



Briuselis, 2020 12 03
COM(2020) 784 final

**KOMISIJOS KOMUNIKATAS EUROPOS PARLAMENTUI, TARYBAI, EUROPOS
EKONOMIKOS IR SOCIALINIŲ REIKALŲ KOMITETUI IR REGIONŲ
KOMITETUI**

**Europos žiniasklaida skaitmeniniame dešimtmetyje:
gaivinimo ir transformacijos rėmimo veiksmų planas**

1. ĮVADAS

Europos naujienų žiniasklaidos ir audiovizualiniai sektoriai buvo labai svarbūs informuojant piliečius ir suteikiant jiems pramogų per COVID-19 pandemiją. Smarkiai išaugo faktais pagrįstos informacijos ir naujienų poreikis, o filmai, serialai ar vaizdo žaidimai buvo pagrindinis pramogų šaltinis izoliavimo mėnesiais.

Laisva, įvairi ir dinamiška žiniasklaidos aplinka yra labai svarbi stiprinant atvirą ir demokratinę visuomenę ir puoselėjant Europos kultūros įvairovę. Europa – meno ir kultūros varomoji jėga. Europos bendrosios rinkos potencialo panaudojimas kultūros įvairovei puoselėti bus naudingas visai žiniasklaidai, audiovizualiniam sektoriui ir platesniam kultūros sektoriui.

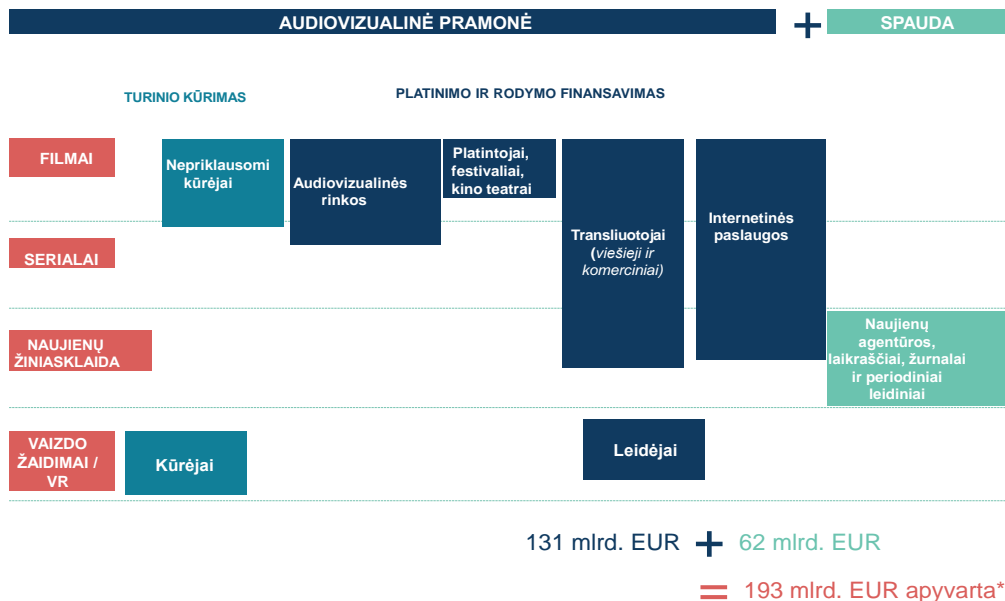
Europos žiniasklaidos sektorius

Visas žiniasklaidos sektorius apima įvairias įmones, kurios kuria ir platina turinį, dalijasi sinergija ir kurių vertė grindžiama intelektine nuosavybe. Šį sektorių daugiausia sudaro MVI, nors kai kurios didesnės žiniasklaidos įmonės yra pakankamai didelės, kad apimtų žiniasklaidos veiklą visuose sektoriuose ir visoje vertės grandinėje. Visas žiniasklaidos sektorius prisideda prie darbo vietų kūrimo ir ekonomikos augimo, o jo apyvarta viršija 3 proc. BVP¹.

Šiame komunikate daugiausia dėmesio skiriama naujienų žiniasklaidos sektoriui (įskaitant spaudą ir internetinę žiniasklaidą, radiją ir audiovizualines paslaugas) ir audiovizualinėms pramogoms, visų pirma kinui, televizijai, radijui ir vaizdo transliacijoms, taip pat vaizdo žaidimams ir naujoviškiems formatams, pavyzdžiui, virtualiosios realybės pramogoms.

¹ Europos Komisijos įverčiai, pagrįsti Eurostato duomenimis ir kitais šaltiniais, įskaitant Europos audiovizualinę observatoriją, „Statista“.

Trumpai apie NAUJIENŲ ŽINIASKLAIDĄ ir AUDIOVIZUALINĮ SEKTORIŲ



* ES 27; KEA / „Deloitte“ įvertiniai, remiantis Eurostatu ir kitais šaltiniais

COVID-19 poveikis

Pandemija padarė labai didelį poveikį kultūros ir kūrybos ekosistemai, kurios neatsiejama dalį sudaro naujienų žiniasklaida ir audiovizualinė pramonė. 2020 m. antrame ketvirtyje, kai buvo taikomos visuotinės izoliavimo priemonės, naujienų platintojų pajamos iš reklamos sumažėjo 30–80 proc.², o televizijos – 20 proc.³ Europos žiniasklaidos MVĮ susiduria su didelėmis likvidumo problemomis, padidėjo nedarbas ir daug žiniasklaidos specialistų bei žurnalistų, ypač tų, kurių darbo garantijos menkos arba kurie yra laisvai samdomi darbuotojai, negauna pajamų⁴. Kino teatrų pajamos smarkiai sumažėjo⁵ (apskaičiuota, kad izoliacijos laikotarpiu kiekviena kino salė patyrė 100 000 EUR nuostolių per mėnesį), o naujų filmų, programų ir televizijos serialų kūrimas daugeliu atvejų buvo sustabdytas ir paprastai draudimas nepadengia nuostolių dėl tokių įvykių kaip pasaulinė pandemija⁶.

Be to, krizė paspartino pagrindines skaitmeninių technologijų srities tendencijas. Interneto platformos sustiprino savo padėtį rinkoje, pradėjo teikti naujų paslaugų ir izoliacijos laikotarpiu pritraukė naują auditoriją. Naujos interneto socialinės žiniasklaidos

² <http://www.newsmediaeurope.eu/news/covid-19-and-the-news-media-journalism-always-comes-at-a-cost/>

³ Europos audiovizualinė observatorija, „Ampere Analysis“, 2020 m. spalio mėn.

⁴ Audiovizualinio sektoriaus apžvalga COVID-19 pandemijos aplinkybėmis pateikiama <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46>.

⁵ <https://www.unic-cinemas.org/en/news/news-blog/detail/the-impact-of-the-coronavirus-outbreak-on-the-european-cinema-industry/>

⁶ Tinkamo draudimo trūkumą taip pat pabrėžė nacionaliniai kino fondai, ėmęsi kovai su pandemija skirtų priemonių: <https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak>.

platformos, daugiausia siūlančios audiovizualinį turinį, taip pat pasiekė atsisiuntimo rekordus, ypač tarp jaunų naudotojų⁷.

Šio komunikato užmojis – paspartinti žiniasklaidos pramonės atsigavimą, transformaciją ir atsparumą. Būtina spręsti struktūrines problemas, kylančias audiovizualiniam ir naujienų žiniasklaidos sektoriams. Naujienų žiniasklaidos sektoriuje tradicinė žiniasklaida sunkiai prisitaikė prie skaitmeninės rinkos, kurioje didžioji dalis pajamų iš reklamos atitenka pasaulinėms interneto platformoms. Prasidėjus COVID-19 pandemijai, reklamuotojai dėl ekonominio netikrumo sumažino savo bendras reklamos išlaidas, savo ruožtu nukentėjo sektoriaus tvarumas ir galėjo sumažėti piliečių galimybės naudotis pliuralistiniais ir nepriklausomais informacijos šaltiniais.

Didžiausias iššūkis audiovizualiniame sektoriuje – rinkos susiskaidymas. Apskritai, išskyrus kelias išimtis, Europos audiovizualinio sektoriaus įmonės daugiausia dėmesio skiria nacionalinei auditorijai. Europos Sąjungoje Europos filmai eksportuojami vidutiniškai į tris šalis, o JAV filmai – į 10 šalių. JAV filmai taip pat sudaro 66 proc. ES rodomų filmų⁸. Todėl net didžiausi Europos žiniasklaidos rinkos dalyviai yra akivaizdžiai mažesni nei jų pagrindiniai pasauliniai konkurentai. Europos grupių pajamos sudaro 11 proc. 50-ies didžiausių pasaulio audiovizualinių grupių pajamų, o JAV grupių – daugiau kaip 70 proc.⁹

Platformų vaidmuo Europos audiovizualinėje rinkoje

Nemažai galingų tarptautinių užsakomųjų vaizdo paslaugų platformų pateko į Europos rinką ir sėkmingai kuria turinį Europoje. Tai buvo ir galimybė, ir iššūkis Europos nepriklausomiems audiovizualinio sektoriaus kūrėjams ir kūriniams.

Viena vertus, be patrauklių atlyginimų, platformos gali suteikti Europos kūrėjams ir menininkams galimybę pasiekti platesnę tarptautinę auditoriją. Kai kuriais atvejais tai papildė paskatos, grindžiamos filmų ir (arba) serialų rodymu, ir (arba) premijos, susijusios su kūrinio sėkme.

Kita vertus, platformų taikomas modelis, kai kūrinys sukuriamas pagal darbo sutartį (t. y. visos intelektinės nuosavybės teisės iš kūrėjo ir (arba) atskirų kūrybininkų įsigijamos nuo pat pradžių visame pasaulyje ir visam laikui), gali susaistyti kūrėjus ar talentus su atitinkama platforma.

Audiovizualinio sektoriaus įmonės turėtų galėti savo vietos rinką laikyti ne tik savo atitinkamas nacionalines rinkas, bet ir Europos žemyną. Tam būtina, kad Europos subjektai pasiektų pakankamą mastą, kad galėtų peržengti nacionalines sienas ir investuoti į turinį, talentus, reklamą, platinimą, inovacijas ir technologijas visoje ES. Naujienų žiniasklaidos sektoriuje įmonės turėtų turėti galimybę rasti pakankamai perspektyvių ir tvarių finansavimo modelių, kad piliečiai galėtų naudotis pliuralistine, įvairiapuse ir nepriklausoma žiniasklaidos aplinka, be kita ko, regionų ir vietos lygmenimis.

⁷ Pavyzdžiui, <https://www.businessinsider.com/tiktok-app-2-billion-downloads-record-setting-q1-sensor-tower-2020-4?r=US&IR=T>.

⁸ Europos audiovizualinė observatorija.

⁹ Europos audiovizualinė observatorija.

Skaitmeninė transformacija bus itin svarbi siekiant išnaudoti šį tikrąjį potencialą. Tai pasakytina apie visą ekonomiką ir žiniasklaidą nėra išimtis. Europa turi visus reikiamus išteklius, kad galėtų klestėti skaitmeniniame dešimtmetyje, – savo bendrąją rinką ir 450 mln. vartotojų, savo talentų fondą, kūrybingų kūrėjų, autorių ir atlikėjų ir kokybišką Europos turinį.

