Versiunea din: 12.6.2024

Statutul privind Reglementarea intermediarilor mass-media în temeiul articolului 96 din Tratatul de stat privind mediile de comunicare[1]

(Statutul MI)

din ...

În temeiul articolului 96 prima teză din Tratatul de stat privind mediile de comunicare (MStV) de la 14 până la 28 aprilie 2020 [referință], [numele autorității federale de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare], emite de comun acord cu restul autorităților de stat pentru mediile de comunicare următorul statut:

1. Secțiunea: Dispoziții generale

Articolul 1
Scop și obiectiv

(1) Prezentul statut stabilește, în conformitate cu articolului 96 din MStV, normele detaliate privind concretizarea materială și procedurală a prevederilor legale privind reglementarea intermediarilor mass-media și a furnizorilor de intermediari mass-media (articolele 91-95 din MStV).

(2) Acest statut servește la protejarea diversității opiniilor (diversitatea ofertei și a furnizorilor).

(3) La aplicarea prezentului statut se ține seama de rolul orientativ al intermediarilor mass-media pentru grupurile respective de utilizatori.

Articolul 2
Domeniul de aplicare

(1) [1]Dispozițiile prezentului statut se aplică intermediarilor mass-media, intermediarilor mass-media integrați și furnizorilor acestora. [2]Termenul „intermediar mass-media integrat” în temeiul articolului 91 alineatul (1) din MStV include orice integrare a unei funcții de intermediar în ofertele terților, ceea ce permite utilizatorilor ofertelor terților să utilizeze funcția intermediară.

(2) Numărul de utilizatori, în conformitate cu articolului 91 alineatul (2) punctul 1 din MStV, este suma utilizatorilor unici lunari.

---

[1] Notificat în conformitate cu Directiva (UE) 2015/1535 a Parlamentului European și a Consiliului din 9 septembrie 2015 referitoare la procedura de furnizare de informații în domeniul reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale (JO L 241, 17.9.2015, p. 1).

(3) În cazul în care furnizorul unui intermediar media face trimitere la reglementările menționate la articolul 91 alineatul (2) punctul 1 din MStV, la cererea autorității federale competente pentru reglementarea mediilor de comunicare, acesta prezintă și justifică numărul de utilizatori în termen de o lună și depune documentele și informațiile necesare pentru examinare.

(4) În cazul în care funcția intermediară nu a fost încă oferită sau a fost oferită timp de mai puțin de șase luni, furnizorul intermediarului mass-media trebuie, la cererea autorității federale competente pentru reglementarea mediilor de comunicare, să facă o prognoză privind evoluția numărului de utilizatori în sensul articolului 91 alineatul (2) punctul 1 din MStV și să furnizeze dovezi credibile și să depună, de asemenea, documentele și informațiile necesare pentru examinare.

Articolul 3
Agent autorizat

(1) Un agent autorizat poate fi o persoană fizică sau juridică.

(2) [1]Persoanele fizice trebuie să aibă domiciliul sau reședința stabilă, iar persoanele juridice trebuie să aibă sediul social în Republica Federală Germania. [2]Se va indica o adresă de corespondență.

(3) Cerințele prevăzute la articolul 92 prima teză, a doua jumătate a tezei din MStV sunt, de obicei, îndeplinite dacă agentul autorizat este desemnat în sfera de aplicare a informațiilor prevăzută la articolul 5 alineatul (1) din Legea privind serviciile de telecomunicații (TMG) și articolul 18 alineatul (1) din MStV.

2. Secțiunea: Transparență

Articolul 4
Scop și obiectiv

[1]Dispozițiile prezentei secțiuni sunt menite să asigure o transparență adecvată pentru utilizatorii intermediarilor mass-media în ceea ce privește informațiile enumerate la articolul 93 alineatul (1) din MStV și la articolul 6 (informații care trebuie făcute transparente). [2]În special, acest lucru ar trebui să permită o utilizare în cunoștință de cauză a intermediarului mass-media în ceea ce privește agregarea, selectarea și prezentarea conținutului jurnalistic-editorial. [3]Acestea se adresează și furnizorilor de conținut jurnalistic-editorial.

