

---

**Добри практики как страните членки осигуряват правните, финансовите, техническите и останалите необходими условия, за да могат обществените медии да изпълняват своята мисия**

---

**Как страните членки осигуряват правните, финансовите, техническите и останалите необходими условия, за да могат обществените медии да изпълняват своята мисия**

*Съвкупност от добри практики*

**Доклад, изготвен от Групата специалисти по обществените медии в информационното общество (MC-S-PSM), ноември 2008 г.**

Генерална дирекция по права на човека и правни въпроси

Съвет на Европа

Страсбург, юни 2009г.

**Съдържание**

**Резюме.....**

**Въведение.....**

Мандат и работа на групата.....

Съдържание и структура на доклада.....	
Препоръката.....	
Обществената мисия в информационното общество – предизвикателства и възможности.....	

## **Обществената мисия в информационното общество: правно определение.....**

Обща ситуация около обществената мисия в страните членки.....	
Примери.....	

## **Обществената мисия в информационното общество: финансови аспекти.....**

Общи аспекти.....	
Модели на финансиране.....	
Определяне на финансовите нужди и използване на средствата.....	
Предизвикателства и възможности.....	
Финансов одит и осчетоводяване.....	

## **Анализ на техническите условия за изпълнението на обществената мисия, на основата на отговорите, получени от страните членки.....**

Въведение.....	
.....	
Универсалност на достъпа.....	
Отговорност за техническото качество.....	
В крак с развитието.....	
Цифровизацията и циклите в технологичното развитие.....	
Цифровизация на наземното телевизионно излъчване.....	
Резюме на някои стратегии за цифровизация на наземното телевизионно излъчване.....	
Техническите условия, които да позволят „задължителното качване на програми“ (must-carry) на платформи за разпространение, като например кабелните мрежи.....	

## **Прозрачност и отчетност на организациите на обществените медии.....**

Препоръката.....	
.....	
Прозрачност и отчетност на обществените медии – предизвикателства и възможности...	
Обща ситуация в страните членки.....	

## **Обществената мисия в информационното общество: практическа реализация.....**

Въведение.....

.....

Преглед на практическата реализация на обществената мисия.....

## **Примери за добри практики.....**

.....

Мултимедийните услуги на RTVE,  
Испания.....

Езиковата програма на NRK-P2,  
Норвегия.....

Мултимедийните услуги, предлагани от T?l?vision Suisse Romande.....

La Cha?ne Parlementaire et Public S?nat,  
Франция.....

Услугата уеб радио на DR,  
Дания.....

СТ24 мултиплексът,  
Чехия.....

ZDF Mediathek.....

ORF,  
Австрия.....

....

Проект „Мултимедията среща  
радиото”.....

Eurosonic.....

## **Заклучения**

.....

## Резюме

В Препоръка 3 (2007г.) на Комитета на министрите към страните членки, относно мисията на обществените медии в информационното общество, Съветът на Европа разглежда деликатния въпрос за необходимостта да се осигурят правните, финансовите, техническите и другите подходящи условия, които да позволят на обществените медии да изпълняват своята мисия. Препоръката очертава основните предизвикателства и възможности за предефиниране на обществената мисия, с оглед адаптирането ѝ към новия технологичен и социално-културен контекст.

Днес трябва да сме наясно, че аудиторията на традиционните електронни медии намалява и хората, особено младите, все повече и повече използват новите медии и интерактивните услуги. За да се изправят пред това ключово предизвикателство, на обществените медии трябва да се осигурят подходящите условия.

Колкото до правните условия, мисията на обществените медии трябва да се разпростре и върху важни нови платформи, за да могат те да достигнат до своята аудитория и следователно да изпълнят предназначението си, като се избегне ситуация, при която обществените медии остават обвързани с традиционните електронни медии, докато тяхната аудитория се отдръпва.

Относно финансовите условия, страните членки трябва да гарантират, че обществените медии получават необходимите финансови средства за изпълнението на мисията им. Независимостта на обществените медии изисква и финансова независимост, което включва гаранция за запазване на услугите, адаптиране към новите обществени нужди и новата медийна среда, както и способността да се планират дългосрочни дейности. Следователно, специално внимание трябва да се обърне на риска от недостатъчното или прекомерното финансиране.

Що се отнася до техническите условия обществените медии ще имат нужда от редица технически елементи за изпълнение на мисията им, като например HDTV и телевизия за мобилно приемане. За да се гарантират най-ниските цени и най-голям избор за зрителите и слушателите, страните членки трябва да приемат общи технологични стандарти в Европа за цифрова телевизия и радио. Повечето държави днес почти не участват в изследвания за стандартизация, които вследствие на това са фрагментирани, а това не е в интерес на Европа.

За да се осигури пълна и структурирана картина на моментната ситуация в страните членки и да се даде представителен брой примери на добри практики, този доклад се фокусира върху следните основни теми: а) правната дефиниция на мисията на

обществените медии в страните членки, като се вземе под внимание Препоръката, както и развитието на медийния сектор и технологичните условия; б) финансовото състояние на обществените медии; в) техническото състояние на обществените медии; г) практическата реализация на обществената мисия, особено по отношение на новите медии и новите комуникационни инструменти. На последно място, с оглед необходимостта от по-голяма легитимност на обществените медии в новата медийна среда и натиска от законодателството по въпросите на конкуренцията, докладът изследва и един допълнителен елемент, свързан с прозрачността и отчетността на обществените медии. Страните членки и самите обществени медии, все още се придържат предимно към традиционните механизми за осигуряване на прозрачност и отчетност на обществените медии, на първо място - използването на управленските структури за постигане на тези цели. Редовните отчети от страна на обществените медии и редовният контрол от външни регулатори също се увеличават. Това отново може да бъде свързано с необходимостта от по-голяма легитимност на обществените медии в новата медийна среда и с натиска от законодателството по въпросите на конкуренцията.

## **Въведение**

### **Мандат и работа на групата**

Целите и задачите на Групата специалисти по обществените медии в информационното общество (MC-S-PSM), включват задачата по събиране на информация за това, как страните членки осигуряват правните, финансовите, техническите и останалите необходими условия, за да могат обществените медии да изпълняват своята мисия в информационното общество, с оглед съответните стандарти на Съвета на Европа и изготвянето на кратко изложение от добри практики, с цел широкото им разпространение (т.15 от Киевския план за действие).

За да се изготви докладът, на първата среща на групата през 2007г. е създаден въпросник, базиран на основните елементи от Препоръката за мисията на обществените медии в информационното общество. Отговорите на този въпросник – предадени от 23 страни членки и резюмето, подготвено от консултант на Съвета на Европа, стават основата за дискусията на втората среща на Групата през 2007г., на която е обсъдена и приета базисната структура на доклада. С цел събирането на повече значима информация, Съветът възлага допълнително експертно проучване на въпроса, подето от г-ца Евелин Ленцен.

На срещата на Управителния комитет по медии и нови комуникационни услуги през ноември 2007г. бе решено, по искане на Групата по обществените медии, тя да разглежда въпроса за прозрачността на обществените медии, в рамката на нейния доклад за правните, финансовите, техническите и другите необходими условия. За да се събере нужната информация, Групата подготвя нов въпросник, като са получени няколко отговора.

Първият проект на настоящия доклад – изготвен от ad-hoc работна група, в която влизат Австрия, Германия, Швейцария и Европейският съюз за радио и телевизия (EBU), с подкрепата на Секретариата – бе представен и обсъден на първата среща на Групата през 2008г. Преработен и допълнен проект на доклада е подготвен за втората среща на Групата през 2008г. За основа му служат главно отговорите на страните членки на въпросниците на Групата, както и резюметата към тях, изготвени специално за групата и доклада на г-ца Ленцен. В допълнение, различна информация бива взета и от предишни доклади, като доклада на Съвета "Обществените медии в информационното общество" (изготвен от Кристиан С. Нисен, N/Inf (2006) 3) и специалния доклад "Културата на обществените радио и телевизия" на правния бюлетин IRIS на Европейската аудиовизуална обсерватория.

### **Съдържание и структура на доклада**

Препоръка 3 от 2007 г. на Комитета на министрите към страните членки относно мисията

на обществените медии в информационното общество е последният и най-пълен документ на Съвета на Европа, установяващ стандарти по въпросите, които настоящият доклад разглежда. Въпреки че на доклада не трябва да се гледа като на доклад по изпълнението на Препоръката – като се вземе под внимание, че той е приет едва в началото на 2007 г. и следователно е минало прекалено малко време, за да позволи обективна оценка на приложението или дори и на искрените намерения на страните членки да я приложат – темите, които са засегнати в Препоръката са до голяма степен отразени и в мандата на Групата и стават основа на въпросника, разпратен до страните членки. Следователно, те са и в основата на настоящия доклад. Все пак, за да се гарантира структурирана и пълна картина на моментната ситуация в страните членки и да се изведат представителен брой примери за добри практики, както и за да се отрази голямото разнообразие въпроси, които Препоръката разглежда, Групата първоначално решава да се фокусира върху 4 главни теми, а именно:

- правната дефиниция на мисията на обществените медии в страните членки, отчитайки Препоръката, както и развитието на медийния сектор и технологичните условия;
- практическото осъществяване на обществената мисия, особено що се отнася до новите медии и новите комуникационни инструменти;
- финансовото състояние на обществените медии
- техническото състояние на обществените медии

Структурата на доклада отразява тези тематични приоритети: тя е разделена на 4 части, като всяка се занимава с един от споменатите въпроси. Друга част е посветена на допълнителния въпрос за прозрачността на обществените медии, отразявайки променения мандат на Групата, резултат от обсъжданията на Управителния комитет по медии и нови комуникационни услуги по време на срещата от ноември 2007г. Докладът завършва с малък брой общи заключения.

### **Препоръката**

Препоръка 3 от 2007 г. към страните членки, относно мисията на обществените медии в информационното общество, представя идеята за обществените медии като еволюция на по-познатата концепция за обществените радио и телевизия, отбелязвайки че:

*„Обществената мисия е все по-важна в информационното общество и тя може да се изпълнява от обществени организации посредством различни платформи и предлагането на различни услуги, което води до създаването на обществени медии, които за целите на настоящата Препоръка не включват печатните медии.“*

В съответствие с целите и задачите на Групата, концепцията за обществена медия е в основата и на настоящия доклад.

Комитетът на министрите на СЕ препоръчва на страните членки разнообразни мерки за адаптиране на мисията на обществените медии към нуждите и ограниченията на информационното общество, позволявайки им по този начин да запазят и увеличат, в една много динамична и предизвикателна медийна и технологична среда, своята значима роля, като важна част от медийната среда и възможността да продължат да изпълняват своите задължения в обществен интерес, както са определени, наред с други документи и в няколко акта на Съвета на Европа.

В частност, страните членки биват призовани “ясно да очертаят мисията на обществените медии и (да им позволят) да използват нови технологични средства, за по-доброто ѝ осъществяване и за да се адаптират към бързите промени в съвременната медийна и технологична среда, както и към промените в зрителския и слушателския профил и очакванията на аудиторията.”

Следователно, те трябва “да включват [...] в тяхното законодателство/устав специфични разпоредби относно мисията на обществените медии, покриващи в частност и новите комуникационни услуги [...]”, като по този начин позволят на “обществените медии изцяло

и обективно да отговорят на предизвикателствата на информационното общество”, а в същото време гарантират, “че всички хора и социални групи получават възможност за универсален достъп до обществените медии [...] посредством разнообразни, технологични средства”, като се “уважава дуалистичната структура - обществени/частни медии, на европейската електронна медийна среда и се обърне внимание на въпросите около пазара и конкуренцията”.

Сред по-детайлните елементи на Препоръката, може да се отбележи, че “обществената мисия трябва да се изпълнява посредством подходяща за целта свръх-модерна технология.” Основните елементи на понятието обществени медии не са се променили и съгласно Резолюция N1 за бъдещето на обществените радио и телевизия, приета на IV-тата Европейска министерска конференция за политиката на масмедии, включват:

- да бъдат отправна точка за всички членове на обществото, предлагайки универсален достъп;
- да бъдат фактор за социално обединение и интеграция на всички индивиди, групи и общности;
- да бъдат източник на безпристрастна и независима информация и коментари, както и на новаторско и разнообразно съдържание, което да е в съответствие с високи етични и качествени стандарти;
- да бъдат форум за плуралистична публична дискусия и средство за насърчаване на по-широкото демократично участие на индивидите;
- да бъдат активен участник в създаването и продуцирането на аудиовизуални произведения, както и да спомагат за по-високото оценяване и разпространение на богатството на националното и европейското културно наследство.

### **Обществената мисия в информационното общество – предизвикателства и възможности**

Препоръката очертава основните предизвикателства и възможности за преформулиране на мисията така, че да отговаря на потребностите на информационното общество. Основните цели на обществените медии не са се променили от времето на традиционните обществени радио и телевизия, но технологичната революция, както и умножаването на техническите медийни платформи и на новите видове медии, от функционална гледна точка (материали, създадени от потребителите, блогове, подкаст и т.н.), означават, че ролята на обществените медии трябва да бъде изпълнявана в много различна среда от преди. Също така, разнообразието от търговски оператори, които са или се стремят да бъдат активни на тези различни пазари, е много по-голямо от традиционните частни радиа и телевизии, поради което и въпросите за конкуренцията стават много по-значими.

Когато определят мисията на обществените медии, на първо място страните членки трябва да си дадат сметка, че аудиторията на традиционните електронни медии намалява и застарява и че новите и по-млади групи от аудиторията предпочитат новите електронни медии, като интернет и все по-усъвършенстваните мобилни услуги, които надхвърлят традиционните услуги като телефонни разговори и текстови съобщения. В същото време, медийното използване се фрагментира и в бъдеще няма да бъде възможно да се достига до цялата аудитория или дори до голяма част от нея посредством единична услуга, както чрез радиото или телевизията в миналото. Вземайки предвид една от основните функции на обществените медии, очертана в Препоръката, а именно, да бъдат отправна точка за цялото общество и да насърчават социалната кохезия и интеграция, това прави задачата пред обществените медии още по-трудна.

На второ място, липсата на “естествен” ограничител на дейността на обществените медии в цифровата ера – този ограничител в миналото бе осигурен от ограничения брой аналогови честоти, които обикновено водеха до създаването на радио и телевизионни канали от смесен тип или такива от общ характер – както и увеличаващото се припокриване на традиционно различни медии (т.е. телевизия и печатна преса) при



навлизането им на нови пазари, поражда страх от опорочаване на конкуренцията от страна на общественото финансиране на медиите. На тези страхове, особено на ниво ЕС, се отговаря чрез прилагането на правилата за лоялна конкуренция, които водят до по-пълно определяне на обществената мисия, отколкото в миналото, до нови ограничения на дейностите и допълнителни процедурни гаранции, каквито са тестовете за обществената полза, както и до нарастващо обвързване с традиционните ценности на обществените медиите. Докато се занимават с легитимните въпроси на конкуренцията и вероятно спомагат за по-голямата легитимност на самите обществени медиите, в същото време прилагането на тези правила носи риска от прекомерното ограничаване на спектъра на дейност на обществените медиите, като по този начин застрашават продължаващата им значимост в новата медийна среда.

## **Обществената мисия в информационното общество: правно определение**

### **Обща ситуация около обществената мисия в страните членки**

Като общо правило отговорите, получени в Съвета на Европа от страните членки, както и от други източници (особено специалния доклад "Културата на обществените електронни медиите" на правния бюлетин IRIS) показват, че страните членки, при определянето на обществената мисия, все повече вземат под внимание необходимостта обществените оператори да предлагат своите обществени услуги на нови медийни платформи. Въпреки това, точната дефиниция за обществена мисия варира широко от много общото разрешение обществените радио и телевизия да използват новите медиите при осъществяването на мисията си – често разглеждано просто като допълнение към традиционните задължения на операторите – до подробни, не рядко двустепенни определения на обществената мисия, адресиращи различните платформи по различен начин и обикновено, предоставящи различни материални и процедурни гаранции (като Теста за обществените ползи на BBC), за да гарантират, че обществените радио и телевизия/обществените медиите могат да се възползват от новите информационни възможности за изпълнението на тяхната мисия, поверена им от законодателя и в същото време да се избегне неконтролираната експанзия на обществената дейност в сфери, където не е заложен никакъв обществен интерес и където, осъществими търговски операции могат да бъдат застрашени (по този начин, в съответствие с Препоръката, става ясно, че една жизнеспособна дуалистична система от обществени и частни медиите е в интерес на обществото).

Без съмнение свързани с нуждата да се определи по-точно обществената мисия – за да се ограничи негативният ефект върху частните конкуренти и отчасти в резултат на правилата на ЕК за Държавната помощ, така както са определени от Европейската комисия – могат да се посочат няколко примера на страни членки, където мисията на обществените медиите е дефинирана по двустепенно или многостепенно, като общата мисия обикновено е определена от законодателя, а по-прецизните разпоредби са съгласувани на друго ниво – отново от законодателя, от администрацията, чрез споразумение между държавата и обществените медиите, посредством договор или на базата на саморегулацията или на ко-регулаторни инструменти (обществената медия изготвя документи за реализацията на обществената мисия).

Много малко на брой отговори показват развитие на нови обществени медиите и инициативи на локално ниво и особено местните общности.

Колкото до реалния обхват на обществената мисия, попълването на въпросника от страните членки води до следните отговори.

Понастоящем, голям брой обществени електронни медиите могат или са задължени да предлагат интернет или други нови комуникационни услуги, като част от тяхната обществена мисия. Такъв е случаят с **Австрия**, където интернет услугите трябва да са свързани с радио-телевизионната дейност, с изключение на спортния канал, посветен основно на по-малко атрактивни спортове (в този случай онлайн информацията може да



бъде свързана само с канала). В **Дания** съвкупната обществена дейност трябва да осигурява посредством радио, телевизия и интернет, широко разнообразие от програми и услуги, включващи новини, обща информация, образование, изкуство и развлечение. Обществените програми (текст, звук и картина) на всички технологични платформи трябва да отговарят на културните, обществените и демократичните нужди на датското общество.

В **Португалия**, въпреки че няма конкретна препратка към новите комуникационни услуги, настоящият договор за обществена концесия задължава обществения концесионер да въвежда технологични новости, резултат от специфични ангажименти, препоръки или решения на международни организации, на които концесионерът е член и които подобряват ефикасността и качеството на предоставяните обществените услуги. В **Чехия** обществените радио и телевизия са задължени да изпълняват предвидените обществени задължения чрез развитието и предлагането на иновативни услуги и използването на технологичния прогрес. Наскоро променените закони за Чешката телевизия и Чешкото радио, разширяват обхвата на обществената мисия, като надхвърлят традиционните радио и телевизия и включват разпоредби за цифрови канали, които могат да се придружават от допълнителни услуги и мултимедийно съдържание, осигурено в рамките на обществения медиен мултиплекс.

В **Белгия** (Фландрия) VRT следи отблизо технологичното развитие, така че когато е необходимо, тя също може да предлага своите програми на зрители и слушатели посредством новите медии. Управленското споразумение на VRT съдържа правила относно технологичното развитие на нови комуникационни услуги, включително задачата да се достига възможно най-голяма медийна аудитория чрез разнообразни висококачествени програми, които привличат и отговарят на интересите на медийната аудитория: информация, култура, образователен и развлекателен сектор.

**Хърватското** законодателство също предлага значителна гъвкавост за развитието на нови комуникационни услуги, правейки възможни новите услуги, както за традиционните радио и телевизия, така и в новата медийна среда. **Испанските** обществени радио и телевизия са класифицирани - в съответствие с тяхното покритие - на държавни (RTVE), регионални и местни (обществени телевизии на градския съвет). Националните обществени радио и телевизия са законодателно уредени съгласно закон от 2006 г., включващ и разпоредби, които трябва да улеснят намирането на инструменти, позволяващи развитието и адаптирането на този оператор към новата технологична среда - като например, развитието на цифрова наземна телевизия и новите интерактивни услуги. Когато регионалните разпоредби относно обществените радио и телевизия бъдат одобрени, те също ще засягат и развитието на нови комуникационни услуги.

В **Швеция**, за да развият и укрепят своите програми, операторите имат право и са насърчавани да предлагат и спомагателни услуги, като например интернет услугите. Финансирането от лицензионни такси трябва да обезпечава финансово, както радио и телевизионните услуги, така и новите услуги, които трябва да ги допълват. В

**Обединеното кралство** BBC има право да въвежда нови услуги без да се нуждае от одобрението на правителството (въпреки че правителството може да наложи процедурно вето, ако не е спазена правилната процедура). Тръстът на BBC има регулаторната отговорност да гарантира, че новите услуги насърчават обществената функция на BBC.

**Финландската** YLE отговаря за предоставянето на всестранни радио и телевизионни програми, със съответните допълнителни и екстра услуги за гражданите, при равни условия. Тези и други обществени услуги могат да бъдат осигурени по всички комуникационни мрежи и трябва да подкрепят демокрацията и възможността на всеки да стане активен участник посредством предлагането на широко разнообразие от информация, мнения и дебати. Законът още предвижда как - за счетоводни цели - дейностите трябва да бъдат диференцирани между общественото радио и телевизионно разпръскване и останалите обществени услуги.

В случая с **Холандия**, настоящият закон дава възможност на обществените радио и

телевизия да провеждат 2 вида дейност, които трябва да бъдат одобрени от регулатора: единият включва "странични задачи", като поддръжка на интернет страница със специализирани програми или предлагането на тематичен радио канал, всичко това в рамките на мисията на обществените радио и телевизия; другият включва "странични дейности", като изготвянето на списание за програмите, продажбата на DVD-та или отдаването под наем на оборудване, като например, камери или студия. Страничните дейности трябва да отговарят на определени критерии: не е допустимо те да имат неблагоприятен ефект върху изпълнението на основната мисия; трябва да бъдат свързани с основните задачи на оператора; не трябва да водят до нечестна конкуренция спрямо други страни, които предлагат същия или сходен продукт или услуга. Разработва се нов медиен закон, който гласи, че:

*"конкретната задача на обществените радио и телевизия в Холандияе да бъдат в крак с и да стимулират технологичното развитие, както и да предлагат своите услуги чрез нови медии и нови техники за разпръскване".*

Следователно, такива услуги ще станат задължителни.

