

UNIVERZITA KARLOVA

Právnická fakulta

Monika Slováková

**Právní aspekty poskytování audiovizuálních
mediálních služeb na vyžádání**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: JUDr. Veronika Křesťanová, Dr.

Ústav: Ústav práva autorského, práv průmyslových a práva soutěžního

Datum vypracování práce (uzavření rukopisu): 14. 8. 2023

Prohlašuji, že jsem předkládanou diplomovou práci vypracovala samostatně, že všechny použité zdroje byly řádně uvedeny a že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Dále prohlašuji, že vlastní text této práce včetně poznámek pod čarou má 133 160 znaků včetně mezer.

Monika Slovákova

V Praze dne 14. 8. 2023

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala JUDr. Veronice Křesťanové, Dr. za její vstřícnost, ochotu a odborné vedení mé diplomové práce.

Obsah

Úvod	1
1. Přehled právní úpravy a vymezení základních pojmů	5
1.1. Vývoj a přehled právní úpravy	5
1.2. Co je to audiovizuální mediální služba na vyžádání?	7
1.3. Kdo je to poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání?	11
2. Povinnosti poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání	14
2.1. Základní povinnosti	14
2.2. Ochrana nezletilých a povinnosti vůči osobám se sluchovým a zrakovým postižením	15
2.3. Podpora evropské tvorby	17
3. Šíření audiovizuálních obchodních sdělení	19
3.1. Reklama.....	22
3.2. Sponzorování.....	23
3.3. Umístění produktu.....	25
4. Regulační orgány	30
4.1. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání	32
4.2. Sdružení pro internetový rozvoj v České republice	34
4.3. Rada pro reklamu	35
5. Autorskoprávní perspektiva	37
5.1. Pořad jako předmět autorskoprávní ochrany	37
5.2. Licence a licenční smlouva	41
5.3. Geoblokace a teritoriální aspekt užití díla	43
Závěr	46
Seznam použitých zdrojů	54
Právní aspekty poskytování audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání	62
Legal aspects of providing on-demand audiovisual media services	63

Úvod

V posledním desetiletí zažívají streamovací platformy období rozmachu. S dostupností nových technologií spotřebitelé stále více preferují přístup k mediálnímu obsahu v libovolném čase a místě před klasickým televizním vysíláním. Podle údajů Českého statistického úřadu došlo k velkému meziročnímu růstu v oblíbě placených kanálů jako je Netflix či HBO GO zejména v letech 2019 až 2020. V pandemickém roce 2020 sledovalo pořady na těchto kanálech 10 % české populace, zatímco v roce 2019 to byla pouze 3 %. V roce 2022 sledovanost stoupla na 22 %.¹ Tato data svědčí o tom, že streamovací služby jsou jedno z mála odvětví, jímž pandemie COVID-19 přinesla ekonomický růst.

Streamovací služba je služba založena na technologii kontinuálního přenosu dat (tzv. datového proudu), která umožňuje poslouchání hudby či sledování pořadů bez nutnosti je předem stáhnout do vlastního zařízení. Na českém trhu se v posledních letech etablovalo velké množství jak mezinárodních, tak českých streamovacích platform. Tyto platformy umožňují streamování všeho druhu – od hudby (Spotify), videí (YouTube) a filmů (Netflix) přes hry (GeForce Now), sportovní utkání (DAZN) až po koncerty (+4U Stream).

Streamovací platformy nabízí dva způsoby zpřístupňování digitálního obsahu – na vyžádání konkrétního uživatele nebo v živém přenosu. Interaktivní platformy zpřístupňují uživatelům digitální obsah v libovolném čase na základě individuální žádosti a běžně se označují zkratkou VOD (*video on demand*, tj. video na vyžádání). Neinteraktivní platformy naopak zpřístupňují digitální obsah v konkrétním čase, aniž by uživateli umožňovaly jakkoli ovlivnit začátek přenosu, který se běžně označuje jako live streaming. Některé platformy ve své nabídce kombinují oba tyto typy služeb.²

Streamovací platformy (jak interaktivní, tak neinteraktivní) lze dále rozlišovat podle toho, zda se jejich uživatelé mohou podílet se na vytváření jejich obsahu, na tzv. uzavřené a otevřené platformy. Redakční obsah uzavřených platform je zcela v gesci provozovatelů, kteří vytvářejí různé katalogy ve snaze zaujmout co největší počet uživatelů. Tito uživatelé mohou obsah nabídky pouze konzumovat a nemohou ji měnit ani jakkoli rozšiřovat (Netflix, HBO Max).

¹ Český statistický úřad. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami za období 2022* [online]. Praha, 2022 [cit. 25. 3. 2023]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/164606768/06200422.pdf/1c5c22c0-8941-4670-9698-e949482b0c35?version=1.1>.

² CALBOLI, Irene. Legal Perspectives on the Streaming Industry: The United States. *The American Journal of Comparative Law* [online]. 21. 10. 2022. 70(1), s. 220-245 [cit. 25. 3. 2023]. ISSN 0002-919X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/ajcl/avac021>.

Naopak otevřené platformy, někdy označované zkratkou UGC (*user generated content*, tj. obsah vytvořený uživatelem), umožňují svým uživatelům nahrávat vlastní obsah a sdílet jej s ostatními (YouTube, Tik Tok).³

Podle výše uvedených kritérií můžeme audiovizuální mediální služby na vyžádání volně charakterizovat jako uzavřené streamovací platformy typu VOD, tzn. platformy, jejichž obsah vytvářejí poskytovatelé těchto služeb a pro uživatele je dostupný v libovolném čase na individuální žádost.⁴ Podle využívaného obchodního modelu se někdy rozlišují platformy typu TVOD (*transactional-based VOD*), SVOD (*subscription VOD*) nebo AVOD (*ad-based VOD*). V případě TVOD platformem platí uživatel jednorazový poplatek za shlédnutí konkrétního pořadu, u SVOD platformem si předplatí celý obsah na určité časové období, zatímco AVOD platformy jsou pro uživatele prakticky zadarmo a jejich provoz je financován z příjmů z reklamy.

Pojem streamovací služba je sice všeobecně zažitý, ale neodpovídá dikci zákona. Nadto se jedná o širší pojem, jímž se označují nejen audiovizuální mediální služby na vyžádání, ale také další zmiňované online služby jako například live streaming nebo UGC platformy. Tato práce bude proto užívat pojmosloví, které do legislativního rámce přinesla směrnice 2007/65/ES z roku 2007. Klíčovým pojmem směrnice je „audiovizuální mediální služba“, která je souhrnným označením pro dva typy služeb – „televizní vysílání“ a „audiovizuální mediální službu na vyžádání“. Vedle těchto dvou služeb pak stojí třetí – „služba platformy pro sdílení videonahrávek“ jako samostatná služba informační společnosti, kterou v roce 2018 představila směrnice (EU) 2018/1808. Uvedené pojmosloví bylo transponováno i do tuzemských zákonů a tato práce jej bude proto užívat. Z důvodu přehlednosti bude práce označovat audiovizuální mediální službu na vyžádání zkratkou „služba na vyžádání“. Seznam dalších zkratk je k nalezení v závěru práce.

Cílem této práce je poskytnout ucelenou analýzu právních aspektů poskytování služeb na vyžádání. Práce se zaměřuje především na rozbor veřejnoprávní regulace těchto služeb, jenž provádí s přihlédnutím k evropským směrnicím, z nichž se celá tuzemská legislativa vyvinula. Práce však neopomíná ani soukromoprávní aspekty. Důraz je tak kladen i na autorskoprávní souvislosti poskytování pořadů, neboť toto jednání je současně užitím díla způsobem jeho sdělováním veřejnosti podle § 18 odst. 2 autorského zákona. Analýza uvedených

³ CALBOLI, Irene. Legal Perspectives on the Streaming Industry: The United States. *The American Journal of Comparative Law* [online]. 21. 10. 2022. 70(1), s. 220-245 [cit. 25. 3. 2023]. ISSN 0002-919X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/ajcl/avac021>.

⁴ Jedná se spíše o volnou charakteristiku než pevnou definici, protože audiovizuální mediální služba na vyžádání nemusí být jedinou službou, kterou streamovací platforma nabízí.

právních aspektů si klade za cíl pojmenovat případné nedostatky stávající právní úpravy a nalézt možná řešení *de lege ferenda*.

Hlavními metodologickými přístupy jsou metoda deskriptivní a analytická. Z hlediska použitých pramenů jsem vycházela především z komentářové literatury, odborných monografií a článků, ale také z recitálů směrnic a důvodových zpráv k jednotlivým zákonům. Při výkladu zákonných norem jsem také čerpala z judikatury, jež se převážně vztahuje k televiznímu vysílání, ale vzhledem k shodnosti mnohých institutů, je aplikovatelná i na poskytování služeb na vyžádání. Práce je rozdělena do pěti kapitol, jež se dále člení na užší podkapitoly.

První kapitola zachycuje vývoj evropské a tuzemské legislativy v oblasti audiovizuálních mediálních služeb a představuje důvody, které vedly k přijetí současné regulace. Nadto podává stručný přehled platných zákonů, které vytvářejí právní rámec pro poskytování audiovizuálních mediálních služeb. V neposlední řadě pak obsahuje zevrubný rozbor ústředních pojmů této práce, jimiž jsou „audiovizuální mediální služba na vyžádání“ a „poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání“.

Druhá kapitola předestírá výčet povinností, jež musí poskytovatel služby na vyžádání plnit ve vztahu k obsahu služby a způsobu jejího poskytování, a to jak vůči uživatelům, tak vůči orgánu dozoru. Kapitola dále samostatně pojednává o povinnostech poskytovatele vůči nezletilým a osobám se sluchovým a zrakovým postižením a stejně jako zákonná úprava věnuje těmto skupinám osob zvláštní pozornost. Závěr kapitoly je věnován povinným kvótám na evropská díla, jež musí poskytovatelé plnit za účelem podpory evropské tvorby. Kritice bude podrobena i poplatková povinnost, jež se na poskytovatele vztahuje a jejíž nastavení vykazuje jisté nedostatky, které budou popsány.

Třetí kapitola je věnována nástrojům marketingové komunikace, jež běžně doprovází redakční obsah služeb na vyžádání. Těmito nástroji jsou reklama, sponzorování a umístění produktu. Právní úprava je souhrnně označuje jako audiovizuální obchodní sdělení. Kapitola třetí v úvodu pojednává o společných znacích všech audiovizuálních obchodních sdělení a následně se každému z nich věnuje v jednotlivých podkapitolách.

Čtvrtá kapitola se zabývá regulačními orgány, jež působí v oblasti audiovizuálních mediálních služeb. V úvodu této kapitoly práce definuje pojmy vrchnostenská regulace, samoregulace a společná regulace, jako tři různé přístupy k řízení a kontrole médií. Samostatná podkapitola popisuje postavení a činnosti Rady pro rozhlasové a televizní vysílání jakožto orgánu správního dozoru. Kapitola dále přináší stručné pojednání o samoregulačních orgánech na poli médií, jimiž jsou Sdružení pro internetový rozvoj v České republice (SPIR) a Rada pro reklamu.

Pátá kapitola nabízí autorskoprávní perspektivu na poskytování služeb na vyžádání. Nahlíží na pořad jako na předmět autorskoprávní ochrany, tj. audiovizuální dílo, a pojmenovává práva, jež na něm lpí a jež je potřeba vypořádat předtím, než bude pořad sdělován veřejnosti. V samostatné podkapitole tato práce definuje pojem licence a vymezuje podstatné i pravidelné náležitosti licenčních smluv běžně uzavíraných poskytovateli audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání. Závěrem se práce zabývá poměrně častým ujednáním v licenčních smlouvách – tzv. geoblokací a jejím právním základem.

1. Přehled právní úpravy a vymezení základních pojmů

Právní úprava služeb na vyžádání se vyvíjela v posledních patnácti letech spolu s rozvojem technologií a rostoucí poptávkou po těchto službách. Tento vývoj je ve stručnosti popsán v následující podkapitole 1.1., v níž je dále doplněn o přehled stávajících právních předpisů vztahujících se k poskytování služeb na vyžádání. Navazující podkapitola 1.2. obsahuje podrobný rozbor legálních definic dvou základních pojmů této práce, jimiž jsou „audiovizuální mediální služba na vyžádání“ a „poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání“.

1.1. Vývoj a přehled právní úpravy

Za počátek evropské regulace audiovizuálních mediálních služeb lze považovat přijetí směrnice 89/552/EHS označované jako „Televize bez hranic“ (*Television without frontiers Directive*) z roku 1989. Tato směrnice vytvořila právní rámec pro koordinaci předpisů členských států v oblasti provozování televizního vysílání. Hlavním cílem bylo posílit vnitřní trh a odstranit překážky, které bránily volnému pohybu služby televizního vysílání a svobodnému pohybu informací napříč členskými státy. Směrnice zavedla určité minimální standardy televizního vysílání za účelem sjednotit základní pravidla pro regulaci reklamy, sponzorování a ochrany vývoje dětí a mladistvých. Významným přínosem byla také pravidla pro podporu výroby a distribuce evropských děl s cílem zesílit jejich konkurenceschopnost jak na evropském, tak na globálním trhu.⁵ V roce 1997 byla přijata novela v podobě směrnice 97/36/ES. V rámci probíhajících příprav České republiky na vstup do Evropské unie byla dosud platná evropská legislativa transponována do českého právního řádu zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání (dále bude ve znění pozdějších předpisů označován jako „zákon o provozování vysílání“). Tento zákon, byť byl předmětem četných novelizací, je dodnes základem pro regulaci televizního vysílání na našem území.

S postupem času a přibývajícimi možnostmi exploatace umělecké tvorby se dosavadní právní úprava zaměřená čistě na oblast televizního vysílání jevila jako nedostatečná. Technologický pokrok v novém tisíciletí znamenal rostoucí poptávku po nelineárních audiovizuálních mediálních službách, které však nepodléhaly žádné komplexní regulaci. Navzdory tomu, že televiznímu vysílání přímo konkurovaly, byly tímto způsobem nedůvodně

⁵ Ministerstvo kultury. *Směrnice o audiovizuálních mediálních službách* [online]. [cit. 28. 5. 2023]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/smernice-o-audiovizualnich-medialnich-sluzbach-cs-492>.

zvýhodňovány.⁶ Zásadní změnu v tomto ohledu přinesla směrnice 2007/65/ES z roku 2007, která původní směrnici „Televize bez hranic“ přejmenovala na „Směrnici o audiovizuálních mediálních službách“. Změna názvu souvisela s nově vzniklou dichotomií audiovizuálních mediálních služeb. K televiznímu vysílání jakožto lineární audiovizuální službě se připojila audiovizuální mediální služba na vyžádání, tj. nelineární audiovizuální služba. Pro větší přehlednost byla v roce 2010 přijata směrnice 2010/13/EU, která sjednotila všechny tři předchozí směrnice z let 1989, 1997 a 2007 do jednoho oficiálního znění a ponechala si název „Směrnice o audiovizuálních mediálních službách“. Český zákonodárce tuto úpravu transponoval do zákona č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání (dále bude ve znění pozdějších předpisů označován jako „zákon o službách na vyžádání“). Tento zákon na našem území poprvé zakotvil povinnosti poskytovatelů služeb na vyžádání, navíc v mnoha směrech srovnatelné s povinnostmi provozovatelů televizního vysílání, a zavedl nový institut reklamního práva – umístění produktu, jenž bude blíže popsán v třetí kapitole.

Poslední důležitou změnu přinesla směrnice (EU) 2018/1808 z roku 2018, která v reakci na další pokrok v online prostoru, zavedla novou službu informační společnosti – službu platformy pro sdílení videonahrávek. Tato služba se od televizního vysílání a služeb na vyžádání odlišuje především absencí redakční odpovědnosti poskytovatele služby. Ten nevytváří katalog pořadů ani nesestavuje televizní program, nýbrž poskytuje platformu pro sdílení obsahu, jenž vytvářejí sami uživatelé (jedná se o platformy typu UGC). Regulace platform pro sdílení videonahrávek je z tohoto důvodu nejmírnější. Směrnice byla do českého právního řádu transponována s téměř dvouletým zpožděním zákonem č. 242/2022 Sb., o službách platform pro sdílení videonahrávek (dále jen „zákon o službách platform pro sdílení videonahrávek“).

Z dalších pramenů práva Evropské unie lze ještě zmínit směrnici (EU) 2019/790⁷ a přímo použitelné nařízení (EU) 2017/1128⁸, jejichž dopad na poskytování služeb na vyžádání je blíže popsán v páté kapitole.

Zákon o službách na vyžádání je veřejnoprávním předpisem představujícím základ pro správní dozor a vrchnostenskou regulaci těchto služeb. Poskytovatelé služeb na vyžádání

⁶ Srov. recitál 7 směrnice 2007/65/ES: „Evropské společnosti poskytující audiovizuální mediální služby čelí právní nejistotě a nerovným podmínkám, pokud jde o právní režim vztahující se na rozvíjející se služby na vyžádání. Je tedy nutné za účelem zamezení narušování hospodářské soutěže, zvýšení právní jistoty, pomoci při dotvoření vnitřního trhu a usnadnění vzniku jednotného informačního prostoru používat pro všechny audiovizuální mediální služby, jak pro televizní vysílání (tj. lineární audiovizuální služby), tak pro audiovizuální mediální služby na vyžádání (tj. nelineární audiovizuální mediální služby), alespoň základní stupeň koordinovaných pravidel.“

⁷ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/790 ze dne 17. 4. 2019 o autorském právu a právech s ním souvisejících na jednotném digitálním trhu a o změně směrnic 96/9/ES a 2001/29/ES.

⁸ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1128 ze dne 14. 6. 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.

se nicméně pohybují, jako každý jiný subjekt práva, v mnohem širším právním rámci, jenž je tvořen jak veřejnoprávními, tak soukromoprávními normami. Do tohoto právního rámce lze zařadit zejména následující předpisy⁹:

- zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, ve znění pozdějších předpisů;
- zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů;
- zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů;
- zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, ve znění pozdějších předpisů;
- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů;
- zákon č. 110/2019 Sb., o zpracování osobních údajů;
- zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů (především § 3 odst. 1 písm. l) a § 3a odst. 4);
- zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizi, ve znění pozdějších předpisů (především § 27);
- zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, ve znění pozdějších předpisů;
- zákon č. 141/1961 Sb., trestní řád, ve znění pozdějších předpisů (především § 8a až § 8d);
- zákon č. 218/2003 Sb., o soudnictví ve věcech mládeže, ve znění pozdějších předpisů (především § 52 až § 54);
- Listina základních práv a svobod (především čl. 17).

1.2. Co je to audiovizuální mediální služba na vyžádání?

Legální definice klíčového pojmu této práce se nachází v § 2 odst. 1 písm. a) zákona o službách na vyžádání. Audiovizuální mediální služba na vyžádání je zákonem definována jako „*služba informační společnosti, za kterou má redakční odpovědnost poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání a jejímž hlavním účelem nebo hlavním účelem její oddělitelné části je poskytování pořadů veřejnosti za účelem informování, zábavy nebo vzdělávání, a která umožňuje sledování pořadů v okamžiku zvoleném uživatelem a na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání*“.

Zákon tuto pozitivní definici doplňuje v § 2 odst. 2 o definici negativní, pomocí níž stanovuje, co se naopak za službu na vyžádání nepovažuje: „*a) služba, která nemá povahu*

⁹ Srov. Přehled právních předpisů důležitých pro audiovizuální mediální služby na vyžádání v: WÜNSCHOVÁ PUJMANOVÁ, Alexandra a kolektiv. Audiovizuální zákon s komentářem. Praha: Linde Praha a. s., 2012. s. 15.

činnosti především hospodářské nebo která nesoutěží s televizním vysíláním, b) služba, která není určena k příjmu veřejností, c) služba, jejímž hlavním účelem není poskytování pořadů, nebo d) služba, kterou nemůže přímo nebo nepřímo přijímat veřejnost v žádném členském státě Evropské unie prostřednictvím zařízení technicky způsobilého k individuálně volitelné reprodukci audiovizuální mediální služby na vyžádání, které je dostupné v obchodní síti.“

Z kombinace uvedené pozitivní a negativní definice služby na vyžádání vyplývají následující pojmové znaky, z nichž bude každý dále podrobně popsán:

- a) služba informační společnosti,
- b) redakční odpovědnost poskytovatele a sestavování katalogu pořadů,
- c) poskytování pořadů za účelem informování, zábavy nebo vzdělávání,
- d) veřejnost služby,
- e) nelineárnost služby,
- f) konkurenceschopnost ve vztahu k televiznímu vysílání,
- g) převážně hospodářský charakter služby,
- h) faktická možnost veřejnosti službu přijímat v technickém smyslu slova.

Službu informační společnosti definuje § 2 písm. a) zákona o některých službách informační společnosti. Rozumí se jí jakákoliv služba, která (1.) je poskytována elektronickými prostředky, (2.) na základě individuální elektronické žádosti uživatele a (3.) zpravidla za úplat. Poskytování služby elektronickými prostředky znamená, že je služba odeslána prostřednictvím libovolné sítě elektronických komunikací¹⁰ a přijata prostřednictvím elektronického zařízení pro ukládání dat. Nejčastěji se k poskytování služeb na vyžádání bezesporu využívá internet, nicméně v seznamu poskytovatelů těchto služeb¹¹ jsou uvedené i další sítě elektronických komunikací, jež poskytovatelé využívají (například kabelové rozvody). Individuální elektronickou žádostí uživatele může být vepsání URL adresy do prohlížeče, odeslání e-mailu, sms nebo prostý klik na konkrétní pořad, který chce uživatel shlédnout. O hospodářském charakteru služby bude pojednáno níže, jelikož se jedná o samostatný pojmový znak služby na vyžádání.

