



Coimisiún
na Meán

Projektas Žiniasklaidos paslaugų kodeksas ir Žiniasklaidos paslaugų taisyklės

Užsakomųjų



Turinys

1.	Išvadas	3
2.	Taikymo sritis ir jurisdikcija	3
3.	Kodekso ir taisyklių tikslas, rengimas ir taikymas	3
4.	Su kodeksu ir taisyklėmis susiję reglamentavimo principai	4
5.	Atskiriamumas	5
6.	Atsisakymas	6
7.	Atitiktis ir vykdymo užtikrinimas	6
8.	Skundai	6
9.	Apibrėžtys. Žiniasklaidos paslaugų kodeksas ir Žiniasklaidos paslaugų taisyklės	7
	Žiniasklaidos paslaugų kodekso nuostatos	9
10.	Žalingas turinys	9
11.	Teisės į kinematografijos kūrinius	11
12.	Komer ciniai audiovizualiniai pranešimai.	11
13.	Rėmimas	12
14.	Produktų rodymas	13
	Nuostatos dėl žiniasklaidos paslaugų taisyklių	14
15.	Užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų prieinamumas	14
	Gairės	17



1. Įvadas

- 1.1 Pagal 2009 m. Transliavimo įstatymo su pakeitimais, padarytais 2022 m. Interneto saugos ir žiniasklaidos reguliavimo įstatymu (toliau – **įstatymas**), 46N straipsnio 1 dalį ir 46O straipsnio 1 ir 5 dalis *Coimisiún na Meán* (toliau – **Komisija**) gali nustatyti kodeksus ir taisykles (toliau – **žiniasklaidos paslaugų kodeksai ir žiniasklaidos paslaugų taisyklės**), kuriomis reglamentuojami užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų transliuotojų ir teikėjų standartai ir praktika.
- 1.2 Pagal įstatymo 46N straipsnio 5 dalį Komisija parengia žiniasklaidos paslaugų kodeksus, kuriuose būtų pateikti klausimai, kurie turi būti numatyti Direktyvos (ES) 2010/13 (su pakeitimais, padarytais Direktyva (ES) 2018/1808) (toliau – **Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva**) 5 straipsnyje, 6 straipsnio 1 dalyje, 6a straipsnio 1–3 dalyse, 7b straipsnyje, 8, 9, 10 ir 11 straipsniuose (išskyrus atvejus, kai tai numatyta žiniasklaidos paslaugų taisyklėse).
- 1.3 Pagal įstatymo 46O straipsnio 9 dalį žiniasklaidos paslaugų taisyklėse pateikiami Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos 6 straipsnio 1 dalyje, 6a straipsnio 1 dalyje, 7, 7b, 8, 9, 10 ir 11 straipsniuose, VI skyriuje, 23 straipsnio 2 dalyje, 24 ir 25 straipsniuose numatyti klausimai (išskyrus atvejus, kai tai numatyta žiniasklaidos paslaugų kodeksuose).
- 1.4 Vykdydama pirmiau nurodytas teisės aktuose nustatytas pareigas ir prievoles, Komisija parengė šį žiniasklaidos paslaugų kodeksą (toliau – **kodeksas**) ir šias žiniasklaidos paslaugų taisykles (toliau – **taisyklės**).

2. Taikymo sritis ir jurisdikcija

- 2.1 Kodeksu ir taisyklėmis Airijoje įgyvendinamas Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos 5 straipsnis, 6 straipsnio 1 dalis, 6a straipsnio 1–3 dalys, 7, 8, 9, 10 ir 11 straipsniai, kiek jie susiję su užsakomosiomis audiovizualinės žiniasklaidos paslaugomis.
- 2.2 Atitinkamai kodeksas ir taisyklės taikomi žiniasklaidos paslaugų teikėjams, teikiantiems užsakomąsias audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas.
- 2.3 Kodeksas ir taisyklės taikomi tik užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjams, kurie priklauso valstybės jurisdikcijai, kaip apibrėžta įstatymo 2A straipsnyje.

3. Kodekso ir taisyklių tikslas, rengimas ir taikymas

Tikslas

- 3.1 Kodekso ir taisyklių tikslas – užtikrinti, kad užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos



paslaugų teikėjai, teikiantys valstybės jurisdikcijai priklausančias audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas, laikytųsi Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos 5 straipsnio, 6 straipsnio 1 dalies, 6a straipsnio 1–3 dalių, 7, 8, 9, 10 ir 11 straipsnių reikalavimų.

Kodekso ir taisyklių rengimas

3.2 Pagal įstatymo 46N straipsnio 6 dalį Komisija, rengdama kodeksą, atsižvelgė į šiuos dalykus: -

- žalos arba nusikalstamos veikos, kuri gali būti padaryta dėl konkretaus dalyko įtraukimo į programos medžiagą, laipsnį;
- tikėtiną potencialios auditorijos dydį ir sudėtį, susijusią su programos medžiaga;
- tikėtiną auditorijos lūkestį dėl programos medžiagos pobūdžio ir tai, koku mastu programos medžiagos pobūdis gali būti atskleistas potencialiems auditorijos nariams;
- tikimybę, kad asmenys, kurie nežino apie programos medžiagos pobūdį, dėl savo pačių veiksmų gali netyčia patirti poveikį;
- pageidavimą užtikrinti, kad transliavimo paslaugos arba užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjas informuotų Komisiją apie visus pokyčius, darančius poveikį paslaugos pobūdžiui, ir ypač apie bet kokius pokyčius, susijusius su žiniasklaidos paslaugų kodeksų taikymu;
- pageidavimą išlaikyti programų redakcinės kontrolės nepriklausomumą.