В някои страни членки сега тепърва започва да се създава или планира система от обществени радио и телевизия, поради което е може би все още твърде рано да се разглежда процесът на трансформация в обществена медия. В **Украйна** се прилагат мерки, свързани със създаването на система от обществени радио и телевизия. Парламентарният комитет за свободата на изразяване и информация и Националната комисия за насърчаване на свободата на словото и развитието на информационния сектор подписа Декларация за сътрудничество с оглед въвеждането на обществени радио и телевизия в Украйна. За изпълнение на разпоредбите от Декларацията е създадена работна група, която има задачата да развие концепция за обществено радио и телевизия в Украйна. Обществени радио и телевизия все още не съществуват и в **Русия**, където има медии, контролирани от държавата и частни медии. Има развита концепция за обществено радио и телевизия, която трябва да премине критичната инспекция на съответните федерални министерства и агенции, да бъде одобрена от правителството и тогава евентуално може да бъде подложена за разглеждане от Парламента.

Отговорите на въпросника, също така установяват редица обществени и общностни инициативи за създаване и финансиране на нови видове обществени медии. В отговора на **Литва** се споменават обществени фондации (подкрепяни от държавата), подкрепящи културни и образователни проекти, които да бъдат реализирани във всички видове медии. Специфични примери се виждат и по отношение на **Холандия**. Националното правителство подкрепя развитието на обществени програми и нови видове софтуер в интернет. Проектът "Цифрови пионери" отпуска леснодостъпни, малки субсидии за подготвянето на обществено значими предавания на теми като "познание", "общностно изграждане", "съвместен живот" и "медии", за малки организации, с нестопанска цел. Целта е да се насърчи дебатът, формирането на обществено мнение и осигуряването на информация. Националното правителство, също така подкрепя, заедно с градовете Амстердам, Ротердам, Хага и Утрехт, развитието на местни обществени медии, насочени към младежта в тези градове, включващи местна радио станция, където те могат да създават свои собствени предавания. Националното правителство насърчава и развитието на програми по местната и регионална телевизия в тези градове за най-големите имигрантски групи. В допълнение, местните обществени радио и телевизионни компании дават възможност за излъчване на програми за различни социални и/или културни групи в обществото, срещу ниска такса.

## Примери

Следващите примери са избрани, защото отразяват точно основните тенденции, очертани в общите наблюдения по-горе, а именно – да се дефинира по-пълно обществената мисия, отколкото в миналото, много често чрез двустепенен и многостепенен подход, подкрепя за дейността на обществените медии посредством нови медии и в повечето случаи,

загриженост да не се изкриви прекомерно конкуренцията и съответните процедурни правила, гарантиращи това.

## **Пример 1 : BBC**

В Обединеното Кралство има редица други оператори (включително ITV, Channel 4, Five and S4C) с обществена мисия, определена в законодателството (Законът за комуникациите от 2003г.) и наблюдавани от Службата по комуникациите (Ofcom). Този пример се фокусира върху BBC, тъй като нейният мащаб, структура и управление се различават значително от другите оператори в Обединеното кралство и в Европа.

### *Обща структура на обществената мисия*

Обществената мисия на BBC е дефинирана на най-общо ниво в Кралската харта, като последна е Кралската харта за запазването на BBC от 2006 г., в сила от 2007 г. Хартата съдържа много широко описание на мисията, но предвижда тя да бъде реализирана посредством различни инструменти.

В частност, в секция 49 на Хартата е записано, че BBC и Държавният секретар могат да сключват "Рамкови споразумения" по въпроси, включени в Хартата и по такива, които не са включени. Съдържанието на подобни споразумения не е конкретизирано. Такова рамково споразумение бе сключено през 2006 г. и влезе в сила през 2007 г.

Хартата също предвижда Тръстът на BBC да очертава стратегическите приоритети в рамките на всяка обществена цел, чрез поставянето на обществени мисии към целите. В допълнение Тръстът ще издава лицензи за услугите, предлагани от BBC и ще съблюдава спазването им.

### *Обща характеристика на обществената мисия*

Кралската Харта от 2006 г. съдържа много широко определение на обществените цели на BBC:

- подкрепа на гражданството и гражданското общество
- насърчаване на образованието и обучението
- стимулиране на творчеството и културното съвършенство
- представяване на Обединеното кралство, съставлящите го нации, региони и общности
- запознаване на света с Обединеното кралство и на Обединеното кралство със света
- насърчаване на останалите цели, като помага на обществото да осъзнае ползата от сливането на комуникационните технологии и услуги и в допълнение, заемане на водеща роля в прехода към цифрова телевизия.

Тези обществени цели трябва да бъдат подпомагани чрез осигуряването на:

- продукция, включваща информация, образование и забавление
- продукция, доставена чрез телевизия, радио и онлайн услуги, както и посредством "сходни или свързани услуги, които правят продукцията общодостъпна и които могат да бъдат във форма или чрез технологични средства, които не са използвани преди от BBC или които предстои да бъдат развити."

Обществената мисия, както е описана в Хартата, е много широко понятие по своята природа и с оглед продукцията. Тя, също така, е много отворена по отношение на технологичните средства за изпълнението ѝ, включително новите технологии и дори тези, които още не съществуват.

В член 15 от Хартата се постановява, че Тръстът трябва да зачита целите на обществената телевизия, очертани в Закона за Комуникациите от 2003 г. Параграф 264 и следващите излагат тези цели.

Рамковото споразумение от 2006 г. изисква установяването на обществена мисия за всяка

обществена цел. Тя трябва да включва приоритети и да уточнява как ще бъде оценявано представянето на BBC. При изменение или развитие на обществената мисия трябва да се организира обществена консултация.

Споразумението изрежда следните стратегически приоритети за обществените цели:

- да спомага за разбирането на политическата система в Обединеното кралство (включително Парламента и децентрализираните структури), чрез надлежно отразяване на парламентарните въпроси и да представя безпристрастна всекидневна оценка на заседанията и в двете камари на Парламента;
- да насърчава грамотността на медиите;
- да поддържа гражданството чрез обогатяването на обществената сфера;
- да стимулира интереса и познаването на цял спектър от въпроси чрез материали, които са достъпни и могат да насърчат формалното или неформалното обучение;
- да предоставя образователни материали, изготвени от специалисти, както и допълнителни материали, за да се улесни обучението на всички нива и за всички възрасти;
- да обогатява културния живот на Обединеното кралство чрез творческо съвършенство в разнообразно и оригинално съдържание;
- да насърчава творчеството и да подпомага таланта; да насърчава интереса, обвързването и участието в културни дейности на нови аудитории;
- да има филмова стратегия;
- да отразява подобаващо спорта, включително спортове, представляващи интерес за малцинството;
- да отразява и засилва културната идентичност чрез оригинални програми на местно, регионално и национално равнище, като при възможност обединява различните аудитории чрез споделянето на общ опит;
- да подпомага опознаването на различни култури и алтернативни гледни точки посредством програми, отразяващи живота на различни хора и различни общности в рамките на Обединеното кралство;
- да отчита значението на отразяването на различните религиозни и други убеждения;
- да отчита значението на подходящото обезпечаване на езиците на малцинствата;
- да запознава хората в Обединеното кралство с международни въпроси и с различни култури и гледни точки на хора, живеещи извън Обединеното кралство, посредством новини и актуални събития и други продукции, като театрални, комедийни, документални и образователни предавания, както и отразяване на спортни събития;
- да предлага на международната аудитория висококачествено отразяване на международните новини.

*Технологията, "новите медии" и "новите комуникационни технологии" като част от обществената мисия на BBC*

Рамковото споразумение изброява списък на услугите, предлагани от BBC към момента ("United Kingdom Public Services", с изключение на BBC World Service), като включва всички радио и телевизионни канали. Сред "новите медии" са споменати следните съществуващи услуги:

- BBCi: интерактивни цифрови функции през телевизията, както спомагателни към другите услуги, така и самостоятелни;
- <http://www.bbc.co.uk/>: онлайн услуга, включваща всеобхватно съдържание, което обслужва целия спектър на обществените цели на BBC;
- BBC jam: услуга, предлагаща интерактивни материали по учебната програма, за учащите на възраст между 5 и 16 години (услугата е преустановена и скоро ще бъде закрыта).

Нови услуги могат да бъдат пускани в употреба при одобрение от Тръста на BBC, след преминаване на Теста за обществените ползи.

Рамковото споразумение изисква от BBC да гарантира, че зрителите, слушателите и другите потребители, имат достъп до обществените услуги посредством различни удобни и ценово-ефективни начини, които са налични или могат да бъдат на разположение в бъдеще, като: радио и телевизионно излъчване, стрийминг, предлагане на материали по заявка, независимо дали чрез наземни, сателитни, кабелни или бродбанд мрежи (фиксираны или безжични) или чрез интернет. Няма такса за обществените услуги в Обединеното кралство и за свързаните материали (с изключение на телевизионната лицензионна такса). Това обаче не изключва възможността BBC да си възстанови от всеки човек цената за осигуряване на услуга по поръчка или при изрична молба от този човек. Пример за лиценз за услуга, предоставяна от BBC – за [bbc.co.uk](http://bbc.co.uk), която може да бъде видяна на:

[http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/regulatory\\_framework/service\\_licences/online/online\\_servicelicences/bbc\\_co\\_uk\\_servicelicence\\_30apr2007.pdf](http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/regulatory_framework/service_licences/online/online_servicelicences/bbc_co_uk_servicelicence_30apr2007.pdf). Този лиценз постановен от Тръста на BBC регулира по-подробно услугите, които [bbc.co.uk](http://bbc.co.uk) трябва да предлага.

## **Пример 2: България**

*Обща структура на обществената мисия*

Обществената мисия е определена в Закона за радио и телевизия.

*Обща характеристика на обществената мисия*

Обществените радио и телевизионни оператори трябва:

- да осигуряват излъчването на политическа, бизнес, културна, научна, образователна и друга социално значима информация
- да правят възможен достъпа до национални и глобални културни ценности и да популяризират технологичното развитие и научния напредък чрез излъчването на български и чужди образователни и културни програми, адресирани към всички възрастови групи
- да гарантират чрез програмната си политика защитата на националните интереси, универсалните човешки културни ценности, националната наука, образование и култура на всички български граждани, без значение от тяхната етническа принадлежност
- да насърчават създаването на произведения от българските автори
- да насърчават българските изпълнителски изкуства

В частност Българското национално радио (БНР) и Българската национална телевизия (БНТ) трябва:

- да гарантират програмните услуги за всички граждани на Република България;
- да подпомагат развитието и популяризирането на българската култура и българския език, както и културата и езика на гражданите, в съответствие с тяхната етническа идентичност;
- да предлагат достъп до националното и европейското културно наследство, чрез програмните си услуги;
- да включват информационни, образователни и развлекателни предавания в техните програмни услуги;
- да прилагат новите информационни технологии;
- да отразяват разнообразието на идеи и убеждения в обществото - чрез плурализма на гледните точки - във всичките предавания за новини и актуални събития по политически и бизнес въпроси;
- да подпомагат взаимното разбирателство и толерантност в отношенията между хората;
- да дават възможност на гражданите да се запознаят с официалната позиция на държавата по важни въпроси от обществения живот.



*Технологията, "новите медии" и "новите комуникационни технологии" като част от обществената мисия*

Що се отнася до технологиите, необходимо е да се отбележат следните разпоредби:

*Член 44*

1. Радио и телевизионните програмни услуги на БНР и БНТ ще бъдат излъчвани посредством техни комуникационни средства или произтичащи от договор с лицензиран телекомуникационен оператор

*Член 45*

1. Българското национално радио и Българската национална телевизия трябва да въвеждат и предлагат нови радио и телевизионни услуги.

2. Българското национално радио и Българската национална телевизия трябва да създават условия за излъчването и приложението на цифрови и други нови технологии в радио и телевизионното разпръскване

**Пример 3: Чехия**

*Обща структура на обществената мисия*

Правното определение на обществената мисия е разделено в следните правни актове: Закона за Чешката телевизия и Закона за Чешкото радио. Чешката телевизия и Чешкото радио трябва да осигуряват обществени услуги чрез създаването и разпространението на радио/телевизионни програми и евентуално, също така и на други мултимедийни материали и допълнителни услуги, на цялата територия на Чехия.

*Обща характеристика на обществената мисия*

Основните задължения на Чешката телевизия и Чешкото радио включват, без да бъдат ограничени само до това, следното:

- осигуряване на обективна, проверена, общо балансирана и пълна информация, каквато може да бъде необходима за формирането на свободно мнение;
- да спомагат за правното съзнание сред жителите на Чехия;
- създаване и разпространение на програми и осигуряване на добре балансиран набор от предавания за всички групи от населението, с оглед свободата на тяхната вяра и убеждения, култура, етнически и национален произход, национална идентичност, социален произход, възраст или пол, така че програмите да отразяват разнообразието от мнения, политическа, религиозна или философска ориентация и артистични тенденции, с оглед насърчаването на взаимното разбирателство и толерантност и подкрепа на единството в плуралистичното общество;
- развитие на културната идентичност сред гражданите на Чехия, включително членовете на национални и етнически малцинства;
- продуциране и излъчване на новини и политически/обществени, документални предавания и такива за изкуство, радио театър, спорт, забавление и образование, както и програми за деца.

*Технологията, "новите медии" и "новите комуникационни технологии" като част от обществената мисия*

След приемането на измененията по тези актове от 2005 г., обществената мисия се променя с оглед новите технологични възможности. Наред с аналоговите канали, Чешката телевизия трябва да излъчва два нови цифрови канала, които могат да бъдат съпътствани от допълнителни услуги и мултимедийно съдържание. Тези услуги ще се осигуряват в рамките на общия мултиплекс на обществените медии.

Тези закони препращат и към общо задължение да се подкрепя развитието в областта на новите предавателни технологии и услуги. Това позволява на обществените медии да тестват нови технологии и услуги и да използват възможностите, предоставяни от новите медии.

И двете медии са задължени да изпълняват предвидените обществени задачи чрез развитието и предлагането на новаторски услуги и чрез използването на технологичния напредък. Медиите са натоварени със задачата да участват в процеса на цифровизация, тяхната обществена мисия е разширена – те трябва да предлагат нови цифрови канали и допълнителни услуги и мултимедийни материали. Все пак от самите медии зависи да решат какво да бъде програмното съдържание и какви да са формите на услугите. Всичко това трябва да стане с оглед обществената им мисия, която е определена в съответните законови актове.

#### **Пример 4: Швейцария**

##### *Обща структура на обществената мисия*

Законът за радио и телевизия от 2006 г. определя обществената мисия на SRG – общественият оператор в Швейцария. В (скоро подновената) концесия има допълнителни подробности около обществената мисия на SRG.

##### *Обща характеристика на обществената мисия*

Член 24 от Закона за радио и телевизия гласи, че SRG трябва да:

- осигурява радио и телевизионни програми за всичките 3 езикови групи на равни начала;
- насърчава разбирателството, единението и обмена между различните части на страната, езикови групи, култури и обществени групи;
- подпомага отношенията между Швейцария и швейцарските граждани в чужбина, както и присъствието на Швейцария и разбирането на нейните интереси по света

Във връзка с това SRG участва в:

- свободното формиране на общественото мнение посредством предлагането на пълна, разнообразна и точна информация относно политически, икономически, обществени и други въпроси;
- културна експанзия, укрепване на културните ценности и подкрепа на швейцарската култура;
- образование на обществото;
- забавление.

Подробности относно обществената мисия са включени в наскоро обновената концесия на SRG. Наред с други неща, концесията урежда точния брой на радио и телевизионните програми, както и обема на останалите необходими журналистически услуги, за да се изпълни обществената мисия на езиково-специфично регионално, национално и международно равнище, при финансиране чрез такси.

Концесията съдържа подробен списък от радио и телевизионни програми, които SRG трябва да предлага и изрично нарежда тяхното излъчване и чрез цифрови наземни средства (съответно DAB и DVB-T). Наред с останалото, SRG може да предлага и немско езичен информационен канал, включващ програми, които вече са излъчвани по другите канали.

*Технологията, "новите медии" и "новите комуникационни технологии" като част от обществената мисия*



Освен вече споменатото цифрово разпространение на програми, SRG може да "излъчва" една немскоезична, една френскоезична и една италианоезична програма през интернет, съдържаща нова информация и програмна информация, без реклами и спонсорство. Концесията, също така, изрично конкретизира, че SRG може да излъчва всичките си радио и телевизионни програми през интернет (член 9). Член 10 гласи, че SRG може да предлага програмите си безплатно по интернет за период от 5 дни след тяхното излъчване. След изтичането на този период, SRG може да разреши достъп до програмите си в архив или на информационни носители, на цена, покриваща разходите, при некомерсиална употреба и на пазарна цена, за комерсиална употреба на материала. Също така, може да предлага онези програми, които са създадени в сътрудничество с швейцарски кинодейци и вече са били излъчени от SRG, като услуги по поръчка на пазарни цени, а приходите да се използват за бъдещо сътрудничество с кинодейци. Концесията определя характера и обхвата на допълнителните обществени услуги, предлагани от SRG: това са онлайн услуги, телетекст, международни услуги и допълнителна информация за програмите. Подробностите около онлайн услугите са описани в член 13 на концесията.

Онлайн услугите включват:

- мултимедия с пряко отношение (с оглед времето и съдържанието) към дадено предаване;
- контекстуална информация, използвана като основа за радио и телевизионни предавания;
- общокултурна информация, свързана с образователни предавания, доколкото това е полезно за изпълнението на обществената мисия;
- форуми за дискусия във връзка с радио и телевизионни предавания, както и игри без самостоятелно значение.

### **Пример 5: Испания**

#### *Обща структура на обществената мисия*

Обществените радио и телевизионни оператори, както и голям брой допълнителни структури, осигуряват обществени радио и телевизионни програми на регионално и местно ниво. Регионалните обществени телевизионни оператори са контролирани и регулирани от съответните Автономни области. Тук ще разгледаме само обществената мисия на националната обществена радио-телевизионна компания RTVE.

Общата характеристика на обществената мисия на RTVE е определена в Закона за националното радио и телевизия (Ley de la radio y la television de titularidad estatal). Член 4 от Закона конкретизира, че Парламентът одобрява регулаторна рамка (mandato-macro), валидна за 9 години, в която подробно се описва обществената мисия на RTVE. Тези разпоредби са допълнително развити, посредством договор (contrato-programa) между правителството и RTVE, валиден за 3 години.

#### *Обща характеристика на обществената мисия*

Законът за националното радио и телевизия съдържа следната обществена мисия за RTVE. Целите на националните обществени радио и телевизия са: продуцирането, тиражирането и разпространението на редица радио и телевизионни канали с разнообразни предавания за всички видове аудитория, покриващи всички жанрове и предназначени да отговорят на търсенето на информация, култура, образование и развлечение от испанското общество, да заздравят неговата идентичност и културно разнообразие; да спомагат за развитието на информационното общество, да подкрепят плурализма, участието и други конституционни ценности и да гарантират достъпа на значими социални и политически групи.

Обществените радио и телевизия се занимават с продуцирането на предавания, както и със създаването и разпространението на специализирани канали и такива с политематична програма, свободно достъпни и закодирани, на национално и международно равнище, а също предлагат интернет и интерактивни услуги, с цел изпълнение на задачите на обществените радио и телевизия.

Законът продължава с дефинирането на 18 различни аспекта на обществената мисия.

*Технологията, "новите медии" и "новите комуникационни технологии" като част от обществената мисия*

Както вече бе споменато, обществената мисия, дефинирана в Закона за националното радио и телевизия, включва няколко канала, както и интернет и интерактивни услуги.

Регулаторната рамка от 13 декември 2007 г. съдържа следните елементи по отношение на новите технологии:

Член 19 гласи, че RTVE трябва да допринася за развитието на информационното общество и да участва в технологичния прогрес чрез използването на различни технологии и платформи за излъчване. Тя трябва да спомага и за развитието на нови интернет и интерактивни услуги, които могат да допълнят и подобрят програмното ѝ предлагане.

Също така, трябва да насърчава участието на гражданите в отразяването на новините и в обществения живот и да доближи обществената администрация до гражданите.

Член 30 дефинира телевизионното предлагане на RTVE. Освен "класическите" многофункционални канали, се предвижда създаването на редица специализирани канали, излъчвани чрез DTT (3 канала) и чрез сателит (2 канала). Проектът гласи, че от 2010г. ще започне излъчването на 24-часова новинарска програма, спортна програма и детска програма, посредством DTT. Допълнително може да бъдат пуснати и други канали. Също така, RTVE трябва да популяризира HDTV.

При всички услуги, които предлага, RTVE трябва да се стреми да използва медиите и платформите на информационното общество. През периода на първия договор (contrato-programa) ще бъдат взети мерки, гарантиращи присъствието на RTVE по IPTV, както и на мобилни платформи, като предлаганите услуги трябва да бъдат особено привлекателни за младата аудитория.

Член 31 от проекта задължава RTVE да пусне в действие мултимедийна, интерактивна платформа, която постоянно да предлага интерактивни материали и материали по заявка, особено използвайки IP протоколи, "класически" интернет и мобилни мрежи (член 52).

### **Пример 6: Дания**

Този пример се фокусира върху DR, който е единственият национален обществен оператор в Дания, финансиран чрез лицензионна такса.

*Обща структура на обществената мисия*

Обществените радио и телевизия в Дания са организирани на 2 нива – национално и регионално покритие.

Националното покритие включва националното радио и телевизионно разпръскване на DR и националното телевизионно излъчване на TV2/DANMARK A/S. DR и TV2/DANMARK A/S са датските национални радио и телевизия. DR е саморегулираща се обществена агенция по разпръскването, а TV2/DANMARK A/S е ООД, изцяло собственост на датската държава.

DR предлага два обществени телевизионни канала и редица обществени радио канали. TV2/DANMARK A/S управлява обществения телевизионен канал TV2, както и редица търговски канали. DR се финансира почти единствено от лицензионни такси, докато TV2/DANMARK A/S се финансира от рекламни и други приходи.

Регионалното покритие включва 8 регионални телевизионни компании на TV2, както и

9-те регионални радиостанции на DR.