Redakční odpovědností se podle § 2 odst. 1 písm. c) zákona o službách na vyžádání rozumí „výkon rozhodujícího vlivu na výběr pořadů a jejich uspořádání v katalogu pořadů“. Podle důvodové zprávy schází znak redakční odpovědnosti tam, kde existuje pouze online

¹⁰ Viz legální definici pojmu v § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, ve znění pozdějších předpisů.

¹¹ Seznam poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání usazených nebo považovaných za usazené v České republice vede RRTV a je veřejně dostupný na jejím webu: <https://www.rtv.cz/cz/static/prehledy/povinne-zverejnovane-seznamy.htm>.

databáze, která nemá katalog pořadů.¹² Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „RRTV“) vydala právní stanovisko k výkladu pojmu „katalog pořadů“, podle něhož se jím rozumí „*uspořádání jednotlivých pořadů do kategorií podle obsahových kritérií, typicky podle žánrů, zatímco pouhá databáze pořadů (např. jejich řazení jen podle data premiéry nebo jen podle abecedy) tyto znaky nespĺňuje*“.¹³ Ze stanoviska vyplývá, že platforma, která obsahuje pouhý vyhledávač pořadů zaznamenaných v databázi, aniž by poskytovatel služby prováděl určitou systematizaci srovnatelnou s vytvářením televizního programu, není službou na vyžádání. Redakční odpovědnost sama o sobě neznamená právní odpovědnost za obsah vysílání a nelze ji s ní zaměňovat. Můžeme nicméně konstatovat, že odpovědnost za obsah vysílání na redakční odpovědnost navazuje, a to jak v rovině soukromoprávní (například nároky vycházející z osobnostních práv), tak v rovině veřejnoprávní (například odpovědnost za plnění povinností dle zákona o službách na vyžádání).¹⁴ V případě absence redakční odpovědnosti by se poskytovatel služby informační společnosti za splnění dalších zákonných podmínek mohl dostat do režimu tzv. bezpečného přístavu podle § 5 zákona o některých službách informační společnosti, kdy by za obsah ukládaných informací neodpovídal (samozřejmě by se už nejednalo o službu na vyžádání a zároveň by se muselo jednat o otevřenou platformu typu UGC). Redakční odpovědnost je také znakem, který službu na vyžádání odlišuje od služby platformy pro sdílení videonahrávek¹⁵, neboť u této služby absentuje. Naopak, tento pojmový znak má poskytovatel služby na vyžádání společný s provozovatelem rozhlasového a televizního vysílání¹⁶, který vykonává redakční odpovědnost za toto vysílání a sestavuje televizní program.

Pořadem je podle § 2 odst. 1 písm. b) zákona o službách na vyžádání „*pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která bez ohledu na svou délku představuje jednotlivou položku v katalogu pořadů a jejíž podoba a obsah jsou srovnatelné s podobou a obsahem televizního vysílání*“. Zákon dále obsahuje demonstrativní výčet pořadů, mezi nimiž uvádí například celovečerní film, videoklip, dokumentární pořad atd. Důležitým znakem je paralela s televizním vysíláním, podle níž lze usuzovat, že pořadem nebudou vystřižené scény z filmů nebo videa obsahující tzv. virální výzvy, které se šíří na sociálních sítích, neboť tyto tvoří běžný

¹² Důvodová zpráva k zákonu č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání) ze dne 17. 8. 2009. Sněmovní tisk č. 894/0. [online]. [cit. 28. 5. 2023]. Dostupné z: <https://psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=5&CT=894&CT1=0>.

¹³ Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Právní stanovisko k výkladu pojmu „katalog pořadů sestavovaný poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání“. [online]. 3. 8. 2010. [cit. 28. 5. 2023]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/pravni-stanoviska/STANOVISKO_KATALOG.pdf.

¹⁴ CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr a URBÁNEK, Jiří. *Mediální právo. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2019. s. 200.

¹⁵ Viz legální definici pojmu v § 2 odst. 1 písm. a) zákona o službách platform pro sdílení videonahrávek.

¹⁶ Viz legální definici pojmu v § 2 odst. 1 písm. g) zákona o provozování vysílání.

obsah televizního vysílání. Hlavním účelem služby nebo její oddělitelné části má být informování, zábava nebo vzdělávání. Z toho vyplývá, že videa určená k pouhé propagaci určitého produktu nemohou být hlavním obsahem služby. To ovšem nevylučuje, aby taková videa pořadům předcházela nebo v nich byla přímo obsažena.

Veřejnost služby znamená, že okruh uživatelů služby není předem vymezen, resp. že každý má možnost stát se uživatelem, třebaže je k tomu zapotřebí zaplatit určitý poplatek nebo vlastnit speciální zařízení. Veřejnost je rovněž definičním znakem pro televizní vysílání. Nejvyšší správní soud v této souvislosti judikoval, že „*pojmem „veřejnosti“ je zde nutné chápat tak, že služba je otevřena všem zákazníkům, kteří o ni projeví zájem a splní kvalifikační předpoklady, tj. opatří si odpovídající přístroj a zaplatí poplatek, nicméně splnění těchto předpokladů záleží výlučně na jejich rozhodnutí*“.¹⁷

Nelineárnost služby je hlavním diferenčním znakem služby na vyžádání ve vztahu k televiznímu vysílání. Směrnice 2010/13/EU podle tohoto znaku rozděluje audiovizuální mediální služby do dvou skupin – na služby lineární (televizní vysílání) a služby nelineární (služby na vyžádání). Lineárnost se v tomto kontextu vykládá jako simultánnost, tj. možnost sledovat pořad výlučně v čase určeném provozovatelem vysílání a na základě programové skladby ním vytvořené. Nelineárnost naopak umožňuje divákovi spustit pořad z katalogu pořadů v libovolném čase a na jeho individuální žádost.

Konkurenceschopnost ve vztahu k televiznímu vysílání znamená, že služba na vyžádání je v soutěžném postavení k televiznímu vysílání – má schopnost mu účinně konkurovat. V rámci teorie spotřebitele bychom tyto dvě služby mohli označit za substituty. Pokud služba informační společnosti není potenciálně schopna „přebírat“ televiznímu vysílání diváky, nejedná se o službu na vyžádání.¹⁸ Jak je výše uvedeno, právě konkurenční vztah k televiznímu vysílání byl jedním z hlavních důvodů regulace služeb na vyžádání – je proto zřejmé, že regulaci nebudou podléhat služby, které s televizním vysíláním nesoutěží.

Hospodářský charakter služby znamená, že poskytovatelé službu nabízí zejména za účelem vlastního zisku, tj. uskutečňují určitý podnikatelský záměr. Při interpretaci této podmínky lze vycházet z rozsudku Soudního dvora Evropské unie (dále jen „SDEU“) ze dne 11. 9. 2014 ve věci C-291/13¹⁹, v němž SDEU provedl výklad pojmu „služba informační společnosti“

¹⁷ Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 29. 8. 2007, čj. 1 As 3/2007-83.

¹⁸ POUPEŘOVÁ, Olga. Audiovizuální mediální služby na vyžádání. *Právní rozhledy* [online]. Praha: C. H. Beck, 2011, č. 10 s. 350-356. [cit. 28. 5. 2023]. ISSN 1210-6410. Dostupné online v systému Beck-online.

¹⁹ Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 11. 9. 2014, Papasavvas, C-291/13, ECLI:EU:C:2014:2209.

ve smyslu směrnice 2000/31/ES²⁰, jehož definičním znakem je mimo jiné úplatnost. Podle SDEU služba informační společnosti „zahrnuje služby poskytování informací na internetu, za něž poskytovatel nepobírá odměnu od příjemce, ale jsou financovány z příjmů plynoucích z reklamy šířené na internetové stránce“. Za služby na vyžádání se tedy považují i takové služby, jež adresáti přijímají od poskytovatele bezúplatně. Za předpokladu, že je služba financována z prostředků inzerentů, podmínku hospodářské povahy naplňuje. Poskytovatel může těžit jak z osobních údajů získávaných od uživatelů, tak z jejich pouhé přítomnosti (právě v kontextu následných peněžitých plnění získávaných od inzerentů).²¹ Platformy takto financované se někdy označují zkratkou AVOD (*ad-based video on demand*).

1.3. Kdo je to poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání?

Slovy zákona je poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání (dále také jen „poskytovatel“) „podnikající fyzická nebo právnická osoba, která určuje způsob organizace audiovizuální mediální služby na vyžádání a má za tuto službu redakční odpovědnost“.²²

Z definice vyplývá, že poskytovatelem může být pouze podnikatel. Podnikatelem je ten, „kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku“.²³ Podle nového občanského zákoníku (na rozdíl od předchozí úpravy) je tedy podnikatelem každý, kdo fakticky podniká. Pro postavení podnikatele není rozhodující věk ani schopnosti, ani skutečnost, zda dotčená osoba disponuje veřejnoprávním podnikatelským oprávněním či nikoli (třebaže podniká v rozporu s veřejným právem).²⁴ Podnikatelem je rovněž každá osoba zapsaná v obchodním rejstříku (na základě zákonné fikce) a každá osoba, která má živnostenské nebo jiné podnikatelské oprávnění (na základě vyvratitelné právní domněnky).²⁵

Získání živnostenského oprávnění sice není podmínkou pro poskytování služeb na vyžádání, ale zákon jeho existenci předpokládá.²⁶ Ode dne vzniku živnostenského oprávnění počíná běžet třicetidenní lhůta pro zaslání oznámení o zahájení činnosti za účelem evidence poskytovatele v seznamu, který vede RRTV. Zákon je v tomto ohledu problematický,

²⁰ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. 6. 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu.

²¹ MAISNER, Martin. *Zákon o některých službách informační společnosti. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2016. s. 8.

²² § 2 odst. 1 písm. d) zákona o službách na vyžádání.

²³ § 420 odst. 1 občanského zákoníku.

²⁴ ČERNÁ, Stanislava, ŠTENGLOVÁ, Ivana, PELIKÁNOVÁ, Irena, DĚDIČ, Jan a kolektiv. *Obchodní právo – podnikatel, podnikání, závazky s účastí podnikatele*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016. s. 58.

²⁵ § 421 občanského zákoníku.

²⁶ § 5 odst. 1 zákona o službách na vyžádání.

neboť živnostenské oprávnění může vzniknout dlouho předtím, než osoba vůbec pojme úmysl předmětné služby poskytovat.²⁷ Nesplnění oznamovací povinnosti je přestupkem²⁸, což může být za uvedených podmínek poněkud přísné. V každém případě bude poskytování služeb na vyžádání živností volnou, tj. předmětem podnikání bude *výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona* (obor činnosti č. 15 – *výroba, rozmnožování, distribuce, prodej, pronájem zvukových a zvukově-obrazových záznamů a výroba nenahraných nosičů údajů a záznamů*).²⁹

Dalšími pojmovými znaky poskytovatele jsou redakční odpovědnost a určování způsobu organizace služby na vyžádání (pro výklad pojmů viz předchozí podkapitola). Nemusí to být přímo poskytovatel, kdo fakticky organizuje běžný provoz služby nebo sestavuje katalog pořadů. Skutečnost, že si poskytovatel k zajištění těchto služeb objednal subdodavatele jej nezbavuje postavení poskytovatele ani redakční odpovědnosti. Rovněž není rozhodující, zda poskytovatel provozuje službu na vlastní nebo cizí doméně (například v seznamu poskytovatelů jsou k nalezení i služby provozované na platformě YouTube).³⁰

Osobní působnost zákona o službách na vyžádání je stanovena v souladu se zásadou země původu, která je stěžejním principem směrnice 2010/13/EU. Podle této zásady má každý poskytovatel služby na vyžádání podléhat pravomoci pouze jednoho členského státu, přičemž jurisdikčním kritériem je místo usazení. Zákon o provozování vysílání výslovně uvádí, že do jeho působnosti spadají provozovatelé vysílání ze zákona, tj. Česká televize a Český rozhlas. Zákon o službách na vyžádání tuto úpravu nepřevzal, i když by to z hlediska právní jistoty bylo žádoucí. Poskytování služeb na vyžádání v podobě iVysílání je jedním ze způsobů, kterým Česká televize naplňuje veřejnou službu.³¹ Není však zcela jednoznačné, zda iVysílání naplňuje všechny pojmové znaky služby na vyžádání. Pochybnosti vyvolává především podmínka hospodářského charakteru služby a předpoklad existence živnostenského oprávnění.³² Navzdory pochybnostem je iVysílání České televize fakticky zapsáno v seznamu poskytovatelů, proto lze konstatovat, že i tato služba spadá do působnosti zákona o službách na vyžádání.

²⁷ WÜNSCHOVÁ PUJMANOVÁ, Alexandra a kolektiv. *Audiovizuální zákon s komentářem*. Praha: Linde Praha a. s., 2012. s. 41.

²⁸ § 12 odst. 1 písm. a) zákona o službách na vyžádání.

²⁹ CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr a URBÁNEK, Jiří. *Mediální právo. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2019. s. 200.

³⁰ WÜNSCHOVÁ PUJMANOVÁ, Alexandra a kolektiv. *Audiovizuální zákon s komentářem*. Praha: Linde Praha a. s., 2012. s. 27.

³¹ § 3 odst. 1 písm. l) zákona České národní rady č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů.

³² CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr a URBÁNEK, Jiří. *Mediální právo. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2019. s. 207-208.

Seznam poskytovatelů služeb na vyžádání vede a aktualizuje RRTV. V seznamu eviduje pouze poskytovatele, kteří spadají do jurisdikce České republiky, tj. jsou usazeni nebo se považují za usazené v České republice. Seznam je uveřejněn na internetových stránkách RRTV v sekci povinně zveřejňovaných seznamů³³. Každý do něj může nahlížet a pořizovat si z něj výpisy či opisy. RRTV má povinnost předávat všechny aktualizace seznamu Evropské komisi za účelem vedení centralizované databáze. Tato databáze, kterou vede Evropská audiovizuální observatoř (EAO), se označuje zkratkou MAVISE a obsahuje údaje o všech audiovizuálních mediálních službách (vč. televizního vysílání a platform pro sdílení videonahrávek) spadajících pod jurisdikci členských států Evropské unie. Databáze je veřejně dostupná online na internetových stránkách EAO.³⁴

Poskytovatelé jsou povinni doručit RRTV oznámení o zahájení činnosti, které musí obsahovat údaje vypočtené v § 5 odst. 1 zákona o službách na vyžádání, tj. název, sídlo, identifikační číslo, kontaktní údaje, údaje o zápisu ve veřejném rejstříku, den zahájení poskytování služby, skutečnost zakládající českou jurisdikci, identifikaci sítě elektronických komunikací a konkrétní adresu internetových stránek. V případě, že jsou údaje v oznámení úplné, RRTV provede do třiceti dnů zápis do seznamu a poskytovateli o tom zašle potvrzení. Na rozdíl od provozování televizního vysílání se k poskytování služeb na vyžádání nevyžaduje licence ani žádné jiné povolení či oprávnění. Poskytovatelé tohoto typu služby podléhají pouze evidenci RRTV.

³³ Seznam je dostupný zde: <https://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/povinne-zverejnovane-seznamy.htm>.

³⁴ Databáze MAVISE je dostupná v odkazu zde: <http://mavise.obs.coe.int>.

2. Povinnosti poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání

Stěžejní částí zákona o službách na vyžádání je výčet povinností, které musí poskytovatelé plnit ve vztahu k obsahu služby nebo způsobu jejího poskytování, a to buď vůči uživatelům nebo vůči RRTV jakožto orgánu dozoru. Základní povinnosti, jež budou blíže popsány v podkapitole 2.1., stanoví § 6 zákona o službách na vyžádání. Zvláště jsou pak upraveny povinnosti vůči nezletilým (§ 6a) a osobám se sluchovým a zrakovým postižením (§ 6b), jejichž společný přehled přináší podkapitola 2.2. Poskytovatelé jsou dále povinni plnit určité kvóty za účelem podpory evropské tvorby (§ 7) – pravidla s tím související (vč. jejich nedostatků) vykládá podkapitola 2.3. V neposlední řadě se na poskytovatele vztahují i povinnosti, omezení a zákazy týkající se šíření audiovizuálních obchodních sdělení – tato problematika však bude předmětem samostatné třetí kapitoly.

2.1. Základní povinnosti

Základní povinnosti poskytovatele služby na vyžádání můžeme pro přehlednost rozdělit do tří kategorií na povinnosti (1) informační, (2) archivační a (3) povinnost zamezit škodlivému obsahu služby.

Informační povinnost musí poskytovatel plnit jak vůči veřejnosti, tak vůči RRTV. Veřejnosti je povinen poskytnout snadný, přímý a trvalý přístup alespoň ke svým základním identifikačním a kontaktním údajům a také k informaci o tom, že se jeho činnost řídí právním řádem České republiky a správní dozor vykonává RRTV.³⁵ Poskytovatel je dále povinen informovat RRTV o zahájení své činnosti nebo o jakékoli změně skutečností, které by měly vliv na změnu jurisdikce.³⁶ Dále je povinen na žádost RRTV poskytnout veškeré informace, které RRTV potřebuje k plnění mezinárodních závazků.³⁷

V rámci archivačních povinností musí poskytovatel uchovávat záznamy všech pořadů a obchodních sdělení, která pořady doprovázela nebo do nich byla zahrnuta a v rámci služby na vyžádání šířena, a to po dobu alespoň třicet dní ode dne ukončení poskytování konkrétního pořadu nebo šíření konkrétního obchodního sdělení. Na výzvu RRTV je poskytovatel povinen takovéto záznamy zapůjčit. Pokud bylo ve vztahu k určitému pořadu nebo obchodnímu sdělení

³⁵ § 6 odst. 1 zákona o službách na vyžádání.

³⁶ § 5 odst. 1 ve spojení s § 6 odst. 6 zákona o službách na vyžádání.

³⁷ § 6 odst. 5 zákona o službách na vyžádání.

zahájeno řízení před orgánem veřejné moci, poskytovatel musí záznam takového pořadu nebo obchodního sdělení uchovat až do pravomocného rozhodnutí ve věci.³⁸

Ve vztahu k obsahu služby má poskytovatel povinnost zajistit, že služba nebude obsahovat podprahová sdělení a nebude podněcovat k násilí, nenávisti nebo ke spáchání teroristického trestného činu.³⁹

2.2. Ochrana nezletilých a povinnosti vůči osobám se sluchovým a zrakovým postižením

Poslední novela zákona o službách na vyžádání přinesla po vzoru směrnice (EU) 2018/1808 zpřísnění pravidel pro ochranu nezletilých osob. Pravidla se nově vztahují ke všem pořadům, které mohou narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj nezletilých osob.⁴⁰ Nemusí se tedy jednat o způsobilost vážně narušit tento vývoj, jak to bylo u předchozí úpravy. Zákon za takovéto pořady demonstrativně označuje pornografii nebo hrubé samoučelné násilí. Poskytovatel má ve vztahu k rizikovým pořadům povinnost zajistit volbou vhodných opatření, aby je nezletilé osoby neměly možnost za běžných okolností vidět nebo slyšet. Za vhodná opatření se dle zákona považují nástroje pro ověřování věku a jiná technická opatření způsobilá zamezit nezletilým přístup k těmto pořadům. RRTV k této otázce vydala právní stanovisko, v němž považuje za dostačující použití tzv. kvalifikovaného disclaimeru.⁴¹ Přívlastek „kvalifikovaný“ znamená, že kromě informační funkce má plnit i funkci zabezpečovací. Musí tedy splňovat dva požadavky – (1) poskytnout dostatečné informace o potenciálně závadném obsahu a (2) obsahovat určitý zabezpečovací nástroj (například povinnost zadat datum narození). Osobní údaje nezletilých, které poskytovatel služby tímto způsobem získá, nesmí použít za účelem profilování nezletilých nebo pro obchodní či marketingové účely.⁴²

Ve vztahu k osobám se sluchovým postižením má poskytovatel povinnost zajistit k pořadu otevřené nebo skryté titulky, případně tlumočení do českého znakového jazyka a ve vztahu k osobám se zrakovým postižením audiopopis. Základním nedostatkem je, že tato povinnost dopadá na poskytovatele pouze „tam, kde je to účelné“.⁴³ Takto vágní formulace zákona přináší

³⁸ § 6 odst. 3 a 4 zákona o službách na vyžádání.

³⁹ § 6 odst. 2 ve spojení s odst. 7 zákona o službách na vyžádání.

⁴⁰ § 6a odst. 1 písm. a) zákona o službách na vyžádání.

⁴¹ Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Právní stanovisko ve věci kvalifikovaného disclaimeru. [online]. 19. 10. 2010. [cit. 13. 6. 2023]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/pravni-stanoviska/STANOVISKO_DISCLAIMER.pdf

⁴² § 6a odst. 2 zákona o službách na vyžádání.

⁴³ § 6b odst. 1 zákona o službách na vyžádání.

poskytovatelům široký prostor pro uvážení a handicapovaným osobám ztížené podmínky pro vymahatelnost svých práv.

