nezavisne europske produkcije. Postotak primjene na svim kanalima iznosio je 58 % u 2000. godini.

Opći je trend tijekom izvještajnog razdoblja bio stabilan. Od ukupno jedanaest kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, dva su povećala udjele nezavisne produkcije, dva su ostala nepromijenjena, dok je sedam zabilježilo pad. Međutim, taj pad je relativan s obzirom na činjenicu da se na tržištu pojavilo pet novih programa koji su varirali u postocima nezavisne produkcije (od 17 % do 100 % 2000.).

Što se tiče prosječnog udjela novijih radova europske nezavisne produkcije, on je iznosio 53,97 % u 1999., a 2000. godine 65,40 % 2000-te. Takvi postoci predstavljali su rast od 11,43 % tijekom izvještajnog razdoblja. Udio je bio ispod zadane kvote na sljedećim kanalima: TV4, „6”, CineCinemas i NollEttan Television. Opći je trend bio uzlazan. Od ukupno deset kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, dva su pokazala rast, tri su bila nepromijenjena, a pet njih bilježilo je pad. Četiri nova kanala fokusirala su svoje programe na novije radove (s prosjekom od 85 % do 100 % u 2000.).

Tablica 104. Popis televizijskih kanala

| Channels | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| SVT1 | Sveriges Television AB | 82 % | 84,88 % | 15 % | 20,98 % | 100 % | 54 % |
| SVT2 | Sveriges Television AB | 88 % | 88,20 % | 17 % | 12,35 % | 100 % | 77 % |
| Mälarkanalen | Sveriges Television AB | (1) | 100 % | | | | |
| SVT Väst | Sveriges Television AB | (1) | 100 % | | | | |
| SVT Mitt | Sveriges Television AB | (1) | | | | | |
| SVTSyd | Sveriges Television AB | (1) | 100 % | | | | |
| Digital Öst | Sveriges Television AB | (1) | 100 % | | | | |
| SVT 24(2) | Sveriges Television AB | | | | | | |
| UR | Sveriges Utbildningsradio AB | 98 % | 99 % | 31 % | 11 % | 98 % | |
| TV 4 | TV4AB | 51,49 % | 50,27 % | 66,17 % | 64,38 % | 2 % | 78,15 % |
| TV 3 AB | TV3 AB | (3) | 17 % | | 17 % | | 88 % |
| TV5AB | Kanal 5 AB | (3) | 19,5 % | | 100 % | | 100 % |
| TV 1000 | TV 1000 AB | 26 % | 24 % | 26 % | 24 % | 100 % | 78 % |
| Cinema | TV 1000 AB | 25 % | 23 % | 25 % | 23 % | 100 % | 77 % |
| ZTV | Modern Times Group MTG AB | (3) | 19 % | | 14 % | | 85 % |
| Viasat Sport (4) | Modern Times Group MTG AB | | | | | | |
| 6(logotype) | TV 6 Sverige AB | 42 % | 50 % | 0 % | 50 % | 0 % | 0 % |
| TV 8 | Televisionsaktiebo laget TV 8 | 60 % | 85,4 % | 17,6 % | 12,4 % | 17,6 % | 12,4 % |
| Canal+ (5) | Canal + Television AB | 23 % | 32 % | | | | |
| Canal+ Gul (5) | Canal+ Television AB | 25 % | 36 % | | | | |
| Canal + Bla (5) | Canal + Television | | | | | | |
| | AB | 20 % | 36 % | | | | |
| Kiosk (5) | Canal + Television AB | 12 % | 14,1 % | | | | |
| K-World | Kunskaps TV I Sverige AB | 76,7 % | 84 % | 31,7 % | 25 % | 30 % | 66 % |
| CineCinemas (6) | CineCinemas AB(AB Grundstenen | 5,75 % | 23 % | 5,75 % | | 0 % | |
| ETV | Cell Internet Commerce Development AB | (3) | 60 % | | 60 % | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| DTU7 | DTU Television AB | (3) | 0 % | | 0 % | | 0 % |
| Skanekanalen | Skanekanalen AB (Landskrona Vision AB) | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |
| NollEttan Television | TV-Kinsköpng Länkomedia AB | 47 % | 100 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| TV-Butiken (7) | Nordic Shopping Sverige Aktiebolag | | | | | | |
| Assyria-TV | Bethnahrin Institutet | (8) | 75 % | | 20 % | | 100 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Velika Britanija

Kanali BBC1, BBC2, ITV, Channel 4 i Channel 5, koji su zajedno imali gledanost od 86,1 % 1999.godine i 83,5 u 2000., emitirali su prosječno 64 % europskih djela 1999. godine, odnosno 68,8 % 2000., što je predstavljalo porast od 4,8 % tijekom izvještajnog razdoblja.

U 1999. godini od ukupno 97 kanala koji su bili obuhvaćeni člankom 4. Direktive, 53 su premašila zadanu kvotu emitiranja europskih djela. Primjena članka za sve kanale svih tipova iznosila je prosječno 55 %. Kvotu nisu uspjela ispuniti 44 kanala. Bili su to: 3+ Denmark (18 %), Adult Channel (48 %), Animal Planet (40 %), Bravo (18 %), Disney Channel UK (4 channels: 27 %), Fox Kids UK (27 %), Fox Kids Scandinavia (20 %), Front Row (35 %), God Channel (35 %), History Channel (26 %), Inspiration network (30 %), Kanal 5 (22 %), Living (37 %), National Geographic (9 %), Nichelodeon (29 %), Nichelodeon Nordic (8 %), Paramount Comedy Channel (23 %), Play Boy TV (15 %), Revival Channel (16 %), Sci-Fi Channel (11 %), Sky Cinema (13 %), Sky Movie Max (7 %), Sky One (46 %), Sky Premier (8 %), Studio Universal (46 %), TCC Nordic (27 %), Television X (33 %), Turner Cartoon Network (28 %), Carton Network (Dutch Language) (22 %), Carton Network (Italian Language) (20 %), Carton Network (Spanish Language) (12 %), Carton Network (Nordic) (15 %), TNT Classical Movies (11 %), TCM (40 %), TCM (Spanish language) (40 %), TCM (French language) (40 %), Trouble (20 %), TV3 Denmark (22 %), TV3 Norway (15 %), TV3 Sweden (22 %) i kanal VT4 (15 %).

Od 116 kanala u 2000. godini na koje se odnosila primjena članka 4. Direktive, 62 su premašila većinski udio vremena emitiranja posvećenog europskoj produkciji koje je propisivala Direktiva. Za dva kanala nisu bili dostupni podaci. Prosječna primjena Direktive na svim televizijama svih tipova iznosila je 53 %. Pedeset i dva kanala nisu uspjela ispuniti kvotu vremena emitiranja. To su bili kanali: 3+ Denmark (10 %), Biography Channel (5 %), Bravo (15 %), Channel Health (35 %), Discovery Health (44 %), Discovery Kids (48 %),

Disney Channel UK (4 channels, 31 %), Film Four (44 %), Fox Kids UK (38 %), Fox Kids, Scandinavia (36 %), Front Row (with the Barker Channel) (48 %), Front Row (without the Barker Channel) (37 %), God Channel (36 %), History Channel (21 %), Inspiration network (40 %), Kanal 5 (20 %), Living (31 %), National Geographic (16 %), Nichelodeon (20 %), Nichelodeon Nordic (11 %), Paramount Comedy Channel (24 %), Play Boy TV (18 %), Private Blue (49 %), Revival Channel (31 %), Sci-Fi Channel (11 %), Sky Cinema (17 %), Sky Movie Max (4 %), Sky One (34 %), Sky Premier (9 %), Sky Travel Channel (43 %), Studio Universal (47 %), Television X (44 %), Turner Cartoon Network (36 %), Cartoon Network (Boomerang) (21 %), Cartoon Network (Dutch Language) (26 %), Cartoon Network (French Language) (21 %), Carton Network (Italian Language) (22 %), Carton Network (Spanish Language) (21 %), Carton Network (Nordic) (20 %), TCM (41 %), TCM (Spanish language) (40 %), TCM (French language) (41 %), Trouble (24 %), TV3 Denmark (16 %), TV3 Norway (8 %), TV3 Sweden (12 %), V+ Norway (13 %), VT4 (16 %) i ZTV (46 %).
Najčešći razlozi za neprimjenjivanje odredbe članka 4. bili su specijaliziranost programa, nedavno osnivanje televizijskog kanala ili teškoće u pronalaženju europskih programa po konkurentnim cijenama. Jedan je od razloga bilo i postojanje kanala koje su osnovale televizijske kompanije čije je sjedište bilo u zemljama izvan Europske unije. Od 96 kanala za koje su bili dostavljeni potpuni podaci tijekom izvještajnog perioda, 45 je povećalo udio vremena emitiranja posvećenog europskim djelima, 9 nije pokazalo nikakve promjene, dok je na 38 kanala došlo do pada. Opći je trend na svim televizijama svih tipova bio uzlazan.

Što se tiče primjene članka 5. Direktive, prosječni udio emitiranja djela nezavisne europske produkcije na svim kanalima svih tipova iznosio je 28, 41 % u 1999., a u 2000. godini 30 %, što je predstavljalo porast od 2,55 %. Tijekom 1999. od 97 kanala na koje se odnosio članak 5. Direktive, 73 je premašilo minimum od 10 % nezavisne produkcije. Dvadeset četiri kanala nisu ispunila tu kvotu. Bili su to: BBC News 24, Bravo, Disney Channel UK (Disney Channel, Disney Channel +1, Playhouse Disney, Toon Disney), Front Row , GSB Men + Motors/Breeze, National geographic, Nickelodeon Nordic, Play UK, Rapture, Reality TV, SC4C2, Sci-Fi Channel, Sky Movie Max, Sky News, Sky One, Sky Premier, TCC Nordic, TNT Classical Movies, TV3 Norway i UK Arena. Tijekom 2000. godine od ukupno 116 kanala na koje se odnosio članak 5. Direktive, 86 njih premašilo je minimum od 10 % nezavisne europske produkcije. Dvadeset i osam kanala nije ispunilo kvotu. Bili su to: 3 + Denmark, BBC News 24, Biography Channel, Dating Channel, Bravo, Disney Channel UK (Disney Channel, Disney Channel +1, Playhouse Disney, Toon Disney), Film Four (9 %), Front Row Front Row, GSB Men + Motors/Breeze, History Channel,

National Geographic, Nickelodeon Nordic, Reality TV, SC4C2, Sci-Fi Channel, Sky Movie Max, Sky News, Sky One, Sky Premier, TV3 Denmark, TV3 Norway, TV3 Sweden, UK Drama i V+ Norway. Prosječna primjena članka 5. na svim kanalima iznosila je 75,26 % tijekom 1999., a 74,1 % 2000. godine. Opći trend bio je uzlazan. Od ukupno 93 kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, 47 kanala povećalo je udio nezavisne europske produkcije, 9 je bilo nepromijenjeno, dok je 37 bilježilo pad.

Prosječni udio novijih radova nezavisne europske produkcije na svim kanalima iznosio je 22,41 % tijekom 1999., a u 2000. godini 25,17 %, što je predstavljalo rast od 2,76 % tijekom izvještajnog razdoblja. Na sljedećim televizijskim kanalima emitiran je vrlo mali postotak novijih radova nezavisne europske produkcije: 3 + Denmark, BBC News 24, Biography Channel, Dating Channel, Bravo, Disney Channel UK (Disney Channel, Disney Channel +1, Playhouse Disney, Toon Disney), Front Row, GSB Men +Motors/Breeze, History Channel, National Geographic, Nickelodeon Nordic, Reality TV, SC4C2, Sci-Fi Channel, Sky Movie Max, Sky News, Sky One, Sky Premier, TV3 Denmark, TV3 Norway, TV3 Sweden, UK Drama, V+ Norway. Opći je trend bio uzlazan. Od ukupno 92 kanala za koje su bili dostupni potpuni podaci, 44 je pokazalo rast, 14 je bilo nepromijenjeno, a 34 su bilježila pad.

Tablica 106. Popis televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. |
| 3+Denmark | Viasat Broadcasting UK Limited | 18 % | 10 % | 16 % | 8 % | 17 % | 8 % |
| Adult Channel | The Home Video Channel Ltd/Playboy | 48 % | 51 % | 37 % | 39 % | 31 % | 34 % |
| Animal Planet | Discovery Networks Europe | 40 % | 64 % | 35 % | 60 % | 29 % | 26 % |
| Arab News Network | Linkchain Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Artsworld | Artsworld Channels Ltd | NO | 89 % | NO | 81 % | NO | 59 % |
| Asianet | Asianet Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Auction Channel | Trojan Television Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Bet International | Bet International | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| B4U Movies | B4U Movies | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| BBC Choice | BBC | 92 % | 97 % | 22 % | 36 % | 22 % | 36 % |
| BBC | BBC | 99 % | 99 % | 12 % | 17 % | 12 % | 17 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Knowledge | | | | | | | |
| BBC News 24 | BBC | 100 % | 100 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| BBC Parliament | BBC | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| BBC Prime | BBC | 100 % | 100 % | 26 % | 18 % | 26 % | 18 % |
| BBC World | BBC | 88 % | 84 % | 11 % | 14 % | 11 % | 14 % |
| BBC1 | BBC | 65 % | 71 % | 19 % | 20 % | 19 % | 20 % |
| BBC2 | BBC | 65 5 | 73 % | 17 % | 15 % | 17 % | 15 % |
| Bid Up TV | Sit Up | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Biography Channel | BSKyB | NO | 5 % | NO | 5 % | NO | 1 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Tablica 107. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 999. | 000. | 999. | 000. | 999. | 999. |
| Bloomberg Information Television | Bloomberg LP | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| The Box | The Box | 66 % | 63 % | 19 % | 37 | 19 | 37 |
| Bravo | Flextech Television | 18 % | 15 % | 6 % | 3 | 1 | 3 |
| Carlton Food Network | Carlton | 99 % | 93 % | 61 % | 67 | 61 | 66 |
| Carlton Select (formerly Select TV) | Select Cable TV | 55 % | 54 % | 26 % | 21 | 8 | 7 |
| Challenge TV | Maidstone Broadcasting Ltd | 79 % | 81 % | 25 % | 26 | 21 | 21 |
| Channel 4 | Channel Four Television Corporation | 65 % | 69 % | 39 % | 39 | 33 | 31 |
| Channel 5 | Channel Five Broadcasting Ltd | 53 % | 54 % | 40 % | 42 | 37 | 41 |
| Channel Health | Channel Health Ltd | NO | 35 % | NO | 12 | NO | 12 |
| Chinese Channel (TVBS Europe) | TVBS Europe | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| CNBC | Business News (Europe) Ltd Partnerships | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| CNN International | Turner Broadcasting Systems | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Europe Ltd | | | | | | |
| Culture Television - CTV | CTV International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Tablica 108. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 1999. |
| Dating Channel | Euro Digital Corporation Ltd | NO | 100 % | NO | 0 % | NO | 0 % |
| Discovery Channel (UK) | Discovery Networks Europe | 57 % | 66 % | 50 % | 59 % | 34 % | 36 % |
| Discovery Civilization | Discovery Networks Europe | NO | 74 % | NO | 58 % | NO | 35 % |
| Discovery Home and Leisure | Discovery Networks Europe | 56 % | 56 % | 49 % | 46 % | 41 % | 46 % |
| Discovery Health | Discovery Networks Europe | NO | 44 % | NO | 12 % | NO | 4 % |
| Discovery Kids | Discovery Networks Europe | NO | 48 % | NO | 46 % | NO | 7 % |
| Discovery Ski-Trek | Discovery Networks Europe | NO | 54% | NO | 51 % | NO | 33 % |
| Discovery Travel and Adventure | Discovery Networks Europe | NO | 63 % | NO | 58 % | NO | 45 % |
| Discovery Wings | Discovery Networks Europe | NO | 58 5 | NO | 49 % | NO | 38 % |
| Disney Channel UK (Incorporating the core Disney Channels; Disney Channel, Disney Channel +1, Playhouse Disney and Toon Disney) | Disney Channel UK | 27 % | 31 % | 4 % | 3 % | 2 % | 3 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Tablica 109. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 1999. |
| Film Four | Channel Four Television Corporation | 52 % | 44 % | 11 % | 9 % | 8 % | 6 % |
| Fox Kids UK | Fox | 27 % | 38 % | 17 % | 34 % | 20 % | 25 % |
| Fox Kids Scandinavia | Fox | 20 % | 36 % | 14 % | 31 % | 10 % | 11 % |
| Front Row (with the Barker Channel) | Front Row Television Ltd | 54 % | 48 % | 0 % | 1 % | 0 % | 1 % |
| Front Row (without the Barker Channel) | Front Row Television Ltd | 35 % | 37 % | 1 % | 1 % | 1 % | 1 % |
| God Channel (formally Christian Channel) | The Christian Channel Europe Ltd | 35 % | 36 % | 24 % | 26 % | 24 % | 26 % |
| GSB Men + Motors/Breeze | Granada Sky Broadcasting | 68 % | 54 % | 6 % | 4 % | 6 % | 4 % |
| GSB Granada Plus | Granada Sky Broadcasting | 81 % | 66 % | 17 % | 11 % | 3 % | 3 % |
| HBO | HBO Communications Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Hallmark Entertainment Network | Crown Entertainment Ltd | NO | NA | NO | NA | NO | NA |
| History Channel | BSKyB-NCG-UK Partnership | 26 % | 21 % | 11 % | 7 % | 8 % | 8 % |
| Home Shopping Network | K-Tel Marketing Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Inspiration Network | Mission Today Ltd | 30 % | 40 % | 10 % | 13 % | 4 % | 13 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ideal World Home Shopping | Ideal Home House | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| ITN News Channel | ITV Network | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| ITV | ITV Network | 72 % | 77 % | 26 % | 28 % | 18 % | 20 % |
| JSTV | Japan Satellite Television Europe Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| TV2 | ITV Network | 86 % | 51 % | 29 % | 18 % | 29 % | 18 % |
| Kanal 5 | Kanal 5 Ltd | 22 % | 20 % | 21 % | 19 % | 21 % | 19 % |
| Kiss | Emap Performance TV | NO | 56 % | NO | 44 % | NO | 44 % |
| Landscape Channel | Landscape Studios | 80 % | 78 % | 81 % | 83 % | 2 % | 1 % |
| Lashkara | Reminiscent Television UK Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Living | UK Living Ltd | 37 % | 31 % | 35 % | 15 % | 30 % | 17 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Tablica 110. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 1999. |
| Media Shop Television | Media Shop Television | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Middle East Broadcasting Centre | MBC Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Minaj Broadcasting International | Minaj UK Ltd | NO | NA | NO | NA | NO | NA |
| The Money Channel | Wapping Studios | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| M2 (MTV2)(STST59) | MTV Network Europe | 95 % | 94 % | 77 % | 90 % | 77 % | 90 % |
| MTV Base (STS274) | MTV Network Europe | 68 % | 77 % | 67 % | 72 % | 67 % | 72 % |
| MTV Central | MTV Network Europe | 94 % | NO | 85 % | NO | 85 % | NO |
| MTV Europe | MTV Network Europe | 92 % | 92 % | 82 % | 70 % | 82 % | 70 % |
| MTV Extra (STS274) | MTV Network Europe | 75 % | 76 % | 60 % | 68 % | 60 % | 68 % |
| MTV France (STS352) | MTV Network Europe | NO | 91 % | NO | 71 % | NO | 71 % |
| MTV Netherlands (STS352) | MTV Network Europe | NO | 92 % | NO | 73 % | NO | 73 % |
| MTV Nordic (STS238) | MTV Network Europe | 92 % | 93 % | 84 % | 78 % | 83 % | 78 % |
| MTV Polska (STS356) | MTV Network Europe | NO | 95 % | NO | 87 % | NO | 87 % |
| MTV Spain (STS363) | MTV Network Europe | NO | 95 % | NO | 87 % | NO | 87 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MTV UK (STS182) | MTV Network Europe | 94 % | 89 % | 79 % | 66 % | 79 % | 66 % |
| Muslim Television Ahmadiyya | Al Shirkatul Islamiyya | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji. Kratica NA označuje da podatak nije dostupan.

