



# EIROPAS SAVIENĪBA

EIROPAS PARLAMENTS

PADOME

Briselē, 2010. gada 26. janvārī  
(OR. en)

2009/0056 (COD)

PE-CONS 3683/09

**CODIF 135**  
**AUDIO 52**  
**TELECOM 243**  
**CONSOM 215**  
**PI 120**  
**CODEC 1300**

## TIESĪBU AKTI UN CITI DOKUMENTI

Temats: EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA par to, lai koordinētu dažus dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos paredzētus noteikumus par audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšanu (Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva) (kodificēta versija)

**EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES  
DIREKTĪVA .../.../ES**

**(... gada...),**

**par to, lai koordinētu dažus dalībvalstu  
normatīvajos un administratīvajos aktos paredzētus noteikumus  
par audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšanu  
(Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva)  
(kodificēta versija)**

**(Dokuments attiecas uz EEZ)**

EIROPAS PARLAMENTS UN EIROPAS SAVIENĪBAS PADOME,

ņemot vērā Līgumu par Eiropas Savienības darbību un jo īpaši tā 53. panta 1. punktu un 62. pantu,

ņemot vērā Eiropas Komisijas priekšlikumu,

saskaņā ar parasto likumdošanas procedūru<sup>1</sup>,

---

<sup>1</sup> Eiropas Parlamenta 2009. gada 20. oktobra Nostāja (*Oficiālajā Vēstnesī* vēl nav publicēta) un Padomes ... Lēmums.

tā kā:

- (1) Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 89/552/EEK (1989. gada 3. oktobris) par dažu audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšanas noteikumu koordinēšanu, kas ietverti dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos (Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva)<sup>1</sup>, ir vairākkārt būtiski grozīta<sup>2</sup>. Skaidrības un praktisku iemeslu dēļ minētā direktīva būtu jākodificē.
- (2) Viens no veidiem, kā sasniegt Savienības mērķus, ir audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšana pāri robežām, izmantojot dažādas tehnoloģijas. Ir nepieciešami konkrēti pasākumi, kas pieļautu un nodrošinātu pāreju no valstu tirgiem uz raidījumu veidošanas un izplatīšanas kopēju tirgu, kā arī lai nodrošinātu apstākļus godīgai konkurencei, netraucējot audiovizuālajiem medijiem kalpot sabiedrības interesēm.

---

<sup>1</sup> OV L 298, 17.10.1989., 23. lpp. Akta sākotnējais nosaukums bija "Padomes Direktīva 89/552/EEK (1989. gada 3. oktobris) par dažu tādu televīzijas raidījumu veidošanas un apraides noteikumu koordinēšanu, kas ietverti dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos".

<sup>2</sup> Skat. I pielikuma A daļu.

- (3) Eiropadome ir pieņēmusi Eiropas konvenciju par pārrobežu televīziju.
- (4) Ņemot vērā jaunās tehnoloģijas audiovizuālo mediju pakalpojumu pārraidīšanā, tiesiskajam regulējumam attiecībā uz apraides darbību veikšanu būtu jāņem vērā strukturālo pārmaiņu, informācijas un komunikāciju tehnoloģiju ("IKT") izplatības un tehnoloģiju attīstības ietekmi uz uzņēmējdarbības modeļiem, jo īpaši komerciālās apraides finansēšanu, un būtu jānodrošina optimāli apstākļi Eiropas informāciju tehnoloģiju un plašsaziņas līdzekļu nozares un pakalpojumu konkurētspējai un juridiskajai noteiktībai, kā arī kultūras un valodu daudzveidības ievērošana.
- (5) Audiovizuālo mediju pakalpojumi vienlīdz ir kultūras un ekonomikas pakalpojumi. To pieaugošā nozīme attiecībā uz sabiedrību, demokrātiju, jo īpaši nodrošinot informācijas brīvību, viedokļu dažādību un mediju plurālismu, kā arī uz izglītību un kultūru attaisno īpašu noteikumu piemērošanu šiem pakalpojumiem.

- (6) Līguma par Eiropas Savienības darbību 167. panta 4. punktā noteikts, ka Savienībai savā rīcībā saskaņā ar minētā Līguma noteikumiem jāņem vērā kultūras aspekti, jo īpaši lai respektētu un veicinātu kultūru daudzveidību.
- (7) Savās 2005. gada 1. decembra un 2006. gada 4. aprīļa rezolūcijās<sup>12</sup> saistībā ar Dohas sarunu kārtu un PTO ministru konferencēm Eiropas Parlaments aicināja neliberalizēt pamata sabiedriskos pakalpojumus, piemēram, audiovizuālos pakalpojumus, saskaņā ar Vispārējo vienošanos par pakalpojumu tirdzniecību (VVPT). Eiropas Parlaments 2006. gada 27. aprīļa rezolūcijā<sup>3</sup> atbalsta UNESCO Konvenciju par kultūras izpausmju daudzveidības aizsardzību un veicināšanu, kurā jo īpaši ir noteikts, ka "kultūras darbībām, precēm un pakalpojumiem ir gan ekonomiska, gan kultūras iedaba, jo tie ir identitātes, vērtību un nozīmes nesēji, un līdz ar to pret tiem nevajag izturēties tikai kā pret tirdzniecības vērtību". UNESCO Konvencija Kopienas vārdā tika apstiprināta ar Padomes 2006. gada 18. maija Lēmumu 2006/515/EK, lai noslēgtu Konvenciju par kultūras izpausmju daudzveidības aizsardzību un veicināšanu<sup>4</sup>. Konvencija stājās spēkā 2007. gada 18. martā. Šajā direktīvā ir ievēroti minētās konvencijas principi.

---

<sup>1</sup> OV C 285 E, 22.11.2006., 126. lpp.

<sup>2</sup> OV C 293 E, 2.12.2006., 155. lpp.

<sup>3</sup> OV C 296 E, 6.12.2006., 104. lpp.

<sup>4</sup> OV L 201, 25.7.2006., 15. lpp.

- (8) Ir būtiski, lai dalībvalstis nodrošinātu aizsardzību pret jebkurām darbībām, kuras varētu traucēt televīzijas raidījumu aprites un tirdzniecības brīvību vai varētu veicināt dominējoša stāvokļa rašanos, kas varētu novest pie plurālisma un televīzijas informācijas brīvības ierobežojumiem vai informācijas nozares brīvības ierobežojumiem kopumā.
- (9) Šī direktīva neierobežo pašreizējo vai turpmāko Savienības aktu saskaņošanu, jo īpaši, lai izpildītu obligātās prasības attiecībā uz patērētāju aizsardzību, godīgu komercdarbību un konkurenci.
- (10) Tradicionālie audiovizuālo mediju pakalpojumi, piemēram, televīzija, un jaunie audiovizuālo mediju pakalpojumi pēc pieprasījuma piedāvā ievērojamas nodarbinātības iespējas Savienībā, jo īpaši mazos un vidējos uzņēmumos, un veicina ekonomikas izaugsmi un ieguldījumus. Paturot prātā līdzvērtīgu konkurences apstākļu un reāla Eiropas audiovizuālo mediju pakalpojumu tirgus nozīmi, būtu jāņem vērā iekšējā tirgus pamatprincipi, piemēram, brīva konkurence un vienlīdzīga attieksme, lai nodrošinātu pārredzamību un prognozējamību audiovizuālo mediju pakalpojumu tirgū un panāktu mazākus šķēršļus ienākšanai tirgū.

- (11) Lai novērstu konkurences traucējumus, uzlabotu juridisko noteiktību, palīdzētu pabeigt iekšējā tirgus izveidi un atvieglinātu vienotas informācijas telpas ieviešanu, vismaz saskaņoto noteikumu pamatnosacījumi ir jāpiemēro visiem audiovizuālo mediju pakalpojumiem – gan televīzijas apraidei (t.i., lineāriem audiovizuālo mediju pakalpojumiem), gan audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma (t.i., nelineāriem audiovizuālo mediju pakalpojumiem).
- (12) Komisija 2003. gada 15. decembrī pieņēma Paziņojumu par Eiropas reglamentējošās audiovizuālās politikas nākotni, kurā tā uzsvēra, ka reglamentējošai politikai šajā nozarē ir jānodrošina noteiktas sabiedrības intereses, piemēram, kultūru daudzveidība, tiesības saņemt informāciju, mediju plurālisms, nepilngadīgo aizsardzība un patērētāju aizsardzība, kā arī darbības, lai veicinātu labāku sabiedrības informētību un mediju lietotājprasmī, gan šobrīd, gan turpmāk.
- (13) Padomes un Padomē sanākušo dalībvalstu valdību pārstāvju 1999. gada 25. janvāra Rezolūcijā par sabiedrisko televīzijas apraidi<sup>1</sup> tika vēlreiz apstiprināts, ka sabiedriskās televīzijas apraides uzdevumu izpildei ir vajadzīgs turpināt izmantot tehnoloģijas progresu. Privāto un valsts audiovizuālo mediju pakalpojumu sniedzēju līdzāspastāvēšana ir īpatnība, kas ir raksturīga Eiropas audiovizuālo mediju pakalpojumu tirgum.

---

<sup>1</sup> OV C 30, 5.2.1999., 1. lpp.

- (14) Lai veicinātu izaugsmi un darbavietu skaita pieaugumu informācijas sabiedrības un mediju nozarēs, Komisija ir pieņēmusi iniciatīvu "i2010: Eiropas informācijas sabiedrība". Tā ir visaptveroša stratēģija, kas paredzēta, lai veicinātu Eiropas satura ražošanu, ciparu ekonomikas attīstību un IKT izmantošanu, pamatojoties uz informācijas sabiedrības pakalpojumu un mediju pakalpojumu, tīklu un ierīču konverģenci, modernizējot un izvēršot ES politikas instrumentus: reglamentējošos instrumentus, pētniecību un sadarbību ar nozari. Komisija pati ir apņēmusies radīt saskanīgu iekšējā tirgus struktūru informācijas sabiedrības pakalpojumiem un mediju pakalpojumiem, modernizējot audiovizuālo pakalpojumu tiesisko regulējumu. Principā i2010 mērķis būs sasniegts, ļaujot nozarei attīstīties, izmantojot tikai vajadzīgo tiesisko regulējumu, kā arī ļaujot attīstīties, ieviest jauninājumus un radīt darbavietas brīvā tirgū mazajiem uzņēmumiem, kas sāk darbību un ir nākotnes labklājības un darbavietu radītāji.

- (15) Eiropas Parlaments 2003. gada 4. septembrī<sup>1</sup>, 2004. gada 22. aprīlī<sup>2</sup> un 2005. gada 6. septembrī<sup>3</sup> pieņēma rezolūcijas, ar ko principā atbalstīja vispārējo pieeju – pamatnoteikumus attiecībā uz visiem audiovizuālo mediju pakalpojumiem un papildu noteikumus attiecībā uz televīzijas apraidi.
- (16) Ar šo direktīvu palielina atbilstību pamattiesībām, un tā pilnībā atbilst principiem, kas atzīti Eiropas Savienības Pamattiesību hartā<sup>4</sup>, jo īpaši tās 11. pantā. Šajā sakarā šī direktīva nekādā veidā nedrīkstētu liegt dalībvalstīm piemērot savus konstitucionālos noteikumus par preses brīvību un vārda brīvību plašsaziņas līdzekļos.

---

<sup>1</sup> Eiropas Parlamenta Rezolūcija par "Televīziju bez robežām" (OV C 76 E, 25.3.2004., 453. lpp.).

<sup>2</sup> Eiropas Parlamenta Rezolūcija par vārda brīvības un informācijas brīvības ierobežošanas risku, it īpaši Itālijā (Pamattiesību hartas 11. panta 2. punkts) (OV C 104 E, 30.4.2004., 1026. lpp.).

<sup>3</sup> Eiropas Parlamenta Rezolūcija par Direktīvas 89/552/EEK ("Televīzija bez robežām"), kā grozīta ar Direktīvu 97/36/EK, 4. un 5. panta piemērošanu no 2001. līdz 2002. gadam (OV C 193 E, 17.8.2006., 117. lpp.).

<sup>4</sup> OV C 364, 18.12.2000., 1. lpp.

- (17) Šai direktīvai nebūtu jāietekmē dalībvalstu pienākumi, kas rodas, piemērojot Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 98/34/EK (1998. gada 22. jūnijs), ar ko nosaka informācijas sniegšanas kārtību tehnisko standartu un noteikumu jomā un Informācijas sabiedrības pakalpojumu noteikumu sfērā<sup>1</sup>. Tādējādi uz plānotiem valstu pasākumiem, kuri piemērojami audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma un ir stingrāki vai sīkāk izstrādāti nekā pasākumi, kas vajadzīgi, lai vienkārši transponētu Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2007/65/EK (2007. gada 11. decembris), ar ko groza Padomes Direktīvu 89/552/EEK par dažu tādu televīzijas raidījumu veidošanas un apraides noteikumu koordinēšanu, kas ietverti dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos<sup>2</sup>, būtu jāattiecinā procedūras pienākumi, kas noteikti Direktīvas 98/34/EK 8. pantā.
- (18) Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2002/21/EK (2002. gada 7. marts) par kopējiem reglamentējošiem noteikumiem attiecībā uz elektronisko komunikāciju tīkliem un pakalpojumiem (Pamaddirektīva)<sup>3</sup> saskaņā ar tās 1. panta 3. punktu neierobežo Savienības vai valsts līmenī veiktos pasākumus, lai ievērotu vispārējās intereses mērķus, jo īpaši attiecībā uz satura reglamentēšanu un audiovizuālo politiku.

---

<sup>1</sup> OV L 204, 21.7.1998., 37. lpp.

<sup>2</sup> OV L 332, 18.12.2007., 27. lpp.

<sup>3</sup> OV L 108, 24.4.2002., 33. lpp.

- (19) Šī direktīva neietekmē dalībvalstu un to iestāžu atbildību par organizatoriskiem pasākumiem — tostarp licencēšanas, administratīvu atļauju vai nodokļu sistēmu — finansēšanu un raidījumu saturu. Tādējādi paliek neskarta dalībvalstu neatkarība Savienības kultūras attīstībā un kultūras daudzveidības saglabāšanā.
- (20) Nevienā no šīs direktīvas noteikumiem nedrīkstētu būt prasība vai aicinājums dalībvalstīm noteikt jaunas licencēšanas vai administratīvo atļauju sistēmas jebkādam audiovizuālo mediju pakalpojumu veidam.

- (21) Šajā direktīvā audiovizuālo mediju pakalpojumu definīcijai būtu jāattiecas tikai uz audiovizuālo mediju pakalpojumiem – televīzijas apraidi vai pakalpojumiem pēc pieprasījuma – kuri ir plašsaziņas līdzekļi, tas ir, kuri ir domāti, lai tos saņemtu plašākas sabiedrības nozīmīga daļa un kam tādējādi var būt skaidri izteikta ietekme uz to. Tās darbības jomai būtu jāietver tikai pakalpojumi, kā tie definēti Līgumā par Eiropas Savienības darbību, un tādējādi būtu jāietver jebkurš saimnieciskās darbības veids, tostarp sabiedrisko pakalpojumu uzņēmumi, bet nebūtu jāietver darbības, kas nav galvenokārt saistītas ar ekonomiku un kas nekonkurē ar televīzijas apraidi, piemēram, privātas tīmekļa vietnes un pakalpojumi, ar kuriem nodrošina tāda privātu lietotāju radīta audiovizuāla satura izplatīšanu, kurš radīts ar mērķi dalīties un mainīties ar to interešu grupās.

