



Coimisiún
na Meán

Udkast Kodeks for medietjenester og regler for medietjenester



Indhold

1. Indledning	3
2. Anvendelsesområde og jurisdiktion	3
3. Formål, udarbejdelse og anvendelse af kodeksen og reglerne	3
4. Reguleringsprincipper, der er relevante for kodeksen og reglerne	4
5. Udskillelse	6
6. Afkald	6
7. Overholdelse og håndhævelse	6
8. Klager	7
9. Definitioner — medietjenestekodekser og regler for medietjenester	7
Bestemmelser om medietjenester	9
10. Skadeligt indhold	9
11. Rettigheder til kinematografiske værker	11
12. Audiovisuel kommerciel kommunikation	11
13. Sponsorater	12
14. Produktplacering	13
Bestemmelser om medietjenesteregler	14
15. Adgang til audiovisuelle on-demand-tjenester	14
Vejledning	17



1. Indledning

- 1.1 I henhold til § 46N, stk. 1, og § 46O, stk. 1 og 5 i lov om tv-radio-spredningsvirksomhed 2009, som ændret ved loven om regulering af onlinesikkerhed 2022 ("**loven**") kan Coimisiún na Meán ("**kommisionen**") udarbejde kodekser og regler ("**medietjenestekodekser**" og "**regler for medietjenester**") om standarder og praksis for radio- og tv-selskaber og udbydere af audiovisuelle on-demand-medietjenester.
- 1.2 I henhold til lovens § 46N, stk. 5, skal kommissionen udarbejde medietjenestekodekser for de spørgsmål, der kræves i henhold til artikel 5, 6 stk. 1, 6a, stk. 1 til 3, 7b, 8, 9, 10 og 11, i direktiv (EU) 2010/13 (som ændret ved direktiv (EU) 2018/1808) ("**direktivet om audiovisuelle medietjenester**") (medmindre andet er fastsat i reglerne for medietjenester).
- 1.3 I henhold til § 46O (9) i loven skal medietjenestereglerne indeholde bestemmelser om de spørgsmål, der kræves i henhold til artikel 6, stk. 1, 6a, stk. 1, 7, 7b, 8, 9, 10, 11, 9, kapitel VI og artikel 23, stk. 2, 24 og 25 i direktivet om audiovisuelle medietjenester (medmindre andet er fastsat ved medietjenestekodekser).
- 1.4 Kommissionen har i overensstemmelse med sine lovbestemte opgaver og forpligtelser som beskrevet ovenfor udarbejdet denne medietjenestekodeks ("**kodeksen**") og disse regler for medietjenester ("**reglerne**").

2. Anvendelsesområde og jurisdiktion

- 2.1 Kodeksen og reglerne gennemfører Artikel 5, 6, stk. 1, 6a, stk. 1 til 3, 7, 8, 9, 10 og 11 i direktivet om audiovisuelle medietjenester i Irland, for så vidt som de vedrører audiovisuelle on-demand-medietjenester.
- 2.2 Kodeksen og reglerne finder således anvendelse på medietjenesteudbydere, der udbyder audiovisuelle on-demand-medietjenester.
- 2.3 Kodeksen og reglerne finder kun anvendelse på udbydere af audiovisuelle on-demand medietjenester, som henhører under statens jurisdiktion i henhold til lovens § 2A.

3. Formål, udarbejdelse og anvendelse af kodeksen og reglerne

Formål

- 3.1 Formålet med kodeksen og reglerne er at sikre, at udbydere af audiovisuelle on-demand-medietjenester, der er under statens jurisdiktion, opfylder kravene i artikel 5, 6, stk. 1, 6a, stk. 1 til 3, 7, 8, 9, 10 og 11, i direktivet om audiovisuelle medietjenester.



Udarbejdelse af kodeksen og reglerne

- 3.2 I henhold til lovens § 46N, stk. 6, har kommissionen taget hensyn til følgende forhold ved udarbejdelsen af kodeksen: -
- omfanget af den skade eller de lovovertrædelser, der kan opstå som følge af indarbejdelsen af et bestemt emne i programmateriale.
 - den forventede størrelse og sammensætning af det potentielle publikum for programmateriale.
 - publikums sandsynlige forventninger til arten af programaterialet, og i hvilket omfang potentielle medlemmer af målgruppen kan gøres opmærksom på programmets indhold.
 - sandsynligheden for, at personer, der ikke er bekendt med arten af programmateriale, utilsigtet udsættes for det gennem deres egne handlinger.
 - det ønskelige i at sikre, at udbyderen af en radio- og tv-tjeneste eller en audiovisuel on-demand medietjeneste underretter kommissionen om enhver ændring, der påvirker tjenestens art, og navnlig om enhver ændring, der er relevant for anvendelsen af medietjenestekodekser.
 - det ønskelige i at bevare uafhængigheden af den redaktionelle kontrol med programmerne.
- 3.3 Kodeksen og reglerne er udarbejdet i overensstemmelse med procedurene fastsat i lovens § 46Q.