Neatidėliotinos priemonės

Pagrindinių tendencijų ir COVID-19 krizės derinys, jei nebus tvirto politinio atsako, galėtų pakenkti Europos žiniasklaidos sektoriaus atsparumui ir jo demokratiniam vaidmeniui. Tai galėtų susilpninti Europos kultūros įvairovę ir žiniasklaidos pluralizmą.

Europos piliečiai ir toliau turi galėti naudotis gausia žiniasklaidos sektoriaus teikiama informacija ir pramogomis ir tikėtis atvirų demokratinių diskusijų, žiniasklaidos ir meninės laisvės. Be to, jie turėtų turėti teisę laisvai rinktis iš šių įvairių galimybių, naršyti šiuolaikiškoje naujienų aplinkoje ir priimti informacija pagrįstus sprendimus.

Žiniasklaidos sektoriui labai svarbios intelektinės nuosavybės¹⁰ teisės. Veiksmingas intelektinės nuosavybės teisių, ypač autorių teisių, užtikrinimas yra vienas pagrindinių paramos pramonei elementų, ypač dabartiniu sudėtingu laikotarpiu.

Neseniai, po plataus masto diskusijų apie tai, kaip geriausia užtikrinti saviraiškos laisvę visais jos aspektais, ES atnaujino savo reglamentavimo sistemą – priimta persvarstyta Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva (AŽPD)¹¹ ir vykdoma autorių teisių reforma¹². Šis komunikatas grindžiamas šiuolaikišku taisyklių rinkiniu ir jame siūlomos tolesnės priemonės, kuriomis investicijos derinamos su kitais politikos veiksmais, siekiant padėti žiniasklaidos sektoriui įveikti krizę ir vėliau tapti konkurencingesniam. Atitinkamai šis komunikatas grindžiamas trimis tikslais:

- a) *atgaivinti* – kokių veiksmų Komisija planuoja imtis, kad padėtų audiovizualinio sektoriaus ir žiniasklaidos įmonėms atlaikyti dabartinius sunkumus ir užtikrinti likvidumą bei finansinę paramą;
- b) *pertvarkyti* – spręsti struktūrines problemas, padedant pramonei dvejopos – vykstančios dėl klimato kaitos ir skaitmeninės – pertvarkos aplinkybėmis, atsižvelgiant į nuožmią pasaulinę konkurenciją;
- c) *sudaryti sąlygas ir suteikti galimybių* – nustatyti sąlygas, kuriomis sektoriuje būtų galima diegti daugiau inovacijų, kartu užtikrinant iš tikrųjų vienodas sąlygas ir suteikiant piliečiams daugiau galimybių lengviau gauti turinį ir priimti informacija pagrįstus sprendimus.

Žiniasklaidos sektoriaus ekonominis atsigavimas ir konkurencingumas yra būtina sveikos, nepriklausomos ir pliuralistinės žiniasklaidos aplinkos, kuri savo ruožtu yra labai svarbi mūsų demokratijai, sąlyga. Šiuo komunikatu papildomas Europos demokratijos veiksmų planas. Jame atsižvelgiama į riziką, kylančią Europos

¹⁰ Žr. COM(2020) 760, komunikatas „Viso ES inovacinio potencialo išnaudojimas. Intelektinės nuosavybės veiksmų planas ES ekonomikai gaivinti ir jos atsparumui didinti“, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/ip_20_2187.

¹¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/audiovisual-media-services-directive-avmsd>

¹² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/eu-copyright-legislation>

demokratinėms sistemoms kovojant su dezinformacija, užtikrinant rinkimų sąžiningumą ir žiniasklaidos laisvę bei pliuralizmą. Jis apima keletą iniciatyvų, kuriomis siekiama sukurti saugesnę ir geresnę aplinką žurnalistams dirbti savo darbą, taip pat ugdyti gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis

Šis komunikatas taip pat visiškai suderintas su būsimais Komisijos pasiūlymais dėl Skaitmeninių paslaugų akto ir Skaitmeninių rinkų akto. Jais bus siekiama atnaujinti ES skaitmeninėms paslaugoms taikomų teisės aktų sistemą. Kartu juose bus nustatytos aiškios interneto platformų, ypač galingiausių platformų, taisyklės ir pareigos, kad būtų užtikrintos vienodos sąlygos internete.

Patikima žiniasklaidos aplinka taip pat labai svarbi demokratinėms ir stabilioms ES plėtros ir kaimyninėms šalims. Kai įmanoma ir tinkama, šiame komunikate išdėstytos iniciatyvos, įskaitant iniciatyvas, skirtas naujų žiniasklaidai ir gebėjimui naudotis žiniasklaidos priemonėmis, bus atviros nepriklausomoms profesionalioms žiniasklaidos priemonėms šalyse, kurioms taikoma ES plėtros ir kaimynystės politika. Jomis bus papildyti ir sustiprinti veiksmai, nurodyti 2020–2024 m. ES žmogaus teisių ir demokratijos veiksmų plane¹³. Prireikus veiksmais taip pat bus prisidedama prie Europos žiniasklaidos turinio propagavimo trečiojoje šalyse.

Šiame komunikate išvardytais veiksmais bus atsižvelgiama į būtinybę, kad Europos žiniasklaidos sektorius būtų įtraukus ir atspindėtų Europos įvairovę. Juos įgyvendinant bus skatinama, kad galimybėmis ir ištekliais lygiomis teisėmis galėtų naudotis ir tie žmonės, kurie kitu atveju būtų atskirti ar marginalizuoti, pavyzdžiui, gerinama neįgaliųjų prieiga prie turinio¹⁴.

Galiojančiose valstybės pagalbos taisyklėse paaiškinta, kokiomis sąlygomis valstybės narės gali teikti viešąją paramą. Siekdama sudaryti palankesnes nacionalinių valdžios institucijų paramos teikimo sąlygas, Taryba paragino Komisiją įvertinti valstybės pagalbos taisyklių taikymą spaudos sektoriuje. Komisija vertina, ar reikia imtis atitinkamų veiksmų. Laikinoji valstybės pagalbos sistema taip pat taikoma konkreitiems sektoriams skirtoms priemonėms, pavyzdžiui, pagalbai spaudos, muzikos ir audiovizualiniam sektoriams¹⁵.

¹³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/?uri=JOIN:2020:5:FIN>

¹⁴ Tai bus daroma atsižvelgiant į JT neįgaliųjų teisių konvenciją (JT NTK), <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>.

¹⁵ Siekdama palengvinti paramos spaudai teikimą ir didinti valstybės pagalbos šiam sektoriui skaidrumą bei nuspėjamumą, Komisija taip pat sukūrė internetinę dokumentų saugyklą (https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa_decisions_to_media.pdf), kurioje pateikiama atitinkama įgyta patirtis, ir ją reguliariai atnaujins. Reguliariai atnaujinama informacija apie valstybių narių suteiktą valstybės pagalbą taip pat skelbiama skaidrumo registre. Svarbu tai, kad 2020 m. spalio 13 d. Europos Komisija nusprendė pratęsti 2020 m. kovo 19 d. patvirtintos laikinosios valstybės pagalbos sistemos taikymą ir išplėsti jos taikymo sritį, kad valstybės narės galėtų teikti paramą įmonėms, nukentėjusioms dėl COVID-19 protrūkio. Pagal laikinąją sistemą suteikta pagalba gali būti sumuojama su pagalba, kuri suteikta pagal *de minimis* pagalbos reglamentus (Komisijos reglamentai (ES) Nr. 1407/2013, Nr. 1408/2013, Nr. 717/2014 ir Nr. 360/2012) ir kuriai netaikoma pareiga pranešti, jeigu laikomasi šių reglamentų nuostatų ir sumavimo taisyklių. [SA.59106 (2020/N) Su COVID-19 susijusi kompensacijos schema Danijos žiniasklaidos sektoriui – Danija; SA.57530 (2020/N) – Su COVID-19 susijusi pagalbos schema audiovizualinės gamybos įmonėms – Liuksemburgas; Valstybės pagalba SA.58801 (2020/N) – Italijos su COVID-19 susijusios priemonės: pagalba smulkiesiems knygų leidėjams ir valstybės pagalba; SA.58847 (2020/N) – Italijos su COVID-19 susijusios priemonės: pagalba muzikos sektoriui.]

2. ATGAIVINIMAS

Žiniasklaidos įmonės yra labai svarbios užtikrinant Europos konkurencingumą. Todėl labai svarbu teikti tinkamą finansinę paramą ir užtikrinti likvidumą, kad jos galėtų atlaikyti dabartinius ekonominius neramumus. Šiomis aplinkybėmis itin svarbų vaidmenį atliks programa „Kūrybiška Europa“, visų pirma jos paprogramė MEDIA. Pastaruosius 30 metų tokia programa buvo pagrindinė ES paramos kultūros ir kūrybos sektoriams, įskaitant audiovizualinį sektorių, priemonė.

Remiantis 2020 m. lapkričio 10 d. pasiektu politiniu susitarimu dėl kito ilgalaikio biudžeto ir priemonės „Next Generation EU“, 2021–2027 m. programos „Kūrybiška Europa“ biudžetas padidėtų maždaug 58 proc., o bendras paketas 2018 m. kainomis būtų 2,2 mlrd. EUR (palyginti su 1,4 mlrd. EUR 2014–2020 m. laikotarpiu 2018 m. kainomis 27 ES valstybių narių lygmeniu). Be to, remiantis Komisijos pasiūlymu ir dar nebaigus derybų, į programą pirmą kartą bus įtraukti veiksmai, skirti žiniasklaidos laisvei ir pliuralizmui, žurnalistikai ir gebėjimui naudotis žiniasklaidos priemonėmis.

2020 m. Komisija jau inicijavo keletą veiksmų. Pradėtos taikyti lankstumo priemonės kultūros ir kūrybos sektorių garantijų priemonei¹⁶, t. y. garantijos suma pavienėms MVĮ padidinta iki 90 proc., o finansų tarpininkams nustatyta iki 25 proc. viršutinė garantijų riba ir atidėtas kredito įmokų mokėjimas. 2021 m. pirmąjį ketvirtį parama Europos kino teatrų tinklui bus padidinta 5 mln. EUR.

Europos struktūriniai ir investicijų fondai¹⁷ gali atlikti svarbų vaidmenį remiant žiniasklaidos sektorių. Jis taip pat gali gauti paramą pagal abu Atsako į koronaviruso grėsmę investicijų iniciatyvos priemonių rinkinius, pagal kuriuos esami sanglaudos fondai naudojami reagavimo į krizes priemonėms, pavyzdžiui, MVĮ teikiamas apyvartinis kapitalas¹⁸.

Papildomas sanglaudos finansavimas taip pat skiriamas pagal iniciatyvą REACT-EU¹⁹, kurią vykdant kultūros sektoriui teikiamas prioritetas ir daugiausia dėmesio bus skiriama sutrumpinto darbo laiko sistemoms ir savarankiškai dirbantiems asmenims, taip pat paramai MVĮ.

Laikina parama nedarbo rizikai dėl ekstremaliosios situacijos mažinti (SURE) taip pat yra svarbi priemonė, kuria gali naudotis valstybės narės, kurioms reikia sutelkti daug finansinių išteklių kovai su neigiamais ekonomiais ir socialiniais koronaviruso protrūkio padariniais jų teritorijoje²⁰.

Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonė suteikia puikią galimybę valstybėms narėms investuoti į dveją – skaitmeninę ir žaliąją – pertvarą ir didinti mūsų pramonės atsparumą. Pagal kiekvieną nacionalinį ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo planą skaitmeninei veiklai bus skiriama ne mažiau kaip 20 proc.

¹⁶ https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en

¹⁷ https://ec.europa.eu/regional_policy/lt/funding/

¹⁸ https://ec.europa.eu/regional_policy/en/newsroom/coronavirus-response/

¹⁹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/IP_20_2140

²⁰ https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/financial-assistance-eu/funding-mechanisms-and-facilities/sure_lt

išlaidų. Siekiant šio tikslo bus atsižvelgiama į priemones skaitmeninio turinio, pavyzdžiui, skaitmeninės žiniasklaidos, kūrimui ir sklaidai skatinti.

Pagal ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo planus, laikantis valstybės pagalbos taisyklių, nacionalinės reformos ir investicijos taip pat gali padėti stiprinti Europos naujienų žiniasklaidos ir audiovizualinius skaitmeninius pajėgumus, be kita ko, įgyvendinant daugiašalius projektus, pavyzdžiui, bendrą Europos produkciją, ES žiniasklaidos duomenų erdvės infrastruktūrą arba investicijas į nuosavą kapitalą, siekiant skatinti Europos audiovizualinės produkcijos kūrimą ar platinimą (žr. toliau pateiktą 2 veiksmą).

Šiomis aplinkybėmis, kaip nurodyta Komisijos 2021 m. metinėje tvaraus augimo strategijoje, valstybės narės turėtų skirti dėmesį sektoriams, kurie atlieka esminį vaidmenį mūsų demokratinėse valstybėse, „ypač žiniasklaidos sektoriui, kuriam parama turėtų būti teikiama užtikrinant ir didinant žiniasklaidos laisvę ir pliuralizmą“, taip pat inicijuojant valstybių narių dalijimąsi su viešosios paramos mechanizmais susijusia geriausia patirtimi²¹.

1 VEIKSMAS. Paprastesnės galimybės gauti ES paramą

- *Nauja interaktyvi priemonė, padedanti žiniasklaidos įmonėms naudotis įvairiomis paramos priemonėmis*

Skirta: visoms ES žiniasklaidos įmonėms, neatsižvelgiant į jų veiklos sritį (audiovizualinis sektorius, naujienų žiniasklaida ir kt.) ir dydį

Komisija sieks užtikrinti, kad žiniasklaidos įmonės galėtų pasinaudoti ES paramos galimybėmis pagal visas turimas priemones ir programas. Todėl ji, glaudžiai bendradarbiaudama su bendru ES portalu, kuriame apžvelgiamos ES finansavimo galimybės²², sukurs naują interaktyvią priemonę, pritaikytą žiniasklaidos sektoriui. Ji padės susiorientuoti, kur kreiptis dėl atitinkamos ES paramos, numatytos 2021–2027 m. daugiametėje finansinėje programoje ir nacionaliniuose ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo planuose.

Ši priemonė aprėps visas audiovizualinei ir naujienų žiniasklaidai skirtas ES finansavimo galimybes. Vos keli spustelėjimai ir bet kuri Europos žiniasklaidos įmonė, nesvarbu, koks jos dydis ir veiklos sritis, bus nukreipta į tinkamiausią ES paramos šaltinį, atitinkantį įmonės ypatybes ir poreikius. Įmonės taip pat galės gauti informaciją apie įvairius kvietimus teikti paraiškas ir apie galimybes gauti pagalbą teikiant paraiškas.

Tai bus grindžiama esamomis priemonėmis ir Europos įmonių tinklo²³, kuris teikia paramą ir gaires įmonėms, įskaitant žiniasklaidos ir audiovizualinį sektorius, patirtimi.

2 VEIKSMAS. MEDIA INVEST investicijoms į audiovizualinę pramonę skatinti

- *Speciali investicijų į nuosavą kapitalą platforma, skirta Europos audiovizualinės*

²¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/lt/TXT/?qid=1600708827568&uri=CELEX:52020DC0575>.

²² <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>

²³ <https://een.ec.europa.eu/>

produkcijos kūrimo ir platinimo strategijoms skatinti

- *Investicinių projektų portalo kūrimas stiprinant investuotojų pajėgumus ir įmonių pasirengimą investicijoms*

Skirta: ES audiovizualinės produkcijos kūrimo ir platinimo įmonėms

Europos audiovizualinėje pramonėje yra daug labai novatoriškų ir kūrybingų nepriklausomų produkcijos kūrimo ir platinimo įmonių, turinčių didelį augimo potencialą. Tačiau joms dažnai trūksta finansinio pajėgumo konkuruoti Europos ir pasaulio mastu. Kartu Europos investuotojai iš esmės nežino apie šių įmonių potencialą. Investicijas į tokias įmones jie dažnai sieja su didele rizika, nes trūksta duomenų apie sėkmingą produkciją ir jų turtas daugiausia yra nematerialus.

Įgyvendinant kultūros ir kūrybos sektorių garantijų priemonę²⁴ suteikta daugiau galimybių gauti paskolas. Tokios rūšies parama ir toliau bus teikiama pagal programą „InvestEU“.

Tačiau audiovizualiniam sektoriui ir kitiems kūrybos sektoriams taip pat trūksta nuosavo kapitalo finansavimo – apie 399–648 mln. EUR per metus²⁵. Todėl reikia naujos iniciatyvos, skirtos nuosavo kapitalo finansavimui remti, kad Europoje būtų stiprinami nepriklausomi audiovizualinės produkcijos kūrimo pajėgumai, kad visuose Europos regionuose būtų kuriami tarptautinei rinkai skirti kokybiški kūriniai. Europos įmonėms turi būti suteikta galimybė naudotis finansinėmis priemonėmis, kad jos taptų savarankiškesnėmis ir galėtų naudotis savo sukurto turinio intelektinės nuosavybės teisėmis.

Komisija remia specialios investavimo platformos sukūrimą. Lėšos jau kurti bus gautos, be kita ko, iš programos „Kūrybiška Europa“ paprogramės MEDIA ir programos „InvestEU“. Ja bus siekiama sutelkti privačius investuotojus ir joje bus galima bendradarbiauti su nacionalinėmis skatinamojo finansavimo institucijomis ir pramonės asociacijomis. Ji remia audiovizualinio sektoriaus įmones, kurios galėtų kurti aukščiausios klasės kūrinius Europos ir tarptautinėms rinkoms, koordinuodama teisių naudojimą ir platinimą teritorijose.

Investavimo platforma padės audiovizualinio sektoriaus įmonėms plėsti veiklą tarptautiniu mastu, kad jos galėtų prisiimti didesnę riziką, vystyti struktūrinį bendradarbiavimą su platintojais ar kitomis žiniasklaidos priemonėmis ir tvarkyti savo katalogus bei jais naudotis. Savo ruožtu, turėdamos daugiau nuosavų lėšų, įmonės gali investuoti į didesnius kūrinius, kurie turės daugiau galimybių pasiekti platesnę auditoriją ir sales.

Tikslas – pritraukti 400 mln. EUR investicijų per septynerių metų laikotarpį, tokiu būdu reikšmingai prisidedant prie nuosavo kapitalo finansavimo trūkumo problemos sprendimo²⁶. Tam tikromis sąlygomis platforma taip pat gali būti derinama su valstybių

²⁴ https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en

²⁵ Kultūros ir kūrybos sektorių MVI, vidutinės kapitalizacijos įmonėms ir organizacijoms skirtų naujų finansinių priemonių *ex ante* vertinimas, SQW, 2019 m.

²⁶ Audiovizualiniam sektoriui ir kitiems kūrybos sektoriams trūksta nuosavo kapitalo finansavimo – apie 399–648 mln. EUR per metus. Šaltinis – Kultūros ir kūrybos sektorių MVI, vidutinės kapitalizacijos įmonėms ir organizacijoms skirtų naujų finansinių priemonių *ex ante* vertinimas, SQW, 2019 m.

narių ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo planais, finansuojamais pagal priemonę „Next Generation EU“²⁷.

Investavimo platforma bus papildyta investuotojų pajėgumų stiprinimo veikla, kuria siekiama gilinti jų žinias apie pasaulines produkcijos kūrimo ir platinimo rinkas ir su jomis susijusią riziką, taip pat teikti jiems informaciją apie rinką. 2021 m. bus surengta investuotojų konferencija, siekiant suburti ir sutelkti investuotojų bendruomenę.

Be to, remiantis patirtimi, įgyta įgyvendinant kultūros ir kūrybos sektorių garantijų priemonę, tokio pobūdžio investicijomis besidominčioms audiovizualinio sektoriaus įmonėms bus pasiūlyta pasirengimo investicijoms veiksmų. Joms bus pateiktos specialiai parengtos gairės, pritaikytos jų verslo strategijai, siekiant pritraukti investuotojų ir nustatyti perspektyviausius projektus.

3 VEIKSMAS. NEWS – naujienų žiniasklaidos sektoriui skirtų kompleksinių veiksmų ir paramos iniciatyva

- *Geresnės galimybės gauti finansavimą: paskolos ir bandomoji nuosavo kapitalo iniciatyva*
- *Investuotojų ir žiniasklaidos pajėgumų stiprinimas*
- *Parama naujienų žiniasklaidai siekiant bendradarbiavimu grindžiamos transformacijos*
- *Europos naujienų žiniasklaidos forumas*

Skirta: Europos naujienų žiniasklaidos įmonėms, žurnalistams ir susijusioms organizacijoms

Naujienų žiniasklaida yra ne tik ekonomikos sektorius, bet ir viešoji gėrybė. Naujienų žiniasklaidos priemonėms reikia laiko, stabilumo ir išteklių, kad galėtų parengti nepriklausomą ir patikimą turinį. Tai apima poreikį stiprinti žiniasklaidos pajėgumus analizuoti ir perteikti mokslinę informaciją svarbiausiais visuomenės klausimais, pavyzdžiui, sveikatos ir klimato kaitos srityse. Tačiau pastaruosius kelerius metus dėl kintančių pajamų modelių ir perėjimo prie skaitmeninių technologijų žiniasklaidos sektorius nuolat keitėsi. Tam tikrais atvejais, sumenkus pajamoms, žiniasklaidos priemonės, visų pirma vietos ir regionų lygmens, turėjo nutraukti veiklą, dėl to mažose rinkose nyksta naujienų žiniasklaida. Taip pat sumažėjo žiniasklaidos priemonių, siunčiančių korespondentus į užsienį, o tai gali turėti neigiamos įtakos rengiant išsamius tyrimus ir profesionalius pranešimus. COVID-19 krizė gali paspartinti šias tendencijas. Tuo tarpu Europos piliečiai labiau nei bet kada anksčiau naudojami naujienų žiniasklaida – tai matyti iš didėjančio skaitytojų ir žiūrovų skaičiaus²⁸.