DR, TV2/DANMARK A/S и регионалните телевизионни компании на TV2 приемат определени обществени отговорности.

Законът за датското радио и телевизионно разпръскване е основният правен инструмент, регламентиращ обществените мисии на различните обществени оператори. Подробностите около обществената мисия на DR са уредени в обществения договор с министъра на културата.

#### *Обща характеристика на обществената мисия*

Раздел 10 от Закона за датското радио и телевизионно разпръскване гласи, че цялостната обществена дейност трябва да предлага на датското население, посредством телевизия, радио и интернет, широка гама от програми и услуги, включващи новини, обща информация, образование, изкуство и развлечение. Качеството, многостранността и разнообразието са неща, към които трябва да се стреми целият спектър от предлагани програми. При планирането на предаванията, свободата на информация и на изразяване трябва да бъдат основна грижа. При отразяването на събития следва да се търси обективност и безпристрастност. Програмното съдържание трябва да гарантира на аудиторията достъп до важна за обществото проблематика и информация, като особен акцент се поставя върху датския език и култура. Програмното съдържание трябва да покрива всички жанрове в изкуството и културата и да предлага предавания, които отразяват разнообразието на културни интереси в датското общество.

Обществените цели на DR са споменати и изброени в обществения договор.

Съгласно договора, DR трябва да предлага на датската аудитория широк набор от програми и услуги, включващи отразяване на новини, обща информация, образование, изкуство и развлечение, посредством радио, телевизия и интернет.

В предлаганите програми и услуги DR трябва:

- \* да засилва гражданската ефективност и демократичното общество
- DR трябва да осигурява достъп до важна за обществото проблематика и информация;
- DR трябва да насърчава участието в обществения дебат и демократичния процес, посредством програмното си съдържание и услуги;
- DR трябва да допринася за популяризирането на новите цифрови медии чрез създаването на нови програми и информационни услуги, които да запознаят зрителите, слушателите и ползвателите с технологията и по този начин да ги насърчат да я използват;
- \* да отразява Дания и датчаните
- DR трябва да предлага широка социална картина на Дания, като по този начин отразява разнообразието от култури, философии за живот и условия на живот в различните региони на страната;
- DR трябва да поставя особен акцент върху датския език и култура;
- DR трябва да допринася за опазването и развитието на датския език чрез активна езикова политика, така че датският език, който звучи, вижда се и се възприема от слушателите, зрителите и потребителите, да бъде правилен и разбираем;
- DR трябва да допринася за развитието на интеграцията;
- \* да стимулира творчеството и културата
- DR трябва да акцентира върху ролята си на инициатор и разпространител на датско изкуство и култура, включително и на датското културно наследство;
- DR трябва да обогатява датската култура с оригинални предавания;
- \* да поощрява знанието и разбирането

- DR трябва да стимулира датския интерес и познаване на широк набор от въпроси и области чрез лесно достъпно и добре представено съдържание;
- DR трябва да спомага за обогатяването на познанието и разбирането на заобикалящия ни свят, международните въпроси и другите култури и гледни точки, включително предлагането на обща представа за европейската култура и история.

*Технологията, "новите медии" и "новите комуникационни технологии" като част от обществената мисия*

В настоящия контекст е необходимо да се отбележи, че общественият договор на DR изисква DR да предлага обществени програми – т.е. със съдържание, което по текст, звук и картина отговаря на културните, обществените и демократичните нужди на датското общество – на всички съответни технологични платформи. DR трябва да се фокусира върху предлагането на обществени услуги, специално създадени за такива платформи.

DR има редица специфични обществени задължения, що се отнася до новини, образователни програми и услуги, деца и подрастващи, датски радио театър, датска музика, датски езикови програми, културни и спортни програми и обществени онлайн дейности.

Трябва да се отбележи, че DR ще стартира новинарски канал по интернет и ще предлага новини – въз основа на новинарския профил в страната – на най-използваните езици, от постоянно пребиваващите имигранти и бежанци, по DAB, телетекст, интернет и тн. DR трябва да обърне специално внимание на използването на всички технологични платформи, включително интернет, за образователни програми и услуги, както и да предложи датска музика на подходящи платформи, като интернет, мобилен телефон, подкастинг и тн.

Колкото до обществените онлайн дейности, DR трябва да провежда интернет дейности със съдържание и услуги, които да допринасят за постигането на обществените цели на DR. Възможно най-скоро и с оглед наличните технологични средства, DR трябва да започне да използва открити стандарти, за да се гарантира общата достъпност на онлайн дейността за всички потребители.

Интернет страницата трябва да включва новини, програмно-специфична информация, предавания, ориентирани към децата и подрастващите, образователни предавания, зрителски услуги, дискуссионни форуми, участие на общностите и други видове участие на потребителите, както и материали, съдържащи картина, звук и текст. DR трябва да предостави такива материали за приемане и сваляне на стационарни и мобилни платформи.

Обществената интернет страница трябва да се разграничава от останалите интернет дейности на DR, които са с търговска цел, т.е. без използването на средства от лицензионни такси.

DR трябва да подложи новите обществени услуги, включително услугите по поръчка, на вътрешен тест ("тест за обществена полза"), за да се гарантира, че отговарят на културните, демократичните и обществените нужди на обществото. Резултатите от тестовите трябва да се изпратят на Борда на датското радио и телевизия, който да изкаже своето мнение, преди дейността да започне.

Договорът, също така, предвижда DR да излъчва и предлага материали с обществено съдържание, посредством радио, телевизия (включително телетекст) или онлайн, за линейно програмно излъчване или само по заявка.

## **Пример 7: Франция**

*Обща структура и характеристика на обществената мисия*

Законът за свободата на комуникациите от 30 септември 1986г. е променен за последен път на 3 март 2007 г. Третата му част се отнася до обществените аудиовизуални комуникационни услуги: дефинирана е обществената мисия като цяло и за всеки оператор по отделно (France T?l?visions, Radio France, Radio France Internationale, France 3, France 5, R?seau France Outre-mer, от една страна и ARTE и парламентарният канал, от друга). Съвкупната обществена мисия включва предлагането на широк набор от аналогови и цифрови програми в сферата на новините, културата, образованието, развлечението и спорта (член 43.3). France T?l?visions може да създава филиали за продуцирането на обществени програми или излъчването на безплатни цифрови услуги, в съответствие с обществената ѝ мисия (член 44). Регулаторните власти – CSA, са отговорни за:

- гарантирането на независимостта и безпристрастността на обществените радио и телевизия
- насърчаването на свободната конкуренция и липсата на дискриминация в отношенията между продуценти и дистрибутори на услуги, без значение от използваната електронна комуникационна мрежа, в съответствие с принципа за технологична неутралност;
- гарантирането на честна, прозрачна, унифицирана и недискриминационна цифровизация на телевизионните услуги в програмните оферти на разпространителя (член 3-1). CSA следи за съответствието с обществените задължения.

Обществените радио и телевизия са лицензирани да използват радио ресурсите, отпуснати за излъчването на техните програми чрез наземни херцови честоти; законът позволява изтеглянето от употреба на тези ресурси, като част от националния план за цифровизация или в случаите, когато те не са необходими за дейността на обществените радио и телевизия (член 26). В допълнение е отменено изключителното право да се излъчват повторно обществени програми чрез херцови средства (член 48-1-A). На последно място, крайният срок за прекратяване на наземното аналогово разпръскване е определен за 30 ноември 2011г. (член 99).

Всеки обществен оператор подписва 4 или 5-годишен договор с френското правителство, в който се определят целите и ресурсите му (известен като "договорът за целите и ресурсите").

Наскоро бе взето политическо решение от френския президент Никола Саркози да се спрат рекламите по France T?l?visions, като изгубените приходи бъдат компенсирани чрез обществени пари.

*Технологията, "новите медии" и "новите комуникационни технологии" като част от обществената мисия*

"Договорът за целите и ресурсите" обхваща излъчването на програми, както посредством електронни комуникационни мрежи, които не използват честоти, разпределени от CSA, така и чрез цифрови наземни средства. Така например, France 2, France 3 и France 4 трябва да се стремят да дадат възможност на обществото да се възползва от новите технологии за продуцирането и разпространението на програми и аудиовизуални комуникационни услуги; трябва да укрепят връзката си с обществото чрез използването на всички налични интерактивни технологии; в тази връзка те следва да поддържат всички телеметрични, интерактивни или онлайн комуникационни услуги, които допълват или подсилват техните програми; трябва да поощряват използването на такива услуги и да допринасят за технологичното развитие на аудиовизуалните комуникации. В разпоредбите, касаещи France 2, France 3 и France 5 е упоменато, че те трябва да подпомагат прехода към "пълна цифровизация", по-конкретно като излъчват информационни съобщения относно цифровата телевизия и предстоящото прекратяване на аналоговото наземно излъчване.

### **Пример 8: Италия**

*Обща структура и характеристика на обществената мисия*

Законът от 31 юли 2005 г. предоставя на RAI концесията за обществените радио и



телевизия до 6 май 2016 г. Това споразумение е допълнено от Договора за услугите за периода 2007 – 2009 г., сключен на 5 април 2007 г., между министъра на съобщенията и RAI, в който са изложени общи и конкретни програмни правила и е установена ролята на обществените радио и телевизия с оглед технологичните нововъведения и бъдещата цифровизация.

Обсъждат се и предстоящи промени по формулировката на обществената мисия.

*Технологията, "новите медии" и "новите комуникационни технологии" като част от обществената мисия*

Член 26 от договора за услуги предвижда собствените продукции на обществените радио и телевизия да се разпространяват по всички платформи, безплатно за потребителите. Специфични разпоредби уреждат цифровизацията и симулкаст услугите. Член 28 гласи, че RAI трябва да излъчва програми чрез новите технологии като DVB-H, DMB, HDTV, IPTV, Wi-Max и останалите бродбанд технологии, в синхрон с принципа за недискриминация. Член 29 разглежда експерименталните услуги (нови форми на мултимедийни продукции и нови телевизионни и аудио езици, подкрепа на синергията с телекомуникациите, интернет, радио, телевизия и телетекст сектори, като целта е услугите да се разпространят и извън Италия; участие в развитието на нови, висококачествени цифрови системи и тяхното използване в електронното кино; бродбанд системи; проучване на бъдещи мултимедийни услуги, които да се разпространяват чрез платен канал).

Специфични разпоредби има относно мултимедийните услуги (член 6), осигуряването на телевизионни услуги (член 4) и осигуряването на радио услуги (член 5). Мултимедийните услуги, също така, присъстват сред целите на RAI, като средство за представяне на различните общности в страната (член 8-5) и във връзка с хората с увреждания (член 8-3). Има разпоредби, посветени на предаването на парламентарните дебати през интернет и по сателит (член 12-5); цифровата "аудиовизуална библиотека", съдържаща архивите, постепенно трябва да бъде предоставена и за културни и образователни цели и на широката публика (член 14). Друга част от законодателството се занимава с управлението и използването на цифровите технологии и цифровизацията.

### **Пример 9: Полша**

Тук трябва да споменем особения случай на саморегулаторен документ в Полша, също така заслужава да се спомене: през 2005г. Управителният борд прие "принципите, направляващи изпълнението на обществената мисия на TVP SA". Документът, който има характер на саморегулиращ се инструмент, разяснява и доразвива елементи от законоустановеното определение на обществената мисия. Също така, са доразвити и принципите на: универсалност, разнообразие, баланс, плурализъм, безпристрастност, независимост, иновация, високо качество, цялостност на съдържанието (в частност, свързано със забраната за прекъсване на програмите), доверие и отчетност пред обществото. Описани са, по-конкретно и законоустановените задачи в сферите на програмните жанрове: информация и актуални събития, култура, образование, развлечение и спорт. Правилата разясняват и характера на програмите и услугите на TVP в сферата на новите медии.

Разгледана е още и финансовата прозрачност, включително детайлни правила за разделната отчетност в съответствие с полското законодателство и стандартите на Европейската комисия.

### **Обществената мисия в информационното общество: финансови аспекти**

#### **Общи аспекти**

Предназначението на системите за финансиране на обществените медии е да предоставят на рганизациите необходимите ресурси за изпълнение на обществената им мисия, която в различните европейски страни може да се обобщи в 4 основни точки:

- задължение да се излъчват обективни редакторски материали и информация, която да спомага за формирането на общественото мнение; да се обслужват всички обществени нужди
- задължение за излъчване върху цялата национална територия
- технологични или редакторски нововъведения
- редакторска независимост

Наблюдава се съществуването и на други обществени модели по света. В САЩ, например, аудиовизуалната среда е основана главно на частни предприятия. Обществените медии компенсират някои недостатъци на частните медии, но целта им не е да достигнат до всички групи от аудиторията или да предлагат разнообразно програмно съдържание. Това води до наличието на обществени медии с малка аудитория и недостатъчни ресурси.

Трябва да се разгледа как системата на финансиране може да гарантира постигането на 4-те фундаментални цели, споменати по-горе, като се вземе за пример практиката в различни европейски страни.

Могат да се разграничат 3 вида финансиране на обществените медии: финансиране от т.нар. "публични средства", финансиране от приходи от търговска дейност и смесената система, която комбинира двата метода на финансиране.

Амстердамският протокол относно системата от обществени радиа и телевизии в страните членки на ЕС гласи, че самите страни трябва да организират обществените медии и в частност да осигурят финансирането им.

### **Модели на финансиране**

Трябва все пак да се отбележи, че изцяло "общественият" модел на финансиране почти винаги включва и малка част търговско финансиране, а търговският модел на финансиране понякога има нужда от държавна помощ. Всеки вид финансиране има своите плюсове и минуси. Нека сега разгледаме някои конкретни примери.

### **Обществено финансиране**

Общественото финансиране може да се разглежда като компенсация на обществените организации за изпълнението на обществената им мисия. Това изисква ясна формулиране на настоящата обществена мисия, с която е обвързана сумата за финансиране. Само чрез предварително определяне на мисията е възможно да се гарантира, че наличните ресурси са пропорционални спрямо изпълнението ѝ. Няколко европейски страни са избрали изцяло публично финансиране на обществените медии; например Обединеното кралство (по отношение на BBC), Норвегия, Швеция и Финландия са възприели метод на финансиране изключително основан на обществени средства (с изключение на продажбата на някои продукти, както и продажбата на права и лицензи).

Това финансиране може да включва един или няколко от следните източници:

- лицензионна такса, плащана от зрители (като тя се разпростира и върху нови услуги като интернет)
- държавно финансиране на основата на данъчни постъпления
- директно финансиране за цифрово развитие (субсидии)
- данъчно облагане на частните аудиовизуални оператори, за да се финансират обществените медии или въвеждане на други такси.

Финансирането, основаващо се само на обществени средства, има предимството, че дава



стабилни гаранции за годишно финансиране и малки разлики в постъпленията между отделните финансови години. Още повече, така се премахва усложняването с периодически прекъсвания за реклама в предаванията и се предоставя на обществените медии предвидим пакет, с който да изпълнят своята мисия. В конкретния случай с лицензионната такса, заплащана от обществото се създава директна връзка между зрителите или слушателите и обществената медия. Така се ограничават и проблемите на конкуренцията между обществените и частните канали и в същото време се избягва търговският натиск от рекламодаделите върху програмите.

Определянето на сумата за плащане на човек може да стане от правителствена комисия, независим борд или отново чрез закон, особено в частта за освобождаване от плащането ѝ. Трябва също да се отбележи, че възниква проблемът как да се дефинират новите начини за радио и телевизионно приемане, които вероятно ще принудят обществото да заплаща лицензионната такса.

Начините за събиране на лицензионната такса се различават и по държави. Например, в Португалия таксата за радио приемане е към сметката за електричество, както е и в Гърция и Кипър. Преди в Швейцария плащането на лицензионната такса ставаше с телефонната сметка, но този метод бе променен в полза на независима компания, която иззе тази функция по немски образец. В Италия, Унгария, Полша и Чехия все още лицензионната такса се плаща в Пощенската служба чрез фактура или посредством телекомуникационните компании. Във Франция лицензионната такса се събира заедно с *Taxe d'habitation* (такса по местожителство). В някои държави като Белгия и Холандия лицензионната такса е отменена и заменена с данък.

Финансирането чрез обществени средства може да представлява проблем за малките държави, чиито ресурси може да се окажат недостатъчни, за да покрият всичките нужди на обществените медии, за да се осигуряват качествени услуги. Пред същия проблем са изправени и страни с голямо езиково разнообразие, където се настоява за създаването на отделни програми.

При тази система на финансиране са необходими няколко коментара относно определянето на финансовите нужди на обществените медии: на първо място е трудно да се определи всеобхватно идеята за обществената медия, което предполага и известна разлика при определянето на нуждите, на основата на които бива изчислена официалната субсидия. В тази връзка, Европейската комисия изиска от няколко страни, включително Австрия, Германия и Дания, да изяснят ситуацията около тяхната онлайн дейност. Освен това, с развитието на технологиите и на обществените нужди, се налагат и бързи и редовни промени в преценката на нуждите, които имат съответните финансови последици.

Още повече, прекомерните компенсации, сравнени с реалната стойност на обществената мисия е нещо, което буди тревога. Затова, в отговор на оплаквания, подадени от частни конкуренти, Европейската комисия демонстрира решимостта си да се противопостави на несъразмерното финансиране, което може да има негативен ефект върху пазара.

Въпреки че това са трудно определими случаи, основният недостатък на този метод на финансиране, основан изцяло на обществените средства, е тясното свързване на обществените медии с държавата, което може да доведе до риск от зависимост, което пък би застрашило самоуправлението и независимостта на въпросните програми. Това особено важи за моментите, когато политическите партии разглеждат бюджетните въпроси и частта, свързана с обществените медии, което може да предразположи тези медии да излъчват програма, съгласувана с най-изгодните им политическите възгледи. Цензурата и автоцензурата също са възможни проблеми при такъв сценарий.

Някои европейски държави изпробваха лицензионните такси и върху частни радио и телевизионни оператори. Принципът е да се преразпределят част от търговските приходи, събирани от частните медии, за да се финансират обществените медии. Финландия изпробва този модел, който крие риска частните компании да не изпълнят поетите

ангажименти. Това поне е негативният опит, придобит в Естония. Идеята на тази система има своите предимства в това, че избягва конкуренцията между обществените и частните медии на пазара за рекламодатели и така се разсейват съмненията около възможни пазарни изкривявания. Още повече, тази система предпазва обществените медии от това да изложат прекалено открито своите програми пред интересите на рекламодателите и от задължението да предлагат програми без реклама. Трябва да се отбележи, че Европейският съюз за радио и телевизия посочва рисковете от тази система, като подчертава, че тя може да бъде дестабилизирана от различни фактори - като успеха (или липсата на успех) на частните оператори, понякога непредвидимата външна конкуренция или риска от недостатъчен финансов обем на тези нови ресурси.

Може да се постигне увеличаване на приходите от лицензионни такси чрез разширяване на набора от условия, които налагат плащане на таксата. Например, хората в Швейцария с високоскоростна интернет връзка (ADSL или кабелна мрежа), които имат специфичен софтуер, позволяващ приемането (т.е. Mediaplayer, Realplayer) и които са платили абонамент за приемане на телевизионни програми или които са се регистрирали към доставчик, който предлага безплатен достъп до телевизионни програми, трябва да плащат телевизионна лицензионна такса. Притежаването на компютър, свързан с интернет (ADSL или кабелна мрежа) или приемане чрез ISDN, също задължават собственика да плаща радио лицензионна такса. В този контекст цифровата ера също поражда редица въпроси. Цифровата технология стимулира появата на платени услуги, които по принцип не са несъвместими с обществените услуги. Цифровите платформи (mobile TV, например) имат специфични икономически модели, които се различават в отделните страни. Обществените медии трябва да се адаптират към тези специфични характеристики, като в същото време се възползват от възможностите за маневриране, които не са в разрез с обществената им мисия.

Може да се отбележи, че за 2005 г. публичното финансиране на обществените медии в Европейския съюз достигна 21,3 млрд евро. Този дял отговаря на 67.8% от общите приходи на обществените медии (като се съберат всички видове финансиране) в ЕС. Това е интересен факт, тъй като показва, че 2/3 от финансирането на обществените медии в Западна Европа става посредством публични средства.

### **Търговско финансиране**

Търговското финансиране идва от приходите от трансакции с частни компании. Това позволява намаляването на обществения дял, както ще видим по-надолу във връзка със смесената система. Трябва да се отбележи, че "търговско" е идея, която не трябва да се пренася автоматично върху програмното съдържание, което продължава да се стреми към изпълнението на обществената мисия. От друга страна, търговските приходи може да позволят финансирането на допълнителни услуги, които да надхвърлят обхвата на основната обществена мисия.

Търговските приходи идват от следните източници на доход:

- приходи от реклама
- спонсорство
- продажба на продукти (DVD-та, видео материали по поръчка, CD-та, телешопинг и тн.)
- продажба на услуги (интерактивни игри, осигуряване на технически ресурси, прехвърляне на права, свързани с програми)
- абонаменти
- продажба на достъп до архивни материали (приходите може да се използват за покриване на цената на архивирането, за осъвременяване на информацията и т.н.)

Когато се разчита на възможностите на частното финансиране се разкриват големи различия с публичното финансиране.

От една страна, отслабват връзките между обществените медии и държавата и така се осуетява политическият контрол от правителството върху обществените услуги.

От друга страна, тези системи на финансиране правят въпросните медии зависими от конкуренцията и техните приходи може да се различават значително в зависимост от пазарните тенденции. Тези вариации са недостатък, тъй като обвиват изготвянето на бюджета в несигурност, но ако пазарните акции се покачат, те предлагат възможности за развитие, които общественото финансиране би ограничило или предотвратило.

Обратно - система, основана изцяло на частни средства не остава съвсем без ефект върху програмите, тъй като поставя обществените медии под възможен икономически натиск и оправдава разпространението на програми, насочени предимно към повишаване на пазарната стойност на въпросния медиен разпространител. С други думи, изцяло частното финансиране вероятно би оставило отпечатък върху програмите и би ги тласнало към предавания, които се харесват на масовата аудитория, в ущърб на малцинството или по-слабо представената част от аудиторията, като така отдалечат обществените медии от изпълнението на тяхната мисия.