4. Reguleringsprincipper, der er relevante for kodeksen og reglerne

- 4.1 Ved fortolkning, anvendelse og håndhævelse af kodeksen og reglerne skal kommissionen i overensstemmelse med sine offentligretlige forpligtelser handle lovligt, rationelt og retfærdigt.
- 4.2 Kommissionen skal navnlig handle i overensstemmelse med:
- sine generelle lovbestemte målsætninger og funktioner i henhold til loven.
 - de specifikke lovbestemte målsætninger, der ligger til grund for kodeksen og reglerne.
 - de rettigheder, der følger af forfatningen, Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder og den europæiske menneskerettighedskonvention, for så vidt de finder anvendelse i henhold til den europæiske menneskerettighedskonvention af 2003 og EU-traktaterne.



Generelle lovbestemte målsætninger og funktioner

- 4.3 Lovens § 7, stk. 2, fastslår, at kommissionen i udøvelsen af sine funktioner skal bestræbe sig på at sikre, at de demokratiske værdier, der er nedfældet i forfatningen, respekteres, navnlig de, der vedrører den retmæssige ytringsfrihed, og at offentlighedens interesser, herunder børns interesser, beskyttes, med særlig vægt på børns sikkerhed. Kommissionen bestræber sig også på at sikre, at kommissionens politikker vedrørende audiovisuelle on-demand-medietjenester bedst tjener det irske folks behov med hensyn til personer med handicap og deres behov for adgang til disse tjenester.
- 4.4 Desuden skal kommissionen bestræbe sig på at sikre, at dens reguleringsordninger i) adresserer programmateriale og andet indhold, der er skadeligt eller ulovligt, ii) tager teknologiske og samfundsmæssige ændringer i betragtning og, iii), fungerer forholdsmæssigt, konsekvent og retfærdigt.
- 4.5 Lovens § 7, stk. 3, bestemmer, at kommissionen desuden bl.a. skal:
- stimulere udbuddet af forskelligartede og innovative programmer af høj kvalitet fra udbydere af audiovisuelle on-demand-medietjenester
 - fremme og tilskynde til miljømæssig bæredygtighed i politikker og praksis hos udbydere af audiovisuelle on-demand-medietjenester
 - træffe evidensbaserede beslutninger i udøvelsen af sine funktioner og fremme evidensbaseret beslutningstagning hos dem, den rådfører sig med
 - tilskynde til overholdelse af lovens bestemmelser og bestemmelserne i enhver kodeks, regel eller anden retsakt, der er udarbejdet i medfør heraf, på enhver måde, som Kommissionen finder hensigtsmæssig, herunder ved at offentliggøre retningslinjer for, hvordan disse bestemmelser kan overholdes.
- 4.6 I henhold til lovens § 7, stk. 4, tager Kommissionen ved udførelsen af sine opgaver hensyn til: børns sikkerhed og offentliggjorte politikker på dette område fra ministeren for børn, ligestilling, handicap, integration og ungdom; reguleringen af hasardspil og justitsministerens offentliggjorte politikker på dette område; klimaændringer og miljømæssig bæredygtighed og offentliggjorte politikker på dette område fra ministeren for miljø, klima og kommunikation; og regeringens offentliggjorte politikker på ethvert af disse områder.

Specifikke lovbestemte målsætninger

- 4.7 I henhold til § 46N, stk. 5, og § 46O, stk. 9, i loven er formålet med kodeksen og reglerne at sikre, at udbydere af audiovisuelle on-demand-medietjenester, som er under statens jurisdiktion, overholder kravene i artikel 5, 6, stk. 1, 6a, stk. 1, til 3, 7, 8, 9, 10 og 11, i direktivet om audiovisuelle medietjenester.



5. Udskillelse

- 5.1 Hvis en bestemmelse i kodeksen og reglerne på nogen måde konstateres at være ulovlig, ugyldig, forbudt, ikke kan håndhæves eller anvendes (enten generelt eller med hensyn til en eller flere bestemte medietjenesteudbydere) i henhold til nogen lov (herunder forfatningen og EU-retten), berører en sådan konstatering ikke lovligheden, gyldigheden, håndhævelsen eller anvendeligheden af andre bestemmelser i kodeksen og reglerne eller dele heraf, medmindre det fastslås, at en sådan anden bestemmelse finder anvendelse på konstateringen eller en del heraf, eller den er genstand for en domstolsafgørelse.
- 5.2 Med forbehold af ovenstående forbliver alle de øvrige bestemmelser og/eller dele af kodeksen og reglerne fuldt ud effektive, anvendelige og kan håndhæves. I det omfang, det er nødvendigt, udskilles enhver bestemmelse eller del af kodeksen og reglementet, der er fundet ulovlig, ugyldig, forbudt, ikke kan håndhæves eller anvendes, fra kodeksen og reglementet.

