



Coimisiún  
na Meán

# Kodex mediálních služeb a Pravidla pro mediální služby

## Poskytovatelé audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání

Datum zveřejnění: Listopad 2024

# Obsah

<b>1. Úvod</b>	<b>3</b>
<b>2. Oblast působnosti a pravomoc</b>	<b>3</b>
<b>3. Účel, vypracování a uplatňování Kodexu a Pravidel</b>	<b>5</b>
Účel	5
Vypracování Kodexu a Pravidel	5
<b>4. Regulační zásady vztahující se ke Kodexu a Pravidlům</b>	<b>5</b>
Obecné zákonné cíle a funkce	6
Konkrétní zákonné cíle	7
<b>5 Oddělitelnost</b>	<b>7</b>
<b>6 Právní upozornění</b>	<b>7</b>
<b>7 Dodržování a prosazování</b>	<b>8</b>
<b>8 Stížnosti a poskytování informací</b>	<b>8</b>
<b>9 Pokyny</b>	<b>8</b>
<b>10 Definice - Kodex mediálních služeb a Pravidla pro mediální služby</b>	<b>9</b>
<b>Ustanovení Kodexu mediálních služeb</b>	<b>12</b>
<b>11 Škodlivý obsah</b>	<b>12</b>
<b>12 Práva ke kinematografickým dílům</b>	<b>13</b>
<b>13 Audiovizuální obchodní sdělení</b>	<b>13</b>
<b>14 Sponzorství</b>	<b>15</b>
<b>15 Umístění produktu</b>	<b>16</b>
<b>Ustanovení týkající se Pravidel pro mediální služby</b>	<b>18</b>
<b>16 Přístupnost audiovizuálních služeb na vyžádání</b>	<b>18</b>
<b>Pokyny</b>	<b>21</b>
<b>Ovlivňující faktory</b>	<b>21</b>



# 1. Úvod

- 1.1 Podle § 46N odst. 1 a § 46O odst. 1 a 5 zákona o rozhlasovém a televizním vysílání z roku 2009, ve znění zákona o bezpečnosti on-line a regulaci médií z roku 2022 (dále jen „**zákon**“) Coimisiún na Meán (dále jen „**Komise**“) může přijmout kodexy a pravidla („**kodexy mediálních služeb**“ a „**pravidla pro mediální služby**“) upravující normy a postupy provozovatelů vysílání a poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání.
- 1.2 Podle § 46N odst. 5 zákona Komise přijme kodexy mediálních služeb, které upravují záležitosti, jež musí být upraveny podle čl. 5, čl. 6 odst. 1, čl. 6a odst. 1 až 3 a článků 7b, 8, 9, 10 a 11 směrnice (EU) 2010/13 (ve znění směrnice (EU) 2018/1808) (dále jen „**směrnice o audiovizuálních mediálních službách**“) (s výjimkou případů, kdy je úprava obsažena v pravidlech pro mediální služby).
- 1.3 Podle § 46O odst. 9 zákona pravidla pro mediální služby upravují záležitosti, jež musí být upraveny podle čl. 6 odst. 1, čl. 6a odst. 1, článků 7, 7b, 8, 9, 10, 11, kapitoly VI a čl. 23 odst. 2 a článků 24 a 25 směrnice o audiovizuálních mediálních službách (s výjimkou případů, kdy je úprava obsažena v kodexech mediálních služeb).
- 1.4 V souladu se svými výše uvedenými zákonnými úkoly a povinnostmi vypracovala Komise tento kodex mediálních služeb (dále jen „**Kodex**“) a tato pravidla pro mediální služby („**Pravidla**“).<sup>1</sup> Kodex a Pravidla nabývají účinnosti dnem 5. listopadu 2024.

# 2. Oblast působnosti a pravomoc

- 2.1 Kodex a Pravidla provádějí článek 5, čl. 6 odst. 1, čl. 6a odst. 1 až 3 a články 7, 8, 9, 10 a 11 směrnice o audiovizuálních mediálních službách v Irsku v rozsahu, v němž se týkají audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání.
- 2.2 Kodex a Pravidla se proto vztahují na poskytovatele mediálních služeb poskytující audiovizuální mediální služby na vyžádání.
- 2.3 Kodex a Pravidla se vztahují pouze na poskytovatele mediálních služeb poskytující audiovizuální mediální služby na vyžádání, kteří spadají do pravomoci státu ve smyslu § 2A zákona.

<sup>1</sup> Coimisiún na Meán uznává úlohu Skupiny pro audiovizuální služby na vyžádání (On-Demand Audiovisual Services Group, „ODAS“) a jejího Kodexu chování při poskytování regulačního rámce pro poskytovatele mediálních služeb na vyžádání před zavedením Kodexu a Pravidel. Po zveřejnění Kodexu a Pravidel bude právní základ Kodexu chování ODAS zrušen prostřednictvím právního nástroje. Coimisiún na Meán bude pokračovat v probíhající spolupráci se členy skupiny ODAS v rámci své regulační spolupráce s širším sektorem služeb na vyžádání.



### **3. Účel, vypracování a uplatňování Kodexu a Pravidel**

#### **Účel**

- 3.1 Účelem Kodexu a Pravidel je zajistit, aby poskytovatelé mediálních služeb poskytující audiovizuální mediální služby na vyžádání, kteří spadají do pravomoci státu, splňovali požadavky článku 5, čl. 6 odst. 1, čl. 6a odst. 1 až 3 a článků 7, 8, 9, 10 a 11 směrnice o audiovizuálních mediálních službách.

