



Coimisiún
na Meán

Projekt Kodeks usług medialnych i przepisy dotyczące usług medialnych

- -



Spis treści

1. Wprowadzenie	3
2. Zakres stosowania i jurysdykcja	3
3. Cel, przygotowanie i stosowanie Kodeksu i przepisów	3
4. Zasady regulacyjne dotyczące Kodeksu i przepisów	4
5. Klauzula salwatoryjna	6
6. Odstąpienie	6
7. Zgodność z przepisami i ich egzekwowanie	6
8. Skargi	7
9. Definicje - Kodeks usług medialnych i przepisy dotyczące usług medialnych	7
Przepisy Kodeksu usług medialnych	9
10. Treści szkodliwe	9
11. Prawa do utworów kinematograficznych	12
12. Handlowe przekazy audiowizualne:	12
13. Sponsorowanie	13
14. Lokowanie produktu	14
Przepisy dotyczące usług medialnych	15
15. Dostępność audiowizualnych usług na żądanie	15
Wytyczne	18



1. Wprowadzenie

- 1.1 Zgodnie z sekcją 46N ust.°1 i sekcją 46O ust.°1 i 5 ustawy o radiofonii i telewizji z 2009 r., zmienionej ustawą o bezpieczeństwie w internecie i rozporządzeniu w sprawie mediów z 2022 r. („ustawa”) Coimisiún na Meán „Komisja”) może tworzyć kodeksy i zasady („kodeksy usług medialnych” i „przepisy dotyczące usług medialnych”) regulujące standardy i praktyki nadawców i dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie.
- 1.2 Zgodnie z sekcją 46N ust.°5 ustawy Komisja opracowuje kodeksy usług medialnych określające kwestie, które muszą być przewidziane w art. 5, art.°6 ust.°1, art.°6a ust.°1–3, art.°7b, 8, 9, 10 i 11 dyrektywy (UE) 2010/13 (zmieniona dyrektywą (UE) 2018/1808) **dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych**) (z wyjątkiem przepisów dotyczących usług medialnych).
- 1.3 Zgodnie z sekcją 46O ust.°9 ustawy przepisy dotyczące usług medialnych określają kwestie, o których mowa w art.°6 ust.°1, art.°6a ust.°1, art.°7, art.°7b, 8, 9, 10, 11, rozdział VI oraz art.°23 ust.°2, art.°24 i art.°25 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych (z wyjątkiem przepisów dotyczących usług medialnych).
- 1.4 Zgodnie ze swoimi obowiązkami ustawowymi i obowiązkami określonymi powyżej Komisja przygotowała niniejszy kodeks usług medialnych („**Kodeks**”) oraz tych przepisów dotyczących usług medialnych („**przepisy**”).

2. Zakres stosowania i jurysdykcja

- 2.1 Kodeks i przepisy wprowadzają w życie: art. 5, art.°6 ust.°1, art.°6a ust.°1–3, art.°7, 8, 9, 10 i 11 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych w Irlandii w zakresie, w jakim odnoszą się one do audiowizualnych usług medialnych na żądanie.
- 2.2 Kodeks i przepisy mają odpowiednio zastosowanie do dostawców usług medialnych świadczących audiowizualne usługi medialne na żądanie.
- 2.3 Kodeks i przepisy mają zastosowanie wyłącznie do dostawców usług medialnych na żądanie, którzy podlegają jurysdykcji państwa w rozumieniu sekcji 2A ustawy.

3. Cel, przygotowanie i stosowanie Kodeksu i przepisów

Cel

- 3.1 Celem Kodeksu i przepisów jest zapewnienie, aby dostawcy usług medialnych na żądanie podlegający jurysdykcji państwa spełniali wymogi art.°5, art.°6 ust.°1, art.°6a ust.°1–3, art.°7, 8, 9, 10 i 11 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych.



Przygotowanie Kodeksu i przepisów

3.2 Zgodnie z sekcją^{46N} ust.°6 ustawy, przygotowując Kodeks, Komisja uwzględniła następujące kwestie: -

- stopień szkody lub przestępstwa, które mogą być spowodowane włączeniem danej kwestii do materiałów programowych.
- prawdopodobna liczba i skład potencjalnych odbiorców materiałów programowych.
- prawdopodobne oczekiwania odbiorców co do charakteru materiałów programowych oraz zakres, w jakim charakter tych materiałów może zostać podany do wiadomości potencjalnych członków publiczności.
- prawdopodobieństwo, że osoby nieświadome charakteru materiałów programowych zostaną na nieumyślnie narażone przez własne działania.
- celowość zapewnienia, aby dostawca usługi nadawczej lub audiowizualnej usługi medialnej na żądanie informował Komisję o wszelkich zmianach mających wpływ na charakter usługi, a w szczególności o wszelkich zmianach istotnych dla stosowania kodeksów usług medialnych.
- celowość utrzymania niezależności kontroli redakcyjnej nad programami.