6. Afkald

- 6.1 Det forhold, at kommissionen ikke reagerer på eller fremsætter bemærkninger til nogen indsendelse, vurdering, forslag, rapport, forenelighedserklæring eller lignende dokumenter, som den forelægges af en on-demand audiovisuel medietjenesteudbyder, som er opført i det register over on-demand-udbydere af audiovisuelle medietjenester, som kommissionen har oprettet i henhold til loven, anses ikke for at være en accept eller godkendelse af indholdet af nogen del heraf, og indebærer ikke, at medietjenesteudbyderen har opfyldt sine forpligtelser i henhold til loven og/eller kodeksen og reglerne.
- 6.2 Med forbehold af ovenstående afskærer det forhold, at kommissionen ikke reagerer på eller fremsætter bemærkninger til et sådant dokument, ikke kommissionen fra at gøre indsigelse og udgør ikke et afkald fra kommissionens side på nogen af sine beføjelser eller rettigheder i medfør af loven og/eller kodeksen og reglerne.

7. Overholdelse og håndhævelse

- 7.1 I henhold til § 46N, stk. 10, og 46O, stk. 11, i loven er manglende overholdelse fra en audiovisuel medietjenesteudbyders side af kodeksen eller reglerne en overtrædelse som omhandlet i lovens del 8B.
- 7.2 En udbyder af audiovisuelle medietjenester skal have indført systemer og kontroller, der påviser overholdelsen af forpligtelserne i denne kodeks.
- 7.3 I henhold til lovens § 47, stk. 3, skal udbydere af audiovisuelle on-demand-



medietjenester udarbejde og gennemføre en adfærdskodeks for behandling af klager over medietjenesteudbyderens manglende overholdelse af en medietjenestekodeks eller regler.

8. Klager

- 8.1 Publikum kan indgive en klage, hvis det mener, at en udbyder af audiovisuelle on-demand-medietjenester ikke har overholdt denne kodeks eller reglerne. Coimisiún na Meán råder klagere til i første omgang at rette deres klage til udbyderen af den audiovisuelle on-demand-medietjeneste, da dette er den hurtigste måde at få en klage behandlet og besvaret på.

Oplysninger om klagebehandlingsprocessen, herunder hos Coimisiún na Meáns, findes på vores websted (www.cnam.ie), eller Coimisiún na Meán kan kontaktes på + 353 1 963 7755 eller på usersupport@cnam.ie.

9. Definitioner — medietjenestekodekser og regler for medietjenester

"adgangstjenester": undertekstning, skærmt tekst, tegnsprog (herunder irsk tegnsprog for tjenester rettet mod det irske publikum) og lydbeskrivelse som defineret i denne kodeks og disse regler.

"lydbeskrivelse": en kommentar, der giver blinde eller synshæmmede seere en verbal beskrivelse af, hvad der sker på skærmen på et givet tidspunkt. Den ydes som en hjælp til at forstå og få udbytte af programmet. Teknikken anvender et ekstra lydspor, der giver en beskrivelse af programindholdet og handlingen på skærmen.

Ved **"audiovisuel kommerciel kommunikation"** forstås en kommerciel kommunikation bestående af billeder med eller uden lyd, som er udformet med henblik på direkte eller indirekte at fremme afsætningen af varer eller tjenesteydelser eller et image af en fysisk eller juridisk person, der driver økonomisk virksomhed; sådanne billeder følger med eller er indeholdt i et program eller i en brugergenereret video mod betaling eller lignende modydelse eller med selvpromoverende formål.

"audiovisuel medietjeneste"

i) en tjeneste som defineret i artikel 56 og 57 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, hvor hovedformålet med tjenesten eller en adskillig del heraf er at udbyde programmer til offentligheden under medietjenesteudbyderens redaktionelle ansvar med henblik på at informere, underholde eller oplyse gennem elektroniske kommunikationsnet som defineret i artikel 2, litra a), i direktiv 2002/21/EF; en sådan audiovisuel medietjeneste er enten en tv-udsendelse eller en audiovisuel on-demand-medietjeneste.

ii) audiovisuel kommerciel kommunikation.



Coimisiún
na Meán

Udkast til kodeks for audiovisuelle medietjenester
og regler for medietjenester

"audiovisuel on-demand medietjeneste (on demand-tjeneste)": en audiovisuel medietjeneste, der udbydes af en medietjenesteudbyder med henblik på at vise programmer på et af brugeren valgt tidspunkt og på dennes individuelle anmodning på grundlag af et katalog over programmer udvalgt af medietjenesteudbyderen.

