



Coimisiún  
na Meán

# Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodekss un Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumi

Audiovizuālo plašsaziņas  
līdzekļu pakalpojumu  
sniedzēji, kas sniedz  
pakalpojumus pēc  
pieprasījuma

Publicēšanas datums: 2024. gada novembris

# Saturs

<b>1.</b>	<b>Ievads</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Darbības joma un jurisdikcija</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>Kodeksa un Noteikumu mērķis, sagatavošana un piemērošana</b>	<b>5</b>
	<b>Mērķis</b>	<b>5</b>
	<b>Kodeksa un Noteikumu sagatavošana</b>	<b>5</b>
<b>4.</b>	<b>Reglamentējošie principi, kas attiecas uz Kodeksu un Noteikumiem</b>	<b>5</b>
	<b>Vispārējie likumā noteiktie mērķi un funkcijas</b>	<b>6</b>
	<b>Īpašie tiesību aktos paredzētie mērķi</b>	<b>7</b>
<b>5</b>	<b>Atšķirtība</b>	<b>7</b>
<b>6</b>	<b>Atbrīvojums</b>	<b>7</b>
<b>7</b>	<b>Atbilstība un izpildes panākšana</b>	<b>8</b>
<b>8</b>	<b>Sūdzības un informācija</b>	<b>8</b>
<b>9</b>	<b>Norādes</b>	<b>9</b>
<b>10</b>	<b>Definīcijas — Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu Kodeksa un plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumi</b>	<b>9</b>
	<b>Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksa noteikumi</b>	<b>12</b>
<b>11</b>	<b>Kaitīgs saturs</b>	<b>12</b>
<b>12</b>	<b>Tiesības uz kinematogrāfiskiem darbiem</b>	<b>13</b>
<b>13</b>	<b>Audiovizuāli komercpaziņojumi</b>	<b>13</b>
<b>14</b>	<b>Sponsorēšana</b>	<b>15</b>
<b>15</b>	<b>Produktu izvietošana</b>	<b>16</b>
	<b>Noteikumi par plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumiem</b>	<b>18</b>
<b>16</b>	<b>Pēc pieprasījuma sniegto audiovizuālo pakalpojumu pieejamība</b>	<b>18</b>
	<b>Norādes</b>	<b>21</b>
	<b>Ietekmējošie faktori</b>	<b>21</b>



# 1. Ievads

- 1.1 Saskaņā ar 46.N panta 1. punktu un 46.O panta 1. un 5. punktu 2009. gada Apraides likumā, kas grozīts ar 2022. gada Tiešsaistes drošības un plašsaziņas līdzekļu regulēšanas likumu (“likums”), Coimisiún na Meán (“Komisija”) ir tiesīga izstrādāt kodeksus un noteikumus (“**plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksi**” un “**plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumi**”), kuri reglamentē raidorganizāciju un audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēju, kas sniedz pakalpojumu pēc pieprasījuma, standartus un praksi.
- 1.2 Saskaņā ar likuma 46.N panta 5. punktu Komisija izstrādā plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksus, kuri regulē jautājumus, kas jānodrošina saskaņā ar Direktīvas (ES) 2010/13 (kurā izdarīti grozījumi ar Direktīvu (ES) 2018/1808) 5. pantu, 6. panta 1. punktu, 6.a panta 1.–3. punktu, 7.b pantu, 8., 9., 10. un 11. pantu (“**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 izklāstīta iepriekš, Komisija ir sagatavojusi šo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksu (“**Kodekss**”) un šos plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumus (“**Noteikumi**”)<sup>1</sup>. Kodekss un Noteikumi stājas spēkā 2024 gada 5. novembrī.

## 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.

<sup>1</sup> Coimisiún na Meán atzīst Audiovizuālo pakalpojumu pēc pieprasījuma grupas (“ODAS”) un tās rīcības kodeksa lomu tiesiskā regulējuma nodrošināšanā plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu pēc pieprasījuma sniedzējiem pirms Kodeksa un Noteikumu ieviešanas. Pēc Kodeksa un Noteikumu publicēšanas ODAS rīcības kodeksa juridiskais pamats tiks atcelts ar normatīvo aktu. Coimisiún na Meán turpinās pašreizējo sadarbību ar ODAS grupas locekļiem, kas ir daļa no tās regulatīvās iesaistes plašākā pieprasījuma sektorā.





**Coimisiún  
na Meán**

Pēc pieprasījuma sniegto audiovizuālo  
plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodekss

### **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 jārikojas likumīgi, racionāli un taisnīgi.

- 4.2 Konkrētāk, Komisijai jārikojas 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.