Някои може да попитат дали изцяло частното финансиране би изключило риска от всякаква форма на зависимост от държавата: в Испания, например, обществените медии се финансират изцяло от търговски източници. През 2006г. бе приет закон от парламента, който забранява прекомерното задлъжняване на обществените медии, които дотогава търсеха компенсации от държавата, за да покрият дефицита си. Този пример е интересен с това, че показва как една национална медия, финансирана само от частни средства, може да се изкуши да търси извънредни обществени средства.

Още повече, информацията за ресурсите, получени от частни средства, обикновено е по-трудно достъпна и по-непрозрачна от тази за държавно отпуснатия, официално определен бюджет, поради което може да бъде по-трудно да се получи точна информация за частното им финансиране.

### **Двойственият модел на финансиране (смесено финансиране)**

Дуалистичният или смесен метод на финансиране слива в едно обществените приходи и търговската печалба. Той се използва в много европейски страни, тъй като дава възможност за гарантиране на точно определени обществени ресурси, свързани с изискването на дадена услуга в полза на обществото, за по-ефективното изпълнение чрез вливането на допълнителни средства и за адаптиране на обществените медии към бързите промени в медийната среда.

Този модел на финансиране смекчава недостатъците на всяка от първите две системи и се подкрепя от EBU, тъй като гарантира на обществените медии стабилна основа на финансиране, като в същото време им се предоставят ресурси, които им позволяват да се адаптират към бързите промени в сектора.

Във Франция близо 2/3 от ресурса на обществените телевизии идва от публични средства, докато съотношението нараства до 86% за обществените радиа, на които е позволено и спонсорство. В допълнение, конкретни финансови мерки са предвидени за подкрепа на проекти, свързани с развитието на нови технологии (HDTV, mobile TV, видео материали при поискване, цифрово излъчване и т.н). В Естония над 90% от финансовия ресурс идва от официално отпуснати средства, като рекламите са забранени по радиото и ограничени по телевизията. Що се отнася до Италия, RAI се финансира 50% от лицензионна такса и 40% от реклама. След 2007 г. се предвижда намаление на рекламите по обществените канали, като в същото време се планира допълнително финансиране, с оглед развитието на нови технологии. RAI е получила от правителството на Италия малко над 30 млн. евро за покриването на разходите в периода на симулкаст. В Чехия също е в сила смесена система. Докато приходите от търговска дейност намаляват от 45% на 30% в периода 2005-2007г. официално отпуснатите от държавата средства нарастват значително от 55%

през 2005г. до близо 70% през 2007г. Чешкото законодателство съдържа специална разпоредба гласяща, че обществената телевизия трябва да използва част от приходите си за финансирането на симулкаст и за цифровизация.

Наблюдават се големи различия в нивата на лицензионните такси между отделните страни. Във Франция, която има над 63 млн жители, лицензионната такса е общо около 1,5 млрд евро годишно, докато за Германия (80 млн жители) и Обединеното кралство приходите от лицензионни такси надхвърлят 5 млрд евро. Можем да сравним тези цифри с Швейцария, която е съставена от 3 езикови региона и където бюджетът на обществените радио и телевизия е около 700 млн евро, 70% от които идват от лицензионни такси, а 30% от търговско финансиране.

Тази смесена система на финансиране е възприета в много страни, но е критикувана от частните компании, които виждат в нея генетично заложен риск от неблагоприятни за правилата на конкуренцията практики. За примерът може да се приведе жалба, подадена на 5 април 2004 г. в Германия от Асоциацията на частните радиа и телевизии (VPRT) срещу обществените канали, които са обвинени в закупуването на права за спортни събития на цени отвъд финансовите възможности на частните оператори.

Този метод на финансиране крие риск от презастъпване на финансирането, ако използването на обществени средства отива за покриване на част от разходите, вече покрити от частни средства и обратно.

Трябва да се отбележи, че понякога се наблюдават преходи от една система на финансиране към друга. В момента във Франция се обсъжда възможността за забрана на рекламите по обществените телевизионни канали и въвеждането на данъци върху телекомуникациите, които да компенсират съответната загуба на приходи. Изготвен е проектозакон, който гласи, че от януари 2009 г. ще бъдат премахнати рекламите след 20 ч., след което забраната ще се разпростре върху цялото програмно време. Подобен дебат протича и в Белгия.

Ограниченията на тази система за финансиране създават ситуации, като тази в Холандия, където обществените медии трябва да връщат десетки милиони евро на държавата. В Дания общественият оператор – канал TV2, който според Европейската комисия е получил неоправдана държавна помощ, бе принуден да възстанови сума от десетки милиони евро. Трябва да се отбележи още, че в някои страни общественото финансиране се използва и за финансиране на някои от частните медии, които частично са натоварени с изпълнение на обществена мисия. В Швейцария, например, регионалните радио и телевизионни оператори имат задължението да отразяват местна информация, свързана със съответната област. Във Франция, данъчните служби налагат данък върху търговските приходи на радио и телевизионните оператори, като парите впоследствие се преразпределят в полза на радиостанции на различни общности, чиито принос например, се изразява в даване на ефир на малцинствата.

### **Някои примери за национални промени**

Лицензионната такса, използвана за финансирането на Чешката телевизия, бе увеличена през 2007 г., за да се покрият новите изисквания за телевизията. След завършване на цифровизацията, телевизионните реклами ще бъдат забранени. В Швейцария лицензионната такса също бе увеличена през 2007 г. в по-малка степен, отколкото бе желанието на обществената медия, която се ползва от нея. Всъщност правителството смята, че обществените медии могат да оползотворят по-добре съществуващите финансови средства след извършване на вътрешни структурни подобрения. Така ще стане възможно финансирането на някои от новите изисквания.

Въпросът за дуалистичния характер на средствата (лицензионната такса и рекламите) е предмет на настоящия дебат особено във Франция и Белгия, след като бе повдигнат въпросът за възможното премахване на рекламите по обществените канали във Франция.

В момента се обсъжда въвеждането на нови данъци върху телекомуникационните компании, които да компенсират загубените приходи. Тези нови данъци обаче са оспорвани, защото са в ущърб на сектор от икономиката, който стимулира растежа ѝ. През 2007 г. Холандия увеличи бюджета на обществените радиа, с цел създаването на нови програми. В Испания държавата предвижда допълнително финансиране за всяка финансова година. В Турция нов закон регламентира отпускането на държавна финансова помощ за въвеждането на цифрова наземна телевизия (DVB-T) и излъчването на всички програми на цялата национална територия.

В Молдова в момента се провеждат дискусии относно въвеждането на лицензионна такса, като допълнително средство за финансиране без да се отхвърля и възможността за чуждестранни инвестиции.

В Швеция от обществените радио оператори се изисква цените на продуктите, резултат от вторичната им дейност, да бъдат фиксирани в съответствие с пазарните стойности, за да не се допуснат отклонения.

### **Определяне на финансовите нужди и използване на средствата**

Предизвикателство пред всяка система за финансиране е гарантирането на необходимите финансови средства, които да позволят на обществените медии да продължат своята дейност, да се развиват и адаптират към новата медийна среда и обществените нужди и по този начин да изпълнят обществената си мисия. Наистина, продължаването на дейността е пряко свързано с гарантирането на необходимите средства. Още повече – принципът, че обществените радио и телевизия трябва да изпълняват своята мисия при пълна независимост включва и финансова независимост. В частност, Препоръката на Съвета на Европа относно гарантирането на независимост на обществените радио и телевизия гласи, че операторът трябва да се ползва от механизъм за финансиране, който гарантира продължаването на дейността му и му позволява да планира действията си в дългосрочен план (Препоръка R(96) 10).

Съветът на Европа в своята Препоръка R(96) 10, Раздел V, установява ясно принципите относно финансирането на обществените радио и телевизия. Тя гласи, че:

*„Правилата, регламентиращи финансирането на обществените радио-телевизионни организации трябва да се основават на принципа, че страните членки поддържат и където е необходимо, създават подходяща, сигурна и прозрачна рамка за финансиране, която гарантира на обществените радио-телевизионни организации необходимите средства за изпълнението на мисията им.*

*Следните принципи трябва да се прилагат в случаите, когато финансирането на дадена обществена радио-телевизионна организация се основава изцяло или частично на редовна или извънредна финансова помощ от държавния бюджет или на лицензионна такса: [...]*

- размерът на финансовата помощ или на лицензионната такса трябва да се определи след консултации с въпросната обществена радио-телевизионна организация, като се вземат предвид тенденциите в разходите, свързани с дейността ѝ и по начин, който позволява организацията да продължи да изпълнява изцяло различните си мисии;*
- плащането на финансовата помощ или на лицензионната такса трябва да става по начин, който гарантира продължаването на дейността на обществената радио-телевизионна организация и който би ѝ позволил да планира дългосрочно дейността си;*
- използването на финансовата помощ или на лицензионната такса от обществената радио-телевизионна организация трябва да зачита принципа на независимост и автономност...”*

Размерът на финансирането за изпълнение на обществени услуги зависи от мисията, с



която са натоварени обществените медии. Обхватът на обществената мисия пък зависи от задълженията, наложени от националното законодателство. Определени ограничения или свободи могат да имат отношение към размера на средствата, необходими за пълното финансиране на услугите. Като примери могат да се посочат:

- обхватът на задълженията, свързани с развитието на нови програми и на нови начини на разпръскване
- възможността, забраната или ограничението за излъчване на реклами или ограничението на времето за реклама или на съдържанието (насочени към деца, политически реклами, реклами на алкохол, цигари, лекарства, религиозни вярвания и т.н.)
- допълнителни задължения (грижа за хора със зрителни или слухови увреждания, данъци, налагани от държавата за финансиране на медийни проучвания, задължението за участие във финансирането на филмови или аудиовизуални продукции).

Както се подчертава от Съвета на Европа, финансовите нужди трябва да се определят след консултации с въпросната обществена радио-телевизионна организация.

За да се гарантира цялостното функциониране на системата на финансиране, във Франция са приети разпоредби относно няколко инструмента. Договори за целите и средствата се сключват между държавата и обществените медии, всяка година се определят основните насоки в развитието, прави се оценка на предполагаемите разходи, изчисляват се обществените приходи и търговската печалба и се правят икономически прогнози.

Интересен е примерът с Германия. Финансовите нужди на обществените радио и телевизия се определят на базата на информация, която те предоставят за оценка на независима комисия (KEF). Комисията се състои от независими експерти. Оценката се основава на нуждата от запазване на съществуващите програми, както и необходимостта от допълнително развитие. Тя се базира също и на цялостното ценово развитие, включително и развитието в медийния сектор. На всеки две години Комисията докладва за финансовата ситуация в обществените радиа и телевизии и когато това е необходимо, предлага увеличение на лицензионната такса.

Националното законодателство предвижда различни начини, по които финансовите средства могат или трябва да се използват, за да се гарантира изпълнението на обществената мисия, като например:

- основна дейност - продуциране и излъчване на програми (радио, телевизия)
- създаване на нови програми/предавания
- развитие на нови цифрови мрежи за разпръскване
- създаване на база данни за архивиране на предавания
- финансиране на сумата за излъчване (или разпространение)

По принцип, обхватът на обществените медии трябва да покрива цялата национална територия и те да бъдат достъпни за всички, което води до високи цени за разпространение. Разнообразието от носители, богатството на съществуващите технологии и тези, които са в процес на развитие, както и новите модели на консумация сред обществото, принуждават обществените медии да прекратят в цифровата епоха. Това генерира допълнителни разходи, които могат да бъдат компенсирани или чрез нови средства за финансиране, или чрез намаляване на законовите задължения в посока облекчаване на задачите, с които е натоварена обществената медия. От друга страна, изваждането от употреба на технологии, които вече са ненужни, позволява известни икономии. В Швейцария например, националната телевизия прекрати аналоговото излъчване на своите програми и премина към цифрово наземно телевизионно разпръскване (наричано още DVB-T). Франция, както и повечето страни избра период на симулкаст -едновременно излъчване на аналоговите и цифровите технологии, при което те функционират известно време заедно, до премахването на първата. Това поражда

допълнителни разходи, но ще допринесе за икономии в дългосрочен аспект. В Австрия обществените медии са задължени да предлагат онлайн услуги, свързани с дейностите по разпръскването. Качването на тези услуги в интернет е гарантирано чрез използването на смесена система на финансиране с лицензионни такси и реклами. Същата схема е възприета и в Хърватска и Гърция. Смесена система, която обаче е свързана не с лицензионна такса, а с пряко държавно финансиране, подкрепено от търговска помощ за технологични нововъведения, се използва в Белгия, Кипър, Литва, Латвия, Молдова, Холандия, Португалия, Украйна, Турция и Испания.

В Дания обществените оператори трябва да предлагат - посредством радио, телевизия и интернет или друг канал за електронна комуникация - предавания, посветени на актуални събития, забавление, изкуство, култура, обща информация и т.н. В Португалия обществените медии са принудени от франчайзинговия им договор да въвеждат технологични иновации, свързани с начинания, подети в рамките на международни организации.

Ad hoc разпоредби трябва да гарантират, че използването на средства не води до нелоялна конкуренция спрямо частните компании. Подобни разпоредби могат да се отнасят до:

- начина и условията, при които обществените медии (и/или техните филиали) могат или не могат да доставят услуги на трети страни (т.е да създават аудиовизуални продукти за трети страни; консултации).
- условия, при които обществените медии могат да създават и развиват други компании

Друг въпрос, който възниква, е свързан с недостатъчното и прекомерното финансиране на обществените медии. Когато цялото или част от финансирането идва от държавата, трябва да се гарантира, че средствата са достатъчни, за да се подсигури изпълнението на обществената мисия, определена от лицензиращите власти. Ако държавата не дава в нужната степен своята подкрепа за обществените медии, съществува риск от недостатъчно финансиране. Така обществената радио-телевизионна организация няма да може да изпълни надлежно задачите, с които е натоварена и в резултат качеството би пострадало. Затова в някои страни смесеното финансиране би могло да бъде алтернатива на финансирането само от лицензионни такси.

Противоположно на недостатъчното финансиране е прекомерното финансиране. На практика рискът от прекомерно финансиране е минимален. Все пак, задължение на обществените медии е да постигнат заявените цели и да гарантират изпълнението на обществената мисия по икономичен начин. В Швейцария правителството редовно проверява счетоводството на обществените медии, за да се гарантира правилното използване на средствата. Швейцарската федерална Сметна палата е направила детайлно проучване на финансовото положение и ефективност на SRG/SSR. Заключение на доклада, като се вземе предвид специфичната ситуация в Швейцария, е че SRG/SSR използва средствата по рационален и целенасочен начин. С други думи, използва средствата си икономично. Въпреки това, регулаторните власти ще продължат да следят редовно изпълнението на тези цели от страна на SRG/SSR. По този начин се демонстрира, че Швейцарските обществени радио и телевизия могат да предприемат мерки с оглед подобряване на централизирането на тяхната администрация, като се създава взаимодействие между различните части на корпорацията (между трите езикови територии). Лицензионната такса се преизчислява редовно, за да се гарантира изпълнението на обществената мисия.

## **Предизвикателства и възможности**

Технологичното развитие и промените в медийната среда имат своето отражение върху начина на финансиране на обществените радио и телевизия. Програмите на обществените



медии могат да бъдат приемани посредством множество устройства, което увеличава обхвата и аудиторията, особено за конкретни части от населението. С развитието на технологиите броят на устройствата, различни от радио и телевизионните апарати, които могат да приемат радио и телевизионни програми се увеличава. По отношение на качеството на приемането, тези многофункционални устройства (като компютрите и мобилните телефони) са достатъчно усъвършенствани, за да позволяват приемане с добро качество. Въпреки това, в повечето европейски държави не е ясно дали използването на такива нови мултифункционални устройства (като компютрите и мобилните телефони) са основание за въвеждане на задължително плащане на радио и телевизионна лицензионна такса. В бъдеще съществува риск основата за изчисление на лицензионната такса да бъде разклатена, което би могло да има негативен ефект върху нивото на общественото финансиране. От друга страна, трябва да се вземе предвид и фактът, че тези устройства все още се използват преобладаващо за други цели.

Промяната в медийната среда и в навиците на зрителите и потребителите, заедно с постоянните проблеми около недостатъчното финансиране на обществените медии, също повдигат въпроса за услугите, предлагани срещу заплащане и условията, при които една обществена програма може да се предлага само срещу индивидуално заплащане. Индивидуалното заплащане може да бъде още една форма на смесено финансиране и да позволи развитието на нови услуги за потребителите, без нарастване на необходимостта от други видове финансиране (обществено или търговско). За някои услуги това може да се разглежда като нова възможност, която допринася за финансирането на обществените медии. Съветът на Европа подчертава нуждата от подsigуряване на финансиране за обществените медии:

*„Страните членки трябва да намерят начини за гарантиране на сигурно и подходящо финансиране на обществените медии от различни източници – които могат да включват лицензионни такси, обществено финансиране, търговски приходи и/или индивидуални плащания – необходимо за изпълнението на тяхната демократична, обществена и културна функция.” (Препоръка 2 (2007г.) за медийния плурализъм и разнообразието на медийно съдържание, параграф 3.5)*

Съветът на Европа подчертава централната роля на обществените медии в новата медийна среда и факта, че адаптирането към новите комуникационни услуги включва и възможността за предлагане на персонализирани интерактивни услуги или такива по поръчка (Препоръка 3 от 31 януари 2007г., параграф 5), както и за събиране на пари за персонализираните услуги. В частност Съветът на Европа смята, че:

*“Предвид развитието на новите цифрови технологии, страните членки могат да разгледат възможността за допълнителни варианти за финансиране, като се отдели необходимото внимание на въпросите за пазара и конкуренцията. В частност, в случая с новите персонализирани услуги, страните членки могат да обмислят възможността обществените медии да събират парични такси. Също така, страните членки могат да се възползват от обществени и общностни инициативи за създаването и финансирането на нови видове обществени медии. Все пак, нито едно от тези решения не трябва да застрашава принципа на универсалност на обществените медии или да води до дискриминация спрямо отделните групи в обществото. Страните членки трябва да обърнат необходимото внимание на характера на програмите, които се предлагат в интерес на обществото и в общ интерес.” (параграф 30)*

Промените в медийната среда, също така, повдигат въпроса за устойчивостта на модела, основаващ се на търговски приходи и в частност на приходи от рекламна дейност. Това е така, защото се очаква развитието на услугите, предлагани свободно в интернет, да окаже ефект върху рекламната дейност, а оттам и върху приходите от нея, на традиционната

телевизия. Следователно, едно от предизвикателствата на бъдещето е да се намерят и други форми на финансиране – базирани на публични или търговски приходи – за да се издържат обществените медии.

## **Финансов одит и осчетоводяване**

Системата на финансиране трябва да гарантира, че средствата отпуснати на обществените медии, са използвани правилно и в съответствие с приложимото, действащо законодателство. Затова е целесъобразно да се осигури подходящ одит, като по този начин се гарантира, че обществените медии управляват рационално своите ресурси и че тяхната оперативна структура отговаря на принципа за икономичност в мащабите, особено в случаите, когато няколко канала или компании влизат под шапката на една и съща организация.

Също така, трябва да се вземат мерки връзките между обществените медии с техния основен доставчик на услуги да се подчиняват на пазарните закони. Това се отнася особено за случаите, когато обществените медии контролират дъщерни компании: тогава трябва да се проучи дали съществуват необходимите гаранции, за да се предотврати каквото и да било кръстосано субсидиране между обществените и търговските дейности.

Целта е да се провери дали използването на отпуснатите ресурси наистина покрива нуждите по изпълнението на обществената мисия и не служи пряко или непряко за подпомагане на странични цели.

В частност трябва да се провери:

- дали публичното финансиране е съобразено с нуждите на обществените медии и е достатъчно за изпълнението на обществената мисия;
- дали отговорностите на обществените медии не се подценяват или надценяват и дали съответства на автентични, оправдани ценности, които няма да доведат до опорочаване на принципа на конкуренция;
- дали счетоводството е прозрачно и разделя основната дейност от допълнителните търговски дейности.

Финансов одит на обществените медии (или на данъкоплатците в обществото по отношение на коректността при плащането на лицензионната такса) може да бъде направен:

- от независими регулаторни власти
- от държавата - при условие, че това не накърнява способността на обществените медии сами да определят програмното съдържание.
- от надлежно упълномощени за целта структури

В Швейцария регулаторните власти са задължени да правят финансов одит на обществените медии и могат да изискат обяснение относно представените отчети.

Прозрачността при използването на средствата е необходима, за да се гарантира доброто управление на обществените медии. Доброто управление на средствата може да бъде значително подпомогнато, ако съществува прозрачност при отчетността и се публикуват подробно годишните отчети.

В името на прозрачността, обществените медии се насърчават да възприемат метод на осчетоводяване, при който дейностите, свързани с изпълнението на обществената мисия, са ясно разграничени от търговските дейности. Това гарантира подходящото използване на средствата и улеснява финансовия одит. Като цяла, този метод на действие е в синхрон със задълженията на страните членки на ЕС и с решенията относно конкуренцията в тази сфера.

## **Анализ на техническите условия за изпълнението на обществената мисия, на**

### Въведение

Поради различните гледни точки и ограничената сфера, която обхващат, от получените отговори трудно може да се извадят генерални заключения относно необходимите технически условия за изпълнението на мисията на обществените медии в европейските страни. Въпреки това, отговорите съдържат важна информация. Те са отразени в следващата част, заедно с насоките относно техническите изисквания, залежали в Препоръка 3 от 2007г. на Комитета на министрите.

Изискванията относно обществената мисия са от компетенцията на отделните страни, но разностранните отговори дават повод да се смята, че европейските държави биха приветствали известна обща информация, която да спомогне за дефинирането на техническите условия, нужни на обществените медии, за да им позволят самостоятелно да вземат своите решения и да направят избора си.

Услугите, предлагани от обществените медии, са в "общ интерес". Тяхната задача е да насърчат процеса, посредством който се предоставят обществено полезни услуги и се предлагат медии от най-високо качество, на най-ниската възможна цена. Това може да включва много елементи – програми, услуги – но, също така, може да спомогне и за успеха на бранша като цяло.

