

Правна уредба на съдържанието, разпространявано чрез мобилния телефон

Доц. д-р Райна Николова

Разглежданата тема поставя няколко основни въпроса, които се отнасят до съдържанието на понятието «регулация», нейният обхват и разновидности, както и вижданията ни за бъдещото развитие на регулацията относно съдържанието, разпространявано чрез мобилния телефон.

1. Регулацията на съдържание в България – правни аспекти

Съдържанието, което се създава от медиите бива две разновидности – редакционно съдържание и търговско слово. Преди да изясним начините на извършване на регулацията върху съдържанието, ще следва да поясним какво включваме в понятието «регулация» изобщо.

Регулацията означава система от правни норми, с помощта на които държавата въвежда принудително задължителни за субектите на медийната дейност правила на поведение чрез властнически метод, изпълнението на които норми е гарантирано от налагането на санкции от страна на регулаторен орган. Регулацията се отнася както при начало на стопанската дейност – при издаването на разрешение, така и впоследствие – при надзора върху принципите, въз основа на които се осъществява създаването и разпространението на съдържание. Това означава наличието на нормативна уредба и надзорен орган, който да следи за нейното прилагане. Регулацията може да бъде разглеждана в общ вид и като специализиран модел на поведение на държавата.

Общият модел на регулация отделя специално внимание върху действието на публичноправни норми, които определят режима на функциониране на правните субекти – конституционни, административни, наказателни норми. По отношение на съдържанието в медиите в България говорим за конституционни норми – чл.39 – чл.41 от основния закон, във връзка със съдържанието всички медии се подчиняват на общ административен режим е въведен по отношение на авторското право в Закона за авторското право и сродните му права и надзорният орган министър на културата, както и спрямо рекламната дейност – Закон за защита на конкуренцията и надзорния орган – Комисия за защита на конкуренцията. Общи регулаторни са и наказателноправните норми в Наказателния кодекс, които уреждат разпространението на информация, съдържаща порнография, клеветата, обидата и т.н. с контролен орган – прокуратурата, която извършва общ надзор за законност.

Специализираният модел на регулация предполага действието на административноправни норми, които уреждат определена сфера от обществен живот – Законът за филмовата индустрия с надзорен орган – министърът на културата, Закон за радиото и телевизията с надзорен орган СЕМ.

По отношение на филмовата индустрия регулацията засяга в значителна степен *разпространението на филми* – всички форми на търговско разпространение, предназначено за публика: в киносалони, по телевизията, за домашно ползване, разпространение на мултимедийни произведения "офлайн" или "онлайн"; както и тяхното *показване* – прожектиране на филм с търговска цел по какъвто и да е начин, с помощта на каквото и да е устройство, на каквото и да е място, достъпно за *неограничен кръг лица*. Разпространението и/или показът на филми на територията на Република България се осъществява след издаване на *виза*:

1. категория "А" - когато филмът е за деца и има възпитателен характер;

2. категория "B" - когато филмът утвърждава идеалите на хуманизма, популяризира националната и световната култура или по никакъв начин не противоречи на общоприетите морални норми в страната и няма ограничителни препоръки от комисията;

3. категория "C" - когато филмът съдържа отделни кадри с еротично съдържание или с употреба на алкохол, стимуланти, наркотици или отделни кадри с насилие в тях;

4. категория "D" - когато филмът съдържа значителен брой кадри с еротично съдържание или с употреба на алкохол, стимуланти, наркотици или значителен брой кадри с насилие в тях;

5. категория "X" - когато филмът е натуралистично-еротичен.

Филми, чието съдържание противоречи на общоприетите морални норми, които възхваляват или оневиняват жестокост, насилие или употреба на наркотици, подбуждат към ненавист на основата на расов, полов, религиозен или национален признак, не се категоризират.

В зависимост от броя на механизмите, с чиято помощ се осъществява, специализираната медийна регулацията бива разделна и единна¹.

Разделната регулация означава, че действащата правна уредба се състои от няколко акта, които нормират в различни аспекти обществените отношения в областта на аудио- и аудиовизуалната дейност. Примери за подобен подход са законодателствата в областта на медиите в Германия, Испания, Белгия, Австрия, Финландия, Словакия, Словения и др.

