MAPA AUDIOVIZUÁLNÍHO POLE V ČESKÉ REPUBLICE Z HLEDISKA DIGITALIZACE A STRATEGIE PRO JEDNOTNÝ DIGITÁLNÍ TRH

Petr Szczepanik a Pavel Zahrádka (eds.)

Připraveno pro

Ministerstvo kultury České republiky
Státní fond kinematografie
Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky

září 2018

Připravili

Petr Szczepanik
Pavel Zahrádka
Radim Polčák
Jakub Macek
Ivan David
Dominika Galajdová
Johana Kotišová
Rudolf Leška
Petr Lupač
Tomáš Karger
Štěpán Žádník

T A
Č R

Univerzita Palackého
v Olomouci

MUNI

Výzkumná zpráva byla vytvořena v rámci řešení projektu „Výzkum dopadu stávající legislativy a strategie Evropské komise pro jednotný digitální trh (DSM) na český audiovizuální průmysl: evaluace (autorsko)právního systému a příprava kulturní politiky v rámci DSM“ (č. TL01000306) s finanční podporou Technologické agentury České republiky.

1. vydání

Eds. © Petr Szczepanik, Pavel Zahrádka, 2018

© Univerzita Palackého v Olomouci, 2018

Publikace podléhá licenci Creative Commons:
CC-BY-NC-ND 3.0
(Uveďte autora-Neužívejte dílo komerčně-Nezasahujte do díla 3.0 Česko)

ISBN 978-80-244-5450-4 (online : PDF)

OBSAH

1. ÚVOD: AUDIOVIZUÁLNÍ POLE A DIGITALIZACE 1
Petr Szczepanik, Pavel Zahrádka
1.1 Definice 3
Pavel Zahrádka, Petr Szczepanik, Ivan David, Jakub Macek
1.1.1 Audiovizuální pole 3
1.1.2 Audiovizuální dílo 4
1.1.3 České audiovizuální dílo 5
1.1.4 Audiovizuální mediální služba na vyžádání 5
1.2 Vliv digitalizace na audiovizuální průmysl 6
Pavel Zahrádka, Petr Szczepanik, Jakub Macek

2. STRUKTURY A PRAXE AUDIOVIZUÁLNÍHO POLE 11
Petr Szczepanik
2.1 Základní charakteristiky audiovizuálního pole v České republice 11
2.2 Základní skupiny aktérů audiovizuálního pole dle hodnotového řetězce 15
2.3 Obchodní modely audiovizuálního průmyslu 17
2.3.1 Vývoj a produkce 17
2.3.2 Distribuce 24
2.4 Licencování audiovizuálních děl 27
Pavel Zahrádka, Ivan David, Rudolf Leška
2.4.1 Práva k užití díla a odměňování autorů 27
2.4.2 Licenční praxe 29
2.4.3 Teritoriální fragmentace audiovizuálního trhu v EU 32
2.5 Kulturní politika státu a veřejná podpora audiovize v České republice 33
Petr Szczepanik
2.6 Pracovní trh v audiovizuálním průmyslu v České republice 35
Johana Kotišová, Petr Szczepanik
2.7 Technologická infrastruktura pro online distribuci audiovizuálních děl v České republice 37
Petr Lupač
2.8 Typologie spotřebitelů audiovizuálních obsahů 41
Jakub Macek
2.9 Změny spotřebitelského chování mediálních publik v České republice 42
Jakub Macek
2.10 Neformální distribuce audiovizuálních obsahů a její segmentace 45
Tomáš Karger, Štěpán Žádník

3. PRÁVNÍ REGULACE AUDIOVIZUÁLNÍHO SEKTORU 47
3.1 Přehled základních právních otázek souvisejících s online distribucí audiovizuálního obsahu 47
Radim Polčák
3.1.1 Teritorialita 48
3.1.2 Právní postavení provozovatele online platformy pro sdílení obsahu 49

3.1.3 Česká úprava odpovědnosti hostingových poskytovatelů služeb informační společnosti 52
3.1.4 Žaloby proti úložištím: soudní řízení zahájená nositeli práv v České republice. 54
Rudolf Leška
3.1.5 Filtrování 56
Radim Polčák
3.2 Odměňování autorů v České republice z pohledu zákona a praxe 59
Ivan David
3.2.1 Úprava v občanském zákoníku 59
3.2.2 Úprava v dalších právních předpisech. 60
3.2.3 Specifika praxe. 61
3.3 Digitalizace kulturního dědictví. 62
Dominika Galajdová
3.4 Strategie pro jednotný digitální trh a postoje aktérů audiovizuálního pole. 65
Pavel Zahrádka
3.4.1 Nařízení o přeshraniční přenositelnosti 65
3.4.2 Nařízení o zákazu geoblokace. 66
3.4.3 Návrh nařízení o online přenosech. 67
3.4.4 Návrh směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu. 71
3.4.5 Návrh revize směrnice o audiovizuálních mediálních službách 75

4. ZÁVĚR **76**

5. LITERATURA **78**
Právní předpisy 85
Soudní řízení a rozhodnutí. 86

Seznam grafů

Graf 1: Jednotlivci v ČR podle genderu, kteří sledují video na internetu (2018). 14
Graf 2: Hodnotový řetězec evropského a amerického nezávislého (nestudiového) filmu. 15
Graf 3: Vývoj objemu tržeb (v mil. Kč) členů Asociace producentů v audiovizi dle typů produkce 19
Graf 4: Nárůst podílu majoritních a minoritních koprodukcí na celkové produkci celovečerních hraných filmů po zavedení speciální podpory minoritních koprodukcí v r. 2010 (počty titulů) 22
Graf 5: Vývoj alokace podpory pro minoritní koprodukce a průměrná dotace 23
Graf 6: Možné způsoby vypořádání práv poskytovatelem služby videa na vyžádání 31
Graf 7: Věková struktura jednotlivců v ČR (%), kteří sledují pořady na internetu, podle typu služeb (2018). 39
Graf 8: Post-televizní zdroje obsahů (2014) 43
Graf 9: Post-televizní praxe a věk (2014). 43
Graf 10: Kurace populárních obsahů (2014) 44
Graf 11: Zdroje sociální kurace – online sociální sítě a přímé interakce 44

Seznam rámečků

Rámeček 1: Konvergence mezi sektory informačních technologií a audiovizuálního průmyslu 8
Rámeček 2: Zahraniční zakázková produkce kofinancovaná z programu pobídek 19
Rámeček 3: Rozpočet mainstreamového artového a mainstreamového komerčního filmu 21
Rámeček 4: Příklad majoritní koprodukce mainstreamového artového typu 22
Rámeček 5: Telexport (Česká televize) jako exportér českých audiovizuálních děl 26
Rámeček 6: Příklady právní argumentace ekonomicky relevantního užití technologie 51
Rámeček 7: Prevenční doktrína odpovědnosti poskytovatele služby informační společnosti. 58

1. ÚVOD: AUDIOVIZUÁLNÍ POLE A DIGITALIZACE

1. Předložená výzkumná zpráva je první z řady devíti zpráv, které vzniknou v rámci projektu „Výzkum dopadu stávající legislativy a strategie Evropské komise pro jednotný digitální trh (DSM) na český audiovizuální průmysl: evaluace (autorsko)právního systému a příprava kulturní politiky v rámci DSM“ (TL01000306) podpořeného Technologickou agenturou České republiky. Na jeho řešení se podílí interdisciplinárně složený tým výzkumníků Univerzity Palackého v Olomouci a Masarykovy univerzity ve spolupráci s externími aplikačními garanty (Ministerstvo kultury ČR, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Státní fond kinematografie). Cílem této zprávy je popsat stav audiovizuálního pole v ČR, tj. popsat základní struktury, klíčové aktéry a praxe v produkci, distribuci a spotřebě audiovizuálních děl. Mezi struktury audiovizuálního pole řadíme technickou infrastrukturu, právní normy, obchodní (tj. produkční a distribuční) modely, základní socioekonomické parametry pracovního trhu v audiovizuálním průmyslu, státní kulturní politiku a širší sociokulturní kontext. Mezi aktéry audiovizuálního pole zahrnujeme jednak aktéry hodnotového řetězce, kteří se podílejí na vývoji, výrobě a šíření audiovizuálního díla, a jednak samotné spotřebitele.

2. Vymezení hranic audiovizuálního pole a jeho popis je nutně selektivní, protože slouží výhradně jako východisko pro identifikaci a nastínění klíčových problémů, kterým čelí audiovizuální průmysl v souvislosti s digitalizací a plánovanou strategií Evropské komise pro vytvoření jednotného digitálního trhu v EU.[1] K identifikaci klíčových problémů audiovizuálního pole v ČR sloužila konzultační setkání členů řešitelského týmu s externími aplikačními garanty, resp. zástupci Ministerstva kultury, Ministerstva průmyslu a obchodu a Státního fondu kinematografie v roce 2017 a 2018.[2]

3. Podkladem pro tento popis audiovizuálního pole byla sekundární analýza dostupných dat – konkrétně pak statistik Evropské audiovizuální observatoře, Státního fondu kinematografie, odborných studií, monografií a výzkumných zpráv o dopadu digitalizace na audiovizuální průmysl a chování spotřebitelů. Zohledněny byly rovněž studie o problematice právní regulace smluvních vztahů mezi aktéry hodnotového řetězce, audiovizuálních mediálních služeb a služeb informační společnosti. Závěrečná část zprávy čerpá z podkladových materiálů Evropské komise ke strategii jednotného digitálního trhu včetně souboru cílených legislativních opatření (resp. relevantních návrhů směrnic a nařízení) a stanovisek jednotlivých stakeholderů, resp. aktérů audiovizuálního pole, k těmto návrhům.[3]

---

1 Evropská komise, Sdělení Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů – Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě (dále jen „Strategie pro jednotný digitální trh“), COM(2015) 100 final. 6. 5. 2015.

2 Konzultačních jednání se za Státní fond kinematografie zúčastnila ředitelka Mgr. Helena Bezděk Fraňková, za Ministerstvo kultury ČR náměstkyně pro řízení sekce legislativní a mezinárodních vztahů JUDr. Petra Smolíková, zástupkyně vedoucího samostatného oddělení autorského práva JUDr. Adéla Faladová, ředitel odboru médií a audiovize Mgr. Artuš Rejent, za Ministerstvo průmyslu a obchodu ředitelka odboru obchodní politiky a MEO Ing. Lucie Vondráčková, členka Meziresortní komise pro potírání nelegálního jednání proti právům k duševnímu vlastnictví Ing. Milena Jeníková, zástupkyně odboru evropských záležitostí a vnitřního trhu JUDr. Michaela Líčeníková, referentka pro obchodní aspekty práv k duševnímu vlastnictví Mgr. Karolína Vorzová, vedoucí oddělení služeb informační společnosti Mgr. Eva Jordán Vaňková a Ing. Vítězslav Doubek.

