



Europos Sąjungos
Taryba

Briuselis, 2024 m. gegužės 14 d.
(OR. en)

9301/24

AUDIO 56
CULT 47
TELECOM 165
DIGIT 126
SOC 329
EDUC 155
EMPL 190

POSĖDŽIO REZULTATAI

nuo:	Tarybos generalinio sekretoriato
kam:	Delegacijoms
Dalykas:	Tarybos išvados dėl paramos nuomonės formuotojams, kaip internetinio turinio kūrėjams

Delegacijoms priede pateikiamos pirmiau nurodytos Tarybos išvados, kurias Taryba (švietimas, jaunimas, kultūra ir sportas) patvirtino 2024 m. gegužės 13–14 d. posėdyje.

Tarybos išvados dėl paramos nuomonės formuotojams, kaip internetinio turinio kūrėjams

EUROPOS SĄJUNGOS TARYBA,

LAIKYDAMASI NUOMONĖS, KAD

1. nuomonės formuotojai yra pasaulinės žiniasklaidos ekosistemos dalis. Kadangi nuomonės formuotojų naudojamos socialinės žiniasklaidos ir dalijimosi vaizdo medžiaga platformos yra daugelio europiečių kasdienio gyvenimo dalis, nuomonės formuotojai daro vis didesnę poveikį internetiniam turiniui ir informacijai, kurią reguliariai vartoja europiečiai;
2. socialinės žiniasklaidos ir dalijimosi vaizdo medžiaga platformos tampa neatsiejamu asmeninių pažiūrų, elgesio, dalyvavimo socialiniame gyvenime ir tapatybės raidos, įskaitant psichosocialinį vystymąsi, elementu, ypač paauglystėje. Dėl nuomonės formuotojų įvairovės praktiškai kiekvienas asmuo gali rasti sau internetinę bendruomenę ir sustiprinti savo bendrystės jausmą. Todėl nuomonės formuotojai gali daryti teigiamą poveikį savo auditorijai;
3. be teigiamo poveikio, nuomonės formuotojų kuriamas turinys ir jų elgesys internete gali būti ir žalingi tiek atskiriems asmenims, tiek visai visuomenei. Internetinei aplinkai būdinga rizika, pavyzdžiui, patyčios kibernetinėje erdvėje, klaidinga informacija ar dezinformacija ir perdėtas lyginimasis su nuomonės formuotojais, gali daryti neigiamą poveikį jų auditorijos, visų pirma nepilnamečių, psichikos ir fizinei sveikatai. Be to, klaidinga informacija ir dezinformacija, kuria dalijasi kai kurie nuomonės formuotojai, taip pat gali daryti visuomenės lygmens neigiamą poveikį tokiose srityse, kaip visuomenės sveikata ir demokratija;

4. nuomonės formuotojų daromas poveikis susijęs ne tik su jų komercine veikla. Nuomonės formuotojai savo auditorijai daro poveikį, kuris gali turėti įtakos demokratiniam požiūriui, vertybėms ir politinėms pažiūroms, taip pat sveikatai, asmeninėms pažiūroms ir karjeros sprendimams. Jie turi suprasti, kokį poveikį jie daro, ir turėtų turėti reikiamų įgūdžių jam valdyti ir skatinti teigiamą bei konstruktyvią veiklą internete;
5. kurdami ir redaguodami turinį nuomonės formuotojai naudoja savo techninius ir kūrybinius įgūdžius. Jie turėtų turėti įgūdžių, susijusių su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, pavyzdžiui, analitinio ir kritinio mąstymo, ir elgtis atsakingai. Jie turėtų jausti atsakomybę savo auditorijai ir suprasti galimą savo veiklos, įskaitant komercinę praktiką, poveikį. Jie turėtų ypač suprasti poveikį, kurį jų auditorijai ir jos gerovei gali daryti dalijimasis klaidinga informacija ir dezinformacija, neapykantos kurstymas internete, patyčios kibernetinėje erdvėje ir kitas neteisėtas ar žalingas turinys. Be to, jie turėtų žinoti, kaip tinkamai reaguoti susidūrus su šiomis problemomis;
6. nuomonės formuotojai daro reikšmingą poveikį asmenims, bendruomenėms, visai visuomenei ir žiniasklaidos ekosistemai. Padedant jiems suprasti atitinkamas teises pareigas ir jų teises, taip pat stiprinant jų įgūdžius, susijusius su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, ir atsakingą elgesį gali būti daromas teigiamas poveikis tiek nuomonės formuotojams, tiek jų auditorijai, taip prisidedant prie saugesnės internetinės žiniasklaidos aplinkos;