Novela zákona o službách na vyžádání z roku 2022 se dotkla i této oblasti a nově poskytovatelům uložila povinnost každoročně zpracovávat tzv. akční plán zpřístupňování nabízených pořadů pro osoby se sluchovým postižením a osoby se zrakovým postižením.⁴⁴ Tento dokument je ve své podstatě autoregulačním nástrojem – poskytovatel v něm zaváže sám sebe k navýšení celkového podílu pořadů dostupných pro osoby se sluchovým a zrakovým postižením oproti předchozímu rozhodnému období. Akční plán sice musí vznikat v součinnosti s organizacemi sdružujícími osoby se sluchovým postižením⁴⁵ a osoby se zrakovým postižením⁴⁶, nicméně jejich hlas je v tomto procesu *de facto* poradní. Takto vyhotovený akční plán poskytovatel předloží RRTV a následně po skončení rozhodného období (v délce 1 roku) předloží RRTV správu obsahující vyhodnocení jeho plnění.

Výše popsaná novela zákona byla v tomto znění, toho času ještě jako vládní návrh zákona, kritizována nejen ze strany organizací sdružujících sluchově postižené osoby, ale vysloužila si i negativní stanovisko zástupkyně veřejného ochránce práv.⁴⁷ Ta vyjádřila obavy ze zhoršení právní vymahatelnosti přístupnosti služeb audiovizuálního obsahu a z porušování Úmluvy OSN o právech osob se zdravotním postižením. Negativně hodnotila způsob přijímání zákona a jeho nejasný výklad, jenž ponechává na uvážení poskytovatelů, z čeho se počítá navyšování přístupného obsahu a jaká rychlost meziročního navyšování přístupného obsahu je adekvátní. Podíl přístupného obsahu se navíc vztahuje k pořadům, nikoli k celkové stopáži vysílaných pořadů. Ministerstvo kultury (gestor vládního návrhu zákona) se kritice bránilo s argumentem, že muselo zvolit cestu tzv. minimalistické transpozice, a to z důvodu krátké transpoziční lhůty směrnice (EU) 2018/1808.⁴⁸ V současnosti ministerstvo připravuje novelu zákona o audiovizi⁴⁹, což vytváří další prostor pro prosazení práv osob se sluchovým a osob se zrakovým postižením.

⁴⁴ § 6b odst. 2 zákona o službách na vyžádání.

⁴⁵ V České republice je to Asociace organizací neslyšících, nedoslýchavých a jejich přátel (ASNEP).

⁴⁶ V České republice je to Sjednocená organizace nevidomých a slabozrakých České republiky (SONS).

⁴⁷ Veřejný ochránce práv. Stanovisko zástupkyně veřejného ochránce práv k vládnímu návrhu zákona o službách platform pro sdílení videonahrávek. [online]. 3. 6. 2021. [cit. 25. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.ochrance.cz/uploads-import/ESO/Stanovisko%20final.pdf>.

⁴⁸ Úřad vlády České republiky – Oddělení sekretariátu Vládního výboru pro osoby se zdravotním postižením. Zápis ze zasedání Vládního výboru pro osoby se zdravotním postižením (VVOZP) ze dne 17. 9. 2020. [online] 17. 9. 2020. [cit. 25. 6. 2023]. Dostupný z: <https://www.vlada.cz/assets/ppov/vvozp/zasedani-vyboru/zapis-VVOZP-17-09-2020.pdf>.

⁴⁹ Ministerstvo kultury. *V Nostickém paláci se poprvé sešla poradní skupina pro transformaci Státního fondu kinematografie na Státní fond audiovize* [online]. 13. 1. 2023 [cit. 11. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/novinky-a-media-cs-4/5081cs-vnostickem-palaci-se-poprve-sesla-poradni-skupina-pro-transformaci-statniho-fondu-kinematografie-na-statni-fond-audiovize>.

2.3. Podpora evropské tvorby

V současné době je podpora v oblasti evropské tvorby jednou z nejdiskutovanějších částí zákona o službách na vyžádání. Dlouho očekávanou novelu této části, jež vstoupila v účinnost 15. září 2022, přinesl zákon o službách platform pro sdílení videonahrávek. Novela navýšila kvótu pro evropská díla v nabídce pořadů z původních 10 % na 30 %. To znamená, že poskytovatelé musí po vzoru evropské směrnice zajistit alespoň 30 % podíl evropské tvorby na celkové skladbě nabízených pořadů.⁵⁰ Výjimkou jsou zpravodajské pořady, záznamy sportovních utkání a soutěže, které se pro účely výpočtu do celkové skladby nabízených pořadů nezapočítávají. Poskytovatelé jsou navíc povinni evropské pořady tzv. „zvýraznit“. Podle recitálu 35 směrnice (EU) 2018/1808 to lze zajistit například prostřednictvím zvláštní části vyhrazené výlučně pro evropská díla nebo pomocí bannerů či podobných nástrojů. Specifikaci evropského díla obsahuje § 46 zákona o provozování vysílání. Relevantním obdobím pro výpočet minimálního podílu je kalendářní rok. Poskytovatelé jsou povinni do třiceti dní po jeho skončení předložit RRTV zprávu o plnění uvedené povinnosti. Nedodržení kvóty nebo nepředložení zprávy je přestupkem podle zákona o službách na vyžádání a RRTV za něj může uložit pokutu až do výše 1 000 000 Kč (po předchozí výzvě k nápravě).

Povinnost zajistit minimální podíl evropských děl se netýká poskytovatelů, jejichž podíl na trhu není významný, tj. vykazují nízký obrat nebo nízkou sledovanost. K výkladu pojmů nízký obrat a nízká sledovanost vydala Evropská komise sdělení 2020/C 223/03⁵¹, na nějž odkazuje i zákon o službách na vyžádání. Výjimka pro menší subjekty byla zakotvena, aby se nebránilo novým hráčům vstoupit na trh a aby nedošlo k narušení jeho rozvoje.⁵² Kvóty se netýkají ani subjektů, u nichž by plnění popsané povinnosti bylo neproveditelné nebo neodůvodněné vzhledem k jejich povaze či tematickému zaměření (například čistě zpravodajské platformy).

Z řad filmových producentů a distributorů se po přijetí novely, která transponovala směrnici (EU) 2018/1808, ozývalo zklamání. Důvodem byla nedostatečná transpozice té části směrnice, která umožňuje členským státům vybírat od poskytovatelů služeb na vyžádání příspěvky

⁵⁰ Pro srovnání je vhodné uvést, že provozovatelé televizního vysílání musí pro evropská díla vyhradit nadpoloviční většinu vysílacího času a z toho 10 % má být vyrobeno nezávislými producenty, tj. ne samotným provozovatelem. Z takto vymezeného 10 % podílu má být 10 % vyhrazeno pro díla, které nejsou starší než 5 let. Povinnosti týkající se podpory nezávislé tvorby může provozovatel vysílání alternativně plnit i tím, že část programového rozpočtu vynaloží na výrobu nebo nákup nezávislých evropských děl (§ 42 a násl. zákona o provozování vysílání). Na poskytovatele platform pro sdílení videonahrávek žádné podobné povinnosti nedopadají.

⁵¹ Evropská komise. Sdělení Komise (2020/C 223/03): Pokyny podle čl. 13 odst. 7 směrnice o audiovizuálních mediálních službách týkající se výpočtu podílu evropských děl v katalogích služeb na vyžádání a definice nízké sledovanosti a nízkého obratu. [online]. 7. 7. 2020. [cit. 11. 6. 2023]. Dostupné z: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)&from=CS](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707(03)&from=CS).

⁵² Srov. recitál 40 směrnice (EU) 2018/1808.

na lokální filmovou tvorbu (například ve formě přímých investic do evropské tvorby nebo odvodů do vnitrostátních fondů). Členský stát může podle směrnice uložit finanční povinnosti nejen usazeným poskytovatelům, ale i těm, kteří nespádají do jeho jurisdikce, pokud svou činnost zaměřují na diváky tohoto státu (*targeted countries*).⁵³ V praxi by se tímto způsobem v České republice docílilo, aby „streamovací giganti“ jako Netflix (CZ) či Disney+ (Czech Republic), přispívali na tuzemskou filmovou tvorbu, i když jsou usazeni v Nizozemsku. Tímto způsobem by se mohl dorovnat úbytek příjmů z klesající návštěvnosti kin, které se producenti v souvislosti s fungováním streamovacích platforem v současnosti obávají.⁵⁴ Nový zákon o službách platforem pro sdílení videonahrávek tyto povinnosti i přes očekávání filmových tvůrců nezakotvil. Změnu by mohla přinést novela zákona o audiovizi, kterou připravuje Ministerstvo kultury. Její součástí má být mimo jiné transformace Státního fondu kinematografie na Státní fond audiovize, jíž chce ministerstvo reagovat na proměnu audiovizuálního trhu.⁵⁵

Současná poplatková povinnost dopadaná pouze na poskytovatele služeb na vyžádání, kteří jsou zapsáni v seznamu vedeném RRTV. Takto registrované subjekty musí odvádět jeden z audiovizuálních poplatků podle zákona o audiovizi – poplatek z poskytování audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání.⁵⁶ Předmětem poplatku je cena, kterou koncový uživatel služby platí poskytovateli a sazba poplatku činí 0,5 %. Poplatek se odvádí Státnímu fondu kinematografie a hledí se na něj jako na druh daně. Na správu a výběr poplatku se vztahuje zákon č. 280/2009 Sb., daňový řád, ve znění pozdějších předpisů.⁵⁷ Pro úplnost je vhodné uvést, že poskytovatel služby na vyžádání neodvádí, na rozdíl od provozovatele televizního vysílání, poplatek z vysílání reklamy.⁵⁸

⁵³ Čl. 1 odst. 18 směrnice (EU) 2018/1808.

⁵⁴ Advokátní deník. Zákon o audiovizi umožní odvody streamovacích společností pro film. *Advokátní deník* [online]. Praha: Česká advokátní komora. 10. 6. 2022. [cit. 11. 6. 2023]. ISSN 2571-3558. Dostupné z: <https://advokatnidenik.cz/2022/06/10/zakon-o-audiovizi-umozni-odvody-streamovacich-spolecnosti-pro-cesky-film/>.

⁵⁵ Ministerstvo kultury. *V Nostickém paláci se poprvé sešla poradní skupina pro transformaci Státního fondu kinematografie na Státní fond audiovize* [online]. 13. 1. 2023 [cit. 11. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/novinky-a-media-cs-4/5081cs-vnostickem-palaci-se-poprve-sesla-poradni-skupina-pro-transformaci-statniho-fondu-kinematografie-na-statni-fond-audiovize>.

⁵⁶ § 27 zákona o audiovizi.

⁵⁷ Státní fond kinematografie. Metodický pokyn (výklad) k poplatkům z poskytování audiovizuálních služeb na vyžádání v kontextu poplatkové povinnosti zákona č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů, zákona č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, a zákona č. 231/2001 Sb., o rozhlasovém a televizním vysílání [online]. [cit. 11. 6. 2023]. Dostupné z: [https://fondkinematografie.cz/metodicky-pokyn-\(vyklad\).html](https://fondkinematografie.cz/metodicky-pokyn-(vyklad).html).

⁵⁸ § 28a odst. 1 zákona o audiovizi, *a contrario*.

3. Šíření audiovizuálních obchodních sdělení

Marketing má v soudobém mediálním prostoru nezastupitelnou roli. Od televizních obrazovek a tištěných periodik se lidé přesunuli do online prostoru. Internet se stal zdrojem obrovských příjmů všech hráčů na reklamním trhu – od podnikatelů propagujících svoje produkty, přes reklamní agentury až po samotné online platformy, pro které je reklama často jediným zdrojem příjmu. Z reklamy mohou ovšem těžit i spotřebitelé, kteří se díky propagaci určitého produktu dozvědí o jeho existenci. Na druhou stranu, jsou to právě spotřebitelé, kteří mohou být zlou reklamní kampaní nejvíce poškozeni, a to jak finančně, tak i mravnostně. Příkladem může být nejzákeřnější (a proto zakázaná) propagační technika – skrytá reklama. Ondřejová v tomto kontextu uvádí: „*Jsou-li [...] reklamní techniky pro spotřebitele skryté, avšak na jeho vědomí aktivně marketingově působí, vzniká tak nebezpečný nástroj deformující svobodnou vůli spotřebitele rozhodnout se při svém spotřebitelském výběru, neboť neví-li spotřebitel o tom, že je ovlivňován právě reklamou, přistupuje k takové informaci nikoliv s určitou nadsázkou či sníženou (event. zcela absentující) důvěrou v pravdivost superlativního sdělení, ale naopak může na sebe nechat „slepě“ působit konkrétní informaci a tuto zpracovat jako objektivní sdělení bez vlastní korekce.*“⁵⁹

Rizika, která s sebou reklama přináší, vedly zákonodárce k přijetí veřejnoprávní regulace. Pro oblast reklamy na online streamovacích platformách jsou klíčové tři základní předpisy – zákon o službách na vyžádání, zákon o regulaci reklamy a zákon o ochraně spotřebitele. První dva jsou ve vztahu speciality, přičemž zákon o regulaci reklamy se použije subsidiárně, pokud zákon o službách na vyžádání nestanoví jinak.⁶⁰ Vedle nich stojí zákon o ochraně spotřebitele, který upravuje zákaz nekalých obchodních praktik. Kromě toho se aplikují i některá přímo použitelná nařízení Evropské unie (nařízení (ES) č. 1924/2006⁶¹ nebo nařízení (EU) č. 1169/2011⁶²). Na tuto právní úpravu navazuje soubor uznávaných etických pravidel obsažených v Kodexu reklamy, jenž vydal samoregulační orgán Rada pro reklamu v roce 2013 (samoregulace v oblasti reklamy je blíže popsána v následující kapitole).

⁵⁹ ONDREJOVÁ, Dana. „Product placement“ aneb evropská výzva pro českého zákonodárce. *Právní rozhledy* [online]. Praha: C. H. Beck, 2009, č. 2, s. 48-52. [cit. 29. 6. 2023]. ISSN 1210-6410. Dostupné online v systému Beck-online.

⁶⁰ § 17 zákona o službách na vyžádání.

⁶¹ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 ze dne 20. 12. 2006 o výživových a zdravotních tvrzeních při označování potravin.

⁶² Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 ze dne 25. 10. 2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a (ES) č. 1925/2006 a o zrušení směrnice Komise 87/250/EHS, směrnice Rady 90/496/EHS, směrnice Komise 1999/10/ES, směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES, směrnice Komise 2002/67/ES a 2008/5/ES a nařízení Komise (ES) č. 608/2004.

Zákon o službách na vyžádání užívá pro všechny formy marketingové propagace v rámci služeb na vyžádání zastřešující pojem – audiovizuální obchodní sdělení. Podle legální definice se ním rozumí „obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která je určena k přímé nebo nepřímé propagaci zboží nebo služeb osoby vykonávající hospodářskou činnost, popřípadě jejího obrazu na veřejnosti, a která doprovází pořad nebo je do pořadu zahrnuta za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo za účelem vlastní propagace“.⁶³

V rámci stručné analýzy definice lze popsat tři základní pojmové znaky. V první řadě se musí jednat o obrazovou sekvenci (nikoli však pohyblivou), která je buď přímo součástí pořadu (například umístění produktu) nebo jej alespoň doprovází (tzv. pre roll, mid roll nebo post roll videoreklamy⁶⁴). Pokud reklama s pořadem jako takovým nesouvisí, pouze se zobrazuje na internetové stránce poskytovatele v podobě různých bannerů nebo vyskakovacích oken, nejedná se o audiovizuální obchodní sdělení ve smyslu zákona o službách na vyžádání. Takováto reklama ovšem podléhá obecné regulaci v oblasti reklamního práva, a tedy i zákonu o regulaci reklamy.⁶⁵

Druhým definičním znakem je hospodářská povaha činnosti osoby, jejíž zboží, služby nebo obraz na veřejnosti obchodní sdělení přímo či nepřímo propaguje. Audiovizuálním obchodním sdělením proto nebudou oznámení publikovaná ve veřejném zájmu ani propagace různých charitativních akcí či projektů.⁶⁶

Posledním znakem audiovizuálního obchodního sdělení je úplatnost nebo existence obdobné protihodnoty (s výjimkou případů vlastní propagace). Příkladem obdobné protihodnoty může být poskytnutí automobilu do losování o jeho výhru výměnou za uveřejnění sponzorského vzkazu. Běžnou praxí je i poskytnutí rekvizit do pořadu výměnou za umístění produktu. Z důkazního hlediska je požadavek úplatnosti problematický, neboť se orgánu dozoru těžce prokazuje. Nejvyšší správní soud k tomu zaujal stanovisko v rozsudku ze dne 28. 2. 2018, č. j. 7 As 59/2017-33, v němž se mimo jiné zabýval otázkou prokazování úplatnosti v rámci správního trestání ve věci nepatřičného zdůrazňování umístěvaného produktu. Soud dospěl k závěru, že nelze v řízení o přestupku rezignovat na případné uložení sankce jen z toho důvodu, že se orgánu dozoru nepodařilo prokázat naplnění kritéria úplatnosti. Není v možnostech ani působnosti správního orgánu zkoumat jednotlivé prvky soukromoprávního obchodního vztahu

⁶³ § 2 odst. 1 písm. e) zákona o službách na vyžádání.

⁶⁴ Sdružení pro internetový rozvoj v České republice (SPIR). *SPIR standardy online reklamy* [online]. Listopad 2015 [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.spir.cz/sites/default/files/spir-standardy-online-reklamy-2015.pdf>.

⁶⁵ WÜNSCHOVÁ PUJMANOVÁ, Alexandra a kolektiv. *Audiovizuální zákon s komentářem*. Praha: Linde Praha a. s., 2012. s. 27.

⁶⁶ Srov. recitál 31 směrnice 2010/13/EU.

mezi provozovatelem vysílání (eventuálně poskytovatelem služby na vyžádání) a dalším subjektem. Podle Nejvyššího správního soudu „úplatnost není nositelem jedinečnosti definovaného jevu“.⁶⁷

Poskytovatelé služeb na vyžádání nesou podle zákona o službách na vyžádání objektivní odpovědnost za to, aby do služby nebyla zařazena obchodní sdělení, která zákon výslovně zakazuje. Zakázanými jsou audiovizuální obchodní sdělení (1) skrytá⁶⁸, (2) týkající se tabákových výrobků a elektronických cigaret, (3) týkající se léčebných přípravků a postupů na předpis, (4) naznačující, že země původu je Česká republika, pokud nejsou splněny požadavky dané zvláštním zákonem⁶⁹, a (5) obsahující podprahové techniky. V ostatních případech musí poskytovatelé dbát na to, aby byla audiovizuální obchodní sdělení v souladu s podmínkami, které zakotvuje § 8 a § 8a zákona o službách na vyžádání. Zákon poskytovatelům v tomto směru ukládá, aby zajistili, že obchodní sdělení nebude diskriminovat ani narušovat lidskou důstojnost a nebude podporovat chování ohrožující zdraví, bezpečnost či životní prostředí. Kromě toho musí být každé audiovizuální obchodní sdělení snadno rozpoznatelné. Další požadavky na audiovizuální obchodní sdělení zákon o službách na vyžádání klade v souvislosti s ochranou nezletilých⁷⁰, jakož i v souvislosti s propagací alkoholu a potravin či nápojů obsahujících živiny a látky, jejichž nadměrný příjem se nedoporučuje⁷¹. Pro úplnost je nutno uvést, že výčet zákazů a omezení není úplný, neboť řadu dalších obsahuje zákon o regulaci reklamy, o němž bude pojednáno níže.

Zákon o službách na vyžádání uvádí v rámci definice audiovizuálního obchodního sdělení demonstrativní výčet jeho nejčastějších podob, kterými jsou reklama, sponzorování a umístění produktu. Mezi další formy propagačních technik lze řadit například teleshopping nebo merchandising, které však z povahy věci nelze uskutečňovat v rámci poskytování služeb na vyžádání. Výčet lze proto v tuto chvíli, alespoň v praxi, považovat za úplný. Společným prvkem reklamy, sponzorování a umístění produktu je to, že sledují jiný záměr než přispívat do redakčního obsahu služby.⁷² Na všechny tři podoby obchodního sdělení se vztahují již popsané zákazy a omezení podle § 8 a § 8a zákona o službách na vyžádání. Každá z těchto podob má ovšem

⁶⁷ Definovaným jevem bylo v tomto případě umístění produktu v rámci televizního vysílání, avšak argumentaci Nejvyššího správního soudu lze zobecnit na audiovizuální obchodní sdělení v rámci všech audiovizuálních mediálních služeb ve smyslu směrnice 2010/13/EU, neboť požadavek úplatnosti je u všech stejný.

⁶⁸ § 2 odst. 1 písm. f) zákona o službách na vyžádání.

⁶⁹ Podmínky pro označování České republiky jako země původu na potravinách stanoví § 9b zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

⁷⁰ § 8 odst. 3 a odst. 4 zákona o službách na vyžádání.

⁷¹ § 8a zákona o službách na vyžádání.