Наличието на необходимите технически условия спомага за постигането на тези цели заедно с други условия - като финансовата и нормативната уредба и подготовката на кадри.

Медиите са брашн, който разчита на технологиите. Именно заради това тя е много важен елемент.

Във въпросника има 3 точки, свързани с техническите условия. Първата е от общ характер, а втората и третата изискват привеждането на примери как са изпълнени техническите условия за конкретни аспекти от обществената мисия – за нови медии, нововъведения и DTT.

Много от получените отговори по първата точка на практика се отнасят до финансовите условия, а не толкова до техническите, въпреки че в някои от тях се споменават и въпроси като например, наличността на честоти, което е важно техническо условие.

### Универсалност на достъпа

Обществените медии са услуга за "гражданите", което трябва да означава "всички граждани". Първата им характеристика е универсалност на програмното съдържание и достъпа. От техническа гледна точка, за да се постигне тази цел, медийните услуги трябва да се предлагат:

- там, където гражданите искат да ги намерят
- по начин, по който могат да ги "възприемат" и
- на достъпна цена

Това от своя страна предполага:

- услугите да са достъпни на всички "значими" платформи, в съответствие с пропорционалните разходи. Това, какво включва понятието "значим" изисква допълнително разсъждение;
- сигналът да бъде достъпен за всички граждани, във и извън дома им, до степен, при която "пределните" разходи за доставянето му стават непропорционално високи. Трябва да се достигне максималното, приемливо от практическа гледна точка покритие, като обикновено този процент варира в горните стойности на 90%;

- услугите да се предлагат и за хората със специални нужди, като хората с увреждания, придружени от средства, които да им помогнат да възприемат по-добре програмното съдържание
- приемателната техника да бъде ценово-ефективна – използваема, налична, достъпна и от високо качество;
- технологичният напредък да се използва по оптимален начин

Съществуват все по-голям брой средства за доставяне на медийните продукти до обществото, като всяко има своите характерни черти. Затова, обществените радио-телевизионни организации се нуждаят принципно от:

- достатъчен радио-честотен спектър или капацитет от канали за настоящите или краткосрочните им нужди за наземно разпръскване, които да не подлежат на външна намеса.
- достатъчно средства за медийна продукция
- достатъчно средства за архивиране на националното медийно наследство
- технически достъп до важни платформи и до доставчици или портали за кабелна, сателитна и IPTV
- подходящи технически средства, за да се подпомогнат хората със специални нужди
- механизъм за създаване и приложение на общи технологични стандарти за различните платформи, гарантиране на конкуренцията в сферата на електрониката за бита и следователно по-ниски цени за потребителите;
- изследователска дейност и развитие на медийните технологии
- подходящи средства за разясняване на обществото по разбираем начин какво се случва и как това би го засегнало.

Всичко това може да се разгледа и в подробности, но за по-кратко тук е по-полезно да използваме няколко примера.

### **Пример 1: Достатъчен спектър за цифровата наземна телевизия**

Обществените медии се нуждаят от достатъчен радио-честотен спектър за безплатно разпръскване на цифрова наземна телевизия и цифрово радио. В момента ITU разпределя няколко честотни обхвата за радиоразпръскване, като тези вълни ще бъдат използвани в бъдеще за цифрово телевизионно разпръскване.

Съществуват аргументи, че в бъдеще, спектърът от вълни за радиоразпръскване не трябва да се използва само за радио-телевизионно излъчване, но и за специфични мобилни услуги, класифицирани като "ИМТ (Международни мобилни телекомуникации), което включва цифрови телефони и безжични бродбанд интернет услуги (като по този начин, мрежовите оператори твърдят, че ще намалят цените за мрежата, а в провинциалните райони може да се постигне и по-високо качество).

Има обаче контрааргументи, които гласят, че и всичките съществуващи в момента вълни няма да бъдат достатъчни, за да отговорят на обществените потребности от нови услуги за цифрово предаване, които ще включват нормална телевизия, телевизия с висока резолюция, телевизия за мобилно приемане, и нови, бъдещи форми на излъчване.

Днес всяка европейска страна има различна позиция по въпроса.

Каквато и да бъде пропорцията, използвана при радио-телевизионно излъчване, достатъчният спектър е техническо условие, за да могат обществените медии да изпълняват своята мисия. Липсата на спектър би довела до "пазарен крах" (в икономически смисъл) за радио-телевизионното разпръскване. Отговорите често не дават никакви указания как страните ще осигурят нужния спектър.

Свързаният с това въпрос, дали спектърът трябва да бъде предоставен "безплатно" на обществените медии или срещу заплащане, е също доста сложен. Докато безплатното

предоставяне на спектъра не води до никакви приходи за държавата, то може да се твърди, че продажбата му на обществените медии ще представлява просто местене на пари от една част на обществения портфейл в друга. Още повече, социалните ползи от обществените медии, които се изразяват количествено като "обществена ценност", също трябва да бъдат част от уравнението при пресмятането колко струва спектърът.

## **Пример 2: Стандарти за мобилно радио-телевизионно разпръскване**

Обществените медии трябва да са в състояние да предлагат услуги, които са достъпни, както за излъчване, така и за приемане от обществото. Това налага производството на големи количества приемници и въвеждането на общи технически стандарти. Това от своя страна създава по-голям пазар за производителите и конкуренция по отношение на цените и характеристиките, което облагодетелства потребителите.

На практика съществува намаляваща тенденция при търсенето на общи стандарти за медиите в Европа. Що се отнася до примера с радио-телевизионното разпръскване за ръчно преносими апарати, историята може би вече е позната. Европейската комисия насърчи въвеждането на единен технически стандарт – DVB-H, който да позволи "интероперативност". За съжаление, въпреки добрите намерения, в самата спецификация DVB-H съществуват редица различни възможности и отворени елементи, така че препоръката сама по себе си не би могла да доведе до интероперативност. Още повече, препоръката е изготвена няколко години след разработването на DVB-H, когато съществуват и няколко други варианта, които са вече в употреба и някои от тях използват по-нова технология. С други думи, липсата на прецизност в препоръката и забавянето на приемането ѝ я правят по-малко ефективна. Тази инициатива на Комисията бе приета с известни резерви от страна на няколко европейски държави.

Това показва, че за постигането на общи стандарти са необходими ранни, съгласувани и целенасочени действия. Ключът е нуждата от активно сътрудничество в изследователската дейност и развитието, както и в процесите на стандартизация. Много малко европейски страни и само няколко обществени медии днес правят проучвания и спомагат за развитието на общи стандарти.

Отговорите на въпросника показват, че повечето държави се смятат за новатори в сферата на новите медии. Въпреки това практическите доказателства сочат, че много от тях всъщност само следват технологичната изследователска дейност на останалите.

Все пак, трябва да се отбележи, че обществените и търговските радиа и телевизии могат да имат различна гледна точка по отношение на нуждата от "общи стандарти" и някои търговски оператори подкрепят "вертикално интегрираните" решения, заради други техни преимущества, като наличието на по-надеждно оборудване например.

## **Отговорност за техническото качество**

Друга характеристика на обществените медии е свързана с винаги доброто високотехнологично качество. Възприемането на качеството се определя от контекста, а контекстът за обществените медии все повече ще се свързва с телевизията с "висока резолюция". Всички оператори ще се наложи да преминат към HDTV програмна продукция и HDTV програмно предлагане.

HDTV може би е емоционално най-въздействащата медия, която светът познава. HDTV продукцията няма да бъде по-скъпа от телевизията със "стандартна резолюция", но ще има нужда от ново оборудване и от обучение; критично важно ще бъде и осигуряването на спектър за излъчване на HDTV.

**Малко от отговорите показват осъзнаване на предстоящия HDTV преход.** След 5 години всички телевизори ще бъдат HDTV-ready и цялото ново оборудване за програмна продукция на пазара ще работи в HDTV.



Ще бъде необходимо да се предлагат HDTV услуги чрез наземно излъчване в страни, където наземното излъчване покрива значими нужди. В страни, където HDTV е по-малко използвана може първоначално да се предлага посредством други предавателни средства.

## **В крак с развитието**

Може би двете най-значими промени в медийното предлагане през следващите 5 години ще бъдат:

- нарастването на цифровото излъчване и
- увеличаването на бродбанд разпространението

Бродбанд ще бъде много повече от интересни интернет страници. То може да стане основен метод на медийно разпространение, който допълва радио-телевизионното разпръскване и в крайна сметка да достигне същото ниво на обществена употреба и обхват. То ще предлага, както "IPTV услуги с ограничен достъп", така и "открито интернет пространство". Сегашните факти говорят, че откритото интернет пространство ще доминира в дългосрочен план.

Отговорите показват още, че всички обществени медии имат и свои интернет страници. Интернет страниците на по-големите европейски радиа и телевизии са сред най-посещаваните в Европа, а понякога и в света. Все пак, отговорите подсказват, че операторите в много страни все още не са навлезли изцяло в интернет разпространението и не го разглеждат като бъдещ партньор на радио-телевизионното разпръскване със същата значимост, а по-скоро като негов придатък. Още повече, в много европейски страни - като Германия например - съществува сериозна дискусия до каква степен трябва да се позволи на обществените радиа и телевизии да използват интернет за своите цели. Проучване, направено от Европейския съюз за радио и телевизия (EBU) през 2008 г., сред технически експерти, показва че около 70% от членовете на EBU смятат, че през 2015 г. бродбанд ще бъде също толкова значим, колкото и радио-телевизионното разпръскване. Последните проучвания показват още, че се наблюдава медийна концентрация в "интернет" индустрията, което би превърнало силното присъствие на отделните национални обществени медии в мрежата във важен пазител на медийното разнообразие, засилвайки нуждата от добри интернет услуги.

Обществените медии имат редица възможности за разпространение на своите услуги в откритото интернет пространство. Това включва:

- развитие на техни собствени интернет страници или дори нещо повече - техни собствени медиа плейъри (като BBC iPlayer например);
- добавяне на техните материали към някой от големите портали, като YouTube например, в сегменти като YouTube "channel";
- групиране с други медийни доставчици за предлагане на общ портал, който обаче се основава на професионално създадени материали, а не на такива от потребителите.

Първият вариант би бил възможен само за големи медийни доставчици, поради нуждата от сериозна инфраструктура и експертиза. Вторият е отворен за всички, но при него съществува опасност услугите да не бъдат забелязани сред огромния брой материали, които се предлагат. Третият може да предложи най-полезния път за развитие на обществените медии, но той ще се нуждае от сътрудничество и координация, за да бъде успешен.

Отговорите показват, че само някои от страните са проучили бъдещия модел на медийно развитие.

## **Цифровизацията и циклите в технологичното развитие**

Преминаването към цифрова технология в телевизията е неизбежно, поради освобождаването на спектъра и по-голямата гъвкавост, която позволява.

Отговорите показват, че повечето от големите европейски държави и малките страни имат планове за цифровизация в зададената от Европейския съюз времева рамка – до 2012 г.

Една от характеристиките на технологията обаче, която може би не всички държави оценяват правилно, е че тя се развива бързо. Всяко поколение технологични системи има живот от около 6-9 години. Това означава, че страни които започват да предлагат дадена услуга по различно време, разполагат и с различна „най-добра налична технология“. Това прави трудни решенията относно политиката, която да се възприеме, особено за тези, изправени пред избора дали да последват примера на по-рано започналите (обикновено най-богатите страни) или да се възползват от най-новите технологии. Също така, това означава, че колкото по-голяма е времевата разлика в цифровизацията в различните държави, толкова по-голямо е и разнообразието от използвани системи в Европа.

Всички страни, малки или големи, богати или бедни, трябва да се включат в процеса на технологично проучване, развитие и стандартизация, за да се вземат най-добрите и по възможност едновременни решения за политиката, която да се следва. Съществуват аргументи, че всички доставчици на медийни услуги трябва да отделят част от своите приходи за тези цели – това представлява тяхната „застрахователна полица“.

Допускането, че обществените медии се занимават само с програмното съдържание, може да проработи само ако някой друг развива технологията в техен интерес. Обществените медии трябва или да дефинират ясно своите технически нужди, или да вземат самите те участие в технологичното развитие.

Въпреки че съществуват центрове за изследователска дейност и развитие на обществените медии в Европа, техният брой по-скоро намалява, отколкото да се увеличава и мнозинството от доставчиците на обществени медии просто следват технологичното развитие, а не са негови лидери, което не спомага особено за развитието на пазара в Европа.

### **Цифровизация на наземното телевизионно радиоразпръскване**

За да се разберат начините, по които технологията може да бъде използвана за обслужване на обществената мисия, в тази част ще разгледаме специфичния въпрос за цифровизацията на наземното телевизионно радиоразпръскване. В приложените таблици се очертават някои характеристики на различните аспекти на подхода към цифровизация в редица европейски държави.

Таблица 1. Преход към цифрова телевизия (Източник Digitag)

Страна

Общ преглед

Предлагани услуги

Следващи стъпки

Коментари за „най-добрите практики“ по изпълнението на обществената мисия

Франция

-DTT услугите стартират на 31 март 2005г.

-26% DTT проникване (май 2008г.)

- 18 безплатни / 11 платени DTT услуги на национална платформа
- 5 HD/DTT услуги да бъдат стартирани до края на 2008г.
- 16 DVB-H услуги стартират до 07.30.2008г.

- Да се разшири DTT покритието до 89% до края на 2008г.
- Прекратяване на аналоговото излъчване – 30 ноември 2011г.
- Структурата на ASO -Франс Теле Нюмерик ще ръководи прехода

Използване на най-ефективната (MPEG4) технология за платени услуги

Използване на най-евтината (MPEG2) технология за безплатни услуги

Национална структура, ръководеща прехода

## Германия

DTT услугите са стартирани в Берлин / Бранденбург през ноември 2002г.

7.8 млн DTT приемници продадени (март 2008г.)

- варира между *L?nder*; приблизително 24 програми, до 30
- кратък симулкаст период (обикновено между 3-9 месеца)
- DVB-H услугите стартират през юни 2008г.

Прекратяването на аналоговото излъчване трябва да приключи в цялата страна до края на 2008г., като техническото покритие на DTT трябва да достигне 90% от населението

- Използване на цифровата наземна технология за конкуриране на кабелните оператори
- технологията да позволява приемане на портативни (втори) телевизори

## Италия

- Услугите стартират през декември 2003г.
- над 8 млн. продадени DTT приемника (март 2008 г.)
- покритие на 85% от населението

- 8 DVB-T мултиплекса и 2 DVB-H мултиплекса
- успешно стартиране на предплатени и pay-per-event услуги
- субсидия за закупуване на интерактивни цифрови телевизори през 2007 г.

- Italia Digitale е създадена, за да контролира прехода
- Пътната карта за прекратяване на аналоговото излъчване трябва да бъде представена през септември

Технологията е пригодена за предлагане на интерактивна мултимедия, включително интернет правителство, на достъпна цена за зрителите (MHP)

## Испания

- Повторно стартиране на DTT платформата на 30 ноември 2005г.
- 31.8% DTT проникване (март 2008 г.)
- 88% покритие на населението

20 безплатни телевизионни програмни услуги, налични в цялата страна, плюс много регионални и местни

- 1 мултиплекс запазен за mobile TV

- Прекратяването на аналоговото излъчване трябва да стане на 3 април 2010г.
- ново законодателство, уреждащо mobile TV и може би платена DTT

Постигане на успех (след първоначалния провал) с предлагането на голям брой безплатни програми

## Обединеното кралство

- повторно стартиране на DTT услугите през октомври 2002 г.
- 38% DTT проникване (март 2008 г.)
- услугите достигат 80% от населението
- преустановяването на аналоговото излъчване е в ход и ще приключи до 2012г.

30 безплатни телевизионни програми, плюс 1 платен пакет

DVB-T2 услугите, предлагащи HDTV, трябва да стартират през 2009-2010г. на Мултиплекс Би

Постигане на успех (след първоначалния провал) с предлагането на голям брой безплатни програми

- планирано преминаване към най-ефективната технология и HDTV
- национална структура, контролираща прехода

## Таблица 2. Преход към цифрова телевизия (други страни)

### Страна

### Общ преглед

## Финландия

Преустановяването на аналоговото излъчване е завършено на 31 август 2007 г.  
Зрителите могат да използват 15 безплатни и 22 платени услуги  
DVB-H услугите са на разположение от 2006 г.  
100% покритие на населението

Успешно завършена цифровизация, но може би прекалено бързо за някои членове на обществото

## Швеция

Преустановяването на аналоговото излъчване е завършено през октомври 2007 г.  
Зрителите могат да използват 6 безплатни и 20 платени DTT услуги  
6-ти мултиплекс ще бъде открит, използващ MPEG-4 AVC формат  
100% покритие на населението

## Дания

1 Мултиплекс стартиран през март 2006 г. със 100% покритие на населението  
21% DTT проникване (декември 2007 г.)  
Преустановяването на аналоговото излъчване е предвидено за октомври 2009 г.  
След него ще стартират 5 мултиплекса, използващи MPEG-4 AVC

Първоначално предлаганите услуги са прекалено ограничени, за да предизвикат голям интерес

## Норвегия

Стартиране на DTT услугите в MPEG-4 AVC на 1 септември  
Зрителите имат достъп до 5 безплатни и 20 платени DTT услуги  
DTT покритието достига 70% от населението  
Преустановяването на аналоговото излъчване започна през март 2008 г. и трябва да завърши през 2009 г.

Най-напредничавият технологичен подход в Европа

Всички продадени приемници включват най-ефикасната технология и HDTV



## Белгия

Преустановяването на аналоговото излъчване трябва да приключи до 2011-2012 г.  
Започнало е планирането на DVB-H услуги

## Холандия

Преустановяването на аналоговото излъчване е завършено на 11 декември 2006 г.  
DTT проникването нараства от 5 на 7% от населението  
DVB-H услугите са стартирани през юни 2008 г.

Процесът на цифровизация е извършен много бързо

## Швейцария

Преустановяването на аналоговото излъчване е завършено на 25 февруари 2008 г.  
DVB-H услугите са стартирани през юни 2008г.

Процесът на цифровизация е извършен много бързо, ползваща се от обществена подкрепа

## Португалия

Кандидатите са поканени да кандидатстват за лицензи за DTT мултиплекси  
Зрителите ще имат достъп до безплатни и платени DTT услуги, използвайки MPEG-4 AVC,  
на 6 мултиплекса  
Акцент се поставя върху HDTV

Възползва се от по-късния си старт, за да използва по-ефикасна технология

## Ирландия

Трябва да бъдат стартирани 4 мултиплекса, предлагащи платени и безплатни услуги,  
използвайки технологията MPEG-4 AVC  
Акцент се поставя върху HDTV

## Гърция

Предлагат се тестови DTT услуги, които покриват 65% от населението  
Предлагат се също така и услуги за хората с увреждания

Единствената страна, която предлага специализиран канал в помощ на хората с увреждания

## Чехия

DTT услугите са достъпни за 38% от населението

Технически план с план за цифровизация е изготвен през март 2008 г.

Преустановяване на аналоговото излъчване бе осъществено в Домажлику, а цялостното трябва да приключи през 2011 г.

## Унгария

Очаква се издаването на лиценз за оперирането на 5 мултиплекса

Най-вероятно ще бъде използването на формат за компресия MPEG-4 AVC

1 мултиплекс е запазен за DVB-H услуги

Преустановяването на аналоговото излъчване трябва да завърши най-късно през декември 2011 г.

## Полша

Стартирането на DTT чрез използването на MPEG-4 AVC се очаква през 2008-2009 г.

DVB-H услугите трябва да стартират до 2009 г.

Преустановяването на аналоговото излъчване е насрочено за 2014 г.

Възползва се от късния си старт, за да въведе най-ефективните нови технологии (MPEG-4 AVC)

## Естония

Платените DTT услуги стартират през декември 2006 г., използвайки MPEG-4 AVC

Услугите са достъпни за 100% от населението

В ход е тест на HD/DTT

Преустановяването на аналоговото излъчване трябва да бъде завършено до 2012 г.

Една от първите страни, използващи най-ефикасната технология (MPEG-4 AVC)

Литва

Платените DTT услуги са официално стартирани през март 2008 г., използвайки MPEG-4 AVC

Услугите са достъпни за 95% от населението

Преустановяването на аналоговото излъчване трябва да започне през 2012 г.

Една от първите страни, използващи най-ефикасната технология (MPEG-4 AVC)

Латвия

Пълно разгръщане на DTT услугите се очаква до 2009 г., чрез използването на MPEG-4 AVC

Преустановяването на аналоговото излъчване трябва да бъде завършено до януари 2011 г.

Възползва се от късния си старт, за да въведе най-ефективните нови технологии (MPEG-4 AVC)

Таблица 3. Изпълнение на член 31 от Директивата за универсалните услуги

Държава

Специализирани канали

Само кабелни

Ясно определени цели в общ интерес

Само обществени канали

Плащане на авторски права

Австрия

Да

Да

Не

Не

Да/не

Белгия

Да/не\*

Не/да+

Да/не

Да/не

Да

Чехия

Не

Не

да

Не

Да

Дания

Да

Не

Да

Не

Да

Финландия

Не

Да

Не

Не

Не

Франция

Да

Не

Не

Не

Да/не

Германия

Не

Да

Да

Не

Да

Унгария

Да



Да

Не

Не

Не/да

Ирландия

Да

Да

Не/да

Не

Не

Малта

Не

Не

Не

Не

Не

Холандия

Да/не

Да

Да

Не

Да/не

Полша

Да

Да

Не/да

Да

Да

Швеция

Да/не

Да

Да/не

Не

Да

Обединеното кралство

Да

Не

Да

Да

Не

\* изпълнени са повечето от разпоредбите, но не всички

+само някои от разпоредбите са изпълнени, а повечето не са

**Резюме на някои от стратегиите за цифровизация на наземното телевизионно радиоразпръскване**

- доминиращият модел в Европа е платформа за безплатно излъчване с някои платени услуги
- повечето успешни национални стратегии включват координация между различните отрасли на национално ниво
- обществените радио и телевизия играят важна водеща роля във всички държави
- преустановяването на аналоговото излъчване е завършено в няколко страни, като е вероятно то да приключи в почти всички страни до 2015г.