"skærmtekst": tekst på skærmen, der repræsenterer det, der siges på skærmen. Selv om det ligner undertekstning, er det imidlertid ikke så sofistikeret, indebærer en mere grundlæggende gengivelse af, hvad der siges på skærmen, er undertiden kun i én farve, er ordret og evt. kun med store bogstaver.

"barn eller børn" en eller flere personer under 18 år.

"redaktionelt ansvar" udøvelse af effektiv kontrol med både udvælgelsen af programmerne og deres organisation enten som kronologisk programflade for TV-udsendelser, eller som katalog for audiovisuelle on-demand-medietjenester. Redaktionelt ansvar indebærer ikke nødvendigvis et juridisk ansvar i henhold til national ret vedrørende indholdet eller de udbudte tjenester.

"medietjenesteudbyder": den fysiske eller juridiske person, der har det redaktionelle ansvar for valget af audiovisuelt indhold i den audiovisuelle medietjeneste og bestemmer, hvordan det tilrettelægges.

"produktplacering": enhver form for audiovisuel kommerciel kommunikation, der består i, at en vare, en tjenesteydelse eller et varemærke indgår eller henvises til, således at den indgår i et program eller en brugergenereret video mod betaling eller anden modydelse.

"program": et sæt levende billeder med eller uden lyd, der udgør en individuel del, uanset dens længde, i en programflade eller et katalog udarbejdet af en medietjenesteudbyder, herunder film af spillefilmslængde, videoklip, sportsbegivenheder, sitcom-serier, dokumentarprogrammer, børneprogrammer og TV-drama

"tegnssprog, herunder irsk tegnsprog" er det oprindelige naturlige sprog i døvesamfundet. Det er et visuelt, rumligt sprog, der giver mening gennem hændernes bevægelse kombineret med ansigtsudtryk og kropsstillinger. Tegnsprog har sin egen syntaks og komplekse grammatiske struktur. Tegnsprog skal præsenteres på en skærm af en tegnsprogstolk som en del af det audiovisuelle programindhold eller af en tegnsprogstolk, der er placeret over billederne på skærmen.

"sponsorering": ethvert bidrag fra offentlige eller private virksomheder eller fysiske personer, der ikke udbyder audiovisuelle medietjenester eller videodelingsplatformstjenester eller producerer audiovisuelle værker, til finansiering af audiovisuelle medietjenester, videodelingsplatformstjenester, brugergenererede videoer eller programmer med henblik på at promovere deres navn, varemærke, billede, aktiviteter eller produkter.

"skjult kommerciel kommunikation": præsentation i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser, en vareproducents eller tjenesteyders navn, varemærke eller virksomhed, i programmer, når præsentationen fra medietjenesteudbyderens side er



tilsigtet at tjene som reklame og kan tænkes at vildlede offentligheden med hensyn til sin art. En sådan præsentation anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod betaling eller anden modydelse.

"subliminale teknikker": kommerciel kommunikation, der omfatter enhver teknisk anordning, som ved hjælp af billeder af meget kort varighed eller på anden måde udnytter muligheden for at formidle et budskab til eller på anden måde påvirke seere, uden at de opdager eller får fuldt kendskab til, hvad der er gjort.

"undertekster": tekst på skærmen, der repræsenterer det, der siges på skærmen. Undertekstning kan være åben eller lukket. Åben undertekstning er undertekster, der bliver stående på skærmen. Lukket undertekstning kan gøres synlig eller ikke synlig, når seerne ønsker det, f.eks. ved hjælp af en fjernbetjening. Undertekstning er formateret, så den letter fortolkningen og forståelsen af teksten og knytter den tættere til handlingen på skærmen.

Bestemmelser om medietjenester

Følgende bestemmelser er fastsat i henhold til lovens § 46N, stk. 1, og § 46N, stk.5.

10. Skadeligt indhold

- 10.1 I henhold til § 46J, stk. 1, litra c) og d), i loven må medietjenesteudbydere af on-demand-tjenester ikke i et katalog over tjenesten tilgængeliggøre:
- (a) noget, der med rimelighed kan anses for en adfærd, der er omfattet af begrebet offentlig opfordring til at begå en terrorhandling som omhandlet i artikel 5 i direktiv (EU) 2017/541
 - (b) noget, der med rimelighed kan anses for at kunne tilskynde til vold eller had rettet mod en gruppe af personer eller et medlem af en gruppe af de grunde, der er nævnt i chartrets artikel 21,¹ nemlig køn, race, farve, etnisk eller social oprindelse, genetiske anlæg, sprog, religion eller tro, politiske eller andre anskuelser, tilhørsforhold til et nationalt mindretal, formueforhold, fødsel, handicap, alder eller seksuel orientering. Statsborgerskab udgør en sådan grund, med forbehold af de særlige bestemmelser i traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab og traktaten om Den Europæiske Union.
- 10.2 Med forbehold af § 10, stk. 1, skal udbydere af on-demand-medietjenester give tilstrækkelige oplysninger til seerne om indhold, der kan skade børns fysiske, psykiske eller moralske udvikling. Medietjenesteudbyderen skal anvende et system, der beskriver den potentielt skadelige karakter af indholdet af dens audiovisuelle on-demand-medietjeneste. Oplysninger, der gives til seerne, bør vises i begyndelsen af et program.