Articolul 5
Cerințe formale

(1) Informațiile, conform articolului 93 alineatul (1) din MStV, modificările, conform articolului 93 alineatul (3) din MStV și informațiile, conform articolului 6, trebuie să fie transparente în limba germană.

(2) [1]Pentru ca informația să fie transparentă, aceasta este ușor de perceput în sensul articolului 93 din MStV, dacă este plasată într-o poziție clar perceptibilă pentru un utilizator mediu, luând în considerare situația tipică de utilizare a intermediarului mass-media. [2]Acest lucru este valabil, de obicei, dacă informațiile care trebuie făcute transparente se disting în mod evident de restul conținutului și sunt direct legate de opțiunile de intrare sau de navigație esențiale pentru utilizarea intermediarului mass-media. [3]Atunci când se utilizează un link web referitor la informațiile care trebuie să fie transparente, cerințele de mai sus se aplică în mod corespunzător.

(3)[1]Informațiile care trebuie făcute transparente sunt imediat accesibile în sensul articolului 93 din MStV, dacă acestea sunt perceptibile pentru utilizator fără pași intermediari semnificativi. [2]Acest lucru nu este valabil mai ales în cazul în care informațiile sunt accesibile cu mai mult de două linkuri web și/sau recuperarea informațiilor depinde de înregistrarea prealabilă sau de autentificare.

(4) Informațiile care trebuie făcute transparente sunt întotdeauna disponibile în sensul articolului 93 din MStV, dacă utilizatorul le poate accesa în orice moment.

(5) Informațiile care trebuie făcute transparente sunt furnizate într-un limbaj ușor de înțeles în sensul articolului 93 MStV, dacă pot oferi utilizatorului mediu o înțelegere de bază a circumstanțelor menționate la articolul 93 alineatul (1) din MStV necesare pentru utilizarea în cunoștință de cauză a intermediarului mass-media.

(6) În cazul în care utilizarea intermediarului mass-media se realizează în principal prin comenzi vocale, informațiile care trebuie să fie transparente ar trebui, de asemenea, să poată fi redate acustic la cererea utilizatorului, cu o indicație acustică cu privire la locul unde sunt furnizate informațiile care trebuie să fie transparente.

Articolul 6
Obligații de informare

(1) [1]Furnizorul unui intermediar mass-media este obligat să asigure transparența criteriilor care determină accesul conținutului la un intermediar mass-media și păstrarea acestuia [articolul 93 alineatul (1) primul paragraf din MStV]. [2]În acest scop, furnizorul unui intermediar mass-media trebuie să furnizeze, mai ales, următoarele informații:

1. O descriere a condițiilor tehnice, economice, referitoare la furnizori, referitoare la utilizatori și referitoare la conținut, prin care se stabilește dacă conținutul devine perceptibil printr-un intermediar mass-media,
2. în cazul în care un anumit conținut este filtrat, declasat sau surclasat în ceea ce privește perceptibilitatea în timpul accesării și rămânerii în intermediarul mass-media, în special prin utilizarea sistemelor automate, se indică categoria de conținut în cauză și obiectivele urmărite prin filtrare sau clasificare și
3. informații cu privire la cazul dacă și, în caz afirmativ, modul în care accesul la conținut și păstrarea acestuia în intermediarul mass-media sunt sau pot fi influențate de plăți sau de alte beneficii în natură directe sau indirecte

(2) [1]Furnizorul unui intermediar mass-media are obligația, în conformitate cu articolul 93 alineatul (1) punctul 2 din MStV, să facă transparente criteriile centrale de agregare, selectare și prezentare a conținutului și ponderarea acestora, inclusiv informații privind funcționarea algoritmilor utilizați. [2]În acest scop, furnizorul unui intermediar mass-media trebuie să furnizeze, mai ales, următoarele informații:

