

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΘΑ ΕΧΟΥΜΕ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ;

Ευρωπαϊκή ασπίδα προστασίας

Το τηλεοπτικό σκηνικό στην Ευρώπη και σε όλο τον κόσμο αλλάζει ραγδαία. Η ρύθμιση αυτού του τηλεοπτικού πεδίου ενδιαφέρει όλους τους Ευρωπαίους πολίτες, ιδίως μετά την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών που κάνουν εύκολα διαθέσιμο το οπτικό υλικό όχι μόνο μέσω των τηλεράσεων, αλλά και μέσω του υπολογιστή ή του κινητού μας τηλεφώνου -και, μάλιστα, σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή- κατά παραγγελία.

**Της Λιάνας Γούτα,
Χημικού Μηχανικού,
Σύμβουλος ευρωβουλευτή σε
θέματα Περιβάλλοντος και Ανά-
πτυξης**

ΠΕΡΑΝ αυτού, η τηλεόραση δέχεται συνεχώς τα πυρά ως πρόξενος μυρίων κακών. Τα τελευταία χρόνια αλλά σήμερα ίσως περισσότερο υπάρχει γύρω μας ο έντονος προβληματισμός ότι η τηλεόραση μάς βλάπτει: μας κάνει αντικοινωνικούς, βίαιους, ωθεί τα παιδιά στην παχυσαρκία, προκαλεί αδυναμία συγκέντρωσης στις πρώτες τάξεις του Δημοτικού. Όλοι προβληματίζομαστε με αυτήν την ανεξέλεγκτη βία, το βομβαρδισμό από τα διαφημιστικά σποτ, τις συγκεκαλυμμένες διαφημίσεις, την πορνογραφία σε τηλεόραση και Διαδίκτυο.

Το νομοθετικό πλαίσιο, που ρυθμίζει όλα αυτά, πρέπει λοιπόν κι αυτό να προσαρμοστεί άμεσα, ώστε να ληφθούν υπόψη αυτοί οι προβληματισμοί αλλά και να συμβαδίσει με τις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και τις προκλήσεις της ψηφιακής εποχής.

Δεκαοκτώ μήνες χρειάστηκαν για να επιτευχθεί συμφωνία στην Ευρωπαϊκή Ένωση για τη νέα Οδηγία, η οποία ρυθμίζει

τους κανόνες της τηλεόρασης για τα επόμενα χρόνια. Και για να είμαστε πιο ακριβείς, όχι μόνο της τηλεόρασης πλέον, αλλά και πολλών άλλων νέων υπηρεσιών που έχουν προκύψει με τις νέες τεχνολογίες τα τελευταία χρόνια.

Οι κανόνες του τηλεοπτικού σκηνικού για τις χώρες της Ε.Ε. ρυθμιζόνταν μέχρι σήμερα από την ισχύουσα Οδηγία «Τηλεόραση Χωρίς Σύνορα», μια «γερασμένη» Οδηγία ηλικίας 18 ετών, αφού ισχύει από το 1989, με μια ενδιάμεση αναθεώρηση το 1997.

Με τις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις των τελευταίων χρόνων, αλλά και με τις νέες συνήθειες των τηλεθεατών που διαμορφώνονται από τα νέα δεδομένα, η ανάγκη να αναθεωρηθεί αυτή η «18 ετών» Οδηγία και να υπάρξει νέο νομοθετικό πλαίσιο ήταν επιτακτική. Σήμερα δεν μιλάμε μόνο για την παραδοσιακή τηλεόραση, αλλά και για τις νέες μορφές της, όπως την τηλεόραση μέσω ίντερνετ, μέσω κινητών, την ψηφιακή, τα δίκτυα 3G. Αλλά επίσης μιλάμε πλέον και για νέες μορφές υπηρεσιών (μη γραμμικές υπηρεσίες ή αλλιώς υπηρεσίες «on demand»), που ο τηλεθεατής μπορεί να αποσπάζει και να αρίζει ο ίδιος τι θα δει και πότε θα το δει, σύμφωνα με το δικό του πρόγραμμα και όχι

με βάση το προκαθορισμένο πρόγραμμα της τηλεόρασης.