¹ Dette omfatter, men er ikke begrænset til, medlemmer af fællesskaberne af omrejsende og romaer.



10.3 Udbydere af on-demand-medietjenester skal træffe passende foranstaltninger til at sikre, at programmer med indhold, der kan skade børns fysiske, psykiske eller moralske udvikling, navnlig:

- (a) indhold bestående af pornografi
- (b) indhold bestående af umotiveret vold

kun tilgængeliggøres på en sådan måde, at det sikres, at børn normalt ikke vil få dem at høre eller se.

10.4. Passende foranstaltninger med henblik på § 10.3 kan indebære: on-demand-medietjenesteudbyderes brug af beskyttelsesmekanismer, herunder følgende: -

- anvendelse af forudgående advarsler om indhold.
- tilvejebringelse af forældrekontrol, herunder begrænset mode og adgang via PIN.
- værktøjer til alderssikring.²
- andre tekniske foranstaltninger, der fører til et tilsvarende udfald som ovenstående.

10.5. Passende foranstaltninger med henblik på § 10, stk.3, skal stå i et rimeligt forhold til programmets potentielle skadelige virkning på børn. I denne henseende skal udbydere af on-demand-medietjenester tage hensyn til materialets potentiale for at skade børn, når de fastlægger den forholdsmæssige tilgang, der skal anvendes. Faktorer, der skal tages i betragtning, omfatter: -

- i. Den sandsynlige grad af skade, der potentielt kan opstå som følge af programmets indhold.
- ii. Sandsynligheden for, at børn får adgang til indholdet.
- iii. Arten af on-demand-tjenesten og dens sandsynlige publikum.

10.6. Uden at det berører den generelle karakter af § 10, stk. 3 og 10, stk. 4, er det mest skadelige indhold, dvs. umotiveret vold og pornografi, underlagt de strengeste foranstaltninger såsom forældrekontrol, alderssikring eller andre tekniske foranstaltninger, der fører til tilsvarende resultat.

² En foranstaltning til alderssikring, der udelukkende er baseret på egenerklæring om alder fra tjenestens brugere, er ikke en effektiv foranstaltning med henblik på § 10, stk. 4.



- 10.7. Børns personoplysninger, der indsamles eller på anden måde genereres af medietjenesteudbydere i henhold til afsnit 10, stk. 3 eller 10, stk.4, må ikke behandles til kommercielle formål såsom direkte markedsføring, profilering eller adfærdsbaseret reklame.



11. Rettigheder til kinematografiske værker

- 11.1 Udbydere af on-demand-medietjenester må ikke transmittere kinematografiske værker uden for perioder, der er aftalt med rettighedshaverne.

12. Audiovisuel kommerciel kommunikation

- 12.1 Udbydere af on-demand-medietjenester skal sikre, at audiovisuel kommerciel kommunikation, som de udbyder, er let genkendelig som sådan.
- 12.2 Udbydere af on-demand-medietjenester må ikke i eller sammen med programmerne medtage skjult audiovisuel kommerciel kommunikation eller audiovisuel kommerciel kommunikation, der anvender subliminale teknikker.
- 12.3 Udbydere af on-demand-medietjenester må ikke udbyde audiovisuel kommerciel kommunikation, der er skadelig for offentligheden, nemlig: -
- i. audiovisuel kommerciel kommunikation, der skader respekten for den menneskelige værdighed.
 - ii. audiovisuel kommerciel kommunikation, der omfatter eller fremmer nogen forskelsbehandling på grund af køn, race eller etnisk oprindelse, nationalitet, religion eller tro, handicap, alder eller seksuel orientering.
 - iii. audiovisuel kommerciel kommunikation, der tilskynder til adfærd, der er til skade for sundheden eller sikkerheden.
 - iv. audiovisuel kommerciel kommunikation, der tilskynder til en adfærd, der er til stor skade for miljøbeskyttelsen.
 - v. audiovisuel kommerciel kommunikation om cigaretter og andre tobaksvarer samt om elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere.
 - vi. audiovisuel kommerciel kommunikation, der tilskynder til umådeholden indtagelse af alkoholholdige drikkevarer.
 - vii. audiovisuel kommerciel kommunikation om lægemidler og medicinsk behandling, der er omfattet af receptpligt i staten.
- 12.4 Udbydere af on-demand-medietjenester må ikke udbyde audiovisuel kommerciel kommunikation, der er skadelig for børn, nemlig:
- i. audiovisuel kommerciel kommunikation, der direkte tilskynder børn til at købe



eller leje et produkt eller en tjenesteydelse ved at udnytte deres manglende erfaring eller godtroenhed.