1. o descriere a criteriilor centrale de agregare, selecție și prezentare utilizate de furnizorul intermediarului mass-media;
2. o descriere a ponderii relative a criteriilor centrale în raport unul cu celălalt și în raport cu criterii necentrale, fără ca acestea din urmă să fie transparente;
3. o descriere a obiectivelor de optimizare urmărite de criteriile centrale;
4. informații privind dacă și, eventual, în ce mod accesibilitatea conținutului intermediarului mass-media este sau poate fi influențată de plata unor taxe sau de alte considerente de remunerare directe sau indirecte;
5. o descriere a etapelor de bază ale procesului care stau la baza agregării, selectării și prezentării conținutului, inclusiv a datelor cu caracter personal și a altor date incluse în agregare, selecție și prezentare;
6. informații privind tipul și amploarea personalizării utilizate și dacă și, eventual, în ce mod conținutul este evaluat ca fiind relevant pentru utilizatorul respectiv;
7. informații privind dacă și, eventual, în ce mod comportamentul utilizatorului în intermediarul mass-media poate influența agregarea, selectarea și prezentarea conținutului, inclusiv indicarea posibilităților de influență de care dispune utilizatorul prin intermediul setărilor și funcțiilor parțiale și
8. informații cu privire dacă și, eventual, în ce mod furnizorul unui intermediar mass-media își tratează propriul conținut, conținutul unei societăți afiliate [articolul 15 din Legea privind societățile comerciale pe acțiuni (AktG)] sau conținutul partenerilor de cooperare într-un mod special în timpul agregării, selecției și/sau prezentării.

(3) [1]Modificările importante ale criteriilor care trebuie făcute transparente în temeiul articolului 93 alineatul (1) din MStV sunt făcute perceptibile fără întârziere. [2]În acest scop, furnizorul unui intermediar mass-media trebuie să păstreze disponibilă o prezentare de ansamblu care să arate modificările semnificative efectuate în timp. [3]Toate celelalte modificări ale criteriilor care urmează să fie făcute transparente în temeiul articolului 93 alineatul (1) din MStV sunt comunicate cel puțin o dată la patru luni de la intrarea în vigoare a prezentului statut. Articolul 5 se aplică în mod corespunzător.

3. Secțiunea: Nediscriminarea

Articolul 7
Dispoziții generale

(1) Obligația unui intermediar mass-media în temeiul articolului 94 alineatul (1) din MStV include, de asemenea, părți definibile și contribuții ale unei oferte jurnalistice-editoriale.

(2) [1]În determinarea unei influențe deosebit de mari în sensul articolului 94 alineatul (1) din MStV, influența intermediarului mass-media asupra perceptibilității conținutului jurnalistic-editorial în cadrul procesului de formare a opiniei este decisivă. [2]Evaluarea poate lua în considerare în special

1. poziția intermediarului mass-media pe piețele relevante respective;
2. o viziune de ansamblu asupra utilizării, de exemplu pe baza gamei disponibile de utilizare, a numărului de utilizatori, a duratei și a activității utilizatorilor sau a numărului de vizualizări pe utilizator.

Articolul 8
Abateri sistematice în conformitate cu articolul 94 alineatul (2) din prima versiune a MStV

(1) Decisive pentru evaluarea dacă se aplică o încălcare a articolului 94 alineatul (2) din prima versiune a MStV,

1. sunt criteriile și informațiile privind ponderarea criteriilor pe care intermediarul mass-media le publică pentru a-și îndeplini obligația în temeiul articolului 93 alineatul (1) din MStV sau
2. criteriile și informațiile privind ponderarea criteriilor pe care intermediarul mass-media ar trebui să le publice pentru a-și îndeplini obligația în temeiul articolului 93 alineatul (1) din MStV.

(2) Se consideră că există o abatere în sensul articolului 94 alineatul (2) din prima versiune a MStV, în special în cazul în care furnizorul unui intermediar mass-media

1. nu aplică criteriile publicate sau criteriile, altele decât cele care urmează să fie publicate în temeiul articolului 93 alineatul (1) punctele 1 și 2 din MStV, sau
2. se abate de la ponderarea publicată a criteriilor centrale de agregare, selecție și prezentare a conținutului.

(3) [1]Faptul dacă o abatere, în sensul articolului 94 alineatul (2) din prima versiune a MStV, este sistematică se determină pe baza unei viziuni de ansamblu asupra tuturor circumstanțelor. [2]Se ține seama, mai ales, de durata, regularitatea, repetarea și programarea abaterii.