- (22) Šajā direktīvā audiovizuālo mediju pakalpojumu definīcijai būtu jāattiecas tikai uz tiem plašsaziņas līdzekļiem, kuri veic uzdevumu informēt, izklaidēt un izglītēt plašu sabiedrību, un tai būtu jāietver audiovizuāli komercpaziņojumi, bet nebūtu jāietver jebkāda veida privāta korespondence, piemēram, elektroniskais pasts, kas nosūtīts ierobežotam saņēmēju skaitam. Šai definīcijai nebūtu jāattiecas uz visiem tādiem pakalpojumiem, kuru pamatmērķis nav raidījumu izplatīšana, t.i., ja jebkura veida audiovizuāla satura klātbūtne pakalpojumā ir tikai nejauša un nav saistīta ar pakalpojuma galveno mērķi. Kā piemēru var minēt tīmekļa vietnes, kurās audiovizuāli elementi atrodas vienīgi kā papildinoši elementi, piemēram, animēti grafiskie elementi, īsa reklāma vai informācija saistībā ar produktu vai pakalpojumu, kas nav audiovizuāls. Šo iemeslu dēļ direktīvas darbības jomai nebūtu jāietver azartspēles, kas saistītas ar naudas likmēm, tostarp izlozes, derības un citi azartspēļu pakalpojumu veidi, kā arī tiešsaistes spēles un meklētājprogrammas, bet ne apraide, kas veltīta azartspēlēm.

- (23) Šajā direktīvā terminam "audiovizuāls" būtu jāattiecas uz kustīgiem attēliem ar skaņu vai bez tās, tādējādi ietverot mēmās filmas, bet neaptverot skaņas pārraidi vai radio pakalpojumus. Lai arī galvenais audiovizuālo mediju pakalpojumu mērķis ir sniegt raidījumus, šādu pakalpojumu definīcija būtu jāpiemēro arī uz tekstu balstītam saturam, ko sniedz kopā ar šādiem raidījumiem, piemēram, subtitru pakalpojumi un elektroniski raidījumu apraksti. Atsevišķiem uz tekstu balstītiem pakalpojumiem nevajadzētu būt šīs direktīvas darbības jomā, un tas nedrīkstētu iespaidot dalībvalstu tiesības reglamentēt šādus pakalpojumus valsts mērogā saskaņā ar Līgumu par Eiropas Savienības darbību.
- (24) Audiovizuālo mediju pakalpojumu pēc pieprasījuma īpatnība ir tā, ka tie ir "līdzīgi televīzijai", t.i., tie konkurē attiecībā uz tā paša skatītāju loka iegūšanu kā televīzijas apraide, un to būtība un to piekļuves līdzekļi lietotāju vedina loģiski paļauties, ka ir pieejama regulatīva aizsardzība, kas pastāv šīs direktīvas darbības jomā. Ņemot to vērā un lai novērstu nevienlīdzību attiecībā uz aprites brīvību un konkurenci, raidījuma jēdziens būtu jāsaprot dinamiski, ņemot vērā attīstību televīzijas apraidē.

- (25) Redakcionālās atbildības jēdziens ir būtisks, lai noteiktu mediju pakalpojumu sniedzēja nozīmi un tādējādi definētu audiovizuālo mediju pakalpojumus. Pieņemot pasākumus šīs direktīvas īstenošanai, dalībvalstis var sīkāk precizēt redakcionālās atbildības definīcijas aspektus, jo īpaši jēdzienu "efektīva kontrole". Šai direktīvai nebūtu jāskar izņēmumi no atbildības, kas noteikti Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2000/31/EK (2000. gada 8. jūnijs) par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko tirdzniecību)<sup>1</sup>.
- (26) Šajā direktīvā mediju pakalpojumu sniedzēja definīcijai nebūtu jāattiecas uz fiziskām un juridiskām personām, kas vienīgi pārraida raidījumus, par kuriem redakcionālā atbildība ir kādas trešās personas kompetencē.

---

<sup>1</sup> OV L 178, 17.7.2000., 1. lpp.

- (27) Televīzijas apraide pašreiz ietver jo īpaši analoģo un ciparu televīziju, tiešraidī, tīmekļapraidi un cikliski atkārtojamu raidījumu televīziju, savukārt audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma ir pieskaitāms, piemēram, video pēc pieprasījuma. Visumā attiecībā uz televīzijas apraidi vai tiem televīzijas raidījumiem, ko tas pats mediju pakalpojumu sniedzējs piedāvā kā audiovizuālo mediju pakalpojumus pēc pieprasījuma, būtu jāuzskata, ka šīs direktīvas prasības ir ievērotas, izpildot prasības, kas piemērojamas televīzijas apraidei, t.i., lineārai pārraidei. Tomēr, ja paralēli piedāvā dažāda veida pakalpojumus, bet tie ir skaidri nodalīti pakalpojumi, šī direktīva būtu jāpiemēro katram attiecīgajam pakalpojumam.
- (28) Šīs direktīvas darbības jomai nebūtu jāattiecas uz laikrakstu un žurnālu elektroniskām versijām.
- (29) Visām audiovizuālo mediju pakalpojuma iezīmēm, kā noteikts tā definīcijā un izskaidrots 20. līdz 27. apsvērumā, būtu jāpastāv vienlaikus.

- (30) Televīzijas apraides kontekstā vienlaicīgas skatīšanas jēdzienam būtu jāattiecas arī uz gandrīz vienlaicīgu skatīšanu, jo pastāv variācijas dēļ īsas kavēšanās starp apraides pārraidīšanu un uztveršanu sakarā ar tehniskiem iemesliem, kas saistīti ar pārraidīšanas procesu.
- (31) Šajā direktīvā būtu jānosaka plašāka audiovizuāla komercpaziņojuma definīcija, kurai tomēr nebūtu jāietver sabiedriskas nozīmes sludinājumi un aicinājumi uz labdarību, kurus apraidē iekļauj bez maksas.
- (32) Šajā direktīvā "Eiropas darbi" būtu definējami, neierobežojot dalībvalstu iespējas precīzāk definēt mediju pakalpojumu sniedzējus, kas atrodas to jurisdikcijā atbilstoši Savienības tiesību aktiem, un ņemot vērā šīs direktīvas mērķus.

- (33) Izcelsmes valsts princips būtu jāuzskata par šīs direktīvas galveno elementu, jo tas ir būtisks iekšējā tirgus radīšanai. Šis princips būtu jāpiemēro visiem audiovizuālo mediju pakalpojumiem, lai nodrošinātu juridisko noteiktību mediju pakalpojumu sniedzējiem kā svarīgu pamatu jauniem uzņēmējdarbības modeļiem un šādu pakalpojumu izvēršanai. Tas ir arī būtiski, lai nodrošinātu brīvu informācijas un audiovizuālo raidījumu plūsmu iekšējā tirgū.
- (34) Lai veicinātu spēcīgu, konkurētspējīgu un integrētu Eiropas audiovizuālo nozari un visā Savienībā palielinātu mediju plurālismu, audiovizuālo mediju pakalpojumu sniedzējam vajadzētu būt tikai vienas dalībvalsts jurisdikcijā, un informācijas plurālismam vajadzētu būt Savienības pamatprincipam.

- (35) Praktisku kritēriju kopuma pieņemšana ir izstrādāta, lai ar vispusīgu procedūru noteiktu, ka mediju pakalpojumu sniedzējs ir tikai vienas dalībvalsts jurisdikcijā sakarā ar pakalpojumiem, uz ko attiecas šī direktīva. Tomēr, ņemot vērā Eiropas Savienības Tiesas judikatūru un lai izvairītos no gadījumiem, kad raidorganizācija neatrodas nevienas dalībvalsts jurisdikcijā, būtu jāatsaucas uz uzņēmējdarbības veikšanas kritēriju Līguma par Eiropas Savienības darbību 49. līdz 55. panta nozīmē kā uz izšķirošo kritēriju dalībvalsts jurisdikcijas noteikšanā.
- (36) Prasība, ka izcelsmes valstij būtu jāpārbauda apraides atbilstība valsts tiesību aktiem, kā norādīts šajā direktīvā, saskaņā ar Savienības tiesību aktiem ir pietiekama, lai nodrošinātu apraides brīvu apriti bez otrreizējas pārbaudes šajā pašā sakarā uztvērējās dalībvalstīs. Tomēr izņēmuma kārtā un ar īpašiem nosacījumiem uztvērējas dalībvalstis var uz laiku pārtraukt televīzijas apraides retranslāciju.

- (37) Attiecībā uz audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma to brīvas sniegšanas ierobežojumus vajadzētu būt iespējams ieviest tikai saskaņā ar nosacījumiem un procedūrām, kas ir līdzīgas tiem nosacījumiem un procedūrām, kuras paredzētas Direktīvas 2000/31/EK 3. panta 4., 5. un 6. punktā.
- (38) Tehnoloģiju attīstība, jo īpaši attiecībā uz ciparu satelītu raidījumiem, nozīmē, ka būtu jāpielāgo papildu kritēriji, lai nodrošinātu piemērotu regulējumu un tā efektīvu īstenošanu, kā arī lai piešķirtu iesaistītajām personām faktiskas tiesības noteikt audiovizuālā mediju pakalpojuma saturu.

- (39) Ņemot vērā to, ka šī direktīva attiecas uz plašai sabiedrībai piedāvājamiem pakalpojumiem Savienībā, tā būtu jāpiemēro tikai tiem audiovizuālo mediju pakalpojumiem, kurus plaša sabiedrība var uztvert tieši vai netieši vienā vai vairākās dalībvalstīs ar standarta galaiekārtām. "Standarta galaiekārtu" definēšana būtu jāatstāj valstu kompetento iestāžu ziņā.
- (40) Līguma par Eiropas Savienības darbību 49. līdz 55. pantā ir noteiktas pamattiesības brīvi veikt uzņēmējdarbību. Tādēļ mediju pakalpojumu sniedzējiem kopumā būtu jāvar brīvi izvēlēties dalībvalsti, kurā tie vēlas veikt uzņēmējdarbību. Tiesa turklāt ir uzsvērusi, ka "Līgums neaizliedz uzņēmumam brīvi sniegt pakalpojumus, ja tas nepiedāvā pakalpojumus dalībvalstī, kurā tas veic uzņēmējdarbību"<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Lieta C-56/96 *VT4 Ltd. pret Vlaamse Gemeenschap* [1997] *Rec.* I-3143. lpp., 22. punkts; lieta C-212/97 *Centros pret Erhvervs-og Selskabsstyrelsen* [1999] *Rec.* I-1459. lpp.; skatīt arī: lieta C-11/95 *Komisija pret Beļģiju* [1996] *Rec.* I-4115. lpp. un lieta C-14/96 *Paul Denuit* [1997] *Rec.* I-2785. lpp.

(41) Dalībvalstīm būtu jāspēj piemērot sīkāk izstrādātus un stingrākus noteikumus šīs direktīvas koordinētajās jomās attiecībā uz to jurisdikcijā esošiem mediju pakalpojumu sniedzējiem, vienlaikus nodrošinot, ka šie noteikumi atbilst Savienības tiesību aktu vispārējiem principiem. Lai regulētu tādas situācijas, kad raidorganizācija, kas atrodas vienas dalībvalsts jurisdikcijā, veic televīzijas apraidi, kas pilnībā vai galvenokārt ir vērsta uz citas dalībvalsts teritoriju, piemērots risinājums, kurā ņemtas vērā dalībvalstu bažas, neapšaubot izcelsmes valsts principa atbilstīgu piemērošanu, būtu izvirzīt prasību dalībvalstīm sadarboties un – noteikumu pārkāpšanas gadījumā – veikt Tiesas judikatūras<sup>1</sup> kodifikāciju apvienojumā ar efektīvāku procedūru. Jēdzienu "noteikumi vispārēju sabiedrības interešu jomā" ir attīstījusi Tiesa savā judikatūrā saistībā ar EK līguma 43. un 49. pantu (tagad Līguma par Eiropas Savienības darbību 49. un 56. pants), un šis jēdziens aptver, cita starpā, patērētāju aizsardzības, nepilngadīgo aizsardzības un kultūras politikas normas. Dalībvalstij, kas lūdz sadarboties, būtu jānodrošina tas, ka attiecīgie sīkāk izstrādātie valsts noteikumi ir objektīvi nepieciešami un ka tos piemēro nediskriminējoši un samērīgi.

---

<sup>1</sup> Lieta C-212/97 *Centros pret Erhvervs-og Selskabsstyrelsen*, minēta iepriekš; lieta 33/74 *Van Binsbergen pret Bestuur van de Bedrijfsvereniging* [1974] *Rec.* 1299. lpp.; lieta C-23/93 *TV 10 SA pret Commissariaat voor de Media* [1994] *Rec.* I-4795. lpp., 21. punkts.

- (42) Dalībvalsts var - katrā gadījumā atsevišķi izvērtējot, vai apraide, ko veic mediju pakalpojumu sniedzējs, kurš veic uzņēmējdarbību citā dalībvalstī, pilnībā vai galvenokārt vērš savu darbību uz pirmās minētās dalībvalsts teritoriju - atsaukties uz tādiem rādītājiem kā televīzijas reklāmas izcelsme un/vai ienākumu izcelsme no abonēšanas maksas, galvenā pakalpojuma valoda vai raidījumu vai komercpaziņojumu izmantošana, kas īpaši paredzēti tās dalībvalsts auditorijai, kurā tie tiek saņemti.
- (43) Saskaņā ar šo direktīvu neatkarīgi no izcelsmes valsts principa piemērošanas dalībvalstis var turpināt piemērot pasākumus, kas ierobežo televīzijas apraides brīvu apriti, bet tikai saskaņā ar nosacījumiem, kas paredzēti šajā direktīvā, un saskaņā ar tajā noteikto procedūru. Tomēr Tiesa ir konsekventi uzsvērusi, ka jebkurš ierobežojums brīvi sniegt pakalpojumus, piemēram, jebkura atkāpe no Līguma pamatprincipa, ir jāinterpretē ierobežojoši<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Lieta C-355/98 *Komisija pret Beļģiju*, [2000] *Rec.* I-1221. lpp., 28. punkts; lieta C-348/96 *Calfa*, [1999] *Rec.* I-11. lpp., 23. punkts.

- (44) Komisija savā Paziņojumā Eiropas Parlamentam un Padomei par labāku regulējumu izaugsmei un darbavietām Eiropas Savienībā uzsvēra piemērotas reglamentējošās pieejas rūpīgas analīzes nepieciešamību, jo īpaši lai noteiktu, vai tiesību akti ir lietderīgi attiecīgajā nozarē un problēmas risināšanā, vai arī ir jāņem vērā tādas alternatīvas kā kopregulējums vai pašregulējums. Turklāt pieredze rāda, ka gan kopregulēšanas, gan pašregulēšanas instrumentiem, kas īstenoti saskaņā ar dalībvalstu dažādajām tiesību tradīcijām, var būt svarīga nozīme, nodrošinot patērētāju augsta līmeņa aizsardzību. Pasākumi, kuru mērķis ir īstenot sabiedrības intereses jauno audiovizuālo mediju pakalpojumu nozarē, ir efektīvāki, ja tos veic ar pašu pakalpojumu sniedzēju aktīvu atbalstu. Tā pašregulējums ir brīvprātīgas iniciatīvas veids, kas uzņēmējiem, sociālajiem partneriem, nevalstiskām organizācijām vai apvienībām dod iespēju savām vajadzībām pašiem pieņemt kopējas pamatnostādnes.

Dalībvalstīm saskaņā ar to atšķirīgajām tiesību tradīcijām būtu jāatzīst loma, kas var būt efektīvam pašregulējumam, papildinot tiesību aktus un esošos juridiskos un/vai administratīvos mehānismus, un tā noderīgo ieguldījumu šīs direktīvas mērķu sasniegšanā. Tomēr, kaut arī pašregulējums varētu būt papildu metode, lai īstenotu dažus šīs direktīvas noteikumus, tai tomēr nebūtu pilnībā jāaizstāj dalībvalstu likumdevēju pienākumi. Kopregulēšana tās minimālajā veidā rada juridisko saikni starp pašregulēšanu un valsts likumdevēju saskaņā ar dalībvalstu tiesību tradīcijām. Kopregulēšanai būtu jāatļauj iespēja valstīm iejaukties tādā gadījumā, ja tās mērķi netiek sasniegti. Neskarot dalībvalstu oficiālos pienākumus attiecībā uz transponēšanu, šī direktīva sekmē kopregulēšanas un pašregulēšanas lietošanu. Tas nedrīkstētu uzlikt dalībvalstīm pienākumu izveidot kopregulēšanas un/vai pašregulēšanas režīmus, nedz arī kavēt vai apdraudēt pašreizējās kopregulēšanas vai pašregulēšanas iniciatīvas, kas jau ir izveidotas dalībvalstīs un darbojas efektīvi.