Tablica 111. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 1999. | 2000. | 1999. |
| National Geographic | National Geographic Channel UK | 9 % | 16 % | 6 % | 6 % | 3 % | 3 % |
| Nickelodeon | Nickelodeon UK | 29 % | 20 % | 22 % | 14 % | 16 % | 10 % |
| Nickelodeon Junior | Nickelodeon UK | 58 % | 55% | 45 % | 42 % | 31 % | 21 % |
| Nickelodeon Nordic | Nickelodeon UK | 8 % | 11% | 4 % | 1 % | 4 % | 1 % |
| Novashop | Quantum International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Novashop 2 | Quantum International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Pakistani Channel | Pakistani Channel | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Paramount Comedy Channel | Paramount Comedy | 23 % | 24 % | 17 % | 19 % | 10 % | 12% |
| Phoenix Chinese News and Entertainment Channel | Phoenix CNE | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Performance - The Arts Channel | Performance TV | 67 % | 73 % | 20 % | 27 % | 6 % | 8 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Play UK | UK TV | 92 % | 75 % | 8 % | 20 % | 28 % | 19 % |
| Playboy TV | Playboy TV UK | 15 % | 18 % | 15 % | 18 % | 9 % | 18 % |
| Private Blue (previously Midnight Blue) | Zone Broadcasting UK Ltd | NO | 49 | NO | 23 % | NO | 23 % |
| Q24 | Quantum International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| QTV | Emap Performance TV | NO | 53 % | NO | 47 % | NO | 47 % |
| Quantum Channel | Quantum International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| QVC Shopping Channel | QVC International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Tablica 112. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 1999. |
| Racing Channel | Satellite Information Services Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Rapture | Rapture TV | 100 % | 69 % | 4 % | 16 % | 4 % | 16 % |
| Reality TV | CNI UK Ltd | 69 % | 50 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Revival Channel | Christian Channel Europe Ltd | 16 % | 31 % | 15 % | 19 % | 15 % | 19 % |
| S4C - Anologue | S4C | 100 % | 100 % | 70 % | 67 % | 67 % | 64 % |
| S4C - Digital | S4C | 100 % | 100 % | 86 % | 86 % | 80 % | 80 % |
| S4C2 | S4C | 100% | 100 % | 0 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| Satellite Information Services Ltd Racing Facts | Satellite Information Services Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Sat-7 | Sat-7 Media Services Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Sci-Fi Channel | Sci-Fi Channel | 11% | 11 % | 4 % | 2 % | 2 | 2 % |
| Sell-a-Vision Shopping | Quantum International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Setanta Sport | Setanta Sport | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Shop! | The Home Shopping Channel Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Shop America | Shop America | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ltd | | | | | | |
| Simply Money | Invest TV | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| SIS Racing Facts | Satellite Information Services Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova.

Tablica 113. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 1999. |
| Sky Cinema (formerly Sky Movies Gold) | BSkyB Ltd | 13 % | 17 % | 12 % | 13 % | 1 % | 0 % |
| Sky Movie Max (formerly Screen 1 and Sky Movies) | BSkyB Ltd | 7 % | 4 % | 6 % | 3 % | 4 % | 3 % |
| Sky News | BSkyB Ltd | 89 % | 91 % | 4 % | 0 % | 4 % | 0 % |
| Sky One | BSkyB Ltd | 46 % | 34 % | 6 % | 5 % | 6 % | 5 % |
| Sky Premier (formerly known as Screen 2 and as The Movie Channel) | BSkyB Ltd | 8 % | 9 % | 7 % | 7 % | 4 % | 4 % |
| Sky Soap | BSkyB Ltd | 79 % | NO | 64 % | NO | 0 % | NO |
| Sky Sports 1 | BSkyB Ltd | 89 % | 91 % | 20 % | 28 % | 17 % | 28 % |
| Sky Sports 2 | BSkyB Ltd | 89 % | 90 % | 42 % | 56 % | 42 % | 56 % |
| Sky Sports 3 | BSkyB Ltd | 81 % | 80 % | 53 % | 55 % | 55 % | 69 % |
| Sky Sports Extra | BSkyB Ltd | 100 % | 95 % | 50 % | 78 % | 50 % | 78 % |
| Sky Travel Channel | BSkyB Ltd | 56 % | 43 % | 20 % | 12 % | 20 % | 12 |
| Sony Entertainment Television Asia | Sony Entertainment Television Asia | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Studio Universal | Studio Universal | 46 % | 47 % | 46 % | 47 % | 23 % | 47 % |
| Supershop | Quantum International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| TCC Nordic | Flextech | 27 % | NO | 5 % | NO | 5 % | NO |
| Television X | Portland Enterprises Ltd | 33 % | 44 % | 19 % | 16 % | 25 % | 16 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TESUG TV | TESUG | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Tablica 114. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | | IP | | RW | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 1999. |
| Turner Cartoon Network | Turner Broadcasting Systems Europe Ltd | 28 % | 36 % | 28 % | 32 % | 14 % | 20 % |
| Cartoon Network (Boomerang) | Turner Broadcasting Systems Europe Ltd | NO | 21 % | NO | 21 % | NO | 0 % |
| Cartoon Network (Dutch Language) | Turner Broadcasting Systems Europe Ltd | 22 % | 26 % | 22 % | 25 % | 18 % | 19 % |
| Cartoon Netowork (French Language) | Turner Broadcasting Systems Europe Ltd | NO | 21 % | NO | 20 % | NO | 7 % |
| Cartoon Network (Italian Language) | Turner Broadcasting Systems Europe Ltd | 20 % | 22 % | 12 % | 18 % | 3 % | 10 % |
| Cartoon Network (Spanish Language) | Turner Broadcasting Systems Europe Ltd | 12 % | 21 % | 12 % | 16 % | 12 % | 16 % |
| Cartoon Network (Nordic) | Turner Broadcasting Systems Europe Ltd | 15 % | 20 % | 15 % | 20 % | 0 % | 11 % |
| TNT Classical Movies: Digital | Turner | 11 % | NO | 0 % | NO | 0 % | NO |
| TCM (Turner Classic Movies) UK | Turner | 40 % | 41 % | 40 % | 41 % | 0 % | 0 % |
| TCM (Turner Classic Movies) Spanish Language | Turner | 40 % | 40 % | 40 % | 40 % | 0 % | 0 % |
| TCM (Turner Classic Movies) French Language | Turner | 40 % | 41 % | 40 % | 41 % | 0 % | 0 % |
| Trouble | Starstream Ltd | 20 % | 24 % | 12 % | 16 % | 2 % | 2 % |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

Tablica 115. Popis satelitskih televizijskih kanala

| Channel | Broadcaster | EW | IP | | RW | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1999. | 2000. | 1999. | 2000. | 1999. | 1999. |
| TV3 Denmark | Viasat Broadcasting UK Ltd | 22 % | 16 % | 15 % | 9 % | 15 % | 9 % |
| TV3 Norway | Viasat Broadcasting UK Ltd | 15 % | 8 % | 8 % | 4 % | 8 % | 4 % |
| TV3 Sweden | Viasat Broadcasting UK Ltd | 22 % | 12 % | 17 % | 9 % | 17 % | 9 % |
| TV Land | Gulf GTH Productions | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| TV Shop | Viasat Broadcast Centre | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| TV Shop Sport | Viasat Broadcast Centre | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| UK Arena | UK TV | 81 % | 68 % | 8 % | 20 % | 7 % | 17 % |
| UK Drama (formally UK Arena) | UK TV | NO | 96 % | NO | 0 % | NO | 0 % |
| UK Gold | UK Gold Broadcasting Ltd UK | 81 % | 67 % | 21 % | 17 % | 7 % | 14 % |
| UK Horizons | UK TV | 99 % | 97 % | 19 % | 29 % | 16 % | 21 % |
| UK Style | UK TV | 98 % | 95 % | 43 % | 36 % | 35 % | 31 % |
| V+ Norway | Viasat Broadcasting Centre | NO | 13 % | NO | 4 % | NO | 4 % |
| VH 1 (STS 076) | MTV Network Europe | 90 % | 79 % | 83 % | 74 % | 83 % | 74 % |
| VH1 Classic (STS 275) | MTV Network Europe | 89 % | 70 % | 88 % | 93 % | 86 % | 93 % |
| VH1 Export (STS 171) | MTV Network Europe | 89 % | 80 % | 81 % | 75 % | 81 % | 75 % |
| Vision Channel | Vision Broadcasting | 57 % | 69 % | 47 % | 59 % | 49 % | 45 % |
| VT4 | VT4 | 15 % | 16 % | 12 % | 15 % | 12 % | 14 % |
| What's in Store | Quantum International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| What's in Store 2 | Quantum International Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Wizja | UPC Broadcast Centre Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Zee TV | Asia TV Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Zee Bangla | Asia TV Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Zee Cinema | Asia TV Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| Zee Music | Asia TV Ltd | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt | Exempt |
| ZTV | Viasat Broadcasting UK Ltd | 63 % | 46 % | 60 % | 12 % | 14 % | 12 % |
| Average Compliance Rate | | 56 % | 56 % | 29 5 | 32 % | 23 % | 26 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| No of channels exceeding quota targets | | 52 % | 57 % | 71 % | 84 % | 51 % | 64 % |
| No of channels operating | 172 | | | | | | |
| No of channels exempt | 51 | | | | | | |

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova. Kratica NO odnosi se na kanale koji u tom razdoblju nisu bili u funkciji.

**Šesta komunikacija (za razdoblje 2001. – 2002.)**

Šesta komunikacija objavljena je 2004. godine.[9]

Komunikacija ističe trend rasta broja televizijskih kanala u Europi. Taj je broj 1. siječnja 2003. iznosio 880 kanala, dok je samo godinu dana ranije broj televizijskih kanala u zemljama EU bio 780, što predstavlja povećanje od 12% u samo jednoj godini. Ovi podaci još jednom ukazuju na veliku dinamiku na planu europske audiovizualne industrije. Ovakav se razvoj odražava i na broj televizijskih kanala koji su obuhvaćeni izvješćima zemalja članica. Taj je broj porastao od 472 kanala 2001. na 503 kanala 2002. Komisija je u svojoj Komunikaciji primijetila da zemlje članice uglavnom nisu primjenjivale jednaku metodologiju prilikom prikupljanja podataka o ispunjavanju odredbi Direktive, pri čemu su često izostavljale kabelske i satelitske televizije iz nacionalnih izvješća (npr. Nizozemska i Njemačka, a osobito Italija). Usprkos tomu, ovom izvješću Komisija daje vrlo pozitivnu ocjenu o primjeni članka 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica”

Izvješće pokazuje da je u tom razdoblju prosječno vrijeme rezervirano za programe europskog porijekla bilo 66,95 % 2001., a 2002. godine 66,10 %, što predstavlja pad od 0,85 %.

---

[9] *Television broadcasting activities: "Television without Frontiers" (TVWF) Directive* (1989) EUR-Lex.europa.eu, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Al24101

Međutim, u odnosu na prethodno izvještajno razdoblje (60,68 % 1999. i 62,18 % 2000.), može se govoriti o porastu od 5,42 % u periodu od četiri godine. U zemljama članicama prosječno je vrijeme za europske programe variralo od 46,98 % u Portugalu i 87 % u Nizozemskoj 2001. te 48,67 % u Irskoj i 80 % u Luksemburgu u 2002. godini. Prosječna stopa primjene članka 4. za sve kanale u zemljama članicama iznosila je 69,93 % u 2001., odnosno 74,53 % u 2002. godini, što predstavlja porast od 4,60 % u referentnom razdoblju. U usporedbi s prijašnjim razdobljem (68,58 % 1999. i 72,5 % 2000. godine) radilo se o porastu od 5,95 % u razdoblju od četiri godine. To je izuzetno dobar rezultat ako se uzme u obzir porast specijaliziranih kanala u tom vremenu. Primjena članka za sve tipove kanala varirala je od 38 % u Švedskoj do 100 % u Finskoj 2001. te između 43 % u Švedskoj i 100 % u Finskoj 2002. godine. Primjena članka na kanalima svih tipova porasla je u devet zemalja članica, bila stabilna u pet i pala u jednoj.

Trend porasta prosječnog emitiranja europskih djela u referentnom razdoblju bio je pozitivan u osam zemalja članica, stabilan u jednoj i negativan u šest. Ukupni trend bio je uzlazan. Što se tiče ukupnog broja televizijskih kanala koji su ispunili ili prešli većinski udio djela europske proizvodnje propisan člankom 4., u prosjeku je 69,93 % televizija u zemljama članicama ispunilo taj zahtjev 2001. godine. U 2002. taj je omjer iznosio 74,53 % što predstavlja porast od 4,60 % u izvještajnom razdoblju.

Ovi pozitivni rezultati ukazuju na činjenicu da je u velikoj većini zemalja članica prihvaćena i s relativnom lakoćom provedena odredba članka 4. Direktive o televiziji bez granica.

Primjena članka 5. Direktive „Televizija bez granica"

Udio nezavisne produkcije u programima televizija zemalja članica iznosio je 37,75 % 2001., a 2002. godine 34,03 %, što predstavlja porast od 3,48 % u periodu od četiri godine.

Prosječni udio nezavisne produkcije u zemljama članicama varirao je od 21,33 % u Italiji i 68,92 % u Nizozemskoj 2001. godine te 2002. godine između 18,78 % u Italiji i 61,42 % u Austriji. U izvještajnom razdoblju vidljiv je napredak u prosječnoj zastupljenosti europskih djela nezavisne produkcije u šest zemalja članica i pad u devet. Prosjek ispunjavanja zahtjeva o 10 % zastupljenosti nezavisne produkcije u svim zemljama članicama iznosio je 90,67 % 2001. i 89,13 % 2002. godine, što predstavlja lagani pad od 1,54 % tijekom izvještajnog razdoblja. Primjena odredbe članka 5. Direktive bez granica u zemljama članicama varirala je od 72 % u Grčkoj do 100 % u Irskoj, Nizozemskoj, Austriji, Finskoj i Švedskoj 2001. godine. Tijekom 2002. godine ispunjenost odredbe članka 5. varirala je od 71

% u Švedskoj do 100 % u Danskoj, Francuskoj, Irskoj, Austriji i Finskoj. Prosjek primjene Direktive porastao je u šest zemalja članica, bio je stabilan u četiri i pao je u pet.

Nova djela nezavisne europske produkcije

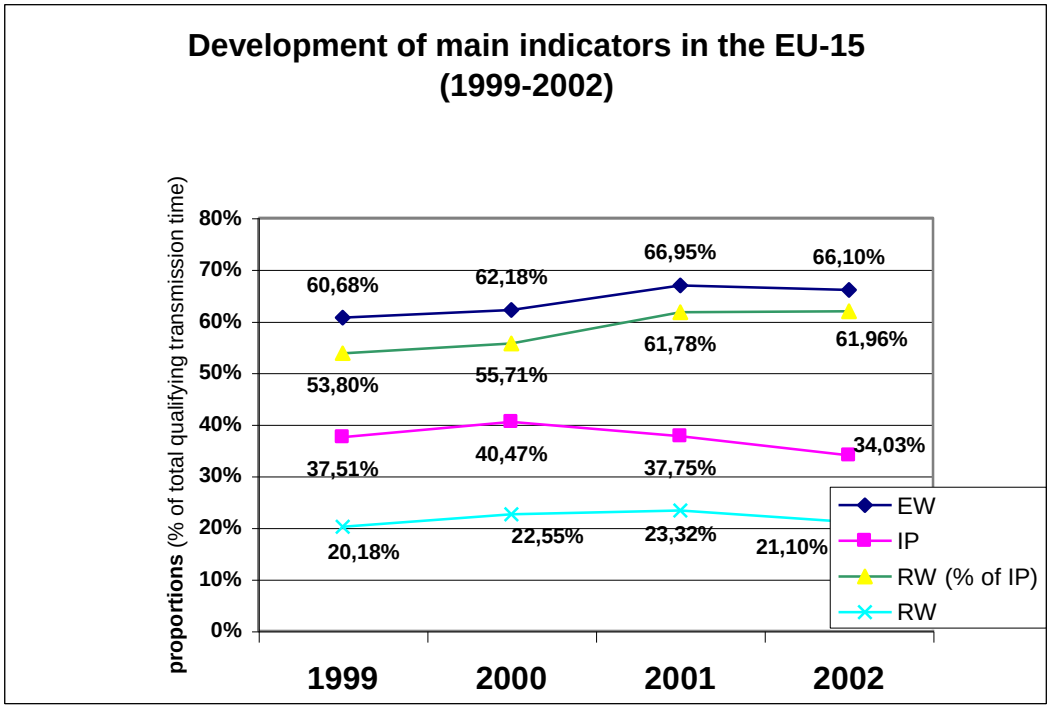
Prosječna zastupljenost novih djela nezavisne europske produkcije iznosila je 61,78% 2001. godine, odnosno 61,96 % u 2002. godini, što predstavlja porast od 0,18 % u referentnom razdoblju.

Udio ovih programa u zemljama članicama varirao je od 22,72% u Španjolskoj i 98,75% u Irskoj 2001. godine, a između 23,75% u Španjolskoj i 98,75% u Irskoj 2002. godine. U sedam zemalja članica zabilježen je pozitivan rast u emitiranju ove vrste programa, u jednoj je bio stabilan, dok je u sedam zemalja došlo do pada. U odnosu na ukupno vrijeme emitiranja, nova djela nezavisnih autora bila su zastupljena s više od 20 %, s laganim porastom od 0,92 % tijekom četiri godine.

Zaključno, što se tiče primjene članka 4. Direktive o televiziji bez granica, podaci govore da po prvi puta nije bilo napretka na razini Europske unije u davanju prostora djelima europske proizvodnje. Međutim, usprkos padu od 0,85 %, ipak se može govoriti o stabilizaciji udjela europskih djela u programima televizija zemalja članica na gotovo dvije trećine ukupnog vremena emitiranja. Naime, podaci govore o prosječnoj zastupljenosti europskih programa uglavnom iznad 60 %, što nadmašuje preporuku Direktive o 50 % europskih programa.

