KOD KANDUNGAN
KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA MALAYSIA

FORUM KANDUNGAN KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA MALAYSIA

Jika berlaku sebarang percanggahan atau pertikaian di antara versi Bahasa Inggeris Kod Kandungan Komunikasi dan Multimedia Malaysia dan versi terjemahannya, versi Bahasa Inggeris mengatasi semua yang lain

FORUM KANDUNGAN KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA MALAYSIA

KOD KANDUNGAN

Isi Kandungan **Mukasurat**

PRAKATA

BAHAGIAN 1 : PENGENALAN

1.0	Kata Pengantar	5
2.0	Prinsip-Prinsip Umum	6
3.0	Objektif Kod	7
4.0	Skop Dan Liputan	8
5.0	Definisi dan Interpretasi	9
6.0	Kedudukan Kod Di Sisi Undang-Undang	11
7.0	Interpretasi	11
8.0	Aduan	12

BAHAGIAN 2 : GARIS PANDUAN MENGENAI KANDUNGAN

1.0	Keperluan Umum	13
2.0	Kandungan Tidak Sopan	13
3.0	Kandungan Lucah	14
4.0	Keganasan	14
5.0	Kandungan Yang Mengancam	17
6.0	Bahasa Kesat	18
7.0	Kandungan Palsu	19
8.0	Kandungan Untuk Kanak-Kanak	19
9.0	Nilai-Nilai Kekeluargaan	21
10.0	Golongan Berkeperluan Istimewa	21

BAHAGIAN 3 : IKLAN

1.0	Skop dan Liputan	22
2.0	Objektif	23
3.0	Prinsip-Prinsip	23
4.0	Garis Panduan Khusus	23
5.0	Pengiklanan Secara Tidak Langsung Dan Penempatan Produk	30
6.0	Mengenalpasti Pengiklan dan Mengenali Iklan	30
7.0	Penggunaan Individu Dalam Pengiklanan	31
8.0	Iklan-Iklan Khusus Yang Lain	33

BAHAGIAN 4: GARIS PANDUAN KHUSUS UNTUK PENYIARAN

1.0	Skop dan Liputan	36
2.0	Objektif	36
3.0	Garis Panduan Khusus	37
4.0	Iklan	42
5.0	Maklumat, Nasihat dan Amaran	43

BAHAGIAN 5: GARIS PANDUAN KHUSUS DALAM TALIAN

1.0	Skop dan Liputan	44
2.0	Konsep Pembawa Tidak Bersalah	45
3.0	Objektif	45
4.0	Prinsip-Prinsip	46
5.0	Garis Panduan Dalam Talian	48
6.0	Langkah-Langkah - Umum dan Khusus	48
7.0	Pemberi Perkhidmatan Capaian Internet (PPCI)	49
8.0	Pengumpul Kandungan	51
9.0	Penyedia Pautan	52
10.0	Pemberi Hos Kandungan Internet (PHKI)	52
11.0	Langkah-Langkah Yang Tidak Diperlukan	55
12.0	Definisi	55

BAHAGIAN 6: GARIS PANDUAN KHUSUS PERKHIDMATAN PERUMAH TEKS AUDIO

1.0	Skop dan Liputan	59
2.0	Garis Panduan Khusus	60
3.0	Hakcipta	62

BAHAGIAN 7: GARIS PANDUAN KHUSUS BAGI KANDUNGAN TERTUTUP

1.0	Skop dan Liputan	63

BAHAGIAN 8: PERLAKSANAAN KOD

1.0	Pengenalan	64
2.0	Forum Komunikasi dan Multimedia Malaysia	64
3.0	Biro Aduan	65
4.0	Tatacara Orang Awam Membuat Aduan	66
5.0	Tatacara Aduan Industri	67
6.0	Prosiding Penyiasatan	68

7.0	Keputusan Biro	68
8.0	Sekatan	69
9.0	Penerbitan Keputusan	69
10.0	Komposisi Keahlian Biro Aduan	70
11.0	Pembangunan, Pindaan dan Kaji Semula Kod Kandungan	71

BAHAGIAN 9: PENDIDIKAN ORANG AWAM

1.0	Kesedaran Umum	73
2.0	Kesedaran Pihak Industri	73

BAHAGIAN 10: PERLIDUNGAN PENGGUNA

1.0	Pengenalan	74
2.0	Prinsip-Prinsip	74
3.0	Garis Panduan Umum	75

Lampiran 1: Petikan dari Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 (Act 588) 77 - 79

Lampiran 2: Undang-Undang Berkaitan 80 - 81

Indeks 82 - 89

	PRAKATA

a) Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 mensyaratkan Forum Kandungan, setelah mengadakan rundingan-rundingan wajar, menyedia dan membentuk suatu Kod Kandungan dan menguatkuasakan Kod tersebut yang mengandungi piawai-piawai dan amalan-amalan dalam industri komunikasi dan multimedia.

b) Kod Kandungan yang diterima pakai oleh Forum Kandungan Komunikasi dan Multimedia Malaysia bagi tujuan memenuhi kewajipan undang-undang membentuk garispanduan dan tatacara bagi amalan dan piawai kandungan yang baik yang disebarkan kepada orang ramai oleh penyediapenyedia perkhidmatan dalam industri komunikasi dan multimedia Malaysia.

c) Kod Kandungan membuktikan satu komitmen ke arah Kawalan Kendiri oleh industri mematuhi Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 (Akta 588). Kod kandungan cuba mengenal pasti bahan-bahan yang dianggap menyakitkan hati dan menjelikkan disamping menjelaskan tanggungjawab penyedia-penyedia perkhidmatan dalam konteks nilai-nilai sosial negara ini.

d) Pada dasarnya Kod Kandungan mencadangkan garis panduan dengan pendekatan yang bertanggungjawab dalam penyediaan kandungan dan menggariskan tatacara Kawalan Kendiri yang boleh menghasilkan wadah bagi melahirkan kreativiti, inovasi dan pembangunan sihat industri yang sering berubah.

e) Bertujuan membantu industri ke arah Kawalan Kendiri Akta ini memberi kuasa kepada Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia bagi menentukan satu badan industri yang dikenali sebagai Forum Kandungan bertanggungjawab bagi menyediakan Kod Kandungan atau Kod-Kod yang diperlukan dari semasa ke semasa.

f) Forum sebegini bukanlah perkara baru bagi Malaysia. Sebelum ini telah wujud persetujuan berdasarkan sumbangan khidmat nasihat dari berbagai jawatankuasa dari pihak industri melalui rundingan. Akta ini mengesahkan proses ini bagi memberi lebih penekanan kepada Kawalan Kendiri dan disiplin diri industri terlibat.

BAHAGIAN 1	PENGENALAN

1.0 Prakata

1.1 DENGAN MENGAMBIL MAKLUM matlamat dasar kebangsaan bagi industri komunikasi dan multimeda dan keperluan mewujudkan piawaian perilaku yang dipersetujui terhadap mereka yang terlibat dalam industi ini dan juga untuk:

(a) Menggalakkan pewujudan masyarakat madani yang di dalamnya perkhidmatan berdasarkan maklumat akan menyediakan asas bagi peningkatan yang berterusan kepada kualiti kerja dan hidup;

(b) Mengawal selia bagi faedah jangka panjang pengguna akhir;

(c) Menggalakkan tahap keyakinan pengguna yang tinggi dalam penyampaian perkhidmatan;

(d) Mencambah dan memupuk sumber maklumat dan perlambangan budaya tempatan yang membantu mengetengahkan identiti kebangsaan dan kepelbagaian sejagat;

(e) Menjadikan Malaysia sebagai pusat dan tumpuan utama dunia bagi perkhidmatan komunikasi dan perkhidmatan maklumat dan kandungan multimedia.

1.2 MENYEDARI akan keperluan menjauhi daripada kandungan yang sumbang, lucah, palsu, mengancam atau jelik sifatnya dengan niat untuk mengacau, mendera, mengugut atau mengganggu mana-mana orang.

1.3 MENGAKUI AKAN KEPERLUAN penonton dan pendengar dihidangkan dengan laporan dan berita bagi mewujudkan masyarakat bermaklumat serta menyedari juga keperluan untuk memastikan dan memelihara pembangunan dan keharmonian negara.

1.4 MENGAKUI KEPERLUAN untuk menyebarkan dan meyediakan maklumat dan hiburan bagi memenuhi kehendak pelbagai penonton dan pendengar di Malaysia terhadap semua kandungan berkaitan dengan perniagaan, politik, rekreasi, maklumat, kebudayaan dan pendidikan.

1.5 MENYEDARI HAKIKAT MESKIPUN penonton selaku pengguna yang seharusnya mempunyai kebebasan untuk melihat apa sahaja kandungan yang disukai, namun ianya mestilah diseimbangkan dengan kepentingan umum. Dengan ini, garis panduan perlu disediakan untuk mengklasiflkasikan kandungan dan kesesuaiannya.

1.6 DAN DI SAMPING MENGIKTIRAF hak pengguna untuk memilih, adalah DIPERSETUJUI bahawa pilihan tersebut mestilah dilaksanakan dengan berhati-hati dan tanggungjawab tersebut haruslah dikongsi bersama oleh individu, ibu bapa, guru dan penjaga.

2.0 Prinsip Umum

2.1 ADALAH DIMAKLUMKAN DAN DIPERSETUJUI bahawa prinsip-prinsip umum berikut akan diterima pakai kepada segala perkara yang ditayangkan dan dikomunikasikan di mana ianya tertakluk kepada Akta.

2.2 Dalam membuat dan menawarkan berita, laporan, hiburan dan iklan, penyedia kandungan mestilah menyedari keperluan untuk menyeimbangkan di antara kehendak penonton, pendengar dan pengguna untuk mempunyai pilihan kandungan yang luas dan akses kepada maklumat, dengan disebaliknya kemestian untuk memelihara undang-undang, ketenteraman dan juga kesusilaan.

2.3 Prinsip-prinsip yang memastikan sesuatu kandungan itu tidak sumbang, lucah, palsu, mengancam atau jelik, haruslah dipatuhi.

2.4 Adalah tidak dibenarkan bahan atau komen yang bersifat perbezaan terhadap kaum, keturunan etnik, warna kulit, agama, umur, jantina, status perkahwinan atau kecacatan mental atau fizikal.

2.5 Lelaki dan wanita mestilah digambarkan secara adil dan saksama berlandaskan kepada kepelbagaian demografi dengan mengambil kira umur, kedudukan sosial, kaum, keturunan etnobudaya, penampilan fizikal, latar belakang, agama, pekerjaan, kedudukan sosio-ekonomi dan aktiviti rekreasi, di samping meneruskan pelbagai kepentingan lain.

2.6 Perhatian istimewa haruslah diberikan kepada kandungan yang dibuat untuk kanak-kanak dan juga kepada kandungan yang melibatkan kanak-kanak.

2.7 Perhatian akan diberikan untuk memasukkan dan menghormati kepelbagaian sebagaimana yang dizahirkan melalui perbezaan disebabkan oleh, tetapi tidak hanya terhad kepada, kemampuan kognitif atau fizikal, budaya, etnik, agama, status sosio-ekonomi, jantina, umur, asal keturunan, fahaman politik, status perkahwinan, latarbelakang pendidikan atau lokasi geografi.

2.8 Pengamal Kod haruslah berusaha untuk menyediakan Kandungan yang, setakat mana yang mungkin, memenuhi pelbagai citarasa dan harapan penonton dan pendengar dengan menghargai kepelbagaian citarasa dikalangan masyarakat umum Malaysia.

2.9 Pengamal Kod akan memastikan sedapat mungkin, kandungannya tidak mengandungi sebarang bahan atau komen yang kesat dan bersifat membezakan berhubung dengan, tapi tidak terhad kepada, kaum, agama, asal keturunan, etnik, jantina, umur, status perkahwinan, status sosio-ekonomi, fahaman politik, latar belakang pendidikan, lokasi geografi, kecenderungan seksual dan kemampuan fizikal atau kognitif, dengan mengambil kira bahawa setiap orang mempunyai hak terhadap pengiktirafan penuh dan saksama dan juga untuk menikmati hak-hak asasi dan kebebasan sebagaimana yang terkandung di dalam Perlembagaan Persekutuan dan juga statut-statut lain yang relevan.

3.0 Objektif Kod

3.1 Tujuan utama Kod ini adalah untuk mencadangkan garis panduan dan tatacara berhubung dengan peruntukan Kandungan melalui kawalan diri oleh industri dengan cara yang praktikal dan boleh dilaksanakan secara komersil dan pada masa yang sama merangsang, mempromosi dan menggalakkan pertumbuhan dan pembangunan industri.

3.2 Dalam melaksanakan perkara tersebut, adalah diakui bahawa objektif khusus yang disenaraikan haruslah memandu pihak-pihak yang terlibat dengan dikuasai, diurus dan tertakluk kepada Kod:

(a) Memenuhi dan menyokong matlamat dasar kebangsaan yang digariskan oleh Akta;
(b) Memastikan Kawalan Kendiri yang berkesan terhadap pembangunan, penerbitan dan juga penyebaran sesuatu kandungan;
(c) Memberi kuasa kepada pengguna Kandungan untuk membuat pilihan wajar terhadap Kandungan yang dipilih;
(d) Mengakui dan sentiasa mengikuti piawaian kebangsaan dan antarabangsa, arah aliran dan sensitiviti dalam melaksana dan mengkaji semula Kod ini;
(e) Memastikan pematuhan melalui proses pemantauan secara berterusan.

4.0 Skop dan Liputan

4.1 Kod ini hendaklah digunapakai kepada semua Kandungan yang terdapat di dalam kandungan industri dalam rangkaian perantara dan sebagaimana yang didefinisikan di dalam Kod ini dan juga Akta.

4.2 Kod ini hendaklah digunapakai kepada semua Pemberi Perkhidmatan Aplikasi Kandungan dan khusunya, tetapi tidak terhad kepada:

(a) Setiap ahli forum;
(b) Setiap orang yang telah mengemukakan persetujuan mereka kepada Forum yang mana mereka adalah terikat dengan Kod ini; dan
(c) Setiap orang yang telah diarahkan oleh Suruhanjaya sebagaimana yang terkandung di dalam Seksyen 99 Akta.

5.0 Definisi dan Interpretasi

5.1 Untuk tujuan Kod Kandungan ini, perkataan-perkataan dan frasa-frasa berikutnya, melainkan jika dinyatakan sebaliknya, adalah memiliki dan mempunyai makna yang sama sebagaimana terkandung di dalam Akta Komunikasi dan Multimedia 1998.

Akta ertinya Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 (Act 588)

Pemberi Perkhidmatan Aplikasi ertinya seseorang yang memberikan perkhidmatan aplikasi; mereka ini adalah orang yang menyediakan fungsi-fungsi tertentu seperti khidmat suara, khidmat data, perkhidmatan berasaskan kandungan, perdagangan elektronik dan lain-lain perkhidmatan penghantaran. Secara khusus, peraturan Perlesenan 2001 menyenaraikan Pemberi Perkhidmatan Aplikasi sebagai orang yang menyediakan fungsi atau keupayaan untuk dihantar kepada pengguna akhir yang turut melibatkan salah satu atau mana-mana perkhidmatan aplikasi berikut:

- i) Rangkaian Telefon Awam Bersuis telefoni untuk penghantaran suara dan komunikasi data;
- ii) Perkhidmatan telefoni Awam Selular;
- iii) Protokol Awam Internet telefoni;
- iv) Perkhidmatan telefon awam berbayar;
- v) Perkhidmatan data suis umum untuk perkhidmatan yang tidak melibatkan pensuisan litar yang berpunca dari sat kemudahan rangkaian khusus kepada satu yang lain;
- vi) Perkhidmatan Hos Teks Audio yang membolehkan seseorang pemanggil menerima mesej yang telah dirakamkan terlebih dahulu atau berinteraksi dengan sesuatu aturcara untuk menerima maklumat;
- vii) Perkhidmatan Direktori;
- viii) Perkhidmatan capaian Internet;
- ix) Perkhidmatan pesanan;
- x) Perkhidmatan telefon berbayar swasta;
- xi) Perkhidmatan telegram.

Kod ertinya Kod Kandungan yang boleh disemak dari semasa ke semasa.

Pengamal Kod ertinya mana-mana orang yang tertakluk kepada Kod ini.

Suruhanjaya ertinya Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia yang ditubuhkan dibawah Akta Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia 1998.

Biro Aduan ertinya Biro yang disebut di dalam Bahagian 8 kod ini.

Kandungan ertinya apa-apa bunyi, teks, gambar pegun, gambar bergerak atau persembahan audiovisual lain, persembahan sentuhan atau apa-apa gabungan yang sedemikian yang mampu direka, dimanipulasi, disimpan, diambil atau disampaikan secara elektronik;

Pemberi Perkhidmatan Aplikasi Kandungan ertinya mana-mana orang yang menyediakan perkhidmatan aplikasi kandungan. Contoh-contoh aplikasi kandungan termasuk:

i) Penyiaran Langganan Terus ke Rumah sama ada melalui satelit ataupun kabel;
ii) Siaran TV dan radio bebas ke udara terestrial;
iii) Paparan jaring Internet dan Video Strim.

Forum Kandungan ertinya Forum Kandungan Komunikasi dan Multimedia Malaysia yang dilantik oleh Suruhanjaya dibawah Seksyen 212 Akta tersebut.

Jualan Langsung ertinya jualan barangan atau perkhidmatan yang dikendalikan oleh seseorang atau melalui mana-mana orang lain yang diberi kuasa olehnya dengan menerima tawaran untuk jualan secara elektronik.

Orang dibawah umur ertinya seseorang yang dibawah umur 18 tahun.

Kemudahan rangkaian ertinya apa-apa elemen atau gabungan elemen-elemen berkaitan dengan prasarana fizikal yang digunakan terutamanya bagi, atau berkaitan dengan, pemberian perkhidmatan rangkaian, tetapi tidak termasuk kelengkapan pelanggan.

Dalam talian ertinya persekitaran berangkaian, yang terdapat melalui satu sambungan kepada perkhidmatan rangkaian dimana kandungan boleh diakses oleh orang awam dengan dikenakan bayaran atau sebaliknya.

Kandungan yang dilarang ertinya kandungan yang dilarang penggunaannya seperti terkandung dalam Kod ini.

6.0 Kedudukan Kod dari segi Undang-Undang

6.1 Berdasarkan Seksyen 95 (2) Akta, Kod ini hanya akan berkuatkuasa sebaik sahaja didaftarkan oleh Suruhanjaya. (Lihat Lampiran 1)

6.2 Pematuhan kepada Kod ini adalah secara sukarela, tertakluk kepada Seksyen 99 dan juga peruntukan-peruntukan di dalam Kod ini.

6.3 Pematuhan kepada Kod ini boleh dijadikan dalihan terhadap sebarang pendakwaan, tindakan ataupun prosiding dalam bentuk apa sekalipun, samada di mahkamah ataupun sebaliknya, sebagaimana yang dinyatakan di dalam Seksyen 98(2) Akta.

6.4 Dengan tidak mengambil kira Kod ini dan juga selain dari perundangan yang relevan di bawah Akta Komunikasi dan Multimedia 1998, kesemua undang-undang Malaysia yang digunapakai berhubung dengan, tetapi tidak terhad kepada, hasutan, pornografi, fitnah, perlindungan harta intelektual dan juga perundangan yang berkaitan, mestilah dipatuhi.

7.0 Interpretasi

7.1 Dimana terdapat kekaburan niat atau skop Kod ini, ia hendaklah ditafsir berdasarkan Prinsip Umum sebagaimana yang dinyatakan sebelum ini, dan juga berasaskan maksud sebenar Kod ini.

7.2 Kod seperti ini tidak berupaya meliputi semua aspek di dalam keadaan perubahan yang sering berlaku. Harus diingat tujuan Akta ini adalah untuk membolehkan pihak industri beroperasi dalam persekitaran yang mempunyai Kawalan Kendiri, bebas dan telus.