- (45) Ņemot vērā audiovizuālo mediju pakalpojumu īpašo būtību, jo īpaši šo pakalpojumu ietekmi uz personu uzskatu veidošanu, lietotājiem ir būtiski precīzi zināt, kurš ir atbildīgs par šo pakalpojumu saturu. Tādēļ ir svarīgi, lai dalībvalstis nodrošinātu, ka lietotājiem jebkurā laikā ir vienkārša un tieša piekļuve informācijai par mediju pakalpojumu sniedzēju. Katras dalībvalsts kompetencē ir lemt par praktiskiem aspektiem attiecībā uz to, kā var sasniegt šo mērķi, neskarot nevienu citu Savienības tiesību aktu attiecīgos noteikumus.
- (46) Tiesības personām ar īpašām vajadzībām un gados veciem cilvēkiem piedalīties un integrēties Savienības sociālajā un kultūras dzīvē ir nedalāmi saistītas ar pieejamu audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšanu. Veidi, kā nodrošināt pieejamību, ietver žestu valodu, subtitrus, akustiskus aprakstus un viegli saprotamu izvēlnes vadību bet šis saraksts nav visaptverošs.

(47) "Mediju lietotājprasmē" attiecas uz iemaņām, zināšanām un izpratni, kas patērētājam ļauj plašsaziņas līdzekļus izmantot efektīvi un droši. Cilvēki ar mediju lietotājprasmi spēj izdarīt pamatotu izvēli, izprast satura un pakalpojumu būtību un izmantot visu iespēju klāstu, ko piedāvā jaunās komunikāciju tehnoloģijas. Tādi cilvēki var labāk aizsargāt sevi un savas ģimenes no kaitīga vai aizvainojoša satura. Tādēļ būtu jāveicina mediju lietotājprasmē visos sabiedrības slāņos un cieši jāseko progresam šajā jomā. Eiropas Parlamenta un Padomes Ieteikums (2006. gada 20. decembris) par nepilngadīgo personu un cilvēka cieņas aizsardzību un par tiesībām uz atbildi saistībā ar Eiropas audiovizuālo un tiešsaistes informācijas pakalpojumu nozares konkurētspēju<sup>1</sup> jau satur vairākus iespējamus pasākumus, ar ko veicināt mediju lietotājprasmi, piemēram, skolotāju un izglītības personāla nepārtraukta izglītošana, īpaša apmācība interneta jomā, kas paredzēta bērniem no maza vecuma, tostarp stundas, kurās var piedalīties vecāki, vai arī iedzīvotājiem paredzētas valsts mēroga kampaņas, iesaistot visus komunikāciju plašsaziņas līdzekļus, lai sniegtu informāciju par to, kā atbildīgi izmantot internetu.

---

<sup>1</sup> OV L 378, 27.12.2006., 72. lpp.

- (48) Televīzijas apraides tiesības attiecībā uz pasākumiem, kas izraisa lielu sabiedrības ieinteresētību, raidorganizācijas var iegūt ekskluzīvi. Tomēr ir svarīgi veicināt plurālismu ar ziņu raidījumu veidošanu un raidījumu dažādību visā Savienībā un ievērot principus, kas atzīti Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 11. pantā.
- (49) Ir būtiski, lai dalībvalstis varētu veikt pasākumus tiesību uz informāciju aizsardzībai un nodrošināt auditorijai plašas iespējas redzēt tādu sabiedrībai svarīgu valsts vai starptautiska mēroga notikumus kā Olimpiskās spēles, Pasaules kausa izcīņu futbolā un Eiropas futbola čempionāta televīzijas reportāžas. Šajā nozīmē dalībvalstīm saskaņā ar Savienības tiesību aktiem ir tiesības veikt pasākumus, lai panāktu, ka viņu jurisdikcijā esošajām raidorganizācijām ir ekskluzīvas apraides tiesības attiecībā uz šādiem notikumiem.
- (50) Savienības sistēmā ir jāveic pasākumi, lai izvairītos no iespējamās juridiskās nenoteiktības un tirgus traucējumiem un lai saskaņotu televīzijas pakalpojumu brīvu apriti nolūkā novērst iespēju apiet valsts veiktos pasākumus vispārējo likumīgo interešu aizsardzībai.

- (51) Jo īpaši ir lietderīgi paredzēt noteikumus attiecībā uz raidorganizāciju veiktu tādu ekskluzīvu apraides tiesību izmantošanu, kuras tās varētu būt nopirkušas attiecībā uz pasākumiem, ko par īpaši svarīgiem uzskata sabiedrība citā dalībvalstī, nevis tajā, kuras jurisdikcijā ir raidorganizācija. Lai izvairītos no spekulatīvas tiesību pirkšanas nolūkā apiet valsts pasākumus, šie noteikumi jāpiemēro attiecībā uz līgumiem, ko noslēdz pēc Direktīvas 97/36/EK publicēšanas un attiecībā uz notikumiem pēc īstenošanas dienas. Atjaunojot līgumus, kas ir parakstīti pirms minētas direktīvas publicēšanas, tos uzskata par jauniem līgumiem.
- (52) Šīs direktīvas nolūkā sabiedrībai nozīmīgi notikumi atbilst noteiktiem kritērijiem, t.i., tie ir ievērojami notikumi, kas interesē plašu sabiedrību Savienībā vai attiecīgajā dalībvalstī, vai arī tie ir valstiski svarīgi attiecīgajā dalībvalstī, un tos iepriekš organizē pasākuma organizētājs, kuram ir likumīgas tiesības pārdot tiesības attiecībā uz šādiem notikumiem.

- (53) Šajā direktīvā "brīva televīzija" nozīmē raidījumu apraidi sabiedriskajā kanālā vai komerckanālā, kuri sabiedrībai pieejami bez maksas papildus katrā dalībvalstī visplašāk izplatītajiem apraides finansēšanas modeļiem (piemēram, licences maksa un/vai pamata abonēšanas maksa attiecībā uz kabeļtelevīziju).
- (54) Dalībvalstis var brīvi veikt pasākumus, ko tās uzskata par piemērotiem attiecībā uz audiovizuālo mediju pakalpojumiem, kurus raida no trešām valstīm un kuri neatbilst 2. pantā paredzētajiem nosacījumiem, ja tie atbilst Savienības tiesību aktiem un Savienības starptautiskajām saistībām.

(55) Lai garantētu pamatbrīvību saņemt informāciju un lai nodrošinātu, ka Savienībā pilnīgi un pienācīgi tiek aizsargātas skatītāju intereses, tiem, kas izmanto ekskluzīvas televīzijas apraides tiesības attiecībā uz pasākumiem, kuri izraisa lielu sabiedrības ieinteresētību, būtu jāpiešķir citām raidorganizācijām tiesības izmantot īsus izvilkumus vispārīgos ziņu raidījumos ar taisnīgiem, saprātīgiem un nediskriminējošiem nosacījumiem, ņemot vērā ekskluzīvās tiesības. Šādi nosacījumi būtu jāpaziņo laikus pirms pasākuma, kas izraisa lielu sabiedrības ieinteresētību, lai dotu pārējiem pietiekami daudz laika izmantot šādas tiesības. Raidorganizācijai būtu jāspēj izmantot šādas tiesības ar starpnieka palīdzību, kurš darbojas īpaši tās interesēs, izmantojot šo iespēju atbilstīgi konkrētam gadījumam. Šādus īsus izvilkumus varētu izmantot jebkurš kanāls, tostarp sporta kanāli, lai veiktu apraidi visā ES, un tiem nevajadzētu pārsniegt 90 sekundes. Piekļuves tiesības īsiem izvilkumiem būtu jāpiemēro pārrobežu kārtā tikai tad, ja tas ir nepieciešams. Tādēļ raidorganizācijai vispirms būtu jāmēģina iegūt piekļuvi no raidorganizācijas, kura veic uzņēmējdarbību tajā pašā dalībvalstī un kurai ir ekskluzīvas tiesības attiecībā uz konkrēto pasākumu.

Vispārēju ziņu raidījuma jēdzienam nebūtu jāattiecas uz īsu izvilkumu kompilāciju izmantojumu raidījumos, kas veltīti izklaidei. Izcelsmes valsts princips būtu jāpiemēro gan īsu izvilkumu piekļuvei, gan pārraidei. Pārrobežu situācijā tas nozīmē, ka secīgi būtu jāpiemēro dažādi tiesību akti. Pirmkārt, attiecībā uz piekļuvi īsiem izvilkumiem būtu jāpiemēro tās dalībvalsts tiesību akti, kurā veic uzņēmējdarbību raidorganizācija, kas nodrošina sākotnējo signālu (t.i., sniedz piekļuvi). Tā parasti ir dalībvalsts, kurā notiek attiecīgais pasākums. Ja dalībvalsts ir izveidojusi līdzvērtīgu piekļuves sistēmu attiecīgajam pasākumam, šīs dalībvalsts tiesību akti būtu jāpiemēro jebkurā gadījumā. Otrkārt, īsu izvilkumu apraides gadījumā būtu jāpiemēro tās dalībvalsts tiesību akti, kurā veic uzņēmējdarbību raidorganizācija, kas pārraida īsos izvilkumus.

- (56) Šīs direktīvas prasībām attiecībā uz piekļuvi pasākumiem, kas izraisa lielu sabiedrības ieinteresētību, īsu ziņu reportāžu nolūkā nebūtu jāskar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2001/29/EK (2001. gada 22. maijs) par dažu autortiesību un blakustiesību aspektu saskaņošanu informācijas sabiedrībā<sup>1</sup> un atbilstīgās starptautiskās konvencijas autortiesību un blakustiesību jomā. Dalībvalstīm būtu jāveicina piekļuve pasākumiem, kas izraisa lielu sabiedrības ieinteresētību, piešķirot piekļuvi raidorganizācijas signālam šīs direktīvas nozīmē. Tomēr tās var izvēlēties citus līdzvērtīgus līdzekļus šīs direktīvas nozīmē. Šāds līdzeklis ietver, cita starpā, piekļuves piešķiršanu minēto notikumu norises vietai pirms atļaujas piešķiršanas piekļūt signālam. Raidorganizācijām nevajadzētu liegt noslēgt sīkāk izstrādātus līgumus.
- (57) Būtu jānodrošina, ka mediju pakalpojumu sniedzēju prakse tiešraides ziņu raidījumus pēc tiešraides piedāvāt formātā pēc pieprasījuma, ir iespējama, neveidojot individuālu raidījumu, kurā izlaisti īsi izvilkumi. Šai iespējai vajadzētu būt pieejamai vienīgi attiecībā uz identisku televīzijas apraides raidījumu piegādi pēc pieprasījuma, ko veic tas pats mediju pakalpojumu sniedzējs, tāpēc šo iespēju nevar izmantot, lai pakalpojumu pēc pieprasījuma jomā veidotu jaunus uzņēmējdarbības modeļus, kuru pamatā ir īsi izvilkumi.

---

<sup>1</sup> OV L 167, 22.6.2001., 10. lpp.

- (58) Audiovizuālo mediju pakalpojumi pēc pieprasījuma atšķiras no televīzijas apraides ar to, kādas ir lietotāja izvēles un kontroles iespējas un kā šie pakalpojumi ietekmē sabiedrību<sup>1</sup>. Ar to ir attaisnojama mazāk stingra regulējuma piemērošana audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma, uz kuriem attiecas tikai šīs direktīvas pamatnoteikumi.
- (59) Likumdevējus, mediju nozari un vecākus uztrauc kaitīga satura pieejamība audiovizuālo mediju pakalpojumos. Būs arī jaunas problēmas, jo īpaši saistībā ar jauniem raidījumiem un jauniem produktiem. Tādēļ ir nepieciešami noteikumi, lai aizsargātu nepilngadīgo fizisko, garīgo un morālo attīstību, kā arī cilvēka cieņu visos audiovizuālo mediju pakalpojumos, tostarp audiovizuālos komercpaziņojumos.

---

<sup>1</sup> Lieta C-89/04 *Mediakabel BV* pret *Commissariaat voor de Media* [2005] *Rec.* I-4891. lpp.

- (60) Nepilngadīgo fiziskās, garīgās un morālās attīstības un cilvēka cieņas aizsardzībai veiktie pasākumi būtu rūpīgi jāaskaņo ar vārda brīvības pamattiesību, kas noteikta Eiropas Savienības Pamattiesību hartā. Šo pasākumu, piemēram, personiskās identifikācijas numuru (PIN kodu), filtrēšanas sistēmu vai marķēšanas, izmantošanas mērķim vajadzētu būt tādām, lai nodrošinātu atbilstīgu nepilngadīgo fiziskās, garīgās un morālās attīstības aizsardzības un cilvēka cieņas aizsardzības līmeni, jo īpaši attiecībā uz audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma. Ieteikumā par nepilngadīgo personu un cilvēka cieņas aizsardzību un par tiesībām uz atbildi jau ir atzīta filtrēšanas sistēmu un marķēšanas nozīme, un tajā ir ietverti vairāki pasākumi iespējamajām darbībām nepilngadīgo labā, piemēram, lietotāju sistemātiska nodrošināšana ar efektīvu, atjaunojamu un vienkārši lietojamu filtrēšanas sistēmu brīdī, kad tie abonē pakalpojumus pie piekļuves sniedzēja vai abonē pakalpojumus, kuri jo īpaši ir paredzēti bērniem un kurus uztverot darbojas automātiska filtrēšanas sistēma.
- (61) Uz mediju pakalpojumu sniedzējiem, kas atrodas dalībvalstu jurisdikcijā, jebkurā gadījumā būtu jāattiecas aizliegumam izplatīt bērnu pornogrāfiju saskaņā ar Padomes Pamatlēmumu 2004/68/TI (2003. gada 22. decembris) par bērnu seksuālas izmantošanas un bērnu pornogrāfijas apkarošanu<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> OV L 13, 20.1.2004., 44. lpp.

- (62) Nevienā no šīs direktīvas noteikumiem, kas attiecas uz nepilngadīgo fiziskās, garīgās un morālās attīstības un cilvēka cieņas aizsardzību, nav noteikti pieprasīti, lai minēto interešu aizsardzības pasākumus īstenotu, publiskām iestādēm veicot audiovizuālo mediju pakalpojumu iepriekšēju pārbaudi.
- (63) Ir vajadzīga koordinēšana, lai personām un radošajām apvienībām, kas veido kultūras raidījumus, atvieglotu darbības sākšanu un veikšanu.
- (64) Noteikumu minimums visai Savienības sabiedriskās vai privātās televīzijas apraidei attiecībā uz Eiropas audiovizuālajiem darbiem ir bijis līdzeklis, kā veicināt ražošanu, neatkarīgu ražošanu un izplatīšanu iepriekšminētajās nozarēs, un tas papildina citus instrumentus, kuri jau ir ierosināti vai vēl tiks ierosināti šā paša mērķa sasniegšanai.