3.3 Kodeks i przepisy zostały opracowane zgodnie z procedurami przewidzianymi w sekcji^{46Q} ustawy.

4. Zasady regulacyjne dotyczące Kodeksu i przepisów

4.1 Interpretując, stosując i egzekwując Kodeks i przepisy, Komisja musi, zgodnie ze swoimi obowiązkami wynikającymi z prawa publicznego, działać zgodnie z prawem, racjonalnie i sprawiedliwie.

4.2 W szczególności Komisja musi działać zgodnie z:

- ogólnymi celami ustawowymi i funkcjami wynikającymi z ustawy;
- szczegółowe cele statutowe, na których opiera się Kodeks i przepisy.
- prawa przyznane na mocy konstytucji, Karty praw podstawowych Unii Europejskiej, europejskiej konwencji praw człowieka w zakresie, w jakim ma to zastosowanie na mocy europejskiej konwencji praw człowieka z 2003 r. i traktatów UE.



Ogólne cele i funkcje ustawowe

- 4.3 Sekcja 7 ust. 2 ustawy stanowi, że Komisja, wykonując swoje funkcje, dokłada starań w celu zapewnienia poszanowania wartości demokratycznych zapisanych w Konstytucji, w szczególności tych dotyczących prawowitej wolności wypowiedzi, oraz ochrony interesów publicznych, w tym interesów dzieci, ze szczególnym zaangażowaniem na rzecz bezpieczeństwa dzieci. Komisja dokłada również starań, aby polityka Komisji w zakresie audiowizualnych usług medialnych na żądanie jak najlepiej służyła potrzebom mieszkańców wyspy Irlandii w odniesieniu do osób niepełnosprawnych oraz ich wymogom w zakresie dostępności tych usług.
- 4.4 Ponadto Komisja musi dołożyć starań, aby jej rozwiązania regulacyjne (i) odnosiły się do materiałów programowych i innych treści, które są szkodliwe lub nielegalne; (ii) uwzględniały zmiany technologiczne i społeczne; oraz (iii) działały w sposób proporcjonalny, spójny i sprawiedliwy.
- 4.5 Sekcja 7 ust.°3 ustawy stanowi ponadto, że Komisja między innymi ma:
- stymulować dostarczania wysokiej jakości, zróżnicowanych i innowacyjnych programów przez dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie.
 - promować i zachęcać do zrównoważenia środowiskowego w polityce i praktykach dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie
 - angażować się w podejmowanie decyzji w oparciu o dowody w ramach wykonywania swoich funkcji oraz promować podejmowanie decyzji w oparciu o dowody przez osoby, z którymi konsultuje się;
 - zachęcać do przestrzegania przepisów ustawy oraz wszelkich kodeksów, przepisów lub innych aktów prawnych wydanych na jej podstawie, w jakikolwiek sposób, jaki Komisja uzna za właściwy, w tym poprzez publikację wytycznych dotyczących sposobu, w jaki przepisy te mogą być przestrzegane.
- 4.6 Zgodnie z § 7 ust. 4 ustawy Komisja, wykonując swoje funkcje, uwzględnia: bezpieczeństwo dzieci oraz opublikowaną politykę Ministra ds. Dzieci, Równości, Niepełnosprawności, Integracji i Młodzieży w tym zakresie; rozporządzenia w sprawie gier hazardowych oraz opublikowanej polityki Ministra Sprawiedliwości w tym zakresie; zmiany klimatu i zrównoważenie środowiskowe oraz opublikowane polityki Ministra Środowiska, Klimatu i Komunikacji w tym zakresie; oraz opublikowane polityki rządu w odniesieniu do którejkolwiek z tych kwestii.

Szczegółowe cele ustawowe

- 4.7 Zgodnie z sekcją°46N ust.°5 i sekcją°46O ust.°9 ustawy celem kodeksu i przepisów jest zapewnienie, aby dostawcy usług medialnych, którzy świadczą audiowizualne usługi medialne na żądanie i podlegają jurysdykcji państwa, spełniali wymogi określone w art.°5, art.°6 ust.°1, art.°6a ust.°1–3, art.°7, 8, 9, 10 i 11 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych.



5. Klauzula salwatoryjna

- 5.1 Jeśli jakiegokolwiek postanowienie Kodeksu i przepisów zostanie uznane za niezgodne z prawem, nieważne, zabronione, niewykonalne lub niemające zastosowania (ogólnie lub w odniesieniu do konkretnego dostawcy usług medialnych) pod jakimkolwiek względem, na podstawie jakiegokolwiek prawa (w tym Konstytucji i prawa europejskiego), takie ustalenie nie będzie miało wpływu na zgodność z prawem, ważność, wykonalność lub zastosowanie jakiegokolwiek innego postanowienia Kodeksu i przepisów lub jego części, chyba że ustalenie zostanie uznane za mające zastosowanie do takiego innego postanowienia lub jego części, lub to samo jest przedmiotem orzeczenia wydanego przez sąd.
- 5.2 Bez uszczerbku dla powyższego wszystkie pozostałe postanowienia lub części Kodeksu i przepisów pozostają w pełni skuteczne, stosowane i wykonalne. W niezbędnym zakresie wszelkie postanowienia lub części Kodeksu i przepisów, uznane za niezgodne z prawem, nieważne, zakazane, niewykonalne lub niemające zastosowania, zostają oddzielone od Kodeksu i przepisów.