8.0 Aduan

8.1 Sebarang aduan yang diterima oleh pemberi perkhidmatan mestilah diselesaikan berdasarkan maksud Kod ini. Namun, jika aduan itu tidak dapat diselesaikan, ianya akan dirujuk kepada Biro Aduan. (Sila rujuk Bahagian 8: Pelaksanaan Kod)

BAHAGIAN 2	GARIS PANDUAN MENGENAI KANDUNGAN

1.0 Keperluan Umum

1.1 Seksyen 211 Akta Komunikasi dan Multimedia melarang sebarang bentuk kandungan yang sumbang, lucah, palsu, mengancam atau jelik sifatnya dengan niat untuk mengacau, mencaci, mengugut atau mengganggu mana-mana orang.

1.2 Ini memerlukan Pengamal Kod memastikan setiap bahan yang disebarkan tidak mengandungi apa-apa perkara yang menyinggung tatasusila dan kesopanan, menyakiti perasaan orang awam, dan juga akan memungkinkan berlakunya perbuatan jenayah atau membawa kacau bilau, atau yang menghina serta bersifat mengancam.

1.3 Tahap kualiti sesuatu kandungan diukur berdasarkan keperluan yang ditetapkan adalah dengan melihat kepada konteks amalan dan sikap keadaan sosial, agama, politik dan pendidikan negara, disamping memberi ruang kepada kepelbagaian sejagat dalam dunia tanpa sempadan.

1.4 Bagi memastikan Pengamal Kod menghormati peraturan kandungan yang disediakan dan juga bagi memastikan kepatuhan kepada Akta melalui pengawalan diri, berikut dinyatakan garis panduan dan tatacara yang terkandung dalam Kod ini.

2.0 Kandungan Tidak Sopan

2.1 Kandungan tidak sopan adalah bahan-bahan yang yang bersifat jelik, tingkah laku yang tidak sopan dan bertentangan dengan kelakuan yang diterima umum. Ini termasuklah bahan-bahan bogel dan seks.

(i) Kebogelan

Kebogelan tidak boleh ditayangkan dalam mana-mana keadaan sekalipun, kecuali dengan kebenaran Lembaga Penapisan filem.

(ii) Seks dan Kebogelan

Adegan seks dan kebogelan tidak boleh ditayangkan dalam mana-mana keadaan sekalipun kecuali dengan kebenaran Lembaga Penapisan Filem.

3.0 Kandungan Lucah

3.1 Kandungan yang lucah boleh menimbulkan rasa jijik oleh kerana gambarannya yang memberahikan dan ianya adalah menyinggung tanggapan adab seseorang berhubung dengan kesopanan dan kehormatan. Kandungan sebegini mempunyai kemungkinan akan mendatangkan pengaruh negatif dan merosakkan pemikiran mereka yang mudah dipengaruhi. Ujian kelucahan adalah dengan melihat samada kandungan tersebut mempunyai kecenderungan untuk merosakkan pemikiran sesiapa yang terdedah kepada komunikasi tersebut. Perhatian berat hendaklah diberi kepada:

(i) Adegan Seks Eksplisit/Pornografi

Sebarang pemaparan kegiatan seks yang pada pertimbangan orang bersifat eksplisit dan; pornografik adalah dilarang sama sekali. Pemaparan jenayah seks, termasuklah rogol, percubaan merogol dan juga rogol ke atas kanak-kanak di bawah umur, bersifat kebinatangan adalah tidak dibenarkan, termasuklah pemaparan perlakuan seks tersebut, melalui teknik animasi dan samada ianya dipersetujui ataupun sebaliknya.

(ii) Pornografi Kanak-Kanak

Pornografi kanak-kanak, termasuklah pemaparan mana-mana anggota badan mereka bawah umur yang ditakrifkan sebagai kandungan berbentuk seksual, dan juga apa-apa bahan bertulis ataupun visual dan/atau persembahan audio yang melambangkan aktiviti seksi; samada secara nyata atau tidak, dimana ianya membabitkan individu di bawah umur adalah; dilarang sama sekali.

(iii) Penghinaan Seksual

Gambaran wanita, lelaki atau kanak-kanak untuk hanya dilihat sebagai objek seks atau untuk merendahkan maruah mereka dengan cara yang demikian adalah dilarang.

4.0 Keganasan

4.1 Keganasan boleh berlaku melalui kemusnahan akibat bencana alam, keganasan dari perbuatan melampau, peperangan, konflik antara manusia sama ada ianya fakta atau cereka popular, lukisan kartun, sukan (yang melibatkan sentuhan badan) dan bermacam lagi. Keganasan adalah satu kenyataan dan Pengamal Kod mestilah mampu untuk mencerminkan, menggambarkan dan melaporkan mengenainya.

4.2 Menafikan penceritaan atau gambaran tentang kebenaran yang pahit tentang apa yang berlaku di dunia adalah sama seperti menolak fahaman terhadap hakikat sebenar kehidupan manusia. Pemaparan adegan keganasan, dengan tapisan yang wajar, telah memainkan peranan yang penting dalam penceritaan sejarah manusia, dan mestilah terus mendapat tempat dalam proses ketamadunan.

4.3 Keganasan, sama ada ianya secara psikologi, khususnya yang berbentuk flzikal atau hasutan untuk melakukan keganasan, mestilah dipaparkan secara bertanggungjawab, dan tidak dengan tujuan eksploitasi. Persembahan tentang keganasan mestilah menjauhi unsur-unsur keterlaluan, kata kesat, penghinaan dan juga bercorak ajaran ke arah keganasan. Penggunaan keganasan semata-mata dan penceritaan secara terperinci tentang keganasan atau penderitaan fizikal, samada secara visual ataupun audio hendaklah dielakkan. Program yang membabitkan keganasan mestilah berusaha untuk mengambarkan akibat yang dialami oleh mangsa dan juga pelakunya. Perhatian yang lebih mestilah dilaksanakan dimana kanak-kanak boleh menonton, atau terlibat dengan, gambaran kelakuan ganas. Pertimbangan secara khususnya adalah seperti berikut:

(i) Keganasan yang melanggar tatasusila

a) Gambaran keganasan, sama ada fizikal, secara lisan ataupun berbentuk psikologi, boleh mengganggu, mencemaskan dan juga menyinggung perasaan penonton. Ia juga boleh menyebabkan ketakutan yang tidak berasas dikalangan penonton dan juga menggalakkan peniruan.

b) Keprihatinan masyarakat awam perlu diberi pertimbangan sewajarnya bilamana sesuatu aksi ganas, sama ada ianya benar berlaku atau disimulasikan, ditayangkan. Perlakuan keganasan tersebut mestilah bersesuaian dengan konteks dan yang diharapkan penonton.

c) Pemaparan amalan kejam dan penderaan, imejan kecederaan dan serangan dan pemaparan darah yang eksplisit dan keterlaluan hendaklah dielakkan.

d) Pemaparan adegan keganasan adalah dibenarkan hanya untuk tujuan laporan berita, perbincangan atau analisis dan dalam konteks acara sukan yang dipersetujui, di dalam keadaan-keadaan yang berikut:

i. Menggunakan pertimbangan penyuntingan yang sepatutnya dalam melaporkan persembahan audio dan visual sesuatu adegan keganasan, serangan ataupun kemusnahan di dalam kandungannya.

ii. Mengamalkan sikap berwaspada dan budi bicara dalam pemilihan dan pengulangan sesuatu Kandungan yang memaparkan keganasan.

iii. Penonton mestilah diberi peringatan terlebih dahulu sebelum dipaparkan adegan ganas yang luar biasa serta laporan secara grafik terhadap bahan sensitif yang perlu disertakan dengan amaran sepatutnya kepada penonton jika terdapat adegan berdarah atau babak sebenar hukuman mati atau gambaran jelas tentang pembunuhan.

(ii) Keganasan yang boleh ditiru

Perhatian sewajarnya mesti diberikan, oleh sebab sesuatu adegan keganasan yang dipaparkan secara visual mungkin dicontohi dalam kehidupan sebenar. Penayangan perlakuan merbahaya yang mudah ditiru, mestilah mempunyai alasan yang kukuh, dan sebaik-baiknya tidak harus dibenarkan.

(iii) Keganasan seksual

Pertunjukan adegan keganasan dalam konteks seksual, seperti rogol, cubaan merogol atau lain-lain adegan seks secara paksaan, ataupun perlakuan seks ganas adalah tidak dibenarkan.

(iv) Keganasan dan audiens golongan muda yang mudah terpengaruh

Sensitiviti audiens golongan muda, terutama remaja dan juga penonton yang mindanya mudah terpengaruh mestilah diberi perhatian.

5.0 Kandungan Mengancam

5.1 Kandungan yang boleh menyebabkan gangguan, ancaman kecederaan dan kejahatan, menggalakkan dan mendorong kepada jenayah, atau membawa kepada ketidaktenteraman awam adalah dianggap sebagai ancaman dan adalah dilarang.

5.2 Propaganda yang menggesa kebencian, menyokong dan menggalakkan penghapusan bangsa ataupun kebencian terhadap kumpulan-kumpulan tertentu, tidak boleh ditayangkan. Bahan sedemikian dianggap sebagai mengancam dan tidak boleh dibenarkan.

5.3 Sebarang maklumat yang berkemungkinan menimbulkan ancaman kepada keselamatan negara ataupun kesihatan dan kesejahteraan umum, mestilah juga tidak ditayangkan.

Ilustrasi

i) Menyediakan sebarang penerangan dan panduan tentang cara-cara membuat bom, pengeluaran dadah terlarang serta menghasilkan barang -barang tiruan;

ii) Menyebarkan berita palsu berkaitan tercetusnya pergaduhan kaum di sesuatu kawasan dalam negara;

iii) Mengedarkan maklumat dan kenyataan mengenai kemungkinan serangan pengganas;

iv) Mengedarkan dan menyediakan sebarang maklumat berkaitan terdapatnya penyakit berbahaya atau berjangkit.

6.0 Bahasa Kesat

6.1 Bahasa kesat termasuk kata-kata makian dan tidak senonoh adalah sesuatu yang keterlaluan bagi kebanyakan orang. Penggunaan bahasa yang kasar dan istilah yang menghina boleh menyinggung perasaan lebih-lebih lagi jika bahasa tersebut adalah bertentangan dengan tanggapan audiens. Bahasa kesat terdiri dari yang berikut:

(i) Bahasa Kesat

Penggunaan kata-kata yang menghina dan kesat bertujuan menyinggung perasaa seorang individu atau sesuatu kumpulan adalah tidak dibenarkan.

(ii) Rujukan Yang Kasar

Perkataan-perkataan, dalam apa jua bahasa yang lazim digunakan di Malaysia yang dianggap lucah dan tidak senonoh adalah dilarang termasuk rujukan biadap terhadap hubungan seks dan juga organ seks. Namun, penggunaan perkataan sedemikian adalah dibenarkan dalam konteks yang membawa maksud maknanya yang biasa dan bukan bertujuan untuk digunakan sebagai bahasa yang kasar.

(iii) Ucapan Bernada Kebencian

Ucapan bernada kebencian merujuk kepada gambaran (dalam bentuk perkataan, ucapan, gambar dan lain-lain) yang merendah-rendahkan, memfitnah atau menjatuhkan maruah seseorang atau kumpulan berdasarkan kaum, etnik, agama, kewarganegaraan, jantina, kecenderungan seks atau ketidakupayaan, adalah dilarang. Secara khususnya: *huraian terhadap mana-mana kumpulan ini atau ahli-ahlinya dengan menggunakan bahasa yang keras, kasar, rujukan seksual yang jelas ataupun isyarat yang lucah dianggap sebagai ucapan yang bernada kebencian.*

(iv) Keganasan

Dimana pemaparan keganasan dibenarkan sesuai dengan budi bicara pengarang seperti dalam laporan berita, perbincangan, atau analisis dan juga dalam konteks acara sukan yang dipersetujui, perhatian mesti diambil kira terhadap penggunaan bahasa yang eksplisit ataupun grafik berkaitan kisah-kisah

kecelakaan, kemalangan ataupun keganasan seks, yang boleh menimbulkan kegelisahan penonton.

7.0 Kandungan Palsu

7.1 Kandungan yang mengandungi bahan palsu dan berkemungkinan akan mengelirukan hendaklah dihindari. Penyedia kandungan mestilah memastikan langkah-langkah yang digariskan di dalam bahagian tertentu Kod ini bagi mengelakkan kemungkinan untuk penyebaran perkara yang tidak benar melalui penyampaian kandungan yang palsu.

7.2 Kandungan dianggap sebagai palsu jika sebelum kandungan itu disampaikan, langkah-langkah wajar untuk menentukan kesahihannya tidak diterima atau tidak diambil.

7.3 Kandungan palsu adalah dengan jelas dilarang kecuali dalam keadaan-keadaan berikut:

(a) Satira dan parodi;

(b) Dalam keadaan yang jelas kepada penonton bahawa kandungannya adalah fiksyen.

7.4 Pengamal Kod mestilah mengambil segala langkah perlu yang digariskan dalam bahagian-bahagian tertentu dalam kod ini untuk menghadkan kemungkinan penyediaan kandungan palsu.

8.0 Kandungan Untuk Kanak-Kanak

8.1 Kandungan ini merujuk kepada kandungan yang direka khas untuk kanak-kanak berumur 14 tahun dan ke bawah yang akan mendekati pemikiran yang mudah terpengaruh dan memberi kesan kepada sikap sosial dan kebijaksanaan. Pengamal Kod mestilah memantau rapat pemilihan, kawalan bahan-bahan, perwatakan dan juga plot. Tidak ada yang dinyatakan sebelum ini yang bermaksud bahawa kecergasan dan kekuatan yang biasa dikaitkan dengan imaginasi kanak-kanak dan juga kegemaran kepada sesuatu yang memberi cabaran mesti ditiadakan. Namun, perhatian khusus mesti diberikan kepada aspek-aspek yang dinyatakan dibawah:

(i) Keganasan

a) Dalam kandungan untuk kanak-kanak yang digambarkan oleh watak sebenar, keganasan hanya boleh dipaparkan jika ianya mustahak untuk perkembangan watak dan plot.

b) Kandunggan bersifat animasi bagi kanak-kanak, yang diterima sebagai salah satu gaya dalam penceritaan, yang mungkin mengandungi keganasan yang tidak realistik, mestilah tidak memaparkan keganasan sebagai tema utama, dan haruslah tidak menyumbang kepada peniruan yang berbahaya.

c) Kandungan untuk kanak-kanak mestilah tidak mengandungi adegan ganas yang meremehkan dan menenggelamkan kesan perbuatan ganas tersebut. Sebarang pemaparan keganasan mestilah digambarkan dalam konteks kemanusiaan dan akibat dari keganasan tersebut terhadap mangsa dan mereka yang melakukannya.

(ii) Keselamatan, Ketenteraman dan Perbuatan yang boleh Ditiru

a) Kandungan untuk kanak-kanak mestilah berhati-hati terhadap tema yang boleh menimbulkan ancaman terhadap perasaan ketenteraman, apabila ditonton, contohnya: konflik rumah tangga, kematian ibu bapa atau saudara-mara, ataupun kematian dan kecederaan haiwan peliharaan mereka, jenayah di jalanan, ataupun penggunaan dadah.

b) Kandungan untuk kanak-kanak mestilah berhati-hati terhadap tema yang mungkin boleh mengundang kanak-kanak meniru perbuatan yang dilihat di skrin, seperti menggunakan beg plastik sebagai barang mainan, penggunaan mancis, penggunaan peralatan rumah sebagai mainan, ataupun aksi fizikal yang merbahaya seperti memanjat anjung pangsapuri ataupun bumbung rumah.

9.0 Nilai-Nilai Kekeluargaan

9.1 Prinsip persamaan emosi dan intelektual diantara jantina dan juga maruah kesemua manusia hendaklah dihormati. Sungguhpun terdapat masalah diskriminasi sosial, kandungan mestilah menggambarkan akan kesedaran tentang peri mustahaknya menjauhi dan mengatasi pemaparan yang berat sebelah berdasarkan jantina. Lelaki dan wanita mestilah digambarkan setanding dalam konteks ekonomi dan emosi, di kalangan umum mahupun sendirian.

9.2 Kandungan mestilah menggambarkan kesemua orang sebagai peserta yang aktif di dalam unit keluarga, pengurusan rumahtangga dan kerja-kerja rumah. Mereka mestilah digambarkan sebagai orang yang mendapat manfaat yang sama, sama ada hidup berkeluarga atau sebaliknya dalam hal pekerjaan dan aktiviti masa lapang, dan setakat yang mungkin, dalam semua keadaan.

9.3 Dalam perolehan dan penglibatan kandungan yang bukan dari Malaysia, Pengamal Kod haruslah membuat sebarang usaha untuk menilai kandungan tersebut sejajar dengan nilai-nilai kekeluargaan bersesuaian dengan Kod ini.

10.0 Golongan Berkeperluan Istimewa

10.1 Akan timbul satu risiko kesalahan dalam menggunakan kelucuan yang berasaskan kecacatan fizikal, mental atau deria, walaupun tidak dengan niat jahat. Rujukan kepada kecacatan hanya boleh dimasukkan dalam keadaan yang relevan kepada konteks dan ungkapan yang merendah-rendahkan mesti digantikan dengan istilah yang neutral. Adalah suatu perkara yang munasabah untuk melibatkan mereka yang istimewa ini di dalam semua bentuk program.

BAHAGIAN 3	IKLAN

1.0 Skop dan Liputan

1.1 Bahagian ini merupakan satu garis panduan iklan-iklan yang disiarkan secara elektronik dan ini termasuklah televisyen, perkhidmatan dalam talian dan perkhidmatan perumah teks audio atau dalam lain perkataan dirujuk sebagai perkhidmatan kadar premium. Di dalam bahagian ini:

"Iklan" ertinya satu pengumuman yang bersifat umum samada untuk penjualan atau pembelian atau bekalan barangan atau perkhidmatan atau pembentukan satu tawaran untuk mengambil bahagian dalam sesuatu aktiviti dan disampaikan oleh atau melalui sebarang isyarat, imej atau bunyian yang disebarkan melalui perantaraan elektronik untuk tujuan pengiklanan.

"Pengiklan" ertinya mana-mana orang yang menggunakan perantaraan elektronik untuk mengiklankan produk atau perkhidmatan mereka.

"Penyedia kandungan iklan" untuk bahagian ini termasuklah : a) Pengiklan; b) Agensi pengiklanan; dan c) mana-mana orang yang mengawal usaha penyebaran.

"Pengguna" ditakrifkan sebagai mana-mana orang yang mungkin terdedah kepada suatu iklan samada sebagai pengguna akhir produk yang diiklankan atau sebagai pengguna yang menjalankan perniagaan atau sebagai seorang pembeli produk yang diiklankan.

1.2 Tanggungjawab mematuhi bahagian ini adalah terletak terutamanya pada pengiklan. Pihak-pihak lain yang terlibat dalam menerbitkan dan menyebarkan iklan-iklan seperti agensi, penerbit dalam talian, penyiar dan lain-lain pembekal perkhidmatan pengiklanan seperti penerbit, komposer muzik, dan pencipta iklan juga seharusnya menanggung kewajiban untuk mematuhi bahagian ini dan juga garis panduan khusus yang terpakai kepada mereka.

2.0 Objektif

2.1 Tujuan utama bahagian ini ialah untuk menentukan tahap piawaian pengiklanan yang berterusan melalui pengawalan kendiri yang menepati harapan pengguna dan amalan baik yang diiktiraf di peringkat antarabangsa dengan mengawal kandungan iklan yang disebarkan oleh media elektronik.

2.2 Industri pengiklanan Malaysia menyedarai bahawa kebebasan berkreatif membawa bersamanya tanggungjawab untuk memastikan hak penonton dilindungi.

2.3 Bahagian ini, selain daripada garis panduan yang dicadangkan di dalam Kod Kandungan, berfungsi sebagai satu panduan ke arah mendokong tahap piawaian yang tinggi yang diharapkan oleh industri perkhidmatan pengiklanan secara praktikal dan mempunyai nilai komersil dan pada masa yang sama merangsang, mempromosi dan menggalakkan pembangunannya.