7. kadangi nepilnamečiai nuomonės formuotojai yra nepilnamečiai asmenys, jų tėvai, globėjai ir kiti suaugę prižiūrintys asmenys yra atsakingi už nepilnamečių nuomonės formuotojų gerovę ir supratimą apie atsakingą elgesį internete, priklausomai nuo jų amžiaus. Nepilnamečiams nuomonės formuotojams augant, tokia atsakomybė mažėja. Tėvai, globėjai ir prižiūrintys asmenys turėtų patys susipažinti su informacija ir informuoti nepilnamečius nuomonės formuotojus apie atitinkamas teises pareigas bei teises ir stiprinti jų įgūdžius, susijusius su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, bei atsakingą elgesį;
8. daugeliu atvejų nacionalinės reguliavimo institucijos arba kitos kompetentingos įstaigos jau informuoja nuomonės formuotojus apie atitinkamus teisės aktus ir tikrina, kaip jie laikosi taikytinų teisės aktų, pavyzdžiui, audiovizualinio sektoriaus reguliavimo institucijos tikrina, ar laikomasi reguliavimo nuostatų, kuriomis įgyvendinama Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva¹, o vartotojų apsaugos institucijos ir kitos kompetentingos įstaigos tikrina, ar laikomasi ES vartotojų teisės, pavyzdžiui, Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos² ir Vartotojų teisių direktyvos³;
9. nuomonės formuotojų naudojamų interneto platformų politika, sąsajos, funkcijos ir algoritmai, taip pat iš ES teisės kylančios pareigos, susijusios su šiomis platformomis, daro poveikį nuomonės formuotojų veiklai ir jų kuriamam turiniui;

¹ OL L 95, 2010 4 15, p. 1 ir OL L 303, 2018 11 28, p. 69.

² OL L 149, 2005 6 11, p. 22.

³ OL L 304, 2011 11 22, p. 64.

10. nuomonės formuotojų grupė yra labai įvairi, tačiau yra nedaug atstovaujamųjų organizacijų, kurios galėtų juos remti. Yra nuomonės formuotojų agentūrų, veikiančių vietas ir tarptautiniu mastu, tačiau jos daugiausia dėmesio skiria atstovavimui nuomonės formuotojų, su kuriais dirba, verslo interesams;
11. esama ES žiniasklaidos ir skaitmeninio raštingumo politika daugiausia dėmesio skiriama nuomonės formuotojų auditorijos, įskaitant nepilnamečius, skaitmeniniams įgūdžiams ir kompetencijoms, siekiant padėti jiems kritiškai vertinti nuomonės formuotojų kuriamą ir platinamą internetinį turinį. Tai apima kritinio komercinių ir visuomeninių interesų, kuriais gali būti grindžiamas kuriamas turinys, supratimo stiprinimą ir atsparumo žalingiems įpročiams internete ir žalingai praktikai, įskaitant dalijimąsi klaidinga informacija ir dezinformacija, didinimą;
12. be esamų iniciatyvų, skirtų nuomonės formuotojų auditorijos gebėjimui naudotis žiniasklaidos priemonėmis ugdyti, reikia toliau stiprinti pačių nuomonės formuotojų įgūdžius, susijusius su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, ir skatinti atsakingą elgesį,

