

**Biuro Krajowej Rady
Radiofonii i Telewizji**

**Departament Polityki
Europejskiej
i Współpracy z Zagranic**

KRRiT

**KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI**

Rola organów regulacyjnych w systemach współregulacyjnych

Wrzesień 2010

dr Paweł Stępkowski

**ANALIZA
BIURA KRRiT**

Nr 6/2010

1. Wprowadzenie

Organy regulacyjne odpowiedzialne za regulację treści audiowizualnych podobnie jak sam rynek znajdują się pod ciągłą presją różnego rodzaju procesów rynkowych, społecznych czy politycznych, które wpływają na ich kształt. Typowym przykładem jest proces konwergencji technologicznej wskazujący na zbliżanie się technologii z obszarów mediów, telekomunikacji czy Internetu. Jedną z konsekwencji tego procesu miałyby przekształcanie się dotychczasowych regulatorów w ciała zintegrowane obejmujące swoimi kompetencjami również obszar telekomunikacji i nowych mediów. Wbrew oczekiwaniom części obserwatorów w Europie wciąż wikszość stanowi jednak tradycyjni regulatorzy treści.

Jednocześnie nie obserwujemy na proces tworzenia tzw. słabej państwa (*weak state*)¹. W myślenie tej koncepcji instytucje publiczne przekazują ich swoich uprawnień podmiotom społecznym i prywatnym. Dzieje się tak ze względu na konieczność pozyskiwania przez instytucje publiczne coraz to większej ilości wiedzy i informacji. W tym celu instytucje chętniej współpracują i korzystają z zasobów i doświadczeń różnego rodzaju organizacji społecznych i gospodarczych. Efektem wspomnianego procesu jest odchodzenie w wielu obszarach, w tym również sektora mediów audiowizualnych, od tradycyjnej formy regulacji na rzecz rozwoju systemów samo- i współregulacyjnych. Z perspektywy regulatora rynku oznacza to w wielu przypadkach współpracę z organizacjami samoregulacyjnymi bądź współtworzenie mechanizmów współregulacyjnych z przedstawicielami rynku. Ten coraz bardziej zauważalny proces ilustruje przemiana niektórych organów regulacyjnych w tzw. lekkich regulatorów (*light-touch regulators*). Zaangażowanie tych podmiotów we współpracę z przedstawicielami branży oraz organizacjami społecznymi dotyczy przede wszystkim takich obszarów jak: ochrona konsumentów, zawartość audiowizualnych przekazów handlowych czy regulacja nowych mediów. Dzieje się tak przede wszystkim ze względu na poziom skomplikowania wspomnianej materii, jak również jej kontrowersyjny charakter.

Proces otwierania się regulatorów na współpracę z podmiotami zewnętrznymi oraz instytucjonalizowanie tej współpracy wydaje się być dodatkowo wzmocniony przez dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych², która zachęca państwa członkowskie do wspierania systemów samo- i współregulacyjnych (motyw 36 preambuły oraz art. 3 ust. 7). Dyrektywa podkreśla możliwość wprowadzenia mechanizmów samo- i współregulacyjnych w danym obszarze, w zakresie dozwolonym przez systemy prawne poszczególnych państw członkowskich. Jednocześnie art. 3 ust. 7 podkreśla, iż systemy te powinny być skonstruowane tak, aby były powszechnie akceptowane przez główne zainteresowane strony w danych państwach oraz muszą zapewniać ich skuteczne wykonywanie. Aktualnie trwający proces implementacji wspomnianej dyrektywy jest głównym powodem, dla którego warto przeanalizować formy zaangażowania europejskich organów regulacyjnych w systemy współregulacyjne.

¹ M. Atkinson, W. D. Coleman, Strong States and Weak States: Sectoral Policy Networks in Advanced Capitalist Economies, (w:) *British Journal of Political Science*, nr 14, 1989, s. 46-67.

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) (wersja ujednolicona).