#### **Vypracování Kodexu a Pravidel**

- 3.2 Podle § 46N odst. 6 zákona Komise při vypracování Kodexu zohlednila tyto skutečnosti:
- - rozsah újmy nebo trestný čin, které by mohly být spáchány zařazením určité záležitosti do materiálu pořadů,
  - pravděpodobná velikost a složení potenciální cílové skupiny pro materiál pořadů,
  - pravděpodobné očekávání diváků, pokud jde o povahu materiálu pořadů, a rozsah, v jakém lze potenciální diváky na povahu materiálu pořadů upozornit,
  - pravděpodobnost, že osoby, které si nejsou vědomy povahy materiálu pořadů, se s ním neúmyslně seznámí vlastním jednáním,
  - vhodnost zajištění toho, aby poskytovatel vysílací služby nebo audiovizuální mediální služby na vyžádání informoval Komisi o všech změnách, které mají vliv na povahu služby, a zejména o všech změnách týkajících se uplatňování kodexů mediálních služeb,
  - vhodnost zachování nezávislosti redakčního dohledu nad pořady.
- 3.3 Kodex a Pravidla byly vypracovány v souladu s postupy stanovenými v § 46Q zákona.

### **4. Regulační zásady vztahující se ke Kodexu a Pravidlům**

- 4.1 Při výkladu, uplatňování a prosazování Kodexu a Pravidel musí Komise v souladu se svými veřejnoprávními povinnostmi jednat zákonně, racionálně a spravedlivě.
- 4.2 Komise musí jednat zejména v souladu s:
- svými obecnými zákonnými cíli a funkcemi podle zákona,



- konkrétními zákonnými cíli, z nichž vycházejí Kodex a Pravidla,
- právy přiznanými Ústavou, Listinou základních práv Evropské unie, Evropskou úmluvou o lidských právech, pokud se na ně vztahuje zákon o Evropské úmluvě o lidských právech z roku 2003 a Smlouvami EU.

4.3 Při výkladu a uplatňování Kodexu a Pravidel Komise náležitě zohlední:

- ratifikaci Úmluvy Organizace spojených národů o právech osob se zdravotním postižením státem, zejména článků 9 (Přístupnost), 21 (Svoboda projevu) a 30 (Účast na kulturním životě, rekreace, volný čas a sport) ze strany Irsko.
- ustanovení Evropského aktu přístupnosti a právního nástroje (S.I.) č. 636/2023 – nařízení o Evropské unii (požadavky na přístupnost u výrobků a služeb) z roku 2023 (vstup v platnost plánovaný na 28. června 2025).

## Obecné zákonné cíle a funkce

4.4 Ustanovení § 7 odst. 2 zákona stanoví, že Komise při výkonu svých funkcí usiluje o to, aby byly dodržovány demokratické hodnoty zakotvené v Ústavě, zejména hodnoty týkající se svobody projevu, a aby byly chráněny zájmy veřejnosti, včetně zájmů dětí, se zvláštním důrazem na bezpečnost dětí. Komise rovněž usiluje o to, aby její politiky týkající se audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání co nejlépe sloužily potřebám obyvatel irského ostrova, pokud jde o osoby se zdravotním postižením a jejich požadavky na přístupnost těchto služeb.

4.5 Kromě toho musí Komise usilovat o to, aby její regulační opatření i) řešila materiál pořadů a další obsah, který je škodlivý nebo nezákonný; ii) zohledňovala technologické a společenské změny; a iii) fungovala přiměřeně, důsledně a spravedlivě.

4.6 Ustanovení § 7 odst. 3 zákona stanoví, že Komise kromě toho mimo jiné:

- podporuje poskytovatele audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, aby poskytovali vysoce kvalitní, rozmanité a inovativní pořady,
- prosazuje a podněcuje environmentální udržitelnost v politikách a postupech poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání,
- při výkonu svých funkcí se zapojuje do rozhodování založeného na důkazech a podporuje rozhodování založené na důkazech u těch, s nimiž konzultuje,
- podporuje dodržování ustanovení zákona a ustanovení jakéhokoli předpisu, pravidla nebo jiného právního nástroje vydaného na jeho základě, a to způsobem, který Komise považuje za vhodný, včetně zveřejnění pokynů, jak lze tato ustanovení dodržovat.

4.7 Podle § 7 odst. 4 zákona Komise při výkonu svých funkcí přihlíží k: bezpečnosti dětí a zveřejněným politikám ministra pro děti, rovnost, postižení, začleňování a mládež v této



oblasti; regulaci hazardních her a zveřejněné politiky ministra spravedlnosti v této oblasti; změny klimatu a udržitelnosti životního prostředí a zveřejněné politiky ministra životního prostředí, klimatu a komunikací v této oblasti; a zveřejněné politiky vlády týkající se kterékoli z těchto záležitostí.

## Konkrétní zákonné cíle

- 4.8 Podle § 46N odst. 5 a § 46O odst. 9 zákona je cílem Kodexu a Pravidel zajistit, aby poskytovatelé mediálních služeb, kteří poskytují audiovizuální mediální služby na vyžádání a spadají do pravomoci státu, splňovali požadavky článku 5, čl. 6 odst. 1, čl. 6a odst. 1 až 3 a článků 7, 8, 9, 10 a 11 směrnice o audiovizuálních mediálních službách.