Η ανάγκη να εκσυγχρονισθεί λοιπόν η Οδηγία και να δώσει νέα ώθηση στον κλάδο ήταν πλέον επιτακτική. Και πρώτα απ' όλα, έπρεπε και ο τίτλος της να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα. Μιλάμε, πλέον, για την «Οδηγία για τις Υπηρεσίες Οπτικοακουστικών Μέσων Επικοινωνίας». Ωστόσο, είτε με τον προηγούμενο ορισμό είτε με το νέο, η οδηγία αυτή αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της οπτικοακουστικής πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στόχος της είναι:

-Να καλύψει όλες τις οπτικοακουστικές υπηρεσίες με λιγότερες και πιο ευέλικτες ρυθμίσεις.

-Να βάλει νέους κανόνες για τη διαφήμιση που να βελτιώνουν τη χρηματοδότηση παραγωγής του οπτικοακουστικού υλικού.

-Να διαφυλάξει ορισμένους σημαντικούς στόχους δημοσίου συμφέροντος, όπως την παιδεία, την πολιτική πολυμορφία και το ίσο δικαίωμα πρόσβασης των ατόμων με προβλήματα όρασης και ακοής και να θέσει βασικούς κανόνες Προστασίας του Κοινού από επιβλαβές περιεχόμενο, όπως απαιτεί για παράδειγμα η προστασία των ανηλίκων.

Μέσα από τη νέα αυτή Οδηγία, η Ε.Ε. επιδιώκει να δημιουργήσει μια ενιαία ευρωπαϊκή



για καταναλωτές και ανηλίκους

αγορά, όπου θα διευκολύνεται η ελεύθερη κυκλοφορία των ευρωπαϊκών προγραμμάτων, αλλά και να αυξήσει την ανταγωνιστικότητα της σημαντικής αυτής ευρωπαϊκής βιομηχανίας οπτικοακουστικού περιεχομένου.

Μερικά από τα βασικά στοιχεία που φέρνει η νέα Οδηγία είναι:

Η διατήρηση της αρχής της «χώρας προέλευσης», που βοήθησε από το 1989 την ευρωπαϊκή βιομηχανία να αναπτυχθεί, επεκτείνεται πλέον και στις υπηρεσίες κατά ζήτηση («on demand»). Με βάση αυτή την αρχή, τα κράτη-μέλη μπορούν να παίρνουν δεσμευτικά μέτρα κατά των ραδιοτηλεοπτικών φορέων άλλων κρατών-μελών που παρακάμπτουν τους εθνικούς κανόνες της χώρας όπου απευθύνονται.

Οι κανόνες της διαφήμισης απλοποιούνται και γίνονται πιο ευέλικτοι, ενώ ορίζονται και ποσοτικοί και ποιοτικοί κανόνες.

Με βάση τους ποσοτικούς κανόνες, το ανώτερο επιτρεπτό όριο για τα χρόνια διαφήμισης παραμένει δώδεκα λεπτά για κάθε ώρα αναμετάδοσης, ενώ η μετάδοση ταινιών, παραστάσεων καθώς και παιδικών και ειδικσεογραφικών προγραμμάτων δεν επιτρέπεται να διακόπτεται παρά μόνον ανά τριάντα λεπτά.

Όσον αφορά τους ποιοτικούς κανόνες για τη διαφήμιση, τα κράτη-μέλη και η Κομισιόν πρέπει να ενθαρρύνουν την αυτορρύθμιση, έτσι ώστε να υιοθετηθεί ο κλάδος ένορκων κώδικα δεοντολογίας για τις διαφημίσεις που προβάλλονται κατά τις παιδικές εκπομπές κι αφορούν σε τρόφιμα και ποτά. Τα ποιοτικά κριτήρια διαφήμισης επεκτείνονται, μάλιστα, και στις υπηρεσίες κατά ζήτηση.