Primjena članka 5. o udjelu nezavisne produkcije u većini se europskih zemalja stabilizirala na jednoj trećini ukupnog emitiranog programa, što je daleko iznad propisanog minimuma od 10 %. Međutim, i tu je po prvi puta, gledano na razini Europske unije, došlo do pada zastupljenosti nezavisne produkcije. Na sreću, to je još uvijek bilo daleko iznad minimuma propisanog člankom 5. Direktive. Osim toga, svuda je zabilježen relativno visok udio novih djela nezavisne europske produkcije koji je u konstantnom porastu. Zbog toga je primjena članka 5. ocijenjena kao „uglavnom zadovoljavajuća".

Uz ovu općenito pozitivnu situaciju, treba upozoriti i na činjenicu da određene zemlje članice nisu podnijele izvješća za određeni broj televizijskih kanala. Komisija ih je zato upozorila o potrebi pojačane kontrole u okviru nacionalnih zakona i pravila tržišnog natjecanja. Procjena ove komunikacije jest da su zemlje članice najvećim dijelom ispunile obveze iz članka 4. i 5. Direktive o televiziji bez granica.




Grafikon 1. Razvoj prosječnog emitiranja djela europske produkcije u zemljama članicama (1999. – 2002.)

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak europskih djela nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova nezavisne produkcije u odnosu na ukupno vrijeme emitiranja. Oznaka RW (% of IP) prikazuje postotak novih djela nezavisnih producenata u odnosu na djela nezavisne europske produkcije.

Tablica 116. Pregled emitiranja europskih djela (članak 4. Direktive) u zemljama članicama (za period 2001. – 2002.)

| MS | | | | Indicator 1 | | | Indicator 2 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Total number of reported and operative channels covered by Article 4 | | | Average percentage transmission time of European works (channels with highest viewing figures) | | | Compliance rate (percentage of channels achieving or exceeding the majority proportion) | | |
| | 2001. | 2002. | Growth | 2001. | 2002. | Growth | 2001. | 2002. | Growth |
| B | 15 | 19 | 4 | 60 % | 68,42 | 8,42 % | 60 % | 68 % | 8 % |
| DK | 6 | 6 | 0 | 77,13 % | 64,60 | -12,53 % | 67 % | 67 % | 0 % |
| D | 26 | 26 | 0 | 59,41 % | 59,82 | 0,41 % | 62 % | 68 % | 6 % |
| EL | 33 | 35 | 2 | 77,02 % | 73,53 | -3,49 % | 69 % | 74 % | 5 % |
| E | 48 | 51 | 3 | 56,06 % | 61,71 | 5,65 % | 73 % | 73 % | 0 % |
| F | 70 | 75 | 5 | 70,98 % | 71,73 | 0,75 % | 92 % | 96 % | 4 % |
| IRL | 4 | 4 | 0 | 49,17 % | 48,67 | -0,50 % | 50 % | 75 % | 25 % |
| I | 53 | 69 | 16 | 62,66 % | 60,72 | -1,94 % | 78 % | 77 % | -1 % |
| L | 10 | 10 | 0 | 80 % | 80,00 | 0 % | 80 % | 90 % | 10 % |
| NL | 41 | 41 | 0 | 87 % | 73,83 | -13,17 % | 64 % | 68 % | 4 % |
| A | 7 | 7 | 0 | 74,47 % | 79,13 | 4,66 % | 86 % | 86 % | 0 % |
| P | 12 | 12 | 0 | 46,98 % | 49,83 | 2,85 % | 75 % | 75 % | 0 % |
| FIN | 4 | 4 | 0 | 70,75 % | 66,25 | -4,50 % | 100 % | 100 % | 0 % |
| S | 18 | 21 | 3 | 59,08 % | 59,47 | 0,39 % | 38 % | 43 % | 5 % |
| UK | 125 | 123 | -2 | 73,60 % | 73,80 | 0,20 % | 55 % | 58 % | 3 % |
| Total | 472 | 503 | 31 | | | | | | |
| EU average | | | | 69,95 % | 66,10 % | -0,85 % | 69,93 % | 74,53 % | 4,60 % |

Indikatori pokazuju izvršenost primjene članka 4. Direktive o televiziji bez granica.

Tablica 117. Pregled emitiranja europskih djela nezavisne produkcije (članak 5. Direktive) u zemljama članicama (za period 2001. – 2002.)

| MS | | | | Indicator 1 | | | Indicator 2 | | | Indicator 3 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Total number of reported and operative channels covered by Article 5 | | | Average percentage transmission time or average programming budget reserved for European works by independent producers | | | Compliance rate | | | Total number of reported and operative channels covered by Article 5 | | |
| | 2001. | 2002. | Growth | 2001. | 2002. | Growth | 2001. % | 2002. | Growth | 2001. | 2002. | Growth |
| B | 15 | 19 | 4 | 41,85 % | 41,27 % | -0,58 % | 86 % | 89 % | 3 % | 61,98 % | 59,74 % | -2,24 % |
| DK | 6 | 6 | 0 | 30,7 % | 28 % | -2,7 % | 83 % | 100 % | 17 % | 83,57 % | 82,85 % | -0,72 % |
| D | 26 | 26 | 0 | 43,09 % | 41,56 % | -1,53 % | 85 % | 86 % | 1 % | 75,26 % | 77,42 % | 2,16 % |
| EL | 33 | 35 | 2 | 25,37 % | 29,32 % | 3,95 % | 72 % | 79 % | 7 % | 27,66 % | 31,93 % | 4,27 % |
| E | 48 | 51 | 3 | 33,86 % | 34,50 % | 0,64 % | 87 % | 86 % | -1 % | 22,72 % | 23,75 % | 1,03 % |
| F | 70 | 75 | 5 | 50,03 % | 46,33 % | -3,7 % | 95 % | 100 % | 5 % | 69,48 % | 61,95 % | -7,53 % |
| IRL | 4 | 4 | 0 | 26,50 % | 26,75 % | 0,25 % | 100 % | 100 % | 0 % | 98,75 % | 98,75 % | 0 % |
| I | 53 | 69 | 16 | 21,33 % | 18,78 % | -2,55 % | 91 % | 91 % | 0 % | 68,69 % | 76,62 % | 7,93 % |
| L | 10 | 10 | 0 | 25,63 % | 27,50 % | 1,87 % | 90 % | 80 % | -10 % | 12,18 % | 16,49 % | 4,31 % |
| NL | 41 | 41 | 0 | 68,92 % | 33,45 % | -35,47 % | 100 % | 90 % | -10 % | 64,46 % | 89,26 % | 24,8 % |
| A | 7 | 7 | 0 | 61,10 % | 61,42 % | 0,32 % | 100 % | 100 % | 0 % | 66,65 % | 69,27 % | 2,62 % |
| P | 12 | 12 | 0 | 41,53 % | 26,91 % | -14,625 | 92 % | 83 % | -9 % | 90,05 % | 74,29 % | -15,76 % |
| FIN | 4 | 4 | 0 | 28,50 % | 25,50 % | -3 % | 100 % | 100 % | 0 % | 77 % | 76,75 % | -0,2 %5 |
| SV | 18 | 21 | 3 | 35,40 % | 37,87 % | 2,47 % | 100 % | 71 % | -29 % | 82,26 % | 65,48 % | -16,78 % |
| UK | 125 | 123 | -2 | 32,43 % | 31,35 % | -1,08 % | 79 % | 82 % | 3 % | 26,05 % | 24,78 % | -1,27 % |
| Total | 472 | 503 | 31 | | | | | | | | | |
| EU average | | | | 37,75 % | 34,03 % | -3,72 % | 90,67 % | 89,13 % | -1,54 % | 61,78 % | 61,96 % | 0,18 % |

Indikatori pokazuju izvršenost primjene članka 5. Direktive o televiziji bez granica.

**Sedma komunikacija (za razdoblje 2003. – 2004.)**

Sedma komunikacija[10] Europske komisije objavljena je 2006. godine.

I u ovoj komunikaciji Komisija ukazuje na stalan rast broja televizijskih kanala u Europi. Izvješća zemalja članica pokazuju da je broj kanala, nad kojima je izvršen nadzor primjene članka 4. i 5., narastao s 584 u 2003. godini na 767 u 2004. U prethodnom izvještajnom periodu broj kanala narastao je s 472 kanala 2001. na 503 u 2002. godini. To ukazuje na porast od 61 % tijekom četiri godine (2001. – 2004.), što je uglavnom odraz najvećega europskog proširenja na deset novih zemalja članica 2004. godine. Međutim, čak i u EU15 bilježi se značajan porast od 39% (od 2001. do 2004), što uključuje i porast od 12% u razdoblju od 2003. do 2004.

Komisija je ustanovila da postoje velike razlike među zemljama članicama u intenzitetu provjera programa. Nadzor može vršiti nezavisno regulatorno tijelo, vladin odsjek ili privatna tvrtka za istraživanja. U nekim zemljama vlasti ovise o podacima koje su iznijeli sami mediji. Većina zemalja podnijela je Komisiji potpune i pregledne informacije, što predstavlja napredak u usporedbi s prethodnim izvještajnim razdobljem, dok su neke zemlje izostavile određeni broj kanala iz svojih izvještaja. I u interpretaciji primjene članaka Direktive bilo je razlika. Na primjer, primjena članka 5. koji nalaže najmanje 10 % udjela nezavisne europske produkcije može se mjeriti na dva načina – postotkom vremena emitiranja ili postotkom potrošenog programskog budžeta. Da bi se osigurala objektivna analiza primjene spomenutih članaka Direktive, Komisija je uspostavila stroža pravila mjerenja i definirala niz novih indikatora.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica”

Prema izvješću, prosječno vrijeme rezervirano za emitiranje europskih programa na europskim televizijama iznosilo je 65,18 % 2003. i oko 63,32 % 2004. godine, što predstavlja pad od 1,86 % tijekom izvještajnog razdoblja. Po prvi je puta udio europskih djela lagano pao 2004. godine. Ako se uzmu u obzir rezultati iz prethodnoga izvještajnog perioda, prosječni udio europskih djela bio je 66,95 % 2001., odnosno 66,10 % 2002. godine u EU15. To znači pad od 3,63 % tijekom četiri uzastopne godine (2001-2004). Razloga za takav trend bilo je više. Po prvi put 2004. uključeni su podaci deset novih država članica, koje do tada nisu imale

[10] European Commission (2006) *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - Seventh 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 2003-2004 {SEC(2006) 1073} /* COM/2006/0459 final */*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52006DC0459&from=en.

iskustvo u primjeni članka 4. i 5. One su imale prosječan udio od 61,77 % europskih djela u periodu nakon pridruživanja Europskoj uniji (1. svibnja do 31. prosinca 2004.). S obzirom na neiskustvo u implementiranju mjera promocije europskih sadržaja, samo 3 % manje od prosjeka EU15 predstavlja vrlo dobar rezultat. Metoda kalkulacije se promijenila jer su u mjerenje postotka europskih programa po prvi puta bili uključeni programi s manje od 3 % udjela u gledanosti. Zaključak Europske komisije bio je da je, bez obzira na lagani pad, udio programa europske proizvodnje na televizijskim programima zemalja članica stabiliziran na preko 60 % ukupnog vremena emitiranja.

Na razini zemalja članica prosječno vrijeme emitiranja europskih djela variralo je između 52,75 % u Irskoj i 86,2 % u Danskoj 2003. godine, odnosno između 49,12% u Češkoj i 86,33% u Danskoj 2004. godine. Trend povećanja prosječnog emitiranja europskih djela bio je pozitivan u sedam i negativan u osam zemalja članica.

Što se tiče ukupnog broja kanala koji su dostigli odredbu o 50 % udjela europskih djela, prosječna razina primjene za sve kanale iznosila je 68,20 % 2003. godine, a u 2004. godini 72,80 %, što predstavlja porast od 4,60 % u izvještajnom razdoblju. To je izuzetan rezultat ako se uzme u obzir porast broja specijaliziranih televizijskih kanala tijekom prikazanog razdoblja. Primjena članka varirala je od 50 % (u Belgiji i Irskoj) do 100 % (u Estoniji, Latviji, Malti i Slovačkoj) 2004. godine. Tijekom tog perioda primjena je porasla u deset zemalja članica, bila je stabilna u dvije i pala je u tri zemlje. Rezultati pokazuju da su ciljevi Direktive o televiziji bez granica postignuti bez teškoća na razini Unije. Uzevši u obzir deset novih članica, Komisija zaključuje da je to ohrabrujući znak diljem zemalja članica EU.

Primjena članka 5. Direktive „Televizija bez granica"

Udio programa iz nezavisne produkcije konstantno je rastao tijekom izvještajnog razdoblja. Iznosio je 31,39 % 2003., odnosno 31,50 % 2004. godine, što predstavlja porast od ,.11 %, ali i pad od 6,25 % . u odnosu na prethodno izvještajno razdoblje (37,51 % 1999. godine, 40, 47 % 2000., 37,75 % 2001. te 34,03 % 2002.), a podjednako veliki pad mjeri se i tijekom šest uzastopnih godina (1999. – 2004.).

Komisija je primijetila da se jedva može vidjeti razlika među rezultatima EU15 i u novih deset zemalja koje su se pridružile Uniji 2004. Njihovi televizijski kanali dostigli su udio od 31,55 % nezavisne europske produkcije, koji je čak nešto viši od prosjeka u EU15 (31,47 %). Na razini zemalja članica prosječni udio nezavisne produkcije 2003. godine varirao je od 15,81 % u Danskoj do 44,95 % u Austriji te između 16,24 % u Sloveniji do 46,38 % u Austriji 2004. godine. Tijekom izvještajnog razdoblja udio nezavisne produkcije

porastao je u osam zemalja članica i pao u sedam. Trend je, dakle, bio pozitivan u većini zemalja članica.

Postotak primjene članka 5. među svim televizijskim kanalima u zemljama članicama iznosio je 78,40 % 2003.., odnosno 81,92 % 2004, što predstavlja porast od 3,52 %. U zemljama članicama prosjek primjene ovog članka varirao je od 44 % u Italiji do 100 % u Grčkoj, Finskoj i Irskoj 2003.. U Italiji je varirao od 27 % do 100 % u devet zemalja članica (Cipar, Estonija, Grčka, Irska, Latvija, Litva, Malta, Slovačka i Finska) 2004. godine. Prosjek primjene ovog članka rastao je u sedam zemalja članica, bio stabilan u četiri i pao u četiri. Ukupno gledajući, to je predstavljalo pozitivan razvoj.

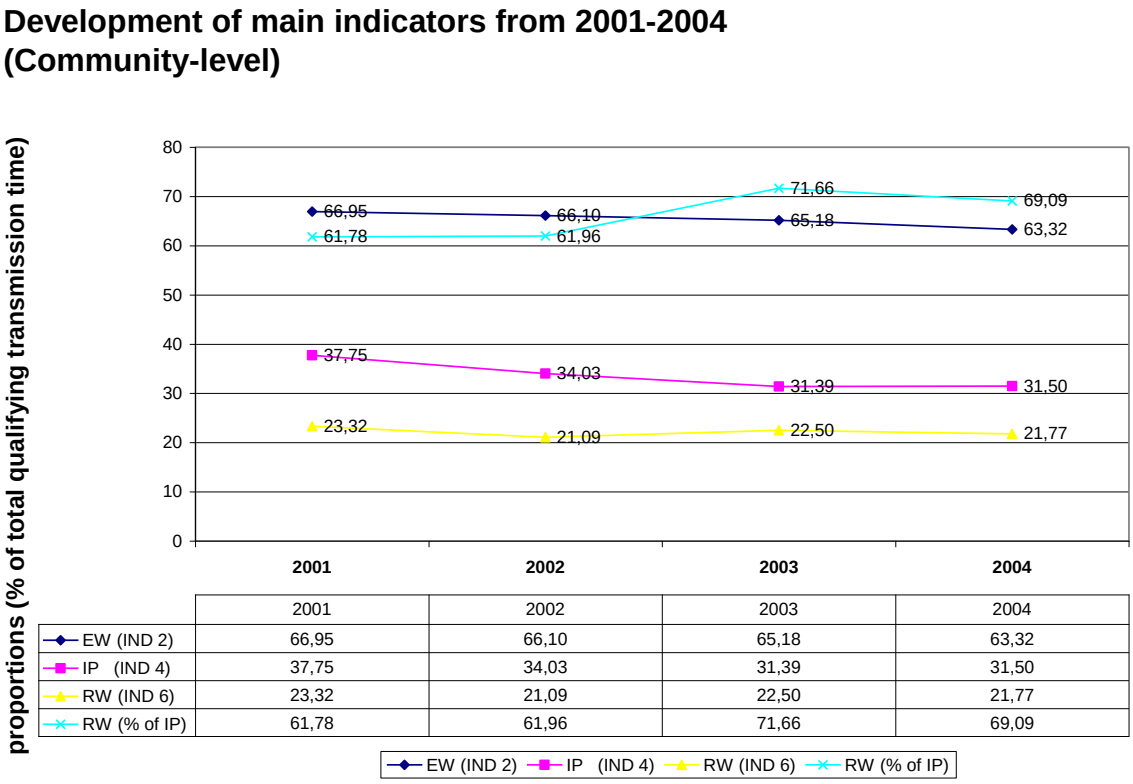
Nova djela nezavisne europske produkcije

Prosječna zastupljenost recentnih europskih radova nezavisne proizvodnje raste u zemljama članicama Europske Unije.

Prosječni udio novih djela nezavisne europske produkcije iznosio je 71,66 % 2003. te 69,09 % 2004. godine, što predstavlja pad od 2, 57 % za vrijeme izvještajnog razdoblja. U usporedbi s prethodnim izvještajnim periodom od 1999. do 2002., vidljiv je porast od 7,31 % tijekom četiri godine (2001. – 2004.), odnosno od 15,29 % tijekom šest godina.

Zaključak je Komisije da je trend ipak bio pozitivan usprkos činjenici da je po prvi puta došlo do laganog pada u prikazivanju djela europskog porijekla na razini Unije. Rezultati pokazuju da se udio europskih djela stabilizirao na 60 % od ukupnog vremena emitiranja. Primijećen je vrlo ohrabrujući razvoj u zemljama članicama te je zbog svega prikazanog Europska komisija utvrdila da je primjena članka 4. bila zadovoljavajuća.

Što se tiče primjene članka 5., tu je došlo do laganog porasta tijekom izvještajnog razdoblja, osobito ako se uzme u obzir činjenica da su se razmatrali i rezultati novih deset zemalja članica. Međutim, ako se pogleda rezultate iz razdoblja 1999. – 2001., došlo je do ozbiljnog pada. Istovremeno s povećao broj televizijskih kanala koji su ispunjavali zahtjev o minimalno 10 % nezavisne produkcije. Porastao je i prosjek novih djela nezavisne europske produkcije (30 %). Sve u svemu, može se zaključiti kako je u većini zemalja članica daleko premašen minimum od 10 % nezavisne europske produkcije, zbog čega je zadovoljavajuća primjena članka 5. Direktive.




| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|---|---|---|---|---|
| EW (IND 2) | 66,95 | 66,10 | 65,18 | 63,32 |
| IP (IND 4) | 37,75 | 34,03 | 31,39 | 31,50 |
| RW (IND 6) | 23,32 | 21,09 | 22,50 | 21,77 |
| RW (% of IP) | 61,78 | 61,96 | 71,66 | 69,09 |

Grafikon 2. Razvoj glavnih indikatora na razini Europske unije (2001. – 2004.)