Celem niniejszej analizy, która stanowi rozwinięcie i aktualizację Analizy Biura KRRiT nr 14/2006³ będzie tym samym przedstawienie przykładów angażowania się tych podmiotów w systemy współregulacyjne w różnych obszarach. Wśród omówionych czterech przykładów znajdują się systemy współregulacyjne funkcjonujące już od pewnego czasu, jak również przykłady mechanizmów będących konsekwencją implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych.

2. Czym jest współregulacja?

Współregulacja, zwana także niekiedy regulowaną samoregulacją (*regulated self-regulation*) zgodnie z motywem 36 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych *stanowi ogniwo prawne pomiędzy samoregulacją a prawodawcą krajowym zgodnie z tradycjami prawnymi poszczególnych państw członkowskich*. Ta do ogólna charakterystyka wskazuje jednoznacznie, iż system współregulacji cechuje przenikanie się elementów samoregulacji z tradycyjną regulacją wykonywaną przez instytucje publiczne. Fundamentem tego systemu są ramy prawne określające cele, podstawowe prawa i obowiązki poszczególnych podmiotów, mechanizmy implementacyjne, instancje odwoławcze, sposób finansowania oraz zasady monitoringu systemu. Mimo aktywnego udziału przedstawicieli danej branży w definiowaniu standardów, centralnym podmiotem systemu pozostaje instytucja publiczna, która sprawuje kontrolę nad właściwym jego funkcjonowaniem. Tym samym można stwierdzić, iż współregulacja w odróżnieniu od samoregulacji pozostawia organom państwa nadzór nad funkcjonowaniem systemu. W ten sposób regulacja, standardy i sankcje będące jego treścią zyskują wiarygodność i legitymizację. Jednocześnie nie jest swoboda podmiotów prywatnych zostaje istotnie ograniczona, co oprócz zwiększonej kontroli nie może ze sobą tak wiarygodności i ich mniejsze zaangażowanie. Bezpośredni udział organów państwowych oznacza również obawę przed nadmiernym wpływem państwa w danym sektorze. W tym kontekście istotne wydaje się również, iż nie zastosowanie się do zdefiniowanych zasad może skutkować sankcją nałożoną przez instytucję publiczną. Z drugiej jednak strony w odróżnieniu od tradycyjnej regulacji, system współregulacyjny charakteryzuje wspólne wypracowanie standardów, najczęściej w formie kodeksu dobrych praktyk, przez przedstawicieli rynku oraz instytucji publicznych. W ten sposób podmioty

³ Paweł Stępkowski, Wojciech Kołodziejczyk, Mechanizmy samo- i współregulacyjne w obszarze mediów; Analiza Biura KRRiT nr 14/2006, Warszawa, 2006 r.:

http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/analizy/Analiza2006_14.pdf

mają ce przestrzega wspomnianych regulacji i jednocześnie ich współtwórcami. Podsumowując wydaje się, iż ze względu na swój specyficzny system współregulacyjny ma charakter bardzo złożony a jego powodzenie zależy od wielu czynników takich jak skłonność do współpracy w branży, poziom zaufania między podmiotami rynkowymi a instytucją publiczną oraz stopień złożoności regulowanego obszaru.

Zgodnie z tzw. Raportem Mandelkern⁴ wyróżniają się dwa podstawowe rodzaje współregulacji wyróżnione ze względu na genezę ich powstania: odgórny (tzw. *initial approach*) i oddolny (tzw. *bottom to top approach*). W przypadku pierwszego z nich, instytucje publiczne inicjują utworzenie mechanizmu współregulacyjnego poprzez prawne określenie głównych jego celów, sposobu implementacji oraz systemu monitoringu. Natomiast podmioty branżowe mają za zadanie określenie precyzyjnych regulacji opartych o wyznaczone cele. Podejmując współpracę z instytucją publiczną podmioty branżowe unikają wprowadzenia szczególnej regulacji w danym obszarze biorąc jednocześnie odpowiedzialność za kształt systemu współregulacyjnego. Drugi przykład oznacza natomiast przekształcanie się, przy udziale instytucji publicznej, mechanizmu samoregulacyjnego w system współregulacyjny. W ten sposób wypracowane przez branżę standardy zyskują wsparcie instytucji publicznej, co nierzadko wiąże się również ze wsparciem administracyjnym a niekiedy finansowym.