3.3 Kodeksas ir taisyklės buvo parengti įstatymo 46Q straipsnyje nustatyta tvarka.

4. Su kodeksu ir taisyklėmis susiję reglamentavimo principai

4.1 Aiškindama, taikydama ir įgyvendindama kodeksą ir taisykles, Komisija, laikydamasi savo viešosios teisės pareigų, turi veikti teisėtai, racionaliai ir sąžiningai.

4.2 Konkrečiau, Komisija turi veikti laikydamasi:

- savo bendrųjų teisės aktais nustatytų tikslų ir funkcijų pagal įstatymą;
- konkrečių teisės aktais nustatytų tikslų, kuriais grindžiamas kodeksas ir taisyklės.
- Konstitucijoje, Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijoje, Europos žmogaus teisių konvencijoje, kiek tai taikytina pagal 2003 m. Europos žmogaus teisių konvencijos aktą ir ES sutartis, suteiktų teisių.



Bendrieji teisės aktais nustatyti tikslai ir funkcijos

- 4.3 Įstatymo 7 straipsnio 2 dalies a ir b punktuose numatyta, kad Komisija, atlikdama savo funkcijas, stengiasi užtikrinti, kad būtų gerbiamos Konstitucijoje įtvirtintos demokratinės vertybės, ypač susijusios su teisėta saviraiškos laisve, ir kad būtų apsaugoti visuomenės interesai, įskaitant vaikų interesus, ypatingą dėmesį skiriant vaikų saugumui. Komisija taip pat stengiasi užtikrinti, kad Komisijos politika, susijusi su užsakomosiomis audiovizualinės žiniasklaidos paslaugomis, geriausiai tenkintų Airijos salos žmonių poreikius, susijusius su neįgaliaisiais, ir šių paslaugų prieinamumo reikalavimus.
- 4.4 Be to, Komisija turi stengtis užtikrinti, kad jos reguliavimo priemonės i) būtų taikomos programos medžiagai ir kitam turiniui, kuris yra žalingas ar neteisėtas; ii) būtų atsižvelgiama į technologinius ir visuomeninius pokyčius; ir iii) būtų veikiami proporcingai, nuosekliai ir sąžiningai.
- 4.5 Įstatymo 7 straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad Komisija, be kita ko:
- skatina užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjus teikti kokybiškas, įvairias ir novatoriškas programas;
 - propaguoja ir skatina aplinkos tvarumą užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjų politikoje ir praktikoje;
 - dalyvauja priimant įrodymais pagrįstus sprendimus vykdant savo funkcijas ir propaguoja, kad įrodymais grindžiamus sprendimus priimtų tie subjektai, su kuriais ji konsultuojasi;
 - skatina bet kokių, Komisijos nuomone, tinkamu būdu laikytis šio įstatymo nuostatų ir bet kurio pagal jį priimto kodekso, taisyklės ar kito teisės akto nuostatų, be kita ko, paskelbdama gaires, kaip tų nuostatų būtų galima laikytis.
- 4.6 Pagal įstatymo 7 straipsnio 4 dalį Komisija, atlikdama savo funkcijas, atsižvelgia į: vaikų saugumą ir vaikų, lygybės, negalios, integracijos ir jaunimo reikalų ministro paskelbtą politiką šiuo klausimu; azartinių lošimų reguliavimą ir teisingumo ministro paskelbtą politiką šiuo klausimu; klimato kaitą ir aplinkos tvarumą, taip pat aplinkos, klimato ir ryšių ministro paskelbtą politiką šiuo klausimu; ir paskelbtą Vyriausybės politiką bet kurio iš šių klausimų atžvilgiu.

Konkretūs teisės aktais nustatyti tikslai

- 4.7 Pagal įstatymo 46N straipsnio 5 dalį ir 46O straipsnio 9 dalį kodekso ir taisyklių tikslas yra užtikrinti, kad žiniasklaidos paslaugų teikėjai, teikiantys užsakomąsias audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas ir priklausantys valstybės jurisdikcijai, laikytųsi Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos 5 straipsnio, 6 straipsnio 1 dalies, 6a straipsnio 1–3 dalių, 7, 8, 9, 10 ir 11 straipsnių reikalavimų.



5. Atskiriamumas

- 5.1 Jei nustatoma, kad kuri nors kodekso ir taisyklių nuostata yra neteisėta, negaliojanti, draudžiama, nevykdytina ar netaikytina (bendraja prasme arba konkretaus (-ių) žiniasklaidos paslaugų teikėjo (-ų) atžvilgiu) bet kuriuo aspektu, remiantis įstatymu (įskaitant Konstituciją ir Europos teisę), toks konstatavimas neturi įtakos bet kurios kitos kodekso ir taisyklių nuostatos ar jų dalies teisėtumui, galiojimui, vykdytinumui ar taikytinumui, išskyrus atvejus, kai nustatoma, kad išvada taikytina tokiai kitai nuostatai ar jos daliai, arba dėl tos pačios priežasties gali būti taikoma teismo nustatyta teisių gynimo priemonė.
- 5.2 Nepažeidžiant to, kas išdėstyta pirmiau, visos kitos kodekso ir taisyklių nuostatos ir (arba) dalys lieka visiškai veiksmingos, taikomos ir vykdytinos. Tiek, kiek būtina, nuo kodekso ir taisyklių atskiriamos visos nuostatos ar jų dalys, pripažintos neteisėtomis, negaliojančiomis, draudžiamomis, nevykdytinomis ar netaikytinomis.