(Izvor: European Commission, 2006)

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak europskih djela nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova nezavisne produkcije u odnosu na ukupno vrijeme emitiranja. Oznaka RW (% of IP) prikazuje postotak novih djela nezavisnih producenata u odnosu na djela nezavisne europske produkcije.

**Osma komunikacija (za period 2005. – 2006.)**

Osma komunikacija Europske komisije objavljena je 2008. godine. [11]

U ovom periodu Komisija je ustanovila rast broja televizijskih kanala koji su se pojavili na europskom tržištu. Broj se povećao s 584 2003. godine na 765 televizija u 2004. U

[11]Commission of the European Communities (2008) *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Eighth 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 20052006 [COM(2008) 481 final]*, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008SC2310&from=EN.

sljedećoj godini, 2005., već ih je bilo 949, a 2006. broj kanala iznosio je 1096. To predstavlja povećanje od 512 kanala, odnosno 88 % u četverogodišnjem razdoblju (2003. – 2006.). Ovo povećanje ne može se samo objasniti pridruživanjem novih zemalja članica 2004., koje su unijele 111 novih kanala. Nakon njihova priključenja, broj kanala u 2006. godini popeo se na 155. Taj trend pokazuje konstantni rast europskih televizijskih programa i vitalnost europske audiovizualne industrije. On istovremeno ukazuje na fragmentaciju europske publike.

Metodologija i intenzitet nadzora razlikovao se u zemljama članicama, od običnih procjena i istraživanja do regularnog nadzora programa ili metoda uzorka. U nekim zemljama članicama nezavisna regulatorna tijela ili vladini odjeli odgovorni su za prikupljanje podataka i analizu, dok u drugima to rade privatne istraživačke agencije. U velikom broju zemalja tijela zadužena za nadzor ovise o statističkim podacima (koje šalju same televizije) koje oni nenajavljeno kontroliraju.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica"

Što se tiče primjene članka 4. u 25 zemalja članica, prosječno vrijeme emitiranja rezervirano za europska djela iznosilo je 63,52 % 2005. te 65,05 % 2006. godine, što predstavlja povećanje od 1,53% tijekom izvještajnog razdoblja.

U usporedbi s prošlim izvještajnim periodom (65,18 % 2003. godine i 63,4% 2004.), prosječni udio europskih programa emitiran na televizijama zemalja članica smanjio se za oko 0,13 % tijekom četiri godine (2003. – 2006.), a u periodu od šest godina (66,95 % 2001. i 66,10 % 2002.) prosjek se smanjio za 1,90 %. Ovaj trend svakako se može povezati s mjerenjima u novim zemljama članicama. Naime, prvi dio izvještajnog razdoblja (2001. – 2003.) odnosio se na EU 15, dok je drugi dio izvješća za period od 2003. do 2004. uključivao i statistike novih deset zemalja članica koje su se pridružile Uniji 2004. godine. Prosječni udio vremena emitiranja europskih djela u tim je zemljama iznosio 64,5 % 2005., odnosno 67,3 % 2006., što predstavlja povećanje u odnosu na 2004. godinu (61,77 %). To dokazuje dobru implementaciju članka 4., što je rezultiralo 1,05 % boljim rezultatom od zemalja EU 15 2005. godine, odnosno 3,75 % boljim ishodom u 2006. U svakom slučaju, i u novim i u starim zemljama članicama primjena članka 4. visoko je nadmašivala propisani minimum od 50 % europskih djela.

Gledajući pojedinačni prosjek zemalja članica, on je varirao od 47,31 % europske produkcije u Sloveniji do 81,14 % u Danskoj 2005. godine, odnosno između 45,44% u Švedskoj i 81,07 % u Poljskoj 2006. godine. Trend prikazivanja europskih djela u izvještajnom razdoblju bio je pozitivan u 15 i negativan u 10 zemalja članica. U

srednjoročnom razdoblju, u odnosu na prethodno izvješće, rezultati su bili pomiješani – 13 zemalja članica nije zabilježilo napredak u primjeni članka 4., dok je 12 članica povećalo većinski udio europskih djela ili kroz period od 4 godine (2003. – 2006.) ili od početka članstva 2004. Samo tri zemlje imale su problema u dostizanju prosjeka od 50 % europskih djela 2005. ili 2006. (Litva 49 % 2006., Slovenija 47,3 % 2005. i Švedska 45,44 % 2006.).

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Prosjek udjela nezavisne produkcije europskih programa u svim zemljama članicama iznosio je 36,44 % 2005., odnosno 37,9 % 2006. godine, što je porast od 1,15 % tijekom izvještajnog perioda. Ovo pokazuje napredak u odnosu na proteklo izvještajno razdoblje (2003. – 2004.), kada je primijećen tek lagani rast od 0,11 %. Gledano kroz četverogodišnje razdoblje (2003. – 2006.), prosječni udio porastao je za 6,20 %.

U šest godina (2001. – 2006.) vidljiv je stabilizirajući trend, nakon određenog pada od 6,25 % u razdoblju od 2001. do 2004. Prosjek je narastao na 37,59 %. Komisija napominje kako medije u zemljama članicama treba ohrabrivati da nastave pozitivan trend. Isto tako, treba imati na umu da je od 2004. obvezu izvještavanja dobila grupa od 25 članica. Prirodno je da je medijima u novim članicama teže uložiti u nezavisnu produkciju budući da nemaju iskustva u primjeni članka 5. Direktive. Točnije, prosječni udio u 10 novih zemalja članica iznosio je 30,54 % u 2005. i 41,55 % 2006. godine, što je bilo ispod prosjeka EU15 (40,38 % 2005. i 41,55 % u 2006.). Međutim, ukupni udio u svim zemljama članicama daleko je premašivao minimum od 10 % nezavisne produkcije koji propisuje Direktiva. Čak 18 zemalja stabiliziralo je udio nezavisne produkcije na 25 %, odnosno na jednu četvrtinu dnevnog vremena emitiranja. Samo jedna nova zemlja članica, Cipar, mora popraviti svoj prosjek. Naime, tamo je udio djela iz nezavisne produkcije iznosio 9,70 % 2005., odnosno 6,48 % 2006. godine. Prosječna provedba članka 5. u svim zemljama članicama iznosila je 75,92 % 2005., a 2006. godine 79,20 %, što predstavlja porast od 3,28 % tijekom izvještajnog razdoblja.

Nova djela nezavisne europske produkcije

Prosječni udio novih djela nezavisne europske produkcije 2005. godine iznosio je 68, 65 % od svih emitiranih nezavisnih europskih djela, odnosno 66,75 % 2006. godine. Postoci ukazuju na lagani porast od 1,90 % tijekom izvještajnog razdoblja.

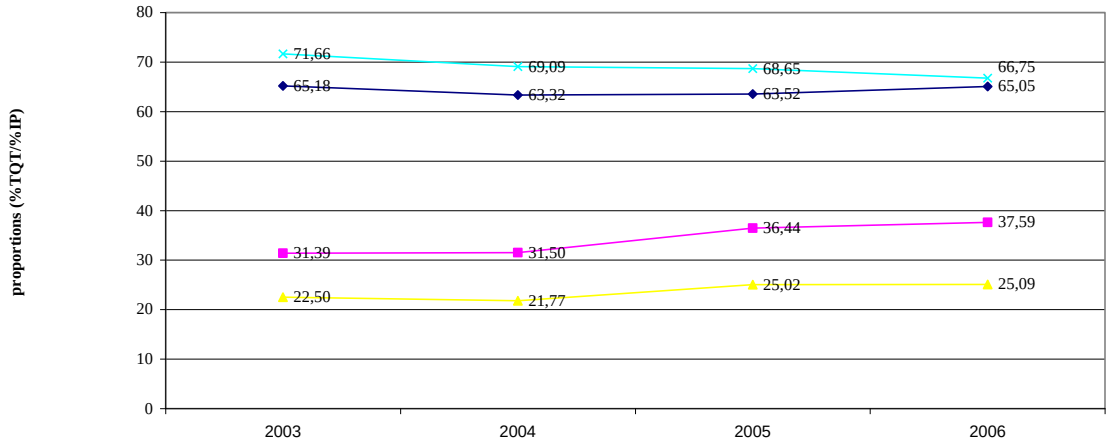
Na razini država članica prosječni udio novih djela varirao je 2005. između 26,13 % u Estoniji i 100 % u Cipru i Slovačkoj. U 2006. godini udio novih djela bio je između 24,8 % u

Irskoj i 100 % u Slovačkoj. Pozitivan trend u prikazivanju novih djela europske nezavisne produkcije vidljiv je u deset zemalja članica, nije bilo promjene u jednoj članici, a negativan trend pokazao se u 15 zemalja članica. Podaci koje su, još uvijek na dobrovoljnoj bazi, predale Rumunjska i Bugarska prije službenog ulaska u EU također su pozitivni. Sve u svemu, prema statističkim podacima koje su prikazale zemlje članice, udio europskih djela u programima televizijskih kanala u izvještajnom razdoblju bio je relativno stabilan, iako je u razdoblju od 2001. do 2006. bio u laganom padu. Usprkos tomu, zadržao se na relativno visokoj razini iznad 63 %.

Međutim, četiri su faktora otežavala konzistentnu procjenu. Kao prvo, statistika je u ovoj komunikaciji po prvi puta uključila podatke deset novih zemalja članica koje su se pridružile Uniji 2004. godine. Kao drugo, metoda računanja se promijenila jer su u ovom izvješću po prvi puta bile uključene televizije s gledanošću manjom od 3 %. Treće, rastuća fragmentacija ovog sektora povećala je ekonomski pritisak i potrebu za jeftinim i lako dostupnim sadržajem. To je otežalo investiranje u produkciju i emitiranje europskih djela. I konačno, znatno je pao broj televizijskih kanala za koje nisu dostavljeni podaci. Prosjek ispunjavanja odredbi članka 4. Direktive porastao je u ovom periodu za 4 %.

Zaključak je Komisije o situaciji u zemljama članicama pozitivan, s ocjenom da je situacija zadovoljavajuća iako u nekim zemljama ima prostora za poboljšanja. Komisija je zadovoljna i primjenom članka 5. o udjelu nezavisne produkcije. Trend je u većini zemalja članica bio pozitivan, s prosječnim rastom od 6,20 % u izvještajnom razdoblju. Većina zemalja članica uspjela je stabilizirati udio nezavisne produkcije na razini većoj od 25 %, (više od jedne četvrtine od ukupno emitiranog programa).

**Development of main indicators from 2003-2006 (Community level)**




| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|
| EW (%TQT-IND 2) | 65,18 | 63,32 | 63,52 | 65,05 |
| IP (%TQT-IND 4) | 31,39 | 31,50 | 36,44 | 37,59 |
| RW (%TQT) | 22,50 | 21,77 | 25,02 | 25,09 |
| RW (%IP-IND 6) | 71,66 | 69,09 | 68,65 | 66,75 |

EW (%TQT-IND 2) IP (%TQT-IND 4) RW (%TQT) RW (%IP-IND 6)

Grafikon 3. Razvoj glavnih indikatora na razini Europske unije (2003. – 2006.) (izvor: Commission of the European Communities, 2008)

Kratica EW u tablici označuje postotak europskih radova, IP se odnosi na postotak europskih djela nezavisne produkcije, a kratica RW predstavlja postotak novih radova nezavisne produkcije u odnosu na ukupno vrijeme emitiranja. Oznaka RW (% of IP) prikazuje postotak novih djela nezavisnih producenata u odnosu na djela nezavisne europske produkcije.

**Deveta komunikacija (za period 2007. – 2008.)**

Deveta komunikacija[12] objavljena je 2010. godine.

Za ovo izvješće Komisija je poslala zemljama članicama definirane liste televizijskih kanala koji su izlistani iz MAVISE baze podataka Europskoga audiovizualnog opservatorija. Svrha je bila upotreba jednoznačne baze s ciljem povećanja konzistentnosti i usporedivosti statističkih podataka koje podnose zemlje članice. U skladu s odredbama Direktive, lokalni kanali maknuti su s lista budući da se na njih ne odnose članci 4. i 5. , kao ni na kanale koji ne emitiraju ni na jednom jeziku Europske unije. Članci se također ne odnose na kanale koji

[12] European Commission (2010a) *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Ninth Communication on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC, as amended by Directive 97/36/EC and Directive 2007/65/EC for the period 2007-2008 (Promotion of European and independent audiovisual works) SEC(2010) 995*. https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0450:FIN:EN:PDF.

emitiraju isključivo za tržišta izvan Europske unije i ne mogu se gledati ni primati unutar njenih granica.

Po prvi su puta Bugarska i Rumunjska, koje su se priključile Uniji 1. siječnja 2007., poslale podatke za period 2005. – 2007., ali još na dobrovoljnoj bazi. Ispunile su i svoju obvezu izvještavanja o primjeni članka 4. i 5. za razdoblje od 2007. do 2008., koje je bilo uključeno u komunikaciju Komisije o EU s 27 članica.

I ovo izvješće potvrđuje trend porasta broja televizijskih kanala koji se još pojačao u spomenutom razdoblju, s obzirom na prelazak na digitalnu tehnologiju, koja je omogućila nastanak novih platformi i osnivanje velikog broja specijaliziranih kanala. Ukupni broj televizijskih kanala u 27 zemalja članica porastao je s 5151 u godini 2006. na 6067 kanala u 2008., što predstavlja porast od 17,8 %. Ukupni broj televizija s nacionalnom pokrivenošću narastao je s1967 u 2006. godini na 2702 u 2008., što ukazuje na porast od 37,36 %. Tijekom istog perioda, broj televizijskih kanala koji su bili pokriveni izvješćima zemalja članica porastao je s 1107 kanala u 2006.na 1679 u 2008. godini, što predstavlja porast od 51 % u odnosu na 2006. Porastao je i broj televizijskih kanala o kojima zemlje članice nisu podnijele izvješće. Prema Komunikaciji, za period na koji se izvješća odnose nedostaju podaci za 97 kanala u Italiji 2007. godine, odnosno za 83 kanala u 2008. godini, za njih 47 u Njemačkoj 2007. i 2008., kao i za 34 u Francuskoj 2007. te za 35 kanala u 2008. godini. Ovaj se trend može pripisati nastanku velikog broja malih televizijskih kanala na tržištu, kao i upotrebi već definiranih lista televizija.

Primjena članka 4. Direktive „Televizija bez granica"

Ako se promatraju tri različite grupe zemalja članica[13], podaci pokazuju da je ukupni prosjek, o kojem su izvijestile EU 15, u porastu tijekom četverogodišnjeg perioda (64,19 % u 2008. godini, u usporedbi s 63,19 % iz 2005., što predstavlja porast od 1,09 %). Zemlje EU 10 izvijestile su o padu od 2,04 % (62, 11 % iz 2008. godine prema 64,15 % u 2005.).

Dvije nove zemlje članice koje su se pridružile Europskoj uniji 2007., Rumunjska i Bugarska, prijavile su porast od 2 % u emitiranju europskih djela u usporedbi s prethodnim periodom. Podaci govore o 61,40 % 2008. prema 59,40 % 2005. godine. To dokazuje njihovu punu integraciju u provedbi Direktive, pri čemu su obje zemlje premašile odredbu o najmanje 50 % emitiranih djela europskog porijekla.

[13] EU 15 (zemlje osnivačice ), EU 10 (Zemlje članice koje su se pridružile EU 2004.) i dvije najnovije članice, Bugarska i Rumunjska, koje su ušle u punopravno članstvo u EU 2007.

Udio vremena emitiranja posvećen europskim programima iznosio je u prosjeku 62,64 % 2007- godine, odnosno 63,21 % 2008., što pokazuje lagani rast tijekom izvještajnog razdoblja, kao i određeni pad u odnosu na trend iz 2007. godine. Međutim, ukupne brojke su relativno stabilne i dalje su daleko iznad praga od 50 % programa europske proizvodnje propisanih Direktivom.

Ako se promatraju pojedinačne zemlje članice, udio emitiranih djela europske proizvodnje varirao je između 27,90 % na Cipru do 85 % u Poljskoj 2007., a u 2008. je udio bio između 30 % na Cipru i 83,11 % u Poljskoj. Što se tiče porasta vremena emitiranja u tom vremenu, trend je bio pozitivan u 14 zemalja, negativan u 11, a ostao je stabilan u dvije. U srednjoročnom razdoblju, ako se uspoređuju podaci iz 2005. i 2008, 16 zemalja pokazalo je relativno skroman porast u većini slučajeva. S druge strane, 11 zemalja zabilježilo je pad (manji od 10 % u 8 zemalja članica). Trendovi emitiranja europskih djela u četverogodišnjem periodu (2005. – 2008.) prikazani su na listama koje su podnijele sve zemlje članice. Tri zemlje članice iskazale su poteškoće u postizanju traženog omjera europskih djela kroz cijeli izvještajni period iako je u sve tri lošiji rezultat zabilježen 2007. godine, dok je u 2008. došlo do određenog poboljšanja. To su Cipar, koji je 2007. i 2008. godine izvijestio o 30 % europskih djela emitiranih na ciparskim televizijskim kanalima, Švedska s 45,1 % europskih djela 2007. i 45,5 % u 2008. godini, kao i Slovenija s 34,1 % vremena emitiranja posvećenog europskim djelima 2007., odnosno 44,5 % 2008. godine.

Primjena članka 5. Direktive o televiziji bez granica

Što se tiče udjela nezavisne produkcije europskih djela u televizijskim programima, on je s 35,26 % 2007. lagano pao na 34,90 % 2008.

Usprkos laganom padu od 0,36 %, ipak je vidljiv kontinuitet uzlaznog trenda koji je započeo 2003. godine. Međutim, ako se pogleda četverogodišnji period od 2005. do 2008., vidljiv je pad od 0,83 % u odnosu na 2005. godinu. Komisija zato ohrabruje zemlje članice da stimuliraju televizije u povećanju udjela nezavisne produkcije, kako bi se dostigao postotak iz prethodnog izvještajnog razdoblja. [14]

---

[14] European Commission (2010a) *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Ninth Communication on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC, as amended by Directive 97/36/EC and Directive 2007/65/EC for the period 2007-2008 (Promotion of European and independent audiovisual works) SEC(2010) 995*. https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0450:FIN:EN:PDF.

U razdoblju od 2007. do 2008., 13 zemalja članica zabilježilo je pozitivan, a 14 zemalja negativan razvoj. Tijekom referentnog perioda sve su zemlje članice dostigle prag od 10 % nezavisne produkcije, dok u prethodnom razdoblju to nije uspjelo Cipru, koji je 2005. zabilježio pad od 9,7% i 6,5 % u 2006., dok je prosjek 2007. godine iznosio 39,6 % , odnosno 41, 9 % u 2008. U razdoblju od 2005. do 2008. osam zemalja članica zabilježilo je porast udjela nezavisne produkcije koji je varirao od 1,4 % u Velikoj Britaniji do 32,20 % na Cipru. Čak 19 zemalja članica iskazalo je pad, od 0,20 % u Portugalu do 16, 80 % u Švedskoj.