Omawiane mechanizmy współregulacyjne różnią się również od siebie pod względem przyjętych rozwiązań organizacyjnych. Często spotykaną formą takiego systemu jest współdziałanie instytucji publicznej z organizacją branżową (samoregulacyjną) przy zachowaniu pełnej autonomii obu podmiotów. Wzajemne stosunki oraz podział ról określa najczęściej umowa między wspomnianymi podmiotami. Dodatkowe procedury zdefiniowane są w kodeksie dobrych praktyk zawierającym wspólnie wypracowane standardy. Tego rodzaju rozwiązania organizacyjne wydają się być szczególnie uzasadnione w przypadku oddolnego tworzenia systemu współregulacyjnego, gdy organizacja samoregulacyjna ma już pewne do wiadczenia w danej branży. Inne rozwiązanie organizacyjne polega na stworzeniu nowego podmiotu zarządzanego wspólnie przez przedstawicieli branży oraz władzy publicznej.

Poniżej tabela ilustruje istotne różnice między współregulacją a pozostałymi formami regulacji.

⁴ Mandelkern Group on Better Regulation, Final report, 13 November 2001.

Tabela nr 1 Porównanie alternatywnych form regulacji z regulacji tradycyjnych

	Samoregulacja	Współregulacja	Tradycyjna regulacja
Rola podmiotów prywatnych	Inicjowanie nadzorowanie systemu	Precyzowanie zasad i standardów w oparciu o główne cele opracowane przez instytucje publiczne	Stosowanie się do przepisów prawa
Rola instytucji publicznych	Wspieranie	Nadzór i koordynacja systemu	Wydawanie regulacji prawnych i kontrola ich implementacji
Instrumenty	Kodeksy postępowania i kodeksy dobrych praktyk	- ogólne (ramowe) regulacje prawne - kodeksy postępowania i dobrych praktyk	Szczegółowe regulacje prawne
Nadzór	Ciała samoregulacyjne	Instytucja publiczna	Instytucja publiczna

ródło: własne

3. Wybrane przykłady systemów współregulacyjnych

Podobnie jak ma to miejsce w przypadku systemów samoregulacyjnych, współregulacja występuje najczęściej w następujących obszarach: wymogi jakościowe dotyczące reklamy, ochrona małoletnich oraz nowe media. Przyjęcie dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych rozszerzyło list m.in. o obszar audiowizualnych usług medialnych na dany ze szczególnym uwzględnieniem standardów i zabezpieczeń mających na celu chronić małoletnich, jak również sposobów promocji twórczości europejskiej w tych usługach. Poniżej cztery przykłady odnoszące się do wszystkich wspomnianych obszarów.

a) Reklama ó Wielka Brytania

Branża reklamowa w Wielkiej Brytanii zorganizowała się stosunkowo wcześnie, bo już w latach sześćdziesiątych powstała *Advertising Standards Association* (ASA), która początkowo zajmowała się wszelkimi formami reklamy poza reklamami telewizyjnymi i radiowymi. Od początku było to ciało samoregulacyjne finansowane przez podmioty branżowe. Przemem było powołanie zintegrowanego ciała regulacyjnego Ofcom oraz przyjęcie w

2003 r. *Communications Act*. W 2004 roku doszło do porozumienia między Ofcom a ASA, na mocy którego ASA stała się współregulatorem w zakresie reklamy telewizyjnej i radiowej. Tym samym ASA przejęła odpowiedzialność za wypracowanie przez nadawców koncesjonowanych przez Ofcom standardów w zakresie reklamy radiowej i telewizyjnej określonych przez regulatora w formie odpowiednich kodeksów. Jednocześnie ASA stała się organizacją watchdog w zakresie zbierania i reagowania na skargi konsumentów. Omawiany system to ciekawy przykład tworzenia systemu współregulacyjnego. Z jednej bowiem strony ciałem współregulacyjnym została organizacja branżowa pełniąc dotychczas rolę samoregulatora. Z drugiej natomiast strony podstawą nowego mechanizmu stał się kodeks opracowany wcześniej przez organ regulacyjny.