4.3 Interpretējot un piemērojot Kodeksu un Noteikumus, Komisija pienācīgi ņem vērā:

- valsts ratificēto Apvienoto Nāciju Organizācijas Konvenciju par personu ar invaliditāti tiesībām, jo īpaši tās 9. pantu (Pieejamība), 21. pantu (Vārda brīvība) un 30. pantu (Līdzdalība kultūras dzīvē, atpūta, brīvā laika pavadīšana un sports);
- Eiropas Pieklūstamības akta un Likumpamatotā akta (S.I.) Nr. 636/2023 – Eiropas Savienības 2023. gada noteikumus (Produktu un pakalpojumu pieklūstamības prasības) (paredzēts, ka sāks piemērot no 2025. gada 28. jūnija).

## Vispārējie likumā noteiktie mērķi un funkcijas

4.4 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.

4.5 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.

4.6 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.

4.7 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**

4.8 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 nekommentē 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, kas nepieciešamas, lai pierādītu atbilstību Kodeksā un Noteikumos noteiktajām prasībām.
- 7.3 Saskaņā ar Likuma 47. panta 3. punktu plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējiem, kas sniedz audiovizuālus plašsaziņas līdzekļu pakalpojumus pēc pieprasījuma, ir jāsigatavo un jāievieš prakses kodekss sūdzību izskatīšanai saistībā ar plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja neatbilstību plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodeksam vai plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumiem.

## 8 Sūdzības un informācija

- 8.1 Persona var iesniegt sūdzību, ja tā uzskata, ka plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, nav ievērojis šo Kodeksu un Noteikumus.

Šajā saistībā un ņemot vērā Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas 7. pantā noteikto pienākumu katrai Eiropas Savienības dalībvalstij izraudzīties atsevišķu, viegli pieejamu (arī personām ar invaliditāti) un publiski pieejamu tiešsaistes kontaktpunktu informācijas sniegšanai un sūdzību saņemšanai par jebkādiem pieklūstamības jautājumiem, Komisija ir izveidojusi kontaktcentru jautājumu izskatīšanai un sūdzību saņemšanai par jebkādiem pieklūstamības jautājumiem.

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

- 8.2 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<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Komerccapiņojumu gadījumā neobligāto sūdzību izskatīšanas procesu vada Reklāmas standartu iestāde (ASA). ASA



## 9 Norādes

- 9.1 Komisija pēc pieprasījuma vai tad, kad to uzskata par vajadzīgu, var sniegt vispārīgus nesaistošus norādījumus par Kodeksa un Noteikumu prasībām. Komisija patur tiesības laiku pa laikam publicēt un grozīt norādījumus pēc saviem ieskatiem.
- 9.2 Norādījumu pieprasījumos jāiekļauj attiecīgie materiāli, kas saistīti ar norādījumu pieprasījumu. Pieprasījumā skaidri jānorāda Kodeksa un Noteikumu iedaļas, kuras pieprasījuma iesniedzējs uzskata par būtiskām, un jāizklāsta konkrētais jautājums, par kuru pieprasījuma iesniedzējs vēlētos paust viedokli.
- 9.3 Komisija neuzņemas nekādu atbildību par lēmumiem (vai no tiem izrietošajām sekām), kas pieņemti pēc nesaistošu norādījumu saņemšanas no Komisijas.

## 10 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, kam ir redzes traucējumi, sniedz verbālu aprakstu par to, kas notiek uz ekrāna jebkurā brīdī. To sniedz kā palīgīdzekli 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. Audiovizuālu komercpaziņojumu veidi cita starpā ir televīzijas reklāma, sponsorēšana, televeikals un produktu izvietošana.

**“Audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojums”** ir:

- (a) pakalpojums Līguma par Eiropas Savienības darbību 56. un 57. panta nozīmē, ja:
- (i) pakalpojuma galvenais mērķis ir vai
  - (ii) tā nošķiramas daļas galvenais mērķis ir,

izmantojot elektronisko sakaru tīklus pakalpojumu sniedzēja redakcionālā

---

izvērtē sūdzības par tās Reklāmas un tirgvedības komunikāciju standartu kodeksu Īrijā – sk. <https://adstandards.ie>, lai iegūtu vairāk informācijas. Līdzīgus sūdzību izskatīšanas procesus citās Eiropas dalībvalstīs veic citi Eiropas Reklāmas standartu alianses dalībnieki (sk. <https://www.easa-alliance.org/>).



atbildībā nodrošināt plašai sabiedrībai audiovizuālus raidījumus, lai informētu, izklaidētu vai izglītotu, vai

(b) 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.