Sve u svemu, EU 15 zabilježila je pad od prosječno 4,36 %, EU 10 porast od 4,56 %, a Bugarska i Rumunjska pad od 1,35 % u 2008. (35,10 % u odnosu na razinu EU 15 od 36,02 %).

Nova djela nezavisne europske produkcije

Prosjek udjela novih djela nezavisne europske produkcije u zemljama Europske unije bio je 62,99 % u 2007. godini, odnosno, 63,88 % 2008., što predstavlja lagani porast od 0,89 % u izvještajnom razdoblju. Međutim, kada se taj broj usporedi s prosjecima dosegnutim 2005. (68,75%), u 2008. godini zabilježen je prosječni pad od 4,78 %. Od 2004., kada je prosjek iznosio 69,09 %, vidljiv je silazni trend. Njega bi trebalo usporediti s porastom od 4,97 % u prethodnom izvještajnom razdoblju na koje se odnosila Osma komunikacija.

Emitiranje novih djela europske produkcije u periodu 2005. – 2008. u EU 10 iznosi 65,39 %, što predstavlja pad od 6,90 % u odnosu na podatke iz 2005. godine (72,29 %). EU 15 dostigla je niži prosjek u 2008. godini. On iznosi 64,53 %, što znači pad od 1,69 % u odnosu na 2005. No, sve ovo potvrđuje uspješnu primjenu članka 5. u većini zemalja članica iako je potrebno poduzeti korake kako bi se spriječio silazni trend. Dvije najnovije zemlje članice izvijestile su o vrlo dobroj primjeni članka 5. – prosjek od 56,7 % 2007. godine, odnosno 51,35 % u 2008. Rezultati pokazuju da su odredbe članka 5. vrlo lako dostignute u zemljama članicama, kada se radi o nezavisnoj produkciji i novim djelima, iako se primjećuje silazni trend u odnosu na 2005. godinu. Komisija je zato pozvala zemlje članice da nadziru primjenu članka 5. na televizijskim kanalima i potiču pozitivan razvoj u planiranju emitiranja djela novije nezavisne produkcije.

U zaključku Komunikacije stoji da je razvoj primjene Direktive o televiziji bez granica u razdoblju od 2005. do 2008. bio stabilan iako su registrirane neke varijacije između 2005. i 2007. U 2008. godini prosjek europskih djela u zemljama članicama vratio se na istu razinu

kao i 2005. Ovo pokazuje stabilizaciju na relativno visokom nivou, daleko iznad propisanog minimuma u članku 4. Osim toga, podatke treba gledati u kontekstu kontinuiranog rasta broja televizijskih kanala na tržištu, uz nastanak velikog broja specijaliziranih kanala koji se teško nose s odredbama o postotku europskih djela koja moraju emitirati, i to već od samih početaka. Ovaj je aspekt spomenut u Osmoj komunikaciji Europske komisije te bi trebao biti uzet u obzir prilikom procjene ukupnog emitiranja televizijskih kanala u zemljama članicama tijekom izvještajnog razdoblja.

Iako je cjelokupna situacija zadovoljavajuća, ipak ima mjesta za napredak. Kao prvo, tri zemlje članice, koje nisu uspjele ispuniti zahtjev za kvotama europskih djela 2007. i 2008. godine, moraju pojačati napore kako bi poboljšale primjenu Direktive i osigurale rast udjela europskih djela. Budući da dvije od tri zemlje pripadaju EU 10, njihov bi korak u povećanju udjela europskih djela na televizijskim kanalima imao pozitivan učinak na silazni trend koji je registriran u toj grupaciji u periodu od 2005. do 2008., a koji je potrebno ispraviti.

**Prvo izvješće o promociji europskih djela na EU televizijama i servisima na zahtjev za period 2009. – 2010.**

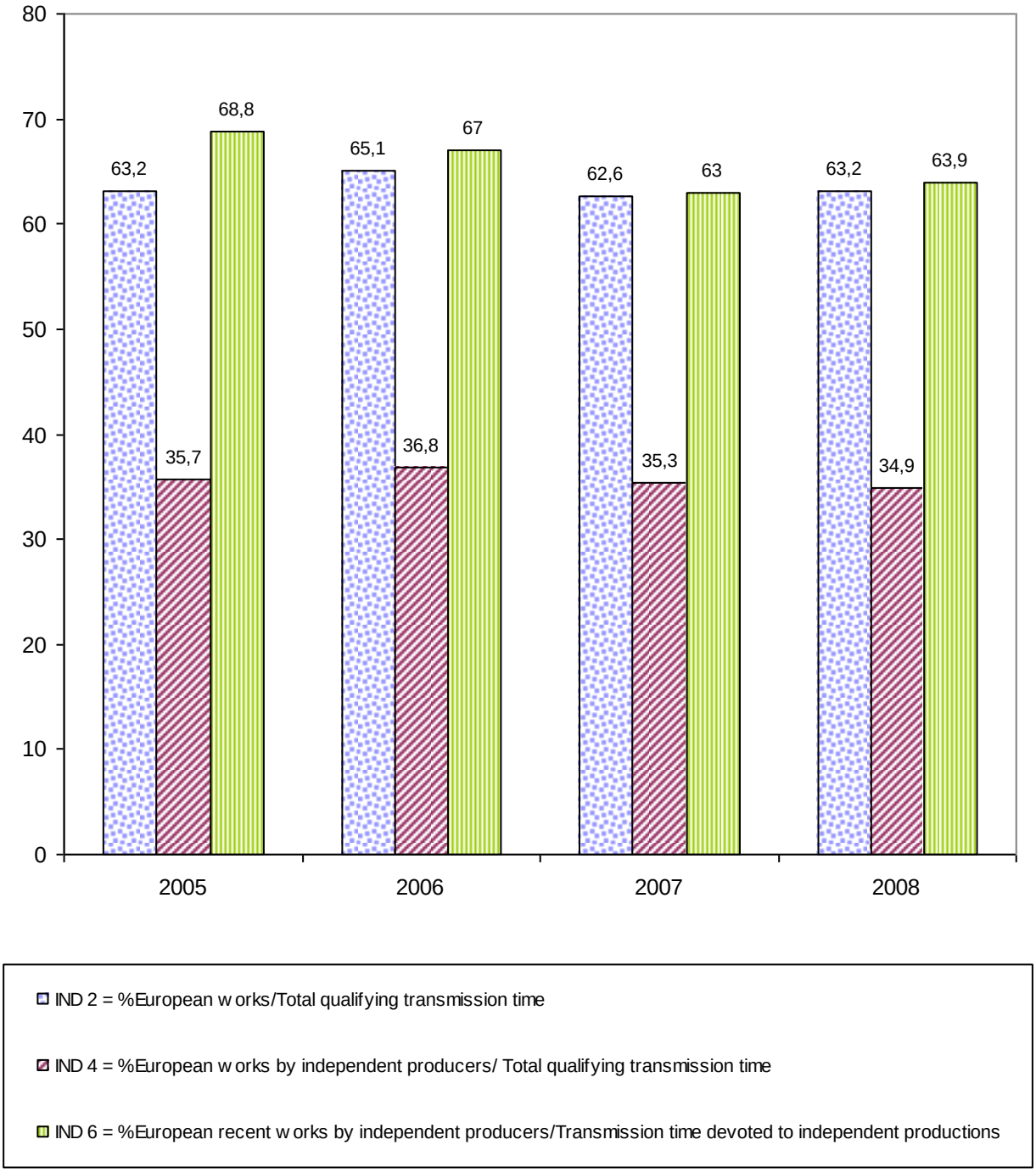
I prema ovom izvješću većina zemalja članica poštuje pravila o promociji europskih djela, ali ona uglavnom ostaju u domeni nacionalnog.

Proporcija europskih djela zadovoljavajuća je na većini televizija i *on demand* servisa. Međutim, većina europskih djela zapravo je domaće proizvodnje, dok udio nezavisne produkcije pada. Prosječni udio europskih djela na EU televizijskim kanalima nastavio je rasti tijekom ovog perioda i dostigao je 63 % u 2009. i 64,3 % u 2010. Tako je ispunjen najveći dio zahtjeva postavljenih u članku 16. Direktive o audiovizualnim servisima. Međutim, samo 8,1 % tih djela bilo je strane europske proizvodnje. Komisija je i ovdje pozvala tri zemlje članice koje nisu uspjele dostići traženi udio (Irsku, Sloveniju i Veliku Britaniju) da potaknu svoje televizije u prikazivanju više europskih djela. S udjelom od 34,1 % u 2009. i 33,8 % u 2010. godini, udio nezavisne europske produkcije na europskim televizijama znatno je prelazio zadanih 10 % (članak 17. AVMS Direktive). Međutim, nezavisna djela pokazuju konstantan trend pada koji je započeo 2006. Nova djela također bilježe lagani pad koji u 2009. iznosi 62,1 %, a 61,8 % u 2010., od ukupnog udjela svih nezavisnih europskih djela. Iako su rezultati u okvirima zadanog i mogu se smatrati zadovoljavajućima, Europska komisija pozvala je zemlje članice da razmotre mogućnosti preokretanja ovog negativnog trenda u prikazivanju nezavisne europske produkcije.

**Audiovizualni medijski servisi na zahtjev**

Europska pravila Direktive o audiovizualnim servisima u članku 13. nameću obvezu promocije europskih djela i u servisima na zahtjev.

Zemlje članice imaju fleksibilnost u skladu s mogućnostima, stoga izvješće pokazuje pomanjkanje usklađenosti u implementiranju ove obveze. Neke zemlje članice uspostavile su specifične mjere promocije, dok druge nisu. Servisi na zahtjev postali su osobito relevantni u kontekstu konvergencije i povezanih platformi. Komisija će zato analizirati najbolje načine promocije europskih djela i započeti raspravu sa zemljama članicama. Prema informacijama koje je dostavilo 14 zemalja članica, servisi na zahtjev osigurali su prilično visok postotak svojih programa za europska djela (koji se kreće od 37 % do čak 100 % u 2010. godini). Dodatno, pet je zemalja članica izvijestilo o novčanim doprinosima europskoj produkciji.




Grafikon 3. Razvoj glavnih indikatora na razini Europske unije (2003. – 2006.)
(izvor: Commission of the European Communities, 2008)

Kratica IND2 u tablici označuje postotak Europskih radova, tj. ukupno vrijeme kvalifikacijskog prijenosa. IND4 se odnosi na postotak europskih djela nezavisne produkcije, a kratica IND6 predstavlja postotak novih europskih radova nezavisne produkcije

**Nacionalna izvješća o primjeni AVMS Direktive za razdoblje 2009./2010.**

Belgija

Flamanska zajednica

Nisu sva 53 kanala bila uključena u izvješće. Od onih koji su podnijeli izvješća, prijavljeno je prosječno emitiranje od 62,9 % u 2009. i od 65,7 % u 2010., što predstavlja 2,8 % povećanja u odnosu na prethodni period.

U 2009. od 32 kanala koji su podnijeli izvješće, 12 nije dostiglo većinski udio europske produkcije specificiran u članku 16., već s dostigli postotak od 48,8 %. U 2010. godini od 34 kanala, njih deset nije dostiglo većinski udio europskih djela, a prosječni postotak je bio 57,1 %. Što se tiče članka 17., koji se odnosi na prikazivanje djela iz nezavisne europske produkcije, izvješće za 2009. pokazuje da je od svih kanala koji su podnijeli podatke udio nezavisne produkcije bio 68,4, a u 2010. godini 70,8.

Od 34 kanala koja su podnijela izvješće, samo dva nisu ispunila minimalni udio propisan člankom 17. Direktive u 2009., dok u 2010. od 36 kanala samo tri nisu dostigla minimum od 10 %. Od toga je prosječni relativni omjer novih europskih djela bio 93,8 % u 2009., a 89,3 % u 2010. godini, što predstavlja rast od 4,5 % u odnosu na prethodno razdoblje.

Francuska zajednica

Od 21 kanala koji su identificirani, neki su prestali emitirati, a neki više nemaju obvezu podnošenja izvješća.

Od svih koji su podnijeli izvješća, prijavljen je prosjek od 70,8 % udjela europskih djela u njihovim programima u 2009., odnosno 70,6 % u 2010. godini, što predstavlja lagani pad od 0,2 %. Od 15 kanala samo 1 nije ispunio većinski udio emitiranja europskih djela prema članku 16. AVMS direktive. U 2010. godini od 15 kanala, dva nisu ispunila tu kvotu. Svaki put radilo se o Nickelodeon-MTV Wallonia kanalima koji su specifični po svojim programima, a koji dolaze iz kompanije osnivačice, Viacom. Nakon pritiska regulatornih tijela, udio EU djela povećao se sa 25,8 % u 2009. na 30,9 % u 2010.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječan udio djela iz nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 38,5 % u 2009., odnosno 38,4 % u 2010., što predstavlja pad od 0,1 % tijekom referencijalnog perioda. U

2009. svih je 14 kanala postiglo minimum od 10 % određen člankom 17 Direktive. U 2010. od 14 kanala koji su podnijeli izvješće, samo jedan nije ispunio tu kvotu.

Njemačka zajednica

Postoji samo jedan identificirani kanal njemačke zajednice u Belgiji, koji je unutar sustava javnog servisa i sastoji se uglavnom od vijesti. Podaci pokazuju da je prema prvom izvješću emitirao udio od 18 % europskih djela, od čega 15 % iz nezavisne produkcije.

Bugarska

Prosjek udjela europskih djela na svim kanalima, koji su podnijeli izvješća, bio je 56 % u 2009., odnosno 63,4 % u 2010., što predstavlja povećanje od 7,4 % u referencijalnom periodu.

Od 37 kanala, 15 ih nije dostiglo većinski udio europskih djela prema članku 16. AVMS Direktive, dok u 2010. od 41 kanala, 13 nije dostiglo većinski udio definiran člankom 16. Direktive.

Što se tiče udjela nezavisnih europskih djela, on je na svim kanalima iznosio 23,1 % 2009., odnosno 21,8 % 2010. Od ukupno 30 kanala koji su podnijeli izvješća u 2009., njih 10 nije dostiglo minimalni udio propisan člankom 17. Direktive. U 2010. od 33 kanala, 12 nije prešlo prag od 10 %. Inače, bugarsko zakonodavstvo traži viši postotak europskih djela od onog propisanog člankom 17. Naime, njihov je propis 12 %. No, prema nacionalnom izvješću taj je postotak niži od onoga europskih djela, što se može objasniti lošom financijskom situacijom uslijed ekonomske krize.

Udio nove europske produkcije bio je 57,3 % u 2009., odnosno 58,9 % u 2010., što ukazuje na rast od 1,6 % tijekom referencijalnog perioda.

Češka

Prosjek udjela europskih djela u programima kanala koji su podnijeli izvješća bio je 64,1 % u 2009., a u 2010. iznosio je 58,1 %, to predstavlja porast od 6 % u referencijalnom periodu.

U 2009. od 53 kanala, 22 nisu dosegla većinski udio europskih djela prema odredbama članka 16., dok u 2010. godini od 66 kanala, 31 nije dostigao propisanu kvotu. Nezavisna europska djela bila su u prosjeku zastupana 30,9 % 2009., odnosno 26 % u 2010. godini, što je pad od 4 %. U 2009. od 53 kanala, 7 nije doseglo minimalnu proporciju određenu člankom 17. Direktive, dok u 2010. od 66 kanala, 25 nije prešlo prag od 10 %. Prosječni udio novih

europskih nezavisnih djela bio je 62,6 % u 2009. godini, odnosno 56,8 % u 2010., što predstavlja 5,8 % pada tijekom referencijalnog perioda.

Danska

Udio europskih djela prikazanih na svim kanalima koji su podnijeli izvješća iznosio je 77,9 % u 2009., odnosno 79,6 % u 2010., što predstavlja pad od 1,7 %.

Od 20 kanala u 2009., tri nisu dostigla većinski udio europskih djela prema članku 16. Direktive, dok u 2010. od 19 kanala, tri nisu dostigla većinski udio prema članku 16. U izvješću ne pišu razlozi iako je u svom 9. izvješću Komisija upozorila Dansku da mora uspostaviti učinkovitije mjere za povećanje europskih udjela u programima televizija.

Što se tiče europskih nezavisnih djela, njihov udio u programima televizija bio je 26,1 % u 2009., a u 2010. godini iznosio je 24,3 %, što pokazuje pad od 1,8 %. U 2009. od 20 kanala , devet nije dostiglo minimalni udio članka 17. Direktive. U 2010. od 19 kanala, 8 nije dostiglo prag od 10 %. Udio novih europskih djela nezavisnih producenata za sve kanale iznosio je 73,6 %, u 2009, a 2010. godine taj je omjer bio 69,5 % , što označuje pad od 4,1 % u referencijalnom periodu.

Njemačka

Od 130 identificiranih kanala, 92 su isključena iz izvješća 2009. zbog vrlo male publike koju pokrivaju. Broj kanala u 2010. bio je 93.

Prosjek europskih djela na kanalima koji su predali izvješće iznosio je 71,7 % u 2009., odnosno 73,7 % u 2010., što predstavlja porast od 2,0 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. od 38 kanala, njih 10 nije dostiglo većinski udio europskih djela definiranih u Članku 16 Direktive. U 2010. od 36 kanala, njih 10 nije dostiglo većinski udio. Objašnjenje pada udjela europskih djela na nekim kanalima ekonomski su uvjeti.

Prosječni udio europskih djela nezavisnih producenata na svim kanalima koji su predali izvješća je 40,4 % u 2009., odnosno 43,56 % u 2010. godini, što predstavlja 3,2 % porasta tijekom referencijalnog perioda, odnosno pad od 18,1 % u odnosu na 2007. U 2009. od 37 kanala, samo četiri nisu dostigla minimalni udio prema članku 17. Direktive. U 2010. od 35 kanala, samo dva nisu uspjela prijeći prag od 10 %. Prema nacionalnom izvješću, ako komercijalni kanali nisu uspjeli dostići kvote, razlog je upotreba programa iz kompanija-majki.

Nova europska djela iz nezavisne europske produkcije

Prosječni udio na svim kanalima bio je 71,5 % u 2009., a u 2010. godini 71 %, što predstavlja pad od 0,5 % tijekom referencijalnog perioda.

Estonia

Od ukupno 14 televizijskih kanala, jedan je izuzet zbog zakonskog razloga, a druga dva nisu pokrivena člancima 16 i 17.

Svi kanali koji su predali izvješća o europskim djelima emitirali su prosječno 67 % europskih djela u 2009., odnosno 71,7 % u 2010., što ukazuje na porast od 4,7 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. svih sedam kanala dostiglo je većinski udio emitiranja europskih djela određeno člankom 16. Direktive, dok u 2010. od osam kanala, samo jedan nije uspio dostići taj postotak. Razlog neuspjeha objašnjava se nemogućnošću kupovanja autorskih prava za nova europska djela, o čemu se oglasilo i Regulatorno tijelo koje od tada nadzire implementaciju EU odredbi.