²⁷ Pagal Komisijos pasiūlymą dėl reglamento, kuriuo nustatoma ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonė (COM(2020) 408 *final*). 8 straipsnyje nustatyta, kad parama pagal ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonę papildoma parama, teikiama pagal kitus Sąjungos fondus ir programas. 22 straipsnyje nustatyta, kad Komisija ir valstybės narės užtikrina veiksmingą ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonės ir kitų Sąjungos programų tarpusavio koordinavimą.

²⁸ <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/surveyKy/2262>

Komisija pradės įgyvendinti iniciatyvą NEWS, siekdama naujienų žiniasklaidos sektorių paremti kompleksinėmis priemonėmis. Įgyvendinant šią iniciatyvą bus visapusiškai nagrinėjami uždaviniai, su kuriais susiduria naujienų žiniasklaidos pramonė, ir pateikiamas nuoseklus atsakas, sutelkiant įvairias finansavimo priemones į vieną vietą. Tai padidins pagal įvairius finansavimo srautus remiamų veiksmų nuoseklumą, matomumą ir poveikį, kartu visiškai atsižvelgiant į žiniasklaidos nepriklausomumą.

Komisija sudarys palankesnes sąlygas gauti finansavimą, skatindama paskolas ir nuosavo kapitalo finansavimą:

- Siekiant užtikrinti naujienų žiniasklaidos likvidumą, bus sudarytos palankesnės sąlygos gauti paskolas, nes bus taikoma „InvestEU“ garantija, remiantis patirtimi, įgyta įgyvendinant kultūros ir kūrybos sektorių garantijų priemonę ir Europos strateginių investicijų fondą.
- Kalbant apie naujienų žiniasklaidą, kuriai reikia investicijų, Komisija sieks pagal programą „InvestEU“ parengti nuosavu kapitalu grindžiamą bandomąjį projektą, kuriuo būtų galima, be kita ko, novatoriškai remti naujienų žiniasklaidos sektorių, kartu investuojant filantropų, fondų ir kitų privačių partnerių lėšas.

Šiuos veiksmus papildys pajėgumų stiprinimo paslaugos, kuriomis investuotojams ir žiniasklaidai siekiama suteikti daugiau žinių apie Europos naujienų žiniasklaidos rinką ir padidinti Europos žiniasklaidos priemonių, visų pirma vietos žiniasklaidos, pasirengimą investicijoms. Taip bus užmegztas dialogas ir skatinamas bendradarbiavimas su galimais investuotojais ir sudarytos palankesnės sąlygos investicijoms.

Be to, speciali parama dotacijų forma bus teikiama pagal programos „Kūrybiška Europa“ tarpsektorinę paprogramę, skirtą bendradarbiavimu grindžiamoms partnerystėms naujienų žiniasklaidos srityje. Dotacijomis bus remiamas naujų verslo modelių, visų pirma vietos žiniasklaidos, bandymas, pagalba žiniasklaidai rengiant verslo ir redakcinius standartus, bendradarbiavimu grindžiamos ir tarpvalstybinės žurnalistikos skatinimas, specialistų mokymas ir judumas, taip pat dalijimasis geriausios patirties pavyzdžiais. Siekiant kuo didesnio poveikio, bus sudarytos palankesnės sąlygos tinklaveikai įgyvendinant atrinktus projektus.

Komisija reguliariai keisis informacija su pramonės atstovais, kad parengtų naujienų žiniasklaidos inovacijų darbotvarkę, kuri galėtų padėti sektoriui klestėti skaitmeninėje ekonomikoje ir visuomenėje. Šiuo tikslu Komisija sukurs Europos naujienų žiniasklaidos forumą, kuriame bendradarbiaus su suinteresuotaisiais subjektais, įskaitant žiniasklaidos reguliavimo institucijas, žurnalistų atstovus, savireguliacijos įstaigas (žiniasklaidos ir spaudos tarybas), pilietinę visuomenę ir tarptautines organizacijas.

3. PERTVARKA

Šio skirsnio tikslas – skatinti ilgalaikį Europos žiniasklaidos pramonės atsparumą ir konkurencingumą, kartu remiant dvejopą – skaitmeninę ir žaliąją – pertvarką. Tai taip pat svarbu siekiant remti esminį sektoriaus vaidmenį tenkinant visuomenės poreikius ir puoselėjant Europos vertybes.

Kaip ir daugelyje pramonės sektorių, duomenų technologijos yra žiniasklaidos sektoriaus transformacijos pagrindas²⁹. Visų pirma, remiantis auditorijos tyrimo duomenimis tose

²⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0066&from=EN>

sirtyse, kur Europos pasauliniai konkurentai užima palankią padėtį, pavyzdžiui, suasmeninto turinio kūrimo ir reklamos srityje, galima taikyti naujus verslo modelius, grindžiamus glaudesniais tiesioginiais ryšiais su klientais³⁰. Svarbus pavyzdys – reklama. Šioje srityje internetas aplenkė televiziją ir 2015 m. tapo pagrindiniu kanalu. Nuo to laiko jo pozicijos nuolat stiprėja. 2018 m. internetinės reklamos išlaidos iš viso sudarė daugiau kaip 50 mlrd. EUR, televizinės reklamos – mažiau kaip 40 mlrd. EUR³¹.

Be to, dėl išmaniųjų telefonų populiarumo toliau didėja vartotojų duomenų prieinamumas. Skaitytojų, kurie skaito naujienas naudodamiesi išmaniaisiais telefonais, dalis padidėjo nuo 39 proc. 2014 m. iki 48 proc. 2020 m. Tai suteikia naujų galimybių kurti, reklamuoti ir platinti turinį prie skaitytojų poreikių pritaikytais formatais.

Atsižvelgiant į tai, būtina užtikrinti duomenų apsaugą³², kad būtų sustiprintos asmenų pagrindinės teisės skaitmeniniame amžiuje ir sudarytos palankesnės sąlygos verslui, patikslinant įmonėms ir viešosioms įstaigoms bendrojoje skaitmeninėje rinkoje taikomas taisykles.

Besiformuojanti įtraukiojo turinio sritis taip pat yra sektorius, kurio potencialas iš esmės neištirtas ir kuriame būtų galima kurti žiniasklaidos sektoriaus ir kitų pagrindinių Europos pramonės šakų sinergiją.

Europos žiniasklaidos sektorius neturi atsilikti nuo žaliosios pertvarkos. Todėl, laikantis Europos žaliojo kurso tikslų³³ – iki 2050 m. neutralizuoti poveikį klimatui, atsieti ekonomikos augimą nuo išteklių naudojimo, atkurti biologinę įvairovę ir mažinti taršą – bus imtasi sektoriaus poveikio aplinkai mažinimo veiksmų.

4 VEIKSMAS. Inovacijų diegimas naudojantis Europos žiniasklaidos duomenų erdve ir naujų verslo modelių skatinimas

- *Sukurti žiniasklaidos duomenų erdvę siekiant padėti žiniasklaidos įmonėms dalytis duomenimis ir kurti novatoriškus sprendimus*
- *Europos žiniasklaidos perspektyvos: žiniasklaidos tendencijų analizės ataskaita*

Skirta: Europos leidėjams, transliuotojams, radijui, reklamos įmonėms, žiniasklaidos MVĮ, technologijų teikėjams, turinio ir technologijų startuoliams, turinį kuriantiems kūrybininkams, kūrėjams, platintojams

Kad Europos žiniasklaidos įmonės taptų novatoriškesnės ir konkurencingesnės, jos turėtų turėti išgalių priimti geresnius sprendimus ir diegti pažangesnius sprendimus, pagrįstus remiantis duomenimis suformuotomis išvalgomis. Komisija siūlo tai įgyvendinti skatinant sukurti Europos žiniasklaidos duomenų erdvę. Ši iniciatyva grindžiama Europos duomenų strategija³⁴ ir bus įgyvendinama visapusiškai laikantis duomenų apsaugos teisės aktų.

³⁰ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

³¹ Europos audiovizualinė observatorija.

³² https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_lt

³³ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_lt

³⁴ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-data-strategy_lt

Duomenų erdvės gali pakeisti kūrybininkų, kūrėjų ir platintojų bendradarbiavimo būdą. Jose saugomi atitinkami žiniasklaidos duomenys, pavyzdžiui, turinys, auditorijos tyrimo duomenys ir turinio metaduomenys, taip pat kitų rūšių duomenys apie naudotojų elgesį, kurie gali būti naudingi kuriant geriau prie vartotojų poreikių pritaikytą turinį ir veiksmingiau jį platinant.

Žiniasklaidos duomenų erdvės iniciatyva, finansuojama pagal programą „Europos horizontas“ ir Skaitmeninės Europos programą, padės spaudos leidėjams, transliuotojams, kitoms žiniasklaidos įmonėms ir technologijų teikėjams sukurti duomenų erdvę, skirtą žiniasklaidos prietaikoms. Skaitmeninės Europos programa padės įdiegti duomenų infrastruktūrą ir nustatyti duomenų sąveikumo strategiją. Vadovaujantis Europos duomenų strategija ir naująja horizontaliojo duomenų valdymo iniciatyva³⁵, į ją taip pat bus įtrauktos moderniausios priemonės ir paslaugos, reikalingos duomenims valdyti ir tvarkyti, nustatytos dalijimosi duomenimis ir jų naudojimo sąlygos, įskaitant intelektinę nuosavybę, duomenų apsaugą ir konkurencijos taisykles. Iniciatyva bus parengta atsižvelgiant į didelės suinteresuotųjų subjektų bendruomenės indėlį.

Duomenų infrastruktūra turėtų galėti naudotis ir visuomeninės, ir komercinės žiniasklaidos subjektai – tiek dideli, tiek maži, veiklą dar tik pradėdantys ar jau įsitvirtinę subjektai. Pavyzdžiui, keli ES naujienų leidėjai, skatindami konkurenciją ir laikydamiesi duomenų apsaugos taisyklių, galėtų sutelkti savo turinį ir klientų duomenis, kad parengtų naujienas nacionalinei auditorijai, o atitinkamas turinys būtų automatiškai išverstas į jų kalbas. Duomenų erdvė taip pat galėtų suteikti vertingų išvalgų tarnyboms, kurios siekia didinti žiniasklaidos turinio (naujienų ir pramoginio turinio) kitose valstybėse randamumą, taip pat sudaryti palankesnes sąlygas kūrybos sektoriaus MVI naudotis kompiuterijos ištekliais. Be to, būtų galima pasinaudoti sinergija su kitų kūrybos sektorių (pavyzdžiui, kultūros paveldo duomenų erdvės) ir pramonės sektorių (pavyzdžiui, mažmeninės prekybos, automobilių) duomenų rinkiniais.

Pagal programą „Europos horizontas“ taip pat bus remiamos novatoriškos prietaikos ir technologijos žiniasklaidos srityje. Investuojant į modulinės ir atvirojo kodo infrastruktūros žiniasklaidos elementus būtų galima sudaryti palankesnes sąlygas kurti naujus verslo modelius ir juos diegti tradicinėje ir naujoje žiniasklaidoje, taip suteikiant piliečiams daugiau galimybių susipažinti su informacija iš įvairių šaltinių.

Siekdama sustiprinti savo žinių bazę ir pagrįsti būsimas politikos iniciatyvas, Europos Komisija kas dvejus metus rengs žiniasklaidos pramonės perspektyvų ataskaitą. Joje bus nagrinėjamos žiniasklaidos tendencijos – pradėdant technologijų pažangą ir baigiant naujais produkcijos kūrimo ir vartojimo modeliais – ir analizuojamas jų galimas poveikis Europos žiniasklaidos rinkai ir verslo modeliams.