⁷² RIGEL, Filip, MORAVEC Ondřej, ONDREJOVÁ, Dana. *Reklamní právo*. Praha: C. H. Beck, 2018. s. 18.

svoje specifika, která budou popsána v následujících podkapitolách. Podkapitola 3.1. se zabývá reklamou ve smyslu zákona o regulaci reklamy, podkapitola 3.2. se věnuje sponzorování a podkapitola 3.3. popisuje právní úpravu umístění produktu.

3.1. Reklama

Při definování pojmu reklama je potřeba vyjít ze zákona o regulaci reklamy, který je vůči zákonu o službách na vyžádání subsidiární, tj. jeho ustanovení se užije, pokud zákon o službách na vyžádání nestanoví jinak.⁷³ „Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není dále stanoveno jinak.“⁷⁴ Reklamou lze šířit nejen prostřednictvím služeb na vyžádání, ale také tiskem, publikacemi, letáky, billboardy nebo rozhlasovým a televizním vysíláním. V tomto směru se tedy jedná o širší pojem, než je pojem audiovizuální obchodní sdělení.

Z hlediska odpovědnosti za obsah a způsob šíření reklamy zákon o regulaci reklamy rozlišuje tři typy subjektů – zadavatele, zpracovatele a šířitele reklamy. Zadavatel je osoba, která si u jiné osoby objednala zpracování reklamy pro vlastní potřebu. Zpracovatel je osoba, která reklamu fakticky zpracovává (nejčastěji reklamní agentura, ale také to může být influencer, který natáčí propagační příspěvek). Šířitel je pak osoba, která reklamu veřejně šíří za využití jakéhokoli komunikačního média.

Poskytovatel služby na vyžádání má postavení šířitele reklamy a z tohoto titulu odpovídá především za způsob šíření reklamy.⁷⁵ Z přestupkových ustanovení zákona o regulaci reklamy vyplývá, že šířitel reklamy odpovídá v určitém omezeném rozsahu i za její obsah.⁷⁶ V plném rozsahu odpovídají za obsah reklamy zadavatel a zpracovatel společně a nerozdílně, případně sám zpracovatel, jedná-li se o reklamu pro jeho vlastní potřebu. Z hlediska obsahu reklamy nese šířitel pouze omezenou míru odpovědnosti v případech, „kdy protiprávnost z obsahu reklamy skutečně přímo vyplývá. Šířitel jinak není povinen zkoumat a vyhledávat eventuálně rozpor obsahu reklamy s právními předpisy či právy třetích osob a může vždy posuzovat pouze to, co je v konkrétní reklamě uvedeno ve vztahu k zákonným požadavkům na obsah, formu či způsob šíření reklamy

⁷³ § 17 zákona o službách na vyžádání.

⁷⁴ § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy.

⁷⁵ § 6b odst. 2 zákona o regulaci reklamy.

⁷⁶ § 8a odst. 1 zákona o regulaci reklamy.

(MS v Praze 11 Ca 1/2006).⁷⁷ Šířitel tak například není povinen zkoumat, zda provozovatel loterie disponuje příslušným povolením Ministerstva financí k takové činnosti či nikoliv.⁷⁸ Šířitel reklamy v neposlední řadě odpovídá i za to, aby jím šířená reklama nebyla nekalou obchodní praktikou.⁷⁹

Z hlediska způsobu šíření reklamy lze demonstrativně uvést, že reklama musí být snadno rozpoznatelná⁸⁰, nesmí se šířit v podobě anonymních oznámení týkajících se voleb v čase od vyhlášení voleb do ukončení hlasování⁸¹ a způsob šíření reklamy nesmí naplnit některou z nekalých obchodních praktik⁸². Z obsahového hlediska lze demonstrativně uvést, že reklama nesmí být v rozporu s dobrými mravy, zejména nesmí být diskriminační, nesmí ohrožovat mravnost obecně nepřijatelným způsobem, nesmí snižovat lidskou důstojnost, využívat motiv strachu, obsahovat prvky pornografie či násilí, nesmí napadat politické přesvědčení ani podporovat poškozování zdraví, majetku či životního prostředí.⁸³

3.2. Sponzorování

Další z dílčích forem audiovizuálních obchodních sdělení je sponzorování. V obecné rovině se sponzorováním rozumí peněžitý nebo věcný příspěvek poskytnutý jinému subjektu na jeho podporu s cílem vlastní propagace. Věcným příspěvkem může být prakticky cokoli – zapůjčení automobilu, zajištění bezplatných letenek, poskytnutí cateringových služeb a další. Protihodnotou je zviditelnění sponzora za účelem budování jeho dobrého jména a pověsti neboli *goodwill*. Judikatura Nejvyššího správního soudu tento účel považuje za klíčový, když právě účel je tím, co odlišuje sponzorování od reklamy. Nejvyšší správní soud v tomto kontextu uvádí: „[...] tam, kde by sponzorský vzkaz vybízel ke koupi určitého výrobku podnikatele, by se již nejednalo o sponzorský vzkaz, nýbrž o reklamu.“⁸⁴

Na regulaci sponzorování v rámci služeb na vyžádání se vztahuje zákon o službách na vyžádání, jako zvláštní zákon, který obsahuje vlastní definici tohoto pojmu. Subsidiárně se použijí ustanovení zákona o regulaci reklamy, která se na sponzorování vztahují, pokud zákon

⁷⁷ CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr a URBÁNEK, Jiří. *Mediální právo. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2019. s. 253.

⁷⁸ Rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 30. 11. 2007, č. j. 11 Ca 1/2006-57.

⁷⁹ Blíže o tom pojednává zpráva o šetření ve věci regulace reklamy veřejného ochránce práv ze dne 7. 2. 2017. Dostupná z: <https://eso.ochrance.cz/Nalezene/Edit/4700>.

⁸⁰ § 8 odst. 1 písm. a) zákona o službách na vyžádání.

⁸¹ § 2 odst. 1 písm. e) zákona o regulaci reklamy.

⁸² § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele.

⁸³ § 2 odst. 3 ve spojení s odst. 4 zákona o regulaci reklamy.

⁸⁴ Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 81/2005-79.

o službách na vyžádání nestanoví jinak.⁸⁵ „Sponzorováním se rozumí jakýkoli příspěvek od fyzické nebo právnické osoby, která neposkytuje audiovizuální mediální službu na vyžádání, neprovozuje televizní vysílání, neposkytuje službu platformy pro sdílení videonahrávek, ani nevyrábí audiovizuální díla, poskytnutý k přímému nebo nepřímému financování audiovizuální mediální služby na vyžádání, služby platformy pro sdílení videonahrávek nebo pořadů s cílem propagovat své jméno nebo název, ochrannou známku, výrobky, služby, činnosti nebo obraz na veřejnosti.“⁸⁶ Definice sice vychází ze směrnice 2010/13/EU, ale domnívám se, že jak do zákona o službách na vyžádání, tak do zákona o provozování vysílání, měla být transponována o něco šířeji. Není důvod, aby nebyl za sponzorování považován příspěvek poskytovatele služby na vyžádání poskytnutý provozovateli televizního vysílání výměnou za vlastní propagaci ve vysílání a naopak (například služba Netflix bývá v televizním vysílání propagována běžně). Lze se proto domnívat, že zákonodárce chtěl z definice sponzorování vynechat pouze propagaci vlastní služby nebo pořadu, což je logický závěr.

Zákon o službách na vyžádání klade na sponzorování tři základní požadavky.⁸⁷ V první řadě platí, že sponzor musí být řádně označen tak, aby si byl divák vědom toho, že je služba či pořad sponzorován (v opačném případě by se mohlo jednat o skrytou reklamu). Dalším požadavkem je, že redakční odpovědnost a nezávislost poskytovatele služby zůstane nedotčena. To znamená, že sponzor nesmí zasahovat do redakčního obsahu jednotlivých pořadů ani samotné služby a nesmí narušovat výkon rozhodujícího vlivu poskytovatele na výběr pořadů a jejich uspořádání v katalogu pořadů. Do třetice je zakázáno, aby sponzorované pořady či služby přímo nabádaly k nákupu nebo nájmu zboží a služeb, zejména jejich zvláštním zmiňováním.

Podle zákona o službách na vyžádání je možné sponzorovat službu na vyžádání jako takovou nebo jednotlivé pořady na této službě poskytované. Při sponzorování jednotlivých pořadů je poskytovatel povinen sponzorovaný pořad označit alespoň dvakrát – vždy na začátku a pak ještě minimálně jednou v průběhu pořadu nebo na jeho konci. Označení musí obsahovat jméno nebo název a logo či jinou značku sponzora.⁸⁸ Označení má nejčastěji formu klasického sponzorského vzkazu („*Tento pořad vám přináší...*“; „*Sponzorem pořadu je...*“) nebo tzv. injejtáže, kdy se logo sponzora objeví v průběhu pořadu na obrazovce, není však začleněno do děje pořadu. To je podle recitálu 91 směrnice 2010/13/EU hlavním kritériem pro odlišení sponzorování od umístění produktu, kdy je zmínka o produktu začleněna přímo

⁸⁵ § 1 odst. 10 zákona o regulaci reklamy.

⁸⁶ § 2 odst. 1 písm. g) zákona o službách na vyžádání.

⁸⁷ § 9 zákona o službách na vyžádání.

⁸⁸ § 9 odst. 4 zákona o službách na vyžádání.

do děje. Zákon zakazuje sponzorovat zpravodajské a politicko-publicistické pořady, aby tak nebyla ohrožena jejich nezávislost. Výslovně však nezakazuje sponzorovat zpravodajské a politicko-publicistické služby na vyžádání jako takové. Toto opomenutí zřejmě vychází ze směrnice 2010/13/EU, u níž je úprava stejná. Domnívám se, že by *de lege ferenda* bylo vhodné zákaz rozšířit i na samotné služby.

V případě sponzorování služby na vyžádání, musí poskytovatel uveřejnit v rámci katalogu pořadů informaci o tom, kdo je sponzorem a jaký je hlavní předmět jeho činnosti. Tato informace musí být uveřejněna minimálně po dobu třiceti dní, což se z hlediska zásady smluvní autonomie může jevit jako problematické. Smluvní strany jsou tímto omezené v možnosti uzavřít smlouvu o sponzorování na kratší dobu.⁸⁹ Není přitom zřejmé (ani z důvodové zprávy) proč tuto podmínku zákonodárce přijal, navíc když to směrnice 2010/13/EÚ nevyžadovala.

Sponzorem nesmí být výrobce ani prodejce cigaret, jiných tabákových výrobků, elektronických cigaret nebo náhradních náplní do nich.⁹⁰ Zakázané je rovněž sponzorování jinou osobou, pokud by účelem nebo účinkem sponzorování byla reklama na tabákové výrobky.⁹¹

3.3. Umístění produktu

Umístění produktu neboli *product placement* je jednou z forem audiovizuálních obchodních sdělení, která spočívá v začlenění výrobku, služby či ochranné známky nebo zmínky o nich do pořadu za úplatu nebo obdobnou protihodnotu.⁹² Smyslem umístění produktu je tedy, stejně jak u reklamy a sponzorování, jeho propagace. Nepůjde proto o umístění produktu v situacích, kdy se určitý produkt vyskytne v pořadu z ryze uměleckých či praktických důvodů. Pokud by totiž protagonista příběhu telefonoval přes atrapu mobilu, četl smyšlené periodikum nebo pral s práškem z bílé krabice, ztrácela by se tím autentičnost scény. Nelze tedy považovat každý produkt, který se objeví v záběru kamery za umístění produktu v právním slova smyslu. Umístěním produktu je pouze taková prezentace výrobku, služby či ochranné známky, která sleduje reklamní cíl, a to v rámci redakční části obsahu audiovizuální mediální služby.⁹³

David uvádí trefný, již proslulý, příklad umístění produktu: „*Filmová postava agenta Bonda jezdí prakticky výlučně automobilem značky Aston Martin, nosí náramkové hodinky značky*

⁸⁹ DRDLA, Jan. *Sponzorování v TV a VoD (a místy méně logická úprava)*. [online]. 3. 4. 2021 [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: https://www.medialnopravo.cz/internet/sponzorovani-v-tv-a-vod/#_ftn9.

⁹⁰ § 9 odst. 5 zákona o službách na vyžádání.

⁹¹ § 3 odst. 1 zákona o regulaci reklamy.

⁹² § 2 odst. 1 písm. h) zákona o službách na vyžádání.

⁹³ MORAVEC, Ondřej. *Mediální právo v informační společnosti*. Praha: Leges, 2013. s. 239.

*Omega a pije Martiny Dry Cocktail (v poslední době též pivo Heineken).*⁹⁴ Na příkladu legendárních „bondovek“ lze demonstrovat, jak velký dopad může mít na diváky propagace značky oblíbeným filmovým hrdinou. Pro filmové tvůrce na druhé straně může být umístění produktu jedním ze způsobů financování výroby. Například umístění produktu všech 23 značek v bondovce s názvem Dnes neumírej z roku 2022 vyneslo filmové produkci částku až 60 milionů liber.⁹⁵

Právní úprava umístění produktu je úzce spjatá se zákonem o službách na vyžádání, neboť právě tento zákon ji do českého právního řádu zakotvil poprvé. Do 1. 6. 2010, kdy zákon nabyl účinnosti, český právní řád tento institut neznal, což přinášelo určité výkladové potíže. Ve světle rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 30. 9. 2010, č. j. 6 As 16/2010-259, se umístění produktu v té době posuzovalo pomocí kritérií vztahujících se k právní úpravě skryté reklamy. V zásadě platilo, že pokud nebyly naplněny znaky odpovědnosti za skrytou reklamu, bylo umístění produktu právně nezávadné. Odpovědnost za skrytou reklamu nastala za splnění třech kumulativních podmínek: „1) *prezentace v pořadu, který nemá charakter reklamy, sleduje reklamní cíl, 2) reklamní cíl je sledován záměrně a 3) prezentace je způsobilá uvést veřejnost co do své povahy v omyl.*“⁹⁶ Každá z těchto podmínek se posuzovala podle dalších dílčích kritérií, což z hlediska právní jistoty nebylo pro filmové a programové tvůrce optimální.

Nový zákon o službách na vyžádání v roce 2010 transponoval směrnici 2007/65/ES a zakotvil podmínky dovoleného umístění produktu. Umístění produktu bylo od té doby přípustné, ale pouze v kinematografických dílech, v pořadech vytvářených pro audiovizuální mediální služby, ve sportovních a zábavních pořadech (s výjimkou pořadů pro děti) nebo pokud se za umístění produktu neprováděla žádná úplata. To znamená, že v obecné rovině bylo umístění produktu zakázáno, ale již existovalo několik zákonných výjimek. K liberalizaci právní úpravy došlo až v roce 2022 s účinností zákona o službách platform pro sdílení videonahrávek, který kromě jiného novelizoval zákon o službách na vyžádání. V rámci této novely došlo k převrácení způsobu regulace (po vzoru směrnice (EU) 2018/1808) a umístění produktu je v současnosti dovoleno až na zákonem vypočtené výjimky.⁹⁷

⁹⁴ DAVID, Ivan. *Filmové právo: autorskoprávní perspektiva*. 2. vydání. Praha: Nová beseda, 2020. s. 127.

⁹⁵ KALISTA, Martin. *Product placement a jeho vliv při umístění v audiovizuálních pořadech*. Ostrava: Key Publishing, 2011. s. 10.

⁹⁶ Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 31. 3. 2010, č. j. 6 As 47/2009-49.

⁹⁷ Důvodová zpráva k zákonu č. 242/2022 Sb., o službách platform pro sdílení videonahrávek a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o službách platform pro sdílení videonahrávek). Sněmovní tisk č. 30/0. [online]. 25. 10. 2021 [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=9&CT=30&CT1=0>.

Podle současné právní úpravy je umístění produktu zakázáno v pořadech zpravodajských, politicko-publicistických, spotřebitelských, náboženských a stejně tak v pořadech pro děti.⁹⁸ Dále je zakázáno do pořadů umísťovat produkty, jimiž jsou cigarety nebo jiné tabákové výrobky, elektronické cigarety a náplně do nich a případně i další produkty osob, jejichž hlavním předmětem činnosti je výroba nebo prodej vyjmenovaných produktů. Pomocí umístění produktu se nesmí propagovat ani léčivé přípravky a léčivé postupy dostupné pouze na předpis.⁹⁹ V ostatních případech je umístění produktu obecně povoleno.

Zákon o službách na vyžádání klade na pořady, které obsahují umístění produktu, čtyři základní požadavky.¹⁰⁰ (1) Obsah pořadu nebo jeho zařazení v katalogu pořadů nesmí být umístěním produktu ovlivněno takovým způsobem, že by tím bylo zasaženo do redakční odpovědnosti a nezávislosti poskytovatele služeb na vyžádání. Příkladem takového zásahu do redakční odpovědnosti a nezávislosti je tzv. tematické umístění produktu (*thematic placement*), které je z tohoto důvodu zakázáno.¹⁰¹ Jedná se o začlenění výrobku, služby, ochranné známky nebo známky o nich přímo do děje pořadu takovým způsobem, že se dějová linie přizpůsobí umístění produktu nad rámec dějového kontextu (například ve formě dialogu nebo obdobné integrace produktu do dějové linie tak, že to má přímý vliv na dialog, téma či zápletku)¹⁰². (2) Pořady obsahující umístění produktu nesmějí přímo nabádat k nákupu nebo nájmu zboží či služeb, zejména jejich zvláštním zmiňováním pouze za účelem propagace. (3) Nadto platí, že pořady nesmí umísťovaný produkt nepatřičně zdůrazňovat. RRTV ve svém doporučení k aplikaci právní úpravy umístění produktu nastínila, „*co mimo jiné považuje za nabádání ke koupi zboží či služby a za nepatřičné zdůrazňování produktu:*

- *neopodstatněné zmiňování produktu nad rámec dějového kontextu s cílem na produkt upozornit a vzbudit divákův zájem o produkt*
- *vyzdvihování a vychvalování kvalit produktu*
- *nepřirozená kumulace výskytu jediného produktu*
- *uvedení kontaktu (adresy, www stránek, telefonního kontaktu) na prodejce produktu či poskytovatele služby*

⁹⁸ § 10 odst. 1 zákona o službách na vyžádání.

⁹⁹ § 10 odst. 4 zákona o službách na vyžádání.

¹⁰⁰ § 10 odst. 2 ve spojení s odst. 3 zákona o službách na vyžádání.

¹⁰¹ Recitál 93 směrnice 2010/13/EU.

¹⁰² Srov. CASTENDYK, Oliver, DOMMERING, Egbert. European Media Law [online]. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 2008 [cit. 30. 6. 2023]. s. 841, 912. Dostupné z ProQuest Ebook Central: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=6491009>.

- *zdůrazňování produktu obrazovými prostředky (detaily produktu bez zjevného dramaturgicko-režijního opodstatnění)* ¹⁰³

(4) Posledním požadavkem je zřetelné označení všech pořadů obsahujících umístění produktu takovým způsobem, aby diváci nemohli být uvedeni v omyl o povaze těchto pořadů. Řádné označení se vyžaduje na začátku, na konci pořadu, i po případném reklamním přerušení. RRTV zakotvila ve zmiňovaném doporučení zkratku PP (*product placement*), která je ve většině členských států EU již etablována, proto se doporučuje používat ji pro označení pořadů obsahujících umístění produktu i v České republice. Odpovědnost za řádné označení pořadu se na poskytovatele služeb na vyžádání vztahuje pouze v případě, že tento pořad sám vyrobil nebo jeho výrobu zadal (případně tak učinila osoba, která je ve vztahu k němu osobou ovládající či ovládanou). Odpovědnost za splnění dalších tří požadavků dopadá na poskytovatele služeb na vyžádání v plném rozsahu.

Jisté výkladové obtíže může způsobovat jeden z diskutovaných pojmových znaků umístění produktu, a to úplatnost, případně obdobná protihodnota. Podle recitálu 91 směrnice 2010/13/EU by bezúplatné poskytnutí zboží nebo služeb mělo být považováno za umístění produktu v právním slova smyslu pouze tehdy, pokud toto zboží nebo služby mají významnou hodnotu. Směrnice blíže nespecifikuje, co se rozumí významnou hodnotou a ponechává to k úvaze členských států. Zákodárce v rámci poslední novelizace rozšířil zákon o službách na vyžádání o následující formulaci: „*Za umístění produktu se nepovažuje případ, kdy se neprovádí žádná platba, ale pouze se bezúplatně poskytuje určité zboží nebo služba, zejména rekvizity nebo ceny pro soutěžící s cílem zařadit je do pořadu.*“ ¹⁰⁴ Toto ustanovení je problematické ze dvou důvodů. Jednak se jeví jako nadbytečné v situaci, kdy jedním z pojmových znaků umístění produktu je právě jeho úplatnost (je tedy nadbytečné z této množiny explicitně vyčleňovat bezúplatná plnění). Nadto však zákonodárce zcela opomenul zmínit prvek významné hodnoty zboží nebo služeb, i když v důvodové zprávě k novele uvádí, že zásada vyjádřena v recitálu 91 směrnice 2010/13/EU platí i nadále. Lze se tedy pouze domnívat, že je tato zásada vyjádřena v legální definici umístění produktu slovy „za úplatu nebo obdobnou protihodnotu“. Co se rozumí obdobnou protihodnotou, resp. významnou hodnotou ze zákona nevyplývá, což je z hlediska právní jistoty problematické. Korčeková v rámci teoretických úvah *de lege ferenda* nabízí dva způsoby určení významné hodnoty: (1) určením pevné nominální hodnoty produktu, nebo (2) určením procentuálního

¹⁰³ Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Doporučení Rady související s aplikací nové právní úpravy umístění produktu [online]. [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/files/metodiky/product_placement_doporuzeni_Rady.doc.