3 Viz seznam literatury na konci výzkumné zprávy.

4. Zpráva má tři hlavní části. Úvodní část je věnována definičnímu vymezení audiovizuálního pole a obecnému popisu proměn audiovizuálního průmyslu v Evropě v důsledku digitalizace. Druhá část je zaměřena na popis klíčových aktérů audiovizuálního pole v ČR, základních obchodních modelů a širšího sociálně-technologického kontextu. Třetí část se soustředí na popis právní regulace audiovizuálního pole a navrhovaných opatření v rámci strategie pro vytvoření jednotného digitálního trhu v EU, včetně stanovisek jednotlivých zainteresovaných stran.

5. V úvodní kapitole 1.1 vymezujeme hranice zkoumaného audiovizuálního pole prostřednictvím definice audiovizuálního díla, českého audiovizuálního díla a audiovizuálních online služeb a podáváme výklad základní sociologické terminologie, kterou užíváme při popisu audiovizuálního pole. V kapitole 1.2 popisujeme v obecné rovině dopad digitalizace na audiovizuální průmysl a hlavní změny v obchodních modelech a spotřebitelském chování.

6. Tento obecný rámec slouží jako úvod pro podrobnější popis struktur, aktérů a jejich praxí v audiovizuálním poli v ČR, kterému je věnována druhá část zprávy. V této části se nejprve soustředíme na popis hlavních aktérů a průmyslových praxí v poli produkce a distribuce audiovizuálních děl (2.1 až 2.3). Vycházíme přitom ze sociologického předpokladu o strukturní podobnosti mezi polem produkce a distribuce z hlediska pozic jednotlivých aktérů v sociálním prostoru. Popis průmyslových praxí doplňujeme výkladem licenční praxe v obchodních vztazích mezi aktéry hodnotového řetězce a jejích důsledků jednak pro odměňování tvůrců a jednak pro fragmentaci audiovizuálního trhu v Evropě (2.4). Následující kapitoly popisují související struktury audiovizuálního pole v ČR: kulturní politiku státu (2.5), základní parametry pracovního trhu v audiovizuálním průmyslu (2.6) a technologickou infrastrukturu (2.7). Závěrečné kapitoly druhé části zprávy jsou věnovány shrnutí dosavadních výzkumů spotřebitelského chování ve vztahu k audiovizuálním dílům v ČR (2.8 a 2.9) a základní typologii neformální distribuce audiovizuálních děl (2.10).

7. Třetí část zprávy je věnována popisu právních struktur, které jsou relevantní jednak z hlediska výše uvedených problémů audiovizuálního pole, na které budou cílit navazující analytické zprávy, a jednak jsou předmětem reformního balíčku legislativních opatření navrhovaných v rámci strategie pro vytvoření jednotného digitálního trhu v EU. Kapitola 3.1 je proto zaměřena na výklad právních otázek, které souvisejí s online distribucí audiovizuálních děl, tj. na teritorialitu autorského práva a stávající regulaci služeb informační společnosti, a nabízí také stručný popis probíhajících soudních sporů mezi majiteli práv a provozovateli platforem pro sdílení obsahu online. Následuje výklad právní teorie a praxe odměňování tvůrců v audiovizuálním průmyslu (3.2) a úskalí digitalizace kulturního dědictví (3.3). Poslední kapitola 3.4 shrnuje nejdůležitější návrhy směrnic a nařízení předložené v rámci strategie Evropské komise pro vytvoření jednotného digitálního trhu, které jsou relevantní z hlediska výše identifikovaných problémů a fungování audiovizuálního průmyslu. Konkrétně se zabýváme nařízením o přeshraniční přenositelnosti, nařízením o zákazu geoblokace, návrhem nařízení o online přenosech, návrhem směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu a návrhem revize směrnice o audiovizuálních mediálních službách.[4] Toto shrnutí je doplněno přehledem základních postojů

4 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1128 ze dne 14. června 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu (dále jen „nařízení o přeshraniční přenositelnosti"); Nařízení Evropské unie č. 2018/302 Evropského parlamentu a Rady ze dne 28. února 2018 o řešení neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace založených na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníků v rámci vnitřního trhu

hlavních aktérů audiovizuálního pole v EU k navrhovaným legislativním opatřením. Mezi tyto aktéry řadíme nejen účastníky hodnotového řetězce (tj. tvůrce, producenty, distributory, šiřitele obsahu, resp. uživatele audiovizuálních děl a filmové fondy), ale i spotřebitele (organizaci pro ochranu spotřebitelů) a zástupce institucí kulturního dědictví, občanských iniciativ pro ochranu volných děl v digitálním prostředí, svobodného přístupu k informacím a podporu vzdělávání.[5]

8. Na přípravě výzkumné zprávy se podílel řešitelský tým projektu včetně externích spolupracovníků pod vedením doc. Petra Szczepanika (FF UK Praha) a doc. Pavla Zahrádky (FF UP Olomouc): doc. Radim Polčák (PrF MU Brno), doc. Jakub Macek (FSS MU Brno), Mgr. Ivan David (FF UP Olomouc), Mgr. Dominika Galajdová (PrF MU Brno), Mgr. Johana Kotišová, Ph.D. (FF UP Olomouc), JUDr. Mgr. Rudolf Leška, Ph.D., LL.M. (Štaidl Leška Advokáti / Vysoká škola finanční a správní), Mgr. Petr Lupač, Ph.D. (FF UK Praha), Mgr. Tomáš Karger, Ph.D. (UTB Zlín) a Mgr. Štěpán Žádník (FSS MU Brno).

1.1 Definice

1.1.1 Audiovizuální pole

9. Audiovizuální pole chápeme sociologicky jako sociální prostor, v němž se vyrábějí, šíří a konzumují audiovizuální díla. Tento sociální prostor si lze představit jako systém vztahů mezi aktéry, formovaný jejich pozicemi hierarchicky uspořádanými na základě objemu a poměru jejich ekonomického a kulturního kapitálu. Ekonomický kapitál vyplývá z produkčních a distribučních nákladů, obratu a návratnosti investic, zatímco kulturní kapitál spočívá v symbolické hodnotě vytvořeného díla, umělecké prestiži tvůrců, výrobních a distribučních strategií a cílovém publiku.

10. Audiovizuální pole se rozkládá do tří dílčích polí: prostoru produkce (producenti a tvůrci), distribuce (distributoři, vysílatelé a kina) a spotřeby (diváci). Mezi nimi předpokládáme částečnou strukturní homologii. To znamená, že například artoví producenti budou typicky distribuovat prostřednictvím artového distributora pro okruh návštěvníků artových kin. Každé z těchto dílčích polí se dále člení na podpole dle typu převládajícího kapitálu: na podpole, kde převládá ekonomický, nebo naopak kulturní kapitál, tj. především na podpole mainstreamové a podpole artové (použijeme-li terminologii filmového průmyslu a kritiky). S ohledem na cíle výzkumu vymezujeme audiovizuální pole na základě užší definice audiovizuálního díla (viz podkap. 1.1.2). Toto vymezení navazuje jednak na chápání audiovizuálního pole samotnými aktéry, jednak na vzorové

a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES (dále jen „nařízení o zákazu geoblokace“); Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady, kterým se stanoví pravidla pro výkon autorského práva a práv s ním souvisejících, která se použijí na některé online přenosy vysílacích organizací a další přenosy televizních a rozhlasových programů, COM(2016) 594 final (dále jen „návrh nařízení o online přenosech“); Návrh směrnice Evropského parlamentu a Rady o autorském právu na jednotném digitálním trhu, COM(2016) 593 final (dále jen „návrh směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu“); Návrh směrnice Evropského parlamentu a Rady, 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, COM(2016) 287 final (dále jen „návrh revize směrnice o audiovizuálních mediálních službách“).

5 Termín „uživatel díla“ je ve zprávě užíván v dvojím významu. V právně-průmyslovém kontextu označuje nabyvatele licence, který je oprávněn k užití díla způsoby vymezenými autorským zákonem (např. dílo rozmnožit, vystavit, zpřístupnit veřejnosti), zatímco v sociologickém kontextu je jím míněn spotřebitel (divák).

studie o audiovizuálním průmyslu.[6] Při popisu pole sledujeme především jeho *struktury*, *aktéry* a jejich *jednání a praxe*.

11. *Struktury* chápeme jako jakékoli materiální nebo nemateriální podmínky, které formují jednání. Typickými materiálními strukturami jsou ekonomické podmínky nebo užité technologie a jejich vlastnosti (např. divácké praxe jsou formované tím, zda divák má finanční prostředky na zakoupení služby, a tím, jak kvalitním příjmem signálu či připojením k internetu disponuje). Typickými nemateriálními strukturami jsou pak např. zákonná regulace, dostupné sociální či obchodní vztahy nebo sociální hodnoty a normy (např. tendence stahovat nelegálně šířený obsah je formována mírou obav z právního postihu a mírou morální přijatelnosti takového jednání v sociálním prostředí jedince).

12. *Aktérem* rozumíme jakoukoli entitu, která disponuje schopností jednat (viz definici jednání). Aktérem přitom může být jedinec (pak hovoříme o sociálním aktérovi; např. producent, divák, poslanec, lovec jelenů), skupina jedinců (pak hovoříme o skupinovém aktérovi; např. členové publika, poslanci, četa) nebo organizace (pak hovoříme o organizačním aktérovi; např. produkční společnost, Česká televize, poslanecká sněmovna).

13. *Jednáním* nebo *praxemi* zde označujeme soubor aktivit obdařených subjektivním smyslem, zpravidla směřujících k dosažení nějakého cíle (např. sledování filmů, stahování obsahů, vytváření obsahu, vyjednávání podmínek smlouvy, vytváření zákonné regulace). Pro analýzu jednání je proto zásadní identifikovat nejen jednající aktéry (viz definici aktéra) a to, co dělají, ale i (a) jejich cíle a motivace, (b) hodnoty a normy, které se do jejich jednání promítají, a zároveň (c) další struktury ovlivňující a formující analyzované jednání (viz definici struktury).

1.1.2 Audiovizuální dílo

14. Audiovizuální dílo naplňuje definici autorského díla, tj. jde o umělecké dílo, které je jedinečným výsledkem tvůrčí činnosti svých autorů a je vyjádřeno v objektivně vnímatelné podobě.[7] Současně je audiovizuální dílo podle českého autorského zákona definováno jako „dílo vytvořené uspořádáním děl audiovizuálně užitých, ať již zpracovaných, či nezpracovaných, které sestává z řady zaznamenaných spolu souvisejících obrazů, vyvolávajících dojem pohybu, ať již doprovázených zvukem, či nikoli, vnímatelných zrakem, a jsou-li doprovázeny zvukem, vnímatelných i sluchem“.[8]

15. Pro účely této zprávy zahrnujeme do rozsahu pojmu audiovizuálního díla pouze díla, která dle kritérií příslušných distribučních kanálů představují tzv. prémiový a zároveň *high-end* obsah:[9]

6 Srov. vymezení audiovizuálního průmyslu ve studiích zahraničních institucí, jako je např. European Audiovisual Observatory, British Film Institute nebo Centre national du cinéma et de l'image animée.