- ii. audiovisuel kommerciel kommunikation, der direkte tilskynder børn til at overtale deres forældre eller andre til at købe de varer eller tjenesteydelser, der reklameres for.
 - iii. audiovisuel kommerciel kommunikation, der udnytter børns særlige tillid til forældre, lærere eller andre personer.
 - iv. audiovisuel kommerciel kommunikation, der på urimelig vis viser børn i farlige situationer.
 - v. audiovisuel kommerciel kommunikation om alkoholholdige drikkevarer rettet specifikt mod børn.
- 12.5 Udbydere af on-demand-medietjenester skal sikre, at audiovisuel kommerciel kommunikation om alkoholholdige drikkevarer, som de udbyder, med undtagelse af sponsorering og produktplacering, opfylder følgende krav:
- i. audiovisuel kommerciel kommunikation må ikke være rettet specifikt mod mindreårige eller navnlig ikke afbilde mindreårige, der indtager sådanne drikkevarer.
 - ii. audiovisuel kommerciel kommunikation må ikke forbinde alkoholforbrug med forbedret fysisk ydeevne eller med at føre motorkøretøj.
 - iii. audiovisuel kommerciel kommunikation må ikke give indtryk af, at alkoholforbruget bidrager til social eller seksuel succes.
 - iv. audiovisuel kommerciel kommunikation må ikke hævde, at alkohol har terapeutiske egenskaber eller er stimulerende, beroligende eller et middel til at løse personlige konflikter.
 - v. audiovisuel kommerciel kommunikation må ikke tilskynde til umådeholden indtagelse af alkohol eller stille abstinens eller mådehold i et negativt lys
 - vi. audiovisuel kommerciel kommunikation må ikke lægge vægt på et højt alkoholindhold som en positiv egenskab af drikkevarerne.

13. Sponsorater

- 13.1 Udbydere af on-demand-medietjenester eller af programmer, der er sponsoreret, skal opfylde følgende krav: -
- i. indholdet af de on-demand-tjenester eller programmer, som de udbyder, må under ingen omstændigheder påvirkes på en sådan måde, at det berører



medietjenesteudbyderens ansvar eller redaktionelle uafhængighed

- ii. de on-demand-tjenester eller programmer, som de udbyder, må ikke direkte tilskynde til at købe eller leje varer eller tjenesteydelser, navnlig ved særlig reklameomtale af sådanne varer eller tjenesteydelser
 - iii. seerne skal informeres klart om eksistensen af en sponsoraftale
 - iv. sponsorerede programmer skal klart kunne identificeres som sponsorerede, ved at sponsorens navn, logo og/eller andet symbol, f.eks. en angivelse af vedkommendes produkt(er) eller tjenesteydelse(r) eller et kendemærke for dem, angives på en for programmet passende måde ved programmets begyndelse og/eller slutning, eller undervejs i dem.
- 13.2 Udbydere af on-demand-medietjenester må ikke tillade, at on-demand-tjenester eller programmer, som de leverer, sponsoreres af virksomheder, hvis hovedaktivitet er fremstilling eller salg af cigaretter og andre tobaksvarer eller elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere.
- 13.3 Udbydere af on-demand-medietjenester må ikke tillade, at on-demand-tjenester eller programmer, som de udbyder, fremmer specifikke lægemidler eller medicinske behandlinger, der er receptpligtige i staten.
- 13.4 Med forbehold af § 13.3 kan udbydere af on-demand-medietjenester tillade, at on-demand-tjenester eller programmer, som de leverer, promoveres gennem navnet eller imaget på virksomheder, hvis aktiviteter omfatter fremstilling eller salg af lægemidler og medicinsk behandling.
- 13.5 Udbydere af on-demand-medietjenester må ikke tillade, at nyheds- og aktualitetsprogrammer, som de udbyder, sponsoreres.
- 13.6 Udbydere af on-demand-medietjenester må ikke tillade visning af et sponsorlogo i forbindelse med børneprogrammer, dokumentarprogrammer eller religiøse programmer, som de udbyder.