6. Odstąpienie

- 6.1 Fakt, że Komisja nie odpowiada na wnioski, oceny, propozycje, sprawozdania, oświadczenia o zgodności lub inne podobne dokumenty przedłożone jej przez dostawcę audiowizualnych usług medialnych na żądanie, wpisanego do rejestru dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie utworzonego przez Komisję zgodnie z ustawą, nie jest uznawany za przyjęcie lub zatwierdzenie treści jakiegokolwiek części tej samej treści i nie oznacza, że dostawca usług medialnych wypełnił swoje obowiązki wynikające z ustawy lub Kodeksu i przepisów.
- 6.2 Bez uszczerbku dla powyższego, fakt, że Komisja nie odpowie ani nie skomentuje żadnego takiego dokumentu, nie stanowi przeszkody ani odstąpienia przez Komisję od jakichkolwiek uprawnień lub praw wynikających z ustawy i/lub Kodeksu i przepisów.

7. Zgodność z przepisami i ich egzekwowanie

- 7.1 Zgodnie z sekcją⁴⁶N ust.¹⁰ i art.⁴⁶O ust.¹¹ ustawy naruszenie Kodeksu lub przepisów przez dostawcę audiowizualnych usług medialnych stanowi naruszenie przepisów części 8B ustawy.
- 7.2 Dostawca audiowizualnych usług medialnych zapewnia posiadanie systemów i kontroli w celu wykazania zgodności z obowiązkami zawartymi w niniejszym Kodeksie.
- 7.3 Zgodnie z sekcją⁴⁷ ust.³ ustawy dostawcy usług medialnych na żądanie są zobowiązani do przygotowania i wdrożenia kodeksu postępowania w zakresie



rozpatrywania skarg dotyczących nieprzestrzegania przez dostawcę usług medialnych kodeksu usług medialnych lub przepisów dotyczących usług medialnych.

8. Skargi

- 8.1 Odbiorcy mogą złożyć skargę, jeżeli uważają, że dostawcy usług medialnych na żądanie nie przestrzegają niniejszego Kodeksu i przepisów. Coimisiún na Meán zaleca skarżącym złożenie skargi do dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie w pierwszej kolejności, ponieważ jest to najszybszy sposób na rozpatrzenie skargi i udzielenie odpowiedzi.

Informacje na temat procesu rozpatrywania skarg, w tym procedury stosowanej przez Coimisiún na Meán, można uzyskać na naszej stronie internetowej (www.cnam.ie) kontaktując się z Coimisiún na Meán pod numerem +353 1 963 7755 lub pod adresem: usersupport@cnam.ie.

9. Definicje - Kodeks usług medialnych i przepisy dotyczące usług medialnych

„**usługi dostępu**” oznaczają napisy, napisy dla niesłyszących, język migowy (w tym irlandzki język migowy w przypadku usług skierowanych do odbiorców irlandzkich) oraz audiodeskrypcję zgodnie z definicją zawartą w niniejszym Kodeksie i przepisach.

„**opis audio**” oznacza komentarz, który daje odbiorcom niewidomym lub niedowidzącym słowny opis tego, co dzieje się na ekranie w danym momencie. Stanowi on pomoc w zrozumieniu i korzystaniu z programu. Technika ta wykorzystuje drugą ścieżkę dźwiękową, która zawiera opis treści programu i akcji na ekranie.

„**handlowy przekaz audiowizualny**” oznacza komunikat handlowy składający się z obrazów z dźwiękiem lub bez niego, zaprojektowany w celu promowania, bezpośrednio lub pośrednio, towarów, usług lub wizerunku osoby fizycznej lub prawnej prowadzącej działalność gospodarczą; takie obrazy towarzyszą audycji lub filmom wideo tworzonym przez użytkowników lub są w nich zawarte w zamian za zapłatę lub podobne wynagrodzenie lub w celach autopromocyjnych.

„**audiowizualna usługa medialna**” oznacza

i) usługę w rozumieniu art. 56 i 57 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, której głównym celem lub odrębną częścią jest dostarczanie audycji, za które odpowiedzialność redakcyjną ponosi dostawca usług medialnych, ogółowi odbiorców, w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych, za pomocą sieci łączności elektronicznej w rozumieniu art. 2 lit. a) dyrektywy 2002/21/WE; taka audiowizualna usługa medialna stanowi albo transmisję telewizyjną, albo audiowizualną usługę medialną na żądanie.

ii) handlowy przekaz audiowizualny.



„audiowizualna usługa medialna na żądanie (usługa na żądanie)” oznacza audiowizualną usługę medialną świadczoną przez dostawcę usług medialnych w celu oglądania audycji w wybranym przez użytkownika momencie i na jego indywidualne żądanie na podstawie katalogu audycji wybranego przez dostawcę usług medialnych.