7 § 2 odst. 1 zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (dále jen „autorský zákon“). Revizi pojmových znaků díla ze strany Soudního dvora EU necháváme na tomto místě stranou.

8 § 62 odst. 1 autorského zákona.

9 V případě produkce pro lineární televizní vysílání zužujeme vymezení prémiového obsahu dle britského termínu *high-end television*, který definuje „kulturní test“ Britského filmového institutu (BFI) jako dramatické nebo dokumentární pořady o minimální délce 30 minut na jednu epizodu. Viz BFI, British High-End Television Certification: High-End

celovečerní hrané, animované nebo dokumentární filmy, televizní seriály, webseriály. Jedná se tedy o vybrané typy profesionálně vyráběných audiovizuálních děl, tj. děl určených ke zpřístupňování veřejnosti, a to prostřednictvím kinematografického představení, televizního vysílání nebo internetu.[10]

16. Předmětem zprávy proto nejsou jednak televizní pořady, které nespadají do kategorie audiovizuálního díla (nesplňují požadavek jedinečnosti), a jednak audiovizuální díla, která nespadají do kategorie prémiového, resp. *high-end* televizního obsahu, tj. např. zpravodajství a publicistika, živé televizní přenosy, zábavní pořady (televizní soutěže, reality show atd.), videoklipy či audiovizuální reklama. Zpráva se zaměřuje primárně na filmové a televizní obsahy (včetně obsahů internetové televize), a proto nechává stranou také pornografii, uživatelský obsah (tzv. *user-generated content*), videohry, videoart a další typy audiovizuálních uměleckých děl určených pro galerie nebo veřejný prostor (videoinstalace apod.). Vymezení prémiového a *high-end* obsahu je nutně relativní, tj. závisí na vnitřních kritériích daného distribučního kanálu.

1.1.3 České audiovizuální dílo

17. Zákon o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie (zákon o audiovizi) definuje „české audiovizuální dílo" jako „audiovizuální dílo, na jehož výrobě se výrobce nebo koproducent, který má místo podnikání, místo trvalého pobytu nebo sídlo na území České republiky, podílel v rozsahu alespoň 10 % financování celkových výrobních nákladů, nebo na jehož výrobě se koproducent s místem podnikání, místem trvalého pobytu nebo sídlem na území České republiky podílel společně s koproducentem, který nemá místo podnikání, místo trvalého pobytu nebo sídlo na území České republiky, a toto audiovizuální dílo vyhovuje podmínkám Evropské úmluvy o filmové koprodukci nebo jiné mezinárodní smlouvy o filmové koprodukci, kterou je Česká republika vázána, bez ohledu na to, jak se na financování jeho výrobních nákladů podílel".[11]

1.1.4 Audiovizuální mediální služba na vyžádání

18. Zákon vymezuje audiovizuální mediální službu na vyžádání jako „službu informační společnosti, za kterou má redakční odpovědnost poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání a jejímž hlavním cílem 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".[12]

Television Cultural Test Guidance Notes. Březen 2017. Na rozdíl od BFI neužíváme pro klasifikaci *high-end* obsahu kritérium minimálního rozpočtu. Bez bližšího průzkumu rozpočtů televizní tvorby by totiž mohlo dojít k apriornímu vyřazení seriálových nebo solitérních pořadů, které televizní společnosti do ekvivalentní kategorie obsahu řadí.

10 Jako profesionální zde označujeme veškerá audiovizuální díla, která jsou zpřístupňována veřejnosti za účelem dosažení zisku, zvláště pak ta, na která se vztahuje zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (dále jen „zákon o audiovizi"). Zároveň předpokládáme, že profesionální produkce splňují technické standardy.

11 § 2 odst. 1 písm. e) zákona o audiovizi.

12 Zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (dále jen „zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání").

19. Z výše uvedené právní definice vyplývá, že mezi audiovizuální služby na vyžádání nepatří poskytovatelé služeb pro sdílení obsahu online, kteří nemají redakční odpovědnost za uživateli nahrávaný obsah. Nicméně tyto služby budou předmětem výzkumné zprávy do té míry, do jaké jsou svými uživateli využívány k distribuci profesionálního audiovizuálního obsahu, ať už se svolením majitelů práv (YouTube, Vimeo), či bez něj (Ulož.to, Hellspy). Pro účely této zprávy proto zahrnujeme mezi audiovizuální služby na vyžádání rovněž platformy pro sdílení obsahu online, pokud jsou využívány k poskytování profesionálního audiovizuálního obsahu (nahrávaného majiteli práv nebo uživateli služby). Online platformy pro sdílení souborů označujeme v této zprávě rovněž jako „hostingové služby informační společnosti" či jako „úložiště". Audiovizuální mediální služby na vyžádání budeme v dalších částech zprávy označovat rovněž jako „audiovizuální online služby" či „internetové portály".[13]

20. Pro účely této zprávy je v rámci kategorie audiovizuálních služeb na vyžádání důležité rozlišení mezi interaktivními službami poskytujícími permanentní či časově omezený přístup ke katalogu pořadů (tzv. služby videa na vyžádání, v angličtině *video on demand*, zkráceně VOD) a online službami, které mají doplňkový charakter ve vztahu k lineárnímu televiznímu vysílání a které umožňují zhlédnutí pořadu po určitou dobu (obvykle v rozmezí 7 až 30 dnů) od jeho prvotního odvysílání (tzv. služby zpětného zhlédnutí, v angličtině *catch-up TV*). Tyto televizní služby na vyžádání jsou obvykle dostupné na webové stránce veřejnoprávního nebo komerčního provozovatele televizního vysílání a ve většině případů jsou poskytovány bezúplatně. V této zprávě jsou služby televizního vysílatele na vyžádání rovněž označovány jako „doplňkové online služby vysílacích organizací".

21. Služby videa na vyžádání lze dále klasifikovat podle obchodního modelu. Tyto služby mohou být financovány na základě jednorázové platby za poskytnutý obsah (*transaction video on demand*, TVOD), předplatného (*subscription video on demand*, SVOD) či prostřednictvím reklamy (*advertisement-supported video on demand*, AVOD).

1.2 Vliv digitalizace na audiovizuální průmysl

22. Digitalizace v oblasti kulturních průmyslů a digitalizace mediálních obsahů umožnila redukci transakčních nákladů během produkční (resp. postprodukční) fáze, jejíž součástí je například digitální střih namísto mechanického stříhání filmového pásu.[14] Digitalizace podstatně redukovala rovněž transakční náklady na distribuci audiovizuálních děl. Digitalizované audiovizuální obsahy mohou být šířeny prostřednictvím digitální technologie současně do většího počtu

13 Termíny „portál" a „platforma" užíváme pro rozlišení audiovizuálních online služeb s redakční odpovědností za poskytovaný obsah (a bez možnosti nahrávat uživatelský obsah) na jedné straně, a služeb bez redakční odpovědnosti za uživateli nahrávaný obsah na straně druhé. Portál je služba pro jednosměrné, centrálně řízené šíření profesionálního obsahu (např. Voyo nebo Netflix), který je organizován do kurátorsky uspořádaného katalogu, zatímco platforma je interaktivní v tom smyslu, že je otevřená uživatelům, kteří mohou nahrávat potenciálně neomezené množství vlastního obsahu a nahrané obsahy komentovat či sdílet (např. YouTube nebo Ulož.to).

14 Pojem digitalizace zde používáme ve dvou základních významech, které čeština neumožňuje terminologicky rozlišit, přičemž tato zpráva se soustředí na druhý z nich: 1) technický proces převodu analogových dat do digitální formy, která obsahy dematerializuje a umožňuje jejich snadnou přenositelnost, transformovatelnost a obousměrnou interakci s koncovými uživateli (*digitization*), a 2) restrukturalizace a konvergence různých oblastí společenského života vlivem digitalizace, včetně mediálních infrastruktur a mediálních průmyslů, jejich obchodních modelů, produktů, služeb a uživatelských praxí (*digitalization*). Viz Jensen, Klaus Bruhn – Craig, Robert T. (eds.). *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. Malden, MA – Oxford, Wiley Blackwell, 2016, s. 556–565.

koncových přijímačů (televizor, počítač, mobilní telefon atd.) a oproti fyzickému zboží má jejich přeshraniční distribuce nižší logistické náklady. Zatímco film na DVD nosiči musí být vypálen, zabalen a expedován, digitální kopii filmu je třeba pouze elektronicky zaslat poskytovateli audiovizuální online služby v požadovaném formátu a kvalitě. U kinodistribuce došlo k podstatné redukci nákladů spojených s výrobou nákladných a snadno poškoditelných celuloidových kopií filmu, jejichž přeprava musela být pečlivě plánována vzhledem k omezenému počtu kopií a odhadovanému zájmu o titul v daném regionu. U digitálních kopií filmu tyto logistické a optimalizační náklady z velké části odpadají.

23. Přestože náklady na propagaci audiovizuálního díla v offline světě (kinoprojekce, reklamní billboardy, televizní spoty) jsou stále největší položkou z celkových marketingových nákladů, nabízejí se v souvislosti s digitalizací rovněž nové a levnější možnosti vytváření povědomí o filmu prostřednictvím online sociálních sítí. Přímého propojení publika s producenty obsahu prostřednictvím internetu využívají také alternativní metody kolektivního financování (*crowdfunding*) audiovizuální produkce. Na druhé straně rozsáhlá katalogová nabídka velkých poskytovatelů audiovizuálních online služeb staví majitele práv a provozovatele těchto portálů před problém náležité lokalizace, kurace[15] a propagace jednotlivých titulů.