5 VEIKSMAS. Europos virtualiosios ir papildytosios realybės sektoriaus koalicijos skatinimas

- *Virtualiosios ir papildytosios realybės sektoriaus koalicija pramonės sektorių bendradarbiavimui skatinti ir Europos pirmavimui užtikrinti*
- *Virtualiosios realybės medijų laboratorija naujų pasakojimo ir bendravimo būdų kūrimo projektams*

³⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/ip_20_2102

Skirta: Europos virtualiosios ir papildytosios realybės sektoriaus įmonėms ir specialistams bei pramonės šakoms, kuriose naudojamos virtualiosios ir papildytosios realybės prietaikos

Įtraukiosios technologijos ir kokybiškas turinys leidžia kurti naujas prietaikas ir naudojimo būdus, taip pat naujas bendravimo su auditorija formas. Taikant įtraukiąsias technologijas užtikrinama patrauklesnė ir įtrauki patirtis įvairiose srityse, pavyzdžiui, žiniasklaidos, pramogų, kultūros, sveikatos priežiūros, dizaino, architektūros, gamybos, švietimo, turizmo, mados, mokymo ar mažmeninės prekybos.

Iki 2030 m. virtualiosios realybės ir papildytosios realybės sektorius prie pasaulio ekonomikos gali prisidėti maždaug 1,3 trln. EUR, palyginti su 39 mlrd. EUR 2019 m.³⁶

Nors dauguma didžiųjų rinkos dalyvių šiuo metu yra Azijoje ir JAV, Europa taip pat turi daug galimybių įgyti pranašumą šių technologijų rinkoje³⁷. Nuo XX a. paskutiniojo dešimtmečio ES mokslinių tyrimų fondų lėšomis paremta daugiau kaip 450 virtualiosios ir papildytosios realybės projektų, kurių bendra vertė viršija 1 mlrd. EUR.

Išskirtinį konkurencinį pranašumą kuriant turinį Europa turi dėl didelės kultūros įvairovės: garsūs kultūros sektoriaus subjektai, pavyzdžiui, ARTE, Venecijos kino festivalis ir Nacionalinis kino centras, aktyviai nagrinėja ir remia virtualiosios realybės potencialą. Europoje taip pat dirba aukštos kvalifikacijos darbuotojai, gebantys kurti 3D modelius ir kompiuterinį turinį žaidimų pramonei ir virtualiosios realybės animacijai.

Remiantis Europos kūrybiškumu ir tvirta mokslinių tyrimų baze, virtualiosios ir papildytosios realybės turinys, techniniai sprendimai ir prietaikos gali skatinti inovacijas kituose pramonės sektoriuose, pavyzdžiui, gamybos pramonėje, tobulinant produktų kūrimą ir procesus. Be to, jie atlieka svarbų vaidmenį pertvarkant turizmo sektorių ir padedant kūrybos pramonei, pavyzdžiui, mados ar architektūros pramonei, kurti naujus verslo modelius, didinti gamybos efektyvumą mažinant atliekų kiekį ir gerinti klientų patirtį.

Tačiau Europos virtualiosios ir papildytosios realybės sektoriui būdingas fragmentiškumas įvairiais lygmenimis – sektoriaus šakų, dalyvių ir prietaikų. Todėl Komisija siūlo įsteigti virtualiosios ir papildytosios realybės sektoriaus koaliciją, kuri skatintų sektoriaus šakų tarpusavio bendradarbiavimą ir sąveiką ir užtikrintų Europos pirmavimą šioje itin svarbioje, augančioje rinkoje. Virtualiosios ir papildytosios realybės sektoriaus koalicija, skatindama bendrus veiksmus ir įsipareigojimus, sudarytų sąlygas sinergijai.

Koalicija bus grindžiama plačiu, tarpsektoriniu požiūriu, įtraukiant pramonės įmones, technologijų teikėjus ir kūrėjus. Koalicija atspindėtų šią įgūdžių įvairovę ir ją sudarytų svarbūs įvairių sektorių dalyviai – pradedant turinio kūrimu ir platinimu, baigiant technologijų prieinamumu, taip pat inovacijomis ir verslo plėtra. Ją sudarytų nariai, atstovaujantys nacionalinėms ar regioninėms virtualiosios ir papildytosios realybės asociacijoms, įvairūs pramonės atstovai, kuriems galėtų būti naudingas platesnio masto virtualiosios ir papildytosios realybės technologijų naudojimas kuriant ir naudojant turinį.

³⁶ <https://www.pwccn.com/en/tmt/economic-impact-of-vr-ar.pdf>

³⁷ https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/vr_ecosystem_eu_report_0.pdf

Iki 2021 m. pabaigos koalicija pateiktų strateginį dokumentą, kuriame būtų nurodyta: a) kokių mastu virtualioji ir papildytoji realybė diegiama žiniasklaidos sektoriuje; b) tinkamiausio virtualiosios ir papildytosios realybės diegimo žiniasklaidos sektoriuje tikslai, kurie turi būti pasiekti iki 2026 m.; c) konkretūs įsipareigojimai, kaip pramonė prisidės siekiant šių tikslų.

Taip pat bus sukurta Virtualiosios realybės medijų laboratorija, siekiant remti kūrybinį bendradarbiavimą įgyvendinant naujų pasakojimo ir bendravimo virtualioje ir papildytoje realybėje būdų kūrimo projektus. Tai sudarys sąlygas įvairių profesinių grupių atstovams (žurnalistams, filmų kūrėjams, žaidimų dizaineriams, programuotojams, mokslininkams) kartu dirbti ir mokytis vieniems iš kitų. Pagal finansuojamus projektus daugiausia dėmesio bus skiriama pramoginiam, kultūriniam ir naujienų turiniui, taip pat virtualiosios realybės prietaikoms, skirtoms kitoms pramonės šakoms, pavyzdžiui, turizmui, ir sritims, pavyzdžiui, švietimui.

6 VEIKSMAS. Neutralaus poveikio klimatui audiovizualinio sektoriaus kūrimas

- *Struktūrinis keitimasis geriausia patirtimi su pramonės subjektais ir (sub)nacionaliniais kino ir audiovizualinio sektoriaus fondais*

Skirta: Europos audiovizualinio sektoriaus įmonėms ir specialistams

Žiniasklaidos sektorius daro didelį poveikį aplinkai. Kitaip nei daugelio kitų Europos pramonės šakų, šios pramonės šakos išmetamas CO₂ kiekis Europoje nuolat didėja – dėl nuolat didėjančio žiniasklaidos, ypač transliacijų internetu platformų, naudojimo.

Audiovizualiniame sektoriuje šis kiekis svyruoja nuo 35 MtCO₂e (anglies dioksido ekvivalento metrinių tonų) televizijos serijos atveju iki 1 000 MtCO₂e ilgametražio filmo atveju³⁸. Rodant vieną Europos ilgametražį filmą išmetama vidutiniškai 192 tonos CO₂. Didelė tarptautinė (bendra) produkcija gali daryti daug didesnę poveikį – iki kelių tūkstančių tonų CO₂.

Atsižvelgdama į ES tikslą iki 2050 m. neutralizuoti poveikį klimatui, Komisija glaudžiai bendradarbiaus su pramone ir (sub)nacionaliniais kino ir audiovizualinio sektoriaus fondais, siekdama dalytis esama geriausia patirtimi³⁹ ir susitarti dėl bendrų priemonių ir žaliųjų standartų. Transliacijų internetu platformos, kurių anglies pėdsako dalis didėja dėl augančio vartojimo, taip pat bus raginamos pateikti savo sumanymus ir iniciatyvas.

Komisija parengs ekologiško produkcijos kūrimo ir paslaugų teikimo geriausios patirties vadovą. Šis metodas bus laipsniškas, siekiant didinti informuotumą ir skatinti pramonę pradėti įgyvendinti tvaresnius sprendimus. Jis papildys Komisijos veiksmus, numatytus Skaitmeninėje strategijoje⁴⁰, kad infrastruktūra, pavyzdžiui, duomenų centrai ir

³⁸ Europos audiovizualinės pramonės žalinimas. Geriausios strategijos ir jų sąnaudos (bus paskelbta 2021 m.)

³⁹ Svarbus gerosios patirties šaltinis ir bendradarbiavimo platforma bus Europos klimato paktas. Europos Komisija pradės jį įgyvendinti 2020 m. gruodžio mėn.

⁴⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/content/european-digital-strategy>.

telekomunikacijų tinklai, taptų neutralūs klimato požiūriu, efektyviai vartotų energiją ir būtų tvarūs.

4. SĄLYGŲ SUDARYMAS IR GALIMYBIŲ SUTEIKIMAS

Europiečiai turėtų būti skaitmeninio dešimtmečio pirmūnai. Naujausi Europos teisės aktai, pavyzdžiui, peržiūrėta Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva (AŽPD) ir autorių teisių reforma, padeda užtikrinti didesnę visų žiniasklaidos subjektų, įskaitant interneto platformas, atsakomybę už pažeidžiamų žiniasklaidos naudotojų grupių, ypač nepilnamečių, apsaugą. Jais taip pat stiprinamos Europos kūrėjų teisės.

Remiantis šia tvirta reglamentavimo aplinka, šiame skirsnyje aprašomos iniciatyvos, kuriomis siekiama sudaryti sąlygas Europos žiniasklaidos įmonėms ir talentams klestėti Europos ir pasaulio rinkose. Šiomis iniciatyvomis atsižvelgiama į tai, kad piliečiai turi turėti galimybę internete rasti ir rinktis įvairų kokybišką turinį ir gebėti sklandžiai ir veiksmingai naršyti šiuolaikinėje žiniasklaidos aplinkoje.

Nors ypatingas dėmesys bus skiriamas Europos jaunimui, visų socialinių sluoksnių ir amžiaus grupių europiečiai, įskaitant pagyvenusius žmones, galės aktyviai ir kritiškai naudotis žiniasklaidos turiniu.

7 VEIKSMAS. Siekis užtikrinti didesnę audiovizualinio turinio prieinamumą visoje ES

- *Pradėti dialogą su audiovizualiniu sektoriumi, siekiant susitarti dėl konkrečių veiksmų, kad būtų suteikta daugiau galimybių naudotis audiovizualiniu turiniu ir padidintas jo prieinamumas ES viduje tarpvalstybiniu mastu*

Skirta: audiovizualinei pramonei (kūrėjams, transliuotojams, užsakomųjų vaizdo paslaugų teikėjams, platintojams ir kt.), vartotojų organizacijoms ir kitoms suinteresuotosioms šalims, pavyzdžiui, nacionaliniams kino fondams

Prasidėjus COVID-19 krizei, naudojimas internetu ir internetinėmis audiovizualinėmis paslaugomis namuose proporcingai didėjo, kaip ir namų ūkių noras investuoti į pramogų namuose technologijas⁴¹. Krizė suteikia pramonei galimybę internetu pasiekti platesnę auditoriją. Pagal neseniai priimtą Turinio perkeliavimo reglamentą⁴² Europos piliečiai gali turiniu, kurį nusipirko arba užsiprenumeravo, naudotis keliaudami visoje ES, ir tai jau davė praktinės naudos⁴³.