**Необходими технически условия за качването на „програми за задължително разпространение“ на различни платформи за разпространение, като например кабелни мрежи**

Зрителите могат с основание да очакват, че телевизионните програми, които изпълняват обществена мисия ще бъдат на тяхно разположение и ще присъстват на всички значими платформи.

Един от елементите е присъствието им в кабелните мрежи. За да се улесни това, много страни имат правила за „задължително разпространение“ на обществените програми по кабелните мрежи, а понякога и по други значими многоканални платформи за разпространение чрез сателит.

Що се отнася до страните членки на Европейския съюз и на Европейското икономическо пространство, правилата относно „програми за задължително разпространение“ са включени в член 31 на Директивата за универсалната услуга, която в момента е в процес на преразглеждане. В нея са вписани изискванията към въпросните мрежи, като ясно определени цели от обществен интерес, пропорционалност, прозрачност и периодично преразглеждане. Европейската аудиовизуална обсерватория публикува през 2005г. таблица (Таблица 3) за това как се прилага член 31 в европейските страни. Тази таблица е взета от публикацията „Да има или да няма правила за задължително разпространение на програми“. Авторът обобщава, че не всички страни са приложили напълно член 31 и че той не е довел до хармонизация на националното законодателство по отношение на задължителното разпространение на програми.

Правилата за задължително разпространение могат да имат потенциални ползи не само за традиционните мрежи за кабелна телевизия, където всички медийни услуги се контролират/ предоставят от оператора на мрежата/услугата (като IPTV услугите, предлагани чрез доставчици на бродбанд достъп). Правилата за задължително разпространение на програми продължават да бъдат важен инструмент за гарантиране на универсалния достъп до обществените медии, в съответствие с Препоръка 3 (2007г.).

От друга страна, правилата за задължително разпространение не са подходящ инструмент що се отнася до „откритите“ мрежи, където има свободен достъп и където медийните услуги се предлагат/контролират от самия медиен доставчик (т.е. в откритото интернет пространство). В тази връзка, отворената структура на интернет, с новите правни концепции за „мрежова неутралност“ или „отвореност на интернет“ представлява значителен интерес.

Тези концепции се основават на принципи като прозрачност на управлението на мрежата, минимални изисквания за „качество на услугите“ и недискриминация между различните услуги и различните видове приложения или технология. По този начин мрежовата неутралност може да играе важна роля при подпомагането на разпространението на нелинейните аудиовизуални медийни услуги, включително тези, предлагани от обществените медии на широката публика.

Правилата за задължително разпространение и принципите на мрежовата неутралност могат да се разглеждат като спомагателни инструменти. При новите медии от ключово значение за потребителите остава да имат гарантиран достъп до програмите с обществено

## **Прозрачност и отчетност на обществените медии**

### **Препоръката**

Препоръка 3 (2007г.) на Комитета на министрите към страните членки относно мисията на обществените медии в информационното общество само бегло засяга въпроса за прозрачността и отчетността на организациите на обществените медии пред обществото, което обслужват, но пак съдържа редица елементи, които показват, че обратната връзка и диалогът с обществото се считат за изключително важни за обществените медии. В тази насока се прави пряка връзка между тези задължения на обществените медии и новите възможности, които предлага еволюцията на комуникационните услуги и които обществените медии могат и трябва да използват.

Така, ръководен принцип № 5 призовава обществените медии да използват материали, създадени от потребителите и други схеми за участие, за да включат младите поколения в активни форми на комуникация. Принцип № 6 подчертава важността на редовната оценка и преглед на дейността на обществените медии, за да се гарантира, че интересите на всички групи от аудиторията са надлежно обслужени, като така се подчертава необходимостта от поощряване на прозрачността и отчетността.

Принцип №18 отбелязва, че обществените медии трябва сами да засилват диалога и отчетността си пред обществото, включително и с помощта на нови интерактивни услуги.

Трябва да се отбележи, че друга скорошна препоръка – Препоръка 2 (2007г.) относно плурализма в медиите и разнообразието на медийното съдържание, в своята точка 3.3, призовава страните членки да подтикнат организациите на обществените медии да:

*„предвидят въвеждането на форми на допитване до обществото, които могат да включват създаването на консултативни структури, които да отразяват разнообразието на обществото, където това е уместно, за да отразят в програмната си политика желанията и изискванията на обществото“.*

### **Прозрачност и отчетност на обществените медии – предизвикателства и възможности**

Прозрачността и отчетността на обществените медии пред техните (често заплащащи такса) зрители и слушатели, винаги са били сред характеристиките на обществените медии, поне на теория. На практика, това влияние най-често се осъществява посредством представителни структури, като Зрителски съвети например, тъй като е невъзможно да се гарантира на обществото, с неговите многобройни и често взаимно изключващи се изисквания, пряко влияние върху програмната схема и съдържание на излъчваните програми.

Последното развитие оказва своето влияние по два начина. От една страна, увеличаването на търговския натиск върху обществените медии направи постигането на прозрачността още по-трудно, отколкото в миналото, особено що се отнася до достъпа до предварителна информация, тъй като тя обикновено е податлива на търговско влияние и разкриването ѝ на грешния етап може да доведе до неблагоприятни последици за обществените медии.

От друга страна, новите технологии подобряват начините за постигане на прозрачността и отчетността (чрез онлайн информация и обратна връзка) и увеличават възможностите на обществото да допринесе при създаването на програмното съдържание, особено що се отнася до нелинейните медии.

Също така, натискът от страна на законодателството по въпросите на конкуренцията и от

страна на обществото, увеличават задължението на обществените медии да оправдаят своя специален статут и финансиране. Както може да се види от представения доклад, това често води до нови изисквания по отношение на прозрачността и отчетността, като например задължението да се докладва редовно за практическата реализация на обществената мисия.

## **Обща ситуация в страните членки**

На своята среща през март 2008 г., Групата от специалисти по обществените медии изработи кратък въпросник, за да събере необходимата информация за изготвянето на настоящия доклад. Въпросникът доведе до отговори от 14 страни членки, както и от една професионална организация.

### **Възлагане на обществената мисия, обществено допитване, изисквания при представянето на отчети**

Във връзка с прозрачността на обществените медии, повечето страни членки изтъкват, че обществените медии трябва да отговарят на редица правни изисквания, които целят да увеличат тяхната прозрачност и отчетност, особено задължението да предоставят отчети по различни въпроси, най-важният от които е изпълнението на обществената им мисия. Няколко страни членки включват и подробна информация относно възлагането на обществената мисия, посредством прозрачни механизми, като обществените договори например, ръководни принципи или концесии, установени след обществено допитване.

**Швеция**, например, посочва, че трите обществени радиа и телевизии в страната са задължени да публикуват годишен „Отчет за обществената дейност“ (Public Service Account), в който да покажат как тяхната дейност отговаря на изискванията, включени в хартата и в годишните „Финансови условия“ (Conditions for Appropriation). Тези условия се регламентират всяка година, когато се решава въпросът за финансирането на обществените радио и телевизия. От 2008 г. насетне, друг, по-кратък отчет трябва да се представя пред обществото. Също така, Швеция е въвела много прозрачен механизъм за изготвяне на Хартата на обществените радио и телевизия, преди началото на всеки нов период на действие. Провеждат се редица консултации и се подготвят Бяла и Зелена книга, преди да бъдат установени Ръководните принципи от Парламента и правителството да издаде Хартата.

Подобни годишни отчети за изпълнението на обществената мисия съществуват и в **Норвегия**. Обществената мисия на Норвежката корпорация за радио и телевизия е определена в статута ѝ, както и в друг отделен документ, който бе публикуван наскоро и стана предмет на интензивна консултативна процедура. В **Чехия**, Чешката телевизия и Чешкото радио трябва да изготвят годишни отчети за своята дейност и финансово управление. Тези отчети се представят на Парламента и публикуват в интернет.

**Австрийският** обществен оператор също трябва да публикува годишен отчет за реализирането на неговата обществена мисия; преди да бъде публикуван той се предоставя на Парламента.

Обществените радио и телевизия в **Унгария** също трябва да се отчитат за дейността си всяка година. В **Германия** Държавният договор за радио-телевизионно разпръскване предвижда, че обществените радио и телевизия трябва да публикуват на всеки две години отчет за изпълнението на съответстващата им обществена мисия, за качеството и количеството на предлаганите обществени програми и услуги и планираните акценти на съответните бъдещи програмни услуги.

В **Обединеното кралство** BBC, както и останалите обществени оператори, са задължени да изготвят и публикуват редица отчети. Прозрачността и откритостта са силно налагани там и причините и основните съображения, довели до вземането на важни решения се оповестяват публично (т.е. в Тестове за обществените ползи). В частност, лицензираните



обществени канали представят отчет за това как са изпълнили обществената си мисия през предходната година. Тези отчети трябва да разглеждат постиженията на фона на общите стратегически цели по отношение на предлагането на услуги и програми; цялата аудитория и специфичните демографски целеви групи; общия баланс на предложената продукция; конкретни области, на които трябва да се обърне внимание; конкретни ключови цели/задачи и инициативите в тази насока. Докладите оценяват постигането на стратегически напредък спрямо миналогодишния официален отчет и от тях се очаква да бъдат самокритични, когато това е уместно. Докладите трябва да включват цялостния програмен бюджет и пазарния дял за изминалата година.

**Швейцария** посочва различните правни изисквания относно дейностите на обществените радио и телевизия, както и на частните оператори, което се прави и в **Естония** и в **Испания**. Последната страна детайлно описва новия Рамков мандат (Framework Mandate) за испанската национална обществена медия RTVE, приет от Парламента. По-подробни програмни споразумения се договарят между обществената медия и правителството. Също така, обществената медия трябва да представя годишен доклад пред Парламента за изпълнението на Рамковия мандат и програмните споразумения, както и отчет за изпълнението на възложената ѝ обществена мисия.

В **Холандия**, организацията на „Националните обществени медии“ - NPO (Nederlandse Publieke Omroep) - име, под което са обединени голям брой частни и обществени организации, получили лиценз за радио-телевизионно разпръскване, трябва да представя многогодишен план за развитие и бюджет (Meerjarenbegroting), който се одобрява и адаптира всяка година. Тази система всъщност е отправната точка за отчетността на NPO. Многогодишното планиране (за 5-годишен период) на NPO трябва да предостави балансирано и последователно медийни услуги и програми по всички канали, включително и интернет. Разглеждат се редица въпроси относно обществените радио и телевизия, като разнообразието, младежта, културата, образованието и пр. Чрез публикуването на този многогодишен план за развитие и бюджет, NPO поема открито отговорност за своите действия. Правомерността на дейността на NPO се контролира независимо от Холандските медийни органи - Commissariaat voor de Media. Те публикуват своите данни всяка година, включително и на английски език.

От 2008 г. насетне холандското правителство въвежда Работно споразумение (prestatieafspraken), с което NPO дава отчет за изпълнението на обществените си задачи. Работното споразумение се занимава с програмната политика и с влиянието ѝ сред аудиторията. Базира се на дългосрочна стратегия и е крайъгълен камък на обществената отчетност. Споразумението се занимава с много въпроси: култура, знание и наука, медии и разнообразие, спорт, нови медийни технологии, технологични подобрения, социално взаимодействие със зрителите и слушателите, документални и младежки предавания и пр. Настоящото Работно споразумение е за срок от 2 години и половина (2008 г., 2009 г. и част от 2010 г.). През 2010 г. ще влезе в сила нова версия, която ще бъде подобрена, предвид опита от първите две години и половина. Общественият оператор трябва да информира редовно обществеността и правителството относно резултатите.

Големият брой частни и обществени организации, които работят заедно под шапката на NPO, изготвят всяка година своите отделни годишни отчети. Тази информация се публикува в печата и в интернет.

### **Вътрешен и външен контрол или консултативни структури**

Някой от попълнителите въпросника страни посочват, че техните обществени медии са контролирани от външни институции или вътрешни органи или че тези институции имат консултативна функция.

Някои страни членки изрично подчертават правото на индивидите да подават жалби срещу обществените медии пред контролни органи, което представлява допълнителен,

макар и особен начин на взаимодействие между обществото и обществените медии. Подобен инструмент е споменат в отговора на **Швейцария**: индивидите могат да подават жалби срещу всеки оператор, срещу съдържанието на телевизионна или радио програма, както и срещу отказа да се осигури достъп до дадено предаване (независимо дали става въпрос за „нормално“ предаване или реклама). Подобна система съществува и в **Австрия**, но подаването на жалби пред регулатора не е индивидуално право (освен в случаите, когато има посегателство върху личните права на жалбоподателя; преки оплаквания могат да подават и конкурентите), а трябва да бъде подкрепено от най-малко 120 души, плащащи лицензионна такса. В **Чехия** външният надзор се осъществява от Съвета за радио и телевизионно разпръскване, но в отговора на страната не се дава никаква информация относно правата на индивидите.

Друг вид надзор се споменава в отговора на **Обединеното кралство**: съгласно Закона за комуникациите, Ofcom има правно регламентирано задължение да контролира колективно обществените радиа и телевизии в Обединеното кралство поне веднъж на всеки 5 години, по отношение на изпълнението на обществените цели, заложиени в Закона. Още повече, в Обединеното кралство Тръстът на BBC има задължението да представлява интересите на хората, плащащи лицензионни такси и да се съобразява с техните възгледи. Хартата на BBC предвижда и Обществен съвет за всяка от четирите нации (Англия, Шотландия, Уелс и Северна Ирландия). Целта на Обществените съвети е да се заемат с аудиторията в дадената нация и да дават обратна информация на Тръста, често посредством отговори на допитванията на Тръста, за това колко добре BBC съдейства за изпълнението на обществените си цели и колко добре служи на хората, които плащат лицензионни такси, в различните части на Обединеното кралство. Съветите играят ключова роля при улесняването на Тръста на BBC да разбере нуждите, интересите и проблемите на аудиторията.

В **Холандия** Algemene Rekenkamer (AR – Холандската сметна палата) започна разследване на обществените медии по сигнал на Парламента на страната. Резултатите от него се очакват в края на 2008 г. Правилата относно финансирането, финансовия отчет и прозрачността на радио-телевизионните организации, работещи в рамките на NPO се коригират от време на време по съвет на AR.

Commissariaat voor de Media (Холандския медиен орган) докладва всяка година за правомерността на разходите на NPO. Това е една от нормалните задачи на медийния орган (член 2.175 от новия Закон за медиите). На всеки 5 години се прави независима оценка на дейността на NPO от външен комитет (visitatiecommissie), който преценява как NPO изпълнява обществените си задачи.

В доста уникалния пример с Холандия, голяма част от холандската система на обществени медии се състои от радио-телевизионни организации, в които могат да членуват отделни индивиди (съществуват и обществени медии без такива членове). Разнообразието се засилва от различието на гледните точки и мненията. Обществените медии се разглеждат като място, на което се срещат мненията и обществото. Холандското правителство отдава голямо значение на достъпността на обществените медии за различните обществени групи, под формата на асоциации на радио и телевизионни оператори с членство, достъпно за широката общественост. В момента съществуват 10 радио-телевизионни асоциации, които имат общо 3 250 000 члена. Тези асоциации са отговорни за разнообразието на програмното съдържание и гледните точки. Въпреки това, индивидуалното членство в обществените радио-телевизионни организации очевидно намалява, особено сред младите и сред емигрантите.

В **Португалия** новият Концесионен договор за обществената телевизия постановява, че годишният външен одит, подпомаган от Регулаторния медиен орган, трябва да следи за придържането към обществената мисия, прозрачността и пропорционалността на финансовите потоци и съответствието с най-добрите пазарни правила, а именно що се отнася до придобиването на производствени фактори и преследването на търговски

печалби. Медийният регулатор прави глобална оценка на обществената мисия и публикува препоръки, които смята за необходими. Новият концесионен договор установява и критерии за оценка на изпълнението на обществената мисия, като се вземат предвид добавената стойност на аудиовизуалните програми и насърчаването на гражданското и културното образование на обществото, както и възприемането от страна на зрителите на способността да се предава информация и знания. В Португалия, дейността на обществения оператор RTP, също подлежи на контрол от страна на Обществения съвет – законово установен орган на организацията. Общественият съвет издава декларации за работата на обществените радио и телевизия и следи за тяхното изпълнение относно общото програмно съдържание и инвестиционни планове, като при нужда изслушва тези, които отговарят за програмната схема и информацията.

В **Италия**, съгласно настоящия договор за предоставяне на услуги, качествените предавания с „полза“ за обществото са отличителна характеристика на обществената мисия на RAI (член 3). Шестчленен научен комитет (с трима членове назначени от RAI, един от Националния съвет на потребителите и един от министъра), който работи в съответствие с разпоредбите на договора, отговаря за мониторинга и редовния анализ (Qualitel).

Интересен пример е **Австрийският** обществен съвет, вътрешен орган на ORF с главно консултативни функции (който все пак може да подава жалби пред регулатора и има временно вето при решения, касаещи лицензионната такса). Не само, че Съветът се състои от членове, принадлежащи към различни обществени групи, но и част от тях (6 от 35) се избират директно от обществото (т.е. хора, плащащи лицензионна такса или зрители, които са освободени от нея). Представители на университетите, образованието, изкуството, спорта, младежта, учениците, възрастните граждани, хората с увреждания, родителите и семействата, признатите малцинства, туризма, мотористите, потребителите и природозащитните организации – всички те трябва да бъдат представени в този съвет. От друга страна, основният управителен орган – Учредителният съвет, включва представители на основните политически сили, които трябва да имат достатъчни познания в сферата на медиите или бизнеса, науката, изкуството или образованието.

В **Швейцария** всяка регионална обществена медия трябва да учреди представителен и консултативен Обществен съвет. Този Съвет следва да улеснява контактите между отговорните хора за програмната схема и зрители/слушатели, както и да прави предложения относно програмите.

**Сърбия** посочва, че Сръбското радио и телевизия разполага с консултативен орган – Програмният борд, който защитава интересите на всички зрители и слушатели.

В **Германия** всички обществени радиа и телевизии имат съвет, който освен да съблюдава съответствието на програмите с обществената мисия, действа в името на обществения интерес при взимането на решения, свързани с програмното съдържание. Членовете на тези съвети се избират от разнородни социални групи и организации, главно представени от съответните служители и чиновници (т.е. търговски съюзи, женски асоциации, църкви, парламентарни партии). Съветът трябва да бъде представителна извадка от населението.

В **Унгария** организациите на гражданското общество могат да делегират членове в Управителния борд на обществените радио и телевизионни оператори. Сходна система е установена и в **Естония**, където общественият консултативен борд, създаден в съответствие със „Закона за общественото радио и телевизия в Естония“, представляващ заинтересовани групи, съветва управителите по въпросите, свързани с програмното съдържание, както е и в **Чехия**, където самите Съвети на обществените радио и телевизионни оператори имат задачата да защитават обществения интерес.

### **Измерване на влиянието и качеството**

Почти всички, попълнили въпросника страни членки, посочват редица начини за

измерване на влиянието и качеството на програмите на обществените медии и услугите, които предлагат новите медии. Само някои от тях са регламентирани законово, докато останалите се изпълняват на доброволни начала. Само няколко страни членки споменават традиционни измервания на аудиторията (като рейтингът на телевизионните предавания), което обаче не означава, че тези измервания не се осъществяват в останалите страни - по-скоро въпросът е така формулиран, че да отведе към други инструменти, които позволяват да се измери удовлетворението на аудиторията, качеството и използването на нови медийни услуги.

Трудно е да бъдат категоризирани отговорите, тъй като споменатите методи включват всички възможни начини за измерване и не могат лесно да бъдат сравнени. Като обща тенденция може да се отбележи, че са използвани всички методи за установяване на мнението на потребителите, като телефонни и пощенски интервюта, структурирани въпросници и изследвания. Като правило, това се прави на равни интервали, обикновено веднъж или два пъти годишно. Обществените оператори се позовават и на общите изследвания в областта на медиите. Медиите, както и обществените органи използват, също така количествения и качествения анализ на програмното съдържание.

Следващите примери нямат претенцията да бъдат изчерпателни; допълнителни подробности и още случаи могат да се намерят в отговорите на страните на въпросника.

В **Германия** ZDF взема своите решения на основата на емпирични данни от медийни проучвания, чрез качествено и количествено изследване на зрителското поведение, включително редовен анализ на програмите и съдържанието. В допълнение ZDF провежда имидж проучвания сред зрителите.

В **Гърция** ERT измерва влиянието на своите обществени услуги често прибегвайки до широко мащабни проучвания, както и проучвания относно качеството. Миналогодишното изследване постави специален акцент върху мерките, които ERT предлага посредством цифрови платформи (цифрови наземни услуги, онлайн услуги, услуги за достъп на хора с увреждания и тн.).

**Естония** използва многоизмерна система за оценка, която се състои от следните показатели:

- обхват: измерван чрез пийпъл метрия (телевизия; възрастова група - над 4 години), дневници (радио; възраст 12-74) и metrix (интернет)
- доверие към обществените радио и телевизия: измерва се посредством национално проучване на общественото мнение, което се провежда веднъж годишно (обикновено през ноември, възраст 15-74 г.)
- удовлетворение от услугите, предлагани от обществените медии: измерва се посредством национално проучване на общественото мнение, което се провежда веднъж годишно (обикновено през ноември, възраст 15-74 г.)
- разнообразие на програмното съдържание: измервано чрез количествен анализ на програмното съдържание на телевизионните и радио програми.

В **Обединеното кралство** BBC има звено за изследване на аудиторията, наречено Пулс. Това е постоянно действащо национално онлайн звено, съставено от 15 000 души, което следи оценката на предаванията сред зрителите на фона на съответните основни ценности. Канал 4 също участва в Пулс проучването. *Ofcom* и радио и телевизионните оператори също възлагат проучвания на аудиторията.

В **Австрия**, на основата на правно задължение, ORF е създала система за защита на качеството, която включва структурирани интервюта с експерти и с представители на обществеността, отразяваща представата за ORF сред населението.