6. Atsisakymas

- 6.1 Tai, kad Komisija nepateikia atsakymo ar nekommentuoja užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjo jai pateikto prašymo, vertinimo, pasiūlymo, ataskaitos, suderinamumo pareiškimo ar analogiško dokumento, įtraukto į pagal įstatymą Komisijos sukurta užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjų registrą, nelaikomas bet kurios tos pačios dalies turinio priėmimu ar patvirtinimu ir nereiškia, kad žiniasklaidos paslaugų teikėjas įvykdė savo įsipareigojimus pagal įstatymą ir (arba) kodeksą ir taisykles.
- 6.2 Nepažeidžiant to, kas išdėstyta pirmiau, tai, kad Komisija neatsako arba nepateikia pastabų dėl bet kurio tokio dokumento, nereiškia, kad Komisija atsisako kurių nors savo įgaliojimų ar teisių pagal įstatymą ir (arba) kodeksą.

7. Atitiktis ir vykdymo užtikrinimas

- 7.1 Pagal įstatymo 46N straipsnio 10 dalį ir 46O straipsnio 11 dalį, jei audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjas nesilaiko kodekso ar taisyklių, tai yra pažeidimas, kaip tai suprantama pagal įstatymo 8B dalį.
- 7.2 Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjas užtikrina, kad būtų įdiegtos sistemos ir kontrolės priemonės, kuriomis įrodoma, kad laikomasi šiame kodekse nustatytų įpareigojimų.
- 7.3 Pagal įstatymo 47 straipsnio 3 dalį užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjai privalo parengti ir įgyvendinti skundų dėl to, kad žiniasklaidos paslaugų teikėjas nesilaiko žiniasklaidos paslaugų kodekso arba žiniasklaidos paslaugų taisyklių,



nagrinėjimo praktikos kodeksą.

8. Skundai

- 8.1 Auditorija gali pateikti skundą, jei mano, kad užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjai nesilaikė šio kodekso ir taisyklių. *Coimisiún na Meán* pataria skundo pateikėjams pirmiausia pateikti skundą užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjui, nes tai yra greičiausias būdas skundą išnagrinėti ir jį atsakyti.

Informacija apie skundų nagrinėjimo procesą, įskaitant *Coimisiún na Meán* vykdomą procesą, pateikiama mūsų interneto svetainėje (www.cnam.ie) arba galite kreiptis į *Coimisiún na Meán* tel. + 353 1 963 7755 ar el. p. usersupport@cnam.ie.

9. Apibrėžtys. Žiniasklaidos paslaugų kodeksas ir Žiniasklaidos paslaugų taisyklės

Prieigos paslaugos – subtitravimas, užrašų pateikimas gestų kalba (įskaitant gestų kalbą airių kalba, jei paslaugos skirtos Airijos auditorijai) ir garsinis aprašymas, kaip apibrėžta šiame kodekse ir taisyklėse.

Garsinis aprašymas – komentaras, kuriame akliems ar regos sutrikimų turintiems žiūrovams pateikiamas žodinis aprašymas apie tai, kas vyksta ekrane bet kuriuo metu. Jis teikiama kaip pagalba programai suprasti ir ja naudotis. Taikant šį metodą naudojamas antras garso takelis, kuriame aprašomas programos turinys ir veiksmas ekrane.

Komercinis audiovizualinis pranešimas – komercinis pranešimas, kurį sudaro vaizdai, lydimi arba nelydimi garso, skirti tiesiogiai ar netiesiogiai prekėms, paslaugoms ar ekonominei veiklai vykdančio fizinio ar juridinio asmens įvaizdžiui reklamuoti. Tokie vaizdai pridedami prie programos ar vartotojo sukurtos vaizdo medžiagos arba yra į ją įtraukti už užmokestį ar panašų atlygį arba savireklamos tikslais.

Audiovizualinės žiniasklaidos paslauga:

i) paslauga, kaip apibrėžta Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 56 ir 57 straipsniuose, kai pagrindinis paslaugos arba jos atsiejamos dalies tikslas yra žiniasklaidos paslaugų teikėjo redakcine atsakomybe transliuoti programas plačiajai visuomenei informavimo, pramogų ar švietimo tikslais naudojantis elektroninių ryšių tinklais, kaip apibrėžta Direktyvos 2002/21/EB 2 straipsnio a punkte. Tokia audiovizualinės žiniasklaidos paslauga yra televizijos transliacija arba užsakomoji audiovizualinės žiniasklaidos paslauga;

ii) komerciniai audiovizualiniai pranešimai.