Podpisanie umowy z Ofcom sprawiło, że ASA stała się jedyną organizacją odpowiedzialną za monitorowanie przestrzegania standardów na całym rynku reklamy. W pozostałych segmentach sektora reklamy ASA pozostaje ciałem samoregulacyjnym. W zakresie reklamy telewizyjnej i radiowej obowiązuje przyjęty przez ASA kodeks. Dokument ten został podzielony na dwie zasadnicze części poświęcone reklamie radiowej i telewizyjnej. Warto zaznaczyć, iż na mocy porozumienia z Ofcom od 1 września 2010 r. wspomniany kodeks będzie również obejmował dostawców audiowizualnych usług medialnych na danie.

Nad przestrzeganiem standardów w obszarze reklamy czuwa powołany w ramach ASA specjalny komitet - *Broadcast Committee of Advertising Practice (BCAP)*. W jego skład wchodzi m.in. przedstawiciele nadawców, agencji reklamowych oraz agencji marketingowych. Rola Ofcom w omawianym systemie współregulacyjnym została określona w załączniku do wspomnianego kodeksu. Ofcom zarezerwowała sobie rolę tworzenia standardów w następujących obszarach: reklama polityczna, niewłaściwe sponsorowanie audycji, dyskryminacja reklamodawców, ilość i sposób umieszczania bloków i spotów reklamowych w programie. Zgodnie z tym dokumentem Ofcom przekazała do ASA, a dodatkowo do ciała wykonawczego jakim jest ASAB (*Advertising Standards Authority Broadcast Limited*) swoje uprawnienia wykonawcze przewidziane w *Communications Act* tj.:

- ✓ danie od podmiotu koncesjonowanego usunięcia danej reklamy z programu,
- ✓ danie od podmiotu koncesjonowanego przekazania opisu reklamy bądź metody/techniki reklamowej,
- ✓ danie od osoby, która według ASAB jest odpowiedzialna za reklamę dostarczenia dowodów w danej sprawie.

Ofcom pozostawi sobie tak e prawo do:

- ✓ wezwania do zmiany lub z~~o~~ enia wyja nie ,
- ✓ na~~o~~ enia kary finansowej lub skrócenia okresu koncesji,
- ✓ odebrania koncesji.

Ponadto ka da zmiana zasad w kodeksie wymaga zgody Ofcom. Regulator ten ma równie , w konsultacji z bran , wprowadza zmiany do kodeksu. ASAB jest dodatkowo zobowi zany do przesy~~o~~ enia kwartalnego raportu do Ofcom.

a) Ochrona ma~~o~~ letnich ó Niemcy

Na mocy Umowy mi dzylandowej na temat ochrony ma~~o~~ letnich (*Interstate Treaty on the protection of minors ó JMStV*) z wrze nia 2002 roku utworzono jednolity system ochrony ma~~o~~ letnich zarówno w mediach elektronicznych, dzie~~o~~ ach kinematograficznych, jak równie w Internecie. Kluczowym ogniwem wspomnianego systemu wsp~~o~~ egulacyjnego jest Komisja ds. Ochrony Ma~~o~~ letnich w Mediach (KJM). Ta organizacja w obszarze mediów elektronicznych dzia~~o~~ a w imieniu krajowych (landowych) cia~~o~~ e regulacyjnych, które s odpowiedzialne za nadzór nad wykonywaniem przepisów z zakresu ochrony ma~~o~~ letnich. Spo ród dwunastu cz~~o~~ nków wchodz ycych w sk~~o~~ ad KJM sze ciu jest przedstawicielami organów regulacyjnych. Wszyscy cz~~o~~ nkowie maj swoich zast pców, którzy uczestnicz w spotkaniach w razie nieobecno ci cz~~o~~ nka. Wszyscy cz~~o~~ nkowie, jak i ich zast pcy s wybierani na okres pi ciu lat. Wspó~~o~~ egulacyjny charakter KJM zapewnia cis~~o~~ e wspó~~o~~ praca tej Komisji z dwoma cia~~o~~ mi samoregulacyjnymi: *Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen* (FSF), które dzia~~o~~ a w obszarze telewizji i zrzesza 25 niemieckich stacji telewizyjnych oraz *Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Dienstbieter* (FSM), które funkcjonuje w obszarze tzw. telemediów (tj. us~~o~~ g medialnych w Internecie). Oba cia~~o~~ e odpowiedzialne s za badanie przekazów medialnych pod k tem ich wp~~o~~ ywu na ma~~o~~ letnich przed ich emisj lub upowszechnieniem. Organizacje te z upowa nienia KJM maj za zadanie monitorowanie przestrzegania przez zrzeszone podmioty, w tym media elektroniczne, przepisów wspomnianej umowy mi dzylandowej oraz zasad wypracowanych przez te organizacje.