**“Elektronisko sakaru tīkls”** ir pārraides sistēmas, kas var būt un var nebūt bāzētas pastāvīgā infrastruktūrā vai centralizētas administrācijas jaudā, un attiecīgos gadījumos komutācijas vai maršrutēšanas ierīces un citi resursi, tostarp tīkla pasīvie elementi, kas neatkarīgi no pārvadītās informācijas veida ļauj signālus pārvadīt ar vadiem, radioviļņiem, optiskiem vai citādiem elektromagnētiskiem līdzekļiem, ieskaitot satelītsakaru tīklus, fiksētos (ķēžu un pakešu komutācijas, ieskaitot internetu) un mobilos tīklus, elektrības kabeļu sistēmas, ciktāl tās izmanto signālu pārraidīšanai, tīklus, ko izmanto radio un televīzijas apraidei, un kabeļtelevīzijas tīklus.

**“Īru zīmju valoda”** ir Īrijas nedzirdīgo kopienas vietējā dabiskā valoda. Tā ir vizuāla, telpiska roku, sejas un ķermeņa valoda. Īru zīmju valodai ir savas sarežģītas valodas struktūras, noteikumi un iezīmes.

**“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



oriģinālfilmas.

**“Zīmju valoda”** ir nedzirdīgo kopienas vietējā dabiskā valoda. Tā ir vizuāla, telpiska roku, sejas un ķermeņa valoda. Zīmju valodai ir savas sarežģītas lingvistiskās struktūras, noteikumi un iezīmes.

**“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 audiovizuāli 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 jebkādus 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.

## 11 Kaitīgs saturs

- 11.1 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 kūdit uz vardarbību vai naidu pret personu grupu vai grupas dalībnieku, pamatojoties uz kādu no Hartas<sup>3</sup> 21. pantā 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.
- 11.2 Neskarot 11.1. 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.
- 11.3 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumu pēc pieprasījuma, veic atbilstīgus pasākumus, lai nodrošinātu, ka raidījumi, kas ietver saturu, kurš var kaitēt bērnu fiziskajai, garīgajai vai tikumiskajai attīstībai, tai skaitā, bet ne tikai:
- (a) pornogrāfiska rakstura saturs,
  - (b) saturs, kas satur nepamatotu vardarbību, tiek darīti pieejami tikai tādā veidā, kas nodrošina, ka bērni parasti to nedzird un neredz.
- 11.4 Atbilstīgi pasākumi saskaņā ar 11.3. iedaļas mērķiem var ietvert to, ka audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumu pēc pieprasījuma, izmanto dažus vai visus šādus aizsardzības mehānismus:

<sup>3</sup> Tas tostarp attiecas uz ceļotāju kopienas un romu kopienu locekļiem.



- iepriekšēju brīdinājumu par saturu izmantošanu;
  - vecāku kontroles nodrošināšanu, tostarp ierobežotus režīmus un PIN koda piekļuvi;
  - vecuma pārbaudes rīkus<sup>4</sup>;
  - konta piekļuves sistēmas, piemēram, ja saturs ir pieejams tikai ar kredītkarti vai citiem reģistrēšanās mehānismiem;
  - citus tehniskus pasākumus, ar ko panāk iepriekš minētajam līdzvērtīgu rezultātu.
- 11.5 Atbilstīgi pasākumi saskaņā ar 11.3. 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.
- 11.6 Neskarot 11.3., 11.4. un 11.5. iedaļas vispārīgo raksturu, viskaitīgākajam saturam, proti, vardarbībai un pornogrāfijai, piemēro visstingrākos pasākumus.
- 11.7 Bērnu personas datus, ko plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji apkopo vai citādi ir ģenerējuši saskaņā ar 11.3., 11.4. vai 11.6. iedaļu, neapstrādā komerciālos nolūkos, piemēram, tiešā mārketinga, profilēšanas un uz uzvedību orientētas reklāmas nolūkā.

## 12 Tiesības uz kinematogrāfiskiem darbiem

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

## 13 Audiovizuāli komercpaziņojumi

- 13.1 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, nodrošina, ka to sniegtie audiovizuālie komercpaziņojumi ir viegli atpazīstami kā tādi.
- 13.2 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, raidījumos vai kopā ar tiem neiekļauj slepenus audiovizuālus komercpaziņojumus vai audiovizuālus komercpaziņojumus, kuros izmanto subliminālos paņēmienu.

<sup>4</sup> Vecuma pārbaudes pasākums, kura pamatā ir tikai pakalpojuma lietotāju pašapliecinājums par vecumu, nav efektīvs pasākums šā Kodeksa un Noteikumu nozīmē.



- 13.3 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.
- 13.4 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 lētīcību;
  - 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. audiovizuālus komercpaziņojumus, kas nepamatoti parāda bērnus bīstamās situācijās;
  - v. audiovizuālus komercpaziņojumus par alkoholiskajiem dzērieniem, kas īpaši paredzēti bērniem.
- 13.5 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 veiktspēju 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.