Što se tiče nezavisnih djela europskih producenata, njihov udio na svim kanalima bio je 48,4 % u 2009. te 46,4 % u 2010. godini, što predstavlja pad od 2 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. svih sedam kanala, kao i u 2010. svih osam kanala, dostiglo je minimalni udio propisan člankom 17. Direktive. Prosječni relativni udio novih europskih djela iz nezavisne produkcije na svih sedam kanala bio je 44,6 % u 2009., a u 2010. godini 52,3 %., što je pad od 7,7 % tijekom referencijalnog perioda.

Irska

Od jedanaest identificiranih kanala, šest sportskih izuzeto je iz obveze izvješćivanja.

U 2009. i 2010. od pet kanala koji su predali izvješće, samo su dva ispunila udio europskih djela prema članku 16. Direktive, dok tri nisu. Prosječni udio europskih djela nezavisnih producenata iznosio je 21,7 % u 2009. te 20,6 % u 2010., što pokazuje pad od 1,1 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. jedan kanal nije postigao minimalni udio prema članku 17. Direktive, dok su u 2010. svi kanali prešli prag od 10 %. Prosječni relativni udio novih europskih djela nezavisnih producenata za sve kanale koji su predali izvješća iznosio je 74,9 % u 2009., odnosno 75,5 % u 2010., što predstavlja pad od 0,6 % tijekom referencijalnog perioda.

Grčka

Od 95 identificiranih kanala, 7 ih je izuzeto iz obveze podnošenja izvješća,s obzirom na prirodu njihovih programa.

Europska djela

Prosječni udio europskih djela na kanalima koji su predali izvješća iznosio je 62,6 % u 2009., odnosno 61,0 % u 2010., što predstavlja 1,6 % pada tijekom referencijalnog perioda. U 2009. od 79 kanala, 18 nije dostiglo većinski udio emitiranja europskih djela prema članku 16. Direktive. U 2010. od 85 kanala, 20 nije dostiglo većinski udio europskih djela.

Europska djela nezavisne produkcije :

Prosječni udio europskih djela nezavisnih producenata na svim kanalima iznosio je 19,7 % u 2009., odnosno 22,3 % u 2010., što predstavlja povećanje od 2,6 % tijekom referencijalnog perioda.

Ovi rezultati predstavljaju porast i u odnosu na prethodni referencijalni period od 7,8 %, što je Komisija opisala kao pozitivan napredak. U 2009. od 79 prijavljenih kanala, 28 nije dostiglo minimalni udio određen člankom 17. Direktive. U 2010. od 85 prijavljenih kanala, 27 kanala nije prešlo prag od 10 %. Prosječni relativni udio novih europskih djela nezavisnih producenata za sve kanale iznosio je 34 % u 2009., a u 2010. godini 36,8 %, što predstavlja porast od 2,8 % tijekom referencijalnog perioda. Taj omjer ujedno označava i porast od 15,2 % u odnosu na prethodno razdoblje (2007. – 2008.).

Španjolska

Od 175 identificiranih kanala, njih 145 bili su izuzeti iz obveze podnošenja izvješća, i to ili zbog male gledanosti ili zbog tipa programa.

Europska djela

Od svih televizijskih kanala koji su predali izvješća, prosjek emitiranja europskih djela bio je 60,2 % u 2009. godini te 59,6 % u 2010., što predstavlja pad od 0,6 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 28 kanala, 21 kanal je dostigao je većinski udio u emitiranju europskih djela prema članku 16. Direktive. Sedam kanala nije ispunilo tu kvotu. U 2010. od 30 kanala s izvješćem, 21 je dostigao većinski udio europskih djela, dok 9 nije.

Europska djela nezavisne produkcije :

Prosjek prikazivanja europskih djela nezavisnih producenata na svim kanalima koji su podnijeli izvješće iznosio je 32,1 % u 2009. godini, a 34,3 % u 2010., što je rast od 2,2 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 28 kanala, čak 26 dostiglo je minimalni udio prema članku 17. Direktive, dok dva kanala nisu uspjela. U 2010. od 30 kanala, samo su 2 ostala ispod praga od 10 %. Prosječni relativni udio novih europskih djela nezavisnih producenata iznosio je 65 % u 2009., odnosno 74,4 % u 2010., što ukazuje na porast od 9,4 % tijekom referencijalnog perioda.

Francuska

Od ukupno 160 identificiranih kanala, tijekom referencijalnog perioda 25 kanala bilo je izuzeto iz obveze podnošenja izvješća na temelju male gledanosti, odnosno, prema prirodi njihovog programa.

Europska djela

Prema podacima iz izvješća koja su podnijeli televizijski kanali, prosjek prikazivanja europskih djela bio je 72,3 % u 2009., odnosno 70,1 % u 2010, što je pad od 2,2 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009.. svih 96 kanala dostiglo je većinski udio vremena emitiranja posvećenog europskim djelima, prema članku 16. Direktive. U 2010. od 97 kanala, samo 4 nisu dostigla većinski udio.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisnih producenata na svim kanalima iznosio je 50,4 % u 2009., a 49,5 % u 2010. godini. Taj omjer ukazuje na pad od 0,9 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 95 kanala, samo 2 nisu dostigla minimalni udio prema članku 17. Direktive, dok u 2010. od 96 kanala, koji su podnijeli izvješće, samo dva kanala nisu dostigla prag od 10 %. Prosječni udio novih europskih djela nezavisnih producenata za sve kanale iznosio je 2009. godine 59,4 %, a 2010. točno 60,0 %, što predstavlja porast od 0,6 % tijekom referencijalnog perioda. Francusko zakonodavstvo obvezuje TV kanale da financira europsku nezavisnu produkciju, a francuska regulacija ima više pravila o tome nego originalni članak 17. Direktive. Kao noviju produkciju, Francuska ne uzima u obzir djela nastala u posljednjih pet, već godinu dana. U nacionalnom izvješću se ističe da možda zbog toga postotak nezavisnih djela europske produkcije, određen člankom 17. Direktive izgleda manji nego što stvarno jest. Komisija je inzistirala na standardiziranoj primjeni ovog članka Direktive.

Italija

Od ukupno 345 identificiranih kanala, 107 izuzeto je iz obveze izvješćivanja tijekom referencijalnog perioda .

Europska djela

Od svih kanala koji su podnijeli izvješća, prosječni udio emitiranja europskih djela iznosio je 59,2 % u 2009., odnosno 60,8 % u 2010. godini, što predstavlja rast od 1,6 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 61 kanala, 41 je dostigao većinski udio vremena emitiranja europskih djela propisan člankom 16. Direktive, dok 20 nije. U 2010. od 58 prijavljenih kanala, 41 je dostigao većinski udio prema članku 16., dok 17 kanala nije ispunilo uvjet. Talijansko zakonodavstvo računa kvote unutar jedne televizijske grupe u kojoj je prag za svaki pojedini kanal 20 %. Talijanska nezavisna agencija Agicom pokrenula je sankcije protiv kanala koji se nisu pridržavali programskih obveza. Komisija je pozdravila porast udjela europskih djela na talijanskim televizijama čime se djelomično kompenzira pad registriran u periodu 2007./2008.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisnih producenata na svim kanalima koji su predali izvješća bio je 17,1 % u 2009. i 14,8 % u 2010. godini, što označava pad od 2,3 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. od 61 prijavljenog kanala, 4 nisu dostigla minimalni udio prema članku 17. Direktive. U 2010. od 58 kanala, samo jedan nije prešao prag od 10 %.

Nova djela nezavisne produkcije

U Italiji televizije imaju obvezu uložiti najmanje 10 % njihovih godišnjih prihoda u nezavisnu europsku produkciju, što predstavlja strožu obvezu od one od 10 % programskog budžeta, kako propisuje članak 17. Direktive.

Udio novih europskih djela nezavisnih producenata na svim kanalima iznosio je 12,6 % u 2009. te 11,4 % u 2010., što predstavlja pad od 1,2 % tijekom referencijalnog perioda. Ti podaci pokazuju drastičan pad u odnosu na prethodno razdoblje (pad od 53,5 % od 2007. do 2008.). Komisija je pozvala talijanske vlasti da potaknu televizije pod njihovom jurisdikcijom na povećanje udjela emitiranja novih europskih djela nezavisne produkcije.

Cipar

Identificirano je svega osam kanala tijekom referencijalnog perioda .

Europska djela

Od osam kanala koji su podnijeli izvješća, prosjek emitiranja europskih djela u 2009. godini iznosio je 50,3 % te 50 % u 2010. To predstavlja pad od 0,3 % tijekom referencijalnog perioda, ali i porast od 20 % u odnosu na prethodno razdoblje. Tijekom ovog perioda, 2 od 17 kana nisu dosegla udio emitiranja europskih djela propisanih člankom 16. Nacionalno izvješće ističe konstantan porast emitiranja europskih djela na većini kanala, osim na dvije kabelske televizije, čime je Komisija zadovoljna.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisnih producenata na svim kanalima iznosio je 35,5 % u 2009.,odnosno 34,6 % u 2010., što je pad od 0,9 % u referencijalnom periodu. Podaci iz 2010. pokazuju i pad od 7,3 % u usporedbi s 2008. Tri od osam kanala nisu uspjela dostići prag od 10 % nezavisnih europskih djela prema članku 17. Direktive. Regulatorno tijelo upozorilo ih je na njihove obveze.

Nova djela nezavisne produkcije

Prosječni udio novih europskih djela nezavisne produkcije iznosio je 35,2 % u 2009., odnosno 33,2 % u 2010., čime se ostvario pad od 4,8 % tijekom referencijalnog perioda. Podaci iz 2010. ujedno predstavljaju 52 % pada u odnosu na 2008. Regulatorna tijela pod jurisdikcijom Cipra upozorila su televizije da povećaju udio emitiranja novih djela nezavisne produkcije.

Latvija

Od 32 identificirana kanala, 26 su izuzeta od obveze podnošenja izvješća tijekom referencijalnog perioda.

Europska djela

Od sedam kanala koji su podnijeli izvješća, prosječni udio emitiranja europskih djela iznosio je 52 % u 2009. godini i 53,3 % u 2010., što predstavlja porast od 0,3 % tijekom referencijalnog perioda.

U tom razdoblju 4 kanala nisu dostigla propisanu kvotu iz članka 16. Direktive, a kao razlog ističu se financijski problemi te orijentiranost nekih kanala ruskom tržištu.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisnih producenata na svim kanalima iznosio je 18,1 % , odnosno 16.3 % u 2010, što predstavlja pad od 1.8 % u referencijalnom periodu.

Litva

Europska djela

Od 11 kanala koji su podnijeli izvješća, udio europskih djela u 2009. iznosio je 60,4 %, odnosno 57,4 % u 2010., što označava pad od 3,0 %.

Od 11 kanala, 7 je uspjelo dostići većinski udio emitiranja europskih djela, što je određeno Člankom 16. Direktive, dok četiri kanala nisu. Istaknuti razlozi za neispunjavanje odredbi su i ovdje ekonomske prirode: pad prihoda od reklama i visoka cijena europske produkcije. Komisija je pozvala regulatorna tijela da upozori televizijske kanale na potrebu povećanja udjela europske produkcije u svojim programima.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela iz nezavisne europske produkcije na svim kanalima iznosio je 40,5 % u 2009. te 41,8 % u 2010., što je porast od 1,3 % u odnosu na referencijalni period, zadržavajući pri tome zadovoljavajuću razinu europskih djela. Tijekom ovog perioda svih 11 kanala dostiglo je minimalni udio (10 %) propisan člankom 17. Direktive. Prosječni relativni udio novih europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima koji su podnijeli izvješće bio je 38,0 % u 2009. godini i 32,2 % u 2010., što predstavlja pad od 5,8 % tijekom referencijalnog razdoblja.

Luksemburg

Od deset identificiranih kanala, pet je izuzeto od podnošenja izvješća, a dva koja ne emitiraju na jezicima EU nisu pokriveni člankom 16. i 17. AVMS Direktive.

Europska djela

Prosječni udio europskih djela na svim kanalima iznosio je 65,1 % u 2009., a u 2010. 67,1 %, što označava povećanje od 2,0 % tijekom referencijalnog perioda. U tom razdoblju 9 od 12 kanala dostiglo je većinski udio emitiranja europskih djela prema članku 16. Direktive, dok tri nisu uspjela. U 2010. od 12 prijavljenih kanala jedino jedan nije dostigao većinski udio europskih djela. No, Nacionalno izvješće ukazuje na porast od 20 % u odnosu na 2009.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima bio je 55 % u 2009., odnosno 57,2 % u 2010., što ukazuje na rast od 2,2 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. i 2010. svih 12 kanala ostvarilo je prag od 10 %propisan člankom 17. Direktive. Prosječni relativni udio novih djela iz nezavisne europske produkcije na svim kanalima iznosio je 64,6 % u 2009., odnosno 68,4 % u 2010. Dakle, i tu je bio prisutan pad od 3,8 % tijekom referencijalnog perioda.

Mađarska

Od 39 identificiranih kanala, dva nisu bila u funkciji 2010. Dvanaest je izuzeto od obveze podnošenja izvješća tijekom referencijalnog perioda, a osam je imalo individualno izuzeće.

Europska djela

Svi kanali emitirali su prosječno 83 % europskih djela u 2009. te 81 % u 2010., što predstavlja pad od 2 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 23 kanala koja su podnijela izvješće, 21 kanal dostigao je većinski udio europskih djela u vremenu emitiranja prema članku 16. Direktive, dok dva kanala nisu. U 2010. od 24 kanala, 22 su dostigla većinski udio europskih djela prema članku 16 Direktive, dok dva ponovo nisu. Ovo izvješće pokazuje da je mađarsko medijsko regulatorno tijelo omogućilo djelomično izuzeće za osam kanala u 2009. i 2010., u odnosu na emitiranje europskih djela. Razlozi su vezani uz programsku prirodu kanala i nedovoljnu europsku produkciju koja odgovara njihovom profilu.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima iznosio je 42,9 % u 2009., a u 2010. godini 42,5 %, što pokazuje pad od 0,4 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. od 23 kanala koji su predali izvješća, samo jedan nije dostigao većinski udio europskih djela prema članku 17. AVMS Direktive. U 2010. sva 24 kanala prešla su prag od 10 % udjela nezavisne europske produkcije.

Malta

Od ukupno 27 identificiranih kanala, njih 18 izuzeto je od obveze primjene AVMS Direktive s obzirom na prirodu njihovog programa (sport i *teleshopping*) tijekom referencijalnog perioda.

Od devet kanala koji su podnijeli izvješće, prosječni udio emitiranja europskih djela u 2009. iznosio je 60,9 %, odnosno 79,4 % u 2010., čime je ostvaren porast od 18,5 % tijekom referencijalnog perioda. Komisija je podržala ovaj napredak. U 2009. od devet kanala, šest ih je dostiglo većinski udio europskih djela u vremenu emitiranja prema članku 16. Direktive, dok tri kanala nisu uspjela. U 2010. svih devet kanala, koji su predali izvješća, dostigli su većinski udio specificiran člankom 16.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisnih producenata na svim kanalima koji su predali izvješće iznosio je 49,3 % u 2009. te 54 % u 2010. godini, što označava porast od 47 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. od devet kanala, samo jedan nije dostigao minimalni udio nezavisne produkcije prema članku 17. Direktive. U 2010. svih je devet kanala prešlo prag od 10 %.

Nova europska djela nezavisne produkcije

Prosječni relativni udio novih europskih djela nezavisne produkcije za sve kanale iznosio je 47,7 % u 2009. godini, a 2010. taj je broj iznosio 51,9 %, što predstavlja 4,2 % porasta tijekom referencijalnog perioda

Nizozemska

Od ukupno 178 identificiranih kanala, jedan kanal nije bio u funkciji 2009. Izuzeće od primjene članka 16. i 17. AVMS Direktive dobilo je 136 kanala, i to zbog male gledanosti ili prirode programa.

Europska djela

Od svih kanala koji su podnijeli izvješća, prosječni udio europskih djela u vremenu emitiranja u 2009. iznosio je 77,9 %, dok je u 2010. iznosio 76,5 %, što predstavlja pad od 1,4 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 41 kanala koji su predali izvješća, 35 je dostiglo većinski udio europskih djela u vremenu emitiranja, prema članku 16. Direktive. Šest kanala nije u tome uspjelo, uglavnom zbog prirode programskog profila. U 2010. od 42 kanala, 34 ih je dostiglo većinski

udio prema članku 16. Direktive, dok osam nije u tome uspjelo. Kao i u prethodnom periodu, izvješće ističe da su među kanalima koji se nisu pridržavali Direktive uglavnom dječji kanali za koje je proizvodnja nizozemskih i europskih sadržaja skupa i nema je dovoljno na europskom tržištu.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima koji su predali izvješća iznosio je 25,6 % u 2009, odnosno 22,4 % u 2010, što predstavlja pad od 3,2 % tijekom referencijalnog perioda.

Komisija bilježi konstantan trend pada emitiranja nezavisnih djela (od 40,2 % u 2007. do 22,4 % u 2010.) i preporučuje nacionalnom regulatornom tijelu da potakne televizije da povećaju udio vremena emitiranja nezavisnih produkcija. U 2009. od 41 kanala, 31 je dostigao minimalni udio nezavisnih europskih djela određen člankom 17. Direktive, dok deset kanala u tome nije uspjelo. U 2010. od 42 kanala, ponovno je deset kanala ostalo ispod praga od 10 % udjela nezavisne produkcije. Prema nacionalnom izvješću, za neispunjavanje ove odredbe ne spominje se valjani razlog pa se nacionalno regulatorno tijelo obvezalo tražiti objašnjenja.

Prosječni udio novih europskih nezavisnih produkcija na svim kanalima iznosio je 77 % u 2009. i 77,4 % u 2010., što predstavlja pad od 0,4 % tijekom referencijalnog perioda.

Austrija

Od ukupno 57 identificiranih kanala, njih 45 izuzeto je od obveze podnošenja izvješća ili zbog male gledanosti ili zbog prirode programa.