3.0 Prinsip-Prinsip

3.1 Prinsip-prinsip berikut seharusnya menjadi panduan kepada Penyedia kandungan iklan yang terlibat dan/atau tertakluk kepada Bahagian ini di dalam Kod :

(a) Semua iklan mestilah selaras dengan bahagian ini dan juga garis panduan umum di dalam Kod ini;

(b) Semua iklan mestilah sah di sisi undang-undang, sopan, jujur dan benar;

(c) Semua iklan mestilah disediakan dengan penuh tanggungjawab terhadap pengguna dan masyarakat;

(d) Semua iklan mestilah menghormati prinsip persaingan yang adil yang diterima secara umum dalam perniagaan.

4.0 Garis Panduan Khusus

4.1 Dengan cara perluasan terhadap skop, objektif dan juga prinsip-prinsip, garis panduan khusus yang berikut adalah terpakai kepada iklan-iklan:

(i) Kesahan

Para pengiklan mempunyai tanggungjawab penting bagi memastikan iklan-iklan mereka mematuhi undang-undang dan tidak sepatutnya menghasut sesiapa sahaja melanggarnya.

(ii) Kesopanan

a) Iklan tidak seharusnya mengandungi sesuatu yang berkemungkinan mengakibatkan kesalahan yang serius dan meluas. Perhatian khusus mestilah diambil untuk menjauhi dari menyebabkan kesalahan yang berasaskan, tetapi tidak terhad kepada, kaum, agama, jantina, kecenderungan seksual, dan juga kecacatan fizikal dan mental.

b) Iklan-iklan mestilah tidak mengandungi kenyataan, persembahan audio atau visual yang melanggar tahap piawaian kesopanan lazim di kalangan mereka yang berkemungkinan terdedah kepadanya. Hakikat bahawa sesuatu produk itu menyinggung perasaan sebahagian orang sahaja adalah tidak mencukupi untuk dijadikan alasan untuk membantah iklan produk tersebut.

(iii) Kejujuran dan Kebenaran

a) Iklan mestilah tidak dibuat hingga memusnahkan kepercayaan pengguna atau mengambil kesempatan di atas kekurangan pengalaman atau pengetahuan mereka.

b) Iklan tidak seharusnya mengelirukan dengan sesuatu yang tidak tepat, kabur, ditokok tambah, ditinggalkan sesuatu atau sebaliknya.

(iv) Ketakutan dan Kebimbangan

a) Sesuatu iklan mestilah tidak menggunakan "ketakutan" tanpa alasan yang munasabah. Namun, elemen "menakutkan" boleh digunakan bagi menggalakkan tingkah laku yang bijaksana atau untuk mengelakkan perbuatan-perbuatan yang merbahaya, dengan mengambil kira bahawa ketakutan yang ingin ditimbulkan itu tidaklah sesuatu yang tidak setimpal dengan risiko yang dihadapi.

(v) Keselamatan

Sesuatu iklan mestilah tidak menunjukkan atau menggalakkan amalan yang tidak selamat melainkan dalam konteks menggalakkan keselamatan. Perhatian khusus mestilah diambil terhadap iklan yang ditujukan kepada atau melibatkan kanak-kanak dan remaja.

(vi) Keganasan/Kelakuan Anti Sosial

Iklan mestilah tidak mengandungi apa-apa yang menghalalkan atau menggalakkan keganasan atau kelakuan yang anti sosial.

(vii) Perlindungan Hak Persendirian

a) Iklan mestilah tidak memaparkan atau merujuk kepada, dengan apa cara sekalipun, mana-mana orang yang masih hidup, kecuali setelah terlebih dahulu mendapat keizinan.

b) Syarat ini adalah digunapakai pada sesiapa sahaja, termasuk tokoh masyarakat dan juga warganegara asing. Pengiklan juga hendaklah memastikan supaya tidak melanggar sebarang sensitiviti agama atau apa-apa perkara yang boleh menyinggung perasaan dengan apa cara sekalipun terhadap orang yang sudah mati yang dipaparkan atau dirujuk dalam mana-mana iklan.

(viii) Dakwaan

a) Pengiklan mestilah mempunyai keterangan dokumen bagi membuktikan segala dakwaan yang dibuat dalam sesuatu iklan samada secara langsung atau tersirat yang dapat membantu mengesahkannya secara objektif. Jika terdapat keraguan terhadap pandapat yang diketahui berkenaan mana-mana dakwaan, ia mestilah tidak digambarkan sebagai dipersetujui secara umumnya.

b) Dakwaan tanpa sokongan berkecuali mestilah tidak ditokok tambah nilainya, ketepatan, kesahihan saintifik, ataupun kegunaan secara praktikal barangan yang diiklankan itu. Sesuatu yang jelas tidak benar

atau dibesar-besarkan yang tidak berkemungkinan mengelirukan atau menyebabkan kesilapan kecil dan penggunaan perkataan yang tidak lazim kesemuanya adalah dibenarkan, dengan syarat ianya tidak menjejaskan ketepatan atau tanggapan terhadap iklan tersebut dengan apa cara sekalipun.

(ix) Perakuan dan Pengesahan

Iklan mestilah tidak mengandungi atau merujuk kepada sebarang perakuan atau pengesahan melainkan ianya adalah benar dan berkaitan dengan pengalaman peribadi selama tempoh masa yang munasabah yang dilalui oleh orang yang memberikan perakuan dan sokongan itu.

(x) Harga

a) Sebarang harga yang dinyatakan mestilah jelas dan haruslah berkaitan dengan produk yang diiklankan. Pengiklan mestilah memastikan bahawa harga adalah bertepatan dengan produk yang diiklankan.

b) Jika harga sesuatu produk bergantung kepada pembelian produk yang lain, takat sebarang komitmen oleh pengguna mestilah dibuat secara jelas.

c) Harga yang ditawarkan seperti 'sehingga' atau 'dari' mestilah tidak melebih-lebihkan faedah yang mungkin diperolehi oleh pengguna.

xi) Tawaran Percuma

a) Dalam membuat tawaran percuma dengan mensyaratkan pembelian barangan lain, tanggungan pengguna terhadap sebarang kos mestilah dibuat dengan jelas dalam semua kenyataan mengenai tawaran tersebut.

b) Sesuatu tawaran hanya boleh dikatakan sebagai percuma jika pengguna tidak membayar lebih dari:

i. Kos bayaran pos awam masa kini,

ii. Kos sebenar pengangkutan dan penghantaran,

iii. Kos, termasuk perbelanjaan sampingan, termasuk mana-mana perjalanan jika pengguna menuntut tawaran tersebut.

c) Pengiklan seharusnya tidak mengenakan sebarang caj tambahan kepada pengguna untuk pembungkusan dan pengendalian.

xii) Ketersediaan Produk

a) Sesuatu iklan tidak seharusnya disebarkan secara elektronik melainkan pengiklan mempunyai sebab yang munasabah dengan keyakinan bahawa mana-mana permintaan boleh dibekalkan sepertimana yang direka oleh iklannya.

b) Secara khusus, sebarang percubaan tidak boleh dibuat untuk menggunakan iklan barang-barang yang tidak ada atau tidak didaftarkan (dalam keadaan pendaftaran diwajibkan) atau barang-barang yang tidak wujud sebagai satu cara untuk menilai permintaan umum, seolah-olah produk tersebut akan ditawarkan di masa hadapan.

c) Apabila jelas sesuatu barangan yang diiklankan tidak wujud, (di dalam keadaan di mana orang awam kelihatan tidak dapat mengagak daripada Iklan tersebut kewujudan barang berkenaan tersedia ada) tindakan segera mesti diambil bagi memastikan iklan-iklan yang seterusnya dapat segera dipinda atau diberhentikan.

xiii) Jaminan

a) Perkataan ‘jaminan’ tidak seharusnya digunakan dalam apa jua keadaan yang boleh memperkecilkan hak undang-undang pengguna. Pembatasan tertentu hendaklah dinyatakan di dalam iklan tersebut. Sebelum membuat sebarang komitmen, pengguna seharusnya boleh mendapatkan syarat-syarat lengkap jaminan tersebut dari pengiklan.

b) Pengiklan seharusnya memaklumkan kepada pengguna tentang bentuk dan juga had mana-mana hak tambahan yang diperuntukkan oleh sesuatu jaminan, dan selebihnya, menurut undang-undang dan menggariskan dengan jelas tentang cara-cara untuk mendapatkan pampasan.

ix) Perbandingan

a) Iklan yang mengandungi perbandingan dengan iklan-iklan lain, atau produk-produk yang lain, adalah dibenarkan bagi tujuan persaingan sihat dan memberi maklumat, dengan syarat ianya mestilah mematuhi terma-terma dalam seksyen ini.

b) Kesemua iklan yang bersifat perbandingan mestilah menghormati prinsip persaingan yang adil dan mestilah direka dengan tidak berkemungkinan mengelirukan pengguna; akibat dari perbandingan tersebut, samada mengenai produk yang diiklankan atai produk yang dibandingkan itu.

c) Pokok perbandingan tidak seharusnya dipilih sebagai satu cara untuk menunjukkan kelebihan yang dibuat-buat atau sebagai mencadangkan bahawa tawaran yang lebih baik dibuat sedangkan ianya tidak benar.

d) Punca perbandingan mestilah berasaskan kepada fakta-fakta yang boleh disokong dan tidak sepatutnya dipilih secara tidak adil. Secara khususnya:

i) Asas perbandingan mestilah sama bagi semua produk yang hendak dibandingkan dan mestilah dinyatakan secara jelas dalam iklan supaya dapat dilihat sesuatu perkara itu dibandingkan dengan perkara yang sama dengannya.

ii) Jika sesuatu butiran yang disenaraikan dan dibandingkan dengan produk yang menjadi saingannya, senarainya mestilah lengkap atau iklan tersebut mesti menyatakan dengan jelas bahawa butiran tersebut adalah sebahagian dari yang dipilih.

(xv) Pencelaan

Pengiklan tidak dibenarkan mengecam dan menimbulkan kesangsian terhadap perniagaan dan produk lain.

(xvi) Pengeksploitasian Nama Baik

Pengiklan tidak sepatutnya mengeksploitasi nama baik yang terdapat pada cap dagangan nama, jenama, logo, slogan atau kempen pengiklanan organisasi lain.

(xvii) Peniruan

Sebarang iklan tidak dibenarkan menyerupai iklan lain yang boleh mengelirukan atau menyebabkan kebingungan.

(xviii) Produk dan Perkhidmatan yang Tidak diTerima

Iklan bagi produk dan perkhidmatan yang dikenali dengan, atau terlibat secara khusus dengan perkara-perkara berikut adalah tidak diterima:

(a) Rokok, tembakau dan pelengkapnya;
(b) Sebarang barangan bagi tujuan menipu atau mengeliru yang ditegah di bawah Akta perkhidmatan Pos 1991 (Akta465);
(c) Ilmu ghaib dan penilikan;
(d) Agensi perkahwinan dan kelab-kelab persahabatan;
(e) Agensi pekerjaan tanpa lesen;
(f) Sebarang bentuk perjudian termasuk petunjuk-petunjuk pertaruhan dan perjudian;
(g) Pakaian yang dicetak dengan perkataan atau lambang mengandungi mesej yang tidak elok;
(h) Adegan-adegan yang bercorak seksual atau tidak sopan termasuk cumbuan antara orang dewasa;
(i) Adegan-adegan yang menunjukkan seks eksplisit atau tidak sopan;
(j) Pornografi;
(k) Khinzir, produk-produk dan terbitan-terbitan daging khinzir;
(l) Pertaruhan dan perjudian;
(m) Bunga api;

Nota: walaupun pengiklanan sebenar produk ini dilarang, ianya tidak menimbulkan masalah MENGGAMBARKAN bunga api dalam iklan yang berkaitan dengan lain-lain produk dan perkhidmatan.

(n) Sebarang bentuk spekulasi kewangan bertujuan mempromosi atau menarik minat dalam stok dan syer.

Nota: hanya iklan berkaitan dengan tawaran awam permulaan (IPO) yang baru dilulus adalah dibenarkan - tertakluk kepada Akta relevan yang diterima pakai.

(o) Kenyataan tentang kematian, kenyataan upacara pengkebumian dan simbol pengkebumian;

(p) Adegan-adegan disko;

(q) Produk-produk melangsingkan badan sama ada dimakan mahupun disapukan.

5.0 Pengiklanan secara Tidak Langsung dan Penempatan Produk

5.1 Suatu iklan untuk suatu barangan atau perkhidmatan yang diterima boleh menjadi tidak diterima jika iklan tersebut secara tidak langsung mempublisitikan suatu barangan atau perkhidmatan yang dihalang.

5.2 "Penempatan Barangan" yang relevan dalam konteks sesuatu keadaan adalah dibenarkan tetapi sebarang barangan atau perkhidmatan yang secara khususnya diharamkan adalah tidak dibenarkan.

5.3 "Promosi bersama" barangan yang berlainan jenama dan jenis, jika dibuat di dalam tempoh masa yang ditetapkan adalah dibenarkan.

6.0 Mengenal Pasti Pengiklan dan Mengenali Iklan

6.1 Pengiklan, penerbit dalam talian, penyiar dan pemilik media elektronik harus memastikan bahawa iklan adalah direka cipta dan dipersembahkan secara jelas bahawa ianya adalah sesungguhnya iklan.

6.2 Rencana, pengumuman atau promosi yang disebarkan untuk tujuan mendapat bayaran atau sebarang persetujuan berbalas mestilah mematuhi Kod ini jika kandungannya dikawal oleh pengiklan dan haruslah dinyatakan dengan jelas.

6.3 Iklan jualan jarak jauh berserta respon bertulis (melalui pos, faks dan email) dan iklan jualan khas untuk satu hari, skim jualan dari rumah dan seumpamanya harus mengandungi nama dan alamat pengiklan. Iklan jualan jarak jauh bagi peluang-peluang perniagaan mestilah disertakan dengan nama dan juga nombor untuk dihubungi. Lain-lain pengiklan selalunya tidak wajib memperkenalkan diri mereka, melainkan jika ditetapkan oleh undang-undang.

7.0 Penggunaan Individu dalam Iklan

7.1 Wanita dalam Iklan

a) Iklan mestilah tidak menunjukkan wanita sebagai objek seks atau digambarkan sebagai pemuas nafsu lelaki semata-mata.

b) Iklan mestilah memaparkan secara positif imej wanita.

7.2 Kanak-Kanak dan Pengiklanan

Perhatian khusus dan istimewa mestilah diberikan kepada penglibatan kanak-kanak dalam iklan. Ini memerlukan pematuhan kepada syarat-syarat yang digariskan di bawah:

a) penggunaan kanak-kanak adalah tidak digalakkan melainkan bagi produk yang diiklankan itu relevan kepada mereka atau iklan yang bertujuan mempromosikan keselamatan untuk kanak-kanak seperti yang dinyatakan dalam para (d).

b) Iklan yang ditujukan kepada kanak-kanak dan golongan remaja yang berpotensi terdedah kepadanya, mestilah tidak mengandungi bahan sama ada ilustrasi atau sebagainya, yang boleh mengakibatkan kecederaan kepada mereka secara fizikal, mental, atau moral yang mengeksploitasi sikap mudah percaya mereka, kekurangan pengalaman, atau sifat semulajadi kesetiaan mereka.

c) Iklan yang berkaitan dengan aktiviti persatuan atau kelab untuk kanak-kanak mestilah persatuan atau kelab yang dikawal dengan betul.

d) Dalam sebarang keadaan di mana kanak-kanak digambarkan, pertimbangan teliti haruslah diberikan kepada keselamatan mereka.

Ilustrasi

i. Kanak-kanak tidak dibenarkan digambarkan sedang meninjau keluar tingkap atau bersandar di jambatan atau mendaki bukit yang curam secara merbahaya.

ii. Kanak-kanak kecil tidak boleh ditunjukkan memanjat rak yang tinggi atau cuba mencapai sesuatu di atas meja yang lebih tinggi dari paras kepala mereka.

iii. Ubat-ubatan, disinfektan, ubat antiseptik, bahan kaustik, racun serangga dan segala jenis aerosol tidak boleh ditunjukkan berada dalam ruang yang sama dengan kanak-kanak tanpa penyeliaan ibu bapa dan mereka juga tidak boleh ditunjukkan menggunakan bahan-bahan tersebut.

iv. Kanak-kanak tidak boleh digambarkan sedang bermain dengan mancis atau gas, petrol, paraffin atau apa sahaja peralatan elektrikal dan mekanikal, yang berkemungkinan boleh menyebabkan terbakar, mengalami kejutan elektrik atau apa-apa kecederaan lain.

v. Kanak-kanak juga tidak boleh digambarkan memandu atau menaiki kenderaan pertanian (termasuklah kereta tarik traktor) atau sebarang mesin berat yang lain.

vi. Kanak-kanak tidak boleh terdedah kepada sebarang bentuk api tanpa diperhatikan oleh orang dewasa. Kanak-kanak tidak boleh digambarkan bermain mercun atau bunga api yang dilarang di Malaysia.

7.3 Golongan Profesional dalam Iklan

Perakuan yang diberi oleh golongan professional mesti dibuat secara berhati-hati dengan memastikan kelayakan seseorang itu, iaitu dalam menunjukkan kelayakan tersebut, pengiklan mestilah tidak menyebabkan orang yang memberi perakuan itu melanggar peraturan keahlian di dalam institusi profesional yang mana dia menjadi anggota.

8.0 Iklan-Iklan Khusus Lain

8.1 Iklan Produk Ubatan, Rawatan dan Kemudahan

Iklan ubat-ubatan, rawatan perubatan, kemudahan perubatan, kepakaran dan perkhidmatan berkaitan dengan diagnosis, pencegahan dan rawatan penyakit atau sebarang keadaan yang memberi kesan kepada tubuh manusia adalah di bawah kawalan Lembaga; Pengiklanan Perubatan, Kernenterian Kesihatan Malaysia (K.K.L.I.U)

8.2 Iklan Racun Serangga

Iklan berkaitan racun serangga adalah di bawah kawalan Lembaga Periklanan Pemusnah Serangga dan Kementerian Pertanian.

8.3 Makanan dan Minuman

Semua iklan mestilah mematuhi ketetapan di dalam Akta Makanan 1983 dan Peraturan- Peraturan Makanan 1985.

8.4 Iklan Jualan Terus

a) Informersil dan jualan langsung juga mesti mematuhi Kod ini.

b) Melainkan jika diperuntukkan sebaliknya oleh Kod ini, kesemua pengiklan mesti mendapat kebenaran dari Kementerian berkaitan dan mematuhi undang-undang yang ditetapkan oleh kerajaan dari semasa ke semasa kecuali jika dinyatakan sebaliknya.

8.5 Minuman Keras dan Alkohol

Iklan minuman keras dan alkohol adalah tidak dibenarkan. Jika sesebuah syarikat minuman keras merupakan penaja utama sesuatu acara sukan antarabangsa, syarikat tersebut hanya dibenarkan mempromosi acara itu sahaja dan tidak secara langsung mengiklan produknya. Disamping itu, syarikat-syarikat alkohol haruslah hanya menggunakan logo acara-acara berkaitan dalam promosi siaran.

8.6 Produk Perlindungan Kebersihan dan Tuala Inkontinen untuk Dewasa

Iklan kategori ini agak sensitif dan boleh menyinggung perasaan dan memalukan, walaupun di kalangan orang yang pada dasarnya tidak mempunyai halangan terhadap penayangan iklan tersebut di televisyen. Oleh kerana iklan ditonton dalam suasana kekeluargaan,

pengiklanan televisyen perlu diperlakukan dengan pengamatan dan perhatian. Sesiapa yang berhajat untuk menerbitkan iklan produk perlindungan kesihatan dan tuala inkontinen untuk orang dewasa MESTILAH mematuhi perkara-perkara berikut:

(a) *Sekatan Ke Atas Waktu-Waktu Siaran*

Iklan yang memaparkan produk tuala wanita dan tuala inkontinen untuk orang dewasa adalah dibenarkan.