24. Digitalizace vedla rovněž k rozšíření služeb poskytovatelů audiovizuálních služeb. Vzrostla nabídka a pestrost titulů v kinodistribuci (včetně verzí pro neslyšící nebo tzv. alternativního obsahu), jednosálová kina mohou hrát premiéry ve stejnou dobu jako multiplexy, bylo zavedeno promítání 3D filmů i mimo sály IMAX a kvalitnější ozvučení. Došlo k digitalizaci televizního vysílání a televizoru, který je nyní připojen k online službám, nabízí rozšířené možnosti interakce s vysílaným programem a je integrován do širšího domácího technologického systému (*smart TV*, hybridní televize neboli HbbTV).[16] Televizní vysílatelé rozšířili své služby do online prostředí prostřednictvím služeb zpětného zhlédnutí, paralelního internetového vysílání, popř. vybudováním online „videopůjčoven" (VOD). Přechod k digitálnímu vysílání přinesl zvýšení počtu dostupných televizních kanálů a jejich obsahovou specializaci. Televizor coby centrální recepční rozhraní pro domácí spotřebu audiovizuálních obsahů byl doplněn o rozhraní další (osobní počítače a laptopy, tablety a mobilní telefony), což vedlo k rozvoji aplikací pro „druhé obrazovky" (*second screen*), které umožnily doplňovat k hlavnímu vysílanému pořadu další obsahy a interaktivní funkce.[17] Rozvolnil se tudíž vztah mezi obsahem a typem recepčního média, jehož prostřednictvím je audiovizuální obsah konzumován. Digitální kopii filmu může divák zhlédnout jak v kině, tak na obrazovce televizoru, na osobním počítači či mobilním zařízení.

15 Neologismem *kurace* označujeme praxe, které jsou v angl. terminologii nazývané jako *content curation* nebo *digital curation*, tzn. praxe spojené s výběrem, shromažďováním, katalogizací a následným zprostředkováním obsahů, jehož cílem je obvykle nabídnout divákům, posluchačům či čtenářům možnost orientace v dané nabídce a výběru z ní. Výsledkem kurace tak jsou například uživatelská rozhraní VOD služeb či televizní a rozhlasové online archivy. V českém kontextu se termín kurace částečně překrývá s termínem dramaturgie, jenž nicméně nepokrývá právě problematiku organizace a zprostředkování katalogů online obsahů. Kuračních praxe jsou rovněž rozpoznávány a analyzovány i na straně publika, kde pak termín kurace označuje ony praxe, v jejichž rámci si členové publika vybírají a organizují obsahy pro vlastní spotřebu (viz kap. 2.8 a 2.9).

16 Viz aplikace standardu HbbTV ve vysílání České televize: ČT, HbbTV aplikace – Česká televize.

17 Ve specifických typech domácností, jakými jsou například sdílené domácnosti studentské, pak dochází i k plnému nahrazení televizoru těmito suplementárními rozhraními. Viz Macek, Jakub, *Média v pohybu: K proměně současných českých publik*. Brno: Munipress, 2015, s. 75–82.

25. Digitalizace a využití internetové infrastruktury pro přenos obsahu umožnila vstup nových hráčů na audiovizuální trh, a to jak nových audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání (Netflix, Mubi, HBO GO), tak i telekomunikačních společností (O2, T-Mobile, Orange TV) či internetových platforem (Google, Amazon, Apple, Seznam). Charakteristickým rysem současného audiovizuálního trhu je konvergence mezi tradičními mediálními společnostmi (tzv. *legacy media*) na straně jedné a technologickými či IT společnostmi na straně druhé, resp. mezi výrobci obsahu na jedné straně a poskytovateli informačních a komunikačních služeb či technické infrastruktury pro přenos a vysílání obsahů na straně druhé. Tato konvergence a vstup nových hráčů jsou poháněny poměrně prudkým růstem trhu s audiovizuálními službami na vyžádání, který částečně kompenzuje plynulý pokles tržeb na trhu s fyzickými nosiči (DVD, Blu-ray).

Rámeček 1: Konvergence mezi sektory informačních technologií a audiovizuálního průmyslu

Nejvýraznějším českým příkladem konvergence mezi IT sektorem na jedné straně a produkcí a distribucí audiovizuálního obsahu na straně druhé je vstup internetového portálu a vyhledavače Seznam.cz do „internetové televize" Stream.cz.[18] V roce 2007, tedy rok po vzniku Streamu, odkoupil Seznam v tomto českém videoportálu nejprve 50% podíl. Následně v roce 2011 získal od zakladatele a spolumajitele Miloše Petany i zbývajících 50 %. Stream pod Seznamem navýšil investice do vývoje a výroby webseriálů a v roce 2017, tedy před restrukturalizací a výměnou managementu (jejichž důsledky pro postavení Streamu na trhu ještě není možné přesně vyhodnotit), produkoval kolem 40 souběžně šířených pořadů. Vzniklo tak unikátní spojení mezi internetovým portálem, který zůstal posledním významným konkurentem Googlu na jednom z národních evropských trhů (ve zbytku evropských národních trhů s fulltextovým vyhledáváním má Google více než 90% podíl; podíl Seznamu v ČR se odhaduje na 30 %), a největší internetovou televizí produkující původní obsah ve střední a východní Evropě. Seznam kromě toho spustil v lednu kanál Seznam.cz TV, a tím své mediální služby rozšířil o lineární televizní vysílání.[19]

26. Digitalizace audiovizuálního průmyslu je doprovázena postupným odklonem od spotřeby obsahů prostřednictvím fyzických nosičů (videokazet, optických disků) a jejich nahrazováním legální i nelegální online distribucí digitalizovaných obsahů. Přestože tradiční audiovizuální média (televizní vysílání a fyzický prodej nosičů audiovizuálního obsahu) jsou v ČR ve srovnání s užíváním audiovizuálních online služeb nadále dominantně spotřebovávanými médii, především u mladších spotřebitelů (viz grafy 7 a 9) je patrný sílící trend přechodu od lineárního televizního vysílání ke spotřebě audiovizuálního obsahu prostřednictvím audiovizuálních online služeb na vyžádání umožňujících kontrolu nad časem recepce a recepčním rozhraním. V důsledku této změny divácких návyků sílí tlak na proměnu sekvenčního modelu pro distribuci audiovizuálního obsahu,

18 Jako „internetovou televizi" označují provozovatelé portálu Stream.cz a čeští komentátoři tuto službu již od doby jejího vzniku (stejné označení se ujalo i pro její mladší konkurenty jako Playtvak, resp. iDNES KINO, či MALL.TV). V právním významu se nicméně termín „televize" vztahuje výhradně k lineárnímu televiznímu vysílání. V anglické průmyslové terminologii by Stream.cz a podobné služby byly označovány spíše jako *web television* nebo *web TV portal*, protože termín *internet television*, resp. *internet-distributed television*, bývá častěji používán pro označení služeb internetové distribuce televizních a filmových obsahů, tedy IPTV a VOD portálů typu Netflixu, které nenabízejí krátkoformátový obsah určený primárně pro sledování na internetu (tzv. *web-only content*).

19 Vašíčková, Dorota – Szczepanik, Petr, Web TV as a Public Service: The Case of Stream.cz, the East-Central European Answer to YouTube. *Media Industries*. 2018, roč. 5, č. 2, s. 69–91.

který se ustálil v době analogových médií a který předpokládá možnost efektivní časoprostorové kontroly nad cirkulací obsahu. Tato kontrola je nicméně v souvislosti s rozvojem digitalizace (tj. oddělením digitální kopie díla od jejího materiálního nosiče) a změnou spotřebních návyků a očekávání mediálních publik stále obtížnější. Příslušníci mediálních publik často nerespektují časovou posloupnost distribučních oken a teritoriální rozdělení audiovizuálního trhu a usilují o přístup k audiovizuálnímu obsahu okamžitě na jakémkoliv médiu a kdekoliv, bez ohledu na skutečnost, zda se jedná o legální, či nelegální zdroj obsahu.

27. Představitelé filmového průmyslu na tento spotřebitelský trend reagují postupným zkracováním intervalů mezi jednotlivými „distribučními okny“,[20] popř. inovací sekvenčního modelu paralelním uvedením titulu ve všech distribučních oknech ve stejný časový okamžik. Dalším důvodem zkracování distribučních intervalů je internetové pirátství. Celosvětová dostupnost digitální kopie titulu prostřednictvím nelegálních zdrojů, která zpravidla následuje po jeho prvním uvedení v rámci audiovizuální mediální služby na vyžádání v libovolné zemi na světě, vytváří tlak na distributory působící v jiných teritoriích, než je země vzniku filmového díla, aby se na časové ose co možná nejvíce přiblížili termínu jeho premiéry.

28. Další reakcí na nastíněný trend je rozvoj nových obchodních modelů, které jsou založeny na nabídce audiovizuálního obsahu co možná nejširšímu množství spotřebitelů z různých teritorií ve stejný okamžik a za relativně nízkou cenu, která je téměř stejná napříč jednotlivými státy (viz např. cena předplatného služby Netflix v jednotlivých státech EU).[21] I tyto obchodní modely mají ovšem svá omezení. Oproti nelegální distribuci audiovizuálních děl není nabídka audiovizuální online služby úplná, resp. je často komplementární ve vztahu ke katalogu poskytovatelů ostatních audiovizuálních služeb na daném území. Kromě toho se nabídka jednoho a téhož panevropského poskytovatele audiovizuální online služby liší podle teritoria, a to kvůli zavedené licenční praxi. Distribuce audiovizuálního díla probíhá v řadě případů na základě prodeje exkluzivních monoteritoriálních licencí lokálním distributorům. Tyto licence pak blokují dostupnost díla v rámci nabídky nadnárodních služeb videa na vyžádání v daném teritoriu.

29. Konflikt mezi tradičním a novým způsobem distribuce audiovizuálního obsahu se v poslední době projevil při kontroverzích, které doprovázely soutěžní filmy společnosti Netflix na Filmovém festivalu v Cannes. V roce 2017 bylo dobrým festivalovým zvykem, že soutěžní filmy byly ve Francii posléze uvedeny do kinodistribuce. Společnost Netflix nicméně tento úzus v případě svých titulů *Okja* a *The Meyerowitz Stories* nerespektovala, protože ministerské nařízení o mediální chronologii[22] stanovuje ve Francii lhůtu mezi uvedením titulu v kině a jeho nabídkou v rámci audiovizuální služby na vyžádání, která v případě SVOD služeb činí 36 měsíců.[23]

---

20 Distribučními „okny“ (*exploitation windows*) se v terminologii mediálního průmyslu nazývají jednotlivé etapy komerční exploatace audiovizuálního díla v určitém teritoriu, které mají zavedenou délku trvání a pořadí a také určitý technologický, licenční a obchodní model, tzn. především kina, fyzické nosiče pro domácí sledování, placená kabelová televize, audiovizuální služby na vyžádání a celoplošná televize.

21 Digitalizace způsobila změnu produktu v oblasti domácího sledování videa. Namísto lineárního vysílání nebo vlastnictví fyzických nosičů si zákazníci mohou koupit přístup k nelineárnímu katalogu titulů.

22 Viz nařízení č. 2000-1137 ze dne 24. listopadu 2000 pozměňující nařízení č. 83-4 ze dne 4. ledna 1983 o uplatňování ustanovení článku 89 francouzského zákona č. 82-652 ze dne 29. července 1982 o audiovizuální komunikaci [Décret n°2000-1137 du 24 novembre 2000 modifiant le décret n° 83-4 du 4 janvier 1983 portant application des dispositions de l'article 89 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle].