**Coimisiún
na Meán**

Užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų kodekso
ir Žiniasklaidos paslaugų taisyklių projektas

Užsakomoji audiovizualinės žiniasklaidos paslauga (užsakomoji paslauga) – audiovizualinės žiniasklaidos paslauga, kurią teikia žiniasklaidos paslaugų teikėjas, suteikiantis galimybę žiūrėti programas naudotojo pasirinktu laiku ir jo individualiu prašymu, remiantis žiniasklaidos paslaugų teikėjo pasirinktu programų katalogu.

Užrašų pateikimas – ekrane pateikiamas tekstas, atspindintis tai, kas sakoma ekrane. Tačiau, nors ir panašus į subtitravimą, jis nėra toks sudėtingas ir perteikia labiau apibendrintą informaciją apie tai, kas sakoma ekrane, kartais turi tik vieną spalvą, kartais sakomas pažodžiui, o tekstą galima pateikti tik didžiosiomis raidėmis.

Vaikas arba vaikai – asmuo arba asmenys iki 18 metų.

Redakcinė atsakomybė – veiksminga kontrolė tiek atrenkant programas, tiek jas organizuojant chronologine tvarka televizijos programų atveju arba kataloge, jei teikiamos užsakomosios audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos. Redakcinė atsakomybė nebūtinai reiškia pagal nacionalinę teisę numatomą teisinę atsakomybę už teikiamų paslaugų turinį.

Žiniasklaidos paslaugų teikėjas – fizinis arba juridinis asmuo, kuriam tenka redakcinė atsakomybė už audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos audiovizualinio turinio pasirinkimą ir kuris nustato, kaip jis organizuojamas.

Produkto rodymas – bet kokio pobūdžio audiovizualinis komercinis pranešimas, į kurį įtrauktas arba kuriame nurodomas produktas, paslauga ar prekių ženklas ir kuris pateikiamas audiovizualinės programos metu ar naudotojo sukurtame vaizdo įrašė už mokestį arba panašų atlygį.

Programa – judesį perteikiančių vaizdų, lydimų arba nelydimų garso, visuma, sudaranti atskirą elementą, neatsižvelgiant į jo ilgį, pateikta žiniasklaidos paslaugų teikėjo nustatytame tvarkaraštyje arba kataloge, įskaitant vaidybinius filmus, vaizdo įrašus, sporto renginius, situacijų komedijas, dokumentinius filmus, programas vaikams ir originalius dramos filmus.

Gestų kalba, įskaitant gestų kalbą ir lietuvių kalbą – lietuvių bendruomenės vietinė kalba. Tai vaizdinė lietuvinė kalba, perteikianti reikšmę rankų judesiais kartu su kūno veido išraiškos ir laikysena. Gestų kalba turi savo sintaksę ir sudėtingą gramatinę struktūrą. Gestų kalba ekrane turi būti pateikiama pasirašančiojo asmens, kuris yra garso ir vaizdo programos turinio dalis, arba pasirašančiojo asmens, veikiančio kaip vertėjas žodžiu, išdėstymas ekrane virš rodomų vaizdų.

Rėmimas – bet koks valstybinių ar privačių įmonių ar fizinių asmenų, nesusijusių su audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų ar dalijimosi vaizdo medžiaga platformos paslaugų teikimu ar audiovizualinių darbų kūrimu, indėlis siekiant finansuoti audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas, dalijimosi vaizdo medžiaga platformos paslaugas, naudotojų sukurtus vaizdo įrašus ar programas, skirtas reklamuoti jų vardą, prekių ženklą, įvaizdį, veiklą ar produktus.

Paslėpti komerciniai pranešimai – prekių gamintojo arba paslaugų teikėjo prekių, paslaugų, pavadinimo, prekių ženklo ar veiklos pateikimas programose žodžiais ar paveikslėliuose, kai žiniasklaidos paslaugų teikėjas tokį pateikimą ketina naudoti kaip



reklamą ir gali suklaidinti visuomenę dėl jų pobūdžio. Toks pateikimas visų pirma laikomas tyčiniu, jei jis atliekamas už užmokestį arba panašų atlygį.

Pagrindiniai metodai – komerciniai pranešimai, kuriuose yra bet koks techninis prietaisas, kuriuo, naudojant labai trumpus vaizdus ar kitas priemones, pasinaudojama galimybe perduoti žinutę auditorijos nariams arba kitaip daryti jiems įtaką, jiems nežinant ir visiškai nežinant, kas buvo padaryta.

Subtitravimas – ekrane pateikiamas tekstas, atspindintis tai, kas sakoma ekrane. Subtitravimas gali būti atvirasis arba uždarasis. Atvirasis subtitravimas – tai subtitravimas, kuris visą laiką išlieka ekrane. Uždarasis subtitravimas gali būti matomas arba nematomas auditorijai pageidaujant, pavyzdžiui, naudojant nuotolinį valdiklį. Subtitravimas atliekamas taip, kad būtų lengviau interpretuoti ir suprasti tekstą ir tiksliau susieti jį su ekrane atliekamu veiksmu.

Žiniasklaidos paslaugų kodekso nuostatos

Pagal įstatymo 46N straipsnio 1 dalį ir 46N straipsnio 5 dalį priimamos šios nuostatos.