(b) *Pengolahan Visual Dan Perihal Produk*

Produk perlindungan kesihatan dan tuala inkontinen untuk orang dewasa - pembikinan visual hendaklah dibuat dengan baik dan berhati-hati; perhatian khusus adalah diperlukan untuk syot gambar tuala wanita yang sedia terbuka, tuala dan tampon, sama ada yang sebenar mahupun lakaran. Penerangan terperinci, sama ada dalam bentuk bunyian atau visual, mestilah mengelakkan penerangan grafik yang mungkin akan menyinggung atau memalukan penonton.

(c) *Daya Tarik Terhadap Ketiadakyakinan*

Produk-produk perlindungan kesihatan dan tuala inkontinen untuk orang dewasa - iklan tidak boleh mengandungi sebarang bahan, sama ada secara langsung mahupun tersirat, yang berkemungkinan akan menjejaskan keyakinan tahap kebersihan diri seseorang individu. Sebarang bahan yang tidak mempunyai dengan secara langsung, atau daya tarik kepada seksual atau ketidakyakinan sosial adalah dibenarkan. Iklan tidak boleh membayangkan melalui apa cara pun, bahawa menstruasi dalam bentuk apa sekalipun adalah tidak bersih atau memalukan dan variasi perkataan "bersih" adalah tidak diterima di dalam pengiklanan kategori produk ini seperti juga lain-lain perkataan yang mungkin menyinggung perasaan seperti "bau". Penekanan yang sama dikenakan kepada pengiklanan inkontinens.

(d) *Kesesuaian dan Kejelikkan*

Kesemua iklan bagi kategori tuala wanita dan tuala inkontinens untuk orang dewasa mestilah tidak melanggar adab atau kesopanan atau menyinggung

perasaan umum dan mestilah tidak menjejaskan kehormatan terhadap maruah diri.

8.7 Mesej dan Notis

Mesej yang disiarkan di televisyen berdasarkan perkara-perkara berikut:

i. Mesej peribadi (contohnya ucapan ulang tahun, ucapan selamat dan lain lain);
ii. Mesej ucapan tahniah;
iii. Notis ucapan takziah.

adalah diterima atas budibicara penyiar dan disiarkan selepas jam 10:00 malam. Para penyiar disarankan supaya mengamalkan budibicara supaya memperlihatkan niat sebenar dan maksud mesej tersebut. Gaya mesej yang biadab, lucah, palsu, mengancam atau tidak sopan dengan niat untuk mengacau, menyakiti, mengugut atau mengganggu adalah tidak dibenarkan.

BAHAGIAN 4	GARIS PANDUAN KHUSUS PENYIARAN

1.0 Skop dan Liputan

1.1 Bahagian ini merupakan garis panduan bagi Kandungan yang disiarkan melalui media berikut:

(i) Penyiaran Langganan Terus ke Rumah (DHT) dan/atau Perkhidmatan Langganan Video sama ada melalui satelit atau kabel; dan

(ii) Siaran Terestrial TV dan Radio Bebas ke Udara.

Dengan erti kata lain dikenali sebagai "Penyiar".

1.2 Bahagian ini tidak termasuk Kandungan yang terdapat Dalam Talian [yang dihuraikan di dalam Bahagian 5].

2.0 Objektif

2.1 Objektif utama garis panduan khusus penyiaran ini ialah untuk memastikan piawaian Kandungan boleh diyakini secara berterusan yang diamalkan oleh penyiar, sesuai dengan jangkaan audiens dan pengiktirafan antarabangsa amalan murni media elektronik dan kewartawanan tanah air.

2.2 Kod ini merupakan satu penyataan kepada perubahan paradigma yang dibawa oleh kemajuan teknologi dalam industri penyiaran. Adalah diakui bahawa pematuhan kepada Kod menjadi penentu kepada tahap piawai Kandungan dan bukan sebaliknya.

2.3 Para penyiar Malaysia mengakui bahawa kebebasan berkreatif mendukung tanggungjawab untuk memastikan bahawa bukan hanya hak kanak-kanak yang dilindungi, tetapi juga hak penonton dan pendengar secara umumnya. Ini memerlukan kepada pendukungan amalan beretika dan professional dalam menjalankan operasi perniagaan mereka ke arah memenuhi tanggungjawab sosial.

3.0 Garis Panduan Khusus

3.1 Dalam memperkuat dan mengembangkan prinsip umum dan prinsip yang digariskan dalam Bahagian 1 dan 2 Kod ini, garis panduan khusus berikut turut mengambil kira Kandungan yang disebarkan mengikut bentuk saluran penyiaran, sasaran audiens dan waktu siaran dalam keadaan tertentu (seperti siaran terestrial televisyen dan radio bebas ke udara).

Klasifikasi

3.2 Penonton memerlukan maklumat yang lengkap mengenai sesuatu Kandungan bagi membuat pemilihan terbaik berdasarkan citarasa dan piawaian tersendiri. Oleh yang demikian, penyiar (kecuali operator radio) akan menyediakan petunjuk tentang jenis Kandungan yang akan disiarkan dengan menerimapakai klasifikasi berikut. Para Penyiar harus berusaha untuk mempamerkan klasifikasi-klasifikasi ini secara berkala dalam program-program penyiaran seperti berikut:

U

Program ini adalah untuk tontonan umum dan sesuai untuk tontonan pada semua peringkat usia. Program ini mengandungi hanya sedikit, atau tiada langsung unsur-unsur keganasan, tiada penggunaan bahasa jelek serta terdapat sedikit atau tiada dialog atau situasi seksual.

PG-14

Panduan Ibu bapa diperlukan apabila membenarkan kanak-kanak di bawah umur 14 tahun menonton rancangan ini. Rancangan ini mungkin mengandungi adegan keganasan fizikal bersifat sederhana, komedi yang kerterlaluan, sketsa ngeri, kesan-kesan khas, fantasi, tahyul atau kesan animasi yang keterlaluan. Ia juga mungkin mengandungi dialog yang jelek, situasi seksual yang sederhana dan juga mengandungi bahasa sindiran, tetapi pemaparannya tidak kerap, tersembunyi dan berintensiti rendah.

PG-18

Ibu bapa/penjaga adalah amat dinasihatkan supaya berhati-hati menggunakan budi bicara apabila membenarkan remaja di bawah umur 18 tahun yang menonton rancangan ini tanpa pengawasan mereka. Program tersebut mungkin mengandungi tema yang sofistikated, kandungan berunsur seksual, rujukan

seksual yang tersirat atau tersembunyi, penggunaan bahasa jelek dan dalam keadaan tertentu penggunaan bahasa kasar dan kesat, dan keganasan yang menjadi unsur utama dan berpadan dengan jalan cerita dalam konteks tema dan perkembangan watak. Rancangan ini juga mungkin mengandungi dan membicarakan tema untuk kedewasaan dan isu kemasyarakatan yang realistik atau luar jangka sesuatu penggambaran dibuat.

18 & ke atas

Rancangan in diklasifikasikan bagi mereka yang berumur 18 tahun ke atas, rancangan ini ialah untuk tontonan golongan dewasa dan mungkin mengandungi satu atau lebih elemen berikut yang dirasakan penting dalam perkembangan jalan cerita, perwatakan atau tema: keganasan yang keterlaluan dan pemaparan keganasan, imej ngeri, grafik, bahasa graflk yang keterlaluan atau menjelekkan tema kedewasaan, situasi seksual yang keterlaluan dan dialog yang menghairankan.

Penjadualan

3.3 Penjadualan rancangan-rancangan yang telah diklasifikasikan akan diguna pakai oleh penyiar-penyiar siaran terrestrial (tidak termasuk operator radio) adalah seperti yang berikut:

U dan PG-14 - Boleh disiarkan pada bila-bila masa
PG-18 - Boleh disiarkan bila-bila masa selepas 7.30 malam
18 - Hanya boleh disiarkan selepas 10.00 malam

3.4 Promosi kandungan yang mengandungi adegan keganasan yang melampau atau bahan kandungan dewasa, khusus untuk tontonan dewasa mestilah tidak disiarkan sebelum jam 10.00 malam. Penyiar dikehendaki berusaha untuk menubuhkan Unit Kandungan Kawalannya sendiri yang dipertanggungjawab untuk mengendalikan hal-hal pengklasifikasian dan penjadualan.

Kandungan Umum

3.5 Para penyiar mestilah berusaha untuk meyediakan Kandungan, setakat mana yang termampu, yang memenuhi citarasa dan kehendak penonton dan pendengar Malaysia.

Tiada Diskriminasi

3.6 Penyiar mestilah memastikan, setakat yang termampu, bahawa Kandungan mereka tidak mengandungi bahan-bahan yang mencerca atau bersifat diskriminasi atau komentar yang berkaitan, tetapi tidak terhad kepada kaum, agama, budaya, etnik, asal keturunan, jantina, umur, status perkahwinan, tahap sosio-ekonomi, lokasi geografi, politik pemujukan, latar belakang pendidikan, kecenderungan seksual, atau ketidakupayaan fizikal dan mental.

Berita dan Hal Ehwal Semasa

3.7 Para penyiar mengakui bahawa tujuan asas penyebaran berita dan Kandungan hal ehwal semasa dalam sistem demokrasi adalah untuk membolehkan masyarakat mengetahui apa yang berlaku dan untuk memahami perkara yang mungkin memberi kesan kepada mereka selaku anggota masyarakat supaya mereka boleh membuat rumusan dan persepsi mereka sendiri.

3.8 "Kandungan hal ehwal semasa" bererti Kandungan yang memberi tumpuan kepada isu-isu sosial, ekonomi dan politik semasa yang relevan kepada masyarakat Malaysia.

3.9 Penyiar akan memastikan Kandungan program berita dan hal ehwal semasa dipersembahkan:

(a) Dengan tepat, adil dan bersifat objektif sepanjang masa dan tidak dimanipulasikan hingga mengakibatkan penyelewengan konteks kandungan yang asal. Perhatian sewajarnya diberikan pada situasi ketika Kandungan tersebut disediakan dan disiarkan (contohnya liputan secara langsung).

(b) Dengan teliti, dan mengambil kira komposisi audiens yang akan menonton sewaktu masa tayangan.

(c) Dengan prihatin terhadap kemungkinan bahan yang disiarkan boleh menimbulkan rasa cemas kepada sebahagian besar penonton, seperti imej dan temubual dengan mangsa-mangsa kejadian atau kemalangan yang traumatik. Bahan sebegini seharusnya hanya digunakan apabila pihak penyunting merasakannya perlu disiarkan dan perlu

dipertontokan secara berhati-hati, tanpa menyinggung perasaan penonton.

(d) Dengan menghormati perbezaan budaya di kalangan masyarakat Malaysia.

(e) Dengan menghormati hak mana-mana individu atau kumpulan yang tidak seharusnya digambarkan dengan pandangan yang negatif dengan memberi penekanan berlebihan berkaitan perkara-perkara yang melibatkan , tetapi tidak terhad kepada kaum, agama, budaya etnik, asal keturunan, jantina, umur, status perkahwinan, status sosio-ekonomi, politik pemujukan, latar belakang pendididkan, lokasi geografi, orientasi seksual, atau tidak keupayaan fizikal dan mental. Namun begitu, sekirannya penyiar berpendapat sesuatu perkara yang hendak ditayangkan itu mempunyai kepentingan umum, ia boleh melaporkan peristiwa tersebut dan menyiarkan komentar berkaitan perkara yang ditimbulkan.

(f) Dengan menghormati hak peribadi individu. Namun begitu disebabkan kepentingan umum, pencerobohan terhadap hak peribadi tersebut boleh mewajarkan tindakan menjejaki atau mendedahkan jenayah kejam atau salahlaku serius yang dilakukan, melindungi kesihatan awam atau keselamatan dan mencegah masyarakat dari dikelirukan oleh mana-mana kenyataan atau tindakan individu atau organisasi.

(g) Dengan mengambil kira bahawa bahan berita dan hal ehwal semasa mestilah sentiasa selari dengan prinsip kerajaan. Ini adalah untuk mengelakkan dari berlakunya kekeliruan dan salah faham di kalangan rakyat negara ini dan juga negara asing. Bahan-bahan yang diterima dari negara asing juga mestilah dipastikan terlebih dahulu bahawa ia tidak bertentangan dengan dasar luar negara.

3.10 Usaha yang munasabah mesti dilakukan seawal mungkin untuk membetulkan sebarang kesilapan fakta yang berlaku.

Keganasan dan Penggunaan Bahasa Jelek

3.11 Bagi memastikan garis panduan umum berkaitan dengan keganasan dan penggunaan bahasa jelek sebagaimana yang digariskan dalam Bahagian 2 Kod ini dipatuhi, para penyiar mestilah :

(a) mengamalkan penilaian penyuntingan sewajarnya sama ada melalui audio mahupun visual apabila melaporkan keganasan, pencerobohan dan juga kemusnahan dalam Kandungannya.

(b) Mengamalkan sikap berhati-hati dan budi bicara sewajarnya dalam pemilihan dan pengulangan kandungan yang menggambarkan keganasan.

(c) Mengamalkan budi bicara sewajarnya dalam penggunaan bahasa yang eksplisit serta grafik dalam melaporkan berita mengenai kemusnahan, kemalangan atau keganasan seksual, yang mungkin boleh mengganggu ketenteraman tontonan keluarga.

(d) Memberi amaran terlebih dahulu kepada penonton bahawa bahan yang dilaporkan akan mengandungi keganasan yang luar biasa atau laporan grafik mengenai perkara-perkara yang sensitif.

Kandungan Keagamaan

3.12 Dalam membicarakan kandungan keagamaan, penyiar mestilah menghormati Islam sebagai agama rasmi negara ini dan juga hak kebebasan beragama masyarakat lain di negara ini sebagaimana yang diperuntukkan dalam Perlembagaan.

3.13 Penyiaran rancangan agama mestilah bertujuan untuk menghormati dan mempromosikan keharmonian spiritual dan juga untuk memenuhi kepelbagaian keperluan keagamaan di kalangan masyarakat. Penyiar mestilah memastikan kandungan keagamaan tidak digunakan untuk mengecam mana-mana kaum atau agama atau apa-apa jua yang mungkin menimbulkan ketidakharmonian.

3.14 Kesemua rancangan berkaitan agama Islam mestilah terlebih dahulu mendapat kebenaran dari pihak berkuasa agama yang relevan sebelum ianya disiarkan, manakala bagi agama lain, nasihat dari pihak berkuasa agama yang berkenaan mestilah diperolehi terlebih dahulu berhubung dengan penerbitan kandungan yang berkaitan dengannya.

3.15 Namun begitu, penyebaran agama-agama lain selain daripada agama Islam sama ada secara langsung atau tidak langsung adalah tidak dibenarkan sama sekali.

3.16 Mana-mana kandungan keagamaan yang salah, fanatik, kritikal dan menghina agama lain mestilah ditegah.

Eksploitasi

3.17 Tidak ada sebarang Kandungan yang harus membiarkan penggalakkan eksploitasi terhadap wanita lelaki dan kanak-kanak sama ada dalam bentuk visual atau audio. Kandungan yang negatif dan merendah-rendahkan peranan dan sifat kewanitaan, kelelakian atau kanak-kanak dalam masyarakat, mestilah dielakkan.

3.18 Kandungan televisyen yang mengaibkan perbuatan seks, sama ada memberi gambaran negatif yang mempunyai kesan yang memberahikan melalui cara berpakaian atau fokus kamera pada bahagian tubuh badan tertentu adalah tidak dibenarkan. Begitu juga halnya dengan penghinaan terhadap kanak-kanak melalui gambaran atau perlakuan yang tidak baik juga adalah tidak boleh diterima.

4.0 Iklan

4.1 Penyiar adalah bertanggungjawab terhadap kebolehterimaan bahan-bahan pengiklanan yang disiarkan dan harus memastikan bahawa:

(a) Semua iklan mempunyai unsur yang baik dan mematuhi segala undang-undang dan peraturan yang diterima pakai.

(b) Tidak ada pengaruh dari pengiklan atau tanggapan terhadap pengaruh tersebut semasa melaporkan berita atau hal ehwal semasa. Pelaporan

kandungan tersebut perlu dibuat secara tepat, seimbang dan objektif, dengan memberi pertimbangan utama kepada keadilan dan keutuhan dalam mengawal isi Kandungan.

5.0 Maklumat, Nasihat dan Amaran

5.1 Para Penyiar mestilah memastikan bahawa butiran klasifikasi dan lain-lain maklumat pengumuman mempunyai peranan dan sokongan padu yang boleh membantu penonton membuat pemilihan yang sesuai pada setiap masa.

5.2 Para penyiar harus mengambil kira sama ada terdapat elemen-elemen atau penjadualan yang mungkin akan mengganggu penonton, terutamanya golongan kanak-kanak. Maklumat sewajarnya, nasihat atau amaran-amaran mestilah diberikan pada permulaan sebarang rancangan, atau laporan berita, yang mungkin mengganggu golongan ini.

5.2 Para penyiar hendaklah memastikan bahawa amaran-amaran yang jelas dan tepat digunakan terutamanya selepas jam 10.00 malam sewaktu penonton mungkin akan menyaksikan rancangan yang mengganggu dan menyinggung perasaan sesetengah penonton. Ini tidak bermakna bahawa penyiar akan terlepas daripada tanggungjawab dari segi sensitiviti dalam mengaturkan program-program yang bertujuan untuk mengurangkan risiko menyinggung perasaan ke paras minimum.

BAHAGIAN 5	GARIS PANDUAN KHUSUS DALAM TALIAN

1.0 Skop dan Liputan

1.1 Dalam mematuhi garis panduan ini dan juga bahagian-bahagian lain yang relevan didalam Kod ini, sebarang tindakan yang diambil oleh Pengamal Kod tidak boleh melanggar, dengan apa cara sekalipun, sebagaimana yang dinyatakan dalam Seksyen 3(3) Akta, iaitu menyatakan, "Tiada apa jua dalam Akta ini boleh ditafsirkan sebagai membenarkan penapisan Internet."

1.2 Pengamal kod di dalam Bahagian ini adalah Pemberi Kandungan dalam talian atau sesiapa sahaja yang menyediakan capaian kepada kandungan dalam talian melalui teknologi terkini atau masa depan. Ini termasuklah, tetapi tidak terhad kepada :

(a) Pemberi Perkhidmatan capaian Internet;
(b) Penghosan Kandungan Internet;
(c) Pembangun Kandungan Dalam Talian;
(d) Pengumpul Kandungan Dalam Talian; dan
(e) Penyedia Pautan.

1.3 "Dalam Talian" didefinisikan sebagai persekitaran yang berangkaian yang boleh diperolehi melalui satu sambungan kepada perkhidmatan rangkaian di mana Kandungan yang semestinya berasal dari Malaysia. Ia boleh dicapai oleh orang awam sama ada dengan dikenakan bayaran ataupun sebaliknya. Kandungan, bagi tujuan Bahagian ini didefinisikan sebagaimana yang terkandung di dalam Akta, tetapi ianya tidak termasuk :

(a) Mel elektronik biasa yang sulit dan/atau persendirian melainkan mel elektronik pukal atau 'spammed";
(b) Kandungan yang disalurkan hanya melalui faksimili, telefoni suara, VOIP dan alatan lain yang bertujuan untuk kegunaan persendirian; atau
(c) Kandungan yang tidak boleh diperolehi oleh orang awam samada secara percuma, dengan bayaran yuran atau pendaftaran, yang

termasuk (tetapi tidak terhad kepada) Kandungan yang terdapat dari perkhidmatan aplikasi kandungan tertutup atau perkhidmatan Kandungan aplikasi terhad seperti yang ditetapkan di bawah Seksyen 207 dan 209 Akta.