## 5 Oddělitelnost

- 5.1 Pokud je některé ustanovení Kodexu a Pravidel shledáno nezákonným, neplatným, zakázaným, nevymahatelným nebo nepoužitelným (buď obecně, nebo ve vztahu ke konkrétnímu poskytovateli (konkrétním poskytovatelům) mediálních služeb) v jakémkoli ohledu na základě jakéhokoli právního předpisu (včetně Ústavy a evropského práva), nemá takové zjištění vliv na zákonnost, platnost, vymahatelnost nebo použitelnost jakéhokoli jiného ustanovení Kodexu a Pravidel nebo jeho části, ledaže je toto zjištění prohlášeno za použitelné na takové jiné ustanovení nebo jeho část, nebo je předmětem předběžného opatření vydaného soudem.
- 5.2 Aniž je dotčeno výše uvedené, všechna ostatní ustanovení nebo části Kodexu a Pravidel zůstávají plně účinná, použitelná a vymahatelná. Ustanovení nebo části Kodexu a Pravidel, které jsou shledány nezákonnými, neplatnými, zakázanými, nevymahatelnými nebo nepoužitelnými, se v nezbytném rozsahu od Kodexu a Pravidel oddělí.

## 6 Právní upozornění

- 6.1 Skutečnost, že Komise neodpoví na podání, posouzení, návrh, zprávu, prohlášení o slučitelnosti nebo obdobný dokument, který jí předloží poskytovatel audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání zapsaný rejstříku poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání vytvořeném Komisí v souladu se zákonem, ani se k nim nevyjádří, se nepovažuje za přijetí nebo schválení obsahu jakékoli jejich části a neznamená, že poskytovatel mediálních služeb splnil své povinnosti podle zákona a/nebo Kodexu a Pravidel.
- 6.2 Aniž je dotčeno výše uvedené, skutečnost, že Komise neodpoví na takový dokument ani se k němu nevyjádří, nezakládá ztrátu žalobního nároku nebo vzdání se jakýchkoli jejich pravomocí nebo práv podle zákona a/nebo Kodexu a Pravidel ze strany Komise.



## 7 Dodržování a prosazování

- 7.1 Podle § 46N odst. 10 a § 46O odst. 11 zákona se nedodržení Kodexu nebo Pravidel poskytovatelem audiovizuálních mediálních služeb považuje za porušení pro účely části 8B zákona.
- 7.2 Poskytovatel audiovizuálních mediálních služeb zajistí, aby měl zavedeny systémy a kontrolní mechanismy prokazující dodržování povinností obsažených v Kodexu a Pravidlech.
- 7.3 Podle § 47 odst. 3 zákona jsou poskytovatelé mediálních služeb poskytující audiovizuální mediální službu na vyžádání povinni vypracovat a zavést kodex správné praxe pro vyřizování stížností týkajících se nedodržení kodexu mediálních služeb nebo pravidel pro mediální služby ze strany poskytovatele mediálních služeb.

## 8 Stížnosti a poskytování informací

- 8.1 Osoba může podat stížnost, pokud se domnívá, že poskytovatel mediálních služeb na vyžádání nedodržel tento Kodex a Pravidla.

V této souvislosti a s ohledem na povinnost podle článku 7 směrnice o audiovizuálních mediálních službách, aby každý člen Evropské unie určil jednotný veřejně přístupný online kontaktní bod pro poskytování informací a přijímání stížností ohledně potíží s přístupností uvedených v tomto článku, který je snadno dostupný, a to i pro osoby se zdravotním postižením, zřídila Komise Kontaktní centrum pro vyřizování dotazů a přijímání stížností týkajících se případných problémů s přístupností.

Informace o postupu vyřizování stížností jsou k dispozici na našich internetových stránkách ([www.cnam.ie](http://www.cnam.ie)) nebo je možné obrátit se na Kontaktní centrum Coimisiún na Meán na telefonním čísle + 353 1 963 7755 nebo na e-mailové adrese [usersupport@cnam.ie](mailto:usersupport@cnam.ie).

- 8.2 Komise doporučuje stěžovatelům, aby svou stížnost nejprve zaslali poskytovateli mediálních služeb na vyžádání, protože to je nejrychlejší způsob, který zajistí, že stížnost bude posouzena a dostane se jí odpovědi.<sup>2</sup>

## 9 Pokyny

- 9.1 Komise může na žádost nebo podle potřeby poskytnout obecné nezávazné pokyny týkající se ustanovení Kodexu a Pravidel. Komise si vyhrazuje právo průběžně zveřejňovat a měnit pokyny podle svého uvážení.

---

<sup>2</sup> V případě komerčních sdělení vede Úřad pro reklamní standardy (ASA) postup při vyřizování stížností, který není stanoven zákonem. ASA posuzuje stížnosti na základě svého Kodexu norem pro reklamu a marketingovou komunikaci v Irsku – více informací viz <https://adstandards.ie>. Podobné postupy pro podávání stížností zajišťují v ostatních členských státech Evropské unie i další členové Evropské aliance pro samoregulaci reklamy (viz <https://www.easa-alliance.org/>).



- 9.2 Žádosti o pokyny musí obsahovat příslušné materiály související s žádostí o pokyny. V žádosti by měly být jasně uvedeny oddíly Kodexu a Pravidel, které jsou podle žadatele relevantní, a konkrétní otázka, kterou si žadatel chce nechat objasnit.
- 9.3 Komise nenesе žádnou odpovědnost za jakákoli rozhodnutí (nebo důsledky z nich vyplývající) učiněná po obdržení nezávazných pokynů Komise.

## 10 Definice - Kodex mediálních služeb a Pravidla pro mediální služby

„**službami přístupnosti**“ se rozumí titulky, popis, znakový jazyk (včetně irského znakového jazyka v případě služeb určených irskému publiku) a zvukový popis, jak jsou definovány v tomto Kodexu a Pravidlech.

„**zvukovým popisem**“ se rozumí komentář, který divákům se zrakovým postižením slovně popisuje, co se v daném okamžiku děje na obrazovce. Je poskytován jako pomůcka pro porozumění a požitek z pořadu. Tato technika využívá druhou zvukovou stopu, která popisuje obsah pořadu a dění na obrazovce.

„**audiovizuálním obchodním sdělením**“ se rozumí obchodní sdělení sestávající z obrazové sekvence se zvukem nebo bez něj, která je určena k přímé či nepřímé propagaci zboží, služeb či obrazu na veřejnosti fyzické či právnické osoby vykonávající hospodářskou činnost; takový obrazový materiál doprovází pořad nebo video vytvořené uživatelem za úplaty nebo podobnou protihodnotu nebo jsou do něj zahrnuty za účelem vlastní propagace. Audiovizuální obchodní sdělení mají mimo jiné podobu televizní reklamy, sponzorství, teleshoppingu a umístění produktu.

„**audiovizuální mediální službou**“ se rozumí:

- (a) služba ve smyslu článků 56 a 57 Smlouvy o fungování Evropské unie, jejímž
  - (i) hlavním účelem nebo
  - (ii) hlavním účelem její oddělitelné části je poskytování audiovizuálních pořadů, za které nese redakční odpovědnost poskytovatel služby, široké veřejnosti za účelem informování, zábavy nebo vzdělávání nebo
- (b) audiovizuální obchodní sdělení.

„**audiovizuální mediální službou na vyžádání (službou na vyžádání)**“ se rozumí audiovizuální mediální služba poskytovaná poskytovatelem mediálních služeb za účelem sledování pořadů v okamžiku zvoleném uživatelem a na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem mediálních služeb.

„**popisem**“ se rozumí text na obrazovce, který zachycuje to, co je řečeno na obrazovce. Ačkoli se podobá titulcům, není tak sofistikovaný a představuje základnější reprezentaci toho, co se říká na obrazovce, někdy má pouze jednu barvu, je doslovný a text může být





psán pouze velkými písmeny.

„**dítětem nebo dětmi**“ se rozumí osoba nebo osoby mladší 18 let.

„**redakční odpovědností**“ se rozumí provádění účinné kontroly výběru pořadů i jejich chronologického uspořádání v programové skladbě u televizního vysílání nebo v katalogu u audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání. Redakční odpovědnost nemusí zahrnovat právní odpovědnost za poskytovaný obsah nebo poskytované služby podle vnitrostátního práva.

„**sítí elektronických komunikací**“ se rozumí přenosové systémy, ať jsou založeny na trvalé infrastruktuře nebo centralizované správní kapacitě, či nikoli, a popřípadě i spojovací nebo směrovací zařízení a jiné prostředky, včetně neaktivních síťových prvků, které umožňují přenos signálů po vedení, rádiovými, optickými nebo jinými elektromagnetickými prostředky, včetně družicových sítí, pevných (okruhově nebo paketově komutovaných, včetně internetu) a mobilních sítí, sítí pro rozvod elektrické energie v rozsahu, v jakém jsou používány pro přenos signálů, sítí pro rozhlasové a televizní vysílání a sítí kabelové televize, bez ohledu na typ přenášené informace.

„**irským znakovým jazykem**“ se rozumí domácí přirozený jazyk komunity neslyšících v Irsku. Je to vizuální, prostorový jazyk rukou, ale také obličej a tělo. Irský znakový jazyk má své vlastní složité jazykové struktury, pravidla a rysy.

„**poskytovatelem mediální služby**“ se rozumí fyzická nebo právnická osoba, která má redakční odpovědnost za výběr audiovizuálního obsahu v audiovizuální mediální službě a určuje způsob organizace této služby.

„**umístěním produktu**“ se rozumí audiovizuální obchodní sdělení v jakékoli formě, jež je tvořeno začleněním produktu, služby nebo odpovídající ochranné známky či zmínky o nich do pořadu nebo do videonahrávky vytvořené uživatelem za úplaty nebo obdobnou protihodnotu.

„**pořadem**“ se rozumí pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez něj, která bez ohledu na svou délku představuje jednotlivou položku v rámci programové skladby nebo katalogu sestavených poskytovatelem mediálních služeb, například celovečerní filmy, videoklipy, sportovní události, situační komedie, dokumentární pořady, pořady pro děti nebo původní tvorba.

„**znakovým jazykem**“ je domácí přirozený jazyk komunity neslyšících. Je to vizuální, prostorový jazyk rukou, ale také obličej a tělo. Znakový jazyk má vlastní složité jazykové struktury, pravidla a rysy.

„**sponzorováním**“ se rozumí jakýkoli příspěvek poskytnutý veřejným nebo soukromým podnikem nebo fyzickou osobou, které se nezabývají poskytováním audiovizuálních mediálních služeb či služeb platform pro sdílení videonahrávek ani výrobou audiovizuálních děl, na financování audiovizuálních mediálních služeb, služeb platform pro sdílení videonahrávek, videonahrávek vytvořených uživatelem nebo pořadů s cílem propagovat svou firmu, ochrannou známku, obraz na veřejnosti, činnosti nebo produkty.



„**skrytým audiovizuálním obchodním sdělením**“ se rozumí slovní nebo obrazová prezentace zboží, služeb, firmy, ochranné známky nebo činnosti výrobce zboží nebo poskytovatele služeb v pořadech, jestliže poskytovatel mediálních služeb úmyslně uvede takovou prezentaci s reklamním cílem a mohl by tak uvést veřejnost v omyl o povaze této prezentace. Prezentace se považuje za úmyslnou zejména tehdy, je-li prováděna za úplatu nebo obdobnou protihodnotu.

„**podprahovými technikami**“ se rozumí obchodní sdělení, která zahrnují jakékoli technické zařízení, které pomocí obrazových sekvencí velmi krátkého trvání nebo jakýmkoli jiným způsobem využívá možnosti předat sdělení nebo jinak ovlivnit myšlení diváků, aniž by si byli vědomi nebo plně vědomi toho, co se stalo.

„**titulky**“ se rozumí text na obrazovce, který zachycuje to, co je řečeno na obrazovce. Titulky mohou být otevřené nebo skryté. Otevřené titulky jsou titulky, které zůstávají na obrazovce po celou dobu. Skryté titulky mohou být viditelné nebo neviditelné podle přání diváků, například pomocí dálkového ovládání. Titulky jsou formátovány tak, aby napomáhaly interpretaci a porozumění textu a přesněji jej propojovaly s děním na obrazovce.



# Ustanovení Kodexu mediálních služeb

Následující ustanovení jsou vydána na základě § 46N odst. 1 a § 46N odst. 5 zákona.

## 11 Škodlivý obsah

- 11.1 Podle § 46J odst. 1 písm. c) a d) zákona nesmí poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání zpřístupnit v katalogu služby:
- (a) cokoli, co lze důvodně považovat za jednání spadající pod pojem veřejné podněcování ke spáchání teroristických trestných činů podle článku 5 směrnice (EU) 2017/541;
  - (b) cokoli, co lze důvodně považovat za podněcování k násilí nebo nenávisti namířené proti skupině osob nebo členovi skupiny na základě kteréhokoli z důvodů uvedených v článku 21 Listiny,<sup>3</sup> konkrétně pohlaví, rasy, barvy pleti, etnického nebo sociálního původu, genetických rysů, jazyka, náboženského vyznání nebo přesvědčení, politických názorů či jakýchkoli jiných názorů, příslušnosti k národnostní menšině, majetku, narození, zdravotnímu postižení, věku nebo sexuální orientaci. Jeden z těchto důvodů představuje státní příslušnost, aniž jsou dotčena zvláštní ustanovení Smlouvy o založení Evropského společenství a Smlouvy o Evropské unii.
- 11.2 Aniž je dotčen oddíl 11.1, poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání poskytnou divákům dostatečné informace o obsahu, který by mohl narušit tělesný, duševní nebo mravní vývoj dětí. Poskytovatel mediálních služeb využívá systém popisující potenciálně škodlivou povahu obsahu své audiovizuální mediální služby na vyžádání.
- 11.3 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání přijmou vhodná opatření k zajištění toho, aby pořady obsahující obsah, který by mohl narušit tělesný, duševní nebo mravní vývoj dětí; mimo jiné například:
- (a) obsah obsahující pornografii,
  - (b) obsah obsahující bezdůvodné násilí, byly dostupné pouze tak, aby je děti neměly běžně možnost vidět nebo slyšet.
- 11.4 Vhodná opatření pro účely oddílu 11.3 mohou pro poskytovatele audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání znamenat použití některých nebo všech níže uvedených ochranných mechanismů:
- použití předběžných varování před obsahem,
  - poskytnutí rodičovské kontroly, včetně omezených režimů a přístupu pomocí kódu PIN,

<sup>3</sup> To zahrnuje mimo jiné příslušníky komunity Travellerů a komunit Romů.



- nástroje pro ověření věku,<sup>4</sup>
- systémy přístupu k účtům, např. pokud je obsah přístupný pouze prostřednictvím kreditní karty nebo jiných registračních mechanismů.
- jiná technická opatření, která dosahují rovnocenného výsledku jako výše uvedené.

11.5 Vhodná opatření pro účely oddílu 11.3 musí být úměrná možné újmě pro děti vyplývající z daného pořadu. V tomto ohledu musí poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání při určování přiměřeného přístupu zohlednit potenciál materiálu způsobit újmu dětem. Mezi faktory, které je třeba vzít v úvahu, patří: -

- i. pravděpodobná míra újmy potenciálně způsobené obsahem pořadu;
- ii. pravděpodobnost přístupu dětí k obsahu;
- iii. povaha služby na vyžádání a její pravděpodobné publikum.

11.6 Aniž je dotčena obecnost oddílů 11.3, 11.4 a 11.5, nejškodlivější obsah, konkrétně bezdůvodné násilí a pornografie, podléhá nejpřísnějším opatřením.

11.7 Osobní údaje dětí shromážděné či jinak získané poskytovateli mediálních služeb podle oddílů 11.3, 11.4 nebo 11.6 nesmějí být zpracovávány pro obchodní účely, jako je přímý marketing, profilování a reklamy zaměřené na základě chování.

## 12 Práva ke kinematografickým dílům

12.1 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání nesmí vysílat kinematografická díla mimo doby sjednané s nositeli práv.

## 13 Audiovizuální obchodní sdělení

13.1 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání zajistí, aby audiovizuální obchodní sdělení, která poskytují, byla snadno rozpoznatelná.

13.2 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání nesmějí do pořadů ani k nim zařazovat žádná skrytá audiovizuální obchodní sdělení nebo audiovizuální obchodní sdělení, která používají podprahové techniky.

13.3 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání nesmějí poskytovat audiovizuální obchodní sdělení, která jsou škodlivá pro širokou veřejnost, konkrétně: -

<sup>4</sup> Opatření k ověření věku založené výhradně na vlastním prohlášení uživatelů služby o věku není účinnou formou ověření věku pro účely tohoto Kodexu a Pravidel.



- i. audiovizuální obchodní sdělení, která narušují lidskou důstojnost;
- ii. audiovizuální obchodní sdělení, která obsahují nebo podporují jakoukoli diskriminaci na základě pohlaví, rasy nebo etnického původu, státní příslušnosti, náboženského vyznání nebo přesvědčení, zdravotního postižení, věku nebo sexuální orientace;
- iii. audiovizuální obchodní sdělení, která podporují chování poškozující zdraví nebo bezpečnost;
- iv. audiovizuální obchodní sdělení, která podporují chování hrubě poškozující ochranu životního prostředí;
- v. audiovizuální obchodní sdělení týkající se cigaret a dalších tabákových výrobků, jakož i elektronických cigaret a náhradních náplní;
- vi. audiovizuální obchodní sdělení, která podporují nestřídmé požívání alkoholických nápojů,
- vii. audiovizuální obchodní sdělení týkající se léčivých přípravků a léčebných postupů, které jsou ve státě dostupné pouze na lékařský předpis.

13.4 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání nesmějí poskytovat audiovizuální obchodní sdělení škodlivá pro děti, konkrétně:

- i. audiovizuální obchodní sdělení, která přímo nabádají děti ke koupi nebo pronájmu produktu nebo služby a využívají k tomu jejich nezkušenosti nebo důvěřivosti,
- ii. audiovizuální obchodní sdělení, která přímo nabádají děti, aby přesvědčovaly své rodiče nebo třetí osoby ke koupi propagovaného zboží nebo služeb,
- iii. audiovizuální obchodní sdělení, která využívají zvláštní důvěru, kterou mají děti k rodičům, svým učitelům nebo jiným osobám,
- iv. audiovizuální obchodní sdělení, která bezdůvodně zobrazují děti v nebezpečných situacích,
- v. audiovizuální komerční sdělení týkající se alkoholických nápojů výslovně zaměřena na děti.

13.5 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání zajistí, aby jimi poskytovaná audiovizuální obchodní sdělení týkající se alkoholických nápojů, s výjimkou sponzorství a umístění produktu, splňovala tyto požadavky:

- i. audiovizuální obchodní sdělení nesmí být výslovně zaměřena na nezletilé osoby, a zvláště nesmí zobrazovat nezletilé osoby požívající tyto nápoje,
- ii. audiovizuální obchodní sdělení nesmí spojovat požívání alkoholu se zvýšenou



- fyzickou výkonností nebo s řízením motorových vozidel,
- iii. audiovizuální obchodní sdělení nesmí vytvářet dojem, že požívání alkoholu přispívá ke společenskému nebo sexuálnímu úspěchu;
  - iv. audiovizuální obchodní sdělení nesmí tvrdit, že alkohol má léčebné vlastnosti nebo povzbuzující či uklidňující účinek nebo že je prostředkem řešení osobních problémů;
  - v. audiovizuální obchodní sdělení nesmí nabádat k nestřídmému požívání alkoholických nápojů nebo záporně hodnotit abstinenci nebo zdrženlivost;
  - vi. audiovizuální obchodní sdělení nesmí jako kladnou vlastnost nápojů zdůrazňovat jejich vysoký obsah alkoholu.

## 14 Sponzorství

- 14.1 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání nebo pořady, které jsou sponzorovány, musí splňovat tyto požadavky:
- i. obsah jimi poskytovaných služeb na vyžádání nebo pořadů nesmí být v žádném případě ovlivněn tak, aby tím byla dotčena odpovědnost a redakční nezávislost poskytovatele mediálních služeb;
  - ii. služby na vyžádání nebo pořady, které poskytují, nesmí přímo nabádat k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštní zmínkou tohoto zboží nebo služeb za účelem jejich propagace;
  - iii. diváci musí být jasně informováni o existenci dohody o sponzorství.
  - iv. Sponzorované pořady musí být zřetelně označeny jako sponzorované pořady firmou, logem nebo jinou značkou sponzora, například odkazem na jeho produkt (produkty) nebo službu (služby) či na jejich charakteristický znak, a to vhodným způsobem na začátku, v průběhu nebo na konci pořadu.
- 14.2 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání nesmějí povolit, aby jimi poskytované služby na vyžádání nebo pořady byly sponzorovány podniky, jejichž hlavním předmětem činnosti je výroba nebo prodej cigaret a dalších tabákových výrobků, jakož i elektronických cigaret a náhradních náplní.
- 14.3 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání nesmějí povolit, aby jimi poskytované služby na vyžádání nebo pořady propagovaly určité léčivé přípravky nebo léčebné postupy, které jsou ve státě dostupné pouze na lékařský předpis.
- 14.4 Aniž je dotčen oddíl 14.3, mohou poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání povolit, aby jimi poskytované služby na vyžádání nebo pořady obsahovaly propagaci firmy nebo obrazu podniků, mezi jejichž předmět činnosti patří výroba nebo



prodej léčivých přípravků a léčebných postupů.

- 14.5 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání nesmějí povolit, aby jimi poskytované zpravodajské a publicistické pořady byly sponzorovány.
- 14.6 Poskytovatelé služeb na vyžádání nesmějí povolit objevování sponzorského loga během dokumentárních pořadů nebo náboženských pořadů, které poskytují.

## 15 Umístění produktu

- 15.1 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání povolí umístění produktu v jimi poskytovaných službách na vyžádání s výjimkou zpravodajských a publicistických pořadů, spotřebitelských publicistických pořadů, náboženských pořadů a pořadů pro děti.
- 15.2 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání zajistí, aby pořady, které obsahují umístění produktu, splňovaly tyto požadavky:
- i. obsah a uspořádání těchto pořadů v rámci katalogu nejsou v žádném případě ovlivněny tak, aby tím byla dotčena odpovědnost a redakční nezávislost poskytovatele mediálních služeb;
  - ii. nenabádají přímo k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním tohoto zboží nebo služeb za účelem jejich propagace;
  - iii. nepatříčně nezdůrazňují dotyčný produkt;
  - iv. publikum je jasně informováno o existenci umístění produktu za pomoci vhodného označení na začátku a na konci pořadu a při pokračování pořadu po reklamní přestávce, aby nemohlo být žádným způsobem uvedeno v omyl.

Výše uvedený oddíl 15.2. bod iv. se vztahuje pouze na pořady, které byly vyrobeny nebo objednány poskytovatelem mediálních služeb na vyžádání nebo společností s ním spojenou.

- 15.3 Aniž jsou dotčeny oddíly 15.1 a 15.2, pořady nesmí obsahovat umístění produktu, pokud jde o: -
- i. cigarety a další tabákové výrobky, jakož i elektronické cigarety a náhradní náplně, nebo umístění produktů podniků, jejichž hlavním předmětem činnosti je výroba nebo prodej uvedených výrobků;
  - ii. určité léčivé přípravky nebo léčebné postupy, které jsou ve státě dostupné pouze na lékařský předpis.
- 15.4 Oddíly 15.1, 15.2 a 15.3 se vztahují pouze na pořady vyrobené po 19. prosinci 2009.



# Ustanovení týkající se Pravidel pro mediální služby

Následující ustanovení jsou vydána na základě § 46O odst. 1, 5, 6, 7 a 9 zákona.

## 16 Přístupnost audiovizuálních služeb na vyžádání

16.1 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání přijmou přiměřená opatření k zajištění toho, aby pořady zpřístupněné v jejich službách na vyžádání byly trvale a postupně zpřístupňovány osobám se zdravotním postižením prostřednictvím poskytování služeb přístupnosti, jak jsou definovány v tomto Kodexu a Pravidlech.

### Akční plán v oblasti přístupnosti

16.2 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání vypracují akční plán v oblasti přístupnosti, který dohodnou s Komisí, s ohledem na povinnost stanovenou v oddíle 16.1.

16.3 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání zpřístupní Komisi svůj první akční plán v oblasti přístupnosti do šesti měsíců ode dne zveřejnění tohoto Kodexu a Pravidel a poté každoročně.

16.4 Poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání při vypracovávání svého prvního a následného akčního plánu v oblasti přístupnosti prokáží, že náležitě zohlednili ovlivňující faktory stanovené v oddíle 16.6.

16.5 Akční plán v oblasti přístupnosti, který má být vypracovaný a dohodnutý s Komisí s ohledem na povinnost stanovenou v oddíle 16.1, se musí zabývat těmito otázkami: -

- i. podíl služeb přístupnosti, které poskytovatel mediálních služeb na vyžádání navrhuje každoročně zpřístupnit v rámci služby (služby) na vyžádání, kterou (které) poskytuje;
- ii. opatření, která mají být přijata k dodržení norem kvality vypracovaných Komisí podle oddílu 16.7.
- iii. Návrhy týkající se poskytování informací o mimořádných událostech podle oddílu 16.8.
- iv. způsob, jakým bude poskytovatel mediálních služeb na vyžádání propagovat služby přístupnosti zpřístupněné v rámci služby (služby) na vyžádání, kterou (které) poskytuje;
- v. návrhy na konzultace s uživateli služeb přístupnosti, včetně organizací





zastupujících osoby se zdravotním postižením, o poskytování služeb přístupnosti poskytovatelem mediálních služeb v rámci služby (služeb) na vyžádání, kterou (které) poskytuje.

- vi. návrhy týkající se zajištění dostupného mechanismu pro vyřizování stížností a dotazů diváků v souvislosti s poskytováním služeb přístupnosti.
- vii. Návrhy poskytovatele mediálních služeb na vyžádání na zlepšení kvality jejich služeb přístupnosti a sledování jejich služeb za účelem zajištění důsledného dodržování norem kvality.

Poskyvatelé mediálních služeb na vyžádání poskytnou Komisi svůj roční akční plán přístupnosti v přístupném formátu, který je vhodný pro zveřejnění na internetových stránkách Komise.

## Ovlivňující faktory

16.6 Při určování přiměřených opatření, která mají být přijata podle oddílu 16.1 a uvedena v jejich ročním akčním plánu v oblasti přístupnosti, poskyvatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání prokáží, že náležitě zohlednili následující ovlivňující faktory,<sup>5</sup> konkrétně: -

- i. povaha poskytovatele audiovizuální mediální služby na vyžádání a poskytované služby;
- ii. stupeň vývoje poskytovatele audiovizuální mediální služby na vyžádání a jeho schopnost poskytovat přístupné pořady;
- iii. úroveň současného poskytování služeb přístupnosti zpřístupněných poskytovatelem mediálních služeb na vyžádání, kterou zajistil;
- iv. typ pořadů poskytovaných v katalogu služeb na vyžádání poskytovaných poskytovatelem mediálních služeb;
- v. náklady na technické a lidské zdroje poskytovatele mediálních služeb spojené s poskytováním služeb přístupnosti;
- vi. technická kapacita poskytovatele mediálních služeb pro poskytování služeb přístupnosti v rámci jím poskytovaných služeb na vyžádání.

## Normy kvality

16.7 Poskyvatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání musí dodržovat normy kvality pro poskytování služeb přístupnosti, které uplatňuje Komise a které byly vypracovány po konzultaci s veřejností a poskytovateli mediálních služeb poskytujícími služby na vyžádání, pokud je to možné.

## Informace o mimořádných událostech

<sup>5</sup> Komise vypracovala nezávazné pokyny týkající se těchto ovlivňujících faktorů, které jsou k dispozici na adrese <https://cnam.ie>



- 16.8 Pokud služba na vyžádání šíří informace o mimořádných událostech, včetně veřejných sdělení a oznámení v případě přírodních katastrof, poskytovatel této služby zajistí, aby tyto informace byly poskytovány tak, aby byly přístupné pro osoby se zdravotním postižením.

## **Podávání zpráv**

- 16.9 Aby Komise mohla splnit svou povinnost podávat zprávy stanovenou v čl. 7 odst. 2 směrnice o audiovizuálních mediálních službách, poskytovatelé mediálních služeb poskytující služby na vyžádání předloží Komisi zprávu o provádění prvního a následujících ročních akčních plánů v oblasti přístupnosti dohodnutých s Komisí, a to způsobem, který bude dále upřesněn.



# Pokyny

## Ovlivňující faktory

V oddíle 16 „Kodexu mediálních služeb a Pravidel pro mediální služby – poskytovatelé audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání“ Coimisiún na Meán se uvádí, že při určování přiměřených opatření, která mají být přijata k zajištění toho, aby pořady zpřístupňované v jejich službách na vyžádání byly trvale a postupně zpřístupňovány osobám se zdravotním postižením, musí poskytovatelé mediálních služeb na vyžádání při vypracovávání svého prvního a následného akčního plánu v oblasti přístupnosti prokázat, že náležitě zohlednili ovlivňující faktory uvedené v oddíle 16.6 Pravidel. Tento dokument poskytuje v tomto ohledu další pokyny.

### **i. Povaha poskytovatele audiovizuální mediální služby na vyžádání a poskytované služby.**

**Pokyny:** Má (mají) služba (služby) charakter veřejné nebo soukromé služby? Je služba příjemcem veřejných prostředků a může mít v důsledku toho větší povinnosti veřejné služby? Má služba specifické kulturní, sociální nebo jazykové cíle, které by mohly ovlivnit její schopnost poskytovat přístupné služby?

### **ii. Stupeň vývoje poskytovatele audiovizuální mediální služby na vyžádání a jeho schopnost poskytovat přístupné pořady.**

**Pokyny:** Jak dlouho je (jsou) služba (služby) v provozu? Jaké má poskytovatel mediálních služeb na vyžádání zkušenosti s poskytováním služeb přístupnosti? Má již poskytovatel mediálních služeb úroveň odborných znalostí v oblasti poskytování služeb přístupnosti nebo je mu k dispozici? Jaký je jeho podíl na trhu?

### **iii. Úroveň současného poskytování služeb přístupnosti.**

**Pokyny:** Jaký je jejich výchozí bod? Jaký objem titulků, popisů, znakového jazyka nebo zvukového popisu je v současnosti k dispozici v rámci služby (služeb) na vyžádání, kterou (které) poskytují?

### **iv. Typ pořadů uvedených v katalogu audiovizuální (audiovizuálních) mediální (mediálních) služby (služeb) na vyžádání.**

**Pokyny:** Získává (získávají) služba (služby) velké množství obsahu od třetích stran? Kolik pořadů domácí produkce služba poskytuje? Jsou pořady vyráběny nezávisle? Tyto otázky jsou důležité, protože typ programového zastoupení v katalogu má vliv na náklady, technické vybavení, personál a schopnost poskytovat služby přístupnosti.

### **v. Náklady na technické a lidské zdroje poskytovatele audiovizuální mediální služby na vyžádání spojené s poskytováním služeb přístupnosti.**



**Pokyny:** Jaké jsou finanční možnosti poskytovatele mediálních služeb a pravděpodobné finanční dopady poskytování služeb přístupnosti?

**vi. Technická kapacita poskytovatele audiovizuální mediální služby na vyžádání.**

**Pokyny:** Jaká zařízení a odborné znalosti v současné době existují v rámci služby pro poskytování služeb přístupnosti? Má služba technickou kapacitu pro poskytování služeb přístupnosti? Jaká úroveň a typ technického zařízení a odborných znalostí by byly zapotřebí?