(4) O abatere este justificată dacă acest lucru se datorează unui motiv justificat în mod obiectiv. Motivele care stau la baza acestui fapt pot fi în special

1. interdicții legale sau obligații legale;
2. condiții tehnice în prezentarea către utilizator;
3. cerințe pentru protejarea integrității serviciului.

(5) Existența unui motiv justificat în mod obiectiv, se determină după evaluarea intereselor părților implicate, ținând seama de obiectivul MStV de a asigura diversitatea de opinii.

Articolul 9
Obstrucție nerezonabilă în conformitate cu articolul 94 alineatul (2) din a doua versiune a MStV

(1) O obstrucție în sensul articolului 94 alineatul (2) din a doua versiune a MStV, este deprecierea directă sau indirectă în ceea ce privește accesul sau accesibilitatea unei oferte jurnalistice-editoriale.
(2) Articolul 8 alineatul (1) se aplică în consecință.

(3) [1]Faptul dacă o obstrucție, în sensul articolului 94 alineatul (2) din a doua versiune a MStV, este sistematică se determină pe baza unei prezentări de ansamblu a tuturor circumstanțelor. [2]Se ține seama de durata, regularitatea și repetarea abaterii.

(4) [1]Caracterul nerezonabil al unei obstrucții se evaluează pe baza unui echilibru între interesele părților, ținând seama de obiectivul MStV de a proteja diversitatea de opinii. [2]Natura nerezonabilă a unei obstrucții poate rezulta din criterii individuale sau din interacțiunea cumulativă a mai multor criterii.

4. Secțiunea: Procedura și investigarea

Articolul 10
Competența ZAK

(1) Pentru sarcinile care trebuie îndeplinite în temeiul prezentului statut, Comisia de Aprobare și Supraveghere (ZAK) competente de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare îndeplinește rolul de organ [articolul 104 alineatul (2) prima teză punctul 1, articolul 105 alineatul (1) prima teză punctul 10 din MStV coroborată cu Reglementarea de procedură ZAK – GVO ZAK].

(2) [1]Autoritatea competentă de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare transmite fără întârziere plângerile la ZAK prin intermediul Oficiului Comun în temeiul articolului 11 și o informează cu privire la examinările din oficiu. [2]ZAK desfășoară procedura până la luarea unei decizii.

Articolul 11
Procedura de nediscriminare

(1) Autoritatea competentă de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare examinează prin intermediul ZAK, pe baza unei plângeri sau în cazuri evidente din oficiu, dacă furnizorul unui intermediar mass-media încalcă dispozițiile articolului 94 alineatele (1) și (2) din MStV sau ale articolelor 8 și 9.

(2) Dreptul la o cale de atac în sensul articolului 94 alineatul (3) prima teză din MStV se acordă

1. furnizorilor de conținut jurnalistic-editorial și
2. furnizorilor de platforme media și interfețe de utilizatori, în măsura în care se plâng de discriminarea pachetelor cu conținut jurnalistic-editorial pe care le oferă.

(3) [1]Reclamantul trebuie să motiveze recursul. În acest scop, se furnizează dovezi adecvate din care vor reieși probe suficiente pentru pretinsa discriminare a conținutului său jurnalistic-editorial în sensul articolului 94 alineatul (2) din MStV sau al articolelor 8 și 9. [2]În special, pot fi prezentate următoarele:

1. evaluarea identificabilității conținutului jurnalistic-editorial propriu în cadrul intermediarului mass-media și
2. studii adecvate.

[3]În plus, reclamantul furnizează, dacă este posibil, dovezi adecvate din care să rezulte că intermediarul mass-media are o influență deosebit de mare asupra perceptibilității conținutului jurnalistic-editorial în sensul articolului 94 alineatul (1) din MStV.

(4) Un caz evident în temeiul articolului 94 alineatul (3) a doua teză din MStV și (1) există în situația în care faptele care stau la baza încălcării interdicției discriminării sunt clar identificabile pentru terți.