2.0 Konsep Pembawa Tidak Bersalah

2.1 Pengamal Kod yang menyediakan laluan kepada sebarang Kandungan tetapi tidak mempunyai sebarang kawalan terhadap bahan Kandungan tersebut atau pengetahuan tentang Kandungan tersebut adalah dianggap sebagai pembawa kandungan tidak bersalah untuk tujuan kod ini. Seorang pembawa Kandungan tidak bersalah, tidak bertanggungjawab terhadap Kandungan yang dibekalkan. Walau bagaimanapun, ini tidak mengecualikan pemberi capaian tersebut dari mematuhi langkah-langkah umum yang digariskan di dalam Bahagian 6.0 yang mana ia diguna pakai.

3.0 Objektif

3.1 Persekitaran dalam talian adalah amat berbeza berbanding dengan lain-lain media tradisional lain yang sedia ada ditawarkan kepada masyarakat umum dalam penggunaan dan penyebaran Kandungan.

3.2 Pengguna Dalam Talian bukan sahaja boleh membuat pilihan untuk memperolehi, membaca atau mencerna pelbagai bahan dalam talian pada bila-bila masa, tetapi mereka juga, melalui aplikasi-aplikasi tertentu, boleh menyumbang kepada Kandungan Dalam Talian mengikut kemampuan mereka sendiri.

3.3 Terdapat banyak manfaat yang telah diperolehi dari medium ini, tetapi pada masa yang sama ianya juga berpotensi untuk disalahgunakan.

3.4 Pemberi Kandungan Dalam Talian adalah komited untuk mengambil pendekatan yang bertanggungjawab terhadap peruntukan Kandungan dengan melaksanakan langkah-langkah wajar, praktikal dan saksama serta menyediakan mekanisme tindak balas dalam keadaan di mana bahan-bahan atau kegiatan yang dilarang, telah dikenal pasti. Para pengguna harus

bertanggungjawab terhadap Kandungan yang dimuatkan dalam talian, samada ia adalah sah disisi undang-undang atau sebaliknya.

3.5 Persekitaran Dalam Talian bukanlah suatu vakum yang tertakluk kepada undang-undang. Secara umum, jika sesuatu perkara itu salah di sisi-sisi undang-undang *"di luar talian"*, ia juga adalah salah di sisi undang-undang *"di dalam talian"*. Dalam hal ini, undang-undang yang sedang berkuat kuasa diguna pakai.

3.6 Dengan itu Pemberi Kandungan yang bertanggungjawab mestilah dipandukan kepada komitmen untuk meyakinkan pengguna dan perniagaan bahawa kewujudan Kandungan Dalam Taliannya yang bertujuan untuk memberi maklumat, mendidik, menghibur dan memudahkan perniagaan, adalah selamat. Justeru, tujuan Bahagian ini ialah untuk:

(a) Mencadangkan garis panduan dan tatacara berkaitan dengan peruntukan dalam Kandungan melalui Kawalan Kendiri oleh industri dengan cara yang praktikal dan boleh dilaksanakan secara komersil serta pada masa yang sama memupuk, mempromosi, dan menggalakkan pertumbuhan dan pembangunan industri perkhidmatan Dalam Talian;

(b) Mempromosikan pendidikan pengguna dalam membuat pilihan bermaklumat terhadap Kandungan yang digunakan; dan

(c) Sentiasa peka terhadap perkembangan piawaian terkini di peringkat antarabangsa dan nasional, aliran dan juga sensitiviti budaya masyarakat Malaysia dalam melaksana dan mengkaji semula Bahagian ini.

4.0 Prinsip-Prinsip

4.1 Prinsip-prinsip berikut akan menjadi panduan kepada pihak-pihak yang mengkaji, melaksanakan, mengamalkan, dan yang terjejas oleh dan/atau tertakluk kepada Bahagian ini di dalam kod:

(a) Penapisan ke atas Internet tidak dibenarkan sebagaimana yang diperuntukkan di dalam Seksyen 3(3) Akta.

(b) Tanggungjawab terhadap Kandungan yang disediakan Dalam Talian oleh Pengamal Kod tertakluk kepada pencipta Kandungan tersebut.

(c) Dengan mengambil maklum bahawa dalam persekitaran Dalam Talian yang pesat berubah, pemantauan ke atas kandungan adalah sesuatu yang tidak praktikal, melibatkan kos yang tinggi, sukar dan tidak efektif. Namun begitu Pengamal Kod mestilah memenuhi keperluan Kod ini setakat yang termampu.

(d) Pengguna adalah bertanggungjawab terhadap pemilihan dan penggunaan Kandungan Dalam Talian yang mereka gunakan.

(e) Oleh kerana pengguna bebas untuk membuat pilihan samada untuk mendapatkan capaian, membaca atau mencerna dan menggunakan pelbagai bahan Dalam Talian, Pengamal Kod mestilah mengguna pakai Kod di bawah Bahagian ini dengan penuh kesedaran.

(f) Sebarang langkah berkaitan dengan Kandungan yang dicadangkan oleh Bahagian ini dari semasa ke semasa mestilah :

(i) Teknologi bersifat natural;
(ii) Adil; dan
(iii) Mudah diperolehi dengan harga yang berpatutan dan tidak secara langsung memberi kesan ke atas daya maju ekonomi bagi industri komunikasi dan multimedia.

(g) Sebarang garis panduan terpakai terhadap peruntukan Kandungan dalam talian tidak seharusnya menyekat pertumbuhan industri sebaliknya mestilah mempertingkatkan persekitaran kondusif untuk menggalakkan dan merangsang industri komunikasi dan multimedia di Malaysia.

5.0 Garispanduan Dalam Talian

5.1 Pengamal Kod harus menggunakan garis panduan yang telah ditetapkan dalam Bahagian 2 Kod ini, dalam menentukan samada sesuatu Kandungan itu sumbang, lucah, mengancam atau kesat, melainkan jika dinyatakan dengan jelas di dalam Bahagian ini.

(i) **Larangan**

Pengamal Kod tidak boleh dengan sengaja menyediakan Kandungan yang dilarang Dalam Talian.

(ii) **Kandungan Palsu**

Kandungan yang tidak benar dan berkemungkinan mengelirukan adalah dilarang melainkan dalam keadaan berikut:

(a) Satira dan parodi;

(b) Apabila jelas kepada pengguna biasa bahawa Kandungan tersebut bersifat cereka; dan

(c) Apabila ianya didahului dengan kenyataan bahawa Kandungan yang terdapat dalam tapak web tersebut bukan dibentuk dari fakta.

6.0 Langkah-Langkah Umum – Umum dan Khusus

6.1 Adalah sesuatu yang tidak praktikal, sukar dan tidak berkesan untuk memantau atau mengawal capaian pengguna kepada Kandungan yang terdapat Dalam Talian. Terpulang kepada pengguna untuk menentukan jenis Kandungan Dalam Talian yang diinginkan dan juga mekanisme yang ingin digunakan untuk mengawal Kandungan tersebut.

6.2 Forum Kandungan akan membantu pengguna menyediakan maklumat mengenai jenis mekanisme yang ada untuk mengawal capaian kepada Kandungan Dalam Talian. Maklumat tersebut boleh disediakan dalam tapak web Forum Kandungan yang dikemaskini dari masa ke semasa seiring dengan perkembangan teknologi. Tapak web Forum Kandungan akan mengandungi maklumat mengenai:

(a) Ketersediaan jenis mekanisme yang disediakan bagi membantu pengguna menyaring atau mengawal Kandungan Dalam Talian;

(b) Etika pengguna memperolehi dan menyediakan kandungan dalam Internet;

(c) Tanggungjawab pengguna dewasa terhadap kanak-kanak di bawah jagaan mereka berkaitan dengan penggunaan Internet;

(d) Langkah-langkah yang boleh diambil oleh ibu bapa, penjaga dan guru-guru untuk mengawal capaian kanak-kanak kepada Kandungan Dalam Talian;

(e) Etika Pemberi Kandungan;

(f) Kod Kandungan ini; dan

(g) Saluran yang sesuai bagi sebarang aduan berkaitan dengan Kandungan Dalam Talian dibuat, dan tatacara sesuatu aduan yang dibuat.

6.3 Maklumat yang disediakan dalam tapak web adalah bertujuan untuk membantu pengguna Dalam Talian. Forum Kandungan tidak bertanggungjawab ke atas sebarang mekanisme yang dicadangkan atau nasihat yang diberikan.

6.4 Selain dari langkah-langkah umum yang dinyatakan terdahulu, langkah-langkah khusus berikut yang dinyatakan di dalam Bahagian 7.2-10.3 mestilah dipatuhi bergantung kepada tahap kawalan yang dimiliki oleh Pengamal Kod ke atas Kandungan Dalam Talian.

7.0 Pemberi Perkhidmatan Capaian Internet (PPCI)

7.1 Setiap PPCI mestilah mematuhi dan menyertakan syarat dan peraturan di dalam kontrak dan notis undang-undang mengenai syarat-syarat penggunaan dengan pelanggan-pelanggan perkhidmatan mereka. Ini termasuklah syarat-syarat berikut:

(a) Pelanggan mestilah mematuhi keperluan-keperluan yang ditetapkan oleh undang-undang Malaysia termasuklah, tetapi tidak terhad kepada Kod ini dan mestilah tidak mengandungi kandungan yang dilarang atau kandungan yang bertentangan dengan undang-undang Malaysia;

(b) PPCI berhak menarik balik capaian jika seseorang pelanggan yang melanggar perkara yang dinyatakan di atas; dan

(c) PPCI mestilah mempunyai hak untuk menyekat capaian atau membuang Kandungan yang dilarang dengan syarat sekatan atau penyingkiran tersebut mengikut tatacara aduan yang terdapat didalam Kod ini.

7.2 Kewujudan syarat dan peraturan ini akan dipamerkan dalam tapak web PPCI dalam bentuk dan format yang mudah dicapai oleh pelanggannnya melalui pautan atau seumpamanya.

7.3 Setelah sesuatu PPCI dimakluman oleh Biro Aduan bahawa pengguna atau pelanggannya ada menyediakan Kandungan yang dilarang dan PPCI berjaya mengenal pasti pelanggan tersebut, PPCI haruslah mengambil langkah-langkah berikut:

(a) Dalam tempoh masa dua (2) hari bekerja dari tarikh makluman tersebut, PPCI hendaklah memberitahu pelangganya supaya menyingkirkan kandungan yang dilarang tersebut.

(b) Menetapkan jangka masa membolehkan pelanggannya menyingkirkan Kandungan yang dilarang iaitu antara tempoh 1 hingga 24 jam dari tarikh makluman.

(c) Jika pelanggan tidak menyingkirkan Kandungan yang dilarang tersebut dalam tempoh yang ditetapkan, PPCI berhak menggantung atau menamatkan akaun capaian pelanggan tersebut.

7.4 Tapak web PPCI akan menyediakan hiper pautan dalam tapak web Forum Kandungan bagi membolehkan pelanggan memperolehi maklumat yang dinyatakan di atas. Jika sesuatu PPCI tidak mempunyai tapak web, maka ia akan memaklumkan alamat tapak web Forum Kandungan kepada pelanggannya.

8.0 Pengumpul Kandungan

8.1 Pengumpul Kandungan adalah seorang yang mengumpul dan/atau membeli Kandungan dan mestilah memasukkan syarat dan peraturan di dalam kontrak dan notis undang-undang mengenai syarat-syarat penggunaan kepada pengguna, pelanggan dan pemberi Kandungan perkhidmatan tersebut. Syarat-syarat adalah seperti berikut:

(a) Pengguna, pelanggan dan Pemberi Kandungan mestilah mematuhi keperluan dalam Undang-Undang Malaysia temasuklah, tetapi tidak terhad kepada, Kod ini dan mestilah tidak menyediakan kandungan yang dilarang atau sebarang kandungan yang bertentangan dengan undang-undang Malaysia; dan

(b) Pengumpul Kandungan mempunyai hak untuk menyingkirkan Kandungan yang menyalahi perenggan (a) di atas dengan syarat sebarang penyingkiran Kandungan yang dilarang tersebut selaras dengan tatacara aduan yang terkandung dalam Kod ini.

8.2 Sebaik sahaja Pengumpul Kandungan dimaklumkan oleh Biro Aduan bahawa pelanggan, pengguna atau pemberi kandungan menyediakan Kandungan yang dilarang dan Pengumpul Kandungan berjaya mengenal pasti pelanggan, pengguna atau Pemberi Kandungan tersebut, Pengumpul Kandungan haruslah mengambil langkah-langkah berikut:

(a) Dalam tempoh masa dua (2) hari bekerja dari tarikh makluman tersebut, Pengumpul Kandungan hendaklah memaklumkan pengguna, pelanggan atau pemberi kandungan untuk menyingkirkan Kandungan yang dilarang tersebut.

(b) Menetapkan jangka masa membolehkan pengguna, pelanggan atau pemberi Kandungan menyingkirkan Kandungan yang dilarang, iaitu di antara tempoh 1 hingga 24 jam dari masa notis makluman dikeluarkan.

(c) Jika pengguna, pelanggan atau pemberi Kandungan tidak mengeluarkan Kandungan yang dilarang tersebut dalam jangka masa yang ditetapkan, Pengumpul Kandungan berhak untuk untuk menyingkirkan Kandungan tersebut.

8.3 Tapak web Pengumpul Kandungan akan menyediakan pautan ke tapak web Forum Kandungan bagi membolehkan pelanggan mendapat maklumat yang dinyatakan di atas.

8.4 Dimana Pengumpul Kandungan mempunyai hak-hak penyuntingan terhadap intipati Kandungan, Bahagian 2 Kod (Garis Panduan Kandungan) mestilah dipatuhi.

9.0 Penyedia Pautan

9.1 Seseorang yang menyediakan pautan kepada tapak yang lain yang mengandungi Kandungan yang dilarang harus menyingkirkan pautan tersebut dalam masa 24 jam setelah diberitahu oleh Biro Aduan tentang kewujudan Kandungan yang dilarang tersebut.

10.0 Pemberi Hos Kandungan Internet (PHKI)

10.1 Pemberi Hos Kandungan Internet ialah orang yang hanya berupaya menyediakan laluan kepada Kandungan yang bukan dicipta atau dikumpul sendiri, tetapi mempunyai perkhidmatan kemudahan hos di tapak kemudahahnnya sendiri. PHKI mestilah menyertakan syarat dan peraturan dalam kontrak dan notis undang-undang mengenai syarat-syarat penggunaan kepada pengguna dan pelanggan perkhidmatan tersebut. Syarat-syaratnya adalah seperti berikut:

(a) Pengguna dan pelanggan mestilah mematuhi keperluan di dalam undang-undang Malaysia termasuklah (tetapi tidak terhad kepada) Kod ini dan tidak menyediakan kandungan yang dilarang atau apa jua kandungan yang bertentangan dengan undang-undang Malaysia;

(b) PHKI mempunyai hak untuk menarik balik perkhidmatan hos dalam keadaan di mana pengguna atau pelanggan melanggar syarat (a) di atas; dan

(c) PHKI mempunyai hak untuk menyingkirkan sebarang kandungan yang dilarang dengan syarat penyingkiran tersebut selaras dengan tatacara aduan yang terkandung dalam Kod.

10.2 Sebaik sahaja PHKI diberitahu oleh Biro Aduan bahawa pengguna atau pelanggannya menyediakan kandungan yang dilarang dan PHKI telah berjaya mengenal pasti pelanggan atau pengguna tersebut, PHKI haruslah mengambil tindakan ber ikut:

(d) Dalam tempoh dua (2) hari bekerja dari tarikh pemberitahuan, maklumkan kepada pengguna atau pelanggan supaya mengeluarkan kandungan yang dilarang tersebut.

(e) Menetapkan jangka masa membolehkan pelanggan menyingkirkan kandungan yang dilarang iaitu diantara 1 hingga 24 jam dari masa notis pemberitahuan.

(f) Jika pelanggan tidak menyingkirkan kandungan yang dilarang dalam jangkamasa yang ditetapkan, PHKI mempunyai hak untuk untuk membuang kandungan tersebut.

10.3 Tapak web PHKI hendaklah menyediakan hiper pautan kepada tapa web Forun Kandungan bagi membolehkan pengguna dan pelanggan mendapatkan maklumat seperti yang dinyatakan di dalam Bahagian 7.1 - 10.2.

Contoh Penggunaan Langkah-Langkah Khusus

X, yang berada di KL, menawarkan sebuah majalah gaya hidup Dalam Talian yang boleh diperolehi oleh sesiapa sahaja di seluruh dunia. Hos bagi portal X ialah di pelayar Y. Lokasi pelayar Y ialah di Pulau Pinang.

X menyediakan kandungannya sendiri dan juga Kandungan pihak ketiga. Dalam perjanjiannya dengan Pemberi Kandungan pihak ketiga, beliau tidak mempunyai sebarang hak untuk menyunting Kandungan. Sebahagian besar Kandung pihak ketiga tersebut ditempatkan secara automatik ke tapak X tanpa beliau berpeluang melihat Kandungan itu terlebih dahulu.

X ialah pelanggan kepada perkhidmatan laluan internet Z dalam keadaan ini :

- *X adalah Pemberi kandungan dan Pengumpul Kandungan*
- *Y ialah Penyedia Hos Kandungan Internet (PHKI)*
- *Z ialah Perkhidmatan Pemberi Capaian Internet (PPCI)*

Biro Aduan menerima aduan bahawa salah satu laman web dalam majalah dalam talian X mengandungi kandungan yang lucah sebagaimana yang ditafsirkan dalam Garis Panduan umum yang terkandung dalam Bahagian 2 Kod ini .

Senario 1:
Jika X menerima notis dari Biro Aduan, ia mesti :

a) Memandangkan X telah menyediakan Kandungan itu, ia harus menyingkirkan Kandungan yang dilarang tersebut .

b) Jika Kandungan itu disediakan oleh pihak ketiga iaitu W, X mesti memaklumkan kepada W untuk menyingkirkan Kandungan itu dalam tempoh masa I hingga 24 jam. Jangkamasa yang di tetapkan terpulang kepada budi bicara X. Jika W gagal menyingkirkan Kandungan yang dilarang tersebut , X akan membuangkannya.

Senario 2:
Jika Y menerima notis daripada Biro Aduan, ia mesti memaklumkan kepada X untuk menyingkirkan kandungan dalam masa 1 hingga 24 jam. Jangka waktu yang ditetapkan adalah atas budibicara Y. Dalam keadaan sebegini, Y memberi X 4 jam dan X mestilah menyingkirkan Kandungan itu sendiri atau mengarahkan W untuk melakukannya. Jika Kandungan yang dilarang itu tidak dibuangkan dalam masa yang ditetapkan, ia boleh dilakukan oleh Y.

Senario 3:

J ika Z menerima notis daripada Biro Aduan, ia mesti memaklumkan kepada X untuk mengeluarkan Kandungan dalam tempoh masa 1 hingga 24 jam. Jangka waktu tersebut terpulang kepada budibicara Z. Z memberi X 12 jam untuk mengeluarkan Kandungan tersebut. X boleh mengeluarkan Kandungan yang di larang itu sendiri, atau mengarahkan W untuk melakukannya. Jika Kandungan yang dilarang itu tidak dikeluarkan dalam tempoh masa 12 jam, Z boleh menggantung atau menamatkan capaian Internet X. Jika X bukan pelanggan Z, Z tidak perlu mengambil sebarang tindakan.

11.0 Langkah-Langkah Yang Tidak Diperlukan

11.1 PHKI, PPCI dan Pengumpul Kandungan tidak perlu melakukan mana-mana perkara berikut:

(a) Menyediakan perkadaran bagi Kandungan Dalam Talian;

(b) Menyekat capaian pengguna atau pelanggan dari mana-mana bahan melainkan atas arahan oleh Biro Aduan yang bertindak selaras dengan tatacara aduan yang ditetapkan dalam Kod;

(c) Memantau kegiatan pengguna dan pelanggan; atau

(d) Menyimpan data untuk tujuan penyiasatan kecuali data ini diperlukan oleh pihak-pihak berkuasa selaras dengan undang-undang Malaysia.