## 14 Sponsorēšana

- 14.1 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 atsaucis 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;
- 14.2 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.
- 14.3 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.
- 14.4 Neskarot 14.3. iedaļu, 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.

- 14.5 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma neļauj to nodrošināto ziņu un aktuālo notikumu raidījumu sponsorēšanu.
- 14.6 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, neļauj izvietot sponsora logotipu to piedāvātajās dokumentālajās filmās un reliģiskos raidījumos.

## 15 Produktu izvietošana

- 15.1 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.
- 15.2 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 izvietošana, lai izvairītos no skatītāja maldināšanas.

Šā pielikuma 15.2. iedaļas iv. punkts attiecas tikai uz raidījumiem, kurus veidojis vai pasūtījis plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, vai ar to saistīts uzņēmums.

- 15.3 Neskarot 15.1. un 15.2. 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.
- 15.4 15.1., 15.2. un 15.3. iedaļu piemēro tikai raidījumiem, kas producēti pēc 2009. gada 19. decembra.





**Coimisiún  
na Meán**

Pēc pieprasījuma sniegto audiovizuālo  
plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu kodekss

# Noteikumi par plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu noteikumiem

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

## 16 Pēc pieprasījuma sniegto audiovizuālo pakalpojumu pieejamība

16.1 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

16.2 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, izstrādā piekļūstamības rīcības plānu, par kuru jāvienojas ar Komisiju attiecībā uz 16.1. iedaļā noteikto pienākumu.

16.3 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.

16.4 Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, izstrādājot pirmo un turpmākos piekļūstamības rīcības plānus, apliecina, ka tie ir pienācīgi ņēmuši vērā 16.6. iedaļā izklāstītos ietekmējošos faktoros.

16.5 Piekļūstamības rīcības plāns, kas jāizstrādā un jāsaskaņo ar Komisiju attiecībā uz 16.1. iedaļā noteikto pienākumu, attiecas uz turpmāk uzskaitītajiem aspektiem. -

- i. Piekļuves pakalpojumu īpatsvars, ko plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, 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 16.7. iedaļu.
- iii. Priekšlikumi attiecībā uz informācijas sniegšanu par ārkārtas situācijām saskaņā ar 16.8. iedaļu.
- iv. Veids, kādā plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējs, kurš sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, veicinās piekļuves pakalpojumus, kas darīti pieejami tā sniegtajā(-s) pakalpojumā(-os) pēc pieprasījuma.



- v. Priekšlikumi konsultācijām ar piekļuves pakalpojumu lietotājiem, tostarp ar invalīdu pārstāvības organizācijām, par to, kā plašsaziņas līdzekļu pakalpojumi nodrošina piekļuves pakalpojumus attiecībā uz to 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 piekļuves pakalpojumu sniegšanu.
- vii. Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēja, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, priekšlikumi tā piekļuves pakalpojumu un savu pakalpojumu uzraudzības kvalitātes uzlabošanai, lai nodrošinātu kvalitātes standartu konsekventu ievērošanu.

Plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, iesniedz Komisijai savu ikgadējo pieklūstamības rīcības plānu pieklūstamā formātā, kas ir piemērots publicēšanai Komisijas tīmekļa vietnē.

## Ietekmējošie faktori

16.6 Nosakot samērīgus pasākumus, kas jāveic saskaņā ar 16.1. iedaļu un kas ir noteikti ikgadējā pieklūstamības rīcības plānā, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma, demonstrē, ka ir pienācīgi ņemti vērā turpmāk uzskaitītie ietekmējošie faktori.<sup>5</sup> -

- 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 piekļuves 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.
- 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

16.7 Ciktāl tas ir praktiski iespējams, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz

<sup>5</sup> Komisija ir izstrādājusi nesaistošus norādījumus par šiem ietekmējošajiem faktoriem, un tie ir pieejami tīmekļa vietnē <https://cnam.ie>



pakalpojumus pēc pieprasījuma, ievēro Komisijas piemērotos kvalitātes standartus, kas izstrādāti pēc apspriešanās ar sabiedrību un plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējiem, kuri sniedz pakalpojumus pēc pieprasījuma.

## **Informācija par ārkārtas situācijām**

- 16.8 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**

- 16.9 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” 16. pantā ir paredzēts, ka, nosakot samērīgus pasākumus, kas jāveic, lai nodrošinātu, ka programmas, kas ir pieejamas pēc pieprasījuma, pastāvīgi un pakāpeniski tiek darītas pieejamākas personām ar invaliditāti, plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzēji, izstrādājot pirmo un turpmākos pieklūstamības rīcības plānus, demonstrē, ka tie ir pienācīgi ņēmuši vērā Noteikumu 16.6. 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?