PRIMINDAMA, KAD

13. kiekvieno asmens, įskaitant nuomonės formuotojus ir jų auditoriją, teisė į saviraiškos ir informacijos laisvę įtvirtinta ES pagrindinių teisių chartijos 11 straipsnyje;
14. Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva (AŽPD) gali būti taikoma nuomonės formuotojų veiklai tiek, kiek jų veikla priskiriama prie audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų, o valstybės narės šioje srityje laikosi įvairių požiūrių⁴. Direktyva nustatomi reikalavimai, susiję su tokiais klausimais kaip komercinių audiovizualinių pranešimų skaidrumas ir sąžiningumas ir nepilnamečių bei kitų pažeidžiamų grupių apsauga nuo galimo žalingo turinio. AŽPD taip pat nustatomos konkrečios taisyklės dėl audiovizualinio turinio, pateikiamo dalijimosi vaizdo medžiaga platformose; šios taisyklės daro poveikį tam, kaip nuomonės formuotojai veikia šiose platformose, ir jų teikiamo turinio kokybei. Galiausiai AŽPD taip pat skatinami visų dalijimosi vaizdo medžiaga platformų naudotojų – tų, kurie naudojami dalijimosi vaizdo medžiaga platformomis vartodami turinį ir tų, kurie naudojami jomis savo kuriamam turiniui platinti – įgūdžiai, susiję su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis. Tai daroma reikalaujant, kad dalijimosi vaizdo medžiaga platformose būtų įdiegti gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis įrankiai, ir kad valstybės narės skatintų šių įgūdžių ugdymo priemones ir jų imtųsi;

⁴ Žr. Europos audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų reguliuotojų grupės (ERGA) 2021 m. ataskaitą „Vaizdo tinklaraštininkų reguliavimo analizė ir rekomendacijos“ (angl. *Analysis and recommendations concerning the regulation of vloggers*), ERGA 2022 m. ataskaitą „Kaip identifikuoti ir lokalizuoti vaizdo tinklaraštininkus ir reguliuoti jų komercinius pranešimus?“ (angl. *How to identify and localise vloggers and regulate their commercial communication?*), ERGA 2023 m. ataskaitą „Ko galime išmokyti iš nacionalinių reguliavimo institucijų praktikos vaizdo tinklaraštininkų reguliavimo srityje?“ (angl. *Learning from the practical experiences of NRA's in the regulation of vloggers*) ir Europos audiovizualinės observatorijos 2022 m. planavimo ataskaitą dėl dalijimosi vaizdo medžiaga platformoms taikytinų taisyklių, daugiausia dėmesio skiriant komerciniams pranešimams (angl. *Mapping report on the rules applicable to video-sharing platform – Focus on commercial communications*).

15. Skaitmeninių paslaugų aktu (SPA)⁵ nustatytos suderintos taisyklės ir pareigos interneto platformų, kuriomis nuomonės formuotojai dažnai naudojami kaip savo pasirinkta priemonė skleisti turinį, paslaugų teikėjams, kiek tai susiję su neteisėtu ir žalingu turiniu, kuris platinamas naudojantis jų, kaip tarpininkų, paslaugomis, įskaitant dezinformaciją, nepilnamečiams ir kitoms pažeidžiamoms grupėms žalingą turinį, ir suklastotų prekių pardavimų skatinimą, taip pat komercinio turinio skaidrumo taisyklės. Taigi SPA daro poveikį tam, kaip nuomonės formuotojai gali naudotis interneto platformomis savo turiniui skleisti;
16. Dirbtinio intelekto (DI) akte⁶ nustatytos suderintos taisyklės, kuriomis siekiama apsaugoti sveikatą, užtikrinti saugą ir pagrindines teises, taip pat demokratiją, teisinę valstybę ir aplinkos apsaugą nuo žalingo DI poveikio, kartu skatinant patikimą bei į žmogų orientuotą DI ir remiant inovacijas. Taip nuomonės formuotojai, kurie gali naudoti DI turinio rengimo procese, įpareigojami nenaudoti tam tikros draudžiamos DI praktikos, informuoti savo auditoriją, kai jie sąveikauja su DI sistema, ir aiškiai ženklinti sintetinę sankaitą;
17. Reglamentas dėl politinės reklamos skaidrumo ir atrankiojo adresavimo⁷ taikomas nuomonės formuotojams, kai jie pagal Reglamentą teikia politinę reklamą. Jame nustatomos nuomonės formuotojų pareigos įtraukti ženklimą ir kitą informaciją apie savo reklamas – interneto platformų paslaugų teikėjai turi sudaryti tam sąlygas; juo taip pat daromas poveikis tam, kaip nuomonės formuotojai gali skleisti tokio pobūdžio turinį;

⁵ OL L 277, 2022 10 27, p. 1.