23 V reakci na tento spor pořadatel festivalu zavedl v roce 2018 jakožto nutnou podmínku účasti v soutěži povinnou

30. Dynamicky se rozvíjející podsegment audiovizuálních online služeb čelí nebezpečí vytvoření silného oligopolu několika málo globálně působících portálů z USA disponujících vysokým objemem kapitálu, rozsáhlou multiteritoriální distribuční sítí a širokou základnou spotřebitelů, která jim umožňuje investovat do výroby původního, nákladného a současně lokálního obsahu. Pro začínající firmy v oblasti audiovizuálních online služeb jsou překážkou v přístupu na trh nikoli obecně dostupné technologie, ale jednak chybějící zdroje na nákup licencí pro nové prémiové obsahy (především divácky atraktivní velkofilmy z katalogů velkých amerických studií) a jednak absentující strategická partnerství. Lokální portály proto v kulturní nabídce obtížně konkurují etablovaným nadnárodním portálům a zaměřují se buď na menší (přehlížené) tržní segmenty (Aerovod, DAFilms), anebo se omezují na agregaci práv a kurátorskou práci s obsahem (Bontonfilm, Film Europe, do r. 2018 Banaxi).[24] Zatímco v rámci první obchodní strategie jsou služby poskytovány spotřebitelům, v rámci druhé jsou poskytovány vlastníkům autorských práv, resp. uživatelům audiovizuálních děl (VOD portálům telekomunikačních společností).[25]

31. Široká základna předplatitelů audiovizuálních služeb na vyžádání umožňuje nadnárodním poskytovatelům těchto služeb také v rostoucí míře investovat do výroby původních lokálních obsahů, které plní roli klíčového nástroje konkurenčního boje na jednotlivých trzích. Například Netflix je producentem francouzského kriminálního seriálu *Marseille*, polské minisérie *1983*, pracující s alternativní historií studené války, a kofinancoval i český film *Milada*. Canal + v minulých letech produkoval několik polských televizních seriálů (např. *Belfer* I a II). HBO Europe od roku 2010 produkuje mj. i maďarské, polské, rumunské a české seriály a minisérie, včetně *Hořícího keře* a *Pustiny*.

32. Vzhledem k rozvoji služeb videa na vyžádání se novou výzvou a příležitostí pro poskytovatele těchto služeb stává práce s velkými soubory dat o uživatelích a jejich spotřebním chování. Největší SVOD portály při plánování akvizic, a dokonce i při personalizaci katalogové nabídky a výběru námětů pro vývoj původního obsahu využívají tyto velké datové balíky (*big data*) detailně zachycující spotřebitelské preference. Nové zdroje dat o spotřebitelském chování také zkomplikovaly zavedené metody měření sledovanosti televizních pořadů a přiměly vysílatele začít zohledňovat internetové distribuční kanály.

33. Na obecné rovině lze konstatovat, že digitalizace způsobuje částečnou proměnu obchodních modelů audiovizuálního průmyslu ve všech fázích vzniku a šíření audiovizuálních děl.[26] Navzdory těmto změnám přetrvává ovšem v audiovizuálním poli nadále napětí mezi technologickými možnostmi přenosu informace a spotřebními návyky a očekáváními na jedné straně a obchodními modely založenými na teritoriální a časové kontrole cirkulace audiovizuálního obsahu podléhajícího ochraně autorským právem na straně druhé. Toto napětí se projevuje nejen ve střetu mezi obchodní strategií společnosti Netflix a tradičním modelem sekvenční distribuce audiovizuálního

kinodistribuci soutěžních snímků ve Francii. Netflix proto v roce 2018 stáhl své snímky ze soutěže.

24 Viz například společnost Film Europe.

25 Více k technickým, ekonomickým a právním překážkám pro rozvoj nových služeb poskytovaných v rámci hudebního a audiovizuálního digitálního trhu viz Harhoff, Dietmar a kol., Urheberrecht und Innovation in digitalen Märkten. München: Max-Planck-Institut für Innovation und Wettbewerb, 2016, s. 12–18.

26 Více k dopadu digitalizace na filmový průmysl viz např. Stepan, Paul, Film. In: Towse, R. – Handke, Ch. (eds.). *Handbook on the Digital Creative Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, 2013, s. 399–408.

obsahu, ale také například ve střetu mezi legální a nelegální nabídkou obsahu, resp. v diskusích o regulaci elektronicky poskytovaných služeb (tzv. služeb informační společnosti) a pořizování a sdílení digitálních kopií autorských děl na internetu. V následující části se zaměříme na detailnější popis struktur audiovizuálního pole v České republice, jeho aktérů a relevantních průmyslových či spotřebních praxí v kontextu digitalizace kulturních průmyslů a kulturních obsahů.

2. STRUKTURY A PRAXE AUDIOVIZUÁLNÍHO POLE

2.1 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY AUDIOVIZUÁLNÍHO POLE V ČESKÉ REPUBLICE

34. ČR patří k malým národním trhům EU.[27] Malá velikost omezuje možnosti financování i distribuce audiovizuálních děl, a představuje tak jeden ze základních rysů audiovizuálního pole v ČR. Domácí produkce je ve vysoké míře závislá na veřejné podpoře a veřejných institucích, resp. je z větší části kofinancovaná z veřejných prostředků (zvláště v oblasti kinematografických děl). Audiovizuální trh v ČR je zároveň výrazně limitován národním jazykem. Hlavní jazyk, čeština, není šířeji používán mimo hranice státu, resp. v žádném zahraničním teritoriu kromě Slovenska, kde lze do určité míry distribuovat audiovizuální díla bez standardní lokalizace, tj. bez titulků či dabingu v národním jazyce.[28]

35. ČR tvoří se Slovenskem region těsně propojený kulturní blízkostí. To se silně projevuje zvláště v přeshraniční distribuci. Distributoři často kupují licence pro český a slovenský trh současně a převážná část exportu audiovizuálních děl vyrobených v ČR směřuje na Slovensko: 64 % exportovaných kinematografických děl (tj. určených pro kinodistribuci) a 12 % exportovaných audiovizuálních děl určených pro služby TVOD, což je největší část exportu v tomto distribučním okně. Export audiovizuálních děl ze Slovenska do ČR má dokonce ještě větší podíl na celkovém slovenském exportu. Míra vzájemné exportní závislosti je největší ze všech kulturně spjatých regionů EU (jako jsou např. regiony Německo–Rakousko, Belgie–Nizozemsko, Velká Británie–Irsko).[29]

36. Audiovizuální pole v ČR je ve vysoké míře národně orientované. Jedinou výjimku představuje oblast tzv. produkčních servisních služeb. Původní česká audiovizuální produkce je orientovaná na domácího spotřebitele, a pomineme-li majoritní a zvláště minoritní koprodukce, není téměř distribuována do zahraničí (s výjimkou výše zmíněného zvláštního případu Slovenska). V rámci regionu střední a východní Evropy je objem domácí produkce relativně vysoký a k vyšším patří také podíl domácí produkce na domácím trhu (ve smyslu podílu na tržbách a na návštěvnosti kin): 29,5 % v roce 2016, 22,2 % v roce 2017.[30] V Rakousku činil podíl domácí produkce na trhu

27 V odborné literatuře je hranice malého trhu obvykle stanovena na 18–20 mil. obyvatel.

28 Slovenská legislativa umožňuje vysílat v televizním vysílání původní české pořady bez slovenského dabingu, což ale neplatí pro pořady pro děti do 12 let, které musí být dabované do slovenštiny. Co se týče dabingu v českém jazyce, lze na Slovensku v televizi vysílat pouze taková zahraniční audiovizuální díla (nikoli původně česká), která byla v českém dabingu v televizním vysílání na Slovensku vysílaná před 1. 1. 2008 (§ 5 zákona č. 270/1995 Z. z., o státním jazyce Slovenské republiky) a jejich jiná distribuce je vyloučena (v kinodistribuci se u všech cizích děl musí zajišťovat alespoň slovenské titulky a u děl pro děti do 12 let i slovenský dabing (§ 15 zákona č. 40/2015 Z. z., o audiovizi). Jiná omezení pro češtinu jako jazyk splňující požadavek srozumitelnosti z hlediska státního jazyka Slovenské republiky kladeny nejsou.

29 Grece, Christian, *The Circulation of EU Non-national Films. A Sample Study: Cinema, Television and Transactional Video On-demand*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017.

30 Viz APA, Bilance roku 2017: Český filmový průmysl v oblasti reklamy a zahraniční zakázky ztrácí konkurenceschopnost,

4,9 % v roce 2016 a 5,7 % v roce 2017, na Slovensku 10,2 % a 7,3 %, v Maďarsku 3,4 % a 9,7 %. Polsko (25,0 % a 23,4 %) a Německo (22,7 % a 23,9 %) naproti tomu ČR v roce 2017 předstihly.[31] Podobně vysoký je ve srovnání s okolními postsocialistickými zeměmi i podíl televize veřejné služby, tedy hlavního výrobce high-end televizních obsahů v ČR, na domácím trhu. V roce 2016 činil podíl ČT na celkové celodenní sledovanosti 30,96 %, zatímco podíl slovenských televizních kanálů veřejné služby 14,1 %, maďarských 17,4 % a polských 29,4 %.[32] Podíl kanálů ČT ale zaostával za skupinou ORF v Rakousku (35,1 %) a ještě více za veřejnoprávními kanály v Německu (45,2 %).[33]

37. V produkčním segmentu je české audiovizuální pole silně fragmentované. Zvláště nezávislá filmová produkce se vyznačuje nízkou mírou koncentrace a integrace, tzn. absencí silných producentů, kteří by měli významnější podíl na trhu a zároveň ovládali další segmenty hodnotového řetězce (distribuci, kina, internetové portály). Segment filmové produkce tvoří přibližně 250 převážně velmi malých produkčních společností, které produkují maximálně kolem jednoho celovečerního filmu ročně a nezaměstnávají – kromě hlavního producenta/majitele a jeho asistenta – téměř žádné další pracovníky. V podsegmentu produkčních servisních služeb je míra koncentrace větší a větší jsou i jednotlivé společnosti, přičemž vedoucí postavení na trhu zaujímá společnost Stillking Films.[34]

38. Naopak vlastní výroba televizních a internetových společností má díky prvkům vertikální integrace studiový charakter.[35] Televizní produkce se koncentruje do čtyř televizních skupin. Největší objem produkce připadá na veřejnoprávní Českou televizi, která je také největším zaměstnavatelem v audiovizuálním průmyslu (téměř 3 000 zaměstnanců v roce 2017).[36] Zbytek seriálů produkují nebo zadávají k produkci soukromí vysílatelé Nova Group, FTV Prima a Barrandov TS. Největším výrobcem českých webseriálů je internetová televize Stream.cz, kterou vlastní největší domácí vyhledávač a internetový portál Seznam.cz.