Pracami FSF kieruje kilkunastoosobowy komitet (Kuratorium), który okre la procedury oceny tre ci, jak równie odpowiedzialny jest za wybór osób oceniaj cych nadsy~~o~~ one audycje. Poczynione wybory Kuratorium musz zyska akceptacj KJM. FSF zatrudnia oko~~o~~ 6 70-100 osób niezale nych od zrzeszonych nadawców, których zadaniem jest

ocenie audycji. Ekspertcy pracujący w pięcioletnich zespołach oceniających przekazane przez nadawców treści. Nadawcy są zobowiązani przed emisją do przekazania do FSF materiałów np. filmów, seriali, audycji rozrywkowych etc. zaznaczając m.in. proponowany czas emisji oraz ewentualne fragmenty audycji do wycięcia. Zespoły oceniające określa również czas nadania tego materiału, ewentualne fragmenty audycji do wycięcia lub całkowicie zabrania emisji materiału np. w przypadku pornografii czy materiałów naruszających godność ludzką. W przypadku odwołania się od decyzji zespołu oceniającego dany materiał przekazywany jest do zespołu siedmioosobowego. Wszystkie decyzje FSF są przekazywane do KJM, który ma prawo interweniować w przypadku, gdy decyzja FSF jest niekompletna lub gdy została podjęta niezgodnie ze standardami. W sytuacji gdy uprzednia kontrola audycji nie jest możliwa ze względu na charakter materiału np. audycje informacyjne KJM przed wydaniem decyzji ma obowiązek konsultacji z FSF. Jeżeli FSF potwierdzi, że dany materiał spełnia wszelkie standardy wówczas KJM nie nakłada sankcji, chyba, że stwierdzi, iż decyzja FSF była podjęta niezgodnie ze standardami.

Zgodnie z art. 19 (5) wspomnianej umowy między państwami KJM może cofnąć certyfikat wspomnianym cięciem samoregulacyjnym, jeżeli wymogi związane z przyznaniem certyfikatem nie są spełniane bądź gdy praktyka decyzyjna tych cięć nie odpowiada celom wyznaczonym w prawie dotyczącym ochrony małoletnich.

Niemiecki system samoregulacyjny to przykład odgórnego mechanizmu powstałego w oparciu o umowy między państwami, która powołała również KJM jako centralny element systemu. Rola cięć regulacyjnych w tym systemie jest istotna chociaż ich udział odbywa się za pośrednictwem KJM.

c) Ochrona małoletnich - Holandia

Holenderski Instytut ds. Klasyfikacji Treści Audiowizualnych (NICAM) został utworzony w sierpniu 1999 roku. Jest on finansowany wspólnie przez rząd oraz podmioty rynkowe i odpowiada za prowadzenie spójnego systemu klasyfikacji wszelkiej treści audiowizualnej obejmującej audycje, filmy kinematograficzne, wideo, DVD oraz gry wideo (Kijkwijzer). Wspomniany system ostatecznie opracowany został w lutym 2001 roku i jest on uznawany przez firmy zrzeszone w NICAM.

NICAM jest umocowany prawnie m.in. w holenderskiej ustawie o mediach (Mediawet), która ustanawia warunki dla powołania i akredytowania takich organizacji, w tym niezależny nadzór nad taką organizacją, odpowiedni udział zainteresowanych stron oraz określenie sytuacji finansowej zapewniającej odpowiednią skuteczność jej działań. NICAM

otrzymała akredytację w 2001 r. Akredytacja może być odebrana w przypadku nieprzestrzegania obowiązków przewidzianych dla takich organizacji w holenderskiej ustawie o mediach.