¹⁰⁴ § 10 odst. 1 zákona o službách na vyžádání.

poměru nominální hodnoty produktu k celkovému rozpočtu na daný pořad.¹⁰⁵ Vymezení pojmu obdobná protihodnota, resp. významná hodnota je důležité z hlediska právní jistoty, neboť právě toto je kritérium, které odlišuje umístění produktu podléhající regulaci zákona od prostého umístění produktu, které nemusí splňovat výše uvedené požadavky, protože se nejedná o umístění produktu *de lege lata*.

¹⁰⁵ KORČEKOVÁ, Andrea, 2010. *Product placement a jeho právne otázky*. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta mezinárodních vztahů. Katedra podnikového a evropského práva. Vedoucí práce: prof. JUDr. Martin Boháček, CSc. s. 35.

4. Regulační orgány

Regulaci lze v obecné rovině definovat jako „*ingerenci do určité činnosti na základě stanovených pravidel, pouze v jejichž rámci může být regulovaná činnost prováděna volně*“.¹⁰⁶ Důsledkem regulace je tedy zásah do autonomie osob, které se musí podřídit souboru pravidel vytvářejících určitý řád. Důvody pro regulaci médií Pouperová rozděluje do dvou skupin, a to na důvody technické a důvody společensko-politické. První skupina odůvodňuje regulaci přístupu k médiím a druhá skupina regulaci obsahu médií. Přístup je regulován především ve vztahu k vysílacím médiím, protože počet vysílacích frekvencí (kmítočtů) je v rámci rádiového spektra omezený. Obsah je regulován u všech sdělovacích prostředků s cílem chránit mravnost, morálku, veřejnou bezpečnost a hájit práva menšin.¹⁰⁷

Podle Pouperové je regulací v pravém slova smyslu pouze tzv. vrchnostenská neboli veřejnoprávní regulace, jejímž základem je nařizovací prvek. Argumentuje ve shodě s Polčákem tím, že definičním znakem regulace je existence autority neboli vrchnostenského subjektu s nařizovací pravomocí. Tento subjekt v případě samoregulace chybí, pročež Polčák označuje samoregulaci za *contradictio in adiecto*.¹⁰⁸ Uvedené úvahy se však dle mého názoru pohybují spíše v rovině lingvistické a žádné výkladové potíže v rovině právní nezpůsobují.

Vrchnostenský subjekt se běžně označuje pojmem regulační orgán. „*Regulačními orgány rozumíme instituce, kterým jsou svěřeny regulační pravomoci v určitém resortu, tzn. orgány, které jsou (ve shodě s vymezením regulace jako vrchnostenské činnosti) nadány určitými autoritativními oprávněními.*“¹⁰⁹ V resortu služeb na vyžádání je tímto regulačním orgánem Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV). Dalšími regulačními orgány, které mohou do činnosti těchto služeb v mezích své působnosti zasáhnout jsou Úřad pro ochranu hospodářské soutěže a Úřad pro ochranu osobních údajů. Všechny tři vyjmenované regulační orgány spojuje skutečnost, že jsou ve své činnosti nezávislé od ostatních složek exekutivy.¹¹⁰ Požadavek nezávislosti klade na regulační orgány členských států v oblasti audiovizuálních mediálních služeb i směrnice (EU) 2018/1808. Podle čl. 1 odst. 25 musí být regulační orgány „*právně oddělené*

¹⁰⁶ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. s. 21.

¹⁰⁷ Blíže k důvodům regulace médií viz: POUPEROVÁ, Olga. *Regulace médií*. Praha: Leges, 2010. Část druhá, kapitola I: Pojem regulace a veřejnoprávní regulace.

¹⁰⁸ POLČÁK, Radim. *Právo a evropská informační společnost*. Brno: Masarykova univerzita, 2009. s. 34 (poznámka pod čarou č. 47).

¹⁰⁹ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. s. 37.

¹¹⁰ Podle kompetenčního zákona se jedná o tzv. další ústřední orgány státní správy („další“ protože v jejich čele nestojí člen vlády). Jedná se rovněž o orgány s celostátní územní působností a omezenou věcnou působností.

od vlády a [...] funkčně nezávislé na příslušné vládě a jakémkoli jiném veřejném či soukromém subjektu“. O postavení a činnosti RRTV bude blíže pojednáno v podkapitole 4.1.

Kromě regulace jako vrchnostenské činnosti představuje směrnice 2010/13/EU další dva přístupy k řízení a kontrole v oblasti audiovizuálních mediálních služeb. Jsou jimi samoregulace, též označována jako autoregulace, a společná regulace neboli koregulace. Samoregulace je „*typem dobrovolné iniciativy umožňující hospodářským subjektům, sociálním partnerům a nevládním organizacím nebo sdružením přijímat společné pokyny pro sebe samotné.*“¹¹¹ Směrnice 2010/13/EU vybízí členské státy k uznání samoregulace jako doplňku k vrchnostenské regulaci, kterou by však neměla nahrazovat. Český zákonodárce tak učinil poslední účinnou novelou zákona o provozování vysílání, do něhož zakotvil definici a postavení samoregulačních orgánů.¹¹² Podle zákona je jejich hlavním úkolem kultivace poskytovaných služeb v zájmu dalšího rozvoje a za tím účelem vydání a kontrola dodržování závazného etického kodexu. Etický kodex by měl obsahovat cíle samoregulace, postupy pro pravidelné, transparentní a nezávislé sledování a vyhodnocování plnění těchto cílů, jakož i mechanismus pro řešení stížností a ukládání případných sankcí.¹¹³ Z hlediska institucionálního jsou samoregulační orgány samostatné právnické osoby soukromého práva (nejčastěji spolky). Z tohoto důvodu lze dodržování pravidel stanovených v etickém kodexu vynucovat pouze prostředky soukromého práva, neboť porušení těchto pravidel nedopadá do sféry práva veřejného. V oblasti služeb na vyžádání působí dva samoregulační orgány – Sdružení pro internetový rozvoj v České republice, z.s.p.o. (SPIR) a Rada pro reklamu, z.s., o nichž bude pojednáno v podkapitolách 4.2. a 4.3.

Pro úplnost dlužno definovat i tzv. společnou regulaci, někdy označovanou jako koregulace nebo spoluregulace. Podle směrnice 2010/13/EU tvoří společná regulace právní vazbu mezi samoregulací a vnitrostátním zákonodárcem.¹¹⁴ Jedná se o nejrůznější formy interakce a spolupráce mezi vrchnostenskými regulačními orgány a samoregulačními orgány. RRTV má přímo zákonem uloženou povinnost napomáhat rozvoji samoregulace a spolupracovat se samoregulačními orgány, pokud si to písemně vyžádají. Spolupráce se předpokládá zejména při vytváření účinných samoregulačních systémů, jakož i při zavádění opatření na podporu mediální gramotnosti.¹¹⁵ Nadto platí, že RRTV má povinnost přihlížet při rozhodování o druhu

¹¹¹ Recitál 44 směrnice 2010/13/EU.

¹¹² Novela byla provedena zákonem o službách platform pro sdílení videonahrávek a rozšířila § 2 odst. 2 zákona o provozování vysílání o nové písm. j) obsahující legální definici samoregulačního orgánu.

¹¹³ § 2 odst. 2 písm. k) zákona o provozování vysílání a § 2 odst. 1 písm. i) zákona o službách na vyžádání.

¹¹⁴ Recitál 44 směrnice 2010/13/EU.

¹¹⁵ § 5 odst. 1 písm. w) zákona o provozování vysílání.

a výměře správního trestu ke stanovisku věcně příslušného samoregulačního orgánu, obdrží-li jej do deseti, resp. dvaceti pracovních dnů od zahájení řízení (stanoviskem však není vázána).¹¹⁶

4.1. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

RRTV je ústředním správním úřadem pro oblast televizního a rozhlasového vysílání, převzatého vysílání, služeb na vyžádání a služeb platform pro sdílení videonahrávek. Z hlediska správního práva organizačního je přímým vykonavatelem státní správy a její jednání je přičitatelné státu jako nositeli veřejné správy. Z tohoto důvodu RRTV nemá právní osobnost ve sféře hmotného práva, nicméně zákon jí výslovně přiznává způsobilost být účastníkem řízení podle § 33 odst. 2 zákona č. 150/2002 Sb., soudního řádu správního. RRTV má celostátní územní působnost a omezenou věcnou působnost. Podle kompetenčního zákona je tzv. dalším ústředním orgánem státní správy, neboť v jejím čele nestojí člen vlády.¹¹⁷ Rozhodovací vůli tohoto orgánu vytváří třináctičlenné kolegium, pročež se RRTV označuje jako kolegiální orgán. V čele sice stojí předseda, ale jeho úkolem je pouze zastupovat RRTV navenek a organizačně řídit její činnost. Předsedu volí a odvolává ze svých členů přímo kolegium RRTV a na vytváření její rozhodovací vůle nemá větší vliv než jakýkoli jiný člen tohoto kolegia.¹¹⁸

RRTV byla zřízena zákonem o provozování vysílání s účinností ke dni 4. 7. 2001.¹¹⁹ Poslední novela tohoto zákona provedena zákonem o službách platform pro sdílení videonahrávek posílila nezávislost RRTV tím, že přinesla změnu ve způsobu volby jejích členů. Do účinnosti novely jmenoval a odvolával členy RRTV předseda vlády na návrh Poslanecké sněmovny. Tento způsob jmenování neodpovídal požadavkům na nezávislost a oddělenost od vlády, které přinesla směrnice (EU) 2018/1808. V současnosti proto členy RRTV volí a odvolává Poslanecká sněmovna na funkční období šesti let s tím, že se připouští maximálně jedno znovuzvolení. Do funkce člena RRTV může být jmenován pouze občan České republiky s trvalým pobytem na jejím území, který je plně svéprávný,¹²⁰ a dosáhl věku alespoň dvacetipěti let. Překážkou pro výkon funkce je inkompatibilita s funkcí prezidenta České republiky, poslance, senátora, člena vlády, soudce, státního zástupce, člena Nejvyššího kontrolního úřadu, člena bankovní rady České národní banky, člena Rady České tiskové kanceláře,

¹¹⁶ § 13 odst. 2 zákona o službách na vyžádání a § 61 odst. 2 zákona o provozování vysílání.

¹¹⁷ § 2 kompetenčního zákona.

¹¹⁸ KOPECKÝ, Martin. *Správní právo: obecná část*. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2021. s. 80.

¹¹⁹ Zformovala se z dosavadní Rady České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání zřízené stejnojmenným zákonem České národní rady č. 103/1992 Sb., který nabyl účinnosti 5. 3. 1992.

¹²⁰ Negativní vymezení bezúhonného občana obsahuje § 7 odst. 3 písm. d) zákona o provozování vysílání.

člena Rady České televize a člena Rady Českého rozhlasu.¹²¹ Poslanecká sněmovna může člena RRTV odvolat z taxativně stanovených důvodů vyjmenovaných v § 7 odst. 7 zákona o provozování vysílání. Od jeho poslední novely však není přípustné odvolání RRTV jako celku, tj. všech jejích členů najednou. Podle důvodové zprávy k novele tento institut způsobující přechodnou nefunkčnost RRTV popíral základní standardy evropského správního práva a způsoboval neschopnost České republiky řádně plnit závazky vůči Evropské unii (například v situaci kdy by byla přerušena spolupráce mezi RRTV a příslušnými orgány jiných členských států).¹²² Pro členy RRTV dále platí zákaz zastávat funkce v politických stranách a hnutích nebo vystupovat v jejich prospěch. Rovněž nemohou podnikat ani se podílet na podnikání či poskytovat rady společnostem v oblasti hromadných sdělovacích prostředků, audiovize a reklamy (stejný zákaz platí i pro osoby jim blízké). A nakonec členové RRTV nesmí být v pracovněprávním ani jiném obdobném vztahu k jakémukoli provozovateli vysílání nebo poskytovateli služby na vyžádání.

RRTV má omezenou věcnou působnost ve třech oblastech mediálních služeb – rozhlasové a televizní vysílání (vč. převzatého vysílání), audiovizuální mediální služby na vyžádání a služby platformem pro sdílení videonahrávek. V rámci své působnosti v oblasti služeb na vyžádání:

- (1) vykonává správní dozor nad poskytovateli služeb na vyžádání a je ve vztahu k nim věcně příslušným orgánem k projednání přestupků podle zákona o službách na vyžádání¹²³, zákona o regulaci reklamy¹²⁴ a zákona o ochraně spotřebitele¹²⁵;
- (2) vede a aktualizuje seznam poskytovatelů služeb na vyžádání, kteří spadají pod jurisdikci České republiky, za tímto účelem přijímá od poskytovatelů oznámení o zahájení činnosti a všechny informace předává Evropské komisi za účelem vedení evropské centralizované databáze poskytovatelů označované zkratkou MAVISE a provozované Evropskou audiovizuální observatoří (EAO)¹²⁶;
- (3) monitoruje obsah služeb na vyžádání prostřednictvím dvou základních metod monitorovací činnosti – analytického monitoringu a screeningu¹²⁷;

¹²¹ Srov. § 7 odst. 10 zákona o provozování vysílání.

¹²² Důvodová zpráva k zákonu č. 242/2022 Sb., o službách platformem pro sdílení videonahrávek a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o službách platformem pro sdílení videonahrávek). Sněmovní tisk č. 30/0 [online]. 25. 10. 2021 [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=9&CT=30&CT1=0>.

¹²³ Srov. § 13 odst. 1 zákona o službách na vyžádání.

¹²⁴ Srov. § 8b odst. 1 ve spojení s § 7 písm. a) zákona o regulaci reklamy.

¹²⁵ Srov. § 23e zákona o ochraně spotřebitele.

¹²⁶ Databáze MAVISE je dostupná v odkazu zde: <http://mavise.obs.coe.int>.

¹²⁷ Metodologie je blíže popsána v jednotlivých výročních zprávách, které RRTV každoročně vydává a uveřejňuje na svých internetových stránkách: <https://www.rrtv.cz/cz/static/o-rade/vyrocní-zpravy/index.htm>.

- (4) spolupracuje se zahraničními regulačními orgány a sdružuje se s příslušnými regulačními orgány jiných členských států v expertní skupině ERGA (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services*), která Evropské komisi poskytuje poradní hlas v oblasti audiovizuálních mediálních služeb¹²⁸;
- (5) sleduje a vyhodnocuje plnění povinností v oblasti podpory evropské tvorby a závazků v akčních plánech zpřístupňování pořadů pro osoby se sluchovým nebo zrakovým postižením a o opatřeních přijatých v těchto oblastech pravidelně předkládá Evropské komisi zprávu;
- (6) napomáhá rozvoji samoregulace a spolupracuje se samoregulačními orgány;
- (7) vydává právní stanoviska, metodiky a doporučení;
- (8) monitoruje úroveň mediální gramotnosti, podporuje její rozvoj a za tímto účelem zadává zpracování odborných studií a výzkumů¹²⁹.

4.2. Sdružení pro internetový rozvoj v České republice

Sdružení pro internetový rozvoj v České republice (SPIR) je zájmovým sdružením právnických osob¹³⁰, které sdružuje významné mediální agentury, vydavatele a technologické firmy působící v prostředí českého internetu (členy jsou například MAFRA, a.s., Economia, a.s., NEWTON Media, a.s., ale i Česká tisková kancelář). Mezi hlavní činnosti SPIRu patří monitoring návštěvnosti internetu a výzkum sociodemografie návštěvníků (projekt NetMonitor), monitoring výše investic do internetové reklamy (projekt AdMonitoring) a poskytování kvalitativních analýz reklamních kampaní (projekt AdAudit).¹³¹

SPIR je kromě výše uvedeného také samoregulačním orgánem pro oblast audiovizuálního a autorsky chráněného obsahu na internetu a garantem samoregulačního rámce pro online behaviorální reklamu. K plnění úkolů samoregulátora byla zřízena samostatná Komise pro samoregulaci. V rámci samoregulační činnosti byl vydán Kodex influencerů (2020) a Etický kodex přebírání a využívání cizího obsahu na internetu (2023).

¹²⁸ Podle čl. 8 navrhovaného znění Evropského aktu o svobodě sdělovacích prostředků (*European Media Freedom Act*) ze dne 16. 9. 2022, by se měl v budoucnu zřídit Evropský sbor pro mediální služby, který by nahradil současnou expertní skupinu ERGA.

¹²⁹ Všechny doposud zpracované studie jsou dostupné na internetových stránkách RRTV v odkaze zde: <https://www.rtv.cz/cz/static/prehledy/medialni-gramotnost/index.htm>.

¹³⁰ Zájmové sdružení právnických osob je právnická osoba zřízená na základě již zrušeného zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku. Podle stávajících předpisů nelze tuto právnickou osobu nově založit, nicméně platí ustanovení § 3051 OZ, dle něhož subjekty již existující mohou s touto právní formou fungovat i nadále (případně se mohou přeměnit na spolek).

¹³¹ Zdrojem informací o činnosti SPIRu je oficiální internetová stránka sdružení dostupná zde: <https://www.spir.cz>.

Kodex influencera vznikl v reakci na časté porušování zákona v oblasti influencer marketingu a potřebu standardizovat způsob označování reklamy na internetu s cílem kultivovat trh.¹³² Influencer je jako šířitel reklamy odpovědný za způsob šíření reklamy a jako zpracovatel reklamy je spoluodpovědný za její obsah (společně a nerozdílně se zadavatelem).¹³³ Kodex obsahuje pravidla pro označování obchodní spolupráce, zákaz šíření nepravdivých informací o zkušenostech s produktem, povinnost přizpůsobit formu reklamy cílovým skupinám (především s ohledem na nezletilé adresáty) a některé další etické zásady. Komise pro samoregulaci přijímá podněty na porušení kodexu, vyzývá k nápravě a uděluje sankce v podobě vymazání jména influencera ze seznamu signatářů.¹³⁴

Etický kodex přebírání a využívání cizího obsahu na internetu vznikl s cílem podat srozumitelný výklad soukromoprávních norem z oblasti autorského a soutěžního práva. Dokument vysvětluje a konkretizuje zákonné podmínky pro přebírání cizího obsahu a podmínky pro jeho využívání bez souhlasu původce. Kodex je určen pro všechny subjekty vytvářející nebo přebírající obsah na internetu, ale signatáře navíc zavazuje k tomu, aby před zahájením jakéhokoli sporu proti jinému signatáři využili mediační řízení před Komisí pro samoregulaci.¹³⁵

4.3. Rada pro reklamu

Rada pro reklamu je spolek a současně samoregulační orgán, který si klade za cíl prosazovat čestnou, legální, pravdivou a decentní reklamu. Za tímto účelem vznikl v roce 2013 Kodex reklamy, jako soubor etických zásad určený všem subjektům působícím na poli marketingové komunikace.¹³⁶ Členské organizace se zavazují kodex dodržovat a též usilovat o to, aby jej dodržovaly i všechny s nimi spolupracující subjekty (například tím, že do smluv o reklamní spolupráci začlení závazek řídit se kodexem). Případná porušení kodexu projednává nezávislá třináctičlenná Arbitrážní komise složená z odborníků pro oblast reklamy. Do pravomoci komise spadá pouze posuzování souladu reklamy s etickými zásadami obsaženými v kodexu. Komise nesmí posuzovat soulad reklamy s obecně závaznými právními předpisy, proto stížnosti tohoto typu automaticky odmítá a stěžovatele odkáže na příslušný soudní či správní

¹³² Sdružení pro internetový rozvoj v České republice (SPIR). *Kodex influencera* [online]. 20. 7. 2020 [cit. 15. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.samoregulace.cz/kodex-influencera>.

¹³³ § 6b zákona o regulaci reklamy.

¹³⁴ Kodex influencera i všechny doprovodné informace zveřejňuje Komise pro samoregulaci na internetových stránkách www.ferovyinfluencer.cz.

¹³⁵ Úplné znění Etického kodexu přebírání a využívání cizího obsahu na internetu dostupné zde: https://www.spir.cz/sites/default/files/prilohy/Etický_kodex_prebirani_obsahu_20230303.pdf

¹³⁶ Úplné znění Kodexu reklamy dostupné zde: https://www.rpr.cz/cz/dokumenty_rpr.php.

orgán. V případě, že komise shledá porušení kodexu, vydá ve věci odůvodněné rozhodnutí, které se označuje jako nález a informuje o tom rušitele. Pokud rušitel nezjedná nápravu nebo je nekontaktní, může Rada pro reklamu nález zveřejnit.¹³⁷

Jako další nástroj prosazování samoregulace vytvořila Rada pro reklamu systém s názvem *Copy Advice*. Jedná se o preventivní nástroj využívaný z podnětu zadavatele nebo zpracovatele reklamy, který Radu pro reklamu požádá o zpracování odborného stanoviska k návrhu reklamní kampaně. Rada pro reklamu na základě toho vydá stanovisko, které je buď negativní (shledá-li rozpor s etickými pravidly), nebo pozitivní (je-li reklamní kampaň z hlediska etických zásad nezávadná). Stanovisko není právně závazné a má formu doporučení. Soulad s právními předpisy Rada pro reklamu neposuzuje ani v tomto případě.¹³⁸

¹³⁷ Rada pro reklamu. Jednací řád Rady pro reklamu [online]. 2008 [cit. 15. 7. 2023]. Dostupné z: https://www.rpr.cz/cz/dokumenty_rpr.php.