Другото проявление на разделността на медийната регулация се свързва с различните надзорни органи, които осъществяват контрол при излъчването на програми от доставчиците на медийни услуги. Примери за подобна разделност са отново Германия, Испания и Белгия. Критерият за разграничение е териториалният обхват на упражняване на компетентността – съответната административно-териториална единица. Поради федеративно държавно устройство надзорните институции на доставчиците на медийни услуги в Германия от сферата на общественото разпространение са 13 на брой, а на частното – 15². В Белгия регулаторните органи в областта на медиите са два. Във фламандската езикова общност това е Vlaamse Mediaaad (Фламандски медиен съвет). Във валонската езикова общност той носи по подобие на френския медиен регулатор наименованието Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (Висш съвет по аудиовизия)³. В Испания съществуват няколко регулаторни органа в някои от автономните общности – Каталуня (Consejo audiovisual de Cataluña), Навара (Consejo audiovisual de Navarra), Андалусия (Consejo audiovisual de Andalucía).

Единната регулация се свързва с един законодателен акт, който урежда обществените отношения във връзка с предоставянето на медийни услуги, както и един надзорен медиен орган, който да следи за прилагането на нормативните изисквания. България е приела единната регулация, извършвана чрез Закона за радиото и телевизията и медийния регулатор Съвет за електронни медии.

С оглед на структурната и функционална компетентност на надзорния орган регулацията на медийните услуги се разглежда още и като *конвергентна*. Тя

¹ **Николова, Р.** Телевизионната програма на обществената телевизия – публичноправни аспекти. Издателство "Сиби". София, 2004 г., с. 44 – 45.

² **Martínez, M. S.** La libertad de la Televisión: El caso alemán. Cedecs Editorial. Barcelona, 1998, p. 313, p. 239.

³ **Voorhoof, D.** Belgium. - In: Legal Guide to Audiovisual Media in Europe. Strasbourg, 1999, pp. 37 – 38.

предполага, че административният надзор се извършва от общ регулаторен орган, в чиито правомощия попадат функциите на медиен орган, телекомуникационен орган и/или надзорен орган в областта на конкурентното право. Подобен вид регулация успешно е въведена в Австрия (KommAustria), Великобритания (OFCOM), Италия (AGCOM), Финландия (FICORA), Швейцария (OFCOM) и др.

2. Услуги, които подлежат на медийна регулация

Традиционната телевизия има следните проявления:

- аналогова и цифрова телевизия,
- предавания в реално време,
- излъчване в интернет и видео без предварителна заявка.

Медийните услуги, предоставяни от традиционните електронни медии – радио и телевизия – разширяват своя обхват, за да се включат *нови медийни услуги*, като

- видео по поръчка;
- търговски услуги, предоставяни по интернет или по мобилни телефони.

Медийни услуги по заявка (видео по поръчка) се прилагат за предавания – пълнометражни филми, спортни събития, комедийни сериали, документални филми, детски предавания и телевизионен театър.

Извън предметния обхват на регулацията на съдържанието остават:

1. медийни услуги, които не са за масово осведомяване, т.е. не са предназначени за значителна част от аудиторията;
2. дейности, които по принцип са с нестопански характер и които не са конкурентни на телевизията въз основа на програмна схема;
3. лична кореспонденция на ограничен брой адресати чрез електронни съобщителни мрежи;
4. всички услуги, чиято основна цел не е предоставянето на предавания, т.е. когато аудио-визуалното съдържание е включено случайно в услугата и не е нейна основна цел;
5. игрите на късмета, в които се залагат пари, включително лотария, наддаване и други форми на хазарт, както и онлайн игри и програми за търсене, но не и предавания, изцяло посветени на хазартни игри или игри на късмета;
6. електронни варианти на вестници и списания;
7. самостоятелните текстови услуги.

Директивата и съответно националното законодателство не поставят в предмета на разглеждане регулирането на съдържанието в Интернет изобщо. Това означава, че лични интернет страници, които *нямат за цел стопанска дейност*, частни съобщения, съобщения от електронната поща, изпращани на ограничен брой получатели не се подчиняват на новите правила. Не е достатъчно, че има аудиовизуални елементи и те присъстват в дадено предлагане, за да говорим за аудиовизуални медийни услуги, чието съдържание подлежи на специализирана регулация. Предоставянето на движещи се изображения, трябва да представлява "*основна цел*" на услугата.

Услугата трябва да притежава една от следните функции, да има определено предназначение като вид културна дейност – *услугата трябва да служи за информиране, образование или забавление*. Това е известната комуникационна триада, дефинирана от първия генерален директор на Би Би Си Джон Рейт през далечната 1927 г.

Критериите за определянето на едно съдържание като подлежащо на регулация са следните:

1. създаването и предлагането на съдържание е стопанска дейност – услуга;
2. извършването на стопанската дейност трябва да е основна цел на услугата – не просто еднократен акт, творческо хрумване, емоционален порив;
3. услугата трябва да е предназначена за неограничен брой лица;
4. услугата трябва да служи за информиране, образование или забавление.