⁴¹ „PwC“ ataskaitoje „Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024“ teigiama, kad dėl COVID-19 krizės 2020 m. daugiausia pajamų bus gauta iš prenumeruojamų užsakomųjų vaizdo paslaugų ir numatoma, kad per ateinančius penkerius metus jos dar labiau išaugs ir 2024 m. bus dukart didesnės. Taip pat išaugo pasaulinė transliacijos internetu paslaugų apyvarta – 2020 m. ji padidėjo 26 proc.

⁴² 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2017/1128 dėl internetinių turinio paslaugų tarpvalstybinio perkeliavimo vidaus rinkoje.

⁴³ Keliaujantys europiečiai dažnai pripažįsta, kad taisyklės svarbios jų kelionėms. Beveik pusė (49 proc.) europiečių, kurie nemokamai arba už tam tikrą mokestį prenumeruoja internetines turinio paslaugas ir keliauja po ES, bandė pasinaudoti šiomis paslaugomis lankydami kitoje ES šalyje. 2019 m.

Kalbant apie audiovizualinio turinio prieinamumą internete, didelė tikimybė, kad jis didės: iš Reglamento dėl nepagrįsto geografinio blokavimo peržiūros ataskaitos⁴⁴ matyti, kad audiovizualinių kūrinių katalogai valstybėse narėse labai skiriasi. Vidutiniškai tik 14 proc. filmų naudojantis užsakomosiomis vaizdo paslaugomis yra prieinami visose valstybėse narėse⁴⁵.

Iš neseniai atliktos „Eurobarometro“ apklausos matyti, kad daugiau kaip trečdalis interneto naudotojų suinteresuoti turėti prieigą prie audiovizualinio turinio tarpvalstybiniu mastu⁴⁶. Šias išvadas patvirtina naujausi Europos audiovizualinės observatorijos duomenys, pagal kuriuos ES filmai vidutiniškai prieinami ne daugiau kaip trijų iš 27 ES šalių užsakomųjų vaizdo paslaugų platformose⁴⁷. Tai yra puikus neišnaudoto potencialo ir įvairovės, kuri galėtų džiuginti europiečius, pavyzdys.

Audiovizualinė pramonė turėtų turėti galimybę pasinaudoti Europos, kaip savo vietinės rinkos, teikiama nauda ir naujomis vartojimo tendencijomis, suteikdama internetinę prieigą prie daugiau kūrinių įvairiose valstybėse narėse.

Siekdama padėti audiovizualiniam sektoriui prisitaikyti prie šios transformacijos, Komisija ketina užmegzti su juo dialogą. Šis dialogas padės susitarti dėl konkrečių veiksmų siekiant pagerinti prieigą prie audiovizualinio turinio ir padidinti jo prieinamumą tarpvalstybiniu mastu, vykdant tolesnę veiklą, susijusią su Reglamento dėl nepagrįsto geografinio blokavimo peržiūra. Tai leistų pramonei plėstis ir pasiekti naują auditoriją ir būtų naudinga Europos piliečiams, nes jie turėtų daugiau pasirinkimo galimybių.

Dialoge dalyvaus audiovizualinės pramonės atstovai (kūrėjai, transliuotojai, užsakomųjų vaizdo paslaugų teikėjai, platintojai ir kt.), vartotojų organizacijos ir kitos suinteresuotosios šalys, pavyzdžiui, nacionaliniai kino fondai; dialogas vyks 2021 m. Dialogo metu būtų galima išsikelti konkrečius tikslus didinti audiovizualinių kūrinių sklaidą visoje ES ir nustatyti būdus jiems pasiekti.

Komisija, bendradarbiaudama su audiovizualiniu sektoriumi, stebės pažangą siekiant konkrečių tikslų ir nuspręs dėl tolesnių veiksmų, įvertindama įvairias galimybes, įskaitant intervencinius teisėkūros veiksmus.

Be to, kino teatrai turėtų išlikti kultūros vietomis, siūlančiomis didesnes socialinės sąveikos galimybes. Šiuo tikslu Komisija, naudodamasi programos „Kūrybiška Europa“

„Eurobarometro“ apklausa Nr. 477a „Prieiga prie turinio internete ir internetinių turinio paslaugų tarpvalstybinis perkeliamumas. Tarpvalstybinio perkeliamumo tyrimas“.

⁴⁴ Komisijos ataskaita Europos Parlamentui, Tarybai, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui dėl Reglamento dėl nepagrįsto geografinio blokavimo pirmosios trumpojo laikotarpio peržiūros. Pateikiama adresu <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>.

⁴⁵ Įvairiose šalyse esama didelių skirtumų, pavyzdžiui, žiūrovai Graikijoje turi prieigą tik prie 1,3 proc. internetu siūlomų filmų ES, o Vokietijoje – 43,1 proc. Šaltinis – Komisijos tarnybų darbinis dokumentas dėl Reglamento dėl nepagrįsto geografinio blokavimo pirmosios trumpojo laikotarpio peržiūros.

⁴⁶ Greitoji „Eurobarometro“ apklausa Nr. 477b, 2019 m.

⁴⁷ Europos audiovizualinės observatorijos ataskaita „Film and TV content in VOD catalogues 2020 Edition“.

paprograme MEDIA, ieškos būdų, kaip skatinti kino teatrus toliau gerinti kino teatrų lankytojų patirtį.

8 VEIKSMAS. Europos žiniasklaidos talentų ugdymas

- *Naujos mentorystės programos Europos žiniasklaidos talentams*
- *Įgyvendinant paprogramę MEDIA rengiami naujokams skirti kursai, kuriuose jauniems žiniasklaidos specialistams teikiami intensyvūs praktiniai mokymai*
- *Įvairovės prieš vaizdo kamerą ir už jos skatinimo kampanija*
- *Pagal paprogramę MEDIA sukurtas rinkos portalas, padedantis atrasti perspektyviausius Europos startuolius, veikiančius žiniasklaidos sektoriuje, ir sudaryti sąlygas jiems klestėti*
- *Startuoliams ir veiklą plečiančioms įmonėms atviros kūrybinių inovacijų laboratorijos*

Skirta: Europos audiovizualinio sektoriaus specialistams, novatoriškoms Europos žiniasklaidos įmonėms (iš audiovizualinio ir kitų sektorių)

Žiniasklaidos pramonės talentai, neatsižvelgiant į sektorių ir jų buvimo vietą Europoje, yra šios pramonės konkurencingumo pagrindas.

Tačiau visuomenės grupės vis dar mano, kad kai kurios profesijos yra nepasiekiamos. Tai matyti, pavyzdžiui, iš nepakankamo moterų, einančių su sprendimų priėmimu susijusias pareigas audiovizualiniame sektoriuje, skaičiaus⁴⁸.

Komisija skatins taikyti mentorystės praktiką, kuri pasirodė esanti labai sėkminga per mokymo projektus audiovizualiniame sektoriuje, kurie pastaraisiais metais buvo remiami pagal programos „Kūrybiška Europa“ paprogramę MEDIA⁴⁹. Tokios mentorystės programos bus rengiamos įvairiais formatais, pasinaudojant visomis skaitmeninių technologijų teikiamomis kūrybinėmis ir verslo galimybėmis.

Be to, bus pradėta informavimo kampanija, kurios tikslas – skatinti įvairovę ne tik prieš vaizdo kamerą, bet ir už jos, siekiant pagerinti įvairių atstovavimą ir pateikti naujų sumanymų, išgirsti naujus pasakojimus ir nuomones. Kampanija bus grindžiamas Komisijos komunikatas „Lygybės sąjunga. 2020–2025 m. ES kovos su rasizmu veiksmų planas“⁵⁰, ES LGBTIQ asmenų lygybės strategija⁵¹ ir ES romų lygybės, įtraukties ir dalyvavimo strateginis planas⁵².

⁴⁸ Pagal 2020–2025 m. ES lyčių lygybės strategiją Komisija toliau rems lyčių lygybę skatinančius projektus pagal programą „Kūrybiška Europa“, įskaitant iniciatyvą „Music Moves Europe“, taip pat pristatys lyčių lygybės audiovizualinėje pramonėje strategiją, kuri bus naujos paprogramės MEDIA dalis, ir teiks finansinę paramą bei užtikrins struktūrinį dialogą, mentorystę ir mokymą filmų kūrėjoms, prodiuserėms ir scenaristėms.

⁴⁹ https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/training_en

⁵⁰ https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-anti-racism-action-plan-2020-2025_en

⁵¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/ip_20_2068

⁵² https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-eu/roma-equality-inclusion-and-participation-eu_lt

Įkvepiančių sektinų pavyzdžių akcentavimas yra esminis žingsnis skatinant galimybes užsiimti šiomis profesijomis užtikrinant didesnę profilių įvairovę. Taigi kampanija bus siekiama atkreipti dėmesį į Europos specialistus, kad būtų skatinama profesijų įvairovė, o moterys ir nepalankioje padėtyje esančių visuomenės grupių atstovai, pavyzdžiui, neįgalieji, rasinei ar etninei mažumai priklausantys asmenys, apsvarstytų šias karjeros galimybes.

Be to, įgūdžių ugdymo iniciatyvos pagal programą „Kūrybiška Europa“ bus stiprinamos organizuojant intensyvaus mokymo kursus (naujokams skirtus kursus pagal paprogramę MEDIA), kuriuose jauni žiniasklaidos srities talentai iš visos Europos galės įgyti praktinės patirties tokiose srityse kaip novatoriški pasakojimai, nauji verslo modeliai, naujos postprodukcijos technologijos, taip pat įgyti įgūdžių teikti prieinamą turinį.

Įgyvendinant programos „Kūrybiška Europa“ paprogramę MEDIA taip pat bus vykdomos kitos iniciatyvos, pavyzdžiui, „Inovacijų radaras“⁵³, „Startup Europe“⁵⁴ ir „Media Motor Europe“⁵⁵, kuriomis siekiama atrasti perspektyviausius Europos startuolius, veikiančius žiniasklaidos sektoriuje. Tuo tikslu pagal iniciatyvą „Startup Europe“ bus paskelbtas kvietimas pareikšti susidomėjimą, skirtas kūrybos ir žiniasklaidos technologijų bendruomenėms, siekiant nustatyti perspektyvias įmones.

Programos „Kūrybiška Europa“ paprogramė MEDIA taip pat bus naudinga šioms įmonėms ir padės joms klestėti sparčiai kintančiame audiovizualiniame sektoriuje. Tokios įmonės galėtų pasinaudoti geresnėmis galimybėmis gauti rinkos paramą pagal programą „Kūrybiška Europa“, per vadinamąją pagal paprogramę MEDIA sukurtą rinkos portalą. Tai apims aktyvų pasirengimą, įskaitant konsultuojamąjį ugdymą ir mentorystę rinkos tendencijų ir padėties nustatymo klausimais, verslo planus, komercializacijos strategijas, siekiant kuo geriau pasinaudoti bendru fiziniu ir virtualiu dalyvavimu svarbiausiose pasaulinėse žiniasklaidos rinkose (Berlyno, Kanų, Venecijos festivaliuose, „GamesCom“, „VR Days“ ir kt.), kurioms suteiktas Europos ženklas.