Europska djela

Udio emitiranja europskih djela na svim kanalima koji su podnijeli izvješće iznosio je 74,2 % u 2009., odnosno 76,1 % u 2010., što je pad od 1,9 % tijekom referencijalnog perioda. Od 12 kanala u 2009., 10 je dostiglo većinski udio emitiranja europskih djela prema članku 16. Direktive, dok u tome nisu uspjela dva kanala. U 2010. od 12 kanala, deset je dostiglo većinski udio prema članku 16., a dva kanala ponovo nisu uspjela. Nacionalno izvješće istaknulo je da su kanali s manjim udjelom europskih djela kao razlog istaknuli visoku cijenu njihove produkcije ili kupnje na europskom tržištu, kao i potrebu povećanja emitiranja međunarodnih filmova i serija zbog povećanja gledanosti. Komisija je opomenula nacionalno regulatorno tijelo ističući kako je jedan od ciljeva članka 16. Direktive osigurati jednaku

tržišnu utakmicu među svim televizijama koje su pod jurisdikcijom određene zemlje članice, a koje su ujedno dužne primjenjivati odredbu o većinskom udjelu europskih djela.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio djela nezavisne europske produkcije na svim kanalima iznosio je 41.4 %u 2009. odnosno, 38,7 % u 2010, što predstavlja pad od 2,7 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 12 kanala koji su podnijeli izvješća, deset je dostiglo minimalni udio prema članku 17. Direktive, dok dva u tome nisu uspjela. U 2012. ista ta dva kanala ostala su ispod praga od 10 %. Prosječni relativni udio nezavisnih europskih djela nove produkcije za sve kanale koji su podnijeli izvješća 2009. godine iznosio je 73,2 %, dok je u 2010. bio 73,8 %, što predstavlja 0,6 % rasta tijekom referencijalnog perioda. Taj postotak označava 15,3 % rasta u odnosu na 2007., što je Europska komisija pohvalila kao pozitivan napredak.

Poljska

Od ukupno 73 identificirana televizijska kanala, pet nije bilo u funkciji 2009. godine, a samo jedan u 2010. Tijekom referencijalnog perioda, 14 kanala izuzeto je od obveze podnošenja izvješća s obzirom na prirodu njihovih programa.

Europska djela

Udio europskih djela na svim kanalima koji su podnijeli izvješće iznosio je 78,4 % u 2009. i 2010.godini.

U 2009. od 54 kanala koji su podnijeli izvješća, 7 nije dostiglo većinski udio vremena emitiranja europskih djela prema članku 16. Direktive. U 2010. od 58 kanala, 6 ih nije dostiglo propisani udio. Nacionalno izvješće napominje da je u slučajevima nepridržavanja europskih odredbi interveniralo Poljsko nacionalno televizijsko vijeće. U većini slučajeva televizije su odgovorile povećanjem udjela europskih djela, a neke i dostigle propisane kvote u 2010. U jednom slučaju Poljska regulatorna agencija morala je nametnuti financijske kazne. Razlozi neispunjavanja odredbi su ili specijalizirani programi ili nedostatak adekvatnih europskih djela koja se uklapaju u programski koncept tih kanala.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije na svim televizijskim kanalima koji su podnijeli izvješća iznosio je 31 % u 2009.

U 2010. godini udio je bio 30,8 %, što predstavlja pad od 0,2 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. od 54 kanala koji su podnijeli izvješće, samo jedan nije

dostigao minimalni udio određen člankom 17. Direktive. U 2010. od 57 kanala, ponovo jedan nije dostigao prag od 10 %. Tijekom godine postignuta je zadovoljavajuća razina.

Nova europska djela nezavisne produkcije

Relativni udio novih europskih djela europske produkcije za sve televizijske kanale koji su 2009. podnijeli izvješća iznosio je 74 %, dok je u 2010. bio 70,3 %, što je pad od 3,7 % u referencijalnom periodu.

Portugal

Od ukupno 39 identificiranih televizijskih kanala, dva nisu bila u funkciji 2009.Tijekom referencijalnog perioda 15 kanala bilo je izuzeto od obveze predavanja izvješća s obzirom na malu gledanost, kao i zbog prirode njihovog programa.

Europska djela

Udio europskih djela na svim televizijskim kanalima koji su predali izvješće iznosio je 66,8 % u 2009. godini, a u 2010. 58 %, što predstavlja pad od 8,8 % tijekom referencijalnog perioda.

Od 11 kanala, njih 9 dostiglo je većinski udio vremena emitiranja europskih djela prema članku 16. Direktive, dok dva u tome nisu uspjela. U 2010. od 13 kanala koji su podnijeli izvješće, 9 je dostiglo većinski udio prema članku 16. Direktive, dok četiri nisu u tome uspjela. U nacionalnom izvješću ističe se kako su dva kanala tek započela s emitiranjem u 2009., što objašnjava nizak udio europskih djela dostignut u 2010. Očekuje se da ti kanali postupno dostignu udio od 50 % europskih djela. Komisija je preporučila portugalskoj regulatornoj agenciji da aktivno potakne te televizije u povećanju emitiranja europskih djela.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije u 2009. godini na svim kanalima bio je 34,7 %, odnosno 39,25 % u 2010., što je pad od 4,5 % tijekom referencijalnog perioda. Tijekom 2009. svih 11 televizijskih kanala, koji su podnijeli izvješća, dostiglo je minimalni udio nezavisne europske produkcije prema članku 17. Direktive. U 2010. od 13 kanala, dva nisu dosegnula prag od 10 %.

Nova europska djela nezavisne produkcije

Relativni udio novijih europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima u 2009. godini iznosio je 92,6 %, a u 2010. bio je 86,7 %, što ukazuje na pad od 5,9 & tijekom

referencijalnog perioda. Komisija je preporučila portugalskoj regulatornoj agenciji da potakne televizijske kanale, koji pripadaju pod njenu jurisdikciju, da povećaju emitiranje novijih djela nezavisne produkcije kako bi se prevladao negativni trend tijekom referencijalnog perioda.

Rumunjska

Od ukupno 82 identificirana televizijska kanala, dva nisu bila u funkciji 2009., a druga dva u 2010.

Dvadeset i četiri kanala dobila su izuzeće od predavanja izvješća tijekom referencijalnog perioda ili zbog male gledanosti ili prirode programa. U 2009. 16 kanala nije predalo izvješće o emitiranju europskih djela, a 18 o nezavisnoj i novijoj europskoj produkciji. U 2010. 18 kanala nije predalo izvješća o europskim djelima, a 20 njih o emitiranju djela iz nezavisne europske produkcije.

Europska djela

Prosječni udio emitiranja europskih djela na svim televizijskim kanalima koji su predali izvješće iznosio je 70,7 % u 2009., odnosno 67,9 % u 2010., što predstavlja pad od 2,8 % tijekom referencijalnog perioda. Od 40 televizijskih kanala koji su predali izvješće u 2009., 32 su dostigla većinski udio emitiranja europskih djela prema članku 16. Direktive, dok sedam nije. U 2010. od 38 kanala koji su predali izvješće, 28 je dostiglo većinski udio prema članku 16. Direktive, dok deset u tome nije uspjelo.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije na svim televizijskim kanalima koji su predali izvješće iznosio je 34,1 % u 2009., a u 2010. godini bio je 34,6 %, što je pad od 0,5 % tijekom referencijalnog perioda. Od 38 kanala u 2009., njih 34 dostiglo je minimalni udio nezavisne europske produkcije prema članku 17. Direktive, dok četiri kanala u tome nisu uspjela. U 2010. od 36 kanala koji su podnijeli izvješće, tri kanala ostala su ispod praga od 10 %.

Nova europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio novih europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima koji su podnijeli izvješća u 2009. bio je 50 %, a u 2010. godini iznosio je 56,5 %, što predstavlja pad od 5,6 % tijekom referencijalnog perioda.

U izvješću ne pišu konkretni razlozi za neispunjavanje obveza iz članka 16. i 17. AVMS Direktive, osim vrlo niske gledanosti ili prirode njihovih programa. Međutim, nacionalno regulatorno tijelo istaknulo je kako potiče i male televizije da poštuju odredbu o udjelu europskih i nezavisnih europskih djela u svom programu. Regulatorno tijelo obvezalo se inicirati procedure sankcija protiv onih televizija koje nisu podnijele izvješća. Radi se o opomenama iza kojih slijedi i novčana kazna.

Slovenija

Od 49 identificiranih kanala, jedan nije bio u funkciji 2009., a u 2010. druga dva.

Tijekom referencijalnog perioda 35 kanala dobilo je zakonsko izuzeće od obveze podnošenja izvješća. Razlozi za takav postupak bili su vrlo niska gledanost, priroda programa i činjenice da su emitirali na lokalnoj razini. Tijekom 2009. i 2010. tri kanala nisu dostavila izvješća.

Europska djela

Prosječni udio emitiranja europskih djela na svim televizijskim kanalima koji su podnijeli izvješća iznosio je 46,6 % u 2009. godini, odnosno 47,4 % u 2010., što predstavlja pad od 0,8 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. i 2010. od deset kanala, četiri nisu dostigla većinski udio vremena emitiranja europskih djela prema članku 16. AVMS Direktive. Prema nacionalnom izvješću, dva kanala koja u tome nisu uspjela kao razlog su istaknuli ekonomske teškoće. U tim slučajevima slovenska regulatorna agencija odlučila je da neće poduzimati nikakve mjere protiv tih kanala. Ostalima je poslano pisano upozorenje. Iako udio europskih djela nije dostigao propisanu kvotu od 50 %, podaci koji su poslani u izvješćima pokazuju kontinuirani uzlazni trend od 2007. Komisija je zato preporučila regulatornoj agenciji da potakne sve televizije pod svojom jurisdikcijom da pojačaju napore u povećanju udjela europskih djela u njihovim programima, kako bi dostigli propisanu kvotu.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije na svim televizijskim kanalima koji su podnijeli izvješća iznosio je 14,5 % u 2009., a 18,3 % 2010. godine, što ukazuje na porast od 3,8 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009.i 2010. svi televizijski kanali prešli su prag od 10 % udjela nezavisnih europskih djela. Prosječni udio novije nezavisne europske produkcije

za sve kanale 2009. godine iznosio je 70,5 %, a u 2010. bio je 64,5 %, što predstavlja pad od 6 % tijekom referencijalnog perioda.

Slovačka

Od ukupno 34 identificirana kanala, 3 kanala nisu bila u funkciji 2009.

Osam televizijskih kanala izuzeto je od obveze predavanja izvješća zbog prirode svojih programa, a jedan je izuzet od obveze emitiranja 10 % nezavisnih europskih djela. U 2010. iz obveze ispunjavanja kvote zbog prirode programa izuzeto je 8 kanala. U istoj su godini dva kanala izuzeta od obveze ispunjavanja udjela emitiranja nezavisnih europskih djela. Što se tiče djela iz novije europske produkcije, za 22 kanala u 2009. za 22 kanala nisu dostavljeni podaci, odnosno u 2010. za 24 kanala.

Europska djela

Prosjek emitiranja europskih djela na svim televizijskim kanalima koji su podnijeli izvješće iznosio je 71,7 % u 2009.godini, a 68,2 % u 2010., što označava pad od 3,5 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 23 kanala, tri nisu dostigla većinski udio emitiranja europskih djela propisan člankom 16. Direktive. U 2010. od 26 kanala, 5 nije uspjelo dostići većinski udio europskih djela prema članku 16. Direktive. Nacionalno izvješće nije dostavilo objašnjenje zbog neispunjavanja obveza koje proizlaze iz članka 16. i 17. AVMS Direktive. Međutim, daje se na znanje da je slovačko regulatorno tijelo upozorilo televizije koje se nisu pridržavale europskih odredbi na sankcije koje će im biti nametnute ako nastave s takvom praksom.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima koji su podnijeli izvješća iznosio je 29 % u 2009. i 27,6 % u 2010. godini, što predstavlja pad od 1,4 % za vrijeme referencijalnog perioda. U 2009. od 22 televizijska kanala, pet nije dostiglo minimalni udio emitiranja nezavisnih europskih djela prema članku 17. Direktive. Tijekom 2010. od 24 kanala koja su podnijela izvješće, šest nije uspjelo dostići prag od 10 %.

Nova djela nezavisne europske produkcije

Što se tiče novih djela nezavisne europske produkcije, uopće nisu dostavljeni podaci. Zato je Europska komisija podsjetila Slovačku da, iako članak 17. Direktive ne propisuje konkretan

postotak nove produkcije koji treba biti emitiran, ipak predstavlja obvezu koja se odnosi na sve televizijske kanale i o kojoj treba podnijeti izvješće.

Finska

Od ukupno 18 identificiranih televizijskih kanala, dva su dobila izuzeće od podnošenja izvješća zbog prirode svog programa ili zbog činjenice da su tek počeli emitirati.

Europska djela

Prosječni udio europskih djela na televizijskim kanalima koji su podnijeli izvješća iznosio je 57,2 % u 2009., odnosno 56,6 % u 2010. godini, što označuje pad od 0,6 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 15 kanala, njih 10 dostiglo je većinski udio europskih djela prema članku 16. AVMS Direktive, dok pet kanala u tome nije uspjelo. U 2010. od 16 televizijskih kanala koji su podnijeli izvješće, 9 je dostiglo većinski udio prema članku 16. Direktive, dok 7 u tome nije uspjelo. U izvješću ne pišu razlozi neispunjavanja kvote. U tom smislu Europska komisija podsjeća da zemlje članice u svojim izvješćima trebaju navesti razloge neispunjavanja europskih odredbi za svaki kanal. Finsko regulatorno tijelo podsjetilo je sve te televizije na obveze iz članka 16. i 17., kao i na obveze koje proistječu iz nacionalne legislative. Tijelo im je također odredilo da povećaju udio europskih djela, kao i djela iz nezavisne europske produkcije u svojim programima.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio europskih djela nezavisne produkcije na svim televizijskim kanalima koji su podnijeli izvješća 2009. iznosio je 31,4 %, odnosno 31,2 % u 2010. godini, što predstavlja pad od 0,2 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 15 kanala, samo jedan nije dostigao minimalni udio određen člankom 17. Direktive, dok je u 2010. svih 16 kanala dostiglo prag od 10 %. Nacionalno izvješće ne opisuje razloge zbog kojih televizije nisu uspjele ispuniti kvote europskih djela i djela iz nezavisne europske produkcije prema odredbama AVMS Direktive. Finsko regulatorno tijelo Ficora podsjetilo je sve te televizije na njihove obveze prema članku 16. i 17. Direktive. Tijelo ih je obvezalo da povećaju udio europskih djela i djela nezavisne europske produkcije u svojim programima. Prosječni udio novih djela nezavisne europske produkcije na svim kanalima koji su podnijeli izvješća iznosio je 83,7 % u 2009., odnosno 83,5 % u 2010., što predstavlja pad od 0,2 % tijekom referencijalnog perioda.

Švedska

Od ukupno 62 identificirana televizijska kanala, jedan nije bio u funkciji 2010. Izuzeće od podnošenja izvješća dobilo je 18 kanala, i to zbog prirode njihovog programa ili zato što ne emitiraju na jeziku zemalja EU.

Europska djela

Prosječni udio europskih djela na svim televizijskim kanalima koji su podnijeli izvješća u 2009. iznosio je 57,9 %, a u 2010. bio je 59,2 %, što označava pad od 1,3 % tijekom referencijalnog perioda.

Od 44 kanala, 26 njih dostiglo je većinski udio vremena emitiranja, kako je određeno člankom 16. Direktive, dok 18 kanala u tome nije uspjelo. Od 43 kanala u 2010., njih 26 dostiglo je većinski udio europskih djela u vremenu emitiranja (prema članku 16. Direktive), dok 17 nije. Nacionalno izvješće ističe napredak u poštivanju odredbe o emitiranju europskih djela, u usporedbi s rezultatima iz prethodnoga referencijalnog perioda. Komisija je pohvalila ovaj pozitivni trend i ohrabrila Švedsku da nastavi s naporima prema kontinuiranom rastu udjela europskih djela u programima švedskih televizijskih kanala. Različiti televizijski kanali, koji su ispod 50 % udjela europskih djela, imaju vrlo malu gledanost. No, iako u njihovom sadržaju prevladavaju programi američke produkcije, udio europskih djela uglavnom raste, osobito na kanalima koji pripadaju TV4AB Nordic-u, na kojima su prilično zastupljeni njemački i britanski sadržaji. U izvješću se ističe kako se očekuje da će novi ugovori povećati udio europskih djela, dok na kanalima na kojima dominiraju SF i vijesti iz svijeta zabave nedostaje europskih sadržaja.

Europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio djela nezavisne produkcije na svim televizijskim kanalima koji su podnijeli izvješća 2009. iznosio je 38,5 %, odnosno 39,3 % u 2010. godini, što je rast od 0,8 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 44 kanala, čak 42 dostigla su minimalni udio emitiranja europskih djela nezavisne produkcije, dok dva u tome nisu uspjela. U 2010. od 43 kanala, dva nisu uspjela dostići prag od 10 % djela nezavisne europske produkcije. Nisu opisani razlozi zbog koji ti kanali nisu ispunili svoju obvezu.

Nova djela nezavisne europske produkcije

Prosječni udio emitiranja djela nove europske produkcije na svim televizijskim kanalima koji su podnijeli izvješće iznosio je 51,7 % u 2009. godini, a u 2010. bio je 51,1 %, što predstavlja pad od 0,6 % tijekom referencijalnog perioda.

Ujedinjeno Kraljevstvo

Od ukupno 675 identificiranih televizijskih kanala, 117 nisu bila operativna u 2009. godini, a u 2010. njih 65.

Ukupno 85 kanala bilo je izuzeto od obveze predavanja izvješća tijekom referencijalnog perioda. Zbog prirode njihovog programa (sport, teletext i teleshoppping) izuzeto je 27 kanala, dok je 39 dobilo individualno izuzeće. Ostali nisu pokriveni člankom 16. i 17. Direktive zbog emitiranja na jeziku koji nije jezik Europske unije. Dodatno, tri su kanala izuzeta 2009., a dva u 2010. Za 2009. godinu 22 kanala uopće nisu podnijela podatke, dok jedan nije podnio podatke o emitiranju novih europskih djela. U 2010. 55 kanala nije uopće dostavilo podatke.

Europska djela

Udio prosječnog emitiranja europskih djela u 2009. iznosio je 48,1 %, dok je u 2010. bio 47,4 %, što predstavlja pad od 0,7 % tijekom referencijalnog perioda.

U 2009. od 448 kanala, 239 njih nije dostiglo većinski udio europskih djela određen člankom 16. Direktive. Od 468 kanala u 2010. godini, 252 nisu dostigla propisani udio europskih djela. Kao što je bio slučaj i u prethodnom referencijalnom periodu, izvješće Ujedinjenog Kraljevstva ukazuje na različita ograničenja u objašnjenju nepridržavanja odredbi o europskim djelima: specifičnost programa, nedavni početak emitiranja određenih televizijskih kanala, teškoće u pronalaženju europskih programa po konkurentnim cijenama. Jedan od razloga je i činjenice da su neki televizijski kanali dio većih kompanija koje su bazirane u zemljama izvan Europske unije pa emitiraju isključivo svoju produkciju. Europska komisija ponovo je naglasila da se udio emitiranja europskih djela propisan člankom 16. i 17. Direktive odnosi na sve kanale i sve televizije koje su pod jurisdikcijom zemlje članice, osobito zbog osiguravanja jednakih uvjeta tržišnog natjecanja. Upravo zato Europska je komisija pozvala britansko regulatorno tijelo da ohrabri sve televizijske kanale, koji su pod britanskom nadležnošću, u povećanju udjela vremena emitiranja posvećenog europskim djelima.