10. Žalingas turinys

10.1 Pagal įstatymo 46J straipsnio 1 dalies c ir d punktus užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai paslaugos kataloge nepateikia:

- (a) nieko, kas gali būti pagrįstai laikomi veiksmais, patenkančiais į viešo kurstymo įvykdyti teroristinį nusikaltimą sąvoką, kaip nustatyta Direktyvos (ES) 2017/541 5 straipsnyje;
- (b) nieko, kas pagrįstai gali būti laikoma galinčiu kurstyti smurtą ar neapykantą, nukreiptus prieš asmenų grupę ar grupės narį, remiantis kuria nors iš Chartijos 21 straipsnyje nurodytų priežasčių,¹ t. y. dėl lyties, rasės, odos spalvos, etninės ar socialinės kilmės, genetinių bruožų, kalbos, religijos ar tikėjimo, politinių ar kitokių pažiūrų, priklausymo tautinei mažumai, turtinės padėties, gimimo, negalios, amžiaus ar seksualinės orientacijos. Pilietybė yra toks pagrindas, kai nepažeidžiamos specialių Europos bendrijos steigimo sutarties ir Europos Sąjungos sutarties nuostatos.

10.2 Nedarant poveikio 10.1 straipsniui, užsakomųjų paslaugų teikėjai auditorijai teikia pakankamai informacijos apie turinį, kuris gali pakenkti fiziniam, protiniam ar moraliniam vaikų vystymuisi. Žiniasklaidos paslaugų teikėjas naudoja sistemą, kurioje aprašomas jo užsakomosios audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos turinio galimas žalingas pobūdis. Auditorijai teikiama informacija turėtų būti rodoma programos pradžioje.

¹ Tai, be kita ko, apima klajoklių bendruomenės ir romų bendruomenių narius.



- 10.3 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai imasi tinkamų priemonių užtikrinti, kad programose, kuriose yra turinio, galinčio pakenkti fiziniam, protiniam ar moraliniam vaikų vystymuisi, visų pirma:
- (a) pornografinio turinio,
 - (b) turinio, kurį sudaro savitiksliis smurtas,
- būtų prieinami tik tokiu būdu, kad vaikai paprastai negalėtų jo išgirsti ir žiūrėti.
- 10.4. Atitinkamos priemonės pagal 10.3 straipsnį gali būti susijusios su užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjų naudojimusi apsaugos mechanizmais, įskaitant: -
- išankstinių įspėjimų dėl turinio naudojimą;
 - tėvų kontrolės priemonių, įskaitant riboto naudojimo režimus ir prieigą įvedant PIN, teikimą;
 - amžiaus užtikrinimo priemonės;²
 - kitas technines priemones, kuriomis pasiekiamas lygiavertis rezultatas.
- 10.5. Pagal 10.3 straipsnį tinkamos priemonės turi būti proporcingos galimai žalai, kurią gali daryti programa vaikams. Šiuo atžvilgiu užsakomųjų paslaugų teikėjai, nustatydami proporcingą požiūrį, kurio reikia laikytis, atsižvelgia į medžiagos potencialą pakenkti vaikams. Veiksniai, į kuriuos reikia atsižvelgti, yra šie: -
- i. tikėtinas žalos, kurią gali padaryti programos turinys, laipsnis;
 - ii. kokia tikimybė, kad vaikai galės susipažinti su turiniu;
 - iii. užsakomųjų paslaugų pobūdis ir tikėtina auditorija.
- 10.6. Nepažeidžiant 10.3 ir 10.4 straipsnių bendro pobūdžio, žalingiausiam turiniui, t. y. savitiksliam smurtui ir pornografijai, taikomos griežčiausios priemonės, pavyzdžiui, tėvų kontrolės priemonės, amžiaus užtikrinimo priemonės ar kitos techninės priemonės, kuriomis pasiekiamas lygiavertis rezultatas.
- 10.7. Žiniasklaidos paslaugų teikėjų pagal 10.3 arba 10.4 straipsnius surinkti ar kitaip sukurti vaikų asmens duomenys netvarkomi komerciniais tikslais, pavyzdžiui, tiesioginės rinkodaros, profiliavimo ir elgesio grindžiamos reklamos.

² Amžiaus užtikrinimo priemonė, pagrįsta tik paslaugos naudotojų savideklaracija dėl amžiaus, nėra veiksminga priemonė taikant 10.4 straipsnį.



11. Teisės į kinematografijos kūrinius

- 11.1 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai kinematografijos kūrinius perduoda tik laikotarpiu, dėl kurio susitarta su teisių turėtojais.