(65) Tāpēc dalībvalstīs jāveicina pietiekami plaša televīzijas ražojumu tirgus izveide, lai atgūtu vajadzīgos ieguldījumus, ne vien ieviešot kopējus noteikumus, kas padarītu pieejamus valstu tirgus, bet, ja vien ir iespējams un ar atbilstošiem līdzekļiem īstenojams, arī plānojot, ka Eiropā veidoti raidījumi būs visu dalībvalstu televīzijas apraides lielākā daļa. Lai būtu iespējams sekot tam, kā tiek ieviesti šie noteikumi un īstenoti mērķi, dalībvalstīm būtu Komisijai jāsniedz ziņojums par šajā direktīvā paredzēto raidlaiku Eiropas darbiem un neatkarīgajiem ražojumiem. Aprēķinot šīs proporcijas, būtu jāņem vērā Grieķijas un Portugāles īpašais stāvoklis. Komisijai būtu jāinformē citas dalībvalstis par iesniegtajiem ziņojumiem, vajadzības gadījumā tos papildinot ar atzinumu par pirmapraides īpatsvaru visā raidījumu programmā, jo īpaši salīdzinājumā ar iepriekšējos gados sasniegto, televīzijas raidorganizāciju īpašo stāvokli un konkrēto situāciju valstīs ar zemu audiovizuālās ražošanas jaudu vai ierobežotu valodas lietošanas areālu.

- (66) Saskaņā ar Savienības tiesību aktiem ir svarīgi meklēt pienācīgus līdzekļus un kārtību, lai sekmētu šo mērķu īstenošanu nolūkā veikt tādus pasākumus, kas veicinātu Eiropas audiovizuālo darbu ražošanu un attīstību, jo īpaši valstīs ar zemu ražošanas jaudu vai ierobežotu valodas lietošanas areālu.
- (67) Eiropas darbu proporcijas ir jāsasniedz, ņemot vērā ekonomisko situāciju. Tādēļ šā mērķa sasniegšanai ir vajadzīga progresīva sistēma.

- (68) Saistības, ja iespējams tādas uzņemties, daļu apraides atvēlēt no raidorganizācijām neatkarīgu producentu raidījumiem veicinātu jaunu televīzijas raidījumu avotus, jo īpaši mazo un vidējo uzņēmumu veidošanos. Tas pavērtu jaunas iespējas un noieta tirgus radošiem talantiem ar kultūru saistītās profesijās un kultūras jomā nodarbinātajiem.
- (69) Audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma ir potenciāls daļēji aizstāt televīzijas apraidi. Attiecīgi, ja iespējams, tiem būtu jāveicina Eiropas darbu veidošana un izplatīšana, tādējādi aktīvi veicinot kultūras daudzveidību. Šādu atbalstu Eiropas darbiem varētu nodrošināt, piemēram, ar minēto pakalpojumu sniedzēju finansiālu ieguldījumu Eiropas darbu ražošanā un tiesību iegūšanā, video pēc pieprasījuma pakalpojumu katalogos rezervējot minimālo daļu Eiropas darbiem vai pievilcīgi attēlojot Eiropas darbus elektroniskajos raidījumu aprakstos. Ir svarīgi regulāri pārbaudīt, kā audiovizuālo mediju pakalpojumos piemēro noteikumus attiecībā uz Eiropas darbu veicināšanu. Turklāt šajā direktīvā paredzētajos ziņojumos dalībvalstīm būtu jo īpaši jāņem vērā arī šādu pakalpojumu sniedzēju finansiālais ieguldījums Eiropas darbu ražošanā un tiesību iegūšanā, Eiropas darbu daļu audiovizuālo mediju pakalpojumu katalogā, kā arī tas, kā lietotāji faktiski izmanto šādu pakalpojumu sniedzēju piedāvātos Eiropas darbus.

- (70) Īstenojot 16. pantu , dalībvalstīm būtu jāveicina tas, lai raidorganizācijas iekļautu atbilstīgu daļu Eiropas kopražojuma darbu vai Eiropas darbu, kuru izcelsme nav vietēja.
- (71) Definējot "no raidorganizācijām neatkarīgus producentus", kā minēts 17. pantā, dalībvalstīm vajadzētu atbilstīgi ņemt vērā tādus kritērijus kā īpašumtiesības ražotājfirmā un to raidījumu apjoms, kas sniegti vienai un tai pašai raidorganizācijai, kā arī sekundāro tiesību īpašumtiesības.

- (72) Uz kanāliem, kas apraidi pilnībā veic valodās, kas nav dalībvalstu valodas, nebūtu jāattiecinā šīs direktīvas 16. un 17. pants. Tomēr, ja šāda valoda vai valodas veido būtisku daļu, bet ne visu kanāla raidlaiku, 16. un 17. pants nebūtu jāpiemēro šai raidlaika daļai.
- (73) Valsts atbalsta plānus ražošanas attīstībai Eiropā var piemērot tiktāl, ciktāl tie atbilst Savienības tiesību aktiem.
- (74) Mērķi atbalstīt audiovizuālās produkcijas ražošanu Eiropā var īstenot atsevišķās dalībvalstīs šo valstu audiovizuālo mediju pakalpojumu sistēmā, tostarp definējot sabiedrības interešu misiju noteiktiem mediju pakalpojumu sniedzējiem, ietverot pienākumu būtiski veicināt ieguldījumus Eiropas darbu veidošanai.

- (75) Mediju pakalpojumu sniedzēji, raidījumu veidotāji, producenti, autori un citi eksperti būtu jārosina veidot sīkāk izstrādātas koncepcijas un stratēģijas nolūkā attīstīt Eiropas audiovizuālās mākslas filmas, kas ir adresētas starptautiskai auditorijai.
- (76) Ir svarīgi nodrošināt, ka kinematogrāfiskos darbus pārraida laikos, kas ir saskaņoti starp tiesību īpašniekiem un mediju pakalpojumu sniedzējiem.
- (77) Jautājums par īpašu laika sadalījumu katra veida kinematogrāfisko darbu demonstrēšanai, pirmām kārtām ir jautājums, kurš jāatrisina, slēdzot līgumus starp ieinteresētajām pusēm vai iesaistītajiem profesionāļiem.
- (78) Lai atļautu īstenot aktīvu, konkrētai valodai labvēlīgu politiku, dalībvalstis var brīvi noteikt sīkāk izstrādātus vai stingrākus noteikumus atkarībā no valodas kritērijiem, ja vien šie noteikumi ir saderīgi ar Savienības tiesību aktiem un jo īpaši nav piemērojami tādas apraides retranslācijai, kuras izcelsme ir citās dalībvalstīs.

- (79) Audiovizuālo mediju pakalpojumu pēc pieprasījuma pieejamība palielina patērētāju izvēli. Tādēļ nav nedz pamatoti, nedz arī saprātīgi no tehniskā viedokļa ieviest sīki izstrādātus noteikumus, lai reglamentētu audiovizuālus komercpaziņojumus attiecībā uz audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma. Tomēr visiem audiovizuāliem komercpaziņojumiem būtu jāatbilst ne tikai identifikācijas noteikumiem, bet arī kvalitatīvo noteikumu pamatnosacījumiem, lai skaidri atbilstu sabiedriskās kārtības mērķiem.
- (80) Kā atzinusi Komisija savā skaidrojošajā paziņojumā par atsevišķiem reklāmas noteikumu aspektiem direktīvā par televīziju bez robežām<sup>1</sup>, jaunu reklāmas paņēmienu attīstība un jauninājumi tirgzinībās ir radījuši jaunas efektīvas iespējas audiovizuāliem komercpaziņojumiem tradicionālajos apraides pakalpojumos, potenciāli veicinot labāku konkurenci līdzvērtīgos apstākļos ar novatoriskiem pakalpojumiem pēc pieprasījuma.

---

<sup>1</sup> OV C 102, 28.4.2004., 2. lpp.

- (81) Komerציālā un tehnoloģiju attīstība sniedz lietotājiem lielāku izvēli un atbildību, izmantojot audiovizuālo mediju pakalpojumus. Lai saglabātu samērību ar vispārējas nozīmes mērķiem, regulējumā būtu jāpieļauj noteikta elastības pakāpe attiecībā uz televīzijas apraidi. Atdalīšanas princips būtu jāattiecina tikai uz televīzijas reklāmu un televeikalu, un produktu izvietošana būtu jāatļauj noteiktos apstākļos, ja vien dalībvalsts nav nolēmusi citādi. Tomēr, ja produkti tiek izvietoti slēptā veidā, to izvietošana būtu jāaizliedz. Atdalīšanas princips nedrīkstētu liegt izmantot jaunus reklāmas paņēmienus.

(82) Neatkarīgi no prakses, uz ko attiecas šī direktīva, Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2005/29/EK (2005. gada 11. maijs), kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem<sup>1</sup>, piemēro attiecībā uz tādu negodīgu komercpraksi kā maldināšana un agresīva darbība, kas sastopama audiovizuālo mediju pakalpojumos. Turklāt, Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvai 2003/33/EK (2003. gada 26. maijs) par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz tabakas izstrādājumu reklāmu un ar to saistīto sponsordarbību<sup>2</sup>, ar kuru aizliedz cigarešu un citu tabakas izstrādājumu reklāmu un sponsorēšanu drukātajos plašsaziņas līdzekļos, informācijas sabiedrības pakalpojumos un radioapraidē, nebūtu jāskar šī direktīva, ņemot vērā audiovizuālo mediju pakalpojumu raksturīgās īpašības. Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2001/83/EK (2001. gada 6. novembri) par Kopienas kodeksu, kas attiecas uz cilvēkiem paredzētām zālēm<sup>3</sup>, 88. panta 1. punktu, ar kuru aizliedz reklamēt noteiktas zāles plašākai sabiedrībai, piemēro, kā noteikts minētā panta 5. punktā un neskarot šīs direktīvas 21. pantu. Turklāt šai direktīvai nebūtu jāskar Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 1924/2006 (2006. gada 20. decembris) par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp.

<sup>2</sup> OV L 152, 20.6.2003., 16. lpp.

<sup>3</sup> OV L 311, 28.11.2001., 67. lpp.

<sup>4</sup> OV L 404, 30.12.2006., 9. lpp.

- (83) Lai nodrošinātu televīzijas skatītāju kā patērētāju interešu pilnīgu un pienācīgu aizsardzību, ir būtiski televīzijas reklāmai piemērot noteikumu un standartu minimumu, un dalībvalstīm ir jāsauglabā tiesības noteikt sīkāk izstrādātus vai stingrākus noteikumus un atsevišķos gadījumos izvirzīt atšķirīgus nosacījumus televīzijas raidorganizācijām, kas ir to jurisdikcijā.
- (84) Pienācīgi ievērojot Savienības tiesību aktus un attiecībā uz apraidi, kas ir domāta uztveršanai tikai valsts teritorijā un nav ne tieši, ne netieši uztverama vienā vai vairākās citās dalībvalstīs, dalībvalstīm vajadzētu būt iespējai noteikt citādus reklāmas ievietošanas nosacījumus un citādu reklāmas apjomu šādas konkrētas apraides veicināšanai.
- (85) Ņemot vērā to, ka arvien palielinās skatītāju iespējas izvairīties no reklāmas, izmantojot jaunas tehnoloģijas, piemēram, ciparu videoierakstu iekārtas, kā arī pieaugošo izvēli kanālu ziņā, nav pamatoti ieviest sīki izstrādātu regulējumu attiecībā uz reklāmas ievietošanu nolūkā aizsargāt skatītājus. Lai gan pieļaujama reklāmas daudzums stundā nebūtu jāpalielina, raidorganizācijām ar šo direktīvu būtu jādod rīcības elastība attiecībā uz reklāmas ievietošanu, ja tas pārmērīgi neietekmē raidījumu viengabalainību.

- (86) Šī direktīva ir paredzēta, lai nodrošinātu Eiropas televīzijas specifiskās īpatnības, saskaņā ar ko reklāmu vislabāk iekļauj starp raidījumiem, un tādējādi ierobežo to, ka tiek pārtraukta kinematogrāfisko darbu un televīzijas filmu, kā arī dažu tādu raidījumu kategoriju pārraidīšana, kurās nepieciešama īpaša aizsardzība.
- (87) Būtu jānosaka 20 % televīzijas reklāmas laika un televeikala apjoma vienā stundā ierobežojums, ko piemēro arī visizdevīgākajā radīšanas laikā. Televīzijas reklāmas laika jēdzienu būtu jāsaprot kā televīzijas reklāmu 1. panta 1. punkta i) apakšpunkta nozīmē, kas nepārsniedz divpadsmit minūtes.
- (88) Ir jāaizliedz jebkādi audiovizuālie komercpaziņojumi, kas popularizē cigaretes un citus tabakas izstrādājumus, tostarp arī netieši audiovizuālie komercpaziņojumi, kuros tabakas izstrādājums nav minēts tieši, bet ir mēģināts apiet aizliegumu, audiovizuālajā komercpaziņojumā izmantojot firmas nosaukumu, simboliku vai citas būtiskas tabakas izstrādājumu pazīmes vai rādot darbības, kas pazīstamas vai saistītas galvenokārt ar šādu izstrādājumu ražošanu vai izplatīšanu.

- (89) Ir arī jāaizliedz jebkādi audiovizuālie komercpaziņojumi par zālēm un ārstniecību, kas dalībvalstī, kuras jurisdikcijā ir mediju pakalpojumu sniedzējs, ir pieejama tikai pēc ārsta norādījuma, un ir jānosaka stingri kritēriji alkohola reklāmai televīzijā.
- (90) Slēpts audiovizuāls komercpaziņojums ir ar šo direktīvu aizliegta prakse, jo tas negatīvi ietekmē patērētājus. Slēptu audiovizuālu komercpaziņojumu aizliegums neattiecas uz likumīgu produktu izvietošanu atbilstīgi šai direktīvai, ja skatītājs ir adekvāti informēts par produktu izvietošanas esamību. To var darīt, norādot uz to, ka produktu izvietošana notiek konkrētā raidījumā, piemēram, izmantojot neitrālu logotipu.

- (91) Produktu izvietošanu izmanto kinematogrāfiskos darbos un audiovizuālajos darbos, kas veidoti televīzijai. Lai nodrošinātu vienlīdzīgus apstākļus un tādējādi palielinātu Eiropas mediju nozares konkurētspēju, ir nepieciešami noteikumi attiecībā uz produktu izvietošanu. Šajā direktīvā noteiktajai produktu izvietošanas definīcijai būtu jāattiecas uz jebkuru audiovizuāla komercpaziņojuma veidu, kurā iekļauta atsauce uz produktu, pakalpojumu vai to preču zīmi, parādot to raidījumā, par samaksu vai līdzīgu atlīdzību. Preču vai pakalpojumu nodrošināšana bez maksas, piemēram, piešķirot ražotāju aksesuārus vai balvas, būtu jāuzskata par produktu izvietošanu vienīgi tad, ja attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem ir ievērojama vērtība. Uz produkta izvietošanu attiecināmi tie paši kvalitatīvie noteikumi un ierobežojumi, kas piemērojami attiecībā uz audiovizuālu komercpaziņojumu. Izšķirošais kritērijs, ar kura palīdzību atšķir sponsorēšanu no produktu izvietošanas, ir tas, ka produktu izvietošanā atsauce uz produktu ir iestrādāta raidījuma darbībā, tādēļ 1. panta 1. punkta m) apakšpunkta definīcijā ir lietots vārds "raidījumā" lokatīva locījumā. Turpretī atsauci uz sponsoru var parādīt raidījumus laikā, bet tā nav integrēta sižetā.

- (92) Principā produktu izvietošana būtu jāaizliedz. Tomēr attiecībā uz dažiem raidījumu veidiem ir pieļaujamas atkāpes, pamatojoties uz atļautās izvietošanas sarakstu. Dalībvalstīm vajadzētu būt tiesībām pilnībā vai daļēji atteikties no šīm atkāpēm, piemēram, atļaujot produktu izvietošana vienīgi raidījumos, kas nav ekskluzīvi ražoti minētajā dalībvalstī.
- (93) Turklāt sponsorēšanai un produktu izvietošana vajadzētu būt aizliegtai, ja tā ietekmē raidījumu saturu tā, ka ir skarta mediju pakalpojumu sniedzēja atbildība un redakcionālā neatkarība. Tas attiecas uz tematisko produktu izvietošana.
- (94) Saskaņā ar pienākumiem, kas dalībvalstīm uzlikti ar Līgumu par Eiropas Savienības darbību, tās ir atbildīgas par šīs direktīvas efektīvu īstenošanu. Tās var brīvi izvēlēties atbilstīgus instrumentus saskaņā ar to tiesiskajām tradīcijām un izveidotajām struktūrām un jo īpaši izvēlēties kompetento neatkarīgo regulatīvo struktūru formu, lai tās varētu veikt savu darbu saistībā ar šīs direktīvas īstenošanu neatkarīgi un caurskatāmi. Konkrētāk, dalībvalstu izvēlētajiem instrumentiem vajadzētu veicināt mediju pluralismu.