Στη νέα Οδηγία γίνεται επίσης σαφής διαχωρισμός μεταξύ χορηγίας και τοποθέτησης προϊόντων. Ειδικά ως προς την τοποθέτηση προϊόντος ή αλτλώς την γκρίζα διαφήμιση, ξεκαθαρίζει για πρώτη φορά το



ΜΕ ΤΙΣ ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις των τελευταίων χρόνων, αλλά και με τις νέες συνήθειες των τηλεθεατών που διαμορφώνονται από τα νέα δεδομένα, η ανάγκη να αναθεωρηθεί αυτή η -18 ετών- Οδηγία και να υψώσει νέο νομοθετικό ωλαίσιο ήταν επιτακτική

τοπίο. Μπαίνουν πλέον σαφείς όροι, οι οποίοι επιτρέπουν τη χρήση αυτού του είδους της διαφήμισης, δίνοντας ευκαιρίες χρηματοδότησης για την παραγωγή, αλλά παράλληλα ενημερώνουν και προστατεύουν κατάλληλα τον τηλεθεατή για το είδος της διαφήμισης. Ορίζεται επίσης ότι αυτού του είδους η διαφήμιση απαγορεύεται στις ενημερωτικές εκπομπές και στα παιδικά προγράμματα και απαγορεύεται η τοποθέτηση προϊόντων για τσιγάρο και φάρμακα.

Η προστασία των ανηλίκων αποτελεί κυρίαρχο ζητούμενο της νέας Οδηγίας, μέσα από μια σειρά μέτρων. Απαγορεύονται οι διαφημίσεις επιβλαβών προϊόντων, όπως των τροφών που προκαλούν παχυσαρκία και απαγορεύεται οποιαδήποτε

τε εκπομπή υλικού παιδικής πορνογραφίας. Τα κράτη-μέλη οφείλουν να προωθήσουν μέτρα που θα διευκολύνουν τους κηδεμόνες να ελέγχουν καλύτερα το πορνογραφικό και αδικαιολόγητα βίαιο περιεχόμενο προγραμμάτων καθώς και να προωθήσουν ερμηνευτικές εκστρατείες για την πρόληψη της βίας κατά των γυναικών και των ανηλίκων.

Η προστασία του τηλεθεατή και τα δικαιώματα των πολιτών είναι γενικότερα μείζον ζητούμενο στη νέα Οδηγία. Έτσι, ορίζεται το δικαίωμα πρόσβασης σε σημαντικές εκδηλώσεις γενικής ειδικσεογραφίας, επιβάλλεται να είναι σαφής η ταυτότητα του παρόχου της οπτικοακουστικής υπηρεσίας, βελτιώνεται η πρόσβαση στόμων με προβλήματα όρασης

και ακοής στις υπηρεσίες.

Η νέα Οδηγία θα ισχύσει από το τέλος του 2007 και τα κράτη-μέλη θα έχουν 24 μήνες περιθώρια προσαρμογής. Θα καταφέρει, άραγε, να πετύχει όλους τους στόχους της; Και αυτούς που αφορούν την ανταγωνιστικότητα της ευρωπαϊκής βιομηχανίας οπτικοακουστικού υλικού και αυτούς που αφορούν τη διατήρηση της πολυπολιτισμικότητας, την προστασία του τηλεθεατή, τα ίδια δικαιώματα των πολιτών;

Η αναθεωρημένη Οδηγία για την Τηλεόραση και τα Οπτικοακουστικά Μέσα δεν αποτελεί το μαγικό ραβδί που βάζει τάξη σε όλα αυτά, αλλά σίγουρα αναβαθμίζει τα περιεχόμενα των οπτικοακουστικών μέσων. Και σίγουρο θα δημιουργήσει νέα δεδομένα στα χρόνια που έρχονται.