Articolul 12
Rectificare

[1]În cazul în care autoritatea de stat competentă pentru mediile de comunicare stabilește prin intermediul ZAK că furnizorul unui intermediar mass-media încalcă articolele 92-94 din MStV sau dispozițiile prezentului statut, furnizorul intermediarului mass-media va rectifica imediat intermediarul mass-media. [2]Furnizorul intermediarului mass-media are obligația să prezinte o dovadă a rectificării autorității de stat competente pentru mediile de comunicare într-un mod adecvat și inteligibil.

Articolul 13
Informarea și prezentarea documentelor

(1) [1]În vederea verificării unei eventuale încălcări, furnizorul unui intermediar mass-media are obligația să furnizeze toate informațiile necesare, să pună la dispoziție informații și să prezinte documente. [2]Autoritatea de stat competentă pentru mediile de comunicare poate, în special,

1. să solicite prezentarea tuturor documentelor care dovedesc criteriile în sensul articolului 93 alineatul (1) punctul 1 din MStV sau criteriile centrale și ponderea acestora, precum și funcționarea algoritmilor utilizați în sensul articolului 93 alineatul (1) punctul 2 din MStV;
2. să audieze în calitate de martori angajații furnizorului intermediarului mass-media implicat în definirea, implementarea tehnică și modificarea criteriilor în sensul articolului 93 alineatul (1) punctul 1 din MStV sau a criteriilor centrale și ponderii acestora, precum și a algoritmilor utilizați în sensul articolului 93 alineatul (1) punctul 2 din MStV;

3. să solicite furnizorului intermediarului mass-media o declarație pe propria răspundere cu privire la informațiile care trebuie să fie transparente în temeiul articolului 93 alineatul (1) din MStV și al articolului 6;
4. să solicite prezentarea de acorduri contractuale, angajamente sau alte obligații care sunt în mod obiectiv legate de accesul și reținerea conținutului la intermediarul media, în special în ceea ce privește includerea, prezentarea și păstrarea conținutului jurnalistic-editorial.

(2) [1]La depunerea documentelor menționate la alineatul (1), furnizorul intermediarului mass-media va marca acele părți ale documentelor care conțin secrete de afaceri sau comerciale. [2]În acest caz, aceștia trebuie să prezinte, de asemenea, o versiune care, din punctul lor de vedere, poate fi văzută de terți fără a divulga secrete de afaceri sau comerciale. [3]În caz contrar, autoritatea de stat competentă pentru mediile de comunicare poate presupune că există consimțământul pentru inspecție, cu excepția cazului în care este conștientă de circumstanțe speciale care nu justifică o astfel de prezumție. [4]În cazul în care autoritatea de stat competentă pentru mediile de comunicare consideră că marcarea documentelor drept secrete comerciale sau de afaceri este nejustificată, aceasta trebuie să ofere furnizorului posibilitatea de a formula observații înainte de a decide dacă acordă acces terților.

5. Secțiunea: Dispoziții finale

Articolul 14
Evaluare

ZAK va revizui prezentul statut cel puțin o dată la trei ani, ținând seama în special de

1. experiența dobândită în urma aplicării practice a prezentului statut;
2. evoluțiile tehnice și economice în domeniul reglementării;
3. importanța intermediarilor media individuali pentru formarea opiniei publice;
4. evoluțiile în domeniul coreglementării, cum ar fi angajamentele la nivel de industrie;
5. dezvoltarea cercetării privind transparența și discriminarea;
6. dezvoltarea cercetării și științei în domeniul analizei datelor, inteligenței artificiale și învățării automatizate.

Articolul 15
Intrare în vigoare

[1]Prezentul statut intră în vigoare la 1 ianuarie 2025. [2]În cazul în care, până la 31 decembrie 2024, nu sunt adoptate și publicate statute corespunzătoare de către toate autoritățile de stat competente pentru mediile de comunicare, acest statut devine caduc. [3]Președintele conferinței directorilor autorităților competente de stat pentru reglementarea mass-mediei (DLM) publică pe internet sub marca umbrelă „autoritățile din domeniul mass-mediei” informația dacă toate autoritățile competente de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare au adoptat și publicat statute identice în termenul prevăzut la a doua teză.