В **Швеция**, Шведската комисия за радио и телевизия започва през 1998 г. да прави годишна оценка на продукцията на Шведската телевизия - проучване, което се провежда от Института по журналистика и масови комуникации към Университета в Гьотеборг. Тази

оценка е широко уважавана и представлява проучване на ситуацията на шведския телевизионен пазар и ролята, която играят на него обществените радио и телевизионни оператори.

В **Холандия** ключова част от прозрачността пред обществото представлява сложна система от събиране на информация от Stichting Kijkonderzoek (SKO – Холандската фондация за проучване на аудиторията). Проучването на аудиторията дава вътрешна информация и разбиране за рейтинга на програмите. Резултатите се публикуват седмично и са един от индикаторите за признаването на обществените медии. Следят се, също така и посещенията на интернет страниците на NPO.

В **Португалия**, за да измери влиянието на обществените медии сред потребителите, RTP използва количествени и качествени проучвания в сферата на телевизията, радиото и интернет. Количествените изследвания се състоят от анализ на аудиторията на базата на данни, предоставени от Marktest – компанията, която събира информация за всички групи от аудиторията в Португалия. На основата на тези данни информацията се анализира и се разпространява според нуждите. Анализите допринасят за оценката на представянето на отделните канали сред целевата аудитория, в пазарния контекст в съответствие със задълженията им да предоставят обществено полезно програмно съдържание. Що се отнася до мобилните услуги, проучването на аудиторията не е развито в същата степен, както при телевизията и радиото. Въпреки това операторите на мобилни услуги предоставят неофициална информация, която позволява да се направят някои заключения.

В **Испания** RTVE изучава телевизионната си програмна схема, за да определи „обществената значимост“ на програмното съдържание. Годишното време, отделено за „обществено полезно“ програмно съдържание се определя по аналитичен начин. След това то се разглежда чрез статистически методи, за да се определи количеството на „търговската стойност“ на това съдържание. Маркетинг отделът на RTVE подготвя Панел за изследване на одобрението на новинарските продукти. Това е външно годишно проучване на имиджа на дневните новинарски емисии на частните и обществените канали, чиито резултати се представят всеки месец. Изследването ще позволи бърза и динамична реакция спрямо информацията за позицията на различните продукти на дадена телевизия. RTVE има, също така и Панел за измерване на одобрението. Целта на изследването е да се види как зрителите оценяват излъчваните програми по различните канали. То измерва и как зрителите оценяват каналите, жанровете, водещите или което и да било специално събитие. Изследването е двустранно: количествено (кои са зрителите на дадена програма) и качествено (събира зрителските оценки). Проучването е седмично и до участващите в него се допитват всяка седмица от независим институт за изследване. Това позволява RTVE да запази своята анонимност и гарантира надеждността и липсата на пристрастия в отговорите на хората, участващи в проучването. RTVE провежда и изследване, наречено Branding Studios, в което един от най-важните параметри е оценката на изпълнението на обществената мисия. RTVE участва активно и в различни форуми за развитието и подкрепата на изследванията в областта на медиите в Испания.

### **Други дейности и само-регулаторни мерки**

Някои страни членки прибягват до услугите на съветници по въпросите на етиката, които имат съвещателна функция и следят дейностите на обществените медии от гледна точка на професионалната етика и добрите журналистически практики. Това важи за **Естония и Чехия**.

Франция и Испания посочват много специфични примери за „омбудсмани на аудиторията“. Във **Франция** ролята на омбудсмана (médiateurs) е институирана през 1998 г. Омбудсманите, които отговарят за програмното съдържание и за нюзрума играят важна роля в обществения диалог и дебат: те са връзката между каналите и зрителите. Статутът



им гарантира необходимата независимост за изпълнение на възложената им мисия. След юни 2002 година, когато бе създаден кабинет на омбудсманите, тяхната мисия и предоставените им средства се увеличават. Разработват се процедури за регионални омбудсмани, под егидата на регионалните директори на France 3.

Назначавани за срок от 3 години и подчинени пряко на директорите на France T?I?visions, омбудсманите имат специален статус, който им гарантира необходимата независимост за изпълнението на техните функции.

France T?I?visions има петима омбудсмани. Те се сезират или директно от зрителите, или посредством службите, отговорни за отношенията със зрителите. Също така, могат да бъдат сезирани и вътрешно от президента на France T?I?visions, генералните директори на програмите или от директорите, отговорни за информационните предавания.

След съответното проучване, омбудсманите съобщават становището си на заинтересованите страни и решават, ако това е уместно, дали да публикуват тези становища, главно в интернет. В същото време те веднага изпращат на Правния директорат документите, които могат да доведат до откриване на процедура.

Омбудсманите могат да правят и публични изявления в ефира.

На последно място, предаването L?Hebdo du m?diateur (всяка събота по France 2), както и програмата Votre T?I? (излъчвана веднъж месечно в неделя), дават възможност да се общува със зрителите в ефир.

*Отделите, отговорни за отношенията със зрителите:* Сред различните задължения, включени в договора относно целите и средствата на France T?I?visions, подобряването на връзките със зрителите е определено като една от основните цели:

- засилване на диалога между каналите на France T?I?visions и зрителите
- поставяне на зрителите в центъра на обществената телевизия
- подобряване на възприемането на доставяните услуги „извън ефира“

За да постигне тези цели, France T?I?visions заздравява отношенията си с обществото, като развива редица услуги, поощряващи диалога между зрителите и каналите.

В **Испания**, RTVE има механизъм, наречен Defensor del Espectador (Защитник на зрителите, слушателите и интерактивните медии). На интернет страницата на RTVE гражданите имат различни възможности да подадат оплаквания, жалби или да правят предложения. Това може да стане по пощата, имейл или факс, а в момента RTVE създава автоматична мрежа за обаждания. В допълнение Защитникът е в контакт с Асоциацията на потребителите на комуникационни услуги, за да бъде запознат с интересите и проблемите на обществото.

На интернет страницата на RTVE всички телевизионни и радио програми имат свой имейл адрес, на който гражданите могат да изпращат своите мнения пряко до хората, отговорни за дадена програма. Има и секция „Контакти“, която отправя гражданите към страница, където те могат да намерят отговорите на най-често задаваните въпроси, както и да задават всякакви въпроси по имейл.

В **Португалия** двама омбудсмани – един за зрителите и един за слушателите, са отговорни за получаването и преценката на жалбите и предложенията на гражданите по отношение на излъчваните програми; за изготвяне на становища по отношение на оплакванията и предложенията, получени от зрители и слушатели; за проучването и избора на критерии и методи, използвани в подготовката и представянето на програми и информация; за информиране на зрителите и слушателите относно тяхното мнение за програмното съдържание; за изготвяне на седмична програма и на годишен отчет за дейността си.

В **Гърция** ERT управлява Център за комуникация с обществото (ССР). Това е мярка в саморегулаторна насока, подета от ERT, за да запази отчетността спрямо



зрителите/слушателите/потребителите и в съответствие с принципа за корпоративна отговорност. В **Чехия** саморегулаторните принципи, установени от обществените радио и телевизия, включват въпроси като отговорността към зрителите и слушателите, излагането на различни гледни точки в дискуссионните предавания, зачитане на личното пространство и други.

## **Обществената мисия в информационното общество: практическа реализация**

### **Въведение**

Предназначението на следващата част е да илюстрира анализа и примерите с добри практики, които я предхождат и по този начин да завърши доклада. Тя осигурява връзката между главно теоретичните части по-горе и услугите, които на практика обществените медии предлагат по новите и обновените платформи.

В началото е публикувана обща информация за „новите услуги“, които обществените медии предлагат като част от обществената им мисия, установени от отговорите на страните членки във въпросника на Съвета на Европа. С оглед на това, някои нови услуги, които работната група смята за интересни и иновативни, са описани по-подробно в прегледа на „добрите практики“.

### **Преглед на практическата реализация на обществената мисия**

Като цяло могат да се видят различни варианти на използване на нови комуникационни технологии:

- допълнителни цифрови канали (посредством различни средства за разпространение, включително в някои случаи и само по интернет). В много страни, възползвайки се от освободения спектър в резултат на цифровизацията, се създават допълнителни цифрови телевизионни канали, обикновено със специализирано съдържание (информационни, детски програми и т.н.)
  - стрийминг на телевизионни и радио програми през интернет
  - онлайн услуги като:
    - » текстова информация
    - » интерактивни услуги
    - » аудиовизуална продукция, специално създадена за онлайн употреба
    - » аудиовизуални архиви, където чрез интернет, телевизионните програми стават достъпни след (а понякога и преди) деня на тяхното излъчване. в много от случаите богатите телевизионни архиви на обществените медии се отворят за обществено ползване
  - услуги за мобилните телефони, които варират от SMS (като новинарски услуги), до специфично предлагане на телевизия за мобилно приемане
- Разбира се, този списък не е изчерпателен и през следващите години се очаква огромно количество нови услуги.
- Забелязва се, че повечето обществени радиа и телевизии днес имат присъствие в интернет: интернет страници с вътрешни и международни новини, новини и обща информация за самите компании и често дори стрийминг на програми (Австрия, България, Кипър, Чехия, Дания, Гърция, Литва, Латвия, Молдова, Холандия, Полша, Швеция, Турция, Украйна). Някои страни предлагат по-развити допълнителни услуги: мобилни услуги и/или подкастинг услуги (във връзка с програмите, отнасящи се до мисията на обществените радио и телевизионни оператори) се предлагат например в Австрия, Дания, Финландия,

Португалия, Обединеното кралство, а видео по заявка (VOD) в Австрия, Холандия, Полша, Обединеното кралство. Цифровите архиви са също важна нова услуга, предлагана от някои обществени радиа и телевизии (например в Кипър, Чехия, Финландия, Португалия). Не всички тези услуги са част от съответната обществена мисия на обществените медии; понякога те се предлагат на търговска основа.

### **Австрия**

ORF предлага услуги като интернет, мобилни услуги (някои SMS услуги т.е. новини), подкастинг, стрийминг на радио програми, стрийминг и сваляне на избрани телевизионни предавания, като новините например.

### **България**

Българското национално радио има своя интернет страница, на която публикува актуални национални, регионални и международни новини и обща информация за самото БНР, както и текстови, аудио и видео файлове (под формата на подкаст) от предавания, интервюта, информация за специални събития и пр. Също така, всичките 9 канала на БНР – Хоризонт (новини и актуални събития), Христо Ботев (култура и образование), Радио България (предавания за чужбина на 11 езика) и шестте регионални радиостанции, могат да бъдат слушани чрез онлайн стрийминг на интернет страницата на радиото, а някои предавания са налични като видео стрийминг.

Българската национална телевизия разви и пусна в употреба своят интернет сайт през 1997г. В момента тя предлага 3 интернет страници, интегрирани в общ портал, който включва новини, спорт и информация за програмата. По-голямата част от предаванията на БНТ са представени на интернет страницата с видео архив и текстови файлове. Освен това, порталът на БНТ предлага препратки към сайтове, които отразяват различни инициативи и събития, които засягат самата телевизия. Порталът на предлага и стрийминг на футболни мачове и на важни международни събития.

### **Хърватска**

HRT бе един от пионерите в интернет пространството в Хърватска, като първата интернет страница бе пусната през 1993г., а първият видео стрийм по интернет бе качен през 1995г. По време на войната (1991-1995г.) страницата привлича много посетители, но след това популярността ѝ намалява.

HRT е лидер в технологичното развитие сред електронните медии в Хърватска. Наскоро беше пуснато тестово излъчване на HDTV, в етап на продукция са радио стрийминг услуги по заявка, видео материали на мобилния телефон и други, като всички дейности в тази сфера се ръководят от HRT.

### **Кипър**

#### *Интернет*

Обществените радио и телевизия излъчват своите предавания и по интернет, така че кипърските граждани, които живеят в чужбина, могат да ги гледат/слушат.

#### *Цифрови архиви*

Мисията на обществените радио и телевизия включва обслужването на социалните и историческите потребности на обществото. Въвеждането на цифрова техника и технология позволява на обществените радио и телевизия да цифровизират своите архиви, за да ги направят достъпни и използваеми.

### **Чехия**

Чешката телевизия предлага 2 нови телевизионни услуги, които се стриймват и излъчват по цифрова наземна платформа. Възможно е да се свалят безплатно и определени предавания, собствена продукция. Последното нововъведение на Чешката телевизия е „Videoručcovna“. Услугата е платена и предлага вече стриймвани предавания (филми, документалистика и тн.), които не могат да бъдат достъпни безплатно поради заплащането на авторски права. Аудиторията може да оценява всяко предаване, за да се създаде така

важната обратна връзка с обществените медии.

Чешкото радио създаде усъвършенстван, образователен и интерактивен уеб сайт. Освен аналоговите услуги, които са на разположение и в интернет, са разработени и 4 нови канала, които могат да се стриймват през интернет и да се разпространяват по цифрова наземна платформа. Чешкото радио предлага своя архив под формата на подкастинг.

## **Дания**

DR използва всички значими технологични платформи (включително интернет, мобилни услуги, подкастинг и т.н.), за да предложи общественополезно съдържание, което отговаря на културните, социалните и демократични потребности в датското общество.

## **Финландия**

Както е посочено в годишния отчет за 2006г. на Yleisradio Oy, новите услуги на компанията включват интернет, бродбанд и мобилни услуги, а също и телетекст. Допълнителните цифрови телевизионни услуги за хората с увредено зрение и слух са други примери за такива нови услуги. Задачата на Yleisradio Oy е да може да предлага в бъдеще разнообразни услуги за търсене и поръчка в бродбанд мрежите.

Интернет става все по-важна форма на предлагане на услуги, която предоставя възможности за участие и взаимодействие, като дискусии и идеи от аудиторията. Въпросите и обратната връзка са ключова част от телевизионните и радио програми.

Архивът на YLE бе отворен през септември 2006 г. Той включва записи на радио Yleisradio Oy, телевизионни материали, филмови материали, закупени от филмови компании, хиляди фотографии и над 2000 статии. Архивът е услуга, която предлага на потребителите материали, които допълват и разясняват актуални събития и явления.

Бродбанд услугите при спортни събития, като Зимните олимпийски игри в Торино, разнообразяват програмното съдържание. Предлагат се видео откъси от събитията посредством бродбанд и Yleisradio Oy разпространява игрите в Торино в цяла Европа по телевизия за мобилно приемане в 3G мрежата.

Yleisradio Oy продължава да развива мобилните си услуги, като излъчване на важните новини, например. Телекомуникационните оператори поемат таксата за услугите.

През есента на 2006 г. стартира нова онлайн образователна услуга на YLE и се създават Eurovision pages. YLE Teletext продължава да бъде най-популярната телетекст услуга. През 2006 г. са създадени нови регионални страници.

Цифровата телевизия дава възможност да се предлагат нови специални услуги, които да отговорят на обществената роля на Yleisradio Oy, в текстов формат. Субтитрите за хората с увреден слух вече се правят в DVB, което позволява предаванията да бъдат запазени със субтитри за хората с увреден слух. Друга нова услуга е гласовото субтитриране, което се въвежда в сътрудничество с Финландската федерация на хората с увредено зрение.

## **Франция**

На 1 октомври 2007 г. ARTE стартира своята услуга "ARTE + 7" – интернет архив на излъчвани телевизионни програми, в който някои от предаванията (документалистика, магазинни предавания и т.н.) могат да бъдат гледани безплатно през първите 7 дни след първото им излъчване. Тази услуга е допълнение на услугата „видео материали по заявка“, която ARTE също предлага и при която хората могат да си избират предавания, които да вземат под наем или да закупят.

Медийната група France T?l?visions стартира услуга, наречена France TVOD - платформа, която дава достъп до предавания на различните канали на групата и където могат да бъдат взети под наем или закупени филми, фанстика или документални предавания.

Radio France въведе подкастинг услуга, чрез която слушателите могат да сглобят своето „идеално радио“, като си изберат предавания на националните обществени радиостанции (France Info, France Inter, France Musique, France Culture, Le Mou?v' – младежка радио станция). Това е безплатна услуга, която е достъпна посредством интернет страницата на

Radio France.

### **Гърция**

ERT има своя интернет страница, но към момента тя не е активна за мобилни услуги и пр., тъй като все още липсва правна уредба на тези услуги.

### **Латвия**

Обществените радио и телевизионни оператори излъчват и през интернет. Латвийската телевизия планира да увеличи броя на каналите си, след въвеждането на DTV.

### **Литва**

LRT има собствена интернет страница, като предлага излъчване на радио предавания онлайн и чрез сателит. Планира се започването на излъчване на телевизионни програми по IPTV мрежата.

### **Молдова**

Молдовските обществени радио и телевизия използват IP Audio технология и излъчват своите програми и по интернет. Тяхната мобилна и интернет мрежа се развива с бързи темпове. Това обаче се отнася главно до общественото радио.

### **Холандия**

- Интернет страници: <http://www.omroep.nl/> служи като интернет портал към обществените медии и предлага достъп до индивидуалното програмно съдържание на различните радио-телевизионни организации. Тази интернет страница е много успешна и е широко използвана. Целта е да се изследват още по-задълбочено възможностите и ограниченията на подобен мултимедиен инструмент. През следващите няколко години обществените радио и телевизионни оператори ще се опитат да професионализират и изпият още повече техните интернет страници.
- Електронни програмни справочници (ЕПС): разработват се ЕПС, както индивидуално, така и в сътрудничество с трети страни.
- Тематични цифрови програми: радио и телевизионни канали през интернет. Посредством специална интернет страница „Nederland 4” се предлагат широка гама тематични канали. <http://nederland4.nl> предлага канали с всякакво тематично съдържание - история, потребителски въпроси, религия, здраве и т.н. Предлагат се и различни радио предавания и подкасти, както на този сайт, така и на сайтовете на отделните програми или радио и телевизионни оператори.
- Друга интернет страница предлага видео материали по заявка на националните обществени радиа и телевизии.
- Всички регионални обществени радио-телевизионни организации имат свои интернет страници, където предлагат информация за предаванията и видео по заявка.
- Почти всички регионални обществени радио и телевизионни оператори предлагат интернет страници и информация за предаванията, а някои и видео по заявка.
- Общественият оператор скоро ще започне предлагането на мобилни услуги.

### **Полша**

Новата водеща услуга на обществената медия е ipTV – състояща се от стрийминг през интернет на програмата на TVP (обществената телевизия), както и услуги по поръчка, които дават възможност на потребителите да гледат своите любими предавания по интернет.

### **Португалия**

Интернет страницата на общественото радио и телевизия (<http://rtp.pt/>) предлага няколко нови услуги, като сваляне или стрийминг в реално време на радио и телевизионни

предавания, сваляне по поръчка на радио или телевизионни архивни предавания и подкастинг на радио програми. Другите услуги, които предлага обществената медия включват и RTP Mobile - 24-часов специализиран телевизионен канал за мобилни платформи.

Част от общественото програмно съдържание е достъпно и посредством WAP-съвместими мобилни устройства.

SMS-услугите включват информация за радио-телевизионната програмна схема, както и други по-персонализирани услуги. Аудиторията, също така, може да влезе в контакт с определени програми посредством SMS или имейл.

### **Испания**

Съгласно законодателството, управлението на обществените радио и телевизионни услуги се осъществява от Корпорацията RTVE и поради тази причина, а и не само, тя трябва да насърчава създаването на цифрово и мултимедийно съдържание, т.е. висококачествени интерактивни и мултимедийни услуги за всички.

DTT се използва от държавната обществена телевизия (а понякога и от регионалните телевизии) за поддръжка на обществените интерактивни приложения при предлагането на услуги, достъпни понастоящем за гражданите, като електронните програмни справочници, модерен цифров телетекст, информационни услуги относно стоковата борса, времето, информация за пътната обстановка, както и достъп до обяви за работа. Държавната обществена телевизия стартира и нова услуга – телевизия за мобилно приемане.

### **Швеция**

Обществените организации имат свои интернет страници, където хората могат да използват новите цифрови услуги, например да слушат онлайн радиостанции и да гледат предавания след като вече са били излъчени. Същите принципи за финансиране и същите общи разпоредби относно програмното съдържание, които са в сила за традиционните радио и телевизия, важат и за новите услуги. Това означава, че организациите имат специалната отговорност да гарантират, че на интернет страниците и останалите платформи няма рекламни съобщения и те са в синхрон с основните принципи, които са в сърцевината на обществената мисия.

### **Швейцария**

Различни предавания са достъпни на интернет страницата на немскоезичната телевизия SF, на интернет страницата на френскоезичната телевизия TSR, както и на тази на италианоезичната TSI, като те могат да бъдат гледани един час след излъчването им, включително информационни предавания и радио предавания. Достъпни са, също така и подкасти. Предлагат се и форуми за дискусия; TSR и SF предлагат новинарски дневник, специално предназначен за мобилните услуги, който постоянно се актуализира. Съществува и още една интернет медия, която е обществена организация – Swissinfo. Нейното предназначение е да информира швейцарците, които живеят в чужбина, относно събитията в тяхната родина и да повишава интереса към Швейцария в другите страни. Swissinfo постига това посредством интернет новини, предлагани на 9 езика и чрез своята информационна платформа.

### **Турция**

В изпълнение на съответните решения на Висшия борд по комуникациите (НУК), тестови излъчвания на DVB-T започват на 2 февруари 2006 г. в три основни града – Анкара, Истанбул и Измир; и до днес се извършват тестове на DVB-T покритието и на приемането на сигнала на мобилни телефони. Продължава работата по разпространението на DVB-T в 13 града, в съответствие с решенията на НУК. Правят се проучвания на изследователския проект за интерактивни бродбанд приложения. През последните 3 години се реализира тестов проект за разпространение по интернет на предаванията на TRT. В края на 2006 г. стартираха и тестове на подкастинг и RSS.



## Обединеното кралство

Напоследък се предлагат редица нови услуги от страна на доставчиците на обществени медии, за да се достигне още по-голям обхват сред домакинствата и да се развият други нововъведения. Те включват:

### *Freesat*

BBC и партньорите ѝ в момента са в процес на развитие на нова безплатна сателитна услуга, наречена Freesat. Очаква се Freesat да предлага над 300 телевизионни и радио канала – за сравнение в момента на разположение са около 75 канала, посредством Freeview. Това е некомерсиално начинание на BBC и новата организация ще бъде с нестопанска цел, като ще дава възможност на повече домакинства да имат достъп до по-голям брой канали.