14. Produktplacering

- 14.1 Udbydere af on-demand-medietjenester skal tillade produktplacering i on-demand-tjenester, som de udbyder, bortset fra nyheds- og aktualitetsprogrammer, forbrugerprogrammer, religiøse programmer og børneprogrammer.
- 14.2 Udbydere af on-demand-medietjenester skal sikre, at programmer, der indeholder produktplacering, opfylder følgende krav: -
- i. indholdet og tilrettelæggelsen af sådanne programmer i et katalog må under ingen omstændigheder påvirkes på en sådan måde, at det berører medietjenesteudbyderens ansvar og redaktionelle uafhængighed.
 - ii. programmerne må ikke direkte tilskynde til at købe eller leje varer eller



tjenesteydelser, navnlig ved at promovere disse varer eller tjenesteydelser ved direkte omtale.

iii. de må ikke give det pågældende produkt en unødigt fremtrædende plads.

iv. seerne skal informeres tydeligt om, at der sker produktplacering, gennem passende identifikation ved programmets start, afslutning og genoptagelse efter en reklamepause, så seerne ikke forvirres.

14.3 Med forbehold af § 14, stk. 1, og § 14, stk. 2, må programmerne ikke indeholde produktplacering af: -

i. cigaretter eller andre tobaksvarer samt elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere, eller produktplacering fra virksomheder, hvis hovedaktivitet er at fremstille eller sælge disse varer.

ii. specifikke lægemidler eller medicinske behandlinger, der er receptpligtige i staten.

14.4 § 14, stk. 1, § 14, stk.2, og § 14, stk. 3, finder kun anvendelse på programmer, der er produceret efter den 19. december 2009.

Bestemmelser om medietjenesteregler

Følgende bestemmelser fastsættes i medfør af: § 46O, stk. 1, 5, 6, 7 og 9, i loven.

15. Adgang til audiovisuelle on-demand-tjenester

15.1 Udbydere af on-demand-medietjenester skal træffe forholdsmæssige foranstaltninger, der sikrer, at programmer, der gøres tilgængelige som on-demand-tjenester, løbende og gradvist gøres bedre tilgængelige for personer med handicap gennem levering af adgangstjenester som defineret i denne kodeks og disse regler.

Handlingsplan for tilgængelighed

15.2 Udbydere af on-demand-medietjenester skal udarbejde en handlingsplan for tilgængelighed, der skal aftales med kommissionen, for så vidt angår forpligtelsen i § 15, stk.1.

15.3 Udbydere af on-demand-medietjenester skal stille deres første handlingsplan for tilgængelighed til rådighed for kommissionen senest seks måneder efter datoen for offentliggørelsen af denne kodeks og disse regler og derefter årligt.



- 15.4 Udbydere af on-demand-medietjenester skal i forbindelse med udarbejdelsen af deres første og efterfølgende handlingsplan for tilgængelighed påvise, at de har taget behørigt hensyn til de faktorer, der er omhandlet i § 15, stk. 6.
- 15.5 Handlingsplanen for tilgængelighed, der udarbejdes og aftales med Coimisiún na Meán for så vidt angår forpligtelsen i § 15, stk.1, skal adressere følgende: -
- i. Den andel af adgangstjenesterne, som medietjenesteudbyderen påtænker at gøre tilgængelige hvert år på den eller de on-demand-tjenester, som den udbyder.
 - ii. De foranstaltninger, der skal træffes for at overholde de kvalitetsstandarder, som kommissionen har udviklet i forlængelse af § 15, stk. 7.
 - iii. Forslag vedrørende tilvejebringelse af nødpålysninger i henhold til §15, stk. 8.
 - iv. Den måde, hvorpå medietjenesteudbyderen vil fremme adgangstjenester, der gøres tilgængelige på den eller de on-demand-tjenester, som den udbyder.
 - v. Forslag om at rådføre sig med brugere af adgangstjenester vedrørende medietjenesteudbyderens levering af adgangstjenester på den eller de on-demand-medietjenester, som den udbyder.
 - vi. Forslag til at sikre, at der findes en tilgængelig mekanisme til at behandle klager og forespørgsler fra målgrupper vedrørende levering af adgangstjenester.

Influerende faktorer

- 15.6 Ved fastlæggelsen af de forholdsmæssige foranstaltninger, der skal træffes i henhold til afsnit 15.1, og som specificeret i medietjenesteudbyderens årlige handlingsplan for tilgængelighed, skal udbydere af on-demand-medietjenester påvise, at der er taget behørigt hensyn til følgende faktorer,³ dvs.: -
- i. Typen af udbyderen af audiovisuelle on-demand-medietjenester og af de tjenester, den leverer.
 - ii. Type og udvikling af udbyderen af audiovisuelle on-demand-medietjenester og dens kapacitet til at levere tilgængelige programmer.
 - iii. Omfanget af det nuværende udbud af adgangstjenester, der gøres tilgængelige af medietjenesteudbyderen på de on-demand-tjenester, som den udbyder.
 - iv. Den type programmer, der udbydes i kataloget over on-demand-tjenester leveret af medietjenesteudbyderen.