12.0 Definisi

12.1 Untuk tujuan tafsiran, jika terdapat sebarang ketidaksejajaran antara definisi di dalam Bahagian ini dan di Bahagian-bahagian lain dalam Kod ini, perkara-perkara yang termaktub dalam Kod ini adalah diguna pakai. Dalam Bahagian ini, kecuali jika diperlukan sebaliknya -

Capaian — ertinya yang biasa, iaitu, capaian untuk memasuki; capaian atau hak penggunaan, pencapaian atau memasuki. Definisi ini tidak sama seperti ertinya di dalam seksyen 6 Akta;

Kandungan — untuk tujuan Bahagian ini, ertinya adalah sama seperti definisi dalam Akta, yang disalurkan melalui pelbagai teknologi, tetapi tidak termasuk:

a) Mel elektronik persendirian atau biasa selain daripada mel elektronik pukal atau "spammed";
b) Kandungan yang disalurkan melalui faksimili, telefoni suara, VOIP dan untuk persendirian; atau
c) Kandungan yang tidak boleh diperolehi oleh umum sama ada secara percuma, dengan bayaran yuran atau pendaftaran, termasuk (tetapi tidak terhad kepada), kandungan yang tersedia melalui Perkhidmatan Aplikasi Kandungan Tertutup atau melalui Perkhidmatan Aplikasi Kandungan Terhad di bawah seksyen 207 dan 209 Akta;

Pengumpul Kandungan — ertinya seseorang yang mengumpul dan/ memperolehi Kandungan;

Penyedia Perkhidmatan Capaian Internet — ertinya pembekal perkhidmatan capaian Internet kepada pengguna termasuk (tetapi tidak terhad kepada) "World Wide Web";

Penyedia Hos Kandungan Internet — ertinya pembekal yang hanya memberi capaian kepada kandungan yang bukan dihasilkan ataupun dikumpul sendiri tetapi dimuatkan di tapak kemudahannya;

Pemberi Pautan ertinya seseorang yang menyediakan pautan kepada tapak-tapak lain;

Dalam Talian ertinya satu persekitaran rangkaian maklumat yang disediakan melalui hubungan kepada perkhidmatan angkaian yang mana Kandungannya boleh dicapai oleh orang awam sama ada dengan bayaran atau sebaliknya;

Pembangun Kandungan Dalam Talian ertinya Pengamal Kod yang menghasilkan kandungan untuk Pengamal Kod atau bagi pihak orang lain untuk dimuatkan ke dalam talian;

Kandungan Yang Dilarang ertinya Kandungan yang dilarang seperti yang jelas dinyatakan di bawah Bahagian 2 Kod dan Bahagian 5.1 Bahagian ini;

Menyediakan Dikaitkan dengan Kandungan ertinya, bagi Pengamal Kod membekalkan kandungan Dalam Talian ianya mempunyai:

a) Pengetahuan yang kukuh tentang intipati Kandungan; dan
b) Kawalan terhadap intipati Kandungan tersebut.

Sehingga mana ia tidak bercanggah dengan definisi tersebut di atas, aktiviti-aktiviti berikut tidak dimasukkan dalam dalam ruang lingkup seperti di atas:

a) Membolehkan capaian termasuk (tetapi tidak terhad kepada) dengan cara menbekalkan sambungan atau pautan kepada Kandungan seperti ini;
b) Pengumpulan Kandungan seperti ini; dan
c) Menyediakan hos bagi Kandungan Dalam Talian;

Pengguna	seseorang yang mendapatkan capaian kepada Kandungan Dalam Talian; dan
Laman web/tapak web/tapak	ertinya laman-laman Kandungan yang boleh diperolehi melalui World Wide Web dengan mendapatkan alamat URL.

BAHAGIAN 6	GARIS PANDUAN KHUSUS PERKHIDMATAN PERUMAH TEKS AUDIO

1.0 Skop dan Liputan

1.1 Perkhidmatan Perumah Audioteks didefinisikan sebagai satu perkhidmatan yang disediakan susulan darpada lesen yang dikeluarkan oleh Suruhanjaya, yang mana perkhidmatan tersebut boleh dicapai dengan menggunakan telefon atau dengan mana-mana alat komunikasi masa hadapan, dan mempunyai capaian melalui nombor-nombor bermula dengan awalan 600 atau apa-apa nombor atau cara yang ditetapkan oleh Suruhanjaya.

Objektif

1.2 Tujuan utama garis panduan khusus ini adalah untuk membolehkan Penyedia Perkhidmatan Perumah Audioteks mengamalkan Kawalan Kendiri bagi kepentingan pengguna secara umumnya dan selaras dengan amalan yang diiktiraf di peringkat antarabangsa dan dasar kebangsaan.

Prinsip-Prinsip

1.3 Berikut adalah prinsip yang akan memberi panduan kepada Penyedia Kandungan Perumah Audioteks yang tertakluk kepada syarat-syarat di bawah Bahagian ini dalam Kod:

(a) Penyedia Kandungan perkhidmatan Perumah Audioteks mesti mengamalkan garis panduan yang telah diperuntukkan di dalam Bahagian 2 Kod ini dalam menentukan sama ada kandungan itu adalah sumbang, lucah, mengancam ataupun kesat melainkan jika didefinisikan sebaliknya di dalam bahagian ini.

(b) Penyedia Perkhidmatan Perumah Audioteks tidak dibenarkan dengan sengaja menyediakan Kandungan yang dilarang.

(c) Sebarang kandungan yang disediakan mestilah tidak mengelirukan, berkemungkinan untuk mengelirukan atau tidak mutakhir.

(d) Garis panduan mestilah dipatuhi berasaskan prinsip kawalan diri yang menggalakkan perkembangan kandungan dan pertumbuhan industri yang positif.

(e) Dalam mengambil maklum akan kepentingan pertumbuhan yang positif dan kebolehlaksanaan komersil industri ini, Penyedia Perkhidmatan Perumah Audioteks haruslah pada setiap masa mematuhi kesemua undang-undang berkaitan dan mengambil kira pandangan dan kepentingan masyarakat umum.

(f) Dimana Perkhidmatan Perumah Audioteks ditawarkan secara langsung, sekurang-kurangnya seorang pekerja terlatih harus ditugaskan dan berada pada tiap masa untuk mengendali, memudahkan dan memantau Perkhidmatan tersebut, untuk memastikan semua aktiviti dalam Perkhidmatan itu sentiasa mengikut peraturan. Perkhidmatan tersebut harus menyediakan kemudahan kepada seseorang pekerja terlatih untuk membolehkan beliau membatalkan serta-merta panggilan dari pemanggil yang menyalahgunakan dan mencemari perkhidmatan tersebut.

2.0 Garis panduan Khusus

Garis Panduan Perkadaran

2.1 Semua Perkhidmatan Perumah Audioteks mestilah diklasifikasikan berdasarkan kepada klasifikasi pengkadaran berikut dan dipamerkan secara jelas dalam semua bahan pengiklanan.

(a) "U" - Perkhidmatan Maklumat atau Hiburan yang sesuai untuk semua peringkat umur. Walau bagaimanapun pemanggil berumur di bawah 18 tahun perlu mendapat kebenaran dari orang yang akan membuat bayaran bagi penggunaan Perkhidmatan Perumah Audioteks.

(a) "18 + " - Perkhidmatan untuk masyarakat umum yang berumur 18 tahun ke atas.

Maklumat Pakar

2.2 "Pakar Maklumat" didefinisikan sebagai maklumat atau nasihat yang diberikan oleh para professional, perbadanan, kerajaan, agensi kerajaan atau mana-mana orang lain yang mempunyai kelayakan yang sesuai atau seorang pakar atau spesialis berkaitan dengan perkara yang menjadi rujukan.

2.3 Kandungan Perkhidmatan Perumah Audioteks yang mengandungi nasihat atau pendapat professional (seperti perubatan/ pergigian/ undang-undang/ perkhidmatan kewangan) mesti memastikan bahawa :

(a) Orang yang memberi nasihat mempunyai kelayakan sesuai dalam bidang kepakarannya;

(b) Nasihat tersebut mestilah di dahului dengan penafian bahawa sebelum nasihat dipakai, mestilah terlebih dahulu merujuk kepada seorang pengamal bertauliah dan disampaikan dengan cara yang jelas menunjukka betapa seriusnya perkara yang dibincangkan.

(c) Sebarang nasihat yang melibatkan data saintifik, statistik atau lain-lain penyelidikan mestilah menyatakan dengan jelas sumber data tersebut.

2.4 Sesuatu iklan yang berkaitan dengan perkhidmatan Perumah Audioteks yang mengandungi Maklumat Pakar atau perakuan mestilah dengan secara jelas menyatakan:

(a) Identiti, status semasa dan kelayakan professional yang relevan dan juga pengalaman pihak yang terlibat; atau

(b) Identiti persatuan professional, badan berkanun atau jabatan kerajaan yang terlibat.

Kandungan Dicipta untuk Kanak-Kanak dan Remaja atau Golongan di bawah Penjaga.

2.5 Perkhidmatan Perumah Audioteks yang direka khas, samada keseluruhan atau sebahagian besarnya, yang ditujukan kepada kanak-kanak, golongan remaja atau mereka bawah penjagaan mestilah tidak

(a) memasukkan penerangan kepada perlakuan seksual, bahasa atau bahan-bahan, yang melanggar kesopanan terhadap mereka yang biasanya mudah terdedah kepada bahan tersebut;

(b) melibatkan sebarang maklumat atau kebisingan atau kesan bunyi yang boleh mencemaskan kanak-kanak, remaja atau orang yang dibawah jagaan, mengambil kira perlindungan istimewa untuk golongan di bawah jagaan ini; dan

(c) memaksa atau secara tidak wajar menyebabkan golongan di atas, yang disebut di dalam perenggan ini, mendail nombor telefon tambahan.

2.6 Iklan perkhidmatan yang ditujukan kepada remaja/kanak-kanak mestilah mempunyai mesej amaran yang berikut: "panggilan ini berharga RM XX.XX setiap minit/setiap panggilan. Pemanggil di bawah umur 18 tahun mesti mendapat kebenaran dari ibu bapa atau penjaga sebelum membuat panggilan."

3.0 Hakcipta

3.1 Perkhidmatan Perumah Audioteks mestilah menghormati pemilikan hakcipta sesuatu pengumuman yang terakam atau Kandungan interaktif dan mestilah tidak menggunakan sebahagian atau kesemua Kandungan dari perantara lain tanpa kebenaran dari pemilik hakcipta.

BAHAGIAN 7	GARIS PANDUAN KHUSUS KANDUNGAN TERHAD

1.0 Skop dan Liputan

Kandungan Terhad merujuk kepada rancangan, iklan, dan bahan-bahan berkaitan yang disiarkan melalui televisyen, sebarang perantara berangkaian atau lain-lain kaedah penyaluran, dipamerkan atau dikomunikasikan kepada kumpulan penonton atau individu yang tertentu atau khusus. Penyedia Kandungan Bahagian ini termasuklah:

(a) Penyiaran radio dan TV tertutup;
(b) Papan tanda elektronik (dalam/luar); dan
(c) Sebarang medium berangkaian.

1.2 Kandungan Terhad meliputi, tetapi tidak terhad kepada, TV dalam bas, TV dalam keretapi, TV dan radio di hotel, TV di lapangan terbang, TV di Kompleks dan penyiaran radio dan TV bayar dan tonton.

1.3 Penyedia kesemua Komunikasi Kandungan Terhad mestilah mematuhi peruntukan yang digariskan dalam Kod ini, terutamanya perkara-perkara tertentu dalam Bahagian 2, 3 dan 4 yang merujuk kepada Garis Panduan, Iklan dan Penyiaran.

BAHAGIAN 8	PELAKSANAAN KOD

1.0 Pengenalan

1.1 Kata kunci dalam Kod Kandungan ini ialah Kawalan Kendiri. Berdasarkan hakikat bahawa ini merupakan Kod industri yang bersifat sukarela, semua pihak yang menaja kod ini telah dengan jelas menyatakan komitmen dan tanggungjawab untuk menegakkan objektif dan prinsipnya. Urus tadbir yang baik melalui disiplin kendiri dan pemantauan diri ialah cara yang terbaik dalam perlaksanaan dan akhirnya ia akan memenuhi kepentingan semua pihak terlibat.

1.2 Penyedia Kandungan dan Pengamal Kod bertanggungjawab untuk memastikan bahawa kandungan dan promosi perkhidmatan mereka, samada yang diterbitkan oleh mereka sendiri atau orang lain bagi pihak mereka, mematuhi peruntukan di dalam Kod Kandungan.

2.0 Forum Komunikasi dan Multimedia Malaysia

2.1 Forum ini telah dibentuk pada 29 April 2001, mengandungi perwakilan yang seimbang dari kalangan sektor-sektor berkenaan dalam industri bagi memastikan Kod yang disediakan dapat mencerminkan pandangan masyarakat keseluruhan.

2.2 Sebarang penambahan, pemindaan atau penyemakan terhadap Kod ini mestilah dibincangkan bersama kumpulan kerja yang mewakili industri dan dirujuk kepada majlis Forum. Penerimaannya tertakluk kepada pandangan ahli-ahlinya serta pertimbangan sewajarnya pendapat masyarakat umum.

2.3 Forum ini, berdasarkan perlembagaannya yang berdaftar, adalah bertanggungjawab melaksanakan Kod ini dan juga sebarang sekatan yang dikenakan jika berlaku sebarang perlanggaran Kod.

2.4 Forum Kandungan melalui Biro Aduannya mestilah menerima, mempertimbangkan, menjadi perantara, dan jika perlu, mengadili dan membuat keputusan berkenaan perkara tersebut, seperti aduan dan rungutan, berkaitan dengan pertuduhan perlanggaran.

2.5 Sebarang aduan berkaitan dengan perkara yang diliputi dalam Kod ini yang diterima oleh Pengamal Kod mesti diselesaikan oleh pihak-pihak yang terlibat. Namun, jika aduan tersebut tidak dapat diselesaikan, ia boleh dirujuk kepada Biro Aduan.

3.0 Biro Aduan

3.1 Biro Aduan hendaklah:

(a) Mempertimbangkan dan menangani aduan berkaitan dengan kandungan seperti yang disediakan dalam Kod;

(b) Menyiasat sebarang kandungan yang disifatkan sebagai melanggar peruntukan Kod dengan tidak semestinya ada sebarang aduan;

(c) Membuat keputusan terhadap sebarang pertelingkahan yang timbul di antara ahli-ahli Forum atau di antara ahli dan mereka yang bukan ahli Forum; dan

(d) Mentafsirkan peruntukan di dalam Kod apabila timbul sebarang keperluan atau apabila terdapat permintaan.

3.2 Asas tindakan Biro adalah berdasarkan apa yang termaktub di dalam Kod dan juga peruntukan di dalam Akta Komunikasi dan Multimedia 1998.

3.3 Biro akan menangani semua aduan yang bersifat umum atau khusus berkaitan den Kod ini dengan syarat aduan tersebut dibuat dalam masa dua (2) bulan selepas perkara berlaku, dan jika ia dianggap sahih, dengan asas yang munasabah dan bukan sesuatu yang remeh temeh.

3.4 Biro Aduan tidak dibenarkan untuk mempertimbangkan aduan yang berkaitan dengan perkara yang menjadi fasal kepada prosiding undang-undang, atau jika Biro memutuskan ianya adalah sesuatu yang tidak perlu. Biro Aduan boleh menjalankan siasatan ke atas aduan:

(a) Sebagai respon kepada permohonan bertulis daripada seseorang atau beberapa orang; atau

(b) Daya usahanya sendiri.

3.5 Sebaik sahaja aduan diterima dan sebelum membuat keputusan, Biro Aduan hendaklah menyediakan bantuan dan bimbingan kepada pihak yang terlibat dengan tujuan untuk mencapai penyelesaian yang baik melalui rundingan bersama.

3.6 Jika sesuatu usaha perundingan gagal, Biro akan meneruskan langkah untuk menangani aduan tersebut. Biro Aduan akan mengadakan satu siasatan apabila ada keperluan dan boleh mendengar dua atau lebih aduan dalam satu siasatan.

4.0 Tatacara Membuat Aduan bagi Masyarakat Umum

4.1 Sebarang aduan yang diterima dari orang awam mesti dibuat secara bertulis dengan menjelaskan jika boleh, perenggan bahagian di dalam Kod Kandungan yang telah dilanggar, bersama-sama dokumen sokongan dan juga butir-butir terperinci berkaitan dengan kesalahan.

4.2 Aduan akan dirujuk kepada Pengerusi untuk pertimbangannya. Jika Pengerusi berpendapat bahawa aduan tersebut adalah remeh atau secara *prima facie* kekurangan merit ataupun diluar skop Kod ini, pengerusi akan memaklumkan kepada pengadu bahawa tidak ada tindakan selanjutnya yang akan diambil, berserta dengan alasan-alasannya.

4.3 Jika Pengerusi berpendapat bahawa sesuatu aduan itu memerlukan siasatan selanjutnya untuk menentukan kesahihannya, aduan itu akan dikemukakan serta merta kepada pihak tertuduh untuk mendapatkan respons dalam tempoh dua hari bekerja.

4.4 Selepas tempoh dua hari bekerja, Pengerusi akan mengkaji aduan beserta dengan respons, jika ada. Jika Pengerusi menganggap aduan itu tidak mempunyai asas yang kukuh, Pengerusi akan mengedarkan pandangan beserta aduan dan respons kepada ahli Biro, jika ada, dalam tempoh masa 4 hari selepas menerima aduan tersebut.

4.5 Dalam tempoh masa tiga hari bekerja, jika majoriti dari ahli bersetuju dengan pandangan Pengerusi, Biro akan menghubungi pengadu secara bertulis menyatakan bahawa aduan yang dibuat tidak mempunyai asas yang kukuh.

4.6 Jika Pengerusi berpendapat bahawa sesuatu aduan itu mempunyai merit, salinan aduan tersebut serta respons dari pihak tertuduh, akan diedarkan kepada ahli untuk mendapat pandangan mereka dalam tempoh dua hari bekerja dan:

(a) Jika pandangan ahli adalah sebulat suara, Biro akan memaklumkan kepada pihak terlibat tentang keputusan tersebut.

(b) Jika terdapat perbezaan pandangan, Biro akan mengadakan mesyuarat dalam tempoh tiga hari bekerja untuk membincangkan perkara tersebut.

5.0 Tatacara Aduan Industri

5.1 Sebarang aduan yang dibuat oleh ahli atau seseorang dari industri, haruslah terlebih dahulu dikemukakan secara bertulis kepada pihak yang dianggap telah melanggar peraturan, dengan menyatakan Bahagian di dalam Kod yang telah dilanggar dengan satu salinan dimajukan kepada Biro Aduan.

5.2 Jika dalam tempoh dua hari bekerja, aduan itu tidak diselesaikan, maka salah satu daripada pihak terlibat mestilah memaklumkan kepada Biro Aduan yang kemudiannya akan mengedarkan salinan aduan tersebut kepada ahli-ahlinya untuk mendapatkan pandangan mereka dalam tempoh masa dua hari bekerja dan:

(a) Jika pandangan yang diberikan adalah sebulat suara, pengerusi akan mengarahkan Setiausaha-Setiausaha mengenai tindakan yang akan diambil.

(b) Jika terdapat perbezaan pendapat, Biro akan adakan satu mesyuarat dalam tempoh tiga hari bekerja untuk membincangkan perkara tersebut.

6.0 Prosiding Penyiasatan

6.1 Dalam memutuskan apa jua kes, Biro boleh meminta pihak-pihak berkenaan untuk menyediakan bukti bagi menyokong atau menentang sesuatu aduan dan bagi tujuan ini boleh memohon untuk mendapatkan:

(a) Satu penghujahan bertulis beserta dokumen, rakaman atau transkrip Kandungan berkaitan dari pengadu dan juga responden;

(b) Kehadiran pengadu dan juga responden bersama saksi-saksi mereka semasa penyiasatan;

(c) Kehadiran mana-mana pihak untuk memberi penjelasan berkenaan dengan dokumen yang telah diserahkan sebagai bukti; dan

(d) Kehadiran mana-mana pihak luar yang berkecuali untuk memberi maklumat dan bukti lanjut.