Startuoliai ir veiklą plečiančios įmonės turės galimybę dalyvauti kūrybinių inovacijų laboratorijose – naujoje iniciatyvoje pagal programos „Kūrybiška Europa“ tarpsektorinę paprogramę. Jose telksis žiniasklaidos ir kitų kūrybos sektorių (pavyzdžiui, muzikos, leidybos) atstovai ir bus atliekami bandymai su duomenimis, virtualiąja ir papildytąją realybe ir kitomis technologijomis, kad būtų kuriamas naujas turinys, nauji verslo modeliai, nauji įgūdžiai, skatinama įvairovės įtrauktis ir tvarumas bei didinamas auditorijos įsitraukimas.

Svarbu pažymėti, kad novatoriškos žiniasklaidos startuoliai ir MVĮ taip pat galės teikti paraiškas dėl paramos pagal programą „Europos horizontas“ Europos inovacijų tarybai⁵⁶ ir Europos inovacijos ir technologijos institutui⁵⁷.

9 VEIKSMAS. Piliečių įgalėjimas

⁵³ <https://www.innoradar.eu/>

⁵⁴ <https://startupeuropeclub.eu/>

⁵⁵ <https://cordis.europa.eu/project/id/871552>

⁵⁶ Žr. EIT bandomąjį projektą adresu <https://ec.europa.eu/research/eic/index.cfm>.

⁵⁷ <https://eit.europa.eu/>

- *Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvoje (AŽPD) numatytų naujų įpareigojimų, susijusių su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, praktinis taikymas (priemonių, kuriomis ugdomas gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis, rinkinys ir valstybėms narėms skirtos gairės)*
- *Parama alternatyvioms žiniasklaidos turinio apibendrinimo paslaugoms kurti*

Skirta: Europos piliečiams, ypač jaunimui; dalijimosi vaizdo medžiaga platformoms

Gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis yra labai svarbus siekiant įgalinti piliečius šiandieninėje žiniasklaidos aplinkoje ir turėtų būti remiamas įgyvendinant įvairias programas ir iniciatyvas, kaip nurodyta Europos demokratijos veiksmų plane. Taip pabrėžiama gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis svarba kovojant su dezinformacija ir skatinamas bendradarbiavimas šioje srityje.

Gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis apima visus techninius, kognityvinius, socialinius, pilietinius ir kūrybinius gebėjimus, kurie suteikia piliečiams galimybę naudotis žiniasklaida, kritiškai ją suprasti ir su ja sąveikauti. Gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis taip pat labai svarbus siekiant suteikti vartotojams galimybę priimti informacija pagrįstus sprendimus ir padėti jiems pasirinkti tvaresnę ir aplinką tausojančią vartojimą. Gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis turėtų būti įtrauktas į mokyklų ugdymo programas, kad vaikai galėtų atsakingai naudotis žiniasklaidos paslaugomis ir būtų geriau pasirengę kovoti su smurto ir dezinformacijos internete keliamą grėsme.

Peržiūroje AŽPD nustatytos konkrečios priemonės, padėsiančios gerinti piliečių gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis. Direktyvoje nustatyta, kad valstybės narės turėtų propaguoti gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis ugdymo priemones ir imtis tokių priemonių (ir pranešti apie tokias priemones Komisijai, remiantis Komisijos gairėmis, kuriomis apibrėžiama tokių ataskaitų taikymo sritis) ir kad dalijimosi vaizdo medžiaga platformos turėtų įdiegti veiksmingas gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis ugdymo priemones bei instrumentus ir didinti naudotojų informuotumą apie tas priemones ir instrumentus.

Veiksmingas šių AŽPD nuostatų įgyvendinimas yra labai svarbus siekiant toliau ugdyti gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis ir didinti turinio prieinamumą visose valstybėse narėse. Todėl, siekdama užtikrinti naujų įpareigojimų praktinį taikymą, ypač skaitmeninėje erdvėje, Komisija kartu su Europos audiovizualinio sektoriaus reguliavimo institucijų grupe (ERGA) ir kitais ekspertais, taip pat palaikydama dialogą su dalijimosi vaizdo medžiaga platformomis, parengs priemonių rinkinį, kuriuo siekiama didinti naudotojų informuotumą, gerinti jų kritinius įgūdžius ir pasirinkimą ir padėti naudotojams pasiekti įvairesnę žiniasklaidos turinį, prieinamą dalijimosi vaizdo medžiaga platformose.

Tikimasi, kad ši iniciatyva bus ypač naudinga jaunesniems naudotojams, kurie turėtų visapusiškai dalyvauti ją plėtojant. Todėl Komisija įsteigs iš besimokančių asmenų ir jaunų žurnalistų sudarytą *ad hoc* konsultacinę grupę, kad ji išbandytų ir skatintų naudoti priemonių rinkinį. Grupėje bus užtikrinta lyčių pusiausvyra, ji bus įtrauki ir įvairi. Tokiu požiūriu bus užtikrinta, kad priemonių rinkiniu būtų veiksmingai atsižvelgiama į jaunesnių naudotojų poreikius ir jiems būtų suteikta daugiau galių internetinėje aplinkoje, be kita ko, kovojant su stereotipais, grindžiamais lytimi, kultūra, religija ar seksualiniais prioritetais. Priemonių rinkinio įgyvendinimas taip pat bus įtrauktas į AŽPD gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis ataskaitas, kurių taikymo sritis bus nustatyta 2021 m. paskelbimose Komisijos gairėse.

Igyvendindama šiuos veiksmus, Komisija taip pat dės daugiau pastangų per kitą Europos gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis savaitę, kad ji būtų dar veiksmingesnė ir įtraukesnė. Atsižvelgdama į tai, Komisija išnagrinės galimą tolesnį bendradarbiavimą su atitinkamomis tarptautinėmis organizacijomis.

Siūlomi veiksmai bus visiškai suderinti su 2021–2027 m. skaitmeninio švietimo veiksmų plano⁵⁸ tikslais ir juos papildys. Šiuo planu bus siekiama užtikrinti, kad švietimas būtų dar labiau pritaikytas padėti besimokantiejiems ugdyti gebėjimą kritiškai nagrinėti, pasirinkti ir vertinti informaciją, visų pirma nustatyti dezinformaciją ir valdyti informacijos perteklių, taip pat ugdyti finansinį raštingumą⁵⁹.

Programa „Europos horizontas“ taip pat padės gerinti piliečių politinį dalyvavimą, skatinant itin svarbų skaitmeninį raštingumą ir prieigą prie pliuralistinio žiniasklaidos turinio.

Siekdama papildyti šiuos veiksmus, Komisija remia pažangių paieškos, aptikimo ir apibendrinimo metodų mokslinius tyrimus ir inovacijas, kad būtų lengviau kurti nepriklausomas alternatyvias naujienų apibendrinimo paslaugas, kuriomis naudojantis būtų galima pasiūlyti įvairius prieinamus informacijos šaltinius.

Auditorijos, ypač jaunimo, informuotumas apie europinį turinį bus didinamas 2021 m. minint programos „Kūrybiška Europa“ paprogramės MEDIA 30-ąsias metines. Bus pradėta kampanija, kuria jaunesnėms kartoms bus skleidžiama informacija apie europinio turinio turtingumą ir įvairovę, atskleidžiant su programa susijusias sėkmės istorijas, projektus ir talentus.

10 VEIKSMAS. Europos žiniasklaidos rinkos veikimo užtikrinimas

- Europos žiniasklaidos reguliavimo institucijų bendradarbiavimo sistemos Europos audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų reguliavimo institucijų grupėje (ERGA) stiprinimas

Skirta: Europos žiniasklaidos reguliavimo institucijoms, Europos audiovizualinės žiniasklaidos pramonės atstovams ir rinkos dalyviams

Pagrindiniai peržiūrėtos AŽPD ir atnaujintos autorių teisių sistemos tikslai – sudaryti iš tikrųjų vienodas sąlygas visiems audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjams ir užtikrinti sąžiningą aplinką kūrėjams ir į turinį investuojantiems subjektams.

Pavyzdžiui, siekiant užtikrinti sąžiningą transliuotojų ir užsakomųjų vaizdo paslaugų platformų konkurenciją propaguojant europinį turinį ir investuojant į jį, peržiūrėtoje AŽPD reikalaujama užtikrinti, kad į užsakomųjų vaizdo paslaugų platformų katalogus būtų įtraukta 30 proc. Europos kūrinių.

⁵⁸ https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_lt

⁵⁹ Gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis svarba taip pat pabrėžta 2020 m. Europos įgūdžių darbotvarkėje, kurioje numatyta, kad Komisija kartu su valstybėmis narėmis sieks naujų Europos suaugusiųjų mokymosi darbotvarkės prioritetų. Taip bus siekiama papildyti atnaujintą Europos bendradarbiavimo švietimo ir mokymo srityje sistemą ir padėti siekti Jungtinių Tautų darnaus vystymosi tikslo.

Veiksmingas ir nuoseklus peržiūrėtos AŽPD ir autorių teisių taisyklių taikymas nacionaliniu lygmeniu bus labai svarbus siekiant užtikrinti, kad jos duotų rezultatų. Kartu bus labai svarbu užtikrinti, kad žiniasklaidos rinkos dalyvių nematerialusis turtas būtų apsaugotas veiksmingai užtikrinant jų intelektualinės nuosavybės teises.

Kalbant apie peržiūrėtą AŽPD, valstybės narės, ypač jų žiniasklaidos reguliavimo institucijos, privalo tinkamai stebėti, ar naujosios taisyklės teisingai taikomos, ir prireikus užtikrinti jų vykdymą⁶⁰. Tam visų pirma reikės:

- nuoseklaus įpareigojimų, susijusių su europiniu turiniu užsakomųjų paslaugų kataloguose, įgyvendinimo (taip pat remiantis neseniai Komisijos paskelbtomis gairėmis)⁶¹;
- nuoseklaus naujų taisyklių dėl Europos kūrinų pastebimumo taikymo, paskelbiant papildomas praktines gaires ir skatinant bendrą požiūrį į bendro intereso turinio pastebimumą⁶²;
- veiksmingo naujų dalijimosi vaizdo medžiaga platformų įpareigojimų vykdymo užtikrinimo.

Šiuo atžvilgiu Komisija įvertins, ar reikia stiprinti bendradarbiavimą Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų reguliavimo institucijų grupėje (ERGA), siekiant užtikrinti, kad jo forma ir aprėptimi būtų prisidedama prie veiksmingo naujų žiniasklaidos taisyklių praktinio veikimo ir padedama spręsti naujus žiniasklaidos rinkų uždavinius. Šiuo tikslu Komisija toliau vertins geriausią tarpvalstybinio bendradarbiavimo patirtį, atidžiai stebėdama ERGA susitarimo memorandumą, kuris turi būti parengtas iki metų pabaigos, rezultatus.