Uczestnictwo w omawianym systemie jest dobrowolne, ale jego brak niesie ze sobą niekorzystne skutki dla nadawcy, który w takiej sytuacji nie może rozpowszechniać audycji telewizyjnych, które mogą negatywnie wpływać na fizyczny, umysłowy lub moralny rozwój osób poniżej szesnastego roku życia. Należy ponadto wskazać, iż nadawca, który nie wejdzie do systemu objęty jest również bezpośrednim nadzorem regulatora rynku mediów – *Commissariaat voor de Media* (CvdM). Klasyfikacji materiałów audiowizualnych dokonują pracownicy poszczególnych firm uprzednio przeszkoleni przez NICAM.

NICAM nadzoruje przestrzeganie przyjętych przez siebie regulacji i może nakładać sankcje w postaci: ostrzeżenia, kar finansowych (do 135 tys. Euro) oraz pozbawienia członkostwa w NICAM; ta ostatnia kara stosowana jest jedynie w wypadku bardzo poważnych lub powtarzających się naruszeń. Poza nadzorowaniem nadawców, którzy nie wchodzi do NICAM, CvdM zachowuje nadzór nad przestrzeganiem całkowitego zakazu rozpowszechniania treści, które mogą mieć negatywny wpływ na rozwój dzieci.

Od 2005 roku regulator rynku CvdM pełni rolę tzw. meta-regulatora w stosunku do NICAM i jego systemu klasyfikacji, co zostało określone w umowie pomiędzy obiema organizacjami. Zgodnie z tym dokumentem NICAM ma obowiązek przedstawiania CvdM corocznego raportu ze swojej działalności oraz ocenić obiektywnie, stabilnie, aktualnie i precyzyjnie prowadzonego systemu. Przynajmniej raz na dwa lata powinien również przedstawić analizę porównawczą systemu z systemami działającymi w innych państwach europejskich.

d) Regulacja usług na terenie Wielkiej Brytanii

Wejście w życie dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych pociągnęło za sobą konieczność wprowadzenia istotnych zmian w *Communications Act* z roku 2003. Między innymi zaistniała potrzeba wprowadzenia przepisów dotyczących audiowizualnych usług na terenie, które zgodnie z dyrektywą powinny zostać objęte pewnymi minimalnymi obowiązkami. Zgodnie z poczynionymi zmianami kompetencje z zakresu regulacji usług na terenie zostały przekazane regulatorowi rynku komunikacji elektronicznej Ofcom. Jednocześnie regulator ten zyskał uprawnienia z zakresu delegowania swoich uprawnień w tym zakresie wybranej organizacji lub organizacjom mającym pełnić rolę współregulatora. Ofcom dokonując wyboru takiej organizacji powinien sprawdzić czy posiada ona środki

finansowe pozwalają jej na właściwe pełnienie swoich funkcji. W pracach nad implementacją dyrektywy Ofcom rozważa przekazanie tego rodzaju uprawnień dwóm organizacjom: *Association for Television On Demand (ATVOD)* oraz *Advertising Standards Authority (ASA)*. Pierwsza z nich miałaby być odpowiedzialna za regulację treści, druga natomiast za regulację handlowych przekazów audiowizualnych w obszarze usług na danię. Ostatecznie 18 marca 2010 roku na mocy porozumienia Ofcom delegował uprawnienia ATVOD, organizacji zrzeszającej dostawców usług na danię, która początkowo powstała jako ciało samoregulacyjne dla tego segmentu rynku. Aby móc pełnić rolę współregulatora, ATVOD dokonała zmiany statutu w celu zapewnienia niezależności od branży i podkreślenia ochrony praw konsumentów jako priorytetu swojego działania. W tym celu powołano nowego przewodniczącego oraz nową radę składającą się z pięciu niezależnych ekspertów oraz czterech członków wybieranych przez przedstawicieli branży.