12. Komerciniai pranešimai. **audiovizualiniai**

- 12.1 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai užtikrina, kad jų teikiami komerciniai audiovizualiniai pranešimai būtų lengvai atpažįstami.
- 12.2 Užsakomųjų paslaugų teikėjai į programas ar kartu su jomis neįtraukia paslėptų komercinių audiovizualinių pranešimų arba komercinių audiovizualinių pranešimų, kuriuose naudojamos pasąmonę veikiančios technologijos.
- 12.3 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai neteikia plačiai visuomenei žalingų komercinių audiovizualinių pranešimų, t. y.: -
- i. komercinių audiovizualinių pranešimų, žeminančių žmogaus orumą,
 - ii. komercinių audiovizualinių pranešimų, kuriuose pateikiama arba skatinama bet kokia diskriminacija dėl lyties, rasinės arba etninės kilmės, pilietybės, religijos ar tikėjimo, negalios, amžiaus arba seksualinės orientacijos,
 - iii. komercinių audiovizualinių pranešimų, kuriuose skatinamas sveikatai ar saugai žalingas elgesys,
 - iv. komercinių audiovizualinių pranešimų, kuriuose skatinamas elgesys, kuris labai kenkia aplinkos apsaugai,
 - v. komercinių audiovizualinių pranešimų apie cigaretes ir kitus tabako gaminius, taip pat elektronines cigaretes ir elektroninių cigarečių pildykles,
 - vi. komercinių audiovizualinių pranešimų, kuriais skatinamas besaikis alkoholinių gėrimų vartojimas,
 - vii. komercinių audiovizualinių pranešimų apie vaistus ir medicininio gydymo paslaugas, kuriuos valstybėje galima įsigyti tik pagal receptą.
- 12.4 Užsakomųjų paslaugų žiniasklaidos paslaugų teikėjai neteikia vaikams žalingų komercinių audiovizualinių pranešimų, t. y.:
- i. komercinių audiovizualinių pranešimų, kuriuose vaikai, pasinaudoję jų nepatyrimu ar patiklumu, tiesiogiai skatinami pirkti arba išsinuomoti produktą ar paslaugą,



- ii. komercinių audiovizualinių pranešimai, kuriuose vaikai tiesiogiai skatinami įtikinti savo tėvus ar kitus asmenis pirkti reklamuojamas prekes ar paslaugas,
 - iii. komercinių audiovizualinių pranešimų, kuriuose pasinaudojama ypatingu vaikų pasitikėjimu tėvais, mokytojais ar kitais asmenimis,
 - iv. komercinių audiovizualinių pranešimų, kuriuose nepagrįstai rodomi pavojingoje padėtyje atsidūrę vaikai,
 - v. komercinių audiovizualinių pranešimų apie alkoholinius gėrimus, skirtus būtent vaikams.
- 12.5 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai užtikrina, kad komerciniai audiovizualiniai pranešimai apie jų teikiamus alkoholinius gėrimus, išskyrus rėmimą ir produktų rodymą, atitiktų šiuos reikalavimus:
- i. komerciniai audiovizualiniai pranešimai neturi būti specialiai skirti nepilnamečiams ir visų pirma negali būti vaizduojami šiuos gėrimus vartojantys nepilnamečiai;
 - ii. komerciniuose audiovizualiniuose pranešimuose neturi būti sąsajų, kad alkoholio vartojimas padidina fizinį našumą ar padeda vairuojant;
 - iii. komerciniai audiovizualiniai pranešimai neturi sudaryti įspūdžio, kad alkoholio vartojimas prisideda prie socialinės ar seksualinės sėkmės;
 - iv. komerciniuose audiovizualiniuose pranešimuose negali būti teigiama, kad alkoholis turi terapinių savybių arba kad jis yra stimulatorius, raminamoji ar asmeninių konfliktų sprendimo priemonė;
 - v. komerciniai audiovizualiniai pranešimai negali skatinti besaikio alkoholio vartojimo, o abstinencija ar saikingas jo vartojimas negali būti nušviečiami neigiamai;
 - vi. komerciniuose audiovizualiniuose pranešimuose pabrėžiama, kad didelis alkoholio kiekis yra teigiama gėrimų kokybė.

13. Rėmimas

- 13.1 Remiamų užsakomųjų paslaugų ar programų žiniasklaidos paslaugų teikėjai laikosi šių reikalavimų: -
- i. jų teikiamų užsakomųjų paslaugų ar programų turiniui jokiais aplinkybėmis nedaromas poveikis žiniasklaidos paslaugų teikėjo redakcinei atsakomybei ir nepriklausomumui;
 - ii. jų teikiamomis užsakomosiomis paslaugomis ar programomis tiesiogiai



neskatinama pirkti ar nuomoti prekes ar paslaugas, visų pirma pateikiant specialias reklamines nuorodas į tas prekes ar paslaugas;

- iii. auditorija turi būti aiškiai informuojama apie rėmimo susitarimą;
- iv. programų pradžioje, jų metu ir (arba) pabaigoje tinkamu būdu pateikiant rėmėjo vardą (pavadinimą), logotipą ir (arba) kitą ženklą, pavyzdžiui, nuorodą į jo produktą (-us) ar paslaugą (-as) arba jų skiriamąjį ženklą yra aiškiai parodoma, kad programos yra remiamos.

- 13.2 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai neleidžia, kad jų teikiamos užsakomosios paslaugos ar programos būtų remiamos įmonių, kurių pagrindinė veikla yra cigarečių ir kitų tabako gaminių, taip pat elektroninių cigarečių ir elektroninių cigarečių pildyklių gamyba arba pardavimas.
- 13.3 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai neleidžia teikti užsakomųjų paslaugų ar programų, kuriomis reklamuojami konkretūs vaistai ar medicininio gydymo paslaugos, kuriuos valstybėje galima įsigyti tik pagal receptą.
- 13.4 Nedarant poveikio 13.3 straipsniui, užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai gali leisti, kad jų teikiamos užsakomosios paslaugos ar programos būtų reklamuojamos įmonių, kurių veikla apima vaistų gamybą ar pardavimą ir medicininio gydymo paslaugas, vardu arba remiantis jų įvaizdžiu.
- 13.5 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai neleidžia remti jų teikiamų naujienų ir aktualijų programų.
- 13.6 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai neleidžia rodyti rėmimo logotipo per vaikams skirtas programas, dokumentinius filmus ar religines programas.