¹³⁸ Další informace o systému Copy Advice jsou dostupné z: https://www.rpr.cz/cz/copy_advice.php.

5. Autorskoprávní perspektiva

Hlavním účelem služeb na vyžádání je poskytování pořadů veřejnosti. Pokud je pořad předmětem autorskoprávní ochrany, je tato činnost užitím díla ve smyslu § 18 odst. 2 autorského zákona, tj. sdělováním díla veřejnosti „způsobem, že kdokoli může mít k němu přístup na místě a v čase podle své vlastní volby zejména počítačovou nebo obdobnou síť“. Ke sdělování díla dochází již samotným umístěním rozmnoženiny díla na internetovou stránku a jejím zpřístupněním veřejnosti.¹³⁹ V takovém případě musí mít poskytovatel služby na vyžádání vypořádaná všechna práva, která lpí na pořadu jako předmětu ochrany. Pokud tomu tak není, dochází ze strany poskytovatele k neoprávněnému užití díla a zásahu do práv chráněných autorským zákonem. Ze strany konzumenta (uživatele služby na vyžádání) k tomuto zásahu dojít nemůže (i kdyby poskytovatel služby neměl práva vypořádaná), neboť za předpokladu, že službu užívá obvyklým způsobem, jeho jednání se neposoudí jako užití díla ve smyslu autorského zákona, nýbrž jako prostá konzumace díla.¹⁴⁰ Z konzumenta by se ovšem stal uživatel díla ve chvíli, kdyby dílo promítal veřejnosti prostřednictvím dataprojektoru – jednalo by se o provozování díla ze záznamu podle § 20 odst. 1 autorského zákona.

Vymezení samotného předmětu autorskoprávní ochrany obsahuje podkapitola 5.1. Za tímto účelem nahlíží na pořad jako na audiovizuální dílo a charakterizuje soubor autorských práv a práv souvisejících s právem autorským, které na díle vážnou, a které je potřeba před užitím díla vypořádat. S vypořádáním práv souvisí licence a licenční smlouvy, jimž se věnuje podkapitola 5.2. Obsahuje definici licence a vymezuje podstatné i pravidelné náležitosti licenční smlouvy. Podkapitola 5.3. se pak věnuje konkrétnímu ujednání, jež se běžně vyskytuje v licenčních smlouvách, a to ujednání o geoblokaci. Tato podkapitola charakterizuje podstatu geoblokace a předestírá její úzkou souvislost s teritoriálním aspektem užití díla. V neposlední řadě podkapitola hledá právní základ geoblokace v kontextu dvou různých výkladů pojmu sdělování díla veřejnosti.

5.1. Pořad jako předmět autorskoprávní ochrany

Pořadem se rozumí „*pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která bez ohledu na svou délku představuje jednotlivou položku v katalogu pořadů a jejíž podoba a obsah jsou*

¹³⁹ POLČÁK, Radim, KOUKAL, Pavel, LEŠKA, Rudolf a kolektiv. *Autorský zákon: praktický komentář s judikaturou: podle stavu k 1. dubnu 2020*. Praha: Leges, 2020. s. 149.

¹⁴⁰ SRSTKA, Jiří a kolektiv. *Autorské právo a práva související*. Vysokoškolská učebnice. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019. s. 100.

srovnatelné s podobou a obsahem televizního vysílání, zejména celovečerní film, videoklip, záznam sportovní události, situační komedie, dokumentární pořad, pořad pro děti nebo původní tvorba“.¹⁴¹ Ve většině případů bude pořad naplňovat znaky audiovizuálního díla ve smyslu § 62 odst. 1 autorského zákona, což ovšem není pravidlem. Mezi pořady, které tyto znaky nenaplnují, se budou řadit například záznamy sportovních utkání¹⁴² nebo záznamy divadelních představení¹⁴³. Nicméně, i na těchto pořadech mohou váznout práva chráněná autorským zákonem, jako jsou práva výrobce zvukově obrazového záznamu nebo práva výkonných umělců. Navzdory uvedenému bude tato kapitola nahlížet na pořad jako na audiovizuální dílo, neboť je tomu tak ve většině případů.

Autorský zákon definuje audiovizuální dílo jako „*dílo vytvořené uspořádáním děl audiovizuálně užitých, at' již zpracovaných, či nezpracovaných, které sestává z řady zaznamenaných spolu souvisejících obrazů, vyvolávajících dojem pohybu, at' již doprovázených zvukem, či nikoli, vnímatelných zrakem, a jsou-li doprovázeny zvukem, vnímatelných i sluchem*“.¹⁴⁴ Audiovizuální dílo má tedy tři základní pojmové znaky: (1) jedná se o autorské dílo, (2) vzniklé tvůrčím uspořádáním děl audiovizuálně užitých, (3) které sestává ze sekvence spolu souvisejících obrazů vyvolávajících dojem pohybu. Všechna autorská práva k audiovizuálnímu dílu náleží jeho režisérovi, který je podle zákonné nevyvratitelné domněnky jeho jediným autorem.¹⁴⁵ Zákonodárce tak vědomě vyloučil ze spoluautorství osoby, které se více či méně podílejí svou tvůrčí činností na vytvoření díla.¹⁴⁶ Tím však není dotčeno autorství těchto osob k dílům audiovizuálně užitým.

Ústředním pojmovým znakem definice audiovizuálního díla je dílo audiovizuálně užitě, které autorský zákon charakterizuje jako „*jakékoli dílo zařazené do díla audiovizuálního*“.¹⁴⁷ Každé dílo audiovizuálně užitě je tedy samostatným autorským dílem a práva k němu musí být

¹⁴¹ § 2 odst. 1 písm. b) zákona o službách na vyžádání.

¹⁴² V případě sportovních utkání SDEU judikoval, že je nelze považovat za duševní výtvar autor, jelikož pravidla hry neponechávají prostor pro tvůrčí svobodu, a nelze je proto chránit autorským právem (Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 4. 10. 2011, Football Association Premier League a další, C-403/08, ECLI:EU:C:2011:631, bod 98).

¹⁴³ Podle Srstky nelze záznamy divadelních představení zaměňovat s audiovizuálními díly. Blíže viz: SRSTKA, Jiří. *Autorské právo v divadle*. 2. podstatně přepracované a doplněné vydání. Praha: Leges, 2022. s. 91, 92.

¹⁴⁴ § 62 odst. 1 autorského zákona.

¹⁴⁵ § 63 odst. 1 autorského zákona.

¹⁴⁶ Rozhodnutí zákonodárce hodnotím z hlediska právní jistoty pozitivně. Podle slovenského autorského zákona se za autory audiovizuálního díla považují kromě režiséra i autor scénáře, autor dialogů, autor hudby (byla-li vytvořena osobitně pro toto dílo) a jiná fyzická osoba, která se na vytvoření díla podílela svou tvorivou duševní činností (§ 83 odst. 2 zákona č. 185/2015 Z. z., autorský zákon). V praxi to způsobuje jisté potíže v průběhu produkce audiovizuálního díla, neboť až do jeho úplného dokončení nelze postavit najisto, které všechny osoby budou autory díla, a jelikož je v audiovizuálním průmyslu běžné, že se s právy k filmu obchoduje ještě před jeho dokončením, není tato slovenská úprava z mého pohledu optimální.

¹⁴⁷ § 64 odst. 1 autorského zákona.

vypořádána nezávisle od práv k audiovizuálnímu dílu jako takovému.¹⁴⁸ Mezi díla audiovizuálně užitá bezpochyby patří režie, scénář a filmová hudba, nicméně jisté pochybnosti existují ve vztahu k filmové architektuře, kameře a kostýmům. Vzhledem k tomu, že autorský zákon v § 99e do množiny autorů zařazuje i architekty, kameramany a kostýmové výtvarníky, doktrína se přiklání k názoru, že i tyto osoby jsou autoři děl audiovizuálně užitých.¹⁴⁹ Autorský zákon však zcela mlčí o postavení zvukařů a střihačů. Odborná veřejnost spíše zastává názor, že výsledky jejich činnosti jsou vesměs technické povahy a nenaplnují pojmové znaky díla podle autorského zákona.¹⁵⁰

Obsahem autorského práva režiséra jakožto autora audiovizuálního díla a dalších autorů děl audiovizuálně užitých jsou výlučná práva osobnostní a výlučná práva majetková.¹⁵¹ Doktrína v této souvislosti mluví o tzv. dualistické koncepci autorského práva.¹⁵² Autorský zákon řadí mezi osobnostní práva (1) právo rozhodnout o zveřejnění díla, (2) právo osobovat si autorství a (3) právo na nedotknutelnost svého díla včetně práva na autorský dohled. Mezi majetková práva patří právo dílo užit, mimo jiné i způsobem sdělování veřejnosti podle § 18 odst. 2 autorského zákona. Autorská práva, jak osobnostní, tak majetková, jsou nepřevoditelná.

Kromě práv autorských mohou na pořadu váznout i práva související s právem autorským. V souvislosti s audiovizuálním dílem to budou především práva výkonných umělců k jejich uměleckému výkonu a právo výrobce zvukově obrazového záznamu k jeho prvotnímu záznamu.

Uměleckým výkonem je interpretační výkon umělce (v tomto případě především herce a dabéra), kteří provádějí určité umělecké dílo (v tomto případě dílo audiovizuální a díla audiovizuálně užitá). Uměleckým výkonem naopak nebude výkon filmového režiséra, protože toho zákon označuje přímo za autora díla.¹⁵³ Zařazení režiséra mezi výkonné umělce v § 67 odst. 1 autorského zákona považuje Leška za legislativně-technický omyl.¹⁵⁴ Část doktríny však zastává názor, že výkonnými umělci mohou být režisér divadelního představení a režisér

¹⁴⁸ V praxi to platí pouze ve fázi výroby filmu. V distribuční fázi se už s audiovizuálním dílem obchoduje „jako s celkem“ a se všemi právy disponuje producent nebo distributor.

¹⁴⁹ SRSTKA, Jiří a kolektiv. *Autorské právo a práva související*. Vysokoškolská učebnice. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019. s. 194.

¹⁵⁰ TELEČEK, Ivo, TŮMA, Pavel. *Autorský zákon*. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019. s. 710.

¹⁵¹ § 10 autorského zákona.

¹⁵² KOUKAL, Pavel, MYŠKA, Matěj, PULLMANNOVÁ, Helena, VOJTÍŠKOVÁ, Terezie a ZIBNER, Jan. *Právo duševního vlastnictví*. Multimediální elektornický výukový materiál [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 16. 7. 2023]. Podkapitola 6.7: Autorská práva. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pra/2019podzim/dusevni_vlastnictvi/web/pages/06-autorske-pravo-a-prava-souvisejici.html.

¹⁵³ § 63 odst. 1 autorského zákona.

¹⁵⁴ SRSTKA, Jiří a kolektiv. *Autorské právo a práva související*. Vysokoškolská učebnice. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019. s. 267.

rozhlasové hry.¹⁵⁵ Za výkonné umělce se obecně neuznávají komparzisti a kaskadéři, protože neprovádějí žádné umělecké dílo. Navzdory tomu je každý takový výkon nutno posuzovat jednotlivě, přičemž je potřeba se vyhnout zkoumání kvality výkonu, která z právního hlediska není relevantní.¹⁵⁶ Práva výkonného umělce zahrnují výlučná práva osobnostní a výlučná práva majetková (rozsahem se však od práv autora liší).¹⁵⁷

Nakonec nelze zapomenout ani na právo výrobce zvukově obrazového záznamu k jeho prvotnímu záznamu. „*Výrobce zvukově obrazového záznamu je fyzická nebo právnická osoba, která na svou odpovědnost poprvé pořídí zvukově obrazový záznam, nebo pro kterou tak z jejího podnětu učiní jiná osoba.*“¹⁵⁸ Výrobcem tedy může být, na rozdíl od autora a výkonného umělce, nejen fyzická osoba, ale také právnická osoba. Nejčastěji to bude producent nebo produkční společnost, i když pořád platí, že výrobce nemusí být osoba, která záznam fakticky pořizuje. Je běžnou praxí, že televizní společnost jako výrobce zvukově obrazového záznamu uzavře výrobní smlouvu s produkční společností, která pro ni záznam fakticky pořídí a všechna práva postoupí televizní společnosti. Zvukově obrazovým záznamem se v tomto případě rozumí nehmotný statek. To znamená, že práva výrobcí nevznikají ve vztahu k hmotnému substrátu, jenž je nositelem záznamu, ale vznikají ve vztahu k obsahu tohoto záznamu.¹⁵⁹ Tato práva jsou, na rozdíl od práv autora a výkonného umělce, zcela převoditelná. Mezi práva výrobce zvukově obrazového záznamu se řadí pouze práva majetková, tzn. žádná práva osobnostní výrobcí k jeho záznamu nevznikají.

Z uvedeného výkladu vyplývá, že na audiovizuálním díle vázne seskupení práv, jež se musí vypořádat předtím, než dojde k užití díla. Součástí tohoto seskupení jsou (1) autorská práva režiséra k audiovizuálnímu dílu, (2) autorská práva autorů děl audiovizuálně užitých, (3) práva výkonných umělců k jejich uměleckému výkonu a (4) právo výrobce zvukově obrazového záznamu k jeho prvotnímu záznamu. S ohledem na zákonné domněnky licence ve smyslu § 63 odst. 3 a § 64 odst. 2 autorského zákona disponuje s těmito právy nejčastěji producent jakožto výrobce zvukově obrazového záznamu.¹⁶⁰ Ten tato práva formou licencí a podlicencí přenáší

¹⁵⁵ CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr. *Autorský zákon. Komentář*. 4. vydání. Praha: C. H. Beck, 2012. s. 124.

¹⁵⁶ SRSTKA, Jiří a kolektiv. *Autorské právo a práva související*. Vysokoškolská učebnice. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019. s. 268.

¹⁵⁷ § 69 autorského zákona.

¹⁵⁸ § 79 odst. 2 autorského zákona.

¹⁵⁹ POLČÁK, Radim, KOUKAL, Pavel, LEŠKA, Rudolf a kolektiv. *Autorský zákon: praktický komentář s judikaturou: podle stavu k 1. dubnu 2020*. Praha: Leges, 2020. s. 554.

¹⁶⁰ Na hudební dílo jako dílo audiovizuálně užitě se zákonná domněnka licence nevztahuje a práva k němu se vypořádávají samostatně buď přímo s autorem nebo s kolektivním správcem, jímž je Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním (OSA).

na distributora, jehož úkolem je uzavírat další licenční smlouvy s koncovými uživateli děl, mezi které se řadí i poskytovatelé služeb na vyžádání.¹⁶¹

5.2. Licence a licenční smlouva

Licenci definuje § 2358 občanského zákoníku jako oprávnění k výkonu práva duševního vlastnictví, jež uděluje poskytovatel nabyvateli. Standardně k tomu dochází uzavřením licenční smlouvy, není to však pravidlem. Licenci lze poskytnout i samostatným ujednáním v rámci jiných smluvních typů (například bývá běžnou součástí smlouvy o vytvoření autorského díla). Udělením licence nedochází k převodu tohoto práva, nýbrž k vytvoření (konstituci) nového subjektivního majetkového práva užívacího ve prospěch nabyvatele licence. Někdy se z tohoto důvodu mluví o tzv. konstitutivním neboli nepravém převodu v kontrastu s translativním převodem, k němuž nedochází.¹⁶²

Náležitosti licenční smlouvy stanovuje občanský zákoník v § 2358 a následujících.¹⁶³ Podle základního ustanovení tohoto smluvního typu jsou podstatnými náležitostmi licenční smlouvy (1) subjekty licenční smlouvy, (2) předmět licenční smlouvy, (3) projev vůle ve formě poskytnutí oprávnění k výkonu konkrétního práva duševního vlastnictví, (4) rozsah licence a (5) odměna (není-li výslovně ujednána bezúplatnost). V zásadě platí, že smlouva může být uzavřena ústně, nicméně občanský zákoník předpisuje písemnou formu v případě výhradní licence a licence zapisované do veřejného seznamu. Poskytnutí výhradní licence znamená, že poskytovatel nebude po dobu jejího trvání oprávněn poskytnout tutéž licenci třetí osobě (licence by vůbec nevznikla) a nebude ani sám oprávněn předmět ochrany užívat (nedohodnou-li se smluvní strany jinak).¹⁶⁴ Pokud ujednání o povaze licence absentuje, platí nevyvratitelná domněnka, že se jedná o licenci nevýhradní.

Občanský zákoník obsahuje v § 2371 až § 2383 zvláštní ustanovení pro licenci k předmětům chráněným autorským zákonem. Tato ustanovení se tedy aplikují i v případě licenčních smluv uzavíraných poskytovateli služeb na vyžádání, kteří jako nabyvatelé získávají

¹⁶¹ DAVID, Ivan. *Filmové právo: autorskoprávní perspektiva*. 2. vydání. Praha: Nová beseda, 2020. s. 135.

¹⁶² KOUKAL, Pavel, MYŠKA, Matěj, PULLMANNOVÁ, Helena, VOJTÍŠKOVÁ, Terezie a ZIBNER, Jan. *Právo duševního vlastnictví*. Multimediální elektornický výukový materiál [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 16. 7. 2023]. Podkapitola 7.2: Obecně o licenci. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/2019podzim/dusevni_vlastnictvi/web/pages/06-autorske-pravo-a-prava-souvisejici.html.

¹⁶³ Před účinností nového občanského zákoníku (1. 1. 2014) byla úprava licenční smlouvy obsažena v autorském zákone. Na Slovensku je tomu tak dodnes.

¹⁶⁴ § 2360 občanského zákoníku.

licenci k užití audiovizuálních děl od producentů nebo distributorů. V praxi jsou pravidelnou součástí těchto licenčních smluv následující ujednání:

- výhradnost/nevýhradnost licence,
- výše odměny za poskytnutí licence,
- účelové vymezení licence,
- způsoby užití předmětu ochrany (není-li ujednán, posuzuje se dle účelu smlouvy),
- rozsah licence z hlediska časového, územního, množství (není-li ujednán, posuzuje se dle účelu smlouvy a nevyplývá-li ani z účelu smlouvy, má se za to, že se licence poskytuje na území České republiky na obvyklou dobu nikoli delší než 1 rok a pro obvyklé množství),
- neexistence povinnosti licenci využít (v opačném případě je tato povinnost uložena § 2372 odst. 2 občanského zákoníku),
- nemožnost odstoupit od smlouvy pro nevyužívání výhradní licence (v opačném případě tuto možnost přiznává § 2378 odst. 1 občanského zákoníku)¹⁶⁵,
- souhlas s postoupením licence třetí osobě a souhlas s poskytnutím podlicence (v opačném případě je to vyloučeno).

S vypořádáním práv k jednotlivým pořadům úzce souvisí odpovědnost poskytovatele služby na vyžádání za obsah této služby, proto je vhodné alespoň na okraj zmínit odpovědnostní režim, v němž se poskytovatelé pohybují. Služba na vyžádání je službou informační společnosti podle zákona o některých službách informační společnosti. Navzdory této skutečnosti poskytovatelé nespádají do režimu tzv. bezpečného přístavu a za obsah služby odpovídají v obecném režimu podle ustanovení občanského zákoníku. Stejně tak lze vůči poskytovatelům uplatnit všechny prostředky autorskoprávní ochrany podle § 40 a následujících autorského zákona. Všechny tyto prostředky lze uplatnit bez ohledu na zavinění z titulu objektivní odpovědnosti za neoprávněný zásah do práv chráněných autorským zákonem.¹⁶⁶

¹⁶⁵ Pro vztah mezi autorem audiovizuálního díla (příp. autorem díla audiovizuálně užitého) a výrobcem prvotního záznamu audiovizuálního díla se neaplikuje ustanovení o odstoupení od licenční smlouvy pro změnu přesvědčení autora (§ 63 odst. 4 ve spojení s § 64 odst. 4 autorského zákona).

¹⁶⁶ TELEČ, Ivo, TŮMA, Pavel. *Autorský zákon*. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019. s. 498.

5.3. Geoblokace a teritoriální aspekt užití díla

Běžnou součástí licenčních smluv v audiovizuálním průmyslu je ujednání, podle něhož musí nabyvatel licence zajistit geoblokaci přístupu k předmětu ochrany z nelicencovaného území.¹⁶⁷ Geoblokace neboli zeměpisné blokování je druh technického nástroje, který zamezuje uživateli internetu přístup k určitému online obsahu na základě jeho lokace. Tímto obsahem jsou většinou autorská díla (filmy, seriály, hudba atd.). V praxi to například znamená, že osobě žijící v Německu nebude umožněno přehrát pořad na české streamovací platformě s doprovodným textem: „*This video is not available in your country.*“ V překladu: „*Toto video není dostupné ve vaší zemi.*“ Není přitom rozhodující, jestli uživatel je, anebo není předplatitelem dané služby.