³ kommissionen har med hensyn til disse påvirkende faktorer udarbejdet ikke-bindende retningslinjer, som kan findes på <https://cnam.ie>.



- v. De tekniske og personalemæssige omkostninger for medietjenesteudbyderen ved at levere adgangstjenester.
- vi. Medietjenesteudbyderens tekniske kapacitet til at levere adgangstjenester på de on-demand-tjenester, den udbyder.

Kvalitetsstandarder

- 15.7 Udbydere af on-demand-medietjenester skal, så vidt det er praktisk muligt, overholde kvalitetsstandarder for levering af adgangstjenester, der anvendes af Coimisiún na Meán og udvikles efter høring af offentligheden og af udbydere af on-demand-medietjenester.

Oplysninger om nødsituationer

- 15.8 Hvis en on demand-tjeneste formidler nødoplysninger, herunder offentlige meddelelser og meddelelser i forbindelse med naturkatastrofer, skal udbyderen af denne tjeneste sikre, at oplysningerne gives på en måde, der er tilgængelig for personer med handicap.

Afrapportering

- 15.9 For at gøre det muligt for kommissionen at opfylde sin rapporteringsforpligtelse i henhold til artikel 7, stk. 2, i direktivet om audiovisuelle medietjenester, forelægger udbydere af on-demand-medietjenester kommissionen en rapport på en måde, der skal præciseres nærmere, om gennemførelsen af de første og efterfølgende årlige handlingsplaner for tilgængelighed, der er aftalt med kommissionen.



Vejledning

Influerende faktorer

I § 15 i Coimisiún na Meán's "Code for Media Service and Media Service Rules — Audiovisual On-demand Media Service Providers" hedder det, at udbydere af on-demand-medietjenester ved fastlæggelsen af de forholdsmæssige foranstaltninger, der skal træffes for at sikre, at programmer, der tilgængeliggøres på deres on-demand-tjenester, løbende og gradvist gøres bedre tilgængelige for personer med handicap, og at de i forbindelse med udarbejdelsen af deres første og efterfølgende handlingsplan for tilgængelighed skal påvise, at de har taget behørigt hensyn til de faktorer, der er omhandlet i § 15, stk. 6, i reglerne. Dette dokument indeholder yderligere vejledning herom.

i. Typen af udbyderen af audiovisuelle on-demand-medietjenester og af de tjenester, den leverer.

Vejledning: Har tjenesten/tjenesterne offentlig eller privat karakter? Modtager tjenesten offentlige midler, og kan den som følge heraf have større offentlige serviceforpligtelser? Har tjenesten specifikke mål – kulturelle, sociale eller sproglige – som kan påvirke dens evne til at levere tilgængelige tjenester?

ii. Type og udvikling af udbyderen af audiovisuelle on-demand-medietjenester og dens kapacitet til at levere tilgængelige programmer.

Vejledning Hvor længe har tjenesten været i drift? Hvor stor erfaring har medietjenesteudbyderen med at levere adgangstjenester? Besidder medietjenesteudbyderen i forvejen et vist niveau af ekspertise i levering af adgangstjenester, eller har den adgang til det? Hvad er dens markedsandel?

iii. Omfanget af den nuværende levering af adgangstjenester.

Vejledning Hvad er dens udgangspunkt? Hvor meget undertekstning, skærmtæksel, tegnsprog eller lydbeskrivelse findes der på de on-demand-tjenester, den leverer?

iv. Programtypen i kataloget over audiovisuelle on-demand medietjenester.

Vejledning Erhverver tjenesten/tjenesterne en stor mængde indhold fra tredjeparter? Hvor meget hjemmeproduceret programmering leverer tjenesten? Bliver programmeringen udarbejdet uafhængigt? Disse spørgsmål er relevante, da programtypen i kataloget har indflydelse på omkostninger, tekniske faciliteter, personale og evnen til at levere adgangstjenester.

v. De tekniske og personalemæssige omkostninger for udbyderen af adgangstjenester for audiovisuelle on-demand



medietjenester.

Vejledning Hvad er medietjenesteudbyderens finansielle kapacitet og de forventede finansielle virkninger af at levere adgangstjenester?

vi. Den tekniske kapacitet hos udbyderen af audiovisuelle on-demand medietjenester.

Vejledning Hvilke faciliteter og hvilken ekspertise i at levere adgangstjenester findes der i øjeblikket hos tjenesten? Har tjenesten den tekniske kapacitet til at levere adgangstjenester? Hvilket niveau og hvilken art af tekniske faciliteter og ekspertise vil der være behov for?