14. Produktų rodymas

- 14.1 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai leidžia rodyti produktus teikiant užsakomasias paslaugas, išskyrus naujienų ir aktualijų programas, vartotojų reikalų programas, religines programas ir vaikams skirtas programas.
- 14.2 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai užtikrina, kad programos, kuriose rodomi produktai, atitiktų šiuos reikalavimus: -
 - i. tokių programų turiniui ir organizavimui kataloge jokiomis aplinkybėmis nedaromas poveikis žiniasklaidos paslaugų teikėjo redakcinei atsakomybei ir nepriklausomumui;
 - ii. jos tiesiogiai neskatina pirkti ar išsinuomoti prekių ar paslaugų, visų pirma darydamos specialias reklamines nuorodas į tas prekes ar paslaugas;
 - iii. jos neturi suteikti pernelyg didelės reikšmės atitinkamam produktui;



- iv. siekiant išvengti bet kokios painiavos žiūrovams, auditorija turi būti aiškiai informuojama apie produktų rodymą programos pradžioje ir pabaigoje, taip pat kai programa atnaujinama po reklamos pertraukos.

14.3 Nepažeidžiant 14.1 ir 14.2 straipsnių, programose neturi būti rodomi šie produktai: -

- i. cigaretės ir kiti tabako gaminiai, taip pat elektroninės cigaretės ir elektroninių cigarečių pildyklės arba produktų rodymas įmonėse, kurių pagrindinė veikla yra šių gaminių gamyba arba pardavimas;
- ii. konkretūs vaistai arba medicininio gydymo paslaugos, kuriuos valstybėje galima įsigyti tik pagal receptą.

14.4 14.1, 14.2 ir 14.3 straipsniai taikomi tik programoms, parengtoms po 2009 m. gruodžio 19 d.

Nuostatos dėl žiniasklaidos paslaugų taisyklių

Remiantis įstatymo 46O straipsnio 1, 5, 6, 7 ir 9 dalimis, parengiamos toliau pateiktos nuostatos.

15. Užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų prieinamumas

15.1 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai imasi proporcingų priemonių siekdami užtikrinti, kad programos, teikiamos naudojantis jų užsakomosiomis paslaugomis, būtų nuolat ir palaipsniui prieinamesnės neįgaliesiems teikiant prieigos paslaugas, kaip apibrėžta šiame kodekse ir taisyklėse.

Prieinamumo veiksmų planas

15.2 Užsakomųjų paslaugų teikėjai parengia prieinamumo veiksmų planą, dėl kurio turi būti susitarta su Komisija, atsižvelgdami į 15.1 straipsnyje nustatytą įpareigojimą.

15.3 Užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai savo pirmąjį prieinamumo veiksmų planą pateikia Komisijai per šešis mėnesius nuo šio kodekso ir taisyklių paskelbimo dienos, o vėliau – kasmet.

15.4 Užsakomųjų paslaugų teikėjai, rengdami pirmąjį ir vėlesnį prieinamumo veiksmų planą, įrodo, kad tinkamai atsižvelgė į 15.6 straipsnyje nustatytus įtakos veiksnius.



15.5 Prieinamumo veiksmų plane, kuris turi būti parengtas ir dėl kurio turi būti susitarta su *Coimisiún na Meán* dėl 15.1 straipsnyje nustatyto įpareigojimo, aptariami šie klausimai: -

- i. prieigos paslaugų, kurias žiniasklaidos paslaugų teikėjas siūlo teikti kiekvienais metais teikdamas (-as) užsakomąją (-ąsias) paslaugą (-as), dalis;
- ii. priemonės, kurių reikia imtis siekiant laikytis kokybės standartų, kuriuos Komisija parengė pagal 15.7 straipsnį;
- iii. pasiūlymai dėl informacijos apie ekstremalias situacijas teikimo pagal 15.8 straipsnį;
- iv. būdas, kuriuo žiniasklaidos paslaugų teikėjas skatins prieigos paslaugas, teikiamas naudojantis jo teikiama (-omis) užsakomąja (-osiomis) paslauga (-omis);
- v. pasiūlymai konsultuotis su prieigos paslaugų naudotojais dėl žiniasklaidos paslaugų teikėjo teikiamų užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų, susijusių su jo teikiama (-omis) žiniasklaidos paslauga (-omis);
- vi. pasiūlymai, kuriais siekiama užtikrinti prieinamą skundų ir klausymų, susijusių su prieigos paslaugų teikimu, nagrinėjimo mechanizmą.