- (95) Ir vajadzīga dalībvalstu kompetento regulatīvo struktūru un Komisijas cieša sadarbība, lai nodrošinātu pareizu šīs direktīvas piemērošanu. Tāpat jo īpaši svarīga ir dalībvalstu un to regulatīvo struktūru sadarbība saistībā ar ietekmi, ko raidorganizācijas, kas veic uzņēmējdarbību vienā dalībvalstī, varētu radīt citā dalībvalstī. Ja valsts tiesību aktos ir paredzētas licencēšanas procedūras un ja ir iesaistīta vairāk nekā viena dalībvalsts, ir vēlams, lai attiecīgās struktūras savā starpā sazinātos, pirms tās izsniedz šādu licenci. Šai sadarbībai būtu jāattiecas uz visām jomām, kuras koordinē šī direktīva.
- (96) Ir skaidri jānosaka, ka pašreklāma ir īpaša reklāmas forma, kurā raidorganizācija atbalsta pati savu produkciju, pakalpojumus, raidījumus vai kanālus. Jo īpaši reklāmkadri, kas veidoti no raidījumu fragmentiem, jāuzskata par raidījumiem.

- (97) Dienas raidlaikam, kas veltīts raidorganizācijas paziņojumiem par pašas raidījumiem un palīgproduktiem, kas atvasināti tieši no šiem raidījumiem, vai valsts paziņojumiem un aicinājumiem ziedot, vajadzētu būt bez maksas, tas nav jāiekļauj maksimālajā dienas vai stundas raidlaika apjomā, ko atvēl reklāmai un televēikalam.
- (98) Lai izvairītos no konkurences traucējumiem, šie ierobežojumi būtu jāattiecina tikai uz paziņojumiem, kas attiecas uz produktiem, kam ir divējāds raksturs, jo tie ir gan palīgprodukti, gan arī tieši atvasināti no attiecīgā raidījuma. Termins "palīgprodukti" attiecas uz produktiem, kas ir īpaši veidoti, lai dotu skatītājiem iespēju gūt lielāku labumu no šiem raidījumiem vai varētu paši tajos piedalīties.
- (99) Nolūkā attīstīt televēikalu — ekonomiski svarīgu darbību operatoriem kopumā un preču un pakalpojumu labu noietu Savienībā — ir būtiski nodrošināt patērētāju augsta līmeņa aizsardzību, izstrādājot atbilstīgus standartus, kas nosaka šādas apraides formu un saturu.

- (100) Kompetentām valsts iestādēm, pārbaudot attiecīgu noteikumu ieviešanu, ir svarīgi spēt atšķirt, pirmkārt, attiecībā uz kanāliem, kas nav pilnībā veltīti televīzijai, raidlaiku, kas atvēlēts televīzijai, reklāmas klipiem un citām reklāmas formām laikā starp citiem raidījumiem, un, otrkārt, raidlaiku, kas veltīts tieši televīzijas skatlogam. Tādēļ ir nepieciešami un pietiekami, lai katra televīzijas skatloga būtu skaidri iezīmēti ar optiskiem un akustiskiem līdzekļiem vismaz šā skatloga pārraidīšanas sākumā un beigās.
- (101) Šī direktīva būtu jāpiemēro kanāliem, kas veltīti vienīgi televīzijai vai pašreklāmai, bez tādiem ierastiem programmas elementiem kā ziņas, sporta pārraides, mākslas filmas, dokumentālās filmas, teātra izrādes, tikai šī direktīvas mērķiem un neierobežojot citu Savienības instrumentu piemērošanu šādiem kanāliem.

- (102) Kaut gan televīzijas raidorganizācijas parasti raidījumos cenšas nodrošināt faktu un notikumu patiesu atspoguļojumu, tomēr ir svarīgi, lai tām tiktu piemērotas īpašas saistības attiecībā uz tiesībām uz atbildi vai tiesiskās aizsardzības līdzekli tā, lai jebkura persona, kuras likumīgās intereses ir aizskartas ar izteikumu kāda televīzijas raidījuma apraidē, varētu saņemt šādu atbildi vai tiesisko aizsardzību.
- (103) Tiesības uz atbildi ir atbilstīgs tiesiskās aizsardzības līdzeklis televīzijas apraides jomā un to varētu piemērot arī tiešsaistes videi. Ieteikumā par nepilngadīgo un cilvēka cieņas aizsardzību un par tiesībām uz atbildi jau ir iekļautas piemērotas pamatnostādnes, lai īstenotu pasākumus valsts tiesību jomā vai praksē, ar kuriem pietiekami varētu nodrošināt tiesības uz atbildi vai vienlīdz iedarbīgus aizsardzības līdzekļus saistībā ar tiešsaistes mediju jomu.

- (104) Ņemot vērā to, ka šīs direktīvas mērķus – proti, radīt telpu bez iekšējām robežām attiecībā uz audiovizuālo mediju pakalpojumiem, vienlaikus nodrošinot augstu aizsardzības līmeni attiecībā uz vispārējas intereses mērķiem, jo īpaši saistībā ar nepilngadīgo aizsardzību un cilvēka cieņas aizsardzību, kā arī veicinot tiesības personām ar īpašām vajadzībām – nevar pietiekami labi sasniegt atsevišķās dalībvalstīs, un to, ka šīs direktīvas mēroga un iedarbības dēļ minētos mērķus var labāk sasniegt Savienības līmenī, Savienība var pieņemt pasākumus saskaņā ar Līguma par Eiropas Savienību 5. pantā noteikto subsidiaritātes principu. Saskaņā ar minētajā pantā noteikto proporcionalitātes principu šajā direktīvā paredz vienīgi tos pasākumus, kas ir vajadzīgi minēto mērķu sasniegšanai.
- (105) Šī direktīva neiespaido dalībvalstu pienākumus attiecībā uz termiņiem, kad tām attiecīgās direktīvas jātransponē savos tiesību aktos, kā izklāstīts I pielikuma B daļā,

IR PIEŅĒMUŠI ŠO DIREKTĪVU.

# I NODAĻA

## Definīcijas

### *1. pants*

1. Šajā direktīvā piemēro šādas definīcijas:

a) "audiovizuālo mediju pakalpojums" ir:

- i) pakalpojums, kā definēts Līguma par Eiropas Savienības darbību 56. un 57. pantā, uz kuru attiecināma mediju pakalpojumu sniedzēja redakcionāla atbildība un kura galvenais nolūks ir nodrošināt plašākai sabiedrībai raidījumus, lai to informētu, izklaidētu vai izglītotu, izmantojot elektronisko komunikāciju tīklus Direktīvas 2002/21/EK 2. panta a) punkta nozīmē. Šādi audiovizuālo mediju pakalpojumi ir vai nu televīzijas apraide, kā definēts šā punkta e) apakšpunktā, vai arī audiovizuālo mediju pakalpojumi pēc pieprasījuma, kā definēts šā punkta g) apakšpunktā;
- ii) audiovizuāls komercpaziņojums;

- b) "raidījums" ir kustīgu attēlu kopums ar skaņu vai bez tās, kas veido atsevišķu vienību programmā vai katalogā, kuru izveido mediju pakalpojumu sniedzējs un kura forma un saturs ir pielīdzināmi televīzijas apraides formai un saturam. Raidījumi ir, piemēram, pilnmetrāžas filmas, sporta pasākumi, situāciju komēdijas, dokumentālās filmas, bērniem paredzēti raidījumi un oriģinālfilmās;
- c) "redakcionāla atbildība" ir efektīva kontrole gan attiecībā uz raidījumu izvēli, gan uz to organizāciju, kuru nodrošina vai nu hronoloģisku raidījumu programmu televīzijas apraides gadījumā, vai arī katalogā, ja tie ir audiovizuālo mediju pakalpojumi pēc pieprasījuma. Redakcionāla atbildība ne vienmēr ietver juridisku atbildību saskaņā ar valsts tiesību aktiem, kas attiecas uz saturu vai sniegtajiem pakalpojumiem;
- d) "mediju pakalpojumu sniedzējs" ir fiziska vai juridiska persona, kurai ir redakcionāla atbildība par audiovizuālo mediju pakalpojuma audiovizuālā satura izvēli un kura nosaka veidu, kādā tas tiek organizēts;

- e) "televīzijas apraide" (t.i., lineārs audiovizuālo mediju pakalpojums) ir audiovizuālo mediju pakalpojums, ko sniedz mediju pakalpojumu sniedzējs raidījumu vienlaicīgai skatīšanai, pamatojoties uz raidījumu programmu;
- f) "raidorganizācija" ir mediju pakalpojumu sniedzējs, kas nodrošina televīzijas apraidi;
- g) "audiovizuālo mediju pakalpojums pēc pieprasījuma" (t.i., nelineārs audiovizuālo mediju pakalpojums) ir audiovizuālo mediju pakalpojums, ko sniedz mediju pakalpojumu sniedzējs raidījumu skatīšanai brīdī, ko izvēlēties lietotājs, un pēc lietotāja individuāla lūguma, pamatojoties uz mediju pakalpojuma sniedzēja piedāvātu raidījumu katalogu;

- h) "audiovizuāls komercpaziņojums" ir attēli ar skaņu vai bez tās, kas ir paredzēti, lai tieši vai netieši reklamētu fizisku vai juridisku personu, kas veic saimniecisko darbību, preces, pakalpojumus vai tēlu. Šādi attēli pavada raidījumu vai ir iekļauti raidījumā par samaksu vai līdzīgu atlīdzību vai pašreklāmas nolūkā. Audiovizuālu komercpaziņojumu veidi ir, cita starpā, televīzijas reklāma, sponsorēšana, televeikals un produktu izvietošana;
- i) "televīzijas reklāma" ir jebkura veida paziņojuma apraide vai nu par samaksu, vai līdzīgu atlīdzību vai apraide, ko valsts vai privāts uzņēmums, vai fiziska persona veic pašreklāmas nolūkā sakarā ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatu vai profesiju, lai veicinātu preču vai pakalpojumu, tostarp nekustamā īpašuma, tiesību un pienākumu, piedāvājumu par samaksu;

- j) "slēpts audiovizuāls komercpaziņojums" ir preču, pakalpojumu, nosaukuma, preču zīmes, preču ražotāja vai pakalpojumu sniedzēja darbību atveidojums raidījumos, kad šādu atveidojumu mediju pakalpojumu sniedzējs ir iecerējis kā reklāmu un kas varētu maldināt skatītāju par tā būtību. Šāds atveidojums jo īpaši uzskatāms par apzinātu, ja tas ir par samaksu vai līdzīgu atlīdzību;
- k) "sponsorēšana" ir jebkurš tāda valsts vai privāta uzņēmuma vai fiziskas personas, kas nav iesaistīta audiovizuālu pakalpojumu sniegšanā vai audiovizuālu darbu veidošanā, ieguldījums audiovizuālo mediju pakalpojumu vai raidījumu finansēšanā nolūkā popularizēt savu nosaukumu, preču zīmi, tēlu, darbību vai ražojumus;
- l) "televeikals" ir tiešs piedāvājums, pārraidīts sabiedrībai nolūkā piedāvāt par samaksu preces vai pakalpojumus, tostarp nekustamo īpašumu, tiesības un pienākumus,;

- m) "produktu izvietošana" ir jebkurš audiovizuāla komercpaziņojuma veids, kurš sastāv no produktu, pakalpojumu vai tā preču zīmju iekļaušanas vai kurš sastāv no atsaucēm uz tiem, demonstrējot to raidījumā par maksu vai līdzīgu atlīdzību;
- n) "Eiropas darbi" ir:
  - i) darbi, kuri ir tapuši dalībvalstīs;
  - ii) darbi, kuri ir tapuši Eiropas trešās valstīs, kas ir pievienojušās Eiropas Padomes Eiropas konvencijai par pārrobežu televīziju, un kuri atbilst 3. punkta nosacījumiem;
  - iii) kopražojuma darbi saskaņā ar nolīgumiem audiovizuālajā nozarē, kas noslēgti starp Savienību un trešām valstīm, un atbilst minēto nolīgumu nosacījumiem.

2. Šā panta 1. punkta n) apakšpunkta ii) un iii) punktu piemēro ar nosacījumu, ka darbiem, kas tapuši dalībvalstīs, attiecīgajā trešā valstī nepiemēro diskriminējošus pasākumus.
3. Šā panta 1. punkta n) apakšpunkta i) un ii) punktā minētie darbi ir darbi, kurus galvenokārt veidojuši autori un darba ņēmēji, kuri dzīvo vienā vai vairākās šajos punktos minētajās valstīs, ja tie atbilst vienam no šādiem trīs nosacījumiem:
  - i) tos ir veidojis viens vai vairāki producenti, kuri veic uzņēmējdarbību vienā vai vairākās no šīm valstīm;
  - ii) darbu veidošanu pārrauga un faktiski kontrolē viens vai vairāki producenti, kuri veic uzņēmējdarbību vienā vai vairākās no šīm valstīm;
  - iii) šo valstu līdzproducentu ieguldījums līdzproducēšanas kopējos izdevumos ir dominējošs, un līdzproducēšanu nekontrolē viens vai vairāki producenti, kas veic uzņēmējdarbību kādā citā valstī.

4. Darbus, kas nav Eiropas darbi 1. punkta n) apakšpunkta nozīmē, bet ir tapuši pēc divpusējiem līdzproducēšanas līgumiem starp dalībvalstīm un trešām valstīm, uzskata par Eiropas darbiem, ja līdzproducenti no Savienības nodrošina lielāko kopējo ražošanas izmaksu daļu un ja ražošanu nekontrolē viens vai vairāki producenti, kas veic uzņēmējdarbību ārpus dalībvalstu teritorijas.

## II NODAĻA

### Vispārīgi noteikumi

#### *2. pants*

1. Katra dalībvalsts nodrošina, lai visi tās jurisdikcijā esošo mediju pakalpojumu sniedzēju sniegtie audiovizuālo mediju pakalpojumi atbilstu šīs dalībvalsts tiesību sistēmas noteikumiem, ko piemēro plašākai sabiedrībai paredzētiem audiovizuālo mediju pakalpojumiem.
2. Šajā direktīvā dalībvalsts jurisdikcijā esošie mediju pakalpojumu sniedzēji ir:
  - a) mediju pakalpojumu sniedzēji, kuri veic uzņēmējdarbību šajā dalībvalstī saskaņā ar 3. punktu;
  - b) mediju pakalpojumu sniedzēji, uz kuriem attiecas 4. punkts.