Susitarimo memorandumas yra sektorinis ir savanoriškas bendradarbiavimo mechanizmas, grindžiamas unikalios Europos žiniasklaidos reguliavimo institucijų patirtimi. Jame bus numatyti specialūs Europos žiniasklaidos reguliavimo institucijų bendradarbiavimo ir keitimosi informacija mechanizmai, siekiant spręsti praktinius klausimus ir tarpvalstybinius atvejus, susijusius su peržiūrėtos AŽPD įgyvendinimu, kurie priklauso jų kompetencijos sričiai. Ši iniciatyva, kurioje daugiausia dėmesio skiriama pirmiau minėtoms peržiūrėtos AŽPD reglamentavimo naujovėms, papildys horizontaliąją internetinių paslaugų valdymo sistemą, kuri bus sukurta Skaitmeninių paslaugų aktu. Iki 2021 m. pabaigos Komisija įvertins susitarimo memorandumo veikimą ir prireikus pasiūlys patobulinimų.

⁶⁰ Be naujųjų taisyklių, Direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje taikoma nesąžiningai komercinei veiklai, vykdomai teikiant audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas, kaip antai klaidinančiai ir agresyviai veiklai, jeigu jai netaikomos AŽPD nuostatos. Bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje tinklas pagal Reglamentą (ES) 2017/2394 užtikrina ES vartotojų teisės vykdymą pažeidimų Sąjungos viduje ir Sąjungos mastu atvejais.

⁶¹ Pagal Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos 13 straipsnio 7 dalį teikiamos gairės dėl Europos kūrinų dalies užsakomųjų paslaugų kataloguose apskaičiavimo ir dėl terminų „nedidelė auditorija“ ir „maža apyvarta“ apibrėžčių; https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2020.223.01.0010.01.ENG&toc=OJ:C:2020:223:TOC.

⁶² Peržiūrėtos AŽPD 7a straipsnyje pripažįstama, kad valstybės narės gali imtis priemonių užtikrinti deramą bendro intereso audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų pastebimumą, kad būtų pasiekti tokie tikslai kaip žiniasklaidos pliuralizmas, žodžio laisvė ir kultūros įvairovė. Kalbant apie šią nuostatą, 2020 m. buvo įsteigtas specialus ERGA pogrupis, kad būtų lengviau suprasti jos taikymo sritį ir galimus reguliavimo metodus, kurių valstybės narės gali imtis šioje srityje.

Be to, bendradarbiaudama su valstybėmis narėmis, jų kino fondais bei ERGA ir įtraukdama užsakomąsias platformas, Komisija nagrinės tolesnius būdus, kaip skatinti didesnę užsakomųjų vaizdo paslaugų katalogų įvairovę. Atsižvelgiant į AŽPD tikslą skatinti transliuotojus į savo paslaugas įtraukti tinkamą dalį bendrai sukurtų Europos kūrinių ar Europos kūrinių, kurie yra ne vietinės kilmės, bus siekiama susitarti dėl savanoriškų tikslų, susijusių su didesniu tokių kūrinių skaičiumi, taip pat ir užsakomųjų vaizdo paslaugų kataloguose. Taip bus abipusiškai sustiprintas programos „Kūrybiška Europa“ paprogramės MEDIA tikslas didinti tokių kūrinių matomumą visose platinimo platformose.

Siekiant užtikrinti gerą Europos žiniasklaidos rinkos veikimą, taip pat reikia kovoti su autorių teisių saugomo turinio piratavimu, kuris, nepaisant nedidelio sumažėjimo, tebėra svarbi problema⁶³. Naujų verslo modelių, kuriais pažeidžiamos teisės, atsiradimas kelia sektoriui didelę grėsmę⁶⁴.

Komisija yra įsipareigojusi veiksmingiau užtikrinti intelektinės nuosavybės teises skaitmeninėje aplinkoje, kaip nurodyta Intelektinės nuosavybės veiksmų plane⁶⁵. Visų pirma Komisija pradės diskusijas su sektoriaus atstovais, kad išsiaiškintų, kaip esamas kovos su piratavimu priemonės, pavyzdžiui, draudimus, būtų galima paversti veiksmingesnėmis ir lengviau taikomomis, visų pirma siekiant kovoti su dinamišku ir sienų nepaisančiu internetinių komercinio masto pažeidimų pobūdžiu. Šiomis aplinkybėmis, remiantis Intelektinės nuosavybės veiksmų planu, ypatingas dėmesys bus skiriamas nacionalinių vykdymo užtikrinimo institucijų bendradarbiavimo skatinimui ir tarpvalstybinio vykdymo užtikrinimui.

5. IŠVADA

Šiuo komunikatu Komisija pateikia išsamią žiniasklaidos sektoriaus viziją, kaip išnaudoti tikros Europos žiniasklaidos rinkos potencialą ir pasinaudoti skaitmeniniu dešimtmečiu.

Veiksmai bus įgyvendinami glaudžiai bendradarbiaujant su valstybėmis narėmis, Europos Parlamentu, žiniasklaidos pramone ir visais suinteresuotaisiais subjektais. Šiuo atžvilgiu šis komunikatas bus naudojamas kaip konkrečios veiksmų gairės žiniasklaidai, kuri yra kultūros ir kūrybos ekosistemos dalis, siekiant pasinaudoti skaitmeninės transformacijos teikiama nauda ir skatinti jos konkurencingumą.

⁶³ 2017–2018 m. bendra prieiga prie piratinio turinio muzikos srityje sumažėjo 32 proc., filmų – 19 proc., televizijos turinio – 8 proc. Šaltinis – Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyba, „Online copyright infringement in the EU. Music, films and TV (2017–2018), trends and drivers“. 2019 m. lapkričio mėn.

⁶⁴ Apskaičiuota, kad Europos Sąjungoje (ES 28) 3,6 proc. gyventojų, t. y. 13,7 mln. žmonių, žiūri internetu transliuojamas televizijos programas, naudodamiesi neteisėtais internetiniais šaltiniais. Apskaičiuota, kad iš neteisėtos IPTV prenumeratos rinkos 2018 m. Europos Sąjungoje gauta 941,7 mln. EUR metinių pajamų. Šaltinis – „Illegal IPTV in the EU“, EUIPO, 2019 m. lapkričio mėn. Geresnis intelektinės nuosavybės teisių užtikrinimas taip pat padės spręsti konkrečias problemas, kylančias dėl audiovizualinio turinio sporto srityje piratavimo. Žr. Komisijos pareiškimą dėl sporto renginių organizatorių, pridedamą prie Europos Parlamento teisėkūros rezoliucijos dėl Direktyvos dėl autorių teisių bendrojoje skaitmeninėje rinkoje, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_LT.html.

⁶⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/ip_20_2187

– PRIEDĖLIS. ORIENTACINIS TVARKARAŠTIS

Veiksmas	Detalizuoti veiksmai	Orientacinis tvarkaraštis
1 VEIKSMAS. Paprastesnės galimybės gauti ES paramą	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nauja interaktyvi priemonė, padedanti žiniasklaidos įmonėms naudotis įvairiomis paramos priemonėmis 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2021 m. I ketvirtis
2 VEIKSMAS. MEDIA INVEST investicijoms į audiovizualinę pramonę skatinti	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Speciali investicijų į nuosavą kapitalą platforma, skirta Europos audiovizualinės produkcijos kūrimo ir platinimo strategijoms skatinti ➤ Investicinių projektų portalo kūrimas stiprinant investuotojų pajėgumus ir įmonių pasirengimą investicijoms 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuo 2022 m. I pusmečio ➤ Nuo 2021 m. II pusmečio
3 VEIKSMAS. NEWS – naujienų žiniasklaidos sektoriui skirtų kompleksinių veikslių ir paramos iniciatyva	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Geresnės galimybės gauti finansavimą: paskolos ir bandomoji nuosavo kapitalo iniciatyva ➤ Investuotojų ir žiniasklaidos pajėgumų stiprinimas ➤ Parama naujienų žiniasklaidai siekiant bendradarbiavimo grindžiamos transformacijos ➤ Europos naujienų žiniasklaidos forumas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuo 2022 m. I pusmečio ➤ Nuo 2021 m. II pusmečio ➤ Nuo 2021 m. II pusmečio ➤ Nuo 2021 m. I pusmečio
4 VEIKSMAS. Inovacijų diegimas naudojantis Europos žiniasklaidos duomenų erdve ir naujų verslo modelių skatinimas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sukurti žiniasklaidos duomenų erdvę siekiant padėti žiniasklaidos įmonėms dalytis duomenimis ir kurti novatoriškus sprendimus ➤ Europos žiniasklaidos perspektyvos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuo 2022 m. I pusmečio ➤ Nuo 2021 m. II pusmečio
5 VEIKSMAS. Europos virtualiosios ir papildytos realybės sektoriaus koalicijos skatinimas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Virtualiosios ir papildytosios realybės sektoriaus koalicija pramonės sektorių bendradarbiavimui skatinti ir Europos pirmavimui užtikrinti ➤ Virtualiosios realybės medijų laboratorija naujų pasakojimo ir bendravimo būdų kūrimo projektams 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2021 m. II pusmetis ➤ Nuo 2022 m. I pusmečio
6 VEIKSMAS. Neutralaus poveikio klimatui audiovizualinio sektoriaus kūrimas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Struktūrinio bendradarbiavimo su pramonės subjektais ir (sub)nacionaliniais kino ir audiovizualiniais fondais 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuo 2021 m. I pusmečio

	forumas	
7 VEIKSMAS. Siekis užtikrinti didesnę audiovizualinio turinio prieinamumą visoje ES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pradėti dialogą su audiovizualiniu sektoriumi, siekiant susitarti dėl konkrečių veiksmų, kad būtų suteikta daugiau galimybių naudotis audiovizualiniu turiniu ir padidintas jo prieinamumas ES viduje tarpvalstybinio mastu 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuo 2021 m. I pusmečio
8 VEIKSMAS. Europos žiniasklaidos talentų ugdymas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Naujos mentorystės programos Europos žiniasklaidos talentams ➤ Įgyvendinant paprogramę MEDIA rengiami naujokams skirti kursai, kuriuose jauniems žiniasklaidos specialistams teikiami intensyvūs praktiniai mokymai ➤ Įvairovės prieš vaizdo kamerą ir už jos skatinimo kampanija ➤ Pagal paprogramę MEDIA sukurtas rinkos portalas, padedantis atrasti perspektyviausius Europos startuolius, veikiančius žiniasklaidos sektoriuje, ir sudaryti sąlygas jiems klestėti ➤ Startuoliams ir veiklą plečiančioms įmonėms atviros kūrybinių inovacijų laboratorijos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuo 2021 m. II pusmečio ➤ Nuo 2022 m. I pusmečio ➤ Nuo 2021 m. II pusmečio ➤ Nuo 2021 m. I pusmečio ➤ Nuo 2021 m. II pusmečio
9 VEIKSMAS. Piliečių įgalėjimas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvoje (AŽPD) numatytų naujų įpareigojimų, susijusių su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, praktinis taikymas (priemonių, kuriomis ugdomas gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis, rinkinys ir valstybėms narėms skirtos gairės) ➤ Parama alternatyvioms žiniasklaidos turinio apibendrinimo paslaugoms kurti 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2021 m. IV ketvirtis ➤ Nuo 2022 m. II pusmečio
10 VEIKSMAS. Europos žiniasklaidos rinkos veikimo užtikrinimas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Europos žiniasklaidos reguliavimo institucijų bendradarbiavimo sistemos Europos audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų reguliavimo institucijų grupėje (ERGA) stiprinimas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuo 2021 m. I ketvirčio

--	--	--