Europska djela nezavisne produkcije

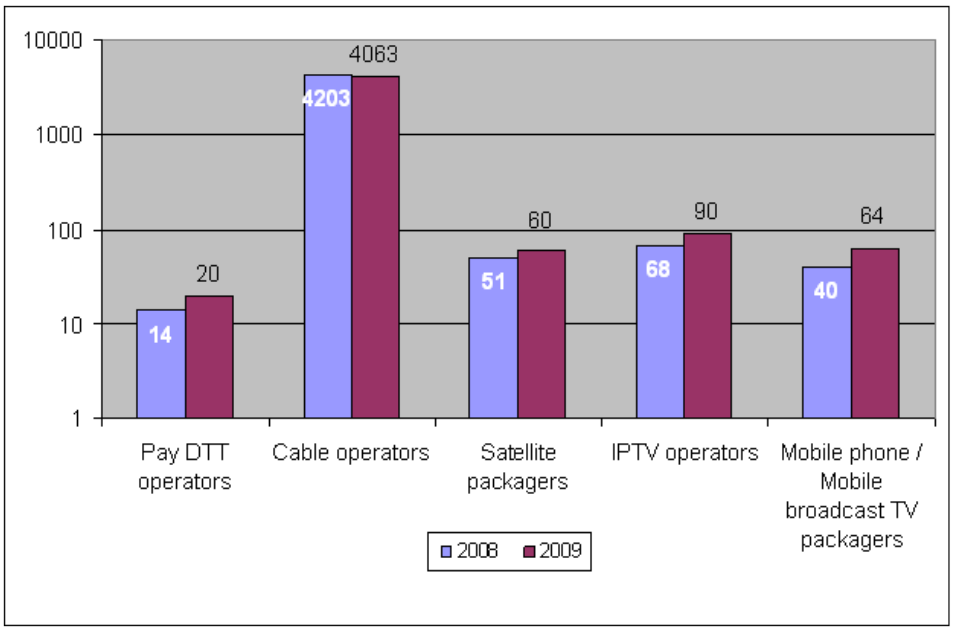
Prosječni udio emitiranja europskih djela nezavisne produkcije na svim kanalima koji su predali izvješća u 2009. godini iznosio je 28,5 %, a u 2010. bio je 27,5 %, što predstavlja pad od 1 % tijekom referencijalnog perioda. U 2009. od 448 televizijskih kanala, 169 nisu dostigla udio nezavisne europske produkcije određen člankom 17. Direktive. U 2010. od 468 kanala koji su predali izvješća, 185 nisu dostigla postotak predviđen Direktivom.

Nova europska djela nezavisne produkcije

Prosječni udio novih djela nezavisne europske produkcije iznosio je 66,6 % u 2009. godini, odnosno 65,8 % u 2010., što označuje pad od 0,8 % tijekom referencijalnog perioda.

Nacionalno izvješće, kao i u slučaju s europskim djelima, ukazalo je na slične razloge neispunjavanja minimalnog udjela nezavisnih europskih djela: nedavno osnivanje televizijskih kanala, teškoće u kupovanju europske nezavisne produkcije po konkurentnim cijenama, specifičnosti programskog emitiranja (emitiranja uživo). Europska komisija ukazala je na iste primjedbe koje su se odnosile i na primjenu članka 16. Direktive.

12. 2. Prilog 2.: European Audiovisual Observatory/MAVISE: Pregled TV kanala u EU, 2008./2009.

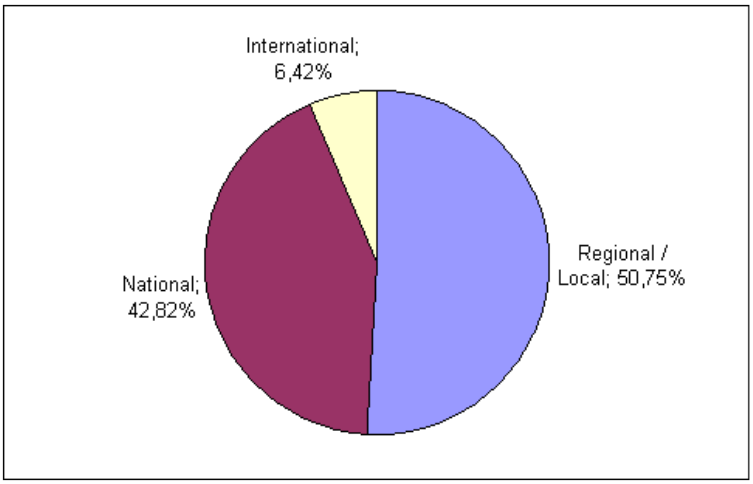



Grafikon 4. Multikanalne platforme u Europi (29 zemalja) (2008. – 2009.)

(izvor: European Audiovisual Observatory/MAVISE)

Krajem 2009. godine bilo je više od 7200 televizijskih kanala u Europi (u 27 zemalja članica EU i u dvjema zemljama kandidatkinjama, Hrvatskoj i Turskoj). Ako se uzmu u obzir i

izvaneuropski kanali, tada se može govoriti o više od 8600 kanala koji su bili dostupni europskoj publici. Od 7200 kanala više od pola je regionalnih ili lokalnih, 43 % je nacionalnih i 6 % međunarodnih.

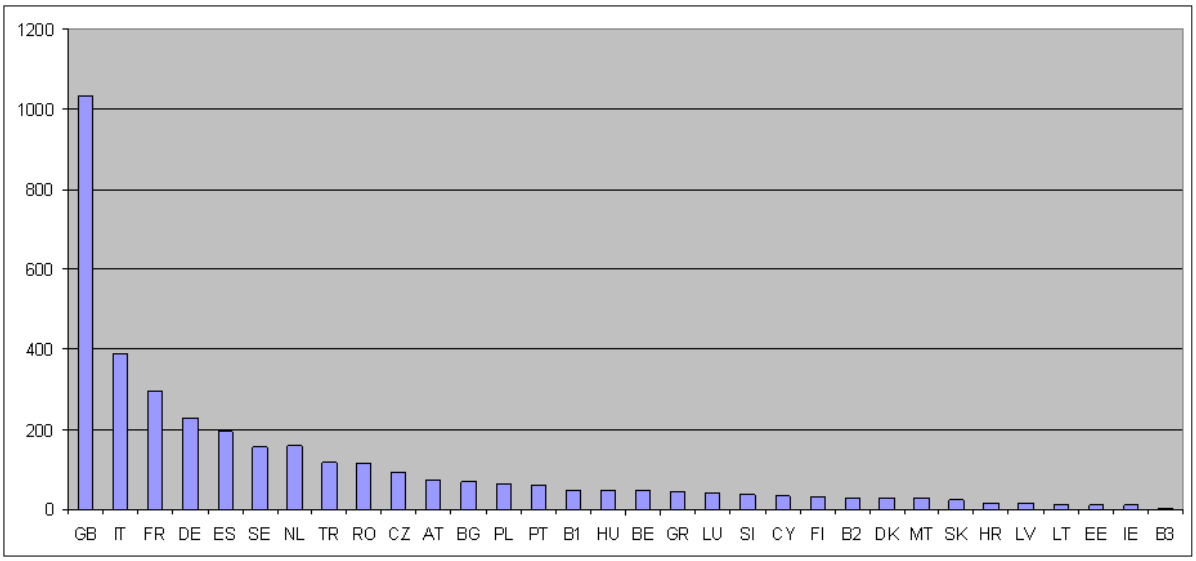



Grafikon 5. Europski TV kanali prema geografskoj pokrivenosti (2009.)
(izvor: European Audiovisual Observatory/MAVISE)

Jedan od deset europskih kanala javni je televizijski kanal. Ovakav udio javnih televizija ostaje relativno stabilan ako se uzmu u obzir nacionalni i međunarodni kanali (9,8 %), odnosno lokalni i regionalni (11,1 %). Zanimljivo je da je udio javnih kanala na digitalnim zemaljskim mrežama bio znatno viši jer je predstavljao više od jedne četvrtine svih kanala (26,5 %).

Ako se pak govori o zemljopisnom porijeklu europskih kanala (ne uključujući regionalne i lokalne), po brojnosti vodi Velika Britanija koja je 2009. godine imala 1033 kanala. Gotovo pola kanala osnovanih u Velikoj Britaniji emitira se i u drugim europskim zemljama, a to uključuje mnoge lingvističke verzije kanala poput Disney Cinemagic, Viasat Explorer, itd. Po broju kanala Veliku Britaniju slijede Italija (388), Francuska (297), Njemačka (227) i Španjolska (195). Koncentracija osnivanja velikog broja kanala u određenim zemljama bila je velika budući da je u pet zemalja osnovano više od dvije trećine svih televizijskih kanala, dok je u isto vrijeme u više od pola europskih zemalja bilo manje od 40 registriranih kanala. Te se brojke odnose na osnivanje kanala, a ne na njihovu dostupnost.

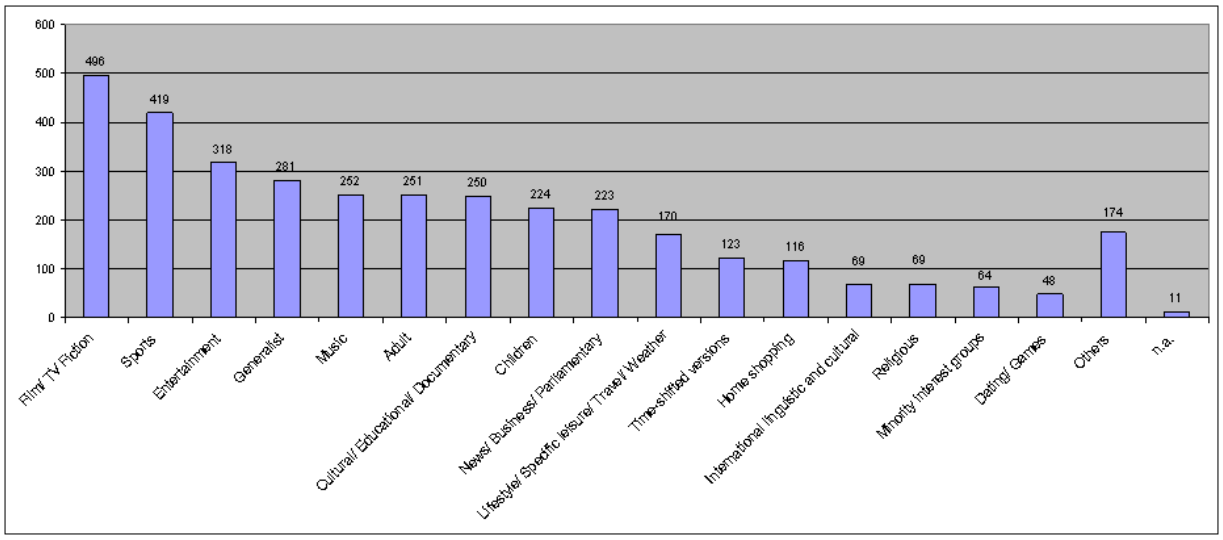
U Irskoj je primjerice osnovano tek deset televizijskih kanala, međutim preko 500 je dostupno na irskim televizijskim ekranima.




Grafikon 6. Europski TV kanali prema porijeklu u 2009. godini
(izvor: European Audiovisual Observatory/MAVISE)

Film i sport

Filmski i sportski kanali predstavljaju dva dominantna televizijska žanra u Europi (kada se isključe lokalni i regionalni kanali). U 2009. godini bilo 496 filmskih i 419 sportskih kanala. Ti su žanrovi izuzetno važni za distribucijske platforme. Osim njih, porastao je broj klasičnih zabavnih kanala (318) i općih kanala (281).



Grafikon 7. Europski TV kanali prema žanru u 2009. godini
(izvor: European Audiovisual Observatory/MAVISE)

MAVISE (http://mavise.obs.coe.int/) jedinstvena je internetska baza podataka koju je razvio European Audiovisual Observatory za potrebe DG komunikacija Europske komisije. Ona osigurava potpuni pregled svih televizijskih tržišta zemalja Europske unije, uključujući Tursku. MAVISE sadrži detaljne informacije o preko 7000 TV kanala, 5000 TV kompanija, kao i podatke o preko 300 programa i televizijskih paketa.

European Audiovisual Observatory objavio je 2009. svoj godišnjak Yearbook. Prva dva dijela fokusirana su na opis nacionalnih televizijskih mreža u 36 zemalja, s pregledom glavnih aspekata europske televizije. Po prvi puta jedan dio godišnjaka daje detaljan pregled podataka koji se odnose na distribuciju multikanalnih platformi.

Tijekom 2010. europsko digitalno TV tržište poraslo je za još 300 novih kanala. Među njima je najviše sportskih (47), zatim pornografskih (32) i 26 zabavnih, prema izvješću EAO-a iz ožujka 2011. U istoj je godini broj televizijskih kanala, baziranih u zemljama Europske unije, narastao za 22 nova javna servisa, poput televizijskog kanala RAI 5 u Italiji ili specijaliziranog kanala TVP Seriale u Poljskoj.

Većina su novih javnih servisa HD verzije postojećih, uključujući France 3 HD, RTBF 1, 2 i 3 HD u Belgiji, zatim cijeli niz regionalnih kanala u Španjolskoj, kao i ITV regionalnih verzija u Velikoj Britaniji. Broj HD kanala u Europskoj uniji popeo se s 274, krajem 2009., na 414 u 2010. godini. Sport ostaje najvažniji žanr HD televizije, s otprilike 20 % od svih HD kanala. Slijede ga opći i filmski programi te dokumentarni televizijski sadržaji. Distribucija HD kanala naglo se razvila tijekom 2010. Krajem te godine dvije trećine IPTV servisa nudilo je HD kanale. HD sadržaji sada su dostupni na DTT mrežama u 13 zemalja, što predstavlja ogroman napredak u odnosu na 2009., kada su postojale samo tri DTT mreže.

Ovakav razvoj slijedio je digitalizaciju kabelskog sistema diljem Europe. Isto tako i satelitske platforme povećale su HD ponudu. Zemlje u kojima satelitski paketi nude više od 20 HD kanala su Francuska, Italija, Nizozemska, Poljska, Španjolska i Velika Britanija. Krajem 2009. godine udio digitaliziranih domaćinstava u Europi popeo se s 45,3 % na 56,1 %, na što je utjecao porast digitalnih zemaljskih televizija, digitalizacija tradicionalnih platformi (poput satelita i kabelskih sistema), kao i porast IPTV-a u velikom broju europskih zemalja.

Kabelski operateri, kojih je krajem 2010. bilo 6216, stabilizirali su se tijekom posljednje tri godine, ali i dalje predstavljaju najveći dio digitalnih platformi diljem Europe.

Veći rast, od 28 % u razdoblju od 2009. do 2010., bilježi plaćena DTT televizija te satelitski operateri koji bilježe rast od 24 % u istom razdoblju. U 2011. godini postoji više od 9800 televizijskih kanala u Europi, od čega 7600 u zemljama Europske unije.

U izvješću se predviđa da će na novim 3D televizijama, koje se šire Europom, sport i film biti najtraženiji sadržaji. Veliki broj platformi testira 3D kanale. Među njima su BskyB (u Velikoj Britaniji, Italiji i Njemačkoj), Viasat, Canal Plus (u Francuskoj i Španjolskoj), Meo (u Portugalu) i NTV (u Rusiji).

## 13. ŽIVOTOPIS

Mr. sc. Zrinka Vrabec-Mojzeš rođena je u Zagrebu, 23. listopada. 1963., gdje je završila osnovnu školu i maturirala u Klasičnoj gimnaziji. Diplomirala je na Odsjecima za anglistiku i povijesti umjetnosti na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu magistrirala je s temom „Javna diplomacija i mediji".

S radom je započela 1984., kada se zaposlila kao novinarka i voditeljica u redakciji Kulture na tadašnjem novoosnovanom „Omladinskom radiju". Tijekom dvadeset šest godina novinarske i uredničke karijere radila je u gotovo svim aspektima radijskog novinarstva – kao urednica, voditeljica, producentica i reporterka.

Od 1985. do 1995. osim na Radiju 101, radila je kao vanjska suradnica u različitim programima Televizije Zagreb, a zatim i Hrvatske televizije. Dužnost glavne urednice Radija 101 obnašala je od 1995. do 1998. Od 1998. do 2010. bila je autorica, urednica i voditeljica brojnih političkih, satiričnih i kontakt emisija te intervjua na Radiju 101. Među njima su „Corps Diplomatique" i „Abeceda europskih integracija" koje se bave diplomacijom, međunarodnim odnosima i europskim integracijama, *talk show* „Na vrućem stolcu", satirična emisija „UJFUJ TJEDNA", kao i kontakt emisija „Speaker's Corner". Dužnost savjetnice za društvene djelatnosti predsjednika Republike Hrvatske Ive Josipovića obnašala je u razdoblju 2010. – 2015. Od 2015. godine radi kao kolumnistica i novinarka političkog magazina NACIONAL te urednica i voditeljica političkog *talkshow*-a na TV Mreži.

Od 1993. članica je Hrvatskoga novinarskog društva. Od 1998. do 2002. bila je članica Izvršnog odbora Novinarskog društva. Za članicu SEEMO Boarda (SOUTH EAST MEDIA ORGANISATION) sa sjedištem u Beču izabrana je 2007. godine. Potpredsjednicom SEEMO Boarda izabrana je 2009. Članica je Atlantskog vijeća Hrvatske i Savjetodavnog odbora Akademije za politički razvoj u Hrvatskoj.

Osim što je tijekom karijere sudjelovala na značajnim stručnim skupovima i seminarima, osvojila je brojne nagrade i priznanja za svoj rad. Ženom godine proglašena je 1996. prema izboru časopisa „Zaposlena". Nagradu Europskog pokreta Hrvatske za doprinos afirmaciji europskih demokratskih vrijednosti u Hrvatskoj dobila je 1997. Prvu nagradu na „FEST-u", Hrvatskom festivalu oglašavanja i marketinške komunikacije, dobila je 2004. i to za autorstvo i produkciju promotivnih radio spotova za Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija. Prvu nagradu Britanskog veleposlanstva u Zagrebu primila je 2005. godine za najbolju radijsku emisiju koja se bavi pitanjima integracije Hrvatske Europskoj

uniji. Nagradu „Robert Schuman”, koju zajednički dodjeljuju Hrvatsko novinarsko društvo i Delegacija Europske komisije u Zagrebu, primila je 2006. za emisiju „Abeceda europskih integracija”, kao najbolju radijsku emisiju koja se bavi europskim pitanjima. Zbog doprinosa u izgradnji europskih vrijednosti u Hrvatskoj, 2007. nagrađena je „Hrvatskim pleterom”, odlikovanjem koje je dodijelio hrvatski predsjednik Stjepan Mesić. U 2015. godini zaprimila je odlikovanje „Red Danice hrvatske s likom Marka Marulića”, koje joj je dodijelio hrvatski predsjednik Ivo Josipović, za osobite zasluge u promoviranju hrvatske kulture u zemlji i svijetu.

**Objavljeni znanstveni radovi:**

1. Vrabec-Mojzeš, Z. (2008) „Javna diplomacija i mediji“, *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 2 (4): 175–198.

2. Vrabec-Mojzeš, Z. (2009) „Javna diplomacija i mediji, hrvatska iskustva“, *Međunarodne studije*, , 9 (1): 71–93.