### *iPlayer*

В момента BBC разработва своя iPlayer (познат досега като iMP – Interactive Media Player). iPlayer е компютърна програма, която ще замести и доразвие съществуващия "Radio Player" и останалите услуги, които се предлагат за стрийминг, посредством програмата RealPlayer. Услугата, която се разработва от 2003 г. насам, включва медиа плейър, електронен програмен справочник (EPG), както и специално разработена програма за сваляне, като тя ще позволи свалянето на радио и телевизионни предавания до седем дни след тяхното излъчване от интернет потребители в рамките на Обединеното кралство. iPlayer получи одобрението на Тръста на BBC на 30 април 2007г. и бе стартиран на 25 декември 2007г.

### *4oD*

Стартирана към края на 2006 г. от Channel 4, 4oD е съкращение на „4 on Demand“ (4 по заявка) - услуга, която позволява на интернет потребителите да гледат предавания, наскоро излъчени по Channel 4, E4 или More4, както и от техните архиви. Кабелната версия се управлява посредством съответния цифров приемник, докато интернет версията изисква инсталирането на безплатен софтуер, който позволява на потребителите да свалят предавания на своя компютър.

### *4Radio*

През юни 2006г. Channel 4 стартира широка гама от специални предавания по поръчка. В момента те са достъпни за сваляне или за гледане онлайн през интернет страницата.

## Примери за добри практики

Следващите примери са избрани, защото се смятат за характерни за новите услуги, които могат и се предлагат от обществените медии, като се използват предимствата на новите комуникационни технологии, а в същото време се увеличава и разширява традиционната сила на обществените медии. Задачата на тези примери не е да се даде подробна картина на всичко, което се случва в обществените медии в Европа, нито пък с този избор се цели да се покаже, че други предлагани услуги не са достойни за споменаване. Точно обратното, съществуват безкраен брой нови медийни услуги, които носят истински плюс по отношение на изпълнението на мисията на обществените медии.

## Мултимедийните услуги на RTVE, Испания

RTVE предлага възможността да се гледат безплатно телевизионни предавания на мобилния телефон. Стриймингът на живо е лесно достъпен през интернет страницата <http://www.movil.rtve.es/>. Въпреки че програмата се предлага безплатно, то мобилният оператор може да таксува връзката. В момента се предлагат една телевизионна програма (canal 24), различни радио емисии (от RNE), както и една новинарска услуга. През следващите месеци предлаганите услуги ще бъдат разширени. Когато влезе на интернет страницата, потребителят трябва да бъде напътстван за процедурата по свързване, по разбираем и удобен за него начин.



## **Езиковата програма на NRK-P2, Норвегия**

NRK-P2 е културната радио станция на норвежкия обществен оператор NRK. Материалите за култура заемат по-голямата част от предлаганото програмно съдържание, което включва новини, предавания с дискусии, анализи и обществени коментари. NRK стартира подкастинг през 2005 г. със своята програма P2 Kur?r (Куриер). През 2006 г. повече от 30 от традиционните радио предавания на NRK бяха на разположение за безплатно сваляне на MP3 плейъри и на компютър. Тази услуга става изключително популярна и достига нови измерения през декември 2006 г., когато 90 000 потребители посещават сайта за подкаст на NRK и свалят 590 000 клипа. Един от най-популярните подкасти през изминалата година беше езиковата програма по P2 – Sprakteigen.

„Untouched“ е интернет страница, създадена от младежката радио станция на NRK. Тя е главно за материали, публикувани от потребителите и по-младите норвежки музиканти аматьори могат да качват техните произведения и по този начин да ги направят достъпни за по-широката публика. Аудиторията може да гласува за най-добра песен/изпълнение на седмицата и творбата на победителя се излъчва в радио предаване. Някои от музикантите достигат до споразумения със звукозаписни продуценти вследствие от публикуването на произведенията им на „Untouched“.

## **Мултимедийните услуги, предлагани от T?I?vision Suisse Romande**

T?I?vision Suisse Romande (TSR) е френскоезичен канал на швейцарския обществен оператор SRG SSR. Услугите, които предлага са съпроводени от значителни по обем мултимедийни материали. Зрителите имат възможност да видят отново вътрешни продукции, да разберат последните новини, каква е прогнозата за времето и предстоящите телевизионни предавания и дори да участват в състезания и форуми за дискусия, които се провеждат във връзка с предавания или събития на TSR. На разположение е и аудиовизуален портал с над 20 канала и платформа за видео материали по заявка. В момента се качва в интернет нюзкаст относно основните събития, а видео материалите по заявка непрекъснато се осъвременяват след програмните емисии. Немско- и италианоезичните швейцарски обществени телевизии предлагат подобни услуги.

## **La Cha?ne Parlementaire et Public S?nat, Франция**

La Cha?ne Parlementaire е френска обществена телевизионна мрежа, която излъчва заседанията на Националната асамблея на Франция и на Френския сенат. Тя е достъпна посредством цифрова наземна телевизия „TNT“. Създадена е през 1999 г. по искане на Националната асамблея на Франция. Излъчванията започват първоначално два пъти седмично, във вторник и сряда следобед по France 3. На 8 февруари 2000 г. каналът започва да предава и от Сената на Франция. Излъчват се 24 часа от Асамблеята, след което 24 часа от Сената, по предварително определен ред. На 31 март 2005 г. каналът получава своя собствена TNT честота. Предлагат се, също така и онлайн видео материали от дебатите, които са достъпни в категориите „Видео материали, свързани с различни предавания“, „Най-често гледани видео материали“ и „Какво става в момента“.

## **Услугата уеб радио на DR, Дания**

Националната радио-телевизионна корпорация на Дания DR оперира 4 национални FM радиостанции, 15 DAB (цифрово радио разпръскване) станции и 13 допълнителни уеб радио канала, плюс 3 телевизионни канала и обширна интернет страница, версия на която е достъпна и на мобилните телефони. Що се отнася до 13-те интернет радио канала, всички те пускат датска и международна музика в следните категории:

- DR Allegro – популярна класическа музика, филмова музика, мюзикъли, оперети
- DR Barometer – алт-рок и инди
- DR Country – кънтри музика
- DR Dansktop – популярна музика и шлагери

- DR Electronica – електронна музика
- DR Evergreen – евъргрийни
- DR Folk – фолклорна музика
- DR Hip Hop – хип-хоп
- DR Modern Rock – модерен рок
- DR R&B - R&B и соул
- DR Soft – софт поп
- DR Spillemand – датска, скандинавска и ирландска / шотландска / английска фолклорна музика
- DR World – световна музика

### **СТ24 мултиплексът, Чехия**

СТ24 е един от четирите канала на чешкия обществен оператор ?esk? televize. СТ24 е новинарски канал, който излъчва постоянно последните новини с материали на живо, които се обновяват на всеки час. Емисиите включват икономически и културни новини, дискусии, магазинни предавания, икономически обзор и т.н. Общественият DVB-T мултиплекс е в процес на изграждане, но след като бъде завършен, програмите които традиционните телевизионни канали предлагат, ще бъдат придружени от допълнителни услуги - текстова информация, таблици, карти, речници, практическа информация, предназначена да помага на зрителите при спешни случаи и други стресови ситуации, а също така и специално звуково описание на визуални сцени за слепите и т.н. Програмата се придружава и от допълнителните услуги, които предлага операторът на своята интернет страница. В момента те включват:

- Видео материали за актуални политически и обществени събития, свързани с категориите „вътрешна политика“, „външна политика“, „спорт“, „култура“, „развлечение“, „икономика“.
- Чат форум, предлагащ на посетителите възможността да разискват актуални политически въпроси
- Секция за гласуване, където посетителите могат да гласуват по актуални теми
- Огромен архив от стари видео материали
- Прогноза за времето

### **ZDF Mediathek**

Създаденият от един от обществените оператори в Германия – ZDF, “Mediathek”, е онлайн видео архив, който предлага на зрителите значително количество материали, които вече са били излъчвани. Има архиви, които са от преди повече от една година; има и много нови материали, така че потребителите могат да гледат/слушат емисии, чието излъчване са пропуснали.

В допълнение, на разположение са и голям брой стриймове на живо, както и ограничен набор от предавания, които се излъчват първо по интернет. Предлагат се и подкасти. Потребителите могат да си изберат различни медиа плейъри; налични са различни формати, за да се гарантира максимална гъвкавост при използването (т.е. високо качество при добра интернет връзка и по-ниско качество за по-бавна връзка).

Mediathek служи като централна платформа на ZDF за разпространение на аудиовизуални материали на ZDF; на главната страница на ZDF има множество препратки към материали, предлагани от Mediathek. Функции за търсене, както и тематични под-страници позволяват на потребителите лесно да се ориентират.

Други услуги на ZDF, които могат да се отбележат са:

### **ZDFvision: цифрово-разпространявани допълнителни услуги**

ZDF управлява свой цифров пакет от програми още от 1997 г. ZDFvision се разпространява

чрез сателит и кабел и предлага основния канал ZDF, партньорските канали 3sat и Ki.KA, двата партньорски радио канала Deutschlandfunk и Deutschlandradio Kultur, както и цифровия тематичен канал, фокусиран върху културата: ZDFtheaterkanal, който предлага електронна сцена, предоставяща място за изпълнение на танци, концерти, радио театър, опера и кабаре.

### **ZDFonline услуги: детска интернет страница**

На германския детски медиен фестивал Goldener Spatz (Златно врабче), който се провежда всяка година в Гера и Ерфурт, детската интернет страница на ZDF спечели наградата "Goldener Webspatz". Интернет страницата <http://www tivi.de> е насочена към деца на възраст между седем и дванайсет години.

Тази страница впечатли журито със своето съдържание, дизайн, навигиране, висока сигурност, възможността за активно участие и липсата на реклами.

### **ORF, Австрия**

Основният интернет сайт на австрийския оператор <http://www.orf.at/> е добър пример за „статично“ интернет присъствие на обществена медийна организация. Основният фокус е предлагането на класическа информация; напоследък все повече и повече мултимедийни услуги (стрийминг, архив на новинарски предавания) са добавени към интернет услугите. Основната страница предлага обзор на най-важните национални и международни новини. Допълнителни страници съдържат регионални новини. Специфични под-страници предлагат информация за спорт, култура, наука, технологии и религия. Тези страници позволяват на потребителите да получат цялостен поглед върху най-важните новини, които са предложени по обективен и информативен начин, който в същото време е и лесноразбираем. Предлаганите по този начин услуги осигуряват качествени новини и на тези, които по различни причини може никога да не посетят началната страница на качествените вестници. Това е един добър пример за услуга на обществена медия, която се стреми да подпомогне социалната кохезия и да бъде в помощ на всички части от обществото.

Една от радиостанциите на ORF - FM4, която е специално ориентирана към младата и алтернативна аудитория, има и много модерно интернет присъствие. Сред многото предлагани услуги, заслужава да се спомене FM4 sound-park, платформа, където младите музиканти и групи могат да предоставят информация за тях и да качват музика, която може да се слуша безплатно от потребителите на интернет сайта.

### **Проект „Мултимедията среща радиото“**

„Мултимедията среща радиото“ е годишна конференция, която разглежда най-добрите практики в използването на нови технологии за привличане на младата, „по-навътре с технологията“ аудитория, към радиото. Тя обръща вниманието на членовете на Европейския съюз за радио и телевизия към най-добрите идеи за нови медии, включително интернет и услугите за мобилни апарати.

Акцентът е предимно върху представянето на примери и интерактивността. Продуценти и журналисти не само излагат проекти, но и обсъждат общите предизвикателства и възможности. Сред темите, разглеждани на „Мултимедията среща радиото“, са Web 2.0, подкастинг, блогинг, социални мрежи, обмен между разпространителите на интернет услуги (пиър то пиър разпространение) и материали, създадени от потребители. Обичайните участници включват журналисти, редактори, мениджъри на нови медии, програмни директори, инженери, анализатори, подкастъри, уебкастъри и блогъри.

Един от най-интересните аспекти на „Мултимедията среща радиото“ е, че разговорите се провеждат не само в конферентната зала, но и онлайн. Блогът на участниците, twitter, прави снимки и заснема видео клипове не за собствени цели, а за да бъдат споделяни в сайтовете на социалните мрежи като Flickr и YouTube, например.

„Мултимедията среща радиото“ дава възможност на участниците да обменят опит във

време, когато медийните парадигми се променят. Социалните интернет страници, софтуерът за съвместна работа и другите технологии, които използват възможностите на потребителите, вече преобразиха пейзажа. Радио-телевизионните организации посещават „Мултимедията среща радиото“, защото осъзнават, че те не са имунизирани спрямо тези тенденции и могат да се поучат един от друг.

## **Eurosonic**

*Безплатен достъп до музика и концерти на живо:* Eurosonic е най-голямата световна концертна сцена за изпълнители на рок, поп, денс и световна музика. Това е уникална мрежа от радиостанции, членки на Европейския съюз за радио и телевизия, които на безвъзмездни начала обменят и излъчват най-доброто от техните музикални записи на живо. Това е сътрудничество с изцяло нестопанска цел и силно изразено обществено полезно измерение. Eurosonic обхваща над 70 станции, с обща аудитория от 500 милиона потенциални слушатели. Всички големи имена в музикалното радио са част от Eurosonic партньорството, от RUV RAS-2 в Исландия до VRT Studio Brussel, от BBC Radio 1 до Radio France. Над 500 концерти и музикални предавания на Eurosonic се предлагат/обменят всяка година. Радио департаментът на EBU координира тези взаимни и реципрочни услуги.

*Преговори относно права:* Eurosonic договаря радио права за своите членове за предаването на важни събития, като фестивалите Sonar и Benicassim (Испания), Hove Festival (Норвегия), Pal'o и Montreux (Швейцария), Transmusicales (Франция) и много други. Групата се е сдобила с права за безплатно излъчване на творби на музиканти като Coldplay, Питър Дъбрийл, Бен Харпър, Кет Пауър, Ейми Уайнхаус и много други големи международни изпълнители. За да постигне това, Eurosonic работи в тясно сътрудничество с изпълнители и звукозаписни компании като EMI United Kingdom за Coldplay и Radiohead, а напоследък и с Because Records за Manu Chao и с Warner за New Order и Gnarl's Barkley.

*Подпомагане на нова музика на живо и нови таланти:* Eurosonic предлага музиката на европейската публика, като дава на феновете свободен достъп до невероятни музикални изпълнения, големи фестивали и шоу програми из цяла Европа. Целта на Eurosonic е да предложи повече музика на живо, повече големи фестивали, повече интервюта и ексклузивно представяне пред все по-голям брой слушатели в Европа. Музикалните записи на живо на най-добрите изпълнители се предлагат на членовете на Eurosonic безплатно. През 2005 г. концерт на Coldplay бе предаван от 38 членове на Eurosonic, като достигна аудитория от милиони слушатели в Европа. През 2003 г. Eurosonic мрежата придоби правата върху концертния запис на живо от Монтрьо на Radiohead, който бе излъчен от 28 радиостанции. Eurosonic предлага отлична възможност за подпомагане на нови таланти и на нови музикални идеи, чрез излъчването на музикални събития за широката му мрежа от членове, като по този начин осигурява изключително голяма публика на съвременните музиканти в Европа. Много знаменитости са започнали своите международни кариери благодарение на Eurosonic партньорството, включително: The Do, Ojos de Brujos, Mando Diao, Kings of Convenience, Sunday Drivers, Beatsteaks, Ghinzu и Under Byen.

*Фестивалът Eurosonic:* Фестивалът Eurosonic е най-мощният и прогресивен фестивал в Европа. Той се провежда всяка година в Грьонинген (Холандия) през януари, като в него вземат участие много европейски страни. Фестивалът привлича над 2 000 музиканти от цяла Европа, включително представители на над 100 европейски музикални фестивала на живо и в програмата му има над 250 групи и изпълнители от цяла Европа. Много от Eurosonic партньорите избират една от техните собствени нови групи, която да ги представлява на фестивала, където шоуто се записва и излъчва в EBU мрежата, като достига до многомилionenна слушателска аудитория.

## **Заклучения**

Този доклад разглежда разнообразни въпроси, свързани с условията, необходими на

обществените медии, за да могат да изпълняват своята мисия в контекста на информационното общество. Сред множеството изисквания, докладът се фокусира върху определението на мисията на обществените медии в цифровата епоха, върху необходимите технически и финансови условия и върху прозрачността и отчетността. Всички тези фактори, както може да се разбере от доклада, се променят значително с последните технологични изменения и съответстващите промени в медийната среда. Докладът подчертава някои от тези промени и най-вече предизвикателствата за обществените медии, които произхождат от тях.

Относно мисията на обществените медии, Препоръка 3 (2007 г.) ясно постановява, че тя трябва да обхваща и важни нови платформи, за да позволи на обществените медии да достигнат до своята аудитория и да изпълнят предназначението си, както и за да се избегне ситуация, при която обществените медии остават закотвени към традиционното радио-телевизионно излъчване, докато тяхната аудитория се отдръпва. Докладът показва, че все по-голям брой страни членки наистина адаптират обществената мисия по препоръчания начин, включително чрез нови цифрови телевизионни и радио канали, както и чрез интернет услуги (стрийминг и други), а в някои случаи и мобилни услуги. Въпреки това, изглежда все още няма консенсус относно начина, по който трябва да се дефинира новата обществена мисия, докато, както самата обществена мисия, така и процедурата по определянето ѝ, стават все по-усложнени и все по-диференцирани в много държави. Традиционният начин на определяне на обществената мисия, който се състои от определяне на няколко радио и телевизионни канала, които да я изпълняват и много широко дефиниране на самото понятие „обществена мисия“, вече не е подходящ, тъй като както при онлайн, така и при цифровото радио-телевизионно излъчване има малки или липсват въобще ограничения за капацитета - поне за нелинейните онлайн услугите е трудно да се постигне количествено ограничение. Също така, с оглед много различните възможности за използване на онлайн и мобилните услуги – особено в сравнение с традиционното радио-телевизионно излъчване – е трудно за страните членки ясно да определят какво трябва да правят обществените медии на тези платформи, а също така рискуват да задушат иновативните услуги, ако бъдат прекалено прецизни.

От друга страна, е ясно, че въпросите на конкуренцията, чиито изисквания в случая със страните членки на Европейския съюз, се защитават от Европейската комисия, в резултат на оплаквания от частни конкуренти, тласкат съответните държави към допълнително детайлизиране на мисията на обществените медии. Също така, вече се предлагат толкова много материали на новите медийни платформи, че обществото все повече поставя под въпрос специалния статус на обществените медии и финансовия принос от парите на данъкоплатците или платците на лицензионни такси към дейността им, което води до необходимост страните членки и обществените медии да легитимират дейността на последните и следователно да конкретизират обществената им мисия.

Що се отнася до финансовите условия, страните членки трябва да гарантират, че обществените радио и телевизия получават необходимите финансови средства за изпълнение на обществената им мисия. Независимостта на обществените медии изисква и финансова независимост, която включва гаранция за продължаване на дейността, адаптиране към новите обществени нужди и новата медийна среда, както и способност да се планират дългосрочни действия. Следователно, специално внимание трябва да се обърне на риска от недостатъчно или прекомерно финансиране. Оценката на нуждите на обществените радио и телевизия трябва да се основава на обективни критерии и тя трябва да се определя след консултации с тях. Въпреки това, докладът показва, че докато правилата на Европейския съюз относно държавната помощ осигуряват ефективни гаранции срещу прекомерното финансиране, що се отнася до страните членки на Европейския съюз/Европейското икономическо пространство, то много малко от тях са установили механизми, които да предотвратят недостатъчното финансиране на обществените радио и телевизионни оператори.



Колкото до техническите условия, радиото и телевизията са и ще си останат важен стълб на обществените медии и те ще се нуждаят от редица технически елементи, за да могат да изпълняват своята обществена мисия. Съществува голямо разнообразие сред страните членки в оценката на необходимите технически условия, което подсказва, че трябва да се направят още изследвания в бъдеще, за да се достигне до приемане на общи концепции. Необходимите технически елементи включват достатъчен наземен честотен спектър, както за настоящите им услуги, така и за бъдещите услуги, като например телевизията с висока резолюция. Преходът към HDTV е неизбежен и обществените оператори не трябва да бъдат ограничавани от остаряла технология.

Друг важен елемент, необходим, за да се гарантират най-ниските цени и максималния избор за зрителите и слушателите, е приемането на общи технологични стандарти в Европа за цифрова телевизия и радио. Повечето държави днес вземат много малко участие в проучвания за стандартизация, които вследствие на това са фрагментирани, което не е в интерес на Европа.

Тъй като бродбанд се очаква да достигне същия обществен обхват като радио-телевизионното излъчване през следващото десетилетие, обществените медии трябва да се снабдят с необходимата технология, за да могат да го предлагат. Днес в Европа съществува разнообразна картина по отношение на тези средства.

За да се гарантира достъпът на обществото до обществените медии, може да се разгледа въвеждането на правила за задължително излъчване на програми и отвъд традиционните оператори на кабелна телевизия - за други „затворени“ мрежи, където всички медийни услуги се предлагат/контролират от оператора на услугата/мрежата. Що се отнася до „отворените“ мрежи, като откритото интернет пространство (където съществува отворен достъп и където медийните услуги се предлагат/контролират от самите доставчици на медийни услуги), принципите за „мрежовата неутралност“ може да изиграят важна роля за улесняването на обществения достъп, както до линейните, така и до нелинейните услуги.

Докладът показва, че страните членки, както и самите обществени медии, все още се придържат към традиционните механизми за гарантиране на прозрачността и отчетността на обществените медии, най-важният от които е използването на правителствените структури за постигането на тези цели. Все пак, трябва да се отбележи, че се наблюдава ясно изразено увеличаване на допълнителните изисквания за прозрачност, в частност редовното представяне на отчети от обществените медии и редовният контрол от външни регулатори. Причините за това могат да се коренят в нуждата от по-голяма легитимност на обществените медии в новата медийна среда (след като предлаганите услуги по интернет от други източници е толкова голямо, то обществените медии трябва непрекъснато да оправдават своя специален статус) и на законодателният натиск по въпросите на конкуренцията.