6.2 Biro akan menentukan pada bila masa dan dalam tempoh berapa lama pengadu, responden, saksi-saksi mereka dan mana-mana pihak yang terlibat dikehendaki hadir semasa siasatan.

6.3 Peruntukan berhubung dengan dalam tempoh masa mana-mana pihak dikehendaki bertindak atau memberi respons mestilah dipatuhi sepenuhnya. Namun, had masa yang ditetapkan boleh dilanjutkan atas budibicara Biro, jika didapati perlaksanaannya boleh menyebabkan berlakunya ketidakadilan.

7.0 Keputusan Biro

7.1 Keputusan yang dibuat oleh Biro Aduan ke atas sebarang perkara dan pada bila masa, haruslah dibuat berdasarkan undi majoriti ahli-ahlinya secara bertulis.

7.2 Pihak yang berkaitan akan dimaklumkan secara bertulis berkenaan dengan keputusan dan juga tindakan susulan yang dicadangkan atau yang mesti diambil.

7.3 Jika selepas daripada keputusan dibuat, terdapat mana-mana pihak memperolehi bukti yang tidak dapat dikemukakan diperingkat awal, boleh memohon kepada Biro untuk dipertimbangkan semula keputusan yang terdahulu. Permohonan tersebut mestilah disertakan dengan bayaran yuran yang akan ditentukan oleh Biro dan apa jua keputusan berkaitan dengan perkara tersebut adalan dikira muktamad.

8.0 Sekatan

8.1 Selepas Biro memutuskan sesuatu aduan dan mendapati bahawa terdapat perlanggaran terhadap Kod, Biro boleh mengenakan hukuman denda dan juga lain-lain penalti yang dibenarkan oleh Kod ini. Biro boleh, jika terdapatnya perlanggaran Kod ini:

(a) Mengeluarkan satu teguran bertulis;
(b) Mengenakan denda tidak lebih RM50,000.00; dan/atau
(c) Memerintahkan penyingkiran Kandungan atau memberhentikan tindakan salah tersebut.

8.2 Biro juga boleh merujuk pihak yang melakukan kesalahan kepada Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia untuk tindakan selanjutnya.

9.0 Penerbitan Keputusan

9.1 Biro Aduan akan melaporkan kepada Majlis Forum mengenai hasil usaha perundingan atau keputusan yang telah dibuat, sama ada pihak yang telah dibuat aduan telah mematuhi atau bersetuju untuk mematuhi keputusan.

9.2 Biro akan menerbitkan hasil siasatannya dalam masa 30 hari selepas siasatan berakhir dan laporan tersebut tidak akan mengandungi:

(a) Sebarang bahan yang dianggap sulit; atau
(b) Sebarang pendedahan atau maklumat peribadi mengenai mana-mana individu yang dianggap tidak relevan kepada aduan tersebut.

10.0 Komposisi Keahlian Biro Aduan

10.1 Biro Aduan terdiri daripada seorang Pengerusi yang dilantik dan 6 orang ahli Forum, yang mana setiap seorang mewakili Pengiklan, Penyedia Perkhidmatan Audioteks, Penyiar, Kumpulan Sivik, Pembuat/Pengedar kandungan dan juga Pemberi Perkhidmatan Capaian Internet.

10.2 Pengerusi yang dilantik mestilah seorang hakim yang telah bersara atau pegawai kehakiman atau sesiapa sahaja yang dianggap layak oleh Majlis. Ahli-ahli Biro Aduan adalah dilantik untuk tempoh dua tahun semasa Mesyuarat Agung Tahunan Forum Kandungan. Seseorang ahli boleh dilantik semula tetapi tidak boleh memegang jawatan melebihi dua penggal berturut-turut.

10.3 Ahli Biro Aduan berhak melantik seorang ahli forum yang lain dari kategori yang sama yang diwakilinya, sebagai ahli ganti dan mestilah memaklumkan kepada Setiausaha Forum secara bertulis.

10.4 Siasatan formal yang diadakan oleh Biro dianggotai oleh Pengerusi bersama dengan sekurang-kurangnya tiga orang ahli lain. Dalam keadaan di mana Pengerusi tidak dapat menghadiri penyiasatan yang telah dijadualkan, mesyuarat mesti diteruskan oleh tiga orang ahli Biro, dengan salah seorang darinya dipilih sebagai Pengerusi.

10.5 Bagi memastikan perbicaraan berlaku dengan adil, seorang ahli Biro mesti memaklumkan kepada Pengerusi, secepat mungkin, sebarang kepentingan, secara langsung atau tidak, berkenaan apa jua perkara berkaitan dengan aduan. Jika pengerusi merasakan perlu, kesemua pihak yang terlibat dalam siasatan mesti dimaklumkan mengenai pendedahan tersebut untuk memastikan sama ada ahli tersebut boleh meneruskan tugasnya sebagai ahli kepada Biro Aduan berkaitan dengan perkara tersebut. Jika tidak ada pihak yang membantah, ahli tersebut boleh meneruskan tugasnya. Jika terdapat sebarang bantahan, ahli tersebut tidak boleh meneruskan tugasnya dalam kapasitinya selaku ahli Biro Aduan berkaitan dengan perkara tersebut.

10.6 Jika berlaku kekosongan dalam Biro Aduan sebelum Mesyuarat Agung Tahunan Forum yang berikutnya, jawatan tersebut boleh diisi oleh seorang ahli Majlis sehinggalah Mesyuarat Agung yang berikutnya. Perlaksanaan kuasa, atau perjalanan fungsi Biro Aduan tidak seharusnya terjejas hanya atas alasan terdapatnya kekosongan dalam keahliannya.

10.7 Pengerusi atau mana-mana ahli Biro Aduan boleh, pada bila-bila masa, meletakkan jawatan dengan mengemukakan satu notis bertulis kepada Lembaga Pengarah/Majlis.

10.8 Majlis boleh, berdasarkan budibicaranya, menggantung keahlian mana-mana ahli Biro Aduan atas sebab salah laku atau ketidakmampuan atau apa-apa alasan yang menjadikannya tidak layak untuk terus menjadi ahli Biro Aduan.

11.0 Pembangunan, Pindaan dan Kaji Semula Kod Kandungan

11.1 Sebarang cadangan untuk pembangunan, penambahan, pemindaan atau pengkajian semula Kod Kandungan sama ada harus atau perlu dibuat, mestilah dirujuk kepada Kumpulan Kerja yang terdiri dari enam (6) kategori, iaitu pengiklan, Penyiar, Penyedia Perkhidmatan Audioteks, Pembuat/Pengedar Kandungan, Pemberi Perkhidmatan Capaian Internet dan Kumpulan Sivik.

11.2 Sebarang cadangan untuk pembangunan, penambahan, pemindaan atau pengkajian semula Kod Kandungan haruslah dipertimbangkan dan dirangka oleh ahli-ahli Kumpulan Kerja dan, jika dipersetujui oleh ahli-ahli Kumpulan Kerja melalui majoriti mudah (seterusnya akan dikenali sebagai Cadangan) akan dikemukakan kepada ahli-ahli Persatuan untuk mendapatkan pandangan mereka.

11.3 Kumpulan Kerja haruslah mengambil kira dan membincangkan pandangan yang diterima dari ahli-ahli dan memutuskan setakat mana Cadangan harus dikaji semula. Jika dua pertiga dari ahli mempersetujui dengan Cadangan, sama ada dengan bentuk asal mahupun yang telah dikaji, Cadangan akan diserahkan kepada Majlis.

11.4 Selagi Majlis mendapat persetujuan dengan majoriti mudah dari ahli-ahlinya Majlis mestilah memastikan Cadangan tersebut diterbitkan untuk mendapatkan Komen Awam (rundingan awam) untuk tempoh masa yang munasabah.

11.5 Kumpulan Kerja haruslah seterusnya mengambil kira pandangan dalam bentuk Komen Awam yang telah diterima dan setelah dipersetujui sama ada dalam bentuk asal mahupun pindaan melalui majoriti mudah memajukan Cadangan tersebut kepada pihak Majlis.

11.6 Sebaik sahaja Cadangan berkaitan dengan Kod Kandungan yang telah diluluskan diterima, pihak Majlis haruslah memajukan Cadangan tersebut kepada Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia untuk didaftar.

11.7 Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia mestilah dimaklumkan tentang sebarang pindaan atau perubahan kepada Kod Kandungan atas sebab ia dianggap sebagai Kod baru dan perlu didaftar sebelum penguatkuasaan.

BAHAGIAN 9	PENDIDIKAN ORANG AWAM

1.0 Kesedaran Umum

1.1 Forum akan mengambil pendekatan yang proaktif dalam usaha memberi Kesedaran kepada masyarakat umum dan semua pengguna tentang kelebihan-kelebihan Kod Kandungan dan faedah menegakkan objektif-objektifnya.

1.2 Potensi kegunaan pilihan Kandungan begitu meluas yang dicipta oleh revolusi teknologi percantuman multimedia adalah sesuatu tidak terbatas. Walau bagaimanapun dimana ada kegunaan, maka terdapat juga kemungkinan penyalahgunaan.

1.3 Paling penting ialah eksploitasi, terutamanya ke atas kanak-kanak. Oleh yang demikian adalah menjadi tanggungjawab semua penyedia Kandungan dan perkhidmatan untuk berkerjasama dengan kumpulan pengguna dan individu-individu seperti ibu bapa dan guru-guru untuk mendidik masyarakat tentang cara terbaik untuk menangani ledakan ini supaya dapat meluhurkan aspek-aspek positif dan menolak yang negatif.

1.4 Dalam hai ini, pengawalan diri, kewaspadaan diri dan juga penapisan kendiri adalah perlu untuk tujuan penyegahan dan pengimbangan.

2.0 Kesedaran Pihak Industri

2.1 Dalam arena professional industri semua penyedia Kandungan dan perkhidmatan harus mewajibkan ke atas diri mereka supaya memastikan peruntukan dalam Kod ini dibawa kepada, pengetahuan pekerja mereka yang diamanahkan terhadap pembikinan dan penghasilan Kandungan, keputusan perolehan kandungan dan juga mesej komersil serta penerbitan berita.

2.2 Daya usaha untuk memastikan pematuhan terhadap tahap kecemerlangan dan langkah berterusan untuk menggalakkan penggunaan dan penyebaran kandungan yang bertanggungjawab akan membawa kepada pertumbuhan industri yang sihat dan dapat memaksimakan keuntungan yang boleh diperolehi melalui perkembangan teknologi bagi masyarakat keseluruhannya.

BAHAGIAN 10	PERLINDUNGAN PENGGUNA

1.0 Pengenalan

1.1 Dalam menerima, mencipta dan menyebarkan Kandungan, keperluan terhadap perlindungan pengguna adalah sesuatu yang amat mustahak dan merupakan satu pertimbangan yang amat wajar. Bagi tujuan Kod ini, "pengguna" bermaksud dan difahami sebagai merujuk kepada seseorang yang:

(a) Memperolehi atau menggunakan, barangan atau perkhidmatan yang biasanya diperolehi untuk tujuan penggunaan atau pemakaian peribadi, domestik atau urusan rumah tangga; dan

(b) Tidak memperolehi atau menggunakan barangan atau perkhidmatan, atau dianggap sebagai memperolehi atau menggunakan barang atau perkhidmatan dengan tujuan untuk -

(i) Membekalkan semula barangan dan perkhidamtan untuk diperdagangkan;

(ii) Memakai barangan atau perkhidmatan tersebut dalam proses pembuatan; atau

(iii) Dalam hal barangan, meperbaiki atau merawat, dalam perdagangan, barangan lain atau apa yang terdapat pada tanah.

2.0 Prinsip-Prinsip

2.1 Pengguna mempunyai hak-hak tertentu selaku pengguna perkhidmatan yang disediakan oleh penyedia perkhidmatan dan hak tersebut mestilah didukung dan dipatuhi.

2.2 Dalam mencipta dan menyediakan kandungan dalam konteks Kod Kandungan ini, hendaklah sentiasa menjadi asas, kepercayaan dan falsafah dan juga rasional bahawa:

(a) Pengguna mestilah dibekalkan dengan maklumat yang lengkap, terkini dan tepat berkaitan dengan penyediaan dan penggunaan apa jua perkhidmatan komunikasi dan multimedia;

(b) Pengguna berhak menerima satu tahap kebolehterimaan piawai dan kualiti perkhidmatan yang disediakan;

(c) Dalam memenuhi keperluan pengguna, ianya mestilah diseimbangkan dengan keperluan dan amalan perniagaan penyedia perkhidmatan; dan

(d) Pengguna dan penyedia perkhidmatan mestilah sentiasa berurusan secara waras antara satu sama lain.

3.0 Garis Panduan Umum

3.1 Keperluan kaedah untuk melindungi pengguna jelas digambarkan dalam Kod Kandungan ini. Pengamal Kod hendaklah sentiasa mematuhi garis panduan dan tatacara yang relevan dengan perkhidmatan yang mereka sediakan, dengan mengambil kira matlamat dasar kebangsaan untuk menggalakkan tahap keyakinan pengguna yang tinggi dalam penyampaian perkhidmatan dari pihak industri.

3.2 Perlindungan Kanak-Kanak:

Menegaskan kembali kepentingan melindungi kanak-kanak;

(a) Kesemua kandungan mestilah memberikan perhatian sewajarnya terhadap kebajikan kanak-kanak pada setiap masa; dan

(b) Segala usaha mesti dibuat untuk memastikan apa jua kandungan yang disediakan mestilah tidak akan menyebabkan, menggalakkan atau mempromosikan kecederaan fizikal atau penderaan kanak-kanak atau mendedahkan kanak-kanak kepada bahaya moral.

3.3 Kualiti dan Piawai:

Pengguna mempunyai harapan mereka sendiri terhadap kandungan dan perkhidmatan yang berkaitan:

Contoh

(i) Pengguna seharusnya boleh menonton rancangan dan melihat bahan-bahan tanpa disogokkan dengan iklan-iklan komersil yang panjang yang mengganggu keseronokan tontonan mereka.

(ii) Keseronokan menonton dan mendengar tidak seharusnya dicacatkan dengan penyebaran bahan-bahan yang jelik dan dilarang seperti yang digariskan dalam Garis Panduan Umum di bawah Bahagian 2.

(iii) Kandungan dan bahan-bahan yang disiarkan mestilah tidak mengembar-gemburkan peristiwa dan kejadian yang berkaitan dengan kengerian, seks dan keganasan melainkan ianya dalam konteks yang benar-benar berlaku.

3.4 Kepelbagaian Budaya

Kandungan haruslah menghormati, melindungi dan mempromosikan kepelbagaian budaya. Kepentingan golongan minoriti dan kumpulan yang terpinggir seperti golongan kurang upaya ataupun penduduk asal mestilah dilindungi.

3.5 Kandungan pelbagai budaya (dari segi aneka ragam, campuran, pengaturan masa dan lain-lain) mestilah dipromosikan secara aktif bagi mengelakkan komersialisasi maklumat yang keterlaluan.

3.6 Langkah-Langkah Pembetulan

Pengiklanan Pembetulan dan Pengiklanan Penentangan mestilah disediakan bersama dengan kaedah dan peraturan bagi memastikan pematuhan yang tepat dan berkesan.

LAMPIRAN 1

Petikan dari Akta Komunikasi dan Multimedia 1998

<u>Bahagian 1 - PERMULAAN</u>

S.3 Objek-Objek

1. Objek Akta ini ialah -
   a) menggalakkan matlamat dasar kebangsaan bagi industri komunikasi dan multimedia;
   b) mewujudkan rangka kerja pelesenan dan pengawalseliaan bagi menyokong matlamat dasar kebangsaan bagi industri komunikasi dan multimedia;
   c) mewujudkan kuasa dan fungsi Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia; dan
   d) mewujudkan kuasa dan tatacara bagi perlaksanaan Akta ini.

2. Matlamat dasar kebangsaan bagi industri Komunikasi dan Multimedia ialah -
   a) menjadikan Malaysia sebagai pusat dan tumpuan utama bagi perkhidmatan maklumat dan kandungan;
   b) menggalakkan pewujudan masyarakat madani yang dalamnya perkhidmatan berdasarkan maklumat akan menyediakan asas bagi peningkatan mutu kerja dan hidup;
   c) mencambahkan dan memupuk sumber maklumat tempatan dan perlambangan budaya tempatan yang membantu mengetengahkan identiti kebangsaan dan kepelbagaian dunia;
   d) mengawal selia bagi faedah jangka panjang pengguna akhir;
   e) menggalakkan tahap keyakinan pengguna yang tinggi dalam penyampaian perkhidmatan daripada industri itu;
   f) memastikan penyediaan perkhidmatan sama rata yang mampu dibayar melalui infrastruktur kebangsaan yang sentiasa ada;

g) mewujudkan suasana aplikasi yang giat bagi pengguna akhir;

h) memudahkan pengagihan secara berkesan sumber seperti tenaga buruh mahir, modal, pengetahuan dan aset negara;

i) menggalakkan pembinaan keupayaan dan kecekapan dalam industri percantuman Malaysia; dan

j) menjamin keselamatan maklumat dan kebolehpercayaan dan keutuhan rangkaian.

3. Tiada perkara dalam Akta ini yang boleh ditafsirkan sebagai membenarkan penapisan *Internet*.

Bahagian V - KUASA DAN TATACARA SURUHANJAYA KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA MALAYSIA

Bab 9 Kod Industri Sukarela

S.95 Kod Oleh Forum Industri

1) Sesuatu forum industri boleh menyediakan satu kod industri sukarela berkenaan dengan apa-apa perkara yang diperuntukan dalam Akta ini -

(a) atas daya usaha sendiri; atau

(b) atas permintaan Suruhanjaya.

2) Kod industri sukarela tidak boleh berkuat kuasa sehingga kod itu didaftarkan oleh Suruhanjaya.

S.98 Pematuhan kod industri sukarela berdaftar suatu pembelaan yang sah -

(1) Tertakluk kepada seksyen 99, pematuhan suatu kod industri sukarela berdaftar tidaklah mandatori.

(2) Pematuhan suatu kod industri sukarela berdaftar hendaklah menjadi suatu pembelaan terhadap apa-apa pendakwaan, tindakan atau prosiding daripada apa-apa jenis, sama ada dalam mahkamah atau selainnya, yang diambil terhadap seseorang (yang tertakluk kepada kod industri sukarela)

berkenaan dengan perkara yang diperkatakan dalam Kod itu.

S.99 Arahan supaya kod industri sukarela berdaftar dipatuhi -

Suruhanjaya boleh mengarahkan seseorang atau sesuatu kelas orang, mengikut seksyen 51, supaya mematuhi suatu kod industri sukarela berdaftar.

Bahagian IX - PERATURAN SOSIAL

Bab 2 Kehendak Kandungan

S.211 Larangan terhadap pemberian kandungan jelik -

1) Tiada pemberi perkhidmatan aplikasi kandungan, atau orang lain yang menggunakan perkhidmatan aplikasi kandungan, boleh memberikan kandungan yang sumbang, lucah, palsu, mengancam atau jelik sifatnya dengan niat untuk mengacau, mendera, menguggut atau menggangu mana-mana seseorang.

2) Seseorang yang melanggar subseksyen (1) adalah melakukan suatu kesalahan dan apabila disabitkan boleh didenda tidak lebih dari lima puluh ribu ringgit atau dipenjarakan selama tempoh tidak melebihi satu tahun atau kedua-duanya dan juga boleh didenda selanjutnya satu ribu ringgit bagi setiap hari atau sebahagian daripada hari kesalahan itu diteruskan selepas pensabitan.

S.212 Forum Kandungan

Suruhanjaya boleh menetapkan suatu badan industri untuk menjadi forum kandungan bagi maksud Bahagian ini.