3. Šajā direktīvā uzskata, ka turpmāk norādītajos gadījumos mediju pakalpojumu sniedzējs veic uzņēmējdarbību dalībvalstī:
- a) mediju pakalpojumu sniedzēja galvenais birojs ir šajā dalībvalstī, un redakcionālus lēmumus par audiovizuālo mediju pakalpojumiem pieņem minētajā dalībvalstī;
  - b) ja mediju pakalpojumu sniedzēja galvenais birojs ir vienā dalībvalstī, bet redakcionālus lēmumus par audiovizuālo mediju pakalpojumiem pieņem citā dalībvalstī, tad uzskata, ka tas veic uzņēmējdarbību tajā dalībvalstī, kurā darbojas audiovizuālo mediju pakalpojumu darbībā iesaistītā darbaspēka nozīmīga daļa. Ja audiovizuālo mediju pakalpojumu darbības iesaistītā darbaspēka nozīmīga daļa darbojas katrā no šīm dalībvalstīm, tad uzskata, ka mediju pakalpojumu sniedzējs veic uzņēmējdarbību tajā dalībvalstī, kurā ir tā galvenais birojs. Ja nevienā no šīm dalībvalstīm nedarbojas audiovizuālo mediju pakalpojumu darbības iesaistītā darbaspēka nozīmīga daļa, tad uzskata, ka mediju pakalpojumu sniedzējs veic uzņēmējdarbību tajā dalībvalstī, kurā tas pirmo reizi sāka darbību saskaņā ar šīs valsts tiesību aktiem, ar noteikumu, ka tā uztur stabilu un efektīvu saikni ar šīs dalībvalsts ekonomiku;

- c) ja mediju pakalpojumu sniedzēja galvenais birojs ir dalībvalstī, bet lēmumus par audiovizuālo mediju pakalpojumiem pieņem trešā valstī vai arī otrādi, uzskata, ka tas veic uzņēmējdarbību attiecīgajā dalībvalstī, ar nosacījumu, ka šajā dalībvalstī darbojas nozīmīga daļa audiovizuālo mediju pakalpojumu darbībās iesaistītā darbaspēka.

4. Uzskata, ka mediju pakalpojumu sniedzēji, kam nav piemērojami 3. punktā minētie noteikumi, atrodas dalībvalsts jurisdikcijā, ja:

- a) tie izmanto satelīta raidošo zemesstaciju, kas atrodas šajā dalībvalstī;
- b) kaut gan tie neizmanto satelīta raidošo zemesstaciju, kas atrodas šajā dalībvalstī, tie izmanto tā satelīta resursus, kas pieder šai dalībvalstij.

5. Ja to, kuras dalībvalsts jurisdikcijā ir mediju pakalpojumu sniedzējs, nevar noteikt saskaņā ar 3. un 4. punktu, kompetentā dalībvalsts ir tā, kurā mediju pakalpojumu sniedzējs veic uzņēmējdarbību Līguma par Eiropas Savienības darbību 49. līdz 55. panta nozīmē.
6. Šī direktīva nav piemērojama audiovizuālo mediju pakalpojumiem, kas paredzēti uztveršanai tikai trešās valstīs un ko tieši vai netieši ar standarta galaiekārtām neuztver auditorija vienā vai vairākās dalībvalstīs.

### *3. pants*

1. Dalībvalstis nodrošina uztveršanas brīvību un savā teritorijā neierobežo audiovizuālo mediju pakalpojumu retranslāciju no citām dalībvalstīm to apsvērumu dēļ, kas attiecas uz jomām, kuras koordinē ar šo direktīvu.

2. Attiecībā uz televīzijas apraidi dalībvalstis uz laiku var atkāpties no 1. punkta, ja tiek izpildīti šādi nosacījumi:

- a) televīzijas apraide no citas dalībvalsts nepārprotami, nopietni un būtiski pārkāpj 27. panta 1. vai 2. punktu un/vai 6. pantu;
- b) iepriekšējos 12 mēnešos raidorganizācija vismaz divreiz ir pārkāpusi a) apakšpunktā minēto(-os) noteikumu(-us);
- c) attiecīgā dalībvalsts rakstiski ir paziņojusi raidorganizācijai un Komisijai par iespējamem pārkāpumiem un par tās nodomu atbilstīgi rīkoties, ja šādi pārkāpumi atkal atkārtotos;

- d) apspriešanās ar raidītāju dalībvalsti un Komisiju 15 dienās pēc c) apakšpunktā minētā paziņojuma iesniegšanas nav noslēgusies ar izlīgumu, un iespējamais pārkāpums turpinās.

Divos mēnešos pēc paziņojuma par dalībvalsts veiktajiem pasākumiem Komisija izlemj, vai šie pasākumi atbilst Savienības tiesību aktiem. Ja tā izlemj, ka neatbilst, dalībvalstij prasa steidzami izbeigt attiecīgos pasākumus.

3. Šā panta 2. punkts neierobežo nevienu procedūru, tiesiskās aizsardzības līdzekli vai sankciju par attiecīgajiem pārkāpumiem dalībvalstī, kuras jurisdikcijā ir attiecīgā raidorganizācija.

4. Attiecībā uz audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma dalībvalstis var veikt pasākumus, lai atkāptos no 1. punkta saistībā ar konkrētu pakalpojumu, ja ir izpildīti šādi nosacījumi:

a) pasākumi ir:

i) nepieciešami sakarā ar vienu no šādiem iemesliem:

- sabiedriskā kārtība, jo īpaši noziedzīgu nodarījumu novēršana, izmeklēšana, atklāšana un kriminālvajāšana par tiem, tostarp nepilngadīgo aizsardzība un cīņa pret naida kurināšanu rases, dzimuma, reliģijas vai valstspiederības dēļ un personu cieņas aizskaršanu attiecībā uz individuālām personām;
- sabiedrības veselības aizsardzība;
- sabiedrības drošība, ietverot valsts drošības un aizsardzības nodrošināšanu;
- patērētāju aizsardzība, ietverot ieguldītāju aizsardzību;

- ii) pieņemti pret audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma, kas ierobežo i) punktā minētos mērķus vai rada nopietnu un īpaši nopietnu risku, ka tie varētu ierobežot šos mērķus;
  - iii) samērīgi ar šiem mērķiem;
- b) pirms attiecīgo pasākumu pieņemšanas, neskarot tiesas procesus, tostarp iepriekšējo izmeklēšanu un darbības, kas veiktas saskaņā ar kriminālizmeklēšanu, dalībvalsts ir:
- i) prasījusi dalībvalstij, kuras jurisdikcijā ir mediju pakalpojumu sniedzējs, veikt pasākumus, un tā šādus pasākumus nav veikusi, vai arī tie bijuši nepiemēroti;
  - ii) ir paziņojusi Komisijai un tai dalībvalstij, kuras jurisdikcijā ir mediju pakalpojumu sniedzējs, par savu nodomu veikt šādus pasākumus.

5. Steidzamības gadījumos dalībvalstis var atkāpties no 4. punkta b) apakšpunktā paredzētajiem nosacījumiem. Šādā gadījumā par pasākumiem visīsākajā iespējamajā laikā paziņo Komisijai un dalībvalstij, kuras jurisdikcijā ir mediju pakalpojumu sniedzējs, norādot iemeslu, kādēļ dalībvalsts uzskata, ka gadījums ir steidzams.
6. Neierobežojot iespēju dalībvalstīm veikt 4. un 5. punktā minētos pasākumus, Komisija pārbauda paziņoto pasākumu atbilstību Savienības tiesību aktiem īsākajā iespējamajā laikā. Ja tā secina, ka pasākumi neatbilst Savienības tiesību aktiem, Komisija attiecīgajai dalībvalstij lūdz atturēties no ierosināto pasākumu pieņemšanas vai nekavējoties pārtraukt attiecīgos pasākumus.

#### *4. pants*

1. Dalībvalstis patur tiesības pieprasīt, lai to jurisdikcijā esošie mediju pakalpojumu sniedzēji ievērotu sīkāk izstrādātus vai stingrākus noteikumus jomās, kuras koordinē šī direktīva, ja šādi noteikumi ir saderīgi ar Savienības tiesību aktiem.

2. Ja dalībvalsts:

- a) ir izmantojusi brīvas izvēles iespēju saskaņā ar 1. punktu pieņemt sīkāk izstrādātus vai stingrākus noteikumus vispārēju sabiedrības interešu jomā; un
- b) novērtē, ka raidorganizācija citas dalībvalsts jurisdikcijā veic televīzijas apraidi, kas pilnībā vai galvenokārt ir vērsta uz tās teritoriju,

tā var sazināties ar dalībvalsti, kuras jurisdikcijā ir attiecīgā raidorganizācija, lai panāktu abpusēji pieņemamu risinājumu problēmām, kas radušās. Saņemot pamatotu lūgumu no pirmās minētās dalībvalsts, jurisdikcijas dalībvalsts lūdz raidorganizāciju ievērot attiecīgos noteikumus vispārējo sabiedrības interešu jomā. Jurisdikcijas dalībvalsts divos mēnešos informē pirmo dalībvalsti par rezultātiem, kas panākti saistībā ar minēto lūgumu. Jebkura no abām dalībvalstīm var aicināt kontaktkomiteju, kas izveidota saskaņā ar 29. pantu, izskatīt attiecīgo lietu.

3. Pirmā dalībvalsts var pieņemt atbilstīgus pasākumus pret attiecīgo raidorganizāciju, ja tā izvērtē, ka:

- a) rezultāti, kas panākti, piemērojot 2. punktu, nav apmierinoši; un
- b) attiecīgā raidorganizācija veic uzņēmējdarbību jurisdikcijas dalībvalstī, lai apietu stingrākus noteikumus jomās, kuras koordinē ar šo direktīvu, un kas būtu piemērojami, ja minētā raidorganizācija veiktu uzņēmējdarbību pirmajā dalībvalstī.

Šādi pasākumi ir objektīvi nepieciešami, tos piemēro nediskriminējoši un samērīgi noteiktajiem mērķiem.

4. Dalībvalstis var veikt pasākumus atbilstīgi 3. punktam tikai tad, ja ir izpildīti šādi nosacījumi:
- a) tā ir paziņojusi Komisijai un tai dalībvalstij, kurā raidorganizācija veic uzņēmējdarbību, par savu nodomu veikt šādus pasākumus, vienlaikus sniedzot pamatojumu iemesliem, kas ir tās novērtējuma pamatā; un
  - b) Komisija ir nolēmusi, ka šie pasākumi atbilst Savienības tiesību aktiem un jo īpaši ka pasākumus piemērojušās dalībvalsts novērtējums saskaņā ar 2. un 3. punktu ir pareizi pamatots.
5. Komisija pieņem lēmumu trīs mēnešos pēc tam, kad tā saņēmusi paziņojumu, kas paredzēts 4. punkta a) apakšpunktā. Ja Komisija nolemj, ka pasākumi neatbilst Savienības tiesību aktiem, attiecīgā dalībvalsts atturas no ierosināto pasākumu veikšanas.

6. Dalībvalstis savā tiesību sistēmā ar atbilstīgiem līdzekļiem nodrošina, lai to jurisdikcijā esošie mediju pakalpojumu sniedzēji efektīvi izpildītu šīs direktīvas noteikumus.
7. Dalībvalstis veicina kopregulēšanas un/vai pašregulēšanas režīmus valsts mērogā šīs direktīvas koordinētajās jomās, ciktāl to ļauj dalībvalstu attiecīgās tiesību sistēmas. Šie režīmi ir tādi, ka tos plaši atzīst galvenās ieinteresētās puses attiecīgajās dalībvalstīs, un tie nodrošina efektīvu īstenošanu.
8. Piemēro Direktīvu 2000/31/EK, ja vien šajā direktīvā nav paredzēts citādi. Ja rodas kolīzija starp kādu Direktīvas 2000/31/EK noteikumu un kādu šīs direktīvas noteikumu, prevalē šīs direktīvas noteikumi, ja vien šajā direktīvā nav paredzēts citādi.

## III NODAĻA

### Noteikumi, ko piemēro visiem audiovizuālo mediju pakalpojumiem

#### 5. pants

Dalībvalstis nodrošina, ka to jurisdikcijā esošie audiovizuālo pakalpojumu sniedzēji ļauj pakalpojuma saņēmējiem vienkārši, tieši un pastāvīgi piekļūt vismaz šādai informācijai:

- a) mediju pakalpojumu sniedzēja nosaukums;
- b) ģeogrāfiskā adrese, kurā mediju pakalpojumu sniedzējs veic uzņēmējdarbību;
- c) mediju pakalpojumu sniedzēja dati, tostarp tā elektroniskā pasta adrese vai tīmekļa vietne, kas ļauj ar to ātri sazināties tieši un efektīvi;
- d) attiecīgos gadījumos – kompetentā regulatīvā vai pārraudzības struktūra.

*6. pants*

Dalībvalstis ar atbilstīgiem līdzekļiem nodrošina, ka audiovizuālo mediju pakalpojumi, kurus nodrošina to jurisdikcijā esoši mediju pakalpojumu sniedzēji, nesatur naida kurināšanu rases, dzimuma, reliģijas vai valstspiederības dēļ.

*7. pants*

Dalībvalstis veicina to, lai to jurisdikcijā esošie mediju pakalpojumu sniedzēji nodrošinātu, ka viņu sniegtos pakalpojumus pakāpeniski dara pieejamus personām, kam ir redzes vai dzirdes traucējumi.

*8. pants*

Dalībvalstis nodrošina, ka to jurisdikcijā esošie mediju pakalpojumu sniedzēji nepārraida kinematogrāfiskos darbus ārpus laika, kas saskaņots ar tiesību īpašniekiem.

## 9. pants

1. Dalībvalstis nodrošina, ka to jurisdikcijā esošo mediju pakalpojumu sniedzēju nodrošinātie audiovizuālie komercpaziņojumi atbilst šādām prasībām:
  - a) audiovizuālie komercpaziņojumi ir uzreiz atpazīstami. Slēpti audiovizuāli komercpaziņojumi ir aizliegti;
  - b) audiovizuālos komercpaziņojumos neizmanto metodes, kas iedarbojas uz zemapziņu;
  - c) audiovizuālos komercpaziņojumos:
    - i) neaizskar cilvēka cieņu;
    - ii) neietver un nepopularizē diskrimināciju dzimuma, rases vai etniskās izcelsmes, valstspiederības, reliģiskās piederības vai pārliecības, invaliditātes, vecuma vai seksuālās orientācijas dēļ;
    - iii) nemudina uz rīcību, kas apdraud veselību vai drošību;
    - iv) nemudina uz rīcību, kas var būtiski kaitēt vides aizsardzībai;

- d) ir aizliegti visi cigarešu un citu tabakas izstrādājumu audiovizuālu komercpaziņojumu veidi;
- e) audiovizuālus komercpaziņojumus par alkoholiskajiem dzērieniem nevērš konkrēti uz nepilngadīgo auditoriju, un tajos neveicina šādu dzērienu pārmērīgu lietošanu;
- f) ir aizliegti audiovizuāli komercpaziņojumi par zālēm un ārstēšanu, kas dalībvalstī, kuras jurisdikcijā ir mediju pakalpojumu sniedzējs, pieejami tikai pēc ārsta norādījuma;
- g) audiovizuāli komercpaziņojumi nerada fizisku vai morālu kaitējumu nepilngadīgajiem. Tādēļ ar šādiem paziņojumiem tieši nepārliecina nepilngadīgos iegādāties vai nomāt preces vai pakalpojumus, izmantojot viņu pieredzes trūkumu vai lētticību, tieši neiedrošina viņus pārliecināt savus vecākus vai citus iegādāties reklamētās preces vai pakalpojumus, neizmanto nepilngadīgo īpašo uzticēšanos vecākiem, skolotājiem vai citām personām vai nepamatoti neparāda nepilngadīgos bīstamās situācijās.

2. Dalībvalstis un Komisija veicina to, lai mediju pakalpojumu sniedzēji izstrādātu rīcības kodeksus attiecībā uz nepieņemamiem audiovizuāliem komercpaziņojumiem, kas ir iekļauti bērniem paredzētajos raidījumos vai pavada tos un kas ir veltīti pārtikai un dzērieniem, kuru sastāvā ir uzturvielas un vielas, kam ir noteikta uzturvērtība vai fizioloģiska ietekme, jo īpaši tādas vielas kā tauki, taukskābes, sāls/soda un cukuri, kuru pārmērīga lietošana uzturā nav ieteicama.