⁶ OL L ...

⁷ OL L ...

18. Europos žiniasklaidos laisvės aktu (EMFA)⁸ nustatomos bendros tinkamo žiniasklaidos paslaugų vidaus rinkos veikimo taisyklės, kartu apsaugant nepriklausomą ir pliuralistinę žiniasklaidos aplinką, kuri gali turėti įtakos nuomonės formuotojų veiklai, pavyzdžiui, kai nuomonės formuotojai laikomi žiniasklaidos paslaugų teikėjais;
19. Bendrajame duomenų apsaugos reglamente (BDAR)⁹ nustatomos fizinių asmenų apsaugos, kiek tai susiję su asmens duomenų tvarkymu ir apsauga, taisyklės ir laisvo asmens duomenų judėjimo taisyklės. Šios taisyklės gali turėti įtakos nuomonės formuotojų veiklai;
20. Europos vartotojų teisės aktai, pavyzdžiui, Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva ir Vartotojų teisių direktyva, taikomi nuomonės formuotojų komercinei veiklai, pavyzdžiui, kai jie reklamuoja ar remia įmones ar prekių ženklus, reklamuoja produktus ar parduoda paslaugas vartotojams internete. Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvoje reikalaujama, kad visi komerciniai pranešimai būtų aiškiai atskleidžiami vartotojams, neatsižvelgiant į tai, kokia technologija ar kanalas naudojami šiai įmonių komunikacijai su vartotojais palaikyti. Ja taip pat draudžiama nuomonės formuotojams melagingai prisistatyti kaip vartotojams ir tiesiogiai raginti vaikus pirkti produktus;
21. Europos intelektinės nuosavybės teisės aktai suteikia nuomonės formuotojams priemonių apsaugoti ir skatinti savo darbą, kartu remiant jų kūrybiškumą. Kita vertus, intelektinės nuosavybės teisės aktais nuomonės formuotojams draudžiama be leidimo atgaminti arba padaryti viešai prieinamą kitų sukurtą autorių teisių ir (arba) gretutinių teisių saugomą turinį;

⁸ OL L ...

⁹ OL L 119, 2016 5 4, p. 1.

22. Europos strategija dėl vaikams geresnio interneto (VGI+)¹⁰ siekiama užtikrinti, kad naujajame skaitmeniniame dešimtmetyje nepilnamečiai būtų apsaugoti, gerbiami ir įgalinami internete, laikantis Europos skaitmeninių principų¹¹. Tai apima priemones, kuriomis siekiama remti saugią ir pagal amžių tinkamą nepilnamečių patirtį socialinės žiniasklaidos ir dalijimosi vaizdo medžiaga platformose, skaitmeninį įgalėjimą ir aktyvų vaikų bei jaunimo dalyvavimą;
23. JT Vaiko teisių konvencijoje (JT VTK) pripažįstamos vaikų, įskaitant nepilnamečius nuomonės formuotojus, teisės, pavyzdžiui, teisė į privatumą ir teisė būti apsaugotam nuo ekonominio išnaudojimo;
24. Europos Sąjunga skatina europiečių, įskaitant nepilnamečius, gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis, pasitelkdama tokias politikos kryptis ir priemones kaip programa „Kūrybiška Europa“¹², programa „Erasmus+“¹³, Europos solidarumo korpusas¹⁴, Skaitmeninio švietimo veiksmų planas¹⁵ ir AŽPD, pavyzdžiui, pasitelkdama nacionaliniu lygmeniu priimtas priemones, susijusias su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, ir remdama Europos skaitmeninės žiniasklaidos stebėjimo centrą ir jo regioninius centrus visoje Sąjungoje;
25. Europos Komisijos sukurtoje nuomonės formuotojų teisinės informacijos platformoje pateikiama medžiaga, įskaitant vaizdo mokymo kursus, rašytinius teisinius pranešimus ir svarbių teisės aktų bei bylų apžvalgas, taip pat nuorodos į atitinkamas nacionalines vartotojų apsaugos institucijas ir kitus išteklius. Naudodamiesi šiais ištekliais nuomonės formuotojai ir plačioji visuomenė gali susipažinti su Europos vartotojų apsaugos standartais, kurie turi būti taikomi reklamuojant, parduodant prekes ir teikiant paslaugas,

¹⁰ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/lt/policies/strategy-better-internet-kids>.