Предлаганите от мобилен оператор (M-tel, Vodafone) услуги за предоставяне на пакети на мобилната телевизия предоставят две възможности за регулация на съдържанието, разпространявано от мобилния оператор:

- когато става въпрос за услуги на мобилната телевизия за формата Big Brother Family или предавания на ефирните телевизии, музика и др. по каталог във Vodafone live, операторът действа, като доставчик на нелинейни медийни услуги и в този случай трябва да уведоми СЕМ, да бъде вписан в раздел 4 на публичния регистър;

- когато мобилният оператор чрез същата услуга разпространява изцяло и в непроменен вид програми на телевизионните оператори, той действа като предприятие по смисъла на ЗЕС и попада в хипотезата на чл. 125в от ЗРТ, като е длъжен на всеки 6 месеца да представя списък и договори за уредените авторски и сродни права с медиите. Тъй като съдържанието е идентично/непроменено с това на телевизионния оператор – лицензиран или регистриран, то същото се регулира вече на основание ЗРТ от СЕМ и в този смисъл не се налага друг вид разрешение.

3. Медийни услуги по заявка

Уведомителният режим предвижда задължение за предварително информиране на административния орган, като съответното лице представя писмени сведения за съдържанието на осъществяваните от него услуги, както и за мястото, времето и начина на извършването им (чл.27, ал.1 от ЗОАРАКСД). Той е уреден в чл.125ж – 125и от ЗРТ.

Лицата, които имат намерение да осъществяват медийни услуги по заявка, уведомяват за това Съвета за електронни медии. Те подават до Съвета за електронни медии уведомление по образец на български език, което съдържа:

1. идентификационни данни на лицето, което осъществява медийни услуги по заявка – наименование (фирма), седалище и адрес на управление и съответния единен идентификационен код,
2. предоставяни медийни услуги по заявка,
3. кратко описание и основни параметри на осъществяваните медийни услуги по заявка,
4. териториален обхват,
5. телефон, факс, електронен адрес, адрес за кореспонденция и лице за контакти,
6. предполагаема дата за започване предоставянето на медийните услуги.

В случай на непълнота на уведомлението в 7-дневен срок от получаването му Съветът за електронни медии писмено уведомява лицето да отстрани непълнотите. Съветът за електронни медии вписва лицето в публичния регистър в 14-дневен срок от датата на получаване на уведомлението или от отстраняването на непълнотите.

Лицето, осъществяващо медийни услуги по заявка, може да поиска писмено от Съвета за електронни медии издаване на удостоверение за вписване в регистъра, за което заплаща еднократна административна такса. Съветът за електронни медии издава удостоверението в 7-дневен срок от постъпване на искането.

В *четвърти* раздел на регистъра се включват:

1. идентификационни данни – наименование (фирма), седалище и адрес на управление на юридическото лице или на физическо лице – едноличен търговец, което осъществява медийни услуги по заявка след подаване на уведомление;

2. предоставяните медийни услуги по заявка;
3. основни параметри на осъществяване на медийните услуги по заявка;
4. териториален обхват, където това е приложимо;
5. телефон, факс, електронен адрес, адрес за кореспонденция и лице за контакти;
6. дата на започване предоставянето на медийни услуги.

4. Разпространение на съдържание чрез предприятия по ЗЕС

Предприятията, които разпространяват български и чуждестранни програми въз основа на регулация от страна на Комисията за регулиране на съобщенията, се вписват в раздел пети от регистъра на Съвета за електронни медии.

В *пети раздел* на регистъра се включват:

1. данни за юридическите и физическите лица, упражняващи контрол върху управлението на предприятието;
2. данни за органите на управление на предприятието, включително персонален състав;
3. телефон, адрес, електронен адрес, адрес за кореспонденция и лице за контакти;
4. списък на разпространяваните програми, съответно в цифров и аналогов пакет, ако предприятието поддържа два отделни пакета;
5. срокът, до който предприятието има отстъпени права за разпространение на съответната програма;
6. териториален обхват, за който предприятието има отстъпени права за разпространение на съответната програма.

Данните в *пети раздел* относно т.1 и т.2 се събират служебно от Съвета за електронни медии въз основа на наличната информация в търговския регистър и публичните регистри, водени от Комисията за регулиране на съобщенията по Закона за електронните съобщения. Данните в *пети раздел* по т. 3, т.4, т.5 и т.6 се предоставят от предприятията заедно със списък на разпространяваните програми и документите, свързани с придобиване на правата за разпространение на програмите или придобиване на правата за разпространение на произведенията, звукозаписите и записите на аудио-визуални произведения, включени в разпространяваните програми. При промяна на предоставените данни предприятията в 14-дневен срок от настъпване на промяната уведомяват Съвета за електронни медии.