Zgodnie z postanowieniami porozumienia między Ofcom a ATVOD, istniejący dostawcy audiowizualnych usług medialnych zostali zobligowani do zgłoszenia swoich usług tej organizacji do dnia 30 kwietnia 2010. Dostawcy, którzy rozpoczęli swój działalność po 18 marca 2010 r. również mają obowiązek notyfikacji usług zanim zaczną je świadczyć. Zgodnie z postanowieniami ATVOD ma prawo nakładać na dostawców obowiązek uiszczania rocznej opłaty w celu pokrycia kosztów regulacji. W tym zakresie ATVOD wspólnie z Ofcom przeprowadzili konsultacje publiczne których celem było zbadanie preferencji branży odnośnie systemu opłat uiszczanych do ATVOD.

Oprócz wymogów wynikających bezpośrednio z dyrektywy oraz obowiązku notyfikacji dostawcy usług medialnych na danię zostali zobowiązani do przechowywania treści przez 42 dni od dnia kiedy dana treść po raz ostatni została udostępniona konsumentom. Warto również podkreślić, iż zarówno Ofcom jak i ATVOD rozpoczęły akcję komunikacji z rynkiem informując dostawców audiowizualnych usług medialnych na danię na temat ich przyszłych obowiązków. W lutym 2010 roku Ofcom wydał broszurę zatytułowaną „Informacje dla dostawców audiowizualnych usług medialnych na danię”, w której podaje informacje na temat przyczyn objęcia tych dostawców regulacją, definicji tych usług, jak również podstawowych obowiązków nałożonych na te podmioty. Z kolei w kwietniu 2010 roku ATVOD przygotowała dla swoich członków obszerny materiał w którym szczegółowo została zdefiniowana audiowizualna usługa medialna na danię, omówiono najbardziej kontrowersyjne przypadki, jak również przykłady usług będących poza zakresem regulacji. Ponadto na stronie ATVOD został udostępniony formularz notyfikacyjny przeznaczony dla dostawców usług objętych regulacją wraz z wytycznymi opisującymi procedurę notyfikacji.

Kolejny system współregulacyjny współtworzony przez Ofcom to przykład systemu oddolnego, gdzie dotychczasowa organizacja samoregulacyjna została, na podstawie porozumienia, wyposażona w dodatkowe kompetencje. Mechanizm ten zakłada również autonomię instytucjonalną regulatora i ciała samoregulacyjnego.

Bibliografia:

a) Dokumenty

- ✓ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) (wersja ujednolicona);
- ✓ Interstate Treaty on the protection of Human Dignity and the protection of minors in Broadcasting and in Telemedia (JMStV), April 2010;
- ✓ Communications Act, 2003;
- ✓ Mandelkern Group on Better Regulation, Final report, 13 November 2001.

B) Opracowania i analizy

- ✓ Paweł Stępa, Wojciech Kołodziejczyk, Mechanizmy samo- i współregulacyjne w obszarze mediów; Analiza Biura KRRiT nr 14/2006, Warszawa, 2006 r.:
http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/analizy/Analiza2006_14.pdf
- ✓ Hans-Bredow-Institut, EMR, Final Report. Study on Co-regulation Measures in the Media Sector. Study for the European Commission, June 2006;
- ✓ Iris Plus, Co-Regulation of the Media in Europe: The Potential for Practice of an Intangible Idea, 2002;
- ✓ M. Atkinson, W. D. Coleman, Strong States and Weak States: Sectoral Policy Networks in Advanced Capitalist Economies, (w:) „British Journal of Political Science”, nr 14, 1989, s. 46-67.

c) Strony internetowe

Advertising Standards Association (ASA): <http://asa.org.uk/>

The Association for Television On-Demand (ATVOD): <http://www.atvod.co.uk/>

Broadcast Committee of Advertising Practice (BCAP): <http://bcap.org.uk/>

Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF): www.fsf.de

Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM): <https://www.fsm.de/>

Kommission für Jugendschutz der Landesmedienanstalten (KJM): www.kjm-online.de

(NICAM): <http://www.kijkwijzer.nl/index.php>

Office of Communications (Ofcom): www.ofcom.org.uk/