Výše uvedený text naznačuje, že tento postup souvisí se zásadou teritoriality, která ovládá autorské právo. Zásada teritoriality znamená územně omezenou právní ochranu nehmotných statků.¹⁶⁸ V důsledku toho jsou autorská práva napříč Evropskou unií chráněna dvaceti sedmi autorskoprávními předpisy členských států. Zahrádka, Leška a Szczepanik přibližují význam teritoriality autorského práva pro audiovizuální průmysl: „*Teritoriální roztržitost autorského práva se pak odráží v teritoriální roztržitosti licenční a obchodní praxe audiovizuálního průmyslu. Práva k užití audiovizuálních děl poskytují producenti ve většině případů na bázi monoteritoriálních licencí lokálním distributorům, kteří působí na příslušném státním území.*“¹⁶⁹

Jak bylo výše uvedeno, povinnost nabyvatele licence zajistit geoblokaci na nelicencovaném území je běžnou součástí licenčních smluv. Právní základ tohoto ujednání je však diskutabilní. Je geoblokace prostředkem autorskoprávní ochrany? Bylo by nezajištění geoblokace neoprávněným zásahem do autorských práv? Nebo je to prosté smluvní ujednání a s autorským právem vůbec nesouvisí?

Průnik mezi autorským právem a geoblokačními opatřeními nachází Polčák v možné klasifikaci geoblokace jako technologického prostředku ve smyslu směrnice 2001/29/ES.¹⁷⁰ Podle čl. 6 odst. 3 se technologickými prostředky rozumí „*jakákoliv technologie, zařízení*

¹⁶⁷ Zahrádka, Pavel, Leška, Rudolf a Szczepanik, Petr. *Význam teritoriality pro audiovizuální průmysl v České republice* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2019. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: https://kdfs.upol.cz/fileadmin/userdata/FF/katedry/kdu/vyzkumne_zpravy/Vyznam_teritoriality_pro_audiovizualni_prumysl_v_CR.pdf.

¹⁶⁸ Srstka, Jiří a kolektiv. *Autorské právo a práva související*. Vysokoškolská učebnice. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019. s. 38.

¹⁶⁹ Zahrádka, Pavel, Leška, Rudolf a Szczepanik, Petr. *Význam teritoriality pro audiovizuální průmysl v České republice* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2019. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: https://kdfs.upol.cz/fileadmin/userdata/FF/katedry/kdu/vyzkumne_zpravy/Vyznam_teritoriality_pro_audiovizualni_prumysl_v_CR.pdf.

¹⁷⁰ Polčák, Radim. Territoriality of Copyright Law. In: Szczepanik, Petr, Zahrádka, Pavel, Macek, Jakub a Stepan, Paul. *Digital Peripheries. The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Cham: Springer International Publishing, 2020. s. 70.

nebo součástka, které jsou při své obvyklé funkci určeny k tomu, aby zabraňovaly úkolům nebo omezovaly úkony ve vztahu k dílům nebo jiným předmětům ochrany, ke kterým nebylo uděleno svolení nositele jakýchkoliv autorských práv nebo práv s ním souvisejících“¹⁷¹. Členské státy mají zajistit odpovídající právní ochranu před obcházením těchto technologických prostředků. Podobný požadavek obsahuje čl. 11 smlouvy Světové organizace duševního vlastnictví o právu autorském (WCT).

Podle Polčáka může být definice technologického prostředku dle směrnice vykládána dvojím způsobem a je na členských státech, aby tento výklad provedly ve vnitrostátních předpisech.¹⁷¹ Česká republika tak učinila v § 43 autorského zákona: „Do práva autorského neoprávněně zasahuje ten, kdo obchází nebo jinak maří účinné technické prostředky ochrany práv podle tohoto zákona.“ To znamená, že technickým prostředkem ochrany je pouze takový prostředek, který chrání práva chráněná autorským zákonem. Pokud žádná taková práva nechrání, nemůže se jednat o technický prostředek ve smyslu § 43 a nelze proto jeho obcházením porušovat autorský zákon.

S ochranou autorských práv úzce souvisí teritoriální aspekt užití díla a otázka, kde všude dochází k užití, tj. kde všude je dílo sdělováno (zpřístupňováno) veřejnosti. Odpověď na tuto otázku zatím autorský zákon nezná, nicméně doktrína předestírá dvě teorie.¹⁷² Podle tzv. emisní teorie dochází k užití díla pouze na území, kde je dílo „uvedeno do oběhu“. Podle tzv. komunikační teorie dochází k užití díla všude tam, kde je umožněn příjem díla (v tomto případě jeho zhlédnutí). V evropské soudní praxi převládá komunikační teorie¹⁷³, i když to není zakotveno v evropské ani tuzemské legislativě (s výjimkou družicového vysílání). Osobně se rovněž přikláním k druhé teorii, ale současně se domnívám, že nároky z ní vyplývající mohou být v prostředí celosvětové internetové sítě jen stěží vymahatelné.

Na geoblokaci lze tedy nahlížet jako na technický prostředek autorskoprávní ochrany pouze při aplikaci komunikační teorie, kdy geoblokace znepřístupňuje díla na nelicencovaném území, neboť by tato díla mohla být neoprávněně užívána prakticky po celém světě. Naopak, pokud bychom při úvahách o geoblokaci aplikovali emisní teorii, dospěli bychom k závěru, že se o prostředek autorskoprávní ochrany nejedná, protože k užití díla mimo území emise díla

¹⁷¹ Tamtéž: „This definition of technological measures, and especially its caveat “as provided for by law,” can be interpreted in two ways. The first is that a “technological measure” consists of any kind of technology that protects the copyrighted work as such. Another possible interpretation is that a “technological measure” can be regarded as only a tool that protects certain actual copyrights.“

¹⁷² TELEČ, Ivo, TŮMA, Pavel. *Autorský zákon*. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019, s. 218.

¹⁷³ ZAHŘÁDKA, Pavel, LEŠKA, Rudolf a SZCZEPANIK, Petr. *Význam teritoriality pro audiovizuální průmysl v České republice* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2019. [cit. 16. 7. 2023]. Dostupné z: https://kdfs.upol.cz/fileadmin/userdata/FF/katedry/kdu/vyzkumne_zpravy/Vyznam_teritoriality_pro_audiovizualni_prumysl_v_CR.pdf.

vůbec nedochází. To by znamenalo, že ani osoba obcházející geoblokaci by do autorských práv nezasáhla.

De lege ferenda by všechny výše uvedené úvahy vyřešila novela autorského zákona, která by postavila najisto, kde všude dochází ke sdělování díla veřejnosti, a tedy k jeho užití.

Vlna diskuse o právních aspektech geoblokace se zvedla především v souvislosti s představením Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě (*Digital Single Market Strategy for Europe*). Tuto strategii v roce 2015 přinesla Evropská komise s cílem posilnit vnitřní trh a odstranit bariéry pro volný pohyb digitálních produktů a služeb. Za tímto účelem přijala Evropská unie několik předpisů, z nichž dva souvisejí s přeshraničním přístupem k obsahu služeb na vyžádání.

Prvním je nařízení o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu z roku 2017.¹⁷⁴ Jednou z online služeb je právě audiovizuální mediální služba, proto nařízení v plném rozsahu dopadá i na poskytovatele služeb na vyžádání. Nařízení ukládá poskytovatelům, aby umožnili svým uživatelům využívat online služby během jejich dočasné přítomnosti v jiném členském státě za stejných podmínek jako v členském státě bydliště. K zajištění této povinnosti slouží právní fikce (čl. 4), podle níž se za místo poskytování online služeb po dobu dočasné přítomnosti uživatele v jiném členském státě považuje i nadále členský stát bydliště. Tato fikce v praxi způsobí, že poskytovatel online služby neporuší teritoriální licenci, i když službu dočasně poskytuje na nelicencovaném území, neboť k tomu *de iure* vůbec nedochází.

Druhým předpisem je směrnice o autorském právu a právech s ním souvisejících na jednotném digitálním trhu z roku 2019¹⁷⁵, která však se službami na vyžádání souvisí pouze okrajově. V čl. 13 zakotvuje povinnost členských států zajistit mechanismus vyjednávání o licenčních podmínkách mezi majiteli práv k audiovizuálním dílům a poskytovateli služeb na vyžádání. K tomuto účelu má být zřízen nebo určen nestranný orgán či mediátor, jenž jednajícím stranám (projeví-li o to zájem) poskytne pomoc s uzavřením spravedlivé dohody. Česká republika to zajistila poslední novelou autorského zákona¹⁷⁶ v § 53 a následujících. Pro tyto účely vede Ministerstvo kultury zatím poměrně stručný seznam prostředníků na svých internetových stránkách.¹⁷⁷

¹⁷⁴ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1128 ze dne 14. 6. 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.

¹⁷⁵ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/790 ze dne 17. 4. 2019 o autorském právu a právech s ním souvisejících na jednotném digitálním trhu a o změně směrnic 96/9/ES a 2001/29/ES.

¹⁷⁶ Tj. zákonem č. 429/2022 Sb. účinným od 5. 1. 2023.

¹⁷⁷ Seznam prostředníků dle § 54 autorského zákona dostupný zde: <https://www.mkcr.cz/seznam-prostredniku-cs-693>.

Závěr

Ústředním tématem této diplomové práce je audiovizuální mediální služba na vyžádání jako jedna ze služeb informační společnosti, jež zažívá období rozmachu způsobené digitalizací společnosti dvacátého prvního století. Práce se soustředila na právní aspekty poskytování tohoto druhu služeb s důrazem kladeným na veřejnoprávní regulaci, jejíž podoba pramení z evropské legislativy. Z tohoto důvodu byla napříč prací srovnávána právní úprava obsažená v evropských směrnících s právní úpravou v podobě, v níž byla transponována do české legislativy.

První kapitola práce se zabývala vývojem právní úpravy audiovizuálních mediálních služeb v období od přijetí proslulé směrnice „Televize bez hranic“ (1989) až po nedávné schválení zákona o službách platform pro sdílení videonahrávek (2022). Následoval stručný přehled právních předpisů vytvářejících právní rámec pro poskytování služeb na vyžádání, na něž navázala podrobná analýza základních pojmů práce – audiovizuální mediální služba na vyžádání a její poskytovatel.

Za hlavní definiční znaky audiovizuální mediální služby na vyžádání lze považovat její nelineárnost, veřejnost, redakční odpovědnost poskytovatele, konkurenceschopnost vůči televiznímu vysílání a hospodářský charakter služby. Za poskytovatele se považuje podnikající osoba, která určuje organizaci služby a nese za to redakční odpovědnost. Ani jedna z definic v praxi nezpůsobuje větší potíže. Jisté pochybnosti však existují ve vztahu k České televizi a jejímu podřazení pod uvedenou definici poskytovatele. Česká televize jako veřejný provozovatel vysílání, dle mého názoru, není podnikatelem a ani nemůže poskytovat služby převážně hospodářské povahy, neboť by to zasahovalo do její nezávislosti. Primárním úkolem České televize je naplňování veřejné služby¹⁷⁸. Tak jako tak je Česká televize zapsána v seznamu poskytovatelů, proto lze mít za to, že do působnosti zákona o službách na vyžádání zřejmě spadá. Z hlediska budoucí právní úpravy se však nabízí zařadit Českou televizi do osobní působnosti zákona o službách na vyžádání výslovně. Zákodárce to tak ostatně již učinil v případě zákona o provozování vysílání.¹⁷⁹

Druhá kapitola se zaměřila na povinnosti poskytovatelů, jež musí plnit ve vztahu k obsahu služby nebo způsobu jejího poskytování, a to buď vůči veřejnosti nebo orgánu dozoru. Povinnosti ukládá zákon o poskytování služeb na vyžádání a jsou tedy veřejnoprávního charakteru. Z hlediska systematiky tato kapitola člení povinnosti do tří kategorií na základní povinnosti (informační,

¹⁷⁸ § 2 zákona České národní rady č. 483/1991 Sb., o České televizi.

¹⁷⁹ § 3 odst. 1 písm. a) zákona o provozování vysílání.

archivační a povinnost zamezit škodlivému obsahu služby), povinnosti vůči nezletilým a osobám se sluchovým nebo zrakovým postižením a povinnosti uložené za účelem podpory evropské tvorby.

Z hlediska formulace jednotlivých povinností považuji za problematickou a pro praxi za poněkud nevhodnou povinnost poskytovatele služby na vyžádání oznámit RRTV zahájení činnosti ve lhůtě třicet dní ode dne vzniku živnostenského oprávnění. Poskytování služeb na vyžádání je živností volnou a živnostenské oprávnění může existovat dlouho předtím, než se osoba rozhodne tento druh služeb poskytovat. To znamená, že dodržení lhůty může být v mnoha případech takřka nemožné. Vzhledem k tomu, že je nesplnění oznamovací povinnosti přestupkem, měl by být *de lege ferenda* stanoven pro počátek lhůty jiný okamžik – například moment zahájení činnosti.

Za další nedostatek právní úpravy považuji vágní formulaci ustanovení § 6b zákona o službách na vyžádání, které upravuje soubor povinností směrem k zpřístupňování obsahu služeb osobám se zrakovým či sluchovým postižením. Zákon ponechává poskytovatelům nepřiměřeně široký prostor pro uvážení, když povinnosti ukládá za použití formulací „tam, kde je to účelné“ nebo „prostřednictvím přiměřených opatření“ a stejně tak rezignuje na stanovení rychlosti meziročního navyšování přístupného obsahu v tzv. akčních plánech. Tím hendikepovaným osobám prakticky znemožňuje vymahatelnost jejich práv, což se dostává do rozporu s mezinárodněprávními závazky České republiky.¹⁸⁰ *De lege ferenda* by měl zákon exaktně stanovit minimální podíl obsahu přístupného pro hendikepované osoby, a to ve vztahu k celkové stopáži obsahu služby, nikoli ve vztahu k počtu pořadů.

V neposlední řadě je ve vztahu k druhé kapitole potřeba poukázat na problematické nastavení poplatkové povinnosti ve vztahu k poskytovatelům služeb na vyžádání. V současnosti se tato povinnost vztahuje pouze na tzv. usazené poskytovatele, tj. poskytovatele zapsané v seznamu RRTV a spadající do jurisdikce České republiky. Tím jsou značně znevýhodněni před mezinárodními streamovacími platformami zaměřenými na české diváky a působícími na českém trhu, ale usazenými v jiných členských státech, které nejsou audiovizuálními poplatky zatíženy. Stejným způsobem jsou znevýhodněni provozovatelé kin, jimž streamovací platformy přímo konkurují. Mám za to, že by zákonodárce měl vztáhnout povinnost platit audiovizuální poplatky i na poskytovatele usazené v jiných členských státech, pokud svou činnost zaměřují na diváky České republiky. Směrnice (EU) 2018/1808 dala v tomto směru členským státům

¹⁸⁰ Blíže viz: Veřejný ochránce práv. Stanovisko zástupkyně veřejného ochránce práv k vládnímu návrhu zákona o službách platforem pro sdílení videonahrávek. [online]. 3. 6. 2021. [cit. 25. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.ochrance.cz/uploads-import/ESO/Stanovisko%20final.pdf>.

volnou ruku, tj. umožnila jim poplatkovou povinnost vztáhnout i na neusazené poskytovatele, ale Česká republika zatím tuto možnost bez rozumného důvodu nevyužila. Změnu by mohla přinést připravovaná novela zákona o audiovizí. ¹⁸¹

Třetí kapitola práce byla věnována regulaci reklamy, sponzorování a umístění produktu, které jsou nedílnou součástí streamovacích platform. Zákon o službách na vyžádání je souhrnně označuje jako audiovizuální obchodní sdělení a na rozdíl od pořadů nejsou součástí redakčního obsahu služby. Poskytovatel za způsob jejich šíření a někdy i za jejich obsah odpovídá podle zákona o službách na vyžádání, zákona o regulaci reklamy a zákona o ochraně spotřebitele, tj. trojice předpisů vytvářejících právní rámec regulace. V rámci jednotlivých podkapitol byla provedena analýza právní úpravy každého ze shora uvedených institutů. Analýza vyústila v návržení několika změn *de lege ferenda*, jejichž souhrn podávám níže.

V rámci právní úpravy sponzorování spatřuji jistou slabinu zákona v samotné definici, která za sponzorování nepovažuje příspěvek od provozovatele televizního vysílání ani příspěvek od poskytovatele platformy pro sdílení videonahrávek. Není přitom důvod, aby se úprava sponzorování na takto poskytnuté příspěvky nevztahovala. *De lege ferenda* by bylo žádoucí definici rozšířit na příspěvky jakýchkoli fyzických a právnických osob a výjimku zúžit na poskytovatele služeb na vyžádání a výrobce audiovizuálních děl obsažených v dané službě. Dále je ve vztahu k sponzorování potřeba poukázat na absenci zákazu sponzorování zpravodajských a politicko-publicistických služeb. Současné znění zákona, dle mého názoru zcela správně, zakazuje sponzorování zpravodajských a politicko-publicistických pořadů. Tato úprava vychází z evropské směrnice 2010/13/EU a jejím účelem je zřejmě zachování objektivit šířených informací a posílení nezávislosti médií, což mohu hodnotit jen pozitivně. Mám však za to, že k naplnění tohoto cíle je zapotřebí zakázat i sponzorování zpravodajských a politicko-publicistických služeb jako takových. V opačném případě lze zákaz sponzorování v současném znění velmi snadno obejít.

V rámci právní úpravy umístění produktu v zákoně o službách na vyžádání považuji za sporný především charakter bezúplatného poskytnutí zboží nebo služby za účelem jejich propagace začleněním do pořadu. Na jedné straně se za umístění produktu nepovažuje bezúplatné poskytnutí zboží nebo služby s cílem začlenit je do pořadu. ¹⁸² Na druhé straně se však považuje

¹⁸¹ Ministerstvo kultury. *V Nostickém paláci se poprvé sešla poradní skupina pro transformaci Státního fondu kinematografie na Státní fond audiovizí* [online]. 13. 1. 2023 [cit. 11. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/novinky-a-media-cs-4/5081cs-vnostickem-palaci-se-poprve-sesla-poradni-skupina-pro-transformaci-statniho-fondu-kinematografie-na-statni-fond-audiovize>.

¹⁸² § 10 odst. 1 *in fine* zákona o službách na vyžádání.

za umístění produktu začlenění zboží nebo služby do pořadu za protihodnotu obdobnou úplatě.¹⁸³ V zákoně chybí definice obdobné protihodnoty. Jelikož podle směrnice 2010/13/EU by se za umístění produktu mělo považovat poskytnutí zboží nebo služeb významné hodnoty, lze pomocí eurokonformního výkladu dospět k závěru, že se obdobnou protihodnotou rozumí významná hodnota. Směrnice neobsahuje definici významné hodnoty a ponechává tedy na členských státech, aby ji určily ve vnitrostátní úpravě. Český zákonodárce tak zatím neučinil, i když by to z hlediska právní jistoty bylo žádoucí. Významnou hodnotu by bylo možno určit například pomocí pevné nominální částky (tu by však bylo i s ohledem na míru inflace nutné stanovovat na pravidelné, nejlépe roční, bázi), resp. hodnoty produktu nebo stanovením procentuálního poměru nominální hodnoty produktu k celkovému rozpočtu na daný pořad.¹⁸⁴

Čtvrtá kapitola práce obsahovala pojednání o různých podobách regulace v oblasti audiovizuálních mediálních služeb (regulace, samoregulace, koregulace) a rovněž o postavení a pravomoci RRTV a jednotlivých samoregulačních orgánů (SPIR, Rada pro reklamu). V tomto směru hodnotím pozitivně změnu, jež přinesl nedávno přijatý zákon o službách platform pro sdílení videonahrávek. Zákon vyňal z pravomoci předsedy vlády jmenování a odvolávání členů RRTV a zakotvil výlučnou pravomoc Poslanecké sněmovny k jejich volbě a odvolávání. Kromě toho tento zákon znemožnil odvolání RRTV jako celku, tj. všech jejích členů najednou. Uvedenými změnami byla posílena nezávislost a zajištěna kontinuita RRTV.

Závěrečná, ovšem nikoli méně důležitá, kapitola práce nahlíží na poskytování služeb na vyžádání z autorskoprávní perspektivy, neboť poskytování pořadů naplňuje znaky užití díla způsobem, že je toto dílo sdělováno veřejnosti podle § 18 odst. 2 autorského zákona. V návaznosti na uvedené práce analyzuje pojem audiovizuální dílo a subsumuje pořad pod jeho definici. Součástí kapitoly bylo také pojednání o náležitostech licenční smlouvy a úvaha nad právním základem geoblokace, jež představuje časté ujednání v licenčních smlouvách.

V souvislosti s geoblokací jsem nastínila význam teritoriálního aspektu užití díla a představila jsem dva různé doktrinní přístupy k této problematice. Podle emisní teorie dochází k užití díla pouze na území, kde je dílo „uvedeno do oběhu“ a podle komunikační teorie dochází k užití díla všude tam, kde je umožněn jeho příjem. Podle mého názoru by měl zákonodárce tuto doktrinní polemiku překonat a výslovně stanovit, kde dochází k užití díla při jeho sdělování veřejnosti tzv. na vyžádání. Stejně tak by v této oblasti bylo žádoucí právní úpravu harmonizovat

¹⁸³ § 2 odst. 1 písm. h) zákona o službách na vyžádání.

¹⁸⁴ KORČEKOVÁ, Andrea, 2010. *Product placement a jeho právní otázky*. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta mezinárodních vztahů. Katedra podnikového a evropského práva. Vedoucí práce: prof. JUDr. Martin Boháček, CSc. s. 35.

na evropské úrovni. Inspirací by v tomto směru mohla být evropská směrnice 93/83/EHS¹⁸⁵, která zakotvila zásadu země původu (ve smyslu emisní teorie) pro oblast družicového vysílání.