#### *10. pants*

1. Audiovizuālo mediju pakalpojumi vai raidījumi, kas tiek sponsorēti, atbilst šādām prasībām:
  - a) to saturu un – televīzijas apraides gadījumā – raidījumu programmu nekādā ziņā neietekmē tādā veidā, ka tas iespaido mediju pakalpojuma sniedzēja atbildību un redakcionālo neatkarību;
  - b) tie tiešā veidā neveicina preču vai pakalpojumu pirkšanu vai nomu, jo īpaši izdarot īpašas atsauces, lai ieteiktu šīs preces vai pakalpojumus;

- c) skatītāji ir skaidri informēti par sponsorēšanas līguma eksistenci. 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 raidījumiem piemērotā veidā raidījuma sākumā, laikā un/vai beigās.
2. Audiovizuālo mediju pakalpojumus vai raidījumus nesponsorē uzņēmumi, kuru pamatnodarbošanās ir cigarešu un citu tabakas izstrādājumu ražošana vai tirdzniecība.
3. Ja audiovizuālo mediju pakalpojumus vai raidījumus sponsorē uzņēmumi, kuru darbība ir saistīta ar zāļu ražošanu vai tirdzniecību un ārstēšanu, var reklamēt uzņēmuma nosaukumu vai tēlu, bet nereklamē konkrētas zāles vai ārstēšanu, kas ir pieejama tikai pēc ārsta norādījuma dalībvalstī, kuras jurisdikcijā ir mediju pakalpojumu sniedzējs.
4. Ziņas un aktuālo notikumu raidījumus nesponsorē. Dalībvalstis var aizliegt sponsora logotipa parādīšanu bērniem paredzētajos raidījumos, dokumentālās filmās un reliģiskos raidījumos.

## *11. pants*

1. Šā panta 2, 3. un 4 punktu piemēro tikai raidījumiem, kas producēti pēc 2009. gada 19. decembra.
2. Produktu izvietošana ir aizliegta.
3. Atkāpjoties no 2. punkta, produktu izvietošānu pieļauj turpmāk norādītajos gadījumos, ja vien dalībvalsts nav noteikusi citādi:
  - a) kinematogrāfiskos darbos, filmās un seriālos, kas izveidoti audiovizuālo mediju pakalpojumu vajadzībām, sporta raidījumos un vieglatlētikas izklaides raidījumos;
  - b) ja tas netiek apmaksāts un noteiktas preces vai pakalpojumi ir sniegti bez maksas, piemēram, ražotāja aksesuāri un balvas, lai tos iekļautu raidījumā.

Šā punkta pirmās daļas a) apakšpunktā paredzēto atkāpi nepiemēro bērniem paredzētajiem raidījumiem.

Raidījumi, kuros ietverta produktu izvietošana, atbilst vismaz visām šādām prasībām:

- a) to saturu un - televīzijas apraides gadījumā – raidījumu programmu nekādā ziņā neietekmē tādā veidā, ka tas iespaido mediju pakalpojumu sniedzēja atbildību un redakcionālo neatkarību;
- b) tie tieši neveicina preču vai pakalpojumu pirkšanu vai nomu, jo īpaši izdarot īpašas atsauces, lai ieteiktu šīs preces vai pakalpojumus;
- c) tajos nav pārmērīgi izcelts attiecīgais produkts;

- d) skatītāji ir skaidri informēti par produktu izvietošanu. Raidījumos, kuros ir produktu izvietošana, to pienācīgi norāda raidījuma sākumā un beigās, kā arī tad, kad raidījumu atsāk pēc reklāmas pauzes, lai izvairītos no jebkādas skatītāja maldināšanas.

Izņēmuma gadījumos dalībvalstis var atkāpties no šā punkta trešās daļas d) apakšpunktā izklāstītajām prasībām ar nosacījumu, ka attiecīgo raidījumu nav izveidojis vai pasūtījis pats mediju pakalpojumu sniedzējs vai firma, kas saistīta ar mediju pakalpojumu sniedzēju.

4. Jebkurā gadījumā raidījumos neietver šādu produktu izvietošanu:

- a) tabakas izstrādājumi vai cigaretes, vai tādu uzņēmumu produkti, kuru pamatnodarbošanās ir cigarešu vai citu tabakas izstrādājumu ražošana vai pārdošana;
- b) konkrētas zāles vai ārstēšana, kas ir pieejamas tikai pēc ārsta norādījuma dalībvalstī, kuras jurisdikcijā ir mediju pakalpojumu sniedzējs.

## **IV NODAĻA**

### **Noteikumi, kas attiecas vienīgi uz audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma**

#### *12. pants*

Dalībvalstis veic atbilstīgus pasākumus, lai nodrošinātu, ka to jurisdikcijā esošu mediju pakalpojumu sniedzēju piedāvātos audiovizuālo mediju pakalpojumus pēc pieprasījuma, kas varētu nopietni kaitēt nepilngadīgo fiziskajai, garīgajai vai morālajai attīstībai, dara pieejamus vienīgi tādā veidā, lai nodrošinātu, ka nepilngadīgie parastos apstākļos nedzirdēs vai neredzēs šādus audiovizuālo mediju pakalpojumus pēc pieprasījuma.

### *13. pants*

1. Dalībvalstis nodrošina, ka to jurisdikcijā esošo mediju pakalpojumu sniedzēju piedāvātie audiovizuālo mediju pakalpojumi pēc pieprasījuma, ja tas ir iespējams, ar atbilstīgiem līdzekļiem veicina Eiropas darbu izveidi un piekļuvi tiem. Šāda veicināšana varētu būt saistīta, cita starpā, ar finanšu ieguldījumu, ko minēto pakalpojumu sniedzēji sniegtu Eiropas darbu ražošanā un tiesību iegūšanā, vai arī ar attiecīgu daļu un/vai ievērojamo vietu, ko Eiropas darbi ieņem audiovizuālo mediju pakalpojumu piedāvātajā raidījumu katalogā.
2. Dalībvalstis ne vēlāk kā 2011. gada 19. decembrī un pēc tam ik pēc četriem gadiem paziņo Komisijai par 1. punkta īstenošanu.
3. Pamatojoties uz dalībvalstu sniegto informāciju un uz neatkarīga pētījuma rezultātiem, Komisija iesniedz Eiropas Parlamentam un Padomei ziņojumu par 1. punkta piemērošanu, ņemot vērā tirgus un tehnoloģiju attīstību, kā arī kultūras daudzveidības mērķi.

## V NODAĻA

### Noteikumi par ekskluzīvām tiesībām un īso ziņu pārraidēm televīzijas apraidē

#### *14. pants*

1. Katra dalībvalsts var veikt pasākumus saskaņā ar Savienības tiesību aktiem, lai nodrošinātu, ka tās jurisdikcijā esošās raidorganizācijas ekskluzīvi neraidītu notikumus, ko šajā dalībvalstī uzskatītu par īpaši svarīgiem sabiedrībai, tādā veidā, ka ievērojamai šīs dalībvalsts sabiedrības daļai ir liegta iespēja sekot šādiem notikumiem tiešraidē vai vēlākās reportāžās bezmaksas televīzijā. Ja šī raidorganizācija tā rīkojas, attiecīgā dalībvalsts izveido sarakstu ar noteiktiem notikumiem, valsts vai starptautiskiem pasākumiem, kurus tā uzskata par ļoti būtiskiem sabiedrībai. To dara skaidri un atklāti, un laikus. To veicot, attiecīgā dalībvalsts arī nosaka, vai šos pasākumus vajadzētu atspoguļot tiešraidē pilnībā vai daļēji vai vajadzības gadījumā vai objektīvu iemeslu dēļ sabiedrības interesēs tos pilnībā vai daļēji raidīs vēlāk.

2. Dalībvalstis nekavējoties informē Komisiju par jebkuriem pasākumiem, kas veikti vai kas jāveic, ievērojot 1. punktu. Trīs mēnešos pēc paziņojuma Komisija pārbauda, vai šie pasākumi atbilst Savienības tiesību aktiem un paziņo to citām dalībvalstīm. Tā prasa kontaktkomitejas atzinumu, kas izveidota saskaņā ar 29. pantu. *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī* tā steidzami publicē informāciju par veiktajiem pasākumiem un vismaz reizi gadā dalībvalstu veikto pasākumu apvienoto sarakstu.
3. Dalībvalstis ar savā tiesību sistēmā pienācīgiem līdzekļiem nodrošina, ka to jurisdikcijā esošās raidorganizācijas neizmanto savas ekskluzīvās tiesības, kas nopirkas pēc 2007. gada 18. decembra, tādā veidā, lai neliegtu būtiskai citas dalībvalsts sabiedrības daļai iespēju sekot līdz notikumiem, ko šī cita dalībvalsts saskaņā ar 1. un 2. punktu plāno raidīt tiešraidē pilnībā vai daļēji, vai arī vajadzības gadījumā vai objektīvu iemeslu dēļ sabiedrības interesēs tos vēlāk pilnībā vai daļēji raidīs bezmaksas televīzijā, kā noteikusi šī cita dalībvalsts saskaņā ar 1. punktu.

### *15. pants*

1. Dalībvalstis nodrošina, ka īsu ziņu reportāžu nolūkā visām raidorganizācijām, kas veic uzņēmējdarbību Savienībā, taisnīgā, saprātīgā un nediskriminējošā veidā ir piekļuve notikumiem, kas izraisa lielu sabiedrības ieinteresētību, kurus ekskluzīvā kārtībā pārraida to jurisdikcijā esoša raidorganizācija.
2. Ja citai raidorganizācijai, kas veic uzņēmējdarbību tajā pašā dalībvalstī, kurā veic uzņēmējdarbību raidorganizācija, kas cenšas iegūt piekļuvi, ir ekskluzīvas tiesības attiecībā uz notikumiem, kas izraisa lielu sabiedrības ieinteresētību, piekļuvi lūdz šai raidorganizācijai.
3. Dalībvalstis nodrošina, ka šāda piekļuve ir garantēta, ļaujot raidorganizācijām brīvi izvēlēties īsus izvilkumus, izmantojot raidorganizācijas pārraidīto signālu, norādot vismaz avotu, ja vien tas nav neiespējams praktisku iemeslu dēļ.
4. Kā alternatīvu 3. punktam dalībvalsts var izveidot līdzvērtīgu sistēmu, kurā panākta iespēja taisnīgi, saprātīgi un nediskriminējoši iegūt piekļuvi ar citiem līdzekļiem.

5. Īsus izvilkumus izmanto tikai vispārīgo ziņu raidījumiem, un tos var izmantot audiovizuālo mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma tikai tad, ja tas pats mediju pakalpojumu sniedzējs attiecīgo raidījumu piedāvā atliktā veidā.
6. Neskarot 1. līdz 5. punktu, dalībvalstis atbilstīgi to tiesību sistēmām un praksei nodrošina, ka ir definēti noteikumi un nosacījumi par šādu īsu izvilkumu sniegšanu, jo īpaši attiecībā uz jebkādiem kompensēšanas pasākumiem, īsu izvilkumu maksimālo ilgumu un laika ierobežojumiem to pārraidīšanai. Ja ir paredzēta kompensācija, tā nepārsniedz papildu izmaksas, kas tieši radušās, sniedzot piekļuvi.

## VI NODAĻA

### Televīzijas raidījumu izplatīšanas un producēšanas sekmēšana

#### *16. pants*

1. Ja vien ir iespējams, dalībvalstis ar pienācīgiem līdzekļiem nodrošina, lai raidorganizācijas atvēlētu lielāko daļu sava raidlaika Eiropas darbiem, izņemot laiku, kas ir paredzēts ziņām, sporta pasākumiem, spēlēm, reklāmai, teleteksta pakalpojumiem un televeikalam. Šāds raidlaika sadalījums būtu pakāpeniski panākams, izmantojot piemērotus kritērijus, ievērojot raidorganizācijas atbildību pret skatītājiem par informāciju, izglītību, kultūru un izklaidi.
2. Ja 1. punktā noteiktā raidlaika daļa nav panākama, tā nedrīkst būt mazāka par attiecīgās dalībvalsts vidējo rādītāju 1988. gadā.

Tomēr attiecībā uz Grieķiju un Portugāli 1988. gadu aizstāj ar 1990. gadu.

3. Sākot ar 1991. gada 3. oktobri dalībvalstis ik pēc diviem gadiem iesniedz Komisijai ziņojumu par šā panta un 17. panta piemērošanu.

Šajā ziņojumā jo īpaši iekļauj statistikas datus par šajā pantā un 17. pantā minēto raidlaika sadalījuma sasniegšanu katrā televīzijas raidījumā, kas ir minētās dalībvalsts jurisdikcijā, konkrēti minot iemeslus, kas ir kavējuši šāda sadalījuma sasniegšanu, un pasākumus, kas ir veikti vai plānoti, lai to sasniegtu.

Komisija informē pārējās dalībvalstis un Eiropas Parlamentu par ziņojumiem, kuriem vajadzības gadījumā pievieno atzinumu. Komisija nodrošina šā panta un 17. panta piemērošanu saskaņā ar noteikumiem Līgumā par Eiropas Savienības darbību. Atzinumā Komisija jo īpaši var ņemt vērā sasniegumus salīdzinājumā ar iepriekšējiem gadiem, pirmārraides darbu īpatsvaru raidījumu programmā, īpašos apstākļus jaunajām televīzijas raidorganizācijām un īpašo situāciju valstīs ar zemu audiovizuālās ražošanas jaudu vai ierobežotu valodas lietošanas areālu.

### *17. pants*

Ja vien ir praktiski iespējams, dalībvalstis ar atbilstīgiem līdzekļiem nodrošina, ka raidorganizācijas vismaz 10 % sava raidlaika, izņemot laiku, kas ir paredzēts ziņām, sporta pasākumiem, spēlēm, reklāmai teleteksta pakalpojumiem un televeikalam, vai arī, pēc dalībvalsts ieskatiem, vismaz 10 % no sava raidījumu budžeta atvēl Eiropas darbiem, kurus veidojuši no raidorganizācijām neatkarīgi producenti. Šis sadalījums būtu pakāpeniski panākams, izmantojot piemērotus kritērijus, ievērojot raidorganizāciju atbildību pret skatītājiem par informāciju, izglītību, kultūru un izklaidi. Tas sasniedzams, pietiekamu procentuālo daļu atvēlot jauniem darbiem, proti, darbiem, ko pārraida piecos gados pēc to producēšanas.

### *18. pants*

Šo nodaļu nepiemēro attiecībā uz televīzijas apraidi, kas adresēta vietējai auditorijai un nav daļa no valsts tīkla.

## VII NODAĻA

### Televīzijas reklāma un televeikals

#### *19. pants*

1. Televīzijas reklāma un televeikals ir skaidri atpazīstams un atšķirams no redakcionālā satura. Neskarot jaunu reklāmas paņēmienu lietojumu, televīzijas reklāmu un televeikalu pilnīgi nošķir no citām raidījumu daļām ar optiskiem un/vai akustiskiem, un/vai telpiskiem līdzekļiem.
2. Atsevišķa reklāma un televeikals, kas nav iestarpinājumi sporta pasākumu pārraidē, ir izņēmums.

## 20. pants

1. Dalībvalstis nodrošina, ka, iestarpinot televīzijas reklāmu vai televeikalu raidījumos, netiek kaitēts raidījumu viengabalainībai, ņemot vērā attiecīgā raidījuma dabiskos pārtraukumus un tā ilgumu un būtību, kā arī netiek kaitēts tiesību īpašnieku tiesībām.
2. Televīzijas filmu (izņemot daudzsēriju filmas, seriālus un dokumentālās filmas), kinematogrāfisko darbu un ziņu raidījumu pārraidi var pārtraukt ar televīzijas reklāmu un/vai televeikalu vienreiz katrā paredzētajā periodā, kas ir vismaz 30 minūtes. Bērniem paredzēto raidījumu pārraidi var pārtraukt ar televīzijas reklāmu un/vai televeikalu vienreiz katrā paredzētajā periodā, kas ir vismaz 30 minūtes, ja raidījuma paredzētais ilgums pārsniedz 30 minūtes. Televīzijas reklāmas vai televeikalu neiestarpina reliģisku ceremoniju pārraidēs.