¹¹ Europos deklaracija dėl skaitmeninio dešimtmečio skaitmeninių teisių ir principų (OL C 23, 2023 1 23, p. 1).

¹² OL L 189, 2021 5 28, p. 34.

¹³ OL L 189, 2021 5 28, p. 1.

¹⁴ OL L 202, 2021 6 8, p. 32.

¹⁵ Dok. COM/2020/624 final.

PRAŠO VALSTYBIŲ NARIŲ ATITINKAMU LYGMENIU:

26. apsvarstyti didėjančią nuomonės formuotojų svarbą pasaulinėje žiniasklaidos ekosistemoje ir atitinkamai esamų priemonių taikymą, taip pat gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis iniciatyvų pritaikymą nuomonės formuotojams ir jų auditorijai;
27. sudaryti palankesnes sąlygas politiniam dialogui su nuomonės formuotojais, be kita ko, pasitelkiant pamažu atsirandančias atstovaujamas organizacijas;
28. stengtis užtikrinti, kad nuomonės formuotojai suprastų atitinkamus nacionalinės ir Europos teisės aktus, įskaitant pirmiau minėtus teisės aktus, ir jų laikytųsi, pasirūpinant, kad taikytinos taisyklės būtų lengvai prieinamos ir suprantamos;
29. remti pamažu atsirandančias atstovaujamas organizacijas, kad būtų sistemingai didinamas nuomonės formuotojų informuotumas apie jų vaidmenį žiniasklaidos ekosistemoje ir jų poveikį auditorijai;
30. remti nuolatinį nuoseklaus požiūrio į geresnių įgūdžių, susijusių su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, ugdymą ir nuomonės formuotojų atsakingo elgesio skatinimą plėtojimą taikant praktiškai įgyvendinamas priemones, pavyzdžiui, mokymo programas, informuotumo didinimo kampanijas ir iniciatyvas, kuriomis būtų stiprinamas jų analitinis ir kritinis mąstymas;
31. išnagrinėti galimybes keisti gerąją praktiką tarp organizacijų, kurioms tenka pagalbinis vaidmuo nuomonės formuotojų atžvilgiu, pavyzdžiui, pamažu atsirandančių atstovaujamųjų organizacijų ir nuomonės formuotojų agentūrų, pasitelkiant tokias iniciatyvas kaip diskusijų forumai ar žinių centrai;

PRAŠO EUROPOS KOMISIJOS:

32. apsvarstyti nuoseklų požiūrį į nuomonės formuotojus visose atitinkamose politikos srityse, daugiausia dėmesio skiriant atsakingam elgesiui, be kita ko, skatinant visos Europos savireguliacijos mechanizmus, atsižvelgiant į jų teisinės pareigas ir teises, taip pat stiprinant jų gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis ir atsakingą elgesį, kad būtų skatinama skaitmeninė gerovė ir sveika praktika internete;
33. išnagrinėti esamos paramos naudojant ES lėšas ir įgyvendinant ES programas, susijusias su švietimu žiniasklaidos srityje ir gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, potencialą siekiant remti organizacijas, kurios dirba, kad būtų gerinami įgūdžiai, susiję su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, ir skatinamas atsakingas nuomonės formuotojų elgesys, taip pat išnagrinėti šių priemonių sinergiją;
34. stengtis nuolat informuoti nuomonės formuotojų teisinės informacijos platformą apie nuomonės formuotojams aktualius ES žiniasklaidos politikos pokyčius ir pateikti informaciją apie teisės aktus lengvai prieinamu ir suprantamu būdu, pavyzdžiui, bendraujant su nuomonės formuotojais jų gimtąja kalba. Išnagrinėti būdus, kaip įtraukti informaciją apie iniciatyvas, kuriomis gerinami nuomonės formuotojų įgūdžiai, susiję su gebėjimu naudotis žiniasklaidos priemonėmis, ir skatinamas atsakingas elgesys, pavyzdžiui, mokymo programos, priemonės ir medžiaga;
35. atsižvelgiant į VGI+ strategiją, apsvarstyti nuomonės formuotojų poveikį nepilnamečiams, taip pat nepilnamečių nuomonės formuotojų padėtį ir poveikį jų gerovei;