„Napisynapisy dla niesłyszących” oznaczają tekst na ekranie, który odzwierciedla to, co jest powiedziane na ekranie. Jednakże, choć podobne do napisów, nie są tak zaawansowane i stanowią bardziej podstawowe przedstawienie wypowiedzi na ekranie, czasami z wykorzystaniem tylko jednego koloru, dosłownie i zapisane wyłącznie wielkimi literami.

„dziecko lub dzieci” oznacza osobę lub osoby poniżej 18 roku życia.

„odpowiedzialność redakcyjna” oznacza sprawowanie skutecznej kontroli zarówno nad wyborem audycji, jak i nad ich organizacją w układzie chronologicznym, w przypadku programów telewizyjnych, albo w katalogu, w przypadku audiowizualnych usług medialnych na żądanie. Odpowiedzialność redakcyjna nie musi oznaczać odpowiedzialności prawnej na podstawie prawa krajowego za dostarczaną treść lub świadczone usługi.

„dostawca usług medialnych” oznacza osobę fizyczną lub prawną, która ponosi odpowiedzialność redakcyjną za wybór audiowizualnej treści audiowizualnej usługi medialnej i decyduje o sposobie jej organizacji.

„lokowanie produktu” oznacza każdą formę handlowego przekazu audiowizualnego polegającego na umieszczeniu lub nawiązaniu do produktu, usługi lub ich znaku towarowego w taki sposób, że jest on umieszczony w audycji lub nagraniu wideo stworzonym przez użytkownika za opłatą lub podobnym wynagrodzeniem.

„Audycja” oznacza zestaw ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez, stanowiący odrębny element, niezależnie od jego długości, w ramach programu lub katalogu ustanowionego przez dostawcę usług medialnych, w tym filmy pełnometrażowe, teledyski, wydarzenia sportowe, komedie sytuacyjne, filmy dokumentalne, programy dla dzieci i oryginalne dramaty.

„Język migowy, w tym irlandzki język migowy” jest rodzimym językiem naturalnym społeczności osób niesłyszących. Jest to język wizualny, przestrzenny, który przekazuje znaczenie poprzez ruch rąk, w połączeniu z mimiką twarzy i postawą ciała. Język migowy ma własną składnię i złożoną strukturę gramatyczną. Język migowy musi być prezentowany na ekranie poprzez użycie osoby migającej jako części treści programu audiowizualnego lub poprzez użycie osoby migającej działającej w charakterze tłumacza i umieszczonej nad obrazami na ekranie.

„sponsorowanie” oznacza wszelki wkład wniesiony przez publiczne lub prywatne przedsiębiorstwa lub osoby fizyczne niezajmujące się świadczeniem audiowizualnych usług medialnych lub usług udostępniania plików wideo lub produkcją utworów audiowizualnych na rzecz finansowania audiowizualnych usług medialnych, usług udostępniania plików wideo, filmów tworzonych przez użytkowników lub audycji w celu promowania ich nazwy, znaku towarowego, wizerunku, działalności lub produktów.



„**ukryte przekazy handlowe**” oznaczają przedstawianie za pomocą słów lub obrazów towarów, usług, nazwy, znaku towarowego lub działalności producenta towarów lub dostawcy usług w audycjach, gdy takie przedstawienie jest zamierzone przez dostawcę usług medialnych jako reklama i może wprowadzić odbiorców w błąd co do swojego charakteru. Takie przedstawienie uznaje się w szczególności za celowe, jeżeli zostało dokonane w zamian za zapłatę lub podobne wynagrodzenie.

„**techniki podprogowe**” oznaczają przekazy handlowe, które obejmują każde urządzenie techniczne, które, wykorzystując obrazy o bardzo krótkim czasie trwania lub w jakikolwiek inny sposób, wykorzystuje możliwość przekazania wiadomości lub w inny sposób wpłynięcia na umysły odbiorców bez ich świadomości lub pełnej świadomości tego, co zostało zrobione.

„**napisy**” oznaczają tekst na ekranie, który odzwierciedla to, co jest powiedziane na ekranie. Napisy mogą być otwarte lub zamknięte. Napisy otwarte to napisy, które przez cały czas pozostają na ekranie. Napisy zamknięte mogą być widoczne lub niewidoczne na życzenie odbiorców, na przykład za pomocą pilota zdalnego sterowania. Napisy są sformatowane w taki sposób, aby ułatwić interpretację i zrozumienie tekstu oraz lepiej powiązać go z akcją na ekranie.