39. Distribuční segment se na rozdíl od produkce vyznačuje výrazně vyšší mírou koncentrace. Trh ovládá několik málo distributorů, kteří spolupracující s velkými americkými studii (tzv. *majors*): CinemArt s podílem na tržbách v kinodistribuci 29 % (smlouvy s 20th Century Fox, Universal, Paramount) a Falcon s 32 % (Sony, Disney). Tituly posledního z velkých amerických studií distribuuje v ČR společnost Freeman Entertainment se 17 % (Warner Bros.).[37] V distribuci DVD a Blu-ray nosičů se dominantní tržní postavení partnerů amerických studií projevuje ještě výrazněji: Bontonfilm a divize Magic Box společnosti AQS ovládají více než 80 % domácího trhu.[38] Vysoká míra koncentrace je charakteristická také pro celoplošné televizní vysílání, které ovládají tři

---

domácí produkce dosáhla historického vrcholu. 2. 7. 2018.

31 Viz EAO, EU Gross Box Office Topped EUR 7 Billion in 2017 for Third Year Running. 2018 Press Releases. 4. 5. 2018.

32 Viz ČT, Rok 2016 byl pro Českou televizi divácky nejúspěšnějším za posledních osm let. Tiskové zprávy. 4. 1. 2017; RTVS, Výročná správa o činnosti rozhlasu a televízie Slovenska za rok 2016. Duben 2017; Nielsen, TV Market Snapshot 2016; KRRIT, Rynek telewizyjny w 2017 roku.

33 Viz ORF, Fernsehen: Marktanteile 2016; KEK, Zuschaueranteile 2016 in Prozent.

34 EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit.

35 Pojem vertikální integrace označuje případy, kdy jeden obchodní subjekt vykonává či kontroluje více fází hodnotového řetězce najednou, např. produkci a distribuci.

36 ČT, Vybrané ukazatele hospodaření.

37 Viz UFD, Podíly distribučních společností na filmovém trhu ČR 2017.

38 EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*. Praha: Státní fond kinematografie, 2017.

největší výrobci a vysílatelé původního obsahu: televizní skupiny ČT s podílem na celodenní sledovanosti 29,4 %, Nova (30,7 %) a Prima (21,2 %).[39]

40. Podle studie společnosti EEIP o ekonomických přínosech českého filmového průmyslu se tržby domácího lídra na trhu s DVD a Blu-ray nosiči, společnosti Bontonfilm, za období 2011–2014 snížily o 35 %. Mírně klesl také počet předplatitelů lineárních placených televizí (*pay-TV*): o 0,3 % mezi lety 2016 a 2017.[40] Lze očekávat, že podsegment fyzických nosičů bude klesat i v budoucnu a že jeho místo budou postupně zaujímat online služby na vyžádání. Dle některých informací zájem o pay-TV naopak roste, což je údajně způsobeno zájmem o exkluzivní sportovní přenosy dostupné jen prostřednictvím placeného televizního vysílání, a proto lze další vývoj v této oblasti obtížně odhadovat.[41]

41. Struktura trhu v oblasti kin je podobná jako v distribuci. V celkovém počtu více než 600 kinosálů tvoří nejpočetnější část městská a obecní kina, ale z hlediska tržeb již od roku 2002 dominují vícesálová kina. Většinový podíl na tržbách kin mají provozovatelé multiplexů, kteří se soustředí na premiéry hollywoodských velkofilmů. V současnosti jsou to společnosti Cinema City (38 %), CineStar (29 %), Premiere Cinemas (4 %) a Golden Apple Cinema (3 %). Mezi jednosálovými kiny jsou významnou skupinou artová kina ve velkých městech, především pak síť kin spojených s distribuční společností Aerofilms.[42]

42. Jestliže tedy v nezávislé filmové produkci vertikální integrace téměř neexistuje, v ostatních segmentech audiovizuálního průmyslu se v omezené míře projevuje. ČT i soukromé televize vyrábějí a zároveň vysílají své původní pořady. Společnost Aerovod Films distribuuje filmy do svých artových kin a prostřednictvím vlastního VOD portálu. Mezi internetovými portály je nejvýraznějším příkladem vertikální integrace společnosti Seznam, která kontroluje celý hodnotový řetězec webseriálů. V oblasti mainstreamové kinodistribuce je nejdiskutovanějším případem integrace nejsilnější česká distribuční společnost Falcon, která má nepřímou majetkovou vazbu (v osobách ředitele Jana Bradáče a akcionáře Pavla Vodičky, který vlastní 50 % CineStaru a 100 % Falconu) na největší domácí řetězec multikin CineStar a zároveň je nejvýznamnějším partnerem českých producentů (distribuuje české filmy a vstupuje do projektů prostřednictvím předkupu distribučních práv).

43. Nejdynamičtějšími proměnami prochází podsegment online distribuce, který postupně nahrazuje distribuci fyzických nosičů. Objem tržeb audiovizuálních služeb na vyžádání má sice stále velmi nízkou celkovou hodnotu a malý ekonomický význam pro producenty a distributory, ale podle statistik Evropské audiovizuální observatoře roste v EU o desítky procent ročně. Počet předplatitelů SVOD služeb – které představují nejdynamičtěji rostoucí typ audiovizuálních služeb na vyžádání – činil v ČR v roce 2016 jen 100 000. Celkové tržby sektoru SVOD v ČR činily 5,6 mil. € a penetrace SVOD mezi domácnostmi s televizorem byla jen 2 %. Nicméně meziroční nárůst předplatitelů v období 2015–2016 dosáhl 226 %, což je nejvyšší hodnota v EU. Prvenství ČR

39 Data společnosti ATO-Nielsen Admosphere za rok 2017 pro diváckou kategorii 15+. Viz Nielsen Admosphere, Share za rok 2017 (1.1.-31.12) pro 15+ TS 0-3. 2018.

40 EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit.

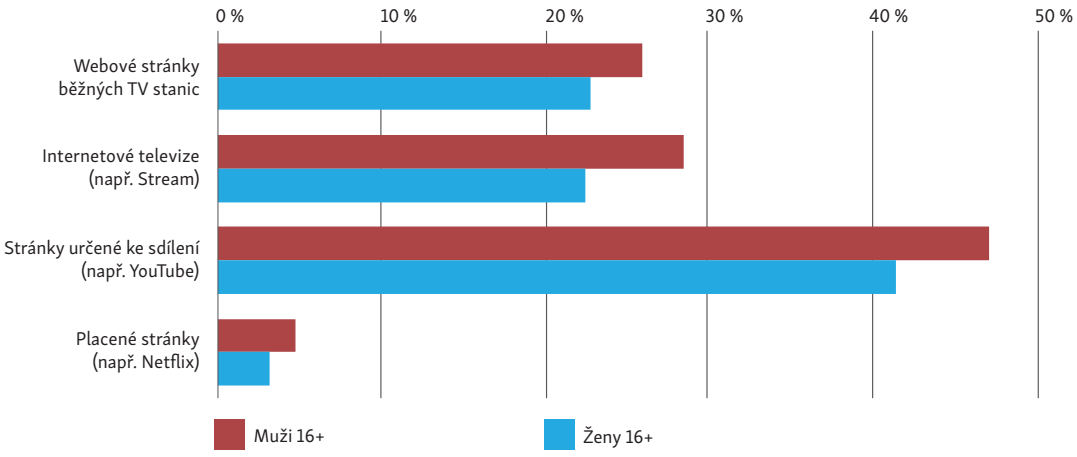
41 Srov. redakce serveru Parabola.cz, Diváci jsou ochotni za televizní balíčky platit více, tvrdí průzkum. *Parabola.cz*. 13. 9. 2018.

42 Data za rok 2015. EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit.

v meziročním růstu SVOD je třeba vnímat v kontextu skutečnosti, že pouze 3 % české populace 16+ v roce 2016 využívala služby VOD, což je nejméně v EU (viz kap. 2.7).[43]

44. Spolehlivá data o rychle se proměňujícím domácím trhu s audiovizuálními službami na vyžádání nejsou zatím k dispozici, a proto můžeme podíly hlavních hráčů na trhu pouze odhadovat na základě obecných statistik a kvalifikovaných názorů znalců trhu. Zpráva Českého statistického úřadu o využívání internetu v roce 2018, zpracovaná na základě dotazníkového šetření na reprezentativním vzorku 16+, obsahuje kapitolu „Používání internetu pro zábavu", která si na rozdíl od předchozích ročníků zprávy podrobněji všímá „sledování videa na internetu", jež člení podle čtyř typů služeb. Na dotazy o jejich využívání v posledních třech měsících odpověděly kladně následující podíly ze vzorku respondentů: „televize na internetu (např. na iVysílání České televize, iPrima či novaPLUS)" – 24,3 %; „internetové televize (např. Stream, Playtvak, DVTV či Televize Seznam)" – 25,5 %; „videa na stránkách určených ke sdílení (např. na YouTube či Vimeu)" – 44,1 %; „placené filmy a jiná videa (např. na Netflixu, Voyu, HBO GO či DIGI2GO)" – 4 %. Na statistice je překvapivý jednak nízký podíl placených VOD portálů typu Netflixu (průměr v EU je 17 %), jednak vysoký podíl internetových televizí (definovaných jako „televize, které nemají protějšek v klasickém televizním vysílání"), zaměřených na profesionální, krátkoformátová, neplacená videa. Výrazné postavení těchto „internetových televizí" je pravděpodobně způsobeno úspěchem AVOD portálu Stream.cz (viz rámeček 1).