### *21. pants*

Ir aizliegts televēikals zālēm, kurām vajadzīga tirdzniecības atļauja Direktīvas 2001/83/EK nozīmē, kā arī televēikals ārstniecībai.

### *22. pants*

Alkoholisko dzērienu televīzijas reklāma un televēikals atbilst šādiem kritērijiem:

- a) tā nedrīkst būt adresēta nepilngadīgajiem vai, jo īpaši, rādīt nepilngadīgos, kuri lieto šos dzērienus;
- b) tā nesaista alkohola lietošanu ar fizisko spēju uzlabošanu vai transportlīdzekļa vadīšanu;
- c) tā nerada iespaidu, ka alkohola lietošana palīdz gūt panākumus sabiedrībā vai seksā;

- d) tā neapgalvo, ka alkoholam piemīt ārstnieciskas īpašības vai ka tas ir stimulējošs, nomierinošs, vai līdzeklis, kas palīdz risināt personiskas nesaskaņas;
- e) tā nemudina uz alkohola pārmērīgu lietošanu un nenopel atturību vai mērenu alkohola lietošanu;
- f) tā neuzsver, ka augsts alkohola saturs būtu dzēriena pozitīva īpašība.

### *23. pants*

1. Televīzijas reklāmas un televeikala kopapjoms vienā stundā nepārsniedz 20 %.
2. Šā panta 1. punktu nepiemēro attiecībā uz raidorganizācijas paziņojumiem saistībā ar saviem raidījumiem un citiem produktiem, kas tieši atvasināti no šiem raidījumiem, sponsoru paziņojumiem un produktu izvietošanas.

#### *24. pants*

Televeikala skatlogi ir skaidri norādīti ar optiskiem un akustiskiem līdzekļiem, un tie ir vismaz 15 minūšu ilgi un bez pārtraukumiem.

#### *25. pants*

Šo direktīvu piemēro *mutatis mutandis* attiecībā uz televīzijas kanāliem, kas paredzēti tikai reklāmai un televeikalam, kā arī televīzijas kanāliem, kas paredzēti tikai pašreklāmai.

Tomēr šiem kanāliem nepiemēro VI nodaļu, kā arī 20. un 23. pantu.

#### *26. pants*

Neskarot 4. pantu, dalībvalstis, ņemot vērā Savienības tiesību aktus, var paredzēt citādus nosacījumus nekā tie, kuri noteikti 20. panta 2. punktā un 23. pantā attiecībā uz televīzijas apraidi, kas domāta tikai savas valsts teritorijai un ko sabiedrība nevar tieši vai netieši uztvert vienā vai vairākās citās dalībvalstīs.

## VIII NODAĻA

### Nepilngadīgo aizsardzība televīzijas apraidē

#### *27. pants*

1. Dalībvalstis veic atbilstīgus pasākumus, lai nodrošinātu, ka to jurisdikcijā esošās raidorganizācijas savā televīzijas apraidē neiekļauj raidījumus, kas varētu nopietni kaitēt nepilngadīgo fiziskajai, garīgajai vai tikumiskajai attīstībai, jo īpaši tādus raidījumus, kuros iekļauta pornogrāfija vai nepamatota vardarbība.
2. Šā panta 1. punktā paredzētos pasākumus attiecina arī uz citiem raidījumiem, kas varētu kaitēt nepilngadīgo fiziskajai, garīgajai vai tikumiskajai attīstībai, izņemot gadījumus, kad, izvēloties raidlaiku vai jebkurus tehniskos līdzekļus, ir nodrošināts, ka apraides zonā nepilngadīgie parasti šo apraidi neredzēs un nedzirdēs.
3. Turklāt, kad šādus raidījumus pārraida nekodētā veidā, dalībvalstis nodrošina, lai pirms tiem būtu akustisks brīdinājuma signāls vai lai tos iezīmētu ar vizuālu simbolu visā raidījuma garumā.

## IX NODAĻA

### Tiesības uz atbildi televīzijas apraidē

#### *28. pants*

1. Neierobežojot citus noteikumus, ko dalībvalstis pieņēmušas saskaņā ar civiltiesību, administratīvo tiesību vai krimināltiesību normām, neatkarīgi no valstspiederības jebkurai fiziskai vai juridiskai personai, kuras likumīgajām interesēm ir nodarīts kaitējums, jo īpaši ja televīzijas raidījumā nepareizi atspoguļota fakta dēļ ir aizskarta tās reputācija un labā slava, ir jābūt tiesībām uz atbildi vai līdzvērtīgu tiesiskās aizsardzības līdzekli. Dalībvalstis nodrošina, ka tiesību uz atbildi vai līdzvērtīgu tiesiskās aizsardzības līdzekļa izmantošanu nekavē nepamatotu noteikumu vai nosacījumu uzspiešana. Atbildi nosūta saprātīgā laikā pēc pieprasījuma pamatošanas un tādā laikā un veidā, kas atbilst apraidei, uz ko pieprasījums attiecas.

2. Tiesības uz atbildi vai līdzvērtīgu tiesiskās aizsardzības līdzekli ir spēkā attiecībā uz visām dalībvalsts jurisdikcijā esošajām raidorganizācijām.
3. Dalībvalstis pieņem vajadzīgos pasākumus, lai ieviestu tiesības uz atbildi vai līdzvērtīgu tiesiskās aizsardzības līdzekli, un nosaka procedūru, kā to izmantot. Jo īpaši tās nodrošina pietiekamu laiku un tādu kārtību, kas nodrošina, ka fiziskas vai juridiskas personas, kuras pastāvīgi uzturas vai veic uzņēmējdarbību citās dalībvalstīs, var izmantot šīs tiesības vai līdzvērtīgu tiesiskās aizsardzības līdzekli.

4. Pieteikumu izmantot tiesības uz atbildi vai līdzvērtīgu tiesiskās aizsardzības līdzekli var noraidīt, ja šāda atbilde nav pamatota saskaņā ar 1. punktā paredzētajiem nosacījumiem, varētu būt sodāma, padarītu raidorganizāciju civiltiesiski atbildīgu vai pārkāptu pieklājības normas.
5. Pieņem noteikumus, kas paredz kārtību, lai domstarpības par to, kā izmantot tiesības uz atbildi vai līdzvērtīgu tiesiskās aizsardzības līdzekli, varētu izskatīt tiesā.

## X NODAĻA

### Kontaktkomiteja

#### *29. pants*

1. Komisijas aizgādībā izveido kontaktkomiteju. Tajā ir dalībvalstu kompetento iestāžu pārstāvji. Tās priekšsēdētājs ir Komisijas pārstāvis, un tā sanāk vai nu pēc priekšsēdētāja ierosmes, vai pēc dalībvalsts deleģācijas lūguma.
2. Kontaktkomitejas uzdevumi ir:
  - a) veicināt šīs direktīvas efektīvu īstenošanu, noturot regulāras apspriedes par jebkurām praktiskām problēmām, kas rastos tās piemērošanas gaitā, jo īpaši piemērojot 2. pantu, kā arī apspriedes par jebkuriem citiem jautājumiem, kuros domu apmaiņu uzskata par lietderīgu;
  - b) sniegt atzinumus pēc savas ierosmes vai atzinumus, ko prasa Komisija, par šīs direktīvas piemērošanu dalībvalstīs;

- c) būt par forumu viedokļu apmaiņai par jautājumiem, kas būtu jāiztirzā ziņojumos, kuri dalībvalstīm jāsniedz saskaņā ar 16. panta 3. punktu, un par to metodiku;
- d) pārrunāt to regulāro apspriežu iznākumu, kas Komisijai ir ar raidorganizāciju, producentu, patērētāju, ražotāju, pakalpojumu sniedzēju, arodbiedrību un radošo apvienību pārstāvjiem;
- e) veicināt informācijas apmaiņu starp dalībvalstīm un Komisiju par stāvokli un regulatīvo darbību attīstību attiecībā uz audiovizuālo mediju pakalpojumiem, ņemot vērā Savienības audiovizuālo politiku, kā arī attiecīgu tehnikas attīstību;
- f) pārbaudīt jebkuras šīs jomas attīstības tendences, kurās domu apmaiņa šķiet lietderīga.

## **XI NODAĻA**

### **Sadarbība starp dalībvalstu regulatīvajām struktūrām**

#### *30. pants*

Dalībvalstis veic atbilstīgus pasākumus, lai nodrošinātu viena otru un Komisiju ar informāciju, kas vajadzīga šīs direktīvas piemērošanai, jo īpaši tās 2., 3. un 4. panta piemērošanai, jo īpaši ar savu kompetento neatkarīgo regulatīvo struktūru starpniecību.

## XII NODAĻA

### Nobeiguma noteikumi

#### *31. pants*

Jomās, ko šī direktīva nekoordinē, tā neietekmē dalībvalstu tiesības un pienākumus, kas izriet no pastāvošajām konvencijām attiecībā uz telekomunikācijām vai apraidi.

#### *32. pants*

Dalībvalstis dara Komisijai zināmu to savu galveno noteikumu tekstu, kurus tās pieņem jomā, uz kuru attiecas šī direktīva.

### *33. pants*

Ne vēlāk kā 2011. gada 19. decembrī un pēc tam ik pēc trim gadiem Komisija iesniedz Eiropas Parlamentam, Padomei un Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai ziņojumu par šīs direktīvas piemērošanu un, ja vajadzīgs, izstrādā turpmākus priekšlikumus, lai to pielāgotu pārmaiņām audiovizuālo mediju pakalpojumu jomā, jo īpaši ņemot vērā jaunākos tehnoloģijas sasniegumus, konkurētspēju nozarē un mediju lietotājprasmes līmeni visās dalībvalstīs.

Šajā ziņojumā novērtē arī jautājumu par televīzijas reklāmu, kas pavada bērniem paredzētos raidījumus vai ir iekļauta tajos, un jo īpaši to, vai šajā direktīvā noteiktie noteikumi par reklāmas apjomu un kvalitāti ir nodrošinājuši prasīto aizsardzības līmeni.

### 34. pants

Ar šo atceļ Direktīvu 89/552/EEK, kā tā grozīta ar I pielikuma A daļā uzskaitītajām direktīvām, neskarot dalībvalstu pienākumus attiecībā uz termiņiem, kad tām attiecīgās direktīvas jātransponē savos tiesību aktos, kā izklāstīts I pielikuma B daļā.

Atsauces uz atcelto direktīvu uzskata par atsaucēm uz šo direktīvu, un tās lasa saskaņā ar atbilstības tabulu II pielikumā.

### 35. pants

Šī direktīva stājas spēkā divdesmitajā dienā pēc tās publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī*.

*36. pants*

Šī direktīva ir adresēta dalībvalstīm.

....

*Eiropas Parlamenta vārdā—  
priekšsēdētājs*

*Padomes vārdā—  
priekšsēdētājs*

---

## I PIELIKUMS

### **A daļa**

#### **Atceltā direktīva ar tās turpmāko grozījumu sarakstu**

(kā minēts 34. pantā)

Padomes Direktīva 89/552/EEK  
(OV L 298, 17.10.1989., 23. lpp.)

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 97/36/EK  
(OV L 202, 30.7.1997., 60. lpp.)

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2007/65/EK      tikai 1. pants  
(OV L 332, 18.12.2007., 27. lpp.)

### **B daļa**

#### **Termiņu uzskaitījums transponēšanai valsts tiesību aktos**

(kā minēts 34. pantā)

Direktīva	Termiņš transponēšanai
89/552/EEK	1991. gada 3. oktobris
97/36/EK	1998. gada 31. decembris
2007/65/EK	2009. gada 19. decembris

## II PIELIKUMS

### ATBILSTĪBAS TABULA

Direktīva 89/552/EEK	Šī direktīva
1. panta ievadfrāze	1. panta 1. punkta ievadfrāze
1. panta a) punkta ievadfrāze	1. panta 1. punkta a) apakšpunkta ievadfrāze
1. panta a) punkta pirmais ievilkums	1. panta 1. punkta a) apakšpunkta i) punkts
1. panta a) punkta otrais ievilkums	1. panta 1. punkta a) apakšpunkta ii) punkts
1. panta b) līdz m) punkts	1. panta 1. punkta b) līdz m) apakšpunkts
1. panta n) punkta i) apakšpunkta ievadfrāze	1. panta 1. punkta n) apakšpunkta ievadfrāze
1. panta n) punkta i) apakšpunkta pirmais ievilkums	1. panta 1. punkta n) apakšpunkta i) punkts
1. panta n) punkta i) apakšpunkta otrais ievilkums	1. panta 1. punkta n) apakšpunkta ii) punkts
1. panta n) punkta i) apakšpunkta trešais ievilkums	1. panta 1. punkta n) apakšpunkta iii) punkts
1. panta n) punkta i) apakšpunkta ceturtais ievilkums	1. panta 2. punkts
1. panta n) punkta ii) apakšpunkta ievadfrāze	1. panta 3. punkta ievadfrāze
1. panta n) punkta ii) apakšpunkta pirmais ievilkums	1. panta 3. punkta i) apakšpunkts
1. panta n) punkta ii) apakšpunkta otrais ievilkums	1. panta 3. punkta ii) apakšpunkts

Direktīva 89/552/EEK	Šī direktīva
1. panta n) punkta ii) apakšpunkta trešais ievilkums	1. panta 3. punkta iii) apakšpunkts
1. panta n) punkta iii) apakšpunkts	1. panta 4. punkts
2. pants	2. pants
2.a panta 1., 2. un 3. punkts	3. panta 1., 2. un 3. punkts
2.a panta 4. punkta ievadfrāze	3. panta 4. punkta ievadfrāze
2.a panta 4. punkta a) apakšpunkts	3. panta 4. punkta a) apakšpunkts
2.a panta 4. punkta b) apakšpunkta ievadfrāze	3. panta 4. punkta b) apakšpunkta ievadfrāze
2.a panta 4. punkta b) apakšpunkta pirmais ievilkums	3. panta 4. punkta b) apakšpunkta i) punkts
2.a panta 4. punkta b) apakšpunkta otrais ievilkums	3. panta 4. punkta b) apakšpunkta ii) punkts
2.a panta 5. un 6. punkts	3. panta 5. un 6. punkts
3. pants	4. pants
3.a pants	5. pants
3.b pants	6. pants
3.c pants	7. pants
3.d pants	8. pants
3.e pants	9. pants

Direktīva 89/552/EEK	Šī direktīva
3.f pants	10. pants
3.g panta 1. punkts	11. panta 2. punkts
3.g panta 2. punkta pirmās daļas ievadfrāze	11. panta 3. punkta pirmās daļas ievadfrāze
3.g panta 2. punkta pirmās daļas pirmais ievilkums	11. panta 3. punkta pirmās daļas a) apakšpunkts
3.g panta 2. punkta pirmās daļas otrais ievilkums	11. panta 3. punkta pirmās daļas b) apakšpunkts
3.g panta 2. punkta otrā, trešā un ceturtā daļa	11. panta 3. punkta otrā, trešā un ceturtā daļa
3.g panta 3. punkts	11. panta 4. punkts
3.g panta 4. punkts	11. panta 1. punkts
3.h pants	12. pants
3.i pants	13. pants
3.j pants	14. pants
3.k pants	15. pants
4. panta 1., 2. un 3. punkts	16. panta 1., 2. un 3. punkts
4. panta 4. punkts	—

Direktīva 89/552/EEK	Šī direktīva
5. pants	17. pants
9. pants	18. pants
10. pants	19. pants
11. pants	20. pants
14. pants	21. pants
15. pants	22. pants
18. pants	23. pants
18.a pants	24. pants
19. pants	25. pants
20. pants	26. pants
22. pants	27. pants
23. pants	28. pants
23.a pants	29. pants

Direktīva 89/552/EEK	Šī direktīva
23.b pants	30. pants
24. pants	31. pants
–	32. pants
26. pants	33. pants
–	34. pants
–	35. pants
27. pants	36. pants
–	I pielikums
–	II pielikums