PRAŠO EUROPOS KOMISIJOS IR VALSTYBIŲ NARIŲ ATSIŽVELGIANT Į JŲ
ATITINKAMĄ KOMPETENCIJĄ IR DERAMAI LAIKANTIS SUBSIDIARUMO PRINCIPO:

36. parengti politiką ir priemones, kuriomis būtų skatinamas atsakingas nuomonės formuotojų elgesys su savo auditorija, kartu tęsiant iniciatyvas, kuriomis siekiama stiprinti nuomonės formuotojų auditorijos gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis ir skaitmeninį raštingumą;
37. atitinkamais būdais skatinti ir remti pamažu atsirandančias atstovaujamas organizacijas, nuomonės formuotojų agentūras, prekių ženklus ir kitus susijusius subjektus kuriant savireguliacinio įstaigos ar mechanizmus, įskaitant galimą nuomonės formuotojų etikos kodeksą ar panašias iniciatyvas;
38. įtraukti nuomonės formuotojus į tų žiniasklaidos politikos aspektų, kurie gali jiems daryti poveikį, plėtojimą;
39. skatinti žinių kaupimą ir mokslinius tyrimus, susijusius su nepilnamečių nuomonės formuotojų padėtimi bei geroje ir nuomonės formuotojų vaidmeniu žiniasklaidos ekosistemoje, įskaitant jų daromą poveikį visuomenei ir visų pirma nepilnamečiams, be kita ko, remiantis programos „Horizontas 2020“ ir programos „Europos horizontas“ projektų rezultatais¹⁶;
40. įvertinti priemonių, kurių imtasi siekiant remti nuomonės formuotojus ir palengvinti keitimąsi geraja praktika, susijusia su parama nuomonės formuotojams visose valstybėse narėse, rezultatus;
41. užtikrinti, kad priemonės, skirtos nepilnamečiams pagal VGI+ strategiją, ir toliau įgalintų tėvus ir mokytojus suteikiant tinkamus įrankius bei neatsiliktų nuo nuolat kintančios skaitmeninės aplinkos ir taip pat apimtų poveikį nuomonės formuotojams ir jų daromą poveikį;
42. numatyti galimybę apsvarstyti, kokį poveikį daro dažnesnis nuomonės formuotojų naudojimas DI ir ženklavimo reikalavimų įgyvendinimas pagal DI aktą.

¹⁶ Pavyzdžiui, DIACOMET – <https://cordis.europa.eu/project/id/101094816>.

Terminų apibrėžtys

Šiose Tarybos išvadose:

nuomonės formuotojai – internetinio turinio kūrėjai, kurie skelbia turinį socialinės žiniasklaidos arba dalijimosi vaizdo medžiaga platformose, per kurias jie daro poveikį visuomenei, viešajai nuomonei ir savo auditorijos asmeninėms pažiūroms, kurios dažnai atskleidžiamos jų autentiškumu grindžiamuose santykiuose su savo auditorija. Nuomonės formuotojai dažnai siekia komercinių tikslų ir monetizavimo tikslais bendradarbiauja su komerciniais subjektais taikydami įvairius verslo modelius. Nuomonės formuotojai taip pat gali užsiimti ne internete vykdoma veikla, pavyzdžiui, būti patronais, rengti susitikimus ir siūlyti produktų linijas. Ši ne internete vykdoma veikla nepatenka į šių Tarybos išvadų taikymo sritį.

Nepilnametis nuomonės formuotojas – jaunesnis nei 18 metų amžiaus nuomonės formuotojas.