Graf 1: Jednotlivci v ČR podle genderu, kteří sledují video na internetu (2018)



Zdroj: ČSÚ, *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2018*. Praha: ČSÚ, 2018

45. Počty uživatelů jednotlivých služeb lze pouze odhadovat: 200 tis. předplatitelů HBO, kteří mají přístup k VOD službě HBO GO (počet aktivních uživatelů této online služby bude pravděpodobně výrazně nižší), 50 tis. předplatitelů české verze Netflixu a přes 30 tis. předplatitelů největšího českého SVOD portálu Voyo.[44] Nejsilnější nebo nejstabilnější postavení si v posledních třech letech (od konce českého průkopnického VOD Topfun v r. 2015) udržují portály spojené s jinými typy

43 Grece, Christian, *Trends in the EU SVOD Market*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017, s. 13–14.

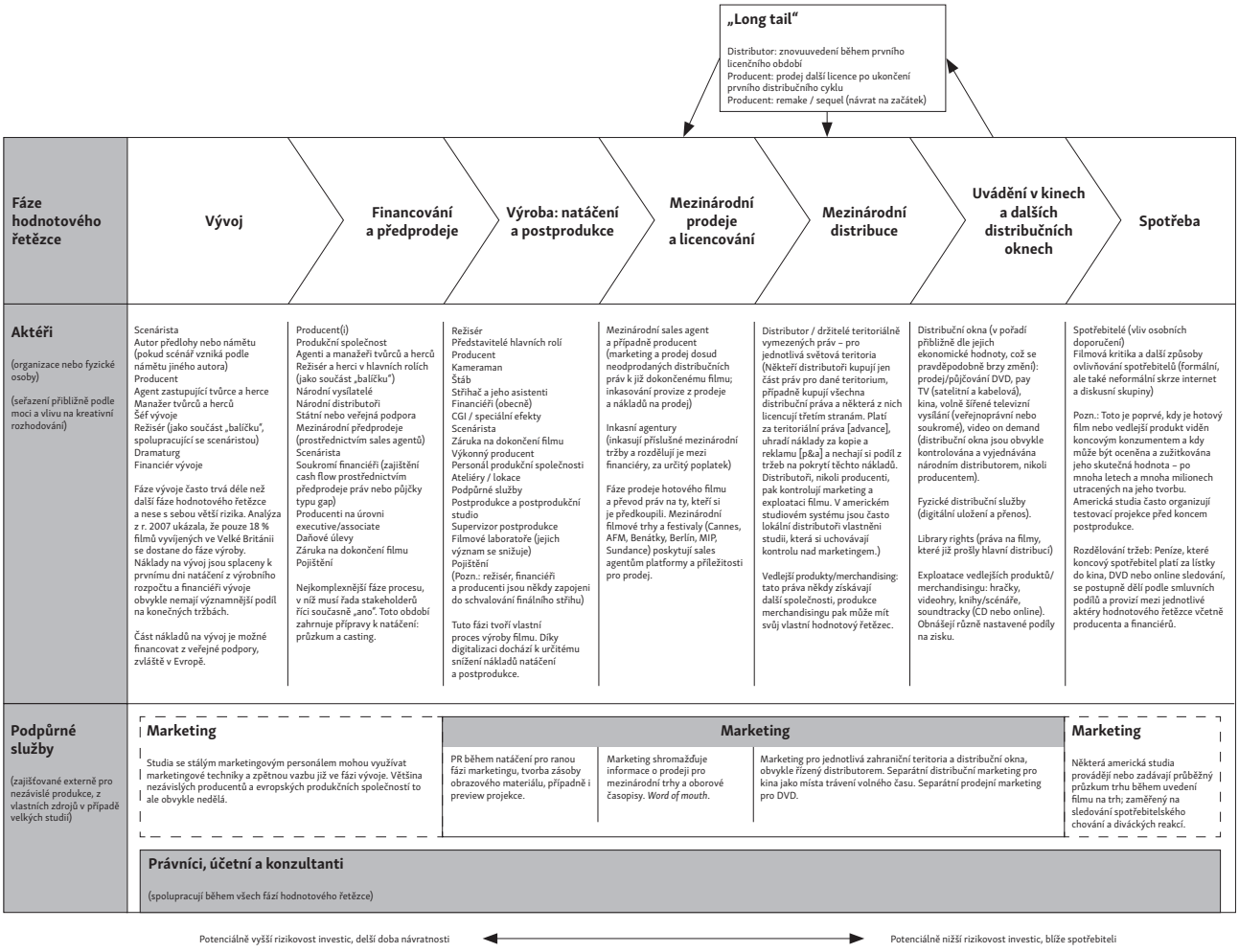
44 Viz odhady provozovatele informačního portálu o VOD katalozích v ČR „Filmtoro" Tomáše Vyskočila: Brychta, Jan, Kolik je českých předplatitelů Netflixu? Filmtoro odhaduje padesát tisíc. *Lupa.cz*. 25. 4. 2018; Vyskočil, Tomáš, Netflix slaví dva roky v Česku. Má důvod? *Filmtoro.cz*. 2018.

služeb: telekomunikačními společnostmi (O2 TV, My Prime od UPC), internetovými prodejci (MALL.TV, Alza Media – služba v říjnu 2018 ukončena), lineárním terestriálním vysíláním či placeným kabelovým programem (iVysílání ČT, Voyo, HBO GO), řetězcem artových kin, resp. specializovanými filmovými festivaly (Aerovod, DAFilms). Naopak samostatné VOD portály bez silného korporátního či institucionálního zázemí fakticky přestaly existovat či se potýkají s nízkým počtem zákazníků (Banaxi GO). Prozatím neexistuje žádný VOD portál specializovaný na novější nebo archivní české filmy. Na online distribuci se podílejí rovněž distributoři a agregátoři práv (Bontonfilm, Film Europe atd.), kteří vlastní VOD portály neprovozují, ale své tituly nabízejí prostřednictvím domácích nebo zahraničních služeb, včetně iTunes a Google Play.

2.2 Základní skupiny aktérů audiovizuálního pole dle hodnotového řetězce

46. Přehled aktérů hodnotového řetězce je sestaven dle pořadí, v jakém se do procesu tvorby hodnoty díla postupně zapojují. Dosud nejpodrobnější a v odborných kruzích široce akceptované schéma hodnotového řetězce v evropské filmové produkci nabídl Peter Bloore ve své studii pro UK Film Council:

Graf 2: Hodnotový řetězec evropského a amerického nezávislého (nestudiového) filmu



Zdroj: Bloore, Peter, *Re-defining the Independent Film Value Chain*. London: UK Film Council, 2009.

47. V hodnotovém řetězci českého audiovizuálního díla převládají charakteristiky dezintegrovaného modelu nezávislé produkce. Jednotlivé činnosti zajišťují samostatné firmy nebo freelanceři, a nikoli vertikálně integrované „studio". Výjimky představují vlastní produkce televizních společností nebo videoportálů.

Mezi aktéry hodnotového řetězce audiovizuálního díla patří:

48. *Producent audiovizuálního díla*: Zajišťuje autorská práva na předlohu audiovizuálního díla i na dílo samotné. Zajišťuje rovněž financování, vybírá a řídí realizační tým a koordinuje celý proces vývoje a realizace díla. V neposlední řadě se podílí na marketingu a distribuci audiovizuálního díla.[45]

49. *Tvůrci audiovizuálních děl*: Na základě smluvního ujednání s producentem se podílejí na vývoji a/nebo realizaci díla. Mohou se nechat zastupovat agenturami (DILIA).

50. *Soukromí investoři a obchodní partneři*: Soukromí investoři nejsou producenty díla ve smyslu řízení vývoje a výroby, ale mají nárok na status koproducenta díky tomu, že poskytují část výrobního rozpočtu a mohou se podílet na budoucích výnosech. Obchodní partneři používají film k reklamním účelům a někdy požadují dílčí změny ve scénáři, aby přizpůsobili danou scénu umístění svého produktu či značky. V podsegmentu artové produkce jsou soukromí investoři i obchodní partneři vzácní. Pokud se objeví, tak spíše ve formě sponzorství (například realitní kancelář Svoboda & Williams se stala koproducentem filmu *Domácí péče*). Naopak v komerční produkci hraje důležitou roli spolupráce s obchodními partnery ve formě tzv. *product placementu*, který může v extrémních případech dosahovat až 50 % výrobního rozpočtu.

51. *Poskytovatelé veřejné podpory a média veřejné služby*: Státní fond kinematografie, regionální a městské fondy, evropské podpůrné programy (MEDIA, Eurimages), stát, Česká televize.[46]

52. *Sales agenti*: Prodávají licence k užití daného díla distributorům pro vybrané distribuční kanály a teritoria. Důležitou funkcí jejich činnosti je podpora přeshraniční cirkulace a uplatnění na mezinárodních festivalech. Značka renomovaného agenta posiluje šance titulů, které si vybral do svého portfolia, na festivalové ceny a širší mezinárodní distribuci.

53. *Distributoři*: Nakupují a exploatují práva na audiovizuální díla, přičemž klíčovým distribučním oknem pro ně zůstávají kina. V oblasti komerční a mainstreamově artové produkce mohou prostřednictvím předkupu distribučních práv vstupovat jako investoři do výroby díla. V některých případech distributoři tato díla také zpřístupňují veřejnosti například prostřednictvím kinematografického představení, audiovizuální mediální služby na vyžádání či televizního vysílání.[47]

45 Srov. definice producenta na stránkách Asociace producentů v audiovizi: APA, Definice činnosti producenta. 23. 10. 2009.

46 Názorným příkladem různorodosti zdrojů veřejné podpory je připravovaný film *Jan Žižka* s plánovaným rozpočtem 250 mil. Kč, který je označován za nejdražší film v historii domácí kinematografie. Film získal podporu Státního fondu kinematografie, Nadačního fondu Praha ve filmu Prague Film Fund, MEDIA Creative Europe, Hlavního města Prahy, Středočeského kraje a bývalého předsedy Senátu Parlamentu ČR Milana Štěcha.

47 Více k definici distributora viz § 2 odst. 1 písm. g) zákona o audiovizi.

54. *Agregátoři práv*: Shromažďují majetková autorská práva a budují katalog pro určitý počet teritorií, který následně nabízejí distributorům a VOD službám. Spolupracují spíše s nezávislými americkými a evropskými producenty než s hollywoodskými studii, která jednají s VOD službami prostřednictvím vlastních poboček.

55. *Šiřitelé obsahu*: (a) *televizní vysílatelé*, kteří vyrábějí, zadávají k výrobě nebo nakupují hotová díla, která následně zařazují do televizního vysílání; (b) *provozovatelé kin*: sítě kin nebo jednotlivá víceči jednosálová kina; (c) *poskytovatelé audiovizuálních služeb na vyžádání*: VOD portály.[48]

56. *Aktéři neformální distribuce*: Distribuční kanály mimo oficiální, smluvní distributory (úložiště, peer-to-peer sítě, platformy sociálních médií) nelze sice chápat jako standardní součást hodnotového řetězce, nicméně tvoří jeho paralelu, která formální distribuci konkuruje, nebo ji dokonce nahrazuje, pokud legální nabídka požadovaného obsahu v daném teritoriu zcela chybí. Neformální distribuce vytváří tržní struktury svého druhu, které se v řadě ohledů protínají se strukturami formální distribuce (např. ve formě neautorizovaných kopií audiovizuálních děl nebo jejich částí nahrávaných uživateli na platformu YouTube, jejichž cirkulaci mohou majitelé práv po registraci děl v tzv. systému Content ID ad hoc povolit s cílem podílet se na tržbách z reklamy).

57. V přehledu nejsou uvedeni nepřímí aktéři: dodavatelé podpůrných služeb a infrastruktury (poskytovatelé služeb elektronických komunikací, výroba a pronájem techniky, natáčecí a postprodukční studia, marketingové a zastupitelské agentury atd.).