Įtaką darantys veiksniai

15.6 Nustatydami proporcingas priemones, kurių reikia imtis pagal 15.1 straipsnį ir kurios nurodytos jų metiniame prieinamumo veiksmų plane, užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai įrodo, kad tinkamai atsižvelgta į toliau nurodytus įtaką darančius veiksnius,³ t. y.: -

- i. užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjo ir teikiamų paslaugų pobūdį;
- ii. užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjo plėtros etapą ir jo galimybes transliuoti prieinamas programas;
- iii. dabartinio žiniasklaidos paslaugų teikėjo teikiamų prieigos paslaugų, kurias galima gauti naudojantis jo teikiamomis užsakomosiomis paslaugomis, teikimo lygį;
- iv. žiniasklaidos paslaugų teikėjo užsakomųjų paslaugų kataloge pateiktų programų rūšį;
- v. prieigos paslaugų teikėjo techninių ir žmogiškųjų išteklių išlaidas, susijusias su prieigos paslaugų teikimu;
- vi. žiniasklaidos paslaugų teikėjo techninius pajėgumus teikti prieigos paslaugas naudojantis jo teikiamomis užsakomosiomis paslaugomis.

³ Komisijos parengtas neprivalomas gairės dėl šių poveikį darančių veiksnių, su kuriomis galima susipažinti adresu <https://cnam.ie>;



Kokybės standartai

- 15.7 Užsakovų paslaugų teikėjai, kiek tai praktiškai įmanoma, laikosi prieigos paslaugų teikimo kokybės standartų, kuriuos taiko *Coimisiún na Meán* ir kurie parengti pasikonsultavus su užsakovų paslaugų viešaisiais ir žiniasklaidos paslaugų teikėjais.

Informacija apie ekstremaliąsias situacijas

- 15.8 Kai užsakovų paslaugų teikėjas perduoda ekstremaliųjų situacijų informaciją, įskaitant viešuosius pranešimus ir pranešimus įvykus gaivalinėms nelaimėms, tos paslaugos teikėjas užtikrina, kad ši informacija būtų teikiama neįgaliesiems prieinamu būdu.

Ataskaitų rengimas

- 15.9 Tam, kad Komisija galėtų įvykdyti Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos 7 straipsnio 2 dalyje nustatytą pareigą teikti ataskaitas, užsakovų žiniasklaidos paslaugų teikėjai Komisijai pateikia ataskaitą, kurioje išsamiau patikslinama, kaip įgyvendinami pirmieji ir vėlesni metiniai prieinamumo veiksmų planai, dėl kurių susitarta su Komisija.



Gairės

Įtaką darantys veiksniai

Coimisiún na Meán „Žiniasklaidos paslaugų kodeksas ir Žiniasklaidos paslaugų taisyklės. Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjai“ 15 skirsnyje teigiama, kad nustatydami proporcingas priemones, kurių reikia imtis siekiant užtikrinti, kad užsakomųjų paslaugų programos nuolat ir palaipsniui būtų prieinamesnės neįgaliesiems, užsakomųjų žiniasklaidos paslaugų teikėjai, rengdami pirmąjį ir vėlesnį prieinamumo veiksmų planą, įrodo, kad tinkamai atsižvelgė į taisyklių 15.6 skirsnyje nustatytus įtaką darančius veiksniai. Šiame dokumente pateikiamos papildomos gairės šiuo klausimu.

i. Užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjo ir teikiamų paslaugų pobūdis.

Gairės: ar paslauga (-os) yra viešojo, ar privataus pobūdžio? Ar teikiant paslaugą gaunamos viešosios lėšos ir ar dėl to gali atsiranda didesnės su viešąja paslauga susijusios pareigos? Ar paslauga turi konkrečių kultūrinių, socialinių ar kalbinių tikslų, kurie gali turėti įtakos jos galimybei teikti prieinamas paslaugas?

ii. Užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjo plėtros etapas ir jo galimybės transliuoti prieinamas programas.

Gairės: kiek laiko paslauga (-os) buvo teikiama (-os)? Kokia žiniasklaidos paslaugų teikėjo patirtis teikiant prieigos paslaugas? Ar žiniasklaidos paslaugų teikėjas jau turi reikiamų ekspertinių žinių prieigos paslaugų teikimo srityje arba ar jis turi reikiamą kompetenciją? Kokia jo užimama rinkos dalis?

iii. Dabartinio prieigos paslaugų teikimo lygis.

Gairės: koks jų atskaitos taškas? Kiek subtitrų, užrašų, gestų kalbos ar garsinių aprašymų šiuo metu naudojama teikiant užsakomąsias paslaugas?

iv. Užsakomosios (-ųjų) audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos (-ų) kataloge pateiktų programų rūšis.

Gairės: ar teikiant paslaugą (-as) įsigyjama daug turinio iš trečiųjų šalių? Kiek ši paslauga teikiama pagal namuose atliktą programų nustatymą? Ar programų nustatymas rengiamas nepriklausomai? Šie klausimai yra svarbūs, nes kataloge nurodytas programų nustatymo tipas turi įtakos sąnaudoms, techninei įrangai, personalui ir galimybei teikti prieigos paslaugas.

v. Užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjo techninės ir žmogiškųjų išteklių išlaidos teikiant prieigos



paslaugas.

Gairės: koks yra žiniasklaidos paslaugų teikėjo finansinis pajėgumas ir tikėtinas prieigos paslaugų teikimo finansinis poveikis?

vi. Užsakovų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjo techniniai pajėgumai.

Gairės: kokių priemonių esama ir kokios ekspertinės žinios sukaupos šiuo metu teikiant prieigos paslaugas? Ar teikiant paslaugą turima techninių pajėgumų teikti prieigos paslaugas? Kokio lygio ir rūšies techninių priemonių ir ekspertinių žinių reikėtų?