LAMPIRAN 2

Undang-Undang Berkaitan

Selain daripada Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 (Akta 588), pemegang lesen mungkin perlu mengetahui Akta-Akta Parlimen berikut dan dinasihatkan supaya mempunyai sumber dan kepakaran yang mencukupi bagi menentukan kepatuhan dimana perlu.

1. Senarai Statut Malaysia Yang Mempengaruhi Atau Relevan Kepada Kandungan

Akta Akauntan 1967 (Pindaan 1972)
Akta Cap Dagang 1976
Akta Fitnah 1957
Akta Hakcipta 1969
Akta Hasutan 1948
Akta Hospital Swasta 1971
Akta Iklan Kurang Sopan 1953
Akta Industri Sekuriti 1983
Akta Institusi Pengajian Tinggi Swasta 1996
Akta Kanak-Kanak dan OrangMuda (Pekerjaan) 1996 (Pindaan 1988)
Akta Keselamatan Dalam Negeri 1960
Akta Konvensyen Geneva 1962
Akta Lagu Kebangsaan 1968
Akta Makanan 1983
Akta Pemusnah Serengga 1974
Akta Perbadanan Kemajuan filem Nasional Malaysia 1981
Akta Percetakan dan Penerbitan 1984
Akta Penjualan Dadah 1952 (Pindaan 1989)
Akta Pergigian 1971
Akta Perlindungan Pengguna 1999
Akta Perlindungan Wanita dan Kanak-Kanak Perempuan 1973
Akta Perihal Perdagangan 1972

Akta Penapisan Filem 2002

Akta Ubat (Iklan dan Jualan) 1956

Kanun Keseksaan

Ordinan Racun 1952

Ordinan Racun (Natrium Arsenite) 1949

Ordinan Jualan Makanan dan Dadah 1952 (Pindaan 1989)

Peraturan Makanan 1985

INDEKS

Aduan, Bahagian 1 (8.0)
- Aduan masyarakat awam, tatacara, Bahagian 8 (4.0)
- Aduan industri, tatacara, Bahagian 8 (5.0)

Akta, Bahagian 1 (5.1)
- Akta Komunikasi dan Multimedia 1998, Bahagian 1 (5.1)

Amaran
- Maklumat, Nasihat dan Amaran, Bahagian 4 (5.0)

Bahasa Kesat - Bahagian 2 [6.1 (i), (ii), (iii), (iv)]
- Istilah Menghina, Bahagian 2 (6.0)
- Makian, Bahagian 2 (6.0)

Biro Aduan, (*lihat juga Pelaksanaan Kod*) Bahagian 8 (3.1)

Definisi, Bahagian 1 (5.1)
- Keahlian, Bahagian 8 (7.0)
- Keputusan Biro, Bahagian 8 (7.0)
- Penerbitan keputusan, Bahagian 8 (9.0)
- Peranan, Bahagian 8 (3.0)
- Sekatan, Bahagian 8 (8.0)
- Tatacara, *(lihatAduari)* Bahagian 8 (5.0)

Dalam Talian
- Definisi, Bahagian 5 (12.0)

Dalam talian, Bahagian 5 (12.0)
Kandungan, Bahagian 5 (12.0)
Kandungan yang dilarang,Bahagian 5 (12.0)
Capaian, Bahagian 5 (12.0)
Menyediakan, Bahagian 5 (12.0)
Pengguna laman Web/ Tapak Web Bahagian 5 (12.0)
Penyedia Perkhidmatan Laluan Internet, Bahagian 5 (12.0)
- Iklan dalam talian, 3.1
- Kandungan palsu, Bahagian 5 [5.1(ii)]
- Lain-lain kandungan, Bahagian 5 [5.1 (ii)]
- Langkah-langkah umum, Bahagian 5 (6.0)
- Pengumpul kandungan, Bahagian 5 (8.0)
  - Penyedia perkhidmatan capaian internet, Bahagian 5 (7.0)
  - Penyedia Hos kandungan Internet, Bahagian 5 (10.0)
  - Pemberi pautan, Bahagian 5 (9.0)

- Larangan, Bahagian 5 [5.1(i)]
- Objektif-objektif, Bahagian 5 (3.0)
- Pembawa tidak bersalah, Bahagian 5 (2.0)
- Prinsip-prinsip, Bahagian 5 (4.0)

Definisi, Bahagian 1 (5.0)
- Agensi Periklanan, Bahagian 3 ((1.1)
- Akta, Bahagian 1 (5.1)
- Bawah umur, Bahagian 1 (5.1)
- Biro Aduan, Bahagian 1 (5.1)
- Dalam talian, Bahagian 1 (5.1)
- Forum Kandungan, Bahagian 1 (5.1)
- Iklan, Bahagian 3(1.1)
- Istilah penghinaan *(lihat bahasa kesat)*
- Kandungan larangan, Bahagian 1 (5.1)
- Kandungan, Bahagian 1 (5.1)
- Kemudahan rangkaian, Bahagian 1 (5.1)
- Ketidakupayaan, orang *(rujuk kepada Orang Berkeprluan Istimewa)*
- Khusus dalam talian, Bahagian 5
- Kod, Bahagian 1 (5.1)
- Pengamal Kod, Bahagian 1 (5.1)
- Penghinaan seksual, Bahagian 2 [3.0 (iii)]
- Pengiklan, Bahagian 3(1.1)
- Penyedia Perkhidmatan Applikasi, Bahagian 1 (5.1)
- Penyedia Perkhidmatan Kandungan Applikasi, Bahagian 1 (5.1)
- Suruhanjaya, Bahagian 1 (5.1)

Eksploitasi kebajikan, Bahagian 3[4.1(iv)]
Iklan
- Dakwaan, Bahagian 3 [4.1 (viii)]
- Dalam talian, Bahagian 3 (1.1)
- Eksploitasi kebajikan, Bahagian 3 [4.1(xvi)]
- Elektronik, dikomunikasi, Bahagian 3 (1.1)
- Garispanduan kandungan, Bahagian 2
- Garispanduan khusus dalam talian, Bahagian 5
- Garispanduan khusus kandungan tertutup, Bahagian 7
- Harga, Bahagian 3 [4.1(x)]
- Iklan secara langsung dan penempatan produk Bahagian 3 (5.0)

- Jaminan, Bahagian 3 [4.1(xiii)]
- Keganasan, Perlakuan anti-sosial, Bahagian 3 [4.1(vi)]
- Kejujuran dan kebenaran, Bahagian 3 [4.1 (iii)]
- Keselamatan, Bahagian 3 [4.1(v)]
- Kesopanan, Bahagian 3 [4.1 (ii)]
- Ketakutan dan kecemasan Bahagian 3 [4.1(iv)]
- Ketersedian produk, Bahagian 3 [4.1(xii)]
- Mengenali dan mengenalpasti iklan dan pengiklan, Bahagian 3 (6.0)
- Objektif, Bahagian 3 (2.0)
- encelaan, Bahagian 3 [4.1 (xv)]
- Pengguna - defmisi, Bahagian 3 (1.1)
- Peniruan, Bahagian 3 [4.1(xvii)]
- Penyiar, iklan, Bahagian 4 (4.0, 4.1)
- Perbandingan, Bahagian 3 [4.1(xiv)]
- Perlindungan hak persendirian, Bahagian 3[4.1 (vii)]
- Perumah audioteks khusus, Bahagian 6 (2.6)
- Prinsip-prinsip umum, Bahagian 1 (2.0)
- Prinsip-prinsip, Bahagian 3 (3.0)
- Produk dan perkhidmatan tidak diterima, Bahagian 3 [4.1 (xviii)]
- Sah, Bahagian 3 [4.1 (i)]
- Tawaran percuma, Bahagian 3 [4.1(xi)]
- Testimonial dan pengesahan, Bahagian 3 [4.1(ix)]

Jujur, Iklan, Bahagian 3 [4.1 (Hi)]

Kandungan
- Agama, Bahagian 1 (2.9)
- Asal-usul, Bahagian 1 (2.9)
- Etnik, Bahagian 1 (2.7, 2.9)
- Fitnah, Bahagian 1 (2.3)
- Harta intelektual, Bahagian 1 (6.4)
- Hasutan, Bahagian 1 (6.4)
- Interpretasi, Bahagian 1 (5.0)
  - Kawalan Diri, Bahagian 1 (7.2)
  - Liberalisasi, Bahagian 1 (7.2)
  - Telus, Bahagian 1 (7.2)
- Jantina, Bahagian 1 (2.7, 2.9)
- Kanak-Kanak, Bahagian 1 (2.6)
  - Iklan, Bahagian 3 (7.2)

- Keganasan, Bahagian 2 (4.0)
- Keselamatan, jaminan dan aksi yang boleh ditiru, Bahagian 2 (8.0)
- Kandungan tertutup, Bahagian 7 (1.0 - 1.3)
- Kandungan, Penyedia Perkhidmatan Applikasi, Bahagian 1 (5.1)
  - Defmisi, Bahagian 1 (5.1)
  - Skop dan liputan, Bahagian 1 (4.0)
- Kaum, Bahagian 1 (2.9)
- Kawalan diri, Bahagian 1 (7.0 - 7.2)
- Kebogelan, Bahagian 2 (2.1)
- Kebudayaan, Bahagian 1 (2.4, 2.5, 2.7)
- Kecenderungan seks, Bahagian 1 (2.9)
- Keganasan, Bahagian 2 (4.0)
  - Keganasan yang melanggar tatasusila, Bahagian 2 [4.3(i)]
  - Keganasan yang boleh ditiru, Bahagian 2 [4.3(ii)]
  - Golongan muda mudah terpengaruh, Bahagian 2 [4.3(iv)]
  - Seksual, Bahagian 2 [4.3(iii)]
- Kepelbagaian, Bahagian 1 (2.5, 2.9)
- Kesopanan, Bahagian 2 (2.0)
- Ketelusan, Bahagian 1 (7.2)
- Ketidaksopanan, Bahagian 1 (1.2), Part 2 (2.0)
- Kurang upaya fizikal dan mental, Bahagian 2 (2.4)
- Latarbelakang pendidikan, Bahagian 1 (2.7, 2.9)
- Lokasi geografi, Bahagian 1 (2.7, 2.9)
- Lucah, Bahagian 2 (3.0)
- Melanggar tatasusila, Bahagian 1 (2.3)
- Mengancam, Bahagian 2 (2.3), Bahagian 2 (5.0)
- Palsu, Bahagian 2 (2.3)
- Pegangan Poliltik, Bahagian 1 (2.9)
- Perlindungan, Bahagian 1 (6.4)
- Pornografi, Bahagian 1 (6.4), Bahagian 2 ([3.2(i), (ii)]
  - Pornografi kanak-kanak, Bahagian 2 [3.1(ii)]
- Status sosio ekonomi, Bahagian 1 (2.9)
- Taraf perkhawinan, Bahagian 1 (2.4, 2.7)
- Umur, Bahagian 1 (2.4)
- Wanita dan leiaki, Bahagian 1 (2.5)

Kandungan keagamaan, Penyiaran, Bahagian 4 (3.12 - 3.16)

Kandungan mengancam, Bahagian 1 (2.3)

Kandungan menyinggung, Bahagian 1 (4.0)

Kandungan palsu, Bahagian 1 92.3), Bahagian 2 (7.0), Bahagian 5 [5.1(ii)]
Kandungan tertutup khusus
- Skop dan liputan, Bahagian 7 ((1.0)
Kawalan Kendiri, Bahagian 1 [3.0, 3.1, 3.2]
Kecemasan, iklan, Bahagian 3 [4.1(iv)]
Keganasan, Bahagian 2 [4.0, 6.0, (iv), 8.0]
  - Melanggar tatasusila, keganasan, Bahagian 2 [4.3(i)]
  - Boleh ditiru, keganasan, Bahagian 2 [4.3,(ii)]
  - Definisi, Bahagian (4.0)
  - Iklan, keganasan, Bahagian 3 ([4.1(vi)]
  - Keganasan dan golongan muda, audien mudah terpengaruh, Bahagian 2 [4.3(iv)]
  - Penyiaran, keganasan, Bahagian 4 [3.11]
  - Seksual, Keganasan, Bahagian 2 [4.3(iii)]
Keputusan - Penerbitan keputusan, Bahagian 8 (9.0)
Kesahan, Iklan, Bahagian 3 [4.1(i)]
Keselamatan dan jaminan, Bahagian 3 [4. l(v)]
Ketakutan
  - Iklan, Bahagian 3 [4.1 (iv)]
  - Kecemasan, Bahagian [4.1 (iv)]

Kod Kandungan
- Definisi, Bahagian 1 (5.0)
- Garis panduan, Bahagian 1 (1.1 - 1.6)
- Kawalan diri *(lihat Kawalan Kendiri)*
- Objektif-objektif, Bahagian 1 (3.0)
- Pematuhan, Bahagian 1 (6.0)
- Perlaksanaan *(lihat Perlaksanaan Kod)*
- Prinsip-prinsip umum, Bahagian 1 (2.0)
- Status undang-undang, Bahagian 1 (6.0)

Langganan Radio, Bahagian 4 [l.l(i)]
Langganan TV, Bahagian 4 [1.1(i)]
Liberlisasi (lihat Interpretasi Kod, Bahagian 1(7.2))

Makanan dan minuman
- Iklan, Bahagian 3 (8.3)
Makian *(lihat Bahasa Kesat)*

Mudah terpengaruh, audien, Bahagian 2 [4.3(b)]

Nilai-nilai kekeluargaan, Bahagian 2 (9.0)

Orang, kurang upaya, Bahagian *(rujuk Orang Yang Berkeperluan Istimewa)*

Paparan jaring, Bahagian 1 [5.1 (Hi)]
Pemusnah serangga, iklan, Bahagian 3 (8.2)
Pendidikan - *(lihat Pendidikan awam)*
Pendidikan Awam
- Kesedaran Umum, Bahagian 9 (1.0)
- Kesedaran industri, Bahagian 9 (2.0)
Penghinaan seksual, Bahagian 2 [3.1 (Hi)]
Penjadualan, penyiaran, Bahagian 4 (3.3)
Pengiklan
- Kategori, Bahagian 1 (1.0)
- Mengenalpasti, Bahagian 3 (6.0)
Pengiklanan
- Iklan jualan terus, Bahagian 3 (8.4)
- Iklan produk ubatan, rawatan dan kemudahan, Bahagian 3 (8.1)
- Kanak-kanak, Bahagian 3 (7.2)
- Makanan dan minuman, Bahagian 3 (8.3)
- Mesej dan notis, Bahagian 3 (8.7)
- Minuman keras dan alkohol, Bahagian 3 (8.5)
- Pengiklanan secara tak langsung dan penempatan produk, Bahagian 3 (5.0)
- Penggunaan individu, Bahagian 3 (7.0)
- Profesional, Bahagian 3 (7.3)
- Racun serannga, Bahagian 3 (8.2)
- Tuala inkontinens untuk dewasa, Bahagian 3 (8.6)
- Tuala wanita, Bahagian 3 (8.6)
- Wanita, Bahagian 3 (7.1)
Penyedia Perkhidmatan Applikasi, Bahagian 1 (5.1)
- Definisi, Bahagian 1(5.0)
- Skop dan liputan, Bahagian 1 (4.0)
- Penyedia kandungan perkhidmatan applikasi *(lihat kandungan)*
Penyiar Khusus / Penyiaran
- Berita dan hal-ehwal semasa, Bahagian 4 (3.7)
- Eksploitasi, Bahagian 4 (3.17)

- Garispanduan khusus, Bahagian 4 (3.0)
- Iklan, Bahagian 4 (4.0)
- Kabel, Bahagian 4 [4.1 (i)]
- Kandungan keagamaan, Bahagian 4 (3.12 - 3.16)
- Kandungan umum, Bahagian 4 (3.5)
- Keganasan dan bahasa kesat, Bahagian 4 (3.11)
- Klasifikasi, Bahagian 4 (3.2)
- Langganan terus ke rumah, Bahagian 4 [4.1 (i)]
- Maklumat, nasihat dan amaran, Bahagian 4 (5.0)
- Objektif-objektif, Bahagian 4(1.1)
- Penyiaran, Bahagian 4 [4.1 (i)]
- Penjadualan, Bahagian 4 (3.3 - 3.4)
- Perkhidmatan permintaan, Bahagian 4 [1.1 (i)]
- Radio, bebas ke udara terestrial, Bahagian 4 [4.1 (ii)]
- Satelit, Bahagian 4 [1.1 (i)]
- Televisyen, bebas ke udara terestrial, Bahagian 4 [4.1 (i)]
- Tidak didiskriminasi, Bahagian 4 (3.6)

Peraturan pelesenan 2001, Bahagian 1 (5.1)
Perkhidmatan Perumah Audioteks
- Garis panduan khusus, 6 (2.0)
- Hakcipta, Bahagian 6 (1.2)
- Kandungan dicipta untuk kanak-kanak dan golongan remaja atau golongan di bawah penjaga, Bahagian 6 (2.5)
- Klasifikasi pengkadaran, Bahagian 6 (2.1)
- Objektif-objektif, Bahagian (1.2)
- Pakar Maklumat, Bahagian 6 (2.2)
- Prinsip-prinsip, Bahagian 6 (1.3)
- Skop dan liputan, Bahagian 6 (1.0)

Perlaksanaan Kod
- Aduan, *(lihat Aduan)* Bahagian 8 (3.0)
- Biro Aduan *(lihat Biro Aduan)*, Bahagian 8 (3.0)
- Forum kandungan Komunikasi Dan Multimedia Malaysia, Bahagian 8 (2.0)
- Kawalan diri, Bahagian 8 (1.1)
- Komposisi keahlian biro, Bahagian 8 (10.0)
- Pembangunan, pindaan dan kaji semula kod, Bahagian 8 (11.0)
- Pengenalan, Bahagian 8 (1.0)
- Prosiding siasatan, Bahagian 8 (5.0)

- Sekatan, Bahagian 8 (8.0)
- Tatacara aduan umum, Bahagian 8 (4.0)
- Tatacara aduan industri, Bahagian 8 (5.0)

Perlindungan Pengguna, Bahagian 10 (l).0
- Definisi, Bahagian 10 (1.1)
- Garispanduan, Bahagian 10 (3.0)
    - Perlindungan kanak-kanak, Bahagian 10 (3.2)
    - Langkah-langkah pembetulan, Bahagian 10 (3.6)
    - Kepelbagaian budaya, Bahagian 10 (3.4)
    - Kualiti dan tahap piawai, Bahagian 10 (3.3)

Prinsip-prinsip, Bahagian 1 (2.0)

Produk dan perkhidmatan yang tidak diterima, Bahagian 3 [4.1 (xviii)]

Produk ubatan, rawatan dan kemudahan
- Iklan, Bahagian 3 (8.1)

Profesional, iklan, Bahagian 3 (7.3)

Prosiding penyiasatan, Biro Aduan, Bahagian 8 (6.0)

Radio, Bahagian 4 [l.l(ii)]
- Bebas ke udara, Bahagian 4 [1.1 (i)(ii)]
- Klasifikasi, pengecualian, Bahagian 4 (3.2)
- Langganan radio, Bahagian 4 [1.1 (i)]
- Langganan televisyen, Bahagian 4 [1.1 (i)]
- Penjadualan, pengecualian, 4.3(ii)

Rujukan kasar, Bahagian 2 [6.1(ii)]

Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, Bahagian 1

Telus, *(lihat juga Pelaksanaan Kod),* Bahagian 1 (7.2)

Televisyen, Bahaagian 4 [l.l(i)]
- Terus ke rumah atau langganan, Bahagian 4 [1.1 (i)]
- Bebas ke udara, Bahagian 4 [1.1 (i)]
- Langganan TV, Bahagian 4 [1.1 (i)]
- Kandungan terhad, Bahagian 7 (1.2)

Ucapan bernada kebencian, Bahagian 2 [6.1(iil)]

Wanita
- Periklanan, Bahagian 3 (7.1)