¹⁸⁵ Směrnice Rady 93/83/EHS ze dne 27. 9. 1993 o koordinaci určitých předpisů týkajících se autorského práva a práv s ním souvisejících při družicovém vysílání a kabelovém přenosu.

Seznam zkratek

autorský zákon	zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů
kompetenční zákon	zákon České národní rady č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České socialistické republiky, ve znění pozdějších předpisů
občanský zákoník	zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
poskytovatel	poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání
RRTV	Rada pro rozhlasové a televizní vysílání
SDEU	Soudní dvůr Evropské unie
služba na vyžádání	audiovizuální mediální služba na vyžádání
směrnice 89/552/EHS	směrnice Rady 89/552/EHS ze dne 3. 10. 1989 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání
směrnice 97/36/ES	směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/36/ES ze dne 30. 6. 1997, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání
směrnice 2001/29/ES	směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/29/ES ze dne 22. 5. 2001 o harmonizaci určitých aspektů autorského práva a práv s ním souvisejících v informační společnosti
směrnice 2007/65/ES	směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES ze dne 11. 12. 2007, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání

směrnice 2010/13/EU	směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. 3. 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb
směrnice (EU) 2018/1808	směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1808 ze dne 14. 11. 2018, kterou se mění směrnice 2010/13/EU o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb s ohledem na měnící se situaci na trhu
SPIR	Sdružení pro internetový rozvoj v České republice, z.s.p.o.
zákon o audiovizi	zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizi), ve znění pozdějších předpisů
zákon o některých službách informační společnosti	zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů (zákon o některých službách informační společnosti), ve znění pozdějších předpisů
zákon o ochraně spotřebitele	zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
zákon o provozování vysílání	zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů
zákon o regulaci reklamy	zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů
zákon o službách na vyžádání	zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání), ve znění pozdějších předpisů

zákon o službách platforem pro sdílení videonahrávek zákon č. 242/2022 Sb., o službách platforem pro sdílení videonahrávek a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o službách platforem pro sdílení videonahrávek)

Seznam použitých zdrojů

1. Seznam použité literatury

CASTENDYK, Oliver, DOMMERING, Egbert. *European Media Law* [online]. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 2008 [cit. 30. 6. 2023]. ISBN 978-90-411-4762-2. Dostupné z ProQuest Ebook Central: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=6491009>.

ČERNÁ, Stanislava, ŠTENGLOVÁ, Ivana, PELIKÁNOVÁ, Irena, DĚDIČ, Jan a kolektiv. *Obchodní právo – podnikatel, podnikání, závazky s účastí podnikatele*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016. 736 s. ISBN 978-80-7552-333-4.

CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr. *Autorský zákon. Komentář*. 4. vydání. Praha: C. H. Beck, 2012. 489 s. ISBN 978-80-7400-432-2.

CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr a URBÁNEK, Jiří. *Mediální právo. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2019. 560 s. ISBN 978-80-7400-725-5.

DAVID, Ivan. *Filmové právo: autorskoprávní perspektiva*. 2. vydání. Praha: Nová beseda, 2020. 280 s. ISBN 978-80-88383-20-8.

KALISTA, Martin. *Product placement a jeho vliv při umístění v audiovizuálních pořadech*. Ostrava: Key Publishing, 2011. 70 s. ISBN 978-80-7418-111-5.

KOPECKÝ, Martin. *Správní právo: obecná část*. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2021. 539 s. ISBN 978-80-7400-820-7.

KOUKAL, Pavel, MYŠKA, Matěj, PULLMANNOVÁ, Helena, VOJTÍŠKOVÁ, Terezie a ZIBNER, Jan. *Právo duševního vlastnictví*. Multimediální elektornický výukový materiál [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 16. 7. 2023]. ISSN 1802-128X. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/2019podzim/dusevni_vlastnictvi/web/pages/06-autorske-pravo-a-prava-souvisejici.html.

MAISNER, Martin. *Zákon o některých službách informační společnosti. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2016. 224 s. ISBN 978-80-7400-449-0.

MORAVEC, Ondřej. *Mediální právo v informační společnosti*. Praha: Leges, 2013. 288 s. ISBN 978-80-87576-52-6.

POLČÁK, Radim, KOUKAL, Pavel, LEŠKA, Rudolf a kolektiv. *Autorský zákon: praktický komentář s judikaturou: podle stavu k 1. dubnu 2020*. Praha: Leges, 2020. 864 s. ISBN 978-80-7502-391-9.

POLČÁK, Radim. *Právo a evropská informační společnost*. Brno: Masarykova univerzita, 2009. 204 s. ISBN 978-80-210-4885-0.

POLČÁK, Radim. Territoriality of Copyright Law. In: SZCZEPANIK, Petr, ZAHŘÁDKA, Pavel, MACEK, Jakub a STEPAN, Paul. *Digital Peripheries. The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Cham: Springer International Publishing, 2020. 302 s. ISBN 978-3-030-44849-3.

POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. 256 s. ISBN 978-80-7552-335-8.

POUPEROVÁ, Olga. *Regulace médií*. Praha: Leges, 2010. 272 s. ISBN 978-80-87212-48-6.

RIGEL, Filip, MORAVEC Ondřej, ONDREJOVÁ, Dana. *Reklamní právo*. Praha: C. H. Beck, 2018. 200 s. ISBN: 978-80-7400-686-9.

SRSTKA, Jiří a kolektiv. *Autorské právo a práva související*. Vysokoškolská učebnice. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019. 432 s. ISBN 978-80-7502-386-5.

SRSTKA, Jiří. *Autorské právo v divadle*. 2. podstatně přepracované a doplněné vydání. Praha: Leges, 2022. 141 s. ISBN 978-80-7502-582-1.

TELEC, Ivo, TŮMA, Pavel. *Autorský zákon. Komentář*. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019. 1295 s. ISBN 978-80-7400-748-4.

WÜNSCHOVÁ PUJMANOVÁ, Alexandra a kolektiv. *Audiovizuální zákon s komentářem*. Praha: Linde Praha a. s., 2012. 132 s. ISBN 978-80-7201-879-6.

2. Seznam použitých internetových zdrojů

Advokátní deník. Zákon o audiovizí umožní odvody streamovacích společností pro film. *Advokátní deník* [online]. Praha: Česká advokátní komora. 10. 6. 2022 [cit. 11. 6. 2023]. ISSN 2571-3558. Dostupné z: <https://advokatnidenik.cz/2022/06/10/zakon-o-audiovizii-umozni-odvody-streamovacich-spolecnosti-pro-cesky-film/>.

CALBOLI, Irene. Legal Perspectives on the Streaming Industry: The United States. *The American Journal of Comparative Law* [online]. 21. 10. 2022. 70(1), s. 220-245. [cit. 25. 3. 2023]. ISSN 0002-919X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/ajcl/avac021>.

Český statistický úřad. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami za období 2022* [online]. Praha, 2022 [cit. 25. 3. 2023]. ISBN 978-80-250-3290-9. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/164606768/06200422.pdf/1c5c22c0-8941-4670-9698-e949482b0c35?version=1.1>.

DRDLA, Jan. *Sponzorování v TV a VoD (a místy méně logická úprava)* [online]. 3. 4. 2021 [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: https://www.medialniprovo.cz/internet/sponzorovani-v-tv-a-vod/#_ftn9.

Důvodová zpráva k zákonu č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání). Sněmovní tisk č. 894/0 [online]. 17. 8. 2009 [cit. 28. 5. 2023]. Dostupné z: <https://psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=5&CT=894&CT1=0>.

Důvodová zpráva k zákonu č. 242/2022 Sb., o službách platformem pro sdílení videonahrávek a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o službách platformem pro sdílení videonahrávek). Sněmovní tisk č. 30/0 [online]. 25. 10. 2021 [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=9&CT=30&CT1=0>.

Evropská komise. Sdělení Komise (220/C 223/03): Pokyny podle čl. 13 odst. 7 směrnice o audiovizuálních mediálních službách týkající se výpočtu podílu evropských děl v katalogích služeb na vyžádání a definice nízké sledovanosti a nízkého obratu [online]. 7. 7. 2020 [cit. 11. 6. 2023]. Dostupné z: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)&from=CS](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707(03)&from=CS).

Ministerstvo kultury. *Směrnice o audiovizuálních mediálních službách* [online]. [cit. 28. 5. 2023]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/smernice-o-audiovizualnich-medialnich-sluzbach-cs-492>.

Ministerstvo kultury. *V Nostickém paláci se poprvé sešla poradní skupina pro transformaci Státního fondu kinematografie na Státní fond audiovize* [online]. 13. 1. 2023 [cit. 11. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/novinky-a-media-cs-4/5081cs-vnostickem-palaci-se-poprve-sesla-poradni-skupina-pro-transformaci-statniho-fondu-kinematografie-na-statni-fond-audiovize>.

ONDREJOVÁ, Dana. „Product placement“ aneb evropská výzva pro českého zákonodárce. *Právní rozhledy* [online]. Praha: C. H. Beck, 2009, č. 2, s. 48-52. [cit. 29. 6. 2023]. ISSN 1210-6410. Dostupné online v systému Beck-online.

POUPEROVÁ, Olga. Audiovizuální mediální služby na vyžádání. *Právní rozhledy* [online]. Praha: C. H. Beck, 2011, č. 10, s. 350-356. [cit. 28. 5. 2023]. ISSN 1210-6410. Dostupné online v systému Beck-online.

Rada pro reklamu. Jednací řád Rady pro reklamu [online]. 2008 [cit. 15. 7. 2023]. Dostupné z: https://www.rpr.cz/cz/dokumenty_rpr.php.

Rada pro reklamu. Kodex reklamy [online]. 2013 [cit. 15. 7. 2023]. Dostupné z: https://www.rpr.cz/cz/dokumenty_rpr.php.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Doporučení Rady související s aplikací nové právní úpravy umístění produktu [online]. [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/files/metodiky/product_placement_doporuceni_Rady.doc.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Právní stanovisko k výkladu pojmu „katalog pořadů sestavovaný poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání“ [online]. 3. 8. 2010 [cit. 28. 5. 2023]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/pravni-stanoviska/STANOVISKO_KATALOG.pdf.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Právní stanovisko ve věci kvalifikovaného disclaimeru [online]. 19. 10. 2010 [cit. 13. 6. 2023]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/pravni-stanoviska/STANOVISKO_DISCLAIMER.pdf

Sdružení pro internetový rozvoj v České republice (SPIR). *Etický kodex přebírání a využívání cizího obsahu na internetu* [online]. 3. 3. 2023 [cit. 15. 7. 2023]. Dostupné z: https://www.spir.cz/sites/default/files/prilohy/Etický_kodex_prebirani_obsahu_20230303.pdf.

Sdružení pro internetový rozvoj v České republice (SPIR). *Kodex influencerů* [online]. 20. 7. 2020 [cit. 15. 7. 2023]. Dostupné z: <https://www.samoregulace.cz/kodex-influencera>.

Sdružení pro internetový rozvoj v České republice (SPIR). *SPIR standardy online reklamy* [online]. Listopad 2015 [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.spir.cz/sites/default/files/spir-standardy-online-reklamy-2015.pdf>

Státní fond kinematografie. Metodický pokyn (výklad) k poplatkům z poskytování audiovizuálních služeb na vyžádání v kontextu poplatkové povinnosti zákona č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů, zákona č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, a zákona č. 231/2001 Sb., o rozhlasovém a televizním vysílání [online]. [cit. 11. 6. 2023]. Dostupné z: [https://fondkinematografie.cz/metodicky-pokyn-\(vyklad\).html](https://fondkinematografie.cz/metodicky-pokyn-(vyklad).html)

Úřad vlády České republiky – Oddělení sekretariátu Vládního výboru pro osoby se zdravotním postižením. Zápis ze zasedání Vládního výboru pro osoby se zdravotním postižením (VVOZP) ze dne 17. 9. 2020 [online]. 17. 9. 2020 [cit. 25. 6. 2023]. Dostupný z: <https://www.vlada.cz/assets/ppov/vvozp/zasedani-vyboru/zapis-VVOZP-17-09-2020.pdf>.

Veřejný ochránce práv. Stanovisko zástupkyně veřejného ochránce práv k vládnímu návrhu zákona o službách platform pro sdílení videonahrávek [online]. 3. 6. 2021 [cit. 25. 6. 2023]. Dostupné z: <https://www.ochrance.cz/uploads-import/ESO/Stanovisko%20final.pdf>.

Veřejný ochránce práv. Zpráva o šetření ve věci regulace reklamy [online]. 7. 2. 2017 [cit. 30. 6. 2023]. Dostupné z: <https://eso.ochrance.cz/Nalezene/Edit/4700>.

ZAHRÁDKA, Pavel, LEŠKA, Rudolf a SZCZEPANIK, Petr. *Význam teritoriality pro audiovizuální průmysl v České republice* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2019. [cit. 16. 7. 2023]. ISBN 978-80-244-5530-3. Dostupné z: https://kdfs.upol.cz/fileadmin/userdata/FF/katedry/kdu/vyzkumne_zpravy/Vyznam_teritoriality_pro_audiovizualni_prumysl_v_CR.pdf

3. Seznam použitých vnitrostátních právních předpisů

Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání), ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 242/2022 Sb., o službách platformem pro sdílení videonahrávek a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o službách platformem pro sdílení videonahrávek).

Zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů (zákon o některých službách informační společnosti), ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 110/2019 Sb., o zpracování osobních údajů.

Zákon České národní rady č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 141/1961 Sb., o trestním řízení soudním (trestní řád), ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 218/2003 Sb., o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy a o soudnictví ve věcech mládeže a o změně některých zákonů (zákon o soudnictví ve věcech mládeže), ve znění pozdějších předpisů.

Usnesení předsednictva České národní rady č. 2/1993 Sb., o vyhlášení Listiny základních práv a svobod jako jako součásti ústavního pořádku České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

Ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích), ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuaci), ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 280/2009 Sb., daňový řád, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon České národní rady č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České socialistické republiky, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon České národní rady č. 103/1992 Sb., o Radě České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání (zrušený ke dni 3. 7. 2001).

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (zrušený ke dni 31. 12. 2013).

4. Seznam použitých právních předpisů Evropské unie

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. 3. 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/36/ES ze dne 30. 6. 1997, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES ze dne 11. 12. 2007, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1808 ze dne 14. 11. 2018, kterou se mění směrnice 2010/13/EU o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb s ohledem na měnící se situaci na trhu.

Směrnice Rady 89/552/EHS ze dne 3. 10. 1989 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/790 ze dne 17. 4. 2019 o autorském právu a právech s ním souvisejících na jednotném digitálním trhu a o změně směrnic 96/9/ES a 2001/29/ES.

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1128 ze dne 14. 6. 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. 6. 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu.

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 ze dne 20. 12. 2006 o výživových a zdravotních tvrzeních při označování potravin.

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 ze dne 25. 10. 2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a (ES) č. 1925/2006 a o zrušení směrnice Komise 87/250/EHS, směrnice Rady 90/496/EHS, směrnice Komise 1999/10/ES, směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES, směrnic Komise 2002/67/ES a 2008/5/ES a nařízení Komise (ES) č. 608/2004.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/29/ES ze dne 22. 5. 2001 o harmonizaci určitých aspektů autorského práva a práv s ním souvisejících v informační společnosti.

Směrnice Rady 93/83/EHS ze dne 27. 9. 1993 o koordinaci určitých předpisů týkajících se autorského práva a práv s ním souvisejících při družicovém vysílání a kabelovém přenosu.

5. Seznam použitých mezinárodních smluv

Smlouva Světové organizace duševního vlastnictví o právu autorském (Sdělení Ministerstva zahraničních věcí č. 33/2002 Sb. m. s., o přístupu České republiky ke Smlouvě Světové organizace duševního vlastnictví o právu autorském).

Úmluva OSN o právech osob se zdravotním postižením (Sdělení Ministerstva zahraničních věcí č. 10/2010 Sb. m. s., o sjednání Úmluvy o právech osob se zdravotním postižením).

6. Seznam použité judikatury

Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 29. 8. 2007, čj. 1 As 3/2007-83.

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 11. 9. 2014, Papasavvas, C-291/13, ECLI:EU:C:2014:2209.

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 4. 10. 2011, Football Association Premier League a další, C-403/08, ECLI:EU:C:2011:631.

Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 28. 2. 2018, č. j. 7 As 59/2017-33.

Rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 30. 11. 2007, č. j. 11 Ca 1/2006-57.

Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 81/2005-79.

Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 30. 9. 2010, č. j. 6 As 16/2010-259.

Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 31. 3. 2010, č. j. 6 As 47/2009-49.

7. Seznam ostatních zdrojů

KORČEKOVÁ, Andrea, 2010. *Product placement a jeho právní otázky*. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta mezinárodních vztahů. Katedra podnikového a evropského práva. Vedoucí práce: prof. JUDr. Martin Boháček, CSc. 92 s.

Právní aspekty poskytování audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání

Abstrakt

Tato diplomová práce si klade za cíl vymezit a popsat právní aspekty poskytování jedné z nejpobulárnějších služeb informační společnosti – audiovizuální mediální služby na vyžádání, rovněž známé pod označením VOD (*video on demand*). Práce představuje nejdůležitější právní instituty spjaté s poskytováním tohoto druhu služby, provádí jejich výklad ve světle evropské legislativy, pojmenovává nedostatky v jejich úpravě a hledá možnosti zákonné úpravy *de lege ferenda*. Diplomová práce klade důraz na oblast veřejnoprávní regulace, neboť povahu veřejnoprávní normy má i stěžejní zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání. Samostatná kapitola se však věnuje i některým soukromoprávním institutům, především z oblasti autorského práva. Hlavními metodologickými přístupy jsou metoda deskriptivní a analytická.

Práce je rozdělena do pěti kapitol, které se dále člení na jednotlivé podkapitoly. První kapitola popisuje vývoj a důvody právní úpravy a poskytuje analýzu klíčových pojmů práce – audiovizuální mediální služba na vyžádání a její poskytovatel. Druhá kapitola se zaměřuje na povinnosti, jež dopadají na poskytovatele ve vztahu k obsahu služby a způsobu jejího poskytování, a to jak vůči uživatelům, tak vůči orgánu dozoru. Třetí kapitola pojednává o audiovizuálních obchodních sděleních (reklama, sponzorování a umístění produktu), které jsou vedle redakčního obsahu běžnou součástí audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání. Čtvrtá kapitola se zabývá působením regulačních orgánů v oblasti audiovizuálních mediálních služeb. Kromě postavení a činnosti Rady pro rozhlasové a televizní vysílání představuje i dva samoregulační orgány – Sdružení pro internetový rozvoj v České republice (SPIR) a Radu pro reklamu. Pátá kapitola nahlíží na poskytování audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání z autorskoprávní perspektivy, neboť pořad ve většině případů naplňuje pojmové znaky audiovizuálního díla chráněného autorským zákonem. Na tento výklad navazuje pojednání o licenci a licenční smlouvě, jakož i stručná úvaha nad častým ujednáním v licenčních smlouvách – tzv. geoblokací. Závěrem tato práce pojmenovává určité nedostatky právní úpravy, které mohou mít na poskytovatele negativní dopad a představuje možná řešení *de lege ferenda*.

Klíčová slova: audiovizuální mediální služba na vyžádání, poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání, audiovizuální obchodní sdělení

Legal aspects of providing on-demand audiovisual media services

Abstract

The aim of this thesis is to define and describe the legal aspects of the provision of one of the most popular information society services – on-demand audiovisual media service, also known as VOD (video on demand). The thesis introduces the most important legal institutes related to the provision of this type of services, interprets these institutes in the light of European legislation, identifies deficiencies in their regulation and looks for possibilities for *de lege ferenda* regulation. The main focus is put on the area of public law regulation, as the key Act No. 132/2010 Coll., on on-demand audiovisual media service, is a public law norm. However, a separate chapter is dedicated to some private law institutes as well, especially in the field of copyright. The main methodological approaches are the descriptive and analytical methods.

The thesis is divided into five chapters, which are further subdivided into individual subchapters. The first chapter describes the development and reasons for the legal regulation and provides an analysis of the key terms of the thesis – on-demand audiovisual media service and its provider. The second chapter focuses on the obligations that the provider must comply with in relation to the content of the service and the way it is provided, both to users and to the authorities. The third chapter focuses on the audiovisual commercial communication (advertisement, sponsorship and product placement), which are, next to editorial content, a common part of on-demand audiovisual media services. The fourth chapter describes the role of regulatory bodies in the field of audiovisual media services. It introduces not only the role and activities of the Council for Radio and Television Broadcasting, but also two self-regulatory bodies – the Internet Advertising Conference (IAC) and the Council for Advertising. The fifth chapter deals with the provision of on-demand audiovisual media services from a copyright perspective, as in the majority of cases the programme meets the conceptual characteristics of an audiovisual work protected by copyright law. This is followed by a description of the licence and the licence agreement, as well as a brief reflection on a common clause in licence agreements – the so-called geo-blocking. In conclusion, this thesis identifies certain deficiencies in the legislation that may have a negative impact on providers and presents a few *de lege ferenda* solutions.

Key words: on-demand audiovisual media service, on-demand audiovisual media service provider, audiovisual commercial communication