2.3 Obchodní modely audiovizuálního průmyslu

2.3.1 Vývoj a produkce

58. Obchodní modely v audiovizuální produkci popíšeme z hlediska dvou typologií, z nichž první rozlišuje převládající obor činnosti a druhá pozice producentů v audiovizuálním poli.

59. První typologie, rozdělující obchodní modely podle hlavní činnosti, vychází z rozlišení dvou různých druhů vztahů producenta k dílu z hlediska autorských práv. V případě vlastní produkce producent v užším slova smyslu získává autorská práva na výsledné dílo, případně se o ně dělí s dalšími českými či zahraničními koproducenty. Naproti tomu v případě poskytování produkčních služeb je produkční firma pouze dodavatelem hlavního producenta a autorská práva nezískává. Zatímco tzv. servisní produkce poskytují služby zahraničním štábům, menší produkční firmy vyrábějí česká audiovizuální díla „na klíč“ například pro Českou televizi, HBO nebo pro nezávislého českého producenta. Tyto firmy podnikající v oblasti zakázkové a servisní produkce obvykle nemají žádný kreativní podíl ve fázi vývoje díla a neovlivňují ani jeho distribuci. Menší české produkční firmy mohou oba tyto typy činnosti v různém poměru kombinovat. Servisní produkce zaměřené na zahraniční partnery se obvykle omezují na poskytování produkčních služeb.

48 V této souvislosti je třeba upozornit, že v právním významu jsou šiřiteli obsahu tzv. uživatelé autorských děl, tj. nabyvatelé licencí ke specifickému způsobu užití díla (např. jeho sdělováním veřejnosti či rozmnožováním).

60. Nedávná ekonomická studie EEIP odhadla celkový objem filmové produkce 250 produkčních firem působících v ČR na 5,4–6,4 mld. Kč.[49] Jejich nízkou výkonnost v porovnání se západoevropskými protějšky a firmami v ostatních segmentech českého audiovizuálního průmyslu dokládají čísla o celkové produkci: průměrně 36 celovečerních hraných a 25 dokumentárních filmů ročně (za období 2013–2017).Produkční firmy dělí studie EEIP dle hlavního oboru činnosti dále do dvou základních typů: (1) firmy poskytující servisní služby zahraničním či českým produkcím a/nebo realizující minoritní koprodukce, (2) firmy produkující vlastní filmy, televizní seriály a/nebo majoritní koprodukce. Podle výše tržeb připadá na typ 1 výrazně větší objem produkce než na typ 2, cca 60–65 %. Tržní podíl společností zaměřených primárně na produkci vlastních filmů a televizních seriálů naproti tomu tvoří jen 35–40 %.[50] Z hlediska počtu subjektů je ale poměr obrácený. Poskytovatelů produkčních služeb (tzv. servisních produkcí) je mnohem méně, a na jednu firmu tudíž připadají výrazně vyšší tržby. Obě skupiny se liší i z hlediska financování: jestliže větší část zdrojů tvoří u zahraničních zakázek investice zahraničního producenta, u české původní tvorby jsou to veřejné prostředky (granty a pobídky Státního fondu kinematografie, vklady ČT). Zatímco tedy podsegment servisní produkce vykazuje vysokou míru koncentrace (z hlediska podílu na tržbách připadajících na jeden subjekt), výroba českých audiovizuálních děl je vysoce fragmentovaná.

61. Typickým produktem v podsegmentu servisních služeb je evropský (nejčastěji německý) nebo americký televizní seriál. V roce 2017 tvořily výdaje na 14 německých televizních filmů a seriálů, odpovídajících téměř 400 natáčecím dnům na území ČR, celkem 33 mil. €.[51] Oproti minulosti klesá podíl celovečerních filmů na servisní produkci a z českého trhu odešla velká americká studia, která dávají přednost konkurenčním zemím nabízejícím vyšší finanční pobídky než aktuální 20% vratky v českém pobídkovém programu.[52] Typickým produktem v podsegmentu původní tvorby je plně národní nebo majoritně koprodukovaný hraný film s rozpočtem do 25 mil. Kč.

62. Z dotazníkového průzkumu společnosti EEIP dále vyplývá, že větší produkční společnosti (25 ze 40) se orientují primárně na televizní tvorbu, která proto pro celý segment produkce představuje významný stabilizační prvek.[53] Podobnou roli by v budoucnu mohly hrát i webseriály, které nezávislé produkční společnosti natáčejí pro internetové portály. Například některé pořady internetové televize Stream.cz produkovala filmová produkční společnost Negativ a webseriály konkurenčního portálu iDNES KINO (Playtvak), patřícího mediálnímu domu Mafra, společnost Lucky Man Films.

49 Seznam firem je pouze orientační a vychází jednak z členství v profesní organizaci Asociace producentů v audiovizi, jednak z databáze udělených grantů Státního fondu kinematografie. Viz EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit.

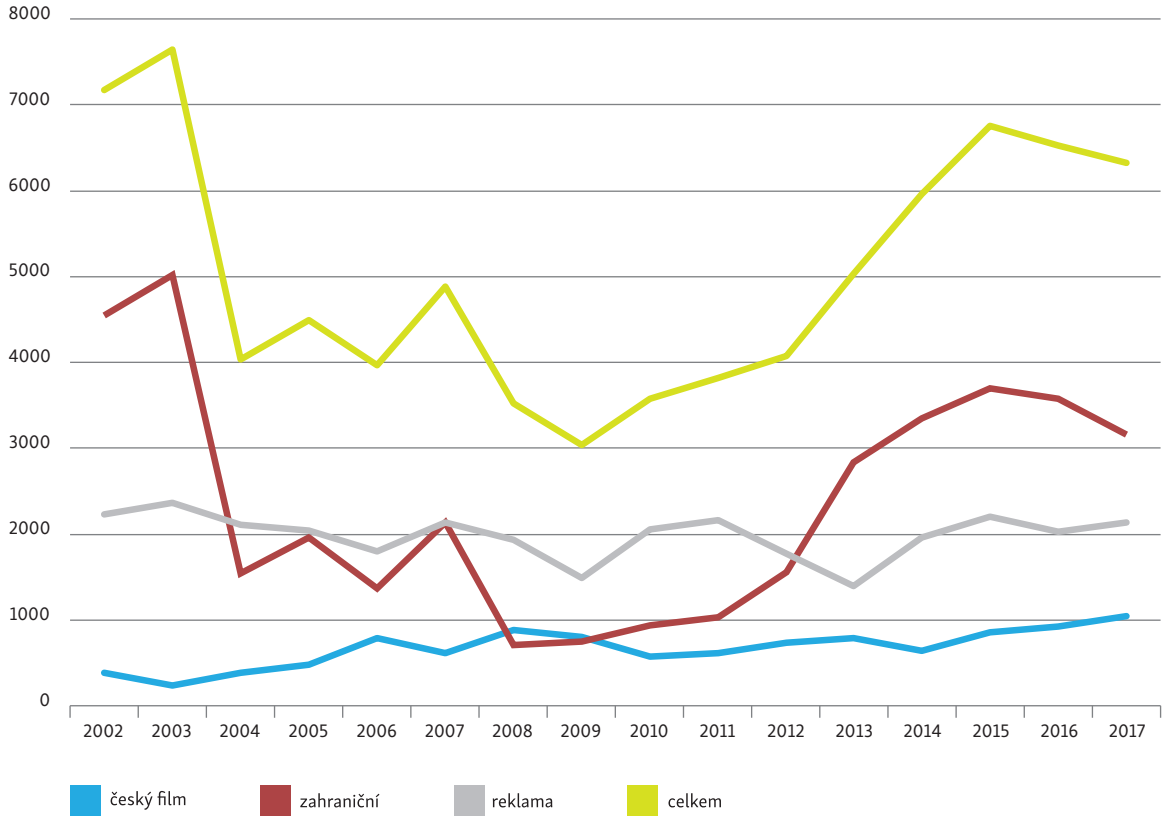
50 Viz EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit.

51 FNE, Country Report 2017: Czech Republic. 2018.

52 Viz databáze zakázkových produkcí na stránkách České filmové komise: ČFK, Filmografie 2018.

53 EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit.

Graf 3: Vývoj objemu tržeb (v mil. Kč) členů Asociace producentů v audiovizi dle typů produkce



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
český film	390	243	386	487	795	613	880	800	577	621	739	795	646	852	921	1040
zahraniční	4545	5024	1542	1961	1371	2133	705	744	943	1036	1564	2840	3354	3704	3575	3158
reklama	2237	2371	2107	2048	1804	2132	1937	1489	2060	2162	1772	1392	1960	2203	2027	2131
celkem	7172	7638	4035	4496	3970	4878	3522	3033	3580	3819	4075	5027	5960	6759	6523	6329

Zdroj: APA, Bilance roku 2017: Český filmový průmysl v oblasti reklamy a zahraniční zakázky ztrácí konkurenceschopnost, domácí produkce dosáhla historického vrcholu, op. cit. (údaje jsou v mil. Kč)

Rámeček 2: Zahraniční zakázková produkce kofinancovaná z programu pobídek

Příkladem zahraničního televizního projektu natáčeného v ČR může být nejnákladnější německá zakázka od zavedení pobídek v roce 2010, osmidílné válečné drama *Das Boot* (r. Andreas Prochaska, 2018). Produkční společnost Bavaria Fiction utratila za natáčení v barrandovských ateliérech a českých lokacích, které zabralo celkem 15 týdnů, 14 mil. € z celkového rozpočtu 25 mil. €. Servisní služby projektu poskytovala společnost Stillking Films. Státní fond kinematografie na pobídky tomuto projektu alokoval 61 mil. Kč, z nichž dosud (v listopadu 2018) bylo vyplaceno 53 mil. Kč.[54]

54 ČFK, Nabitý podzim na českých lokacích. 23. 11. 2017; SFK, Seznam pobídkových projektů k 23. 10. 2018.

63. Druhá typologie obchodních modelů se orientuje podle postavení firem v audiovizuálním poli. Obchodní modely ve vývoji a potažmo i výrobě českých audiovizuálních děl lze rozdělit na čtyři typy producentské praxe podle jejich vzdálenosti od středu, respektive okrajů, audiovizuálního pole:

64. *Mainstreamový artový producent* pracuje s výraznými autorskými tvůrci, ale snaží se jejich projekty přiblížit mainstreamovému publiku a uspět s nimi na mezinárodních festivalech a trzích. Proto musí zajistit vyšší rozpočty (25–100 mil. Kč), které sestavuje nejen z veřejných prostředků (Státní fond kinematografie, ČT, zahraniční a evropské granty), ale také předprodejem kinodistribučních a vysílacích práv. Častěji než další typy producentů