



Coimisiún
na Meán

Projekts Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodekss un Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumi

Audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu



Coimisiún na Meán

Pēc pieprasījuma sniegto audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksa
un plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumu projekts

Saturs

1. Ievads	4
2. Darbības joma un jurisdikcija	4
3. Kodeksa un Noteikumu mērķis, sagatavošana un piemērošana	4
4. Reglamentējošie principi, kas attiecas uz Kodeksu un Noteikumiem	5
5. Atšķirtība	7
6. Atbrīvojums	7
7. Atbilstība un izpildes panākšana	7
8. Sūdzības	8
9. Definīcijas — Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu Kodeksa un plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumi	8
Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksa noteikumi	10
10. Kaitīgs saturs	10
11. Tiesības uz kinematogrāfiskiem darbiem	12
12. Audiovizuāli komercpaziņojumi:	12
13. Sponsorēšana	13
14. Produktu izvietošana	14
Noteikumi par plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumiem	15
15. Pēc pieprasījuma sniegto audiovizuālo pakalpojumu pieejamība	15
Norādes	18



1. Ievads

- 1.1 Saskaņā ar 2009. gada Apraides likuma 46.N panta 1. punktu un 46.O panta 1. un 5. punktu, kas grozīts ar 2022. gada Tiešsaistes drošības un mediju regulēšanas likumu, (“**likums**”) Coimisiún na Meán (“**K(omisija)**”) ir tiesīga izstrādāt kodeksus un noteikumus (“**plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksi**” un “**plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumi**”), kas reglamentē raidorganizāciju un audiovizuālo mediju pakalpojumu sniedzēju, kas sniedz pakalpojumu pēc pieprasījuma, standartus un praksi.
- 1.2 Saskaņā ar likuma 46.N panta 5. punktu Komisija izstrādā mediju pakalpojumu kodeksus, kas regulē jautājumus, kas jānodrošina ar Direktīvas (ES) 2010/13 5. pants, 6. panta 1. punktu, 6.a panta 1.–3. punktu, 7.b pantu, 8., 9., 10. un 11. pantu (kurā izdarīti grozījumi ar Direktīvu (ES) 2018/1808) (“**Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva**”) (izņemot apmērā, kādā ir piemērojami plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumi).
- 1.3 Saskaņā ar likuma 46.O panta 9.punktu plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumi regulē jautājumus, kas ir noteikti Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas 6. panta 1. punktā, 6.a panta 1. punktā, 7., 7.b, 8., 9., 10., 11. pantā, VI nodaļā un 23. panta 2. punktā, 24. un 25 pantā (izņemot apmērā, kādā ir piemērojami plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksi).
- 1.4 Saskaņā ar tiesību aktos noteiktajiem pienākumiem un atbildību, kas noteikta iepriekš, Komisija ir sagatavojusi šo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksu (“**Kodekss**”) un šos plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumus (“**Noteikumi**”).

2. Darbības joma un jurisdikcija

- 2.1 Kodekss un Noteikumi ievieš Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas 5. pantu, 6. panta 1. punktu, 6.a panta 1. līdz 3. punktu, 7., 8., 9., 10. un 11. pantu Īrijā, ciktāl tie attiecas uz audiovizuāliem plašsaziņas līdzekļu pakalpojumiem pēc pieprasījuma.
- 2.2 Kodeksu un Noteikumus attiecīgi piemēro plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējiem, kas sniedz audiovizuālos mediju pakalpojumus pēc pieprasījuma.
- 2.3 Kodekss un Noteikumi attiecas tikai uz plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējiem, kas sniedz audiovizuālos plašsaziņas līdzekļu pakalpojumus pēc pieprasījuma un kas ir valsts jurisdikcijā likuma 2.A iedaļas nozīmē.

3. Kodeksa un Noteikumu mērķis, sagatavošana un piemērošana

Mērķis

- 3.1 Kodeksa un Noteikumu mērķis ir nodrošināt, ka plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu



sniedzēji, kas sniedz audiovizuālos plašsaziņas līdzekļu pakalpojumus pēc pieprasījuma un ir valsts jurisdikcijā, ievēro Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas 5. panta, 6. panta 1. punkta, 6.a panta 1.–3. punkta, 7., 8., 9., 10. un 11. panta prasības.

Kodeksa un Noteikumu sagatavošana

3.2 Saskaņā ar Likuma 46.N panta 6. punktu Komisija, sagatavojot Kodeksu, ir ņēmusi vērā šādus aspektus: -

- kaitējuma vai noziedzīga nodarījuma pakāpe, ko varētu radīt konkrētas tēmas iekļaušana raidījuma materiālā;
- Raidījuma materiāla potenciālās auditorijas iespējamais lielums un sastāvs;
- potenciālās auditorijas gaidas attiecībā uz raidījuma materiāla raksturu un to, cik lielā mērā raidījuma materiāla raksturu var darīt zināmu potenciālajai auditorijai;
- iespējamība, ka personas, kuras nav informētas par raidījuma materiāla raksturu, ar savu rīcību var netīši tam tiks pakļautas;
- vēlamību nodrošināt, ka apraides pakalpojumu vai audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs, kas sniedz pakalpojumu pēc pieprasījuma, informē Komisiju par visām izmaiņām, kas ietekmē pakalpojuma būtību, un jo īpaši par visām izmaiņām, kas attiecas uz plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksu piemērošanu;
- vēlamība saglabāt raidījumu redakcionālās kontroles neatkarību.

3.3 Kodekss un Noteikumi ir sagatavoti saskaņā ar likuma 46.Q pantā paredzēto kārtību.

4. Reglamentējošie principi, kas attiecas uz Kodeksu un Noteikumiem

4.1 Interpretējot, piemērojot un ieviešot Kodeksu un Noteikumus, Komisijai saskaņā ar tās publisko tiesību uzdevumiem ir jārīkojas likumīgi, racionāli un taisnīgi.

4.2 Konkrētāk, Komisijai jārīkojas saskaņā ar:

- tās vispārējiem statūtos noteiktajiem mērķiem un funkcijām saskaņā ar likumu;
- Kodeksa un Noteikumu pamatā esošiem konkrētiem statūtos noteiktiem mērķiem;
- tiesībām, ko piešķir Konstitūcija, Eiropas Savienības Pamattiesību harta, Eiropas Cilvēktiesību konvencija, ciktāl tas piemērojams saskaņā ar 2003. gada Eiropas Cilvēktiesību konvenciju un ES līgumiem.



Vispārējie likumā noteiktie mērķi un funkcijas

- 4.3 Likuma 7. panta 2. punkta a) apakšpunktā un 7. panta 2. punkta b) apakšpunktā ir paredzēts, ka, pildot savas funkcijas, Komisija cenšas nodrošināt, ka tiek ievērotas Konstitūcijā nostiprinātās demokrātiskās vērtības, īpaši tās, kas attiecas uz vārda brīvību, un ka tiek aizsargātas sabiedrības intereses, tostarp bērnu intereses, īpašu uzmanību pievēršot bērnu drošībai. Komisija arī cenšas nodrošināt, ka Komisijas politika attiecībā uz audiovizuāliem plašsaziņas līdzekļu pakalpojumiem pēc pieprasījuma vislabāk atbilst Īrijas iedzīvotāju vajadzībām attiecībā uz personām ar invaliditāti un viņu prasībām attiecībā uz šo pakalpojumu pieejamību.
- 4.4 Turklāt Komisijai jācenšas nodrošināt, ka tās regulatīvie pasākumi: i) vēršas pret raidījuma materiālu un citu saturu, kas ir kaitīgs vai nelikumīgs; iii) ņem vērā tehnoloģiskās un sociālās pārmaiņas; un iii) darbojas samērīgi, konsekventi un taisnīgi.
- 4.5 Likuma 7. panta 3. punktā turklāt ir paredzēts, ka Komisija cita starpā:
- veicina kvalitatīvu, daudzveidīgu un inovatīvu raidījumu piedāvāšanu, ko nodrošina audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma;
 - veicina vides ilgtspēju audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēju, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, politikā un praksē;
 - savu funkciju izpildē iesaistās uz pierādījumiem balstītā lēmumu pieņemšanā un veicina, ka personas, ar kurām tā apspriežas, pieņem uz pierādījumiem balstītus lēmumus;
 - veicina atbilstību Likuma noteikumiem un jebkura kodeksa, noteikuma vai cita tiesību akta noteikumiem, kas pieņemti saskaņā ar to, jebkādā veidā, ko Komisija uzskata par piemērotu, tostarp publicējot norādījumus par to, kā šos noteikumus var ievērot.
- 4.6 Saskaņā ar likuma 7. panta 4. punktu Komisija, veicot savas funkcijas, ņem vērā: bērnu drošību un bērnu, līdztiesības, invaliditātes, integrācijas un jaunatnes lietu ministra publicēto politiku šajā jomā; azartspēļu regulējumu un tieslietu ministra publicēto politiku šajā jautājumā; klimata pārmaiņas un vides ilgtspēja un vides, klimata un komunikāciju ministra publicētā politika šajā jomā; un publicētās valdības politikas attiecībā uz jebkuru no šiem jautājumiem.

Īpašie tiesību aktos paredzētie mērķi

- 4.7 Saskaņā ar Likuma 46.N panta 5. punktu un 46.O panta 9. punktu Kodeksa un Noteikumu mērķis ir nodrošināt, ka plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumus pēc pieprasījuma un ir valsts jurisdikcijā, ievēro Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas 5. panta, 6. panta 1. punkta, 6.a panta 1.–3. punkta, 7., 8., 9., 10. un 11. panta prasības.



5. Atšķirtība

- 5.1 Ja kāds Kodeksa un Noteikumu noteikums tiek atzīts par nelikumīgu, spēkā neesošu, aizliegtu, neizpildāmu vai nepiemērojamu (vispārīgi vai attiecībā uz konkrētu(-iem) plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēju(-iem)), pamatojoties uz kādu tiesību aktu (tostarp Konstitūciju un Eiropas tiesību aktiem), šāds konstatējums neietekmē neviena cita Kodeksa un Noteikumu noteikuma vai tā daļas likumību, spēkā esamību, izpildāmību vai piemērojamību, ja vien konstatējums nav atzīts par piemērojamu šādam citam noteikumam vai tā daļai, vai arī tas nav tiesas piešķirtā tiesiskās aizsardzības līdzekļa priekšmets.
- 5.2 Neskarot iepriekš minēto, visi pārējie Kodeksa un Noteikumu noteikumi un/vai daļas paliek spēkā pilnā apmērā un ir piemērojami un izpildāmi. Ciktāl nepieciešams, no Kodeksa un Noteikumiem nodala jebkuru Kodeksa un Noteikumu noteikumu vai tā daļu, kas atzīta par nelikumīgu, spēkā neesošu, aizliegtu, neizpildāmu vai nepiemērojamu.

6. Atbrīvojums

- 6.1 Fakts, ka Komisija neatbild un nekomentē kādu iesniegumu, novērtējumu, priekšlikumu, ziņojumu, saderības paziņojumu vai analogisku dokumentu, ko tai iesniedz audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma un kas ir iekļauts audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēju reģistrā, ko Komisija ir izveidojusi saskaņā ar Likumu, nav uzskatāms par jebkuras daļas satura pieņemšanu vai apstiprināšanu un nenozīmē, ka plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs ir izpildījis savas saistības saskaņā ar Likumu un/vai Kodeksu un Noteikumiem.
- 6.2 Neskarot iepriekš minēto, fakts, ka Komisija neatbild vai nekomentē jebkuru šādu dokumentu, neveido Komisijas izslēgšanu vai atteikšanos no kādām tās pilnvarām vai tiesībām saskaņā ar Likumu un/vai Kodeksu un Noteikumiem.

7. Atbilstība un izpildes panākšana

- 7.1 Saskaņā ar Likuma 46.N panta 10. punktu un 46.O panta 11. punktu tas, ka audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs neievēro Kodeksu vai Noteikumus, ir pārkāpums likuma 8.B daļas izpratnē.
- 7.2 Audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs nodrošina, ka ir ieviestas sistēmas un kontroles, lai pierādītu atbilstību šajā Kodeksā noteiktajiem pienākumiem.
- 7.3 Saskaņā ar Likuma 47. panta 3. punktu plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējiem, kas sniedz audiovizuālus plašsaziņas līdzekļu pakalpojumus pēc pieprasījuma, ir jā sagatavo un jāievieš prakses kodekss sūdzību izskatīšanai saistībā ar plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja neatbilstību plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksam vai plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumiem.



8. Sūdzības

- 8.1 Auditorija var iesniegt sūdzību, ja tā uzskata, ka plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz audiovizuālus plašsaziņas līdzekļu pakalpojumus pēc pieprasījuma, nav ievērojuši šo Kodeksu un Noteikumus. Coimisiún na Meán iesaka sūdzības iesniedzējiem vispirms iesniegt sūdzību audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējam, kas sniedz pakalpojumu pēc pieprasījuma, jo tas ir ātrākais veids, kā sūdzību izskatīt un uz to atbildēt.

Informācija par sūdzību izskatīšanas procesu, tostarp Coimisiún na Meán procesu, ir pieejama mūsu tīmekļa vietnē (www.cnam.ie) vai varat sazināties ar Coimisiún na Meán pa tālruni + 353 1 963 7755 vai e-pastu: usersupport@cnam.ie.

9. Definīcijas – Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu Kodeksa un plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumi

“Piekļuves pakalpojumi” nozīmē subtitrēšanu, titrus, zīmju valodu (tostarp īru zīmju valodu, ja pakalpojumi paredzēti īru auditorijai) un audioaprakstu, kā noteikts šajā Kodeksā un Noteikumos.

“Audioapraksts” nozīmē komentāru, kas auditorijām, kas ir neredzīgas vai kam ir redzes traucējumi, sniedz verbālu aprakstu par to, kas notiek uz ekrāna jebkurā brīdī. To sniedz kā palīglīdzekli raidījuma izpratnei un baudīšanai. Tehnikā izmanto otru skaņas ceļu, kas sniedz raidījuma satura un ekrāna darbības aprakstu.

“Audiovizuāls komercpaziņojums” nozīmē komerciālu paziņojumu, kas sastāv no attēliem ar skaņu vai bez tās, kas paredzēti, lai tieši vai netieši reklamētu fiziskas vai juridiskas personas, kas veic saimniecisku darbību, preces, pakalpojumus vai tēlu; šādi attēli pavada raidījumu vai lietotāja veidotu video vai ir iekļauti raidījumā vai lietotāja veidotā video par samaksu vai līdzīgu atlīdzību vai pašreklāmas nolūkā.

“Audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojums” nozīmē

i) pakalpojumu, kā definēts Līguma par Eiropas Savienības darbību 56. un 57. pantā, ja pakalpojuma vai tā nošķiramās daļas galvenais mērķis ir, izmantojot elektronisko komunikāciju tīklus Direktīvas 2002/21/EK 2. panta a) punkta nozīmē, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja redakcionālā atbildībā nodrošināt plašai sabiedrībai raidījumus, lai informētu, izklaidētu vai izglītotu; šāds audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojums ir vai nu televīzijas apraide, vai audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojums pēc pieprasījuma.

ii) audiovizuālu komercpaziņojumu.

“Audiovizuālie plašsaziņas līdzekļu pakalpojumi pēc pieprasījuma (pakalpojums pēc pieprasījuma)” nozīmē audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu, ko sniedz



plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs, raidījumu skatīšanai lietotāja izvēlētā brīdī un pēc individuāla pieprasījuma, pamatojoties uz plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja izvēlētu raidījumu katalogu.

“**Titri**” nozīmē ekrāna tekstu, kas atspoguļo to, kas tiek teikts ekrānā. Lai gan titriem ir līdzība ar subtitrēšanu, tas nav tik sarežģīti un ietver vienkāršāku ekrānā teiktā atveidojumu, dažkārt vienā krāsā, burtiski un iespējams izmantojot tikai lielos burtus.

“**Bērns vai bērni**” nozīmē personu vai personas, kuras ir jaunākas par 18 gadiem.

“**Redakcionālā atbildība**” nozīmē efektīvu kontroli gan pār raidījumu izvēli, gan to organizāciju vai nu hronoloģiskā programmā televīzijas pārraižu gadījumā, vai katalogā audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumiem pēc pieprasījuma. Redakcionāla atbildība obligāti nenozīmē juridisko atbildību saskaņā ar valsts tiesību aktiem, kas attiecas uz saturu vai sniegtajiem pakalpojumiem.

“**Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs**” nozīmē fizisku vai juridisku personu, kurai ir redakcionāla atbildība par audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojuma audiovizuālā satura izvēli un kura nosaka veidu, kādā tas tiek organizēts.

“**Produktu izvietošana**” nozīmē jebkāda veida audiovizuālu komerciālu paziņojumu, kas sastāv no produkta, pakalpojuma vai tā preču zīmes iekļaušanas vai atsauces uz to, lai tas tiktu attēlots raidījumā vai lietotāja veidotā video par samaksu vai līdzīgu atlīdzību.

“**Raidījums**” nozīmē kustīgu attēlu kopumu ar skaņu vai bez tās, kas plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja izveidotā programmā vai katalogā veido atsevišķu vienību neatkarīgi no tās garuma, tostarp pilnmetrāžas filmas, videoklipus, sporta pasākumus, situāciju komēdijas, dokumentālās filmas, bērniem paredzētus raidījumus un oriģinālfilmās.

“**Zīmju valoda, tostarp īru zīmju valoda**” nozīmē nedzirdīgo kopienas vietējo dabisko valodu. Tā ir vizuāla, telpiska valoda, kas, pārvietojot rokas, piešķir nozīmi kopā ar sejas izteiksmi un ķermeņa pozām. Zīmju valodai ir sava sintakse un sarežģīta gramatiskā struktūra. Zīmju valoda ir jāparāda uz ekrāna, izmantojot zīmju valodas tulku kā daļu no audiovizuālās programmas satura vai izmantojot zīmju valodas tulku, kas darbojas kā tulks un tiek attēlots virs ekrānā redzamajiem attēliem.

“**Sponsorēšana**” nozīmē jebkuru ieguldījumu, ko valsts vai privāti uzņēmumi vai fiziskas personas, kas nav iesaistītas audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu vai video koplietošanas platformas pakalpojumu sniegšanā vai audiovizuālo darbu radīšanā, sniedz audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu, video koplietošanas platformas pakalpojumu, lietotāju veidotu videoklipu vai raidījumu finansēšanai, lai reklamētu savu nosaukumu, preču zīmi, tēlu, darbību vai produktus.

“**Slēpti komercpaziņojumi**” nozīmē preču, pakalpojumu, nosaukuma, preču zīmes vai preču ražotāja vai pakalpojumu sniedzēja darbības atveidojumu ar vārdiem vai attēliem raidījumos, ja plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs šādu atveidojumu ir iecerējis izmantot kā reklāmu un tas varētu maldināt sabiedrību par tā būtību. Šādu atveidojumu jo īpaši uzskata par tīšu, ja to veic par samaksu vai līdzīgu atlīdzību.



“**Subliminālie paņēmieni**” nozīmē komerciālus paziņojumus, kas ietver jebkuru tehnisku ierīci, kurā, izmantojot ļoti īsus attēlus vai jebkākus citus līdzekļus, tiek izmantota iespēja nodot vēstījumu auditorijai vai citādi ietekmēt tās domāšanu, auditorijai nezinot vai pilnībā neapzinoties, kas tiek darīts.

“**Subtitrēšana**” nozīmē ekrāna tekstu, kas atspoguļo to, kas tiek pateikts uz ekrāna. Subtitrēšana var būt atklāta vai slēgta. Atklāta subtitrēšana ir subtitrēšana, kas vienmēr paliek uz ekrāna. Slēgto subtitrēšanu var padarīt redzamu vai neredzamu pēc auditorijas vēlēšanās, izmantojot, piemēram, tālvadību. Subtitrēšana ir formatēta tā, lai palīdzētu interpretēt un izprast tekstu un precīzāk sasaistītu to ar rīcību uz ekrāna.

Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksa noteikumi

Saskaņā ar Likuma 46.N panta 1. punktu un 46.N panta 5. punktu ir paredzēti šādi noteikumi.

10. Kaitīgs saturs

- 10.1 Saskaņā ar Likuma 46.J panta 1. punkta c) un d) apakšpunktu plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumu pēc pieprasījuma, katalogā nenodrošina pieejamību:
- (a) jebkam, ko pamatoti var uzskatīt par rīcību, uz kuru attiecas publiskas provokācijas izdarīt teroristu nodarījumu jēdziens, kas ir noteikts Direktīvas (ES) 2017/541 5. pantā;
 - (b) visam, ko var pamatoti uzskatīt par tādu, kas varētu kūdīt uz vardarbību vai naidu pret personu grupu vai grupas dalībnieku, pamatojoties uz kādu no Hartas 21. pantā ¹ minētajiem iemesliem, proti, dzimums, rase, ādas krāsa, etniskā vai sociālā izcelsme, ģenētiskās iezīmes, valoda, reliģija vai pārliecība, politiskie vai jebkādi citi uzskati, piederība pie nacionālās minoritātes, īpašums, izcelsme, invaliditāte, vecums vai seksuālā orientācija. Pilsonība ir šāds pamats, neskarot Eiropas Kopienas dibināšanas līguma un Līguma par Eiropas Savienību īpašos noteikumus.
- 10.2 Neskarot 10.1. iedaļu, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, sniedz auditorijai pietiekamu informāciju par saturu, kas var kaitēt bērnu fiziskajai, garīgajai vai tikumiskajai attīstībai. Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs izmanto sistēmu, kurā aprakstīts tā audiovizuālā pēc pieprasījuma sniegtā plašsaziņas līdzekļu pakalpojuma satura potenciāli kaitīgais raksturs. Auditorijai sniegto informāciju izvieta raidījuma sākumā.

¹ Tas tostarp attiecas uz Ceļotāju kopienas un Romu kopienu locekļiem.



- 10.3 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumu pēc pieprasījuma, veic atbilstīgus pasākumus, lai nodrošinātu, ka raidījumi, kas ietver saturu, kas var kaitēt bērnu fiziskajai, garīgajai vai tikumiskajai attīstībai, jo īpaši:
- (a) pornogrāfiska rakstura saturu,
 - (b) saturu, kas satur nepamatotu vardarbību,
- tiek darīti pieejami tikai tādā veidā, kas nodrošina, ka bērni standarta kārtībā to nedzird un neredz.
- 10.4. Atbilstīgi pasākumi saskaņā ar 10.3. iedaļas mērķiem var ietvert: audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumu pēc pieprasījuma, izmanto aizsardzības mehānismus, tostarp: -
- iepriekšēju brīdinājumu par saturu izmantošanu;
 - vecāku kontroles nodrošināšanu, tostarp ierobežoti režīmi un PIN koda piekļuve;
 - vecuma pārbaudes rīkus.²
 - citus tehniskus pasākumus, ar ko panāk iepriekš minētajam līdzvērtīgu rezultātu.
- 10.5. Atbilstīgi pasākumi saskaņā ar 10.3. iedaļas mērķi ir samērīgi ar iespējamo raidījuma radīto kaitējumu bērniem. Saistībā ar to plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, ņem vērā materiāla potenciālu kaitēt bērniem, nosakot samērīgu pieeju, kas jāizmanto. Faktori, kas jāizvērtē, ir šādi: -
- i. iespējamā kaitējuma pakāpe, ko varētu radīt raidījuma saturs;
 - ii. iespējamība, ka bērni piekļūst saturam;
 - iii. pēc pieprasījuma sniegtā pakalpojuma raksturs un tā iespējamā auditorija.
- 10.6. Neskarot 10.3. un 10.4. iedaļas vispārīgo raksturu, viskaitīgākajam saturam, proti, vardarbībai un pornogrāfijai, piemēro visstingrākos pasākumus, piemēram, vecāku kontroli, vecuma pārbaudes rīkus vai citus tehniskos pasākumus, kas nodrošina līdzvērtīgu rezultātu.
- 10.7. Bērnu personas datus, ko plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji apkopo vai citādi ir ģenerējuši saskaņā ar 10.3. vai 10.4. iedaļu, neapstrādā komerciālos nolūkos, piemēram, tiešā mārketinga, profilēšanas un uz uzvedību orientētas reklāmas nolūkā.

² Vecuma pārbaudes pasākums, kura pamatā ir tikai pakalpojuma lietotāju pašapliecinājums par vecumu, nav efektīvs pasākums 10.4. iedaļas nozīmē.



11. Tiesības uz kinematogrāfiskiem darbiem

11.1 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, nepārraida kinematogrāfiskos darbus ārpus periodiem, par kuriem panākta vienošanās ar tiesību subjektiem.

12. Audiovizuāli komercpaziņojumi:

12.1 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, nodrošina, ka to sniegtie audiovizuālie komercpaziņojumi ir viegli atpazīstami kā tādi.

12.2 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, raidījumos vai kopā ar tiem neiekļauj slepenus audiovizuālus komercpaziņojumus vai audiovizuālus komercpaziņojumus, kuros izmanto subliminālos paņēmienus.

12.3 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, nesniedz plašai sabiedrībai kaitīgus audiovizuālus komercpaziņojumus, proti: -

- i. audiovizuālus komercpaziņojumus, kas aizskar cilvēka cieņu;
- ii. audiovizuālus komercpaziņojumus, kas ietver vai veicina jebkādu diskrimināciju, kuras pamatā ir: dzimums, rase vai etniskā izcelsme, valsts piederība, reliģiskā piederība vai pārliecība, invaliditāte, vecums vai seksuālā orientācija;
- iii. audiovizuālus komercpaziņojumus, kas veicina rīcību, kas apdraud veselību vai drošību;
- iv. audiovizuālus komercpaziņojumus, kas veicina rīcību, kas būtiski kaitē vides aizsardzība;
- v. audiovizuālus komercpaziņojumus par cigaretēm un citiem tabakas izstrādājumiem, kā arī par elektroniskajām cigaretēm un uzpildes flakoniem;
- vi. audiovizuālus komercpaziņojumus, kas veicina alkoholisko dzērienu pārmērīgu patēriņu;
- vii. audiovizuālus komercpaziņojumus par medikamentiem un ārstēšanu, kas valstī ir pieejama tikai pēc ārsta norādījuma.

12.4 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, nesniedz bērniem kaitīgus audiovizuālus komercpaziņojumus, proti:

- i. audiovizuālus komercpaziņojumus, kas tieši mudina bērnus pirkt vai nomāt



produktu vai pakalpojumu, izmantojot viņu pieredzes trūkumu vai lētticību;

- ii. audiovizuālus komercpaziņojumus, kas tieši mudina bērnus pārliecināt savus vecākus vai citus iegādāties reklamētās preces vai pakalpojumus;
- iii. audiovizuālus komercpaziņojumus, kuros izmanto bērnu īpašo uzticēšanos vecākiem, skolotājiem vai citām personām;
- iv. audiovizuāli komercpaziņojumus, kas nepamatoti parāda bērnus bīstamās situācijās;
- v. audiovizuālie komercpaziņojumus par alkoholiskajiem dzērieniem, kas īpaši paredzēti bērniem.

12.5 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, nodrošina, ka to sniegtie audiovizuālie komercpaziņojumi par alkoholiskajiem dzērieniem, izņemot sponsorēšanu un produktu izvietošanu, atbilst šādām prasībām:

- i. audiovizuālie komercpaziņojumi nav īpaši paredzēti nepilngadīgajiem vai jo īpaši nepilngadīgajiem, kas lieto šos dzērienus;
- ii. audiovizuālie komercpaziņojumi nesaista alkohola patēriņu ar uzlabotu fizisko veikspēju vai transportlīdzekļa vadīšanu;
- iii. audiovizuālie komercpaziņojumi nerada iespaidu, ka alkohola lietošana veicina sociālus vai seksuālus panākumus;
- iv. audiovizuālie komercpaziņojumi nenorāda, ka alkoholam ir terapeitiskas īpašības vai ka tas ir stimulējošs, nomierinošs vai personisku konfliktu risināšanas līdzeklis;
- v. audiovizuālie komercpaziņojumi neveicina pārmērīgu alkohola patēriņu un neprezentē atturēšanos vai mērenību kā kaut ko negatīvu;
- vi. audiovizuālie komercpaziņojumi neuzsver augstu alkohola saturu kā dzērienu pozitīvu kvalitāti.

13. Sponsorēšana

13.1 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas piedāvā sponsorētus pakalpojumus vai raidījumus pēc pieprasījuma, atbilst šādām prasībām: -

- i. pēc pieprasījuma sniegto pakalpojumu vai raidījumu saturs netiek ietekmēts jebkādā veidā, kas iespaido plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja atbildību un redakcionālo neatkarību;
- ii. pēc pieprasījuma nodrošinātie pakalpojumi vai raidījumi tieši neveicina preču



vai pakalpojumu iegādi vai nomu, jo īpaši sniedzot īpašas reklāmas atsauces uz šīm precēm vai pakalpojumiem;

- iii. auditoriju skaidri informē par sponsorēšanas līguma esamību;
 - iv. sponsorētos raidījumus skaidri identificē, norādot sponsora nosaukumu, logotipu un/vai citu sponsora simbolu, piemēram, atsauci uz produktu(-iem) vai pakalpojumu(-iem) vai tā (to) atšķirības zīmi raidījumam piemērotā veidā tā sākumā, laikā un/vai beigās;
- 13.2 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, neļauj uzņēmumiem, kuru galvenā darbība ir cigarešu un citu tabakas izstrādājumu, kā arī elektronisko cigarešu un uzpildes flakonu ražošana vai pārdošana, sponsorēt to piedāvātos pakalpojumus vai programmas pēc pieprasījuma.
- 13.3 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, neizmanto to sniegtos pakalpojumus vai programmas, lai popularizētu konkrētas zāles vai ārstēšanu, kas valstī ir pieejama tikai pēc ārsta norādījuma.
- 13.4 Neskarot 13.3. pantu, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, savos pakalpojumos vai raidījumos var popularizēt tādu uzņēmumu nosaukumu vai tēlu, kuru darbība ietver zāļu ražošanu, tirdzniecību vai ārstēšanas pakalpojumus.
- 13.5 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma neļauj to nodrošināto ziņu un aktuālo notikumu raidījumu sponsorēšanu.
- 13.6 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz plašsaziņas līdzekļu pakalpojumus pēc pieprasījuma, neļauj izvietot sponsora logotipu to piedāvātajos bērniem paredzētajos raidījumos, dokumentālajās filmās un reliģiskos raidījumos.

14. Produktu izvietošana

- 14.1 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, atļauj produktu izvietošana to nodrošinātajos pakalpojumos pēc pieprasījuma, izņemot ziņu un aktuālo notikumu raidījumos, patērētāju tiesību aizsardzības, reliģiskos un bērniem paredzētos raidījumos.
- 14.2 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji pēc pieprasījuma nodrošina, ka raidījumi, kas satur produktu izvietošana, atbilst šādām prasībām: -
- i. Šādu raidījumu saturu un programmu katalogā nekādā ziņā neietekmē tādā veidā, ka tas iespaido mediju pakalpojumu sniedzēja atbildību un redakcionālo neatkarību;
 - ii. tie tieši neveicina preču vai pakalpojumu pirkšanu vai nomu, jo īpaši izdarot īpašas atsauces, lai ieteiktu šīs preces vai pakalpojumus;
 - iii. tajos nav pārmērīgi izcelts attiecīgais produkts.



- iv. raidījuma sākumā un beigās, kā arī raidījumam atsākoties pēc reklāmas pauzes, auditoriju skaidri informē par produktu izvietojumu, lai izvairītos no skatītāja maldināšanas.
- 14.3 Neskarot 14.1. un 14.2. iedaļu, raidījumos neizvieto šādus produktus: -
- i. cigaretes un citus tabakas izstrādājumus, kā arī elektroniskās cigaretes un uzpildes flakonus vai tādu uzņēmumu produktus, kuru galvenā darbība ir šo izstrādājumu ražošana vai tirdzniecība;
 - ii. konkrētas zāles vai ārstēšanu, kas valstī ir pieejama tikai pēc ārsta norādījuma.
- 14.4 14.1., 14.2. un 14.3. iedaļu piemēro tikai raidījumiem, kas producēti pēc 2009. gada 19. decembra.

Noteikumi par plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumiem

Šie noteikumi ir sagatavoti saskaņā ar Likuma 46.O panta 1., 5., 6., 7. un 9. punktu.

15. Pēc pieprasījuma sniegto audiovizuālo pakalpojumu pieejamība

- 15.1 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, veic samērīgus pasākumus, lai nodrošinātu, ka raidījumi, kas darīti pieejami pēc pieprasījuma sniegtajos pakalpojumos, tiek pastāvīgi un pakāpeniski padarīti pieejamāki personām ar invaliditāti, sniedzot piekļuves pakalpojumus, kā noteikts šajā Kodeksā un Noteikumos.

Piekļūstamības rīcības plāns

- 15.2 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, izstrādā piekļūstamības rīcības plānu, par kuru jāvienojas ar Komisiju attiecībā uz 15.1. iedaļā noteikto pienākumu.
- 15.3 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, iesniedz Komisijai pirmo piekļūstamības rīcības plānu sešu mēnešu laikā no šī Kodeksa un Noteikumu publicēšanas dienas un pēc tam katru gadu.
- 15.4 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, izstrādājot pirmo un turpmākos piekļūstamības rīcības plānus, apliecina, ka tie ir pienācīgi ņēmuši vērā 15.6. iedaļā izklāstītos ietekmējošos faktorus.



- 15.5 Pieklūstamības rīcības plāns, kas jāizstrādā un jāaskaņo ar Coimisiún na Meán attiecībā uz 15.1. punktā noteikto pienākumu, attiecas uz šādiem aspektiem: -
- i. Piekluves pakalpojumu īpatsvars, ko plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs ierosina katru gadu darīt pieejamus, izmantojot tā sniegto(-s) pakalpojumu(-s) pēc pieprasījuma.
 - ii. Pasākumi, kas jāveic, lai ievērotu kvalitātes standartus, ko Komisija izstrādājusi saskaņā ar 15.7. iedaļu.
 - iii. Priekšlikumi attiecībā uz informācijas sniegšanu par ārkārtas situācijām saskaņā ar 15.8. iedaļu.
 - iv. Veids, kādā plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs veicinās piekluves pakalpojumus, kas darīti pieejami tā sniegtajā(-s) pakalpojumā(-os) pēc pieprasījuma.
 - v. Priekšlikumi konsultācijām ar piekluves pakalpojumu lietotājiem par to, kā plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs nodrošina piekluves pakalpojumus attiecībā uz tā sniegto(-ajiem) plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu(-iem) pēc pieprasījuma.
 - vi. Priekšlikumi par to, kā nodrošināt, ka ir pieejams mehānisms, lai izskatītu auditorijas sūdzības un jautājumus par piekluves pakalpojumu sniegšanu.

Ietekmējošie faktori

- 15.6 Nosakot samērīgus pasākumus, kas jāveic saskaņā ar 15.1. iedaļu un kas ir noteikti ikgadējā pieklūstamības rīcības plānā, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, demonstrē, ka ir pienācīgi ņemti vērā šādi ietekmējošie faktori.³ Proti: -
- i. Audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēju, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, pakalpojumu raksturs.
 - ii. Audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēju, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, attīstības stadija un spēja nodrošināt pieejamus raidījumus.
 - iii. Pašreizējais piekluves pakalpojumu sniegšanas līmenis, ko plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs ir darījis pieejamus pēc pieprasījuma sniegtajos pakalpojumos.
 - iv. Programmu veids, kas ir ietvertas plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, pakalpojumu katalogā.

³ Komisija ir izstrādājusi nesaistošus norādījumus par šiem ietekmējošajiem faktoriem, un tie ir pieejami tīmekļa vietnē <https://cnam.ie>.



- v. Tehnisko un cilvēkresursu izmaksas plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējam, sniedzot piekļuves pakalpojumus.
- vi. Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja tehniskā spēja sniegt tā sniegtos piekļuves pakalpojumus pēc pieprasījuma.

Kvalitātes standarti

- 15.7 Ciktāl tas ir praktiski iespējams, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, ievēro Coimisiún na Meán piemērotos kvalitātes standartus, kas izstrādāti pēc apspriešanās ar sabiedrību un plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējiem pēc pieprasījuma.

Informācija par ārkārtas situācijām

- 15.8 Ja pakalpojums pēc pieprasījuma pārraida informāciju par ārkārtas situācijām, tostarp publiskus paziņojumus un paziņojumus dabas katastrofu situācijās, minētā pakalpojuma sniedzējs nodrošina, ka šī informācija tiek sniegta personām ar invaliditāti pieejamā veidā.

Ziņošana

- 15.9 Lai nodrošinātu Komisijai iespēju izpildīt savu ziņošanas pienākumu, kas noteikts Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas 7. panta 2. punktā, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji pēc pieprasījuma sniedz Komisijai ziņojumu veidā, kas vēl tiks precizēts, par to, kā tiek īstenoti pirmie un turpmākie ikgadējie piekļūstamības rīcības plāni, par kuriem panākta vienošanās ar Komisiju.



Norādes

Ietekmējošie faktori

Coimisiún na Meán “Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksa un Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumu — audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma” 15. pantā ir noteikts, ka, nosakot samērīgus pasākumus, kas jāveic, lai nodrošinātu, ka programmas, kas ir pieejamas pēc pieprasījuma, pastāvīgi un pakāpeniski tiek padarītas pieejamākas personām ar invaliditāti, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, izstrādājot pirmo un turpmākos pieejamības rīcības plānus, demonstrē, ka tie ir pienācīgi ņēmuši vērā Noteikumu 15.6. iedaļā izklāstītos ietekmējošos faktoros. Šajā dokumentā sniegti turpmāki norādījumi saistībā ar to.

i. **Audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēju, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, pakalpojumu raksturs.**

Norādes: Vai pakalpojums(-i) ir publisks vai privāts pakalpojums? Vai pakalpojums saņem publisku finansējumu un tādējādi tam var būt lielāki sabiedrisko pakalpojumu pienākumi? Vai pakalpojumam ir konkrēti kultūras, sociālie vai lingvistiskie mērķi, kas varētu ietekmēt tā spēju nodrošināt pakalpojuma pieejamību?

ii. **Audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēju, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, attīstības stadija un spēja nodrošināt pieejamus raidījumus.**

Norādes: Cik ilgi pakalpojums(-i) darbojas? Cik liela ir plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja pieredze piekļuves pakalpojumu sniegšanā? Vai plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējam jau ir vai ir pieejama kompetence piekļuves pakalpojumu sniegšanā? Kāda ir tā tirgus daļa?

iii. **Pašreizējais piekļuves pakalpojumu sniegšanas līmenis.**

Norādes: Kāds ir izejas punkts? Cik subtitru, titru, zīmju valodas vai audioaprakstu pašlaik ir pieejami pakalpojumā(-os), ko tie sniedz pēc pieprasījuma?

iv. **Pēc pieprasījuma sniegtā audiovizuālā plašsaziņas līdzekļu pakalpojuma(-u) katalogā minēto raidījumu veids.**

Norādes: Vai pakalpojums(-i) saņem daudz satura no trešajām personām? Cik daudz mājas apstākļos sagatavotus raidījumus nodrošina pakalpojums? Vai producēšana tiek veikta neatkarīgi? Šie jautājumi ir būtiski, jo katalogā iekļauto programmu veids ietekmē izmaksas, tehnisko aprīkojumu, personālu un spēju sniegt piekļuves pakalpojumus.

v. **Tehnisko un cilvēkresursu izmaksas audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējam, kas sniedz piekļuves**



pakalpojumus pēc pieprasījuma.

Norādes: Kādas ir plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja finanšu iespējas un piekļuves pakalpojumu sniegšanas iespējamā finanšu ietekme?

vi. Pēc pieprasījuma sniegto audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja tehniskās iespējas.

Norādes: Kādas iekārtas un specifiskas zināšanas pašlaik pastāv šajā pakalpojumā, lai sniegtu piekļuves pakalpojumus? Vai pakalpojumam ir tehniskas iespējas sniegt piekļuves pakalpojumus? Kāda līmeņa un veida tehniskās iekārtas un specifiskās zināšanas ir vajadzīgas?