Przepisy Kodeksu usług medialnych

Zgodnie z sekcją[°]46N ust.[°]1 i sekcją[°]46N ust.[°]5 ustawy ustanawia się następujące przepisy:

10. Treści szkodliwe

- 10.1 Zgodnie z sekcją[°]46J ust.[°]1 lit. c) i d) ustawy dostawcy usług medialnych na żądanie nie mogą udostępniać w katalogu usługi:
- (a) niczego, co można w uzasadniony sposób uznać za zachowanie wchodzące w zakres pojęcia publicznego nawoływania do popełnienia przestępstwa terrorystycznego określonego w art.[°]5 dyrektywy (UE) 2017/541;
 - (b) niczego, co można w uzasadniony sposób uznać za mogące nakłaniać do przemocy lub nienawiści wobec grupy osób lub członka grupy ze względu na którąkolwiek z przyczyn, o których mowa w art.[°]21 Karty, ¹ mianowicie płci, rasy, koloru skóry, pochodzenia etnicznego lub społecznego, cech genetycznych, języka, religii lub przekonań, poglądów politycznych lub wszelkich innych poglądów, przynależności do mniejszości narodowej, majątku, urodzenia, niepełnosprawności, wieku lub orientacji seksualnej. Obywatelstwo stanowi taką podstawę bez uszczerbku dla postanowień szczególnych Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską i Traktatu o Unii Europejskiej.

¹ Obejmuje to m.in. członków społeczności Trawelerów i społeczności Romów.



10.2 Bez uszczerbku dla sekcji 10.1 dostawcy usług medialnych na żądanie przekazują odbiorcom wystarczające informacje na temat treści, które mogą zaszkodzić fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi dzieci. Dostawca usług medialnych korzysta z systemu opisującego potencjalnie szkodliwy charakter treści jego audiowizualnej usługi medialnej na żądanie. Informacje przekazywane odbiorcom powinny być wyświetlane na początku programu.

10.3 Dostawcy usług medialnych na żądanie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, aby audycje zawierające treści, które mogą zaszkodzić fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi dzieci, w szczególności:

- (a) treści składające się z pornografii,
- (b) treści składające się z nieuzasadnionej przemocy,

były udostępniane wyłącznie w taki sposób, aby nie mogły ich normalnie usłyszeć ani zobaczyć dzieci.

10.4. Odpowiednie środki do celów sekcji 10.3 mogą pociągać za sobą skorzystanie przez dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie z mechanizmów ochrony obejmujących: -

- stosowanie wcześniejszych ostrzeżeń dotyczących treści.
- zapewnienie kontroli rodzicielskiej, w tym trybów ograniczonych i dostępu za pomocą PIN.
- narzędzi weryfikacji wieku.²
- inne środki techniczne, które pozwalają osiągnąć równoważny rezultat.

10.5. Odpowiednie środki na potrzeby sekcji 10.3 muszą być proporcjonalne do potencjalnej szkody, jaką audycja może wyrządzić dzieciom. W tym względzie dostawcy usług medialnych na żądanie powinni przy określaniu proporcjonalnego podejścia uwzględnić potencjał, z jakim materiał może wyrządzić szkodę dzieciom. Czynniki, które należy wziąć pod uwagę, obejmują: -

- i. Prawdopodobny stopień szkody potencjalnie spowodowanej treścią audycji.
- ii. Prawdopodobieństwo, że dzieci uzyskają dostęp do treści.
- iii. Charakter usługi na żądanie i jej prawdopodobni odbiorcy.

² Środek weryfikacji wieku oparty wyłącznie na samodzielnym deklarowaniu wieku przez użytkowników usługi nie jest skutecznym środkiem do celów sekcji 10.4.



- 10.6. Bez uszczerbku dla ogólnego charakteru sekcji 10.3 i 10.4 najbardziej szkodliwe treści, a mianowicie nieuzasadniona przemoc i pornografia, podlegają najsurowszym środkom, takim jak kontrola rodzicielska, narzędzia weryfikacji wieku lub inne środki techniczne prowadzące do równoważnego rezultatu.
- 10.7. Dane osobowe dzieci zgromadzone lub w inny sposób wygenerowane przez dostawców usług medialnych zgodnie z sekcjami 10.3 lub 10.4 nie mogą być przetwarzane do celów komercyjnych, takich jak marketing bezpośredni, profilowanie i reklama ukierunkowana na zachowanie.



11. Prawa do utworów kinematograficznych

11.1 Dostawcy usług medialnych na żądanie nie mogą przekazywać utworów kinematograficznych poza okresami uzgodnionymi z posiadaczami praw autorskich.

12. Handlowe przekazy audiowizualne:

12.1 Dostawcy usług medialnych na żądanie zapewniają, aby dostarczane przez nich handlowe przekazy audiowizualne były łatwo rozpoznawalne jako takie.

12.2 Dostawcy usług medialnych na żądanie nie mogą umieszczać w audycjach ani obok nich żadnych ukrytych handlowych przekazów audiowizualnych ani handlowych przekazów audiowizualnych wykorzystujących techniki podprogowe.

12.3 Dostawcy usług medialnych na żądanie nie mogą dostarczać handlowych przekazów audiowizualnych, które są szkodliwe dla ogółu społeczeństwa, a mianowicie: -

- i. handlowych przekazów audiowizualnych, które naruszają poszanowanie godności ludzkiej,
- ii. handlowych przekazów audiowizualnych, które obejmują lub wspierają wszelką dyskryminację ze względu na: płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, narodowość, religia lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.
- iii. handlowych przekazów audiowizualnych, które zachęcają do zachowań szkodliwych dla zdrowia lub bezpieczeństwa,
- iv. handlowych przekazów audiowizualnych, które zachęcają do zachowań rażąco szkodliwych dla ochrony środowiska,
- v. handlowych przekazów audiowizualnych, które dotyczą papierosów i innych wyrobów tytoniowych, a także papierosów elektronicznych i pojemników uzupełniających,
- vi. handlowych przekazów audiowizualnych, które zachęcają do nieumiarkowanej konsumpcji napojów alkoholowych,
- vii. handlowych przekazów audiowizualnych, które dotyczą produktów leczniczych i leczenia dostępne wyłącznie na receptę w państwie,

12.4 Dostawcy usług medialnych na żądanie nie dostarczają handlowych przekazów audiowizualnych szkodliwych dla dzieci, a mianowicie:



- i. handlowych przekazów audiowizualnych, które bezpośrednio nakłaniają dzieci do zakupu lub wynajmu produktu lub usługi, wykorzystując ich brak doświadczenia lub łatwowierność,
 - ii. handlowych przekazów audiowizualnych, które bezpośrednio zachęcają dzieci do nakłonienia rodziców lub innych osób do zakupu reklamowanych towarów lub usług,
 - iii. handlowych przekazów audiowizualnych, które wykorzystują szczególne zaufanie dzieci do rodziców, nauczycieli lub innych osób,
 - iv. handlowych przekazów audiowizualnych, które w nieuzasadniony sposób ukazują dzieci w niebezpiecznych sytuacjach.
 - v. handlowych przekazów audiowizualnych, które dotyczą napojów alkoholowych przeznaczonych specjalnie dla dzieci.
- 12.5 Dostawcy usług medialnych na żądanie zapewniają, że dostarczane przez nich handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych, z wyjątkiem sponsorowania i lokowania produktu, spełniają następujące wymogi:
- i. handlowe przekazy audiowizualne nie mogą być skierowane konkretnie do małoletnich ani, w szczególności, przedstawiać małoletnich spożywających te napoje.
 - ii. handlowe przekazy audiowizualne nie mogą łączyć spożywania alkoholu ze zwiększoną sprawnością fizyczną ani z prowadzeniem pojazdu.
 - iii. handlowe przekazy audiowizualne nie mogą stwarzać wrażenia, że spożywanie alkoholu przyczynia się do sukcesu społecznego lub seksualnego.
 - iv. handlowe przekazy audiowizualne nie mogą sugerować, że alkohol ma właściwości lecznicze lub że jest środkiem pobudzającym, uspokajającym lub sposobem rozwiązywania konfliktów osobistych.
 - v. handlowe przekazy audiowizualne nie mogą zachęcać do nieumiarkowanego spożywania alkoholu ani przedstawiać abstynencji lub umiarkowania w negatywnym świetle.
 - vi. handlowe przekazy audiowizualne nie mogą kłaść nacisku na wysoką zawartość alkoholu jako pozytywną cechę napojów.

13. Sponsorowanie

- 13.1 Dostawcy usług medialnych na żądanie lub sponsorowane audycje spełniają następujące wymogi: -



- i. treść świadczonych przez nich usług na żądanie lub dostarczanych audycji nie może w żadnym wypadku podlegać wpływom, które naruszałyby odpowiedzialność i niezależność redakcyjną dostawcy usług medialnych.
 - ii. świadczone przez nie usługi lub audycje na żądanie nie zachęcają bezpośrednio do zakupu lub wynajmu towarów lub usług, w szczególności poprzez specjalne promocyjne odniesienia do tych towarów lub usług.
 - iii. odbiorcy są wyraźnie informowani o istnieniu umowy o sponsorowaniu.
 - iv. sponsorowane audycje są wyraźnie oznaczone jako takie za pomocą nazwy, logo i/lub innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usługi(usług) lub ich charakterystycznego znaku w odpowiedni sposób dla audycji na początku, w trakcie i/lub na końcu audycji.
- 13.2 Dostawcy usług medialnych na żądanie nie zezwalają na sponsorowanie oferowanych przez nich usług lub audycji na żądanie przez przedsiębiorstwa, których podstawową działalnością jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych, a także papierosów elektronicznych i pojemników zapasowych.
- 13.3 Dostawcy usług medialnych na żądanie nie zezwalają na dostarczanie usług lub programów na żądanie w celu promowania określonych produktów leczniczych lub leczenia dostępnych wyłącznie na receptę w państwie.
- 13.4 Bez uszczerbku dla sekcji 13.3 dostawcy usług medialnych na żądanie mogą zezwolić, aby świadczone przez nich usługi lub audycje były promowane za pomocą nazwy lub wizerunku przedsiębiorstw, których działalność obejmuje wytwarzanie lub sprzedaż produktów leczniczych i leczenie.
- 13.5 Dostawcy usług medialnych na żądanie nie zezwalają na sponsorowanie dostarczanych przez nich audycji informacyjnych i audycji dotyczących spraw bieżących.
- 13.6 Dostawcy usług medialnych na żądanie nie mogą zezwalać na pokazywanie logo sponsora podczas dostarczanych przez nich audycji dla dzieci, filmów dokumentalnych lub audycji religijnych.

14. Lokowanie produktu

- 14.1 Dostawcy usług medialnych na żądanie zezwalają na lokowanie produktu w świadczonych przez siebie usługach na żądanie, z wyjątkiem programów informacyjnych oraz dotyczących spraw bieżących, audycji konsumenckich, audycji religijnych i audycji dla dzieci.
- 14.2 Dostawcy usług medialnych na żądanie zapewniają, aby audycje zawierające lokowanie produktu spełniały następujące wymogi: -
- i. treść i organizacja takich audycji w ramach katalogu w żadnym wypadku nie mogą być kształtowane w sposób wpływający na odpowiedzialność i niezależność redakcyjną dostawcy usług medialnych.



- ii. audycje nie zachęcają one bezpośrednio do zakupu lub najmu towarów lub usług, w szczególności poprzez specjalne promocyjne odniesienia do tych towarów lub usług.
- iii. audycje nie mogą one nadmiernie wyeksponować danego produktu.

- iv. odbiorcy są wyraźnie informowani o istnieniu lokowania produktu poprzez odpowiednie oznaczenie na początku i na końcu audycji oraz gdy audycja jest wznawiana po przerwie reklamowej, w celu uniknięcia jakichkolwiek nieporozumień ze strony widza.

14.3 Bez uszczerbku dla sekcji 14.1 i 14.2 audycje nie mogą zawierać lokowania produktu: -

- i. papierosów i innych wyrobów tytoniowych, a także papierosów elektronicznych i pojemników zapasowych, ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których podstawową działalnością jest produkcja lub sprzedaż tych produktów.
- ii. określonych produktów leczniczych lub zabiegów medycznych dostępnych wyłącznie na receptę w danym państwie.

14.4 Sekcje 14.1, 14.2 i 14.3 mają zastosowanie wyłącznie do audycji wyprodukowanych po dniu 19 grudnia 2009 r.

Przepisy dotyczące usług medialnych

Poniższe postanowienia zostały przyjęte zgodnie z sekcją^o46O ust.^o1 pkt 5 pkt 6 pkt 7 i 9 ustawy.

15. Dostępność audiowizualnych usług na żądanie

15.1 Dostawcy usług medialnych na żądanie podejmują proporcjonalne środki w celu zapewnienia, aby programy udostępniane w ramach ich usług na żądanie były stale i stopniowo bardziej dostępne dla osób niepełnosprawnych poprzez świadczenie usług dostępu określonych w niniejszym Kodeksie i przepisach.

Plan działań na rzecz dostępności

15.2 Dostawcy usług medialnych na żądanie opracowują plan działań na rzecz dostępności, który zostanie uzgodniony z Komisją, w odniesieniu do obowiązku określonego w sekcji 15.1.



- 15.3 Dostawcy usług medialnych na żądanie udostępniają Komisji swój pierwszy plan działań na rzecz dostępności w terminie sześciu miesięcy od daty publikacji niniejszego kodeksu i przepisów, a następnie co roku.
- 15.4 Opracowując pierwszy i kolejny plan działań na rzecz dostępności, dostawcy usług medialnych wykazują, że należycie uwzględnili czynniki wpływające określone w sekcji 15.6.
- 15.5 Plan działań na rzecz dostępności, który ma zostać opracowany i uzgodniony z Coimisiún na Meán w odniesieniu do obowiązku określonego w sekcji 15.1, obejmuje następujące kwestie:
- - i. Odsetek usług dostępu, które dostawca usług medialnych zamierza co roku udostępniać w ramach świadczonych przez siebie usług na żądanie.
 - ii. Środki, jakie należy podjąć w celu przestrzegania norm jakości opracowanych przez Komisję w następstwie sekcji 15.7.
 - iii. Propozycje dotyczące dostarczania informacji w sytuacjach nadzwyczajnych zgodnie z sekcją³15.8.
 - iv. Sposób, w jaki dostawca usług medialnych będzie promował usługi dostępu udostępniane w ramach świadczonych przez siebie usług na żądanie.
 - v. Propozycje konsultacji z użytkownikami usług dostępu w sprawie świadczenia przez dostawcę usług medialnych usług dostępu do świadczonej przez siebie usługi medialnej (usług medialnych) na żądanie.
 - vi. Propozycje dotyczące zapewnienia dostępnego mechanizmu rozpatrywania skarg i zapytań ze strony odbiorców w odniesieniu do świadczenia usług dostępu.

Czynniki mające wpływ

- 15.6 Określając proporcjonalne środki, które należy podjąć zgodnie z sekcją³15.1 i które określono w rocznym planie działania na rzecz dostępności, dostawcy usług medialnych na żądanie wykazują, że należycie uwzględniono następujące czynniki mające wpływ.³ A mianowicie: -
- i. Charakter dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie i świadczonych usług.
 - ii. Etap rozwoju dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie i jego zdolność do dostarczania dostępnych audycji.
 - iii. Poziom bieżącego świadczenia usług dostępu udostępnianych przez dostawcę

³ Niewiążące wytyczne dotyczące tych czynników wpływających zostały opracowane przez Komisję i są dostępne na stronie <https://cnam.ie>



usług medialnych w ramach świadczonych przez niego usług na żądanie.

- iv. Rodzaj audycji udostępnianych w katalogu usług na żądanie świadczonych przez dostawcę usług medialnych.
- v. Koszty techniczne i osobowe ponoszone przez dostawcę usług medialnych świadczącego usługi dostępu.
- vi. Techniczna zdolność dostawcy usług medialnych do świadczenia usług dostępu do świadczonych przez niego usług na żądanie.

Normy jakości

- 15.7 Dostawcy usług medialnych na żądanie przestrzegają norm jakości, o ile jest to wykonalne, w odniesieniu do świadczenia usług dostępu stosowanych przez Coimisiún na Meán i opracowanych po konsultacji ze społeczeństwem i dostawcami usług na żądanie.

Informacje na wypadek sytuacji nadzwyczajnych

- 15.8 W przypadku gdy usługa na żądanie przekazuje informacje o sytuacjach nadzwyczajnych, w tym komunikaty i ogłoszenia publiczne w sytuacjach klęsk żywiołowych, dostawca tej usługi zapewnia, aby informacje te były przekazywane w sposób dostępny dla osób niepełnosprawnych.

Sprawozdawczość

- 15.9 Aby umożliwić Komisji wywiązanie się z obowiązku sprawozdawczego określonego w art.º7 ust.º2 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, dostawcy usług medialnych na żądanie przekazują Komisji, w sposób, który zostanie doprecyzowany, sprawozdanie z realizacji pierwszego i kolejnych rocznych planów działania w zakresie dostępności uzgodnionych z Komisją.



Wytyczne

Czynniki mające wpływ

Sekcja 15 „Kodeksu usług medialnych i przepisów dotyczących usług medialnych – dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie” wydanego przez Coimisiún na Meán stanowi, że przy określaniu proporcjonalnych środków, które należy podjąć w celu zapewnienia, by audycje udostępniane w ramach ich usług na żądanie były stale i stopniowo coraz bardziej dostępne dla osób niepełnosprawnych, dostawcy usług medialnych na żądanie przy opracowywaniu swojego pierwszego i kolejnych planów działania w zakresie dostępności wykazują, że należycie uwzględnili czynniki wpływające określone w sekcji 15.6 tych przepisów. Niniejszy dokument zawiera dalsze wytyczne w tym zakresie.

i. **Charakter dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie i świadczonych usług.**

Wytyczne: Czy usługa(-i) ma(-ją) charakter publiczny lub prywatny? Czy usługa otrzymuje środki publiczne i w rezultacie może mieć większe obowiązki w zakresie świadczenia usług publicznych? Czy usługa ma szczególne cele kulturowe, społeczne lub językowe, które mogą mieć wpływ na jej zdolność do świadczenia dostępnych usług?

ii. **Etap rozwoju dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie i jego zdolność do dostarczania dostępnych audycji.**

Wytyczne: Jak długo usługa(-i) funkcjonuje(-ą)? Jakie doświadczenie ma dostawca usług medialnych w zakresie świadczenia usług dostępu? Czy dostawca usług medialnych dysponuje już odpowiednim poziomem wiedzy specjalistycznej w zakresie świadczenia usług dostępu? Jaki jest jego udział w rynku?

iii. **Poziom obecnego świadczenia usług dostępu.**

Wytyczne: Jaki jest jego punkt wyjścia? Ile napisów, napisów dla niesłyszących, języka migowego lub nadzwyczajnych jest obecnie dostępnych w ramach świadczonych przez niego usług na żądanie?

iv. **Rodzaj audycji udostępnianych w katalogu audiowizualnych usług medialnych na żądanie.**

Wytyczne: Czy usługa(-i) pozyskuje dużo treści od stron trzecich? Ile audycji własnej produkcji oferuje usługa? Czy audycje są produkowane niezależnie? Pytania te są istotne, ponieważ rodzaj audycji w katalogu ma wpływ na koszty, zaplecze techniczne, personel i zdolność do świadczenia usług dostępu.

v. **Koszty techniczne i osobowe ponoszone przez dostawcę usług dostępu do audiowizualnych usług medialnych na**



żądanie.

Wytyczne: Jakie możliwości finansowe ma dostawca usług medialnych i jakie są prawdopodobne skutki finansowe świadczenia usług dostępu?

vi. Możliwości techniczne dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie.

Wytyczne: Jakie zasoby i wiedza specjalistyczna są obecnie dostępne w ramach usługi w celu świadczenia usług dostępu? Czy usługa ma zdolność techniczną do świadczenia usług dostępu? Jaki poziom i rodzaj infrastruktury technicznej i wiedzy fachowej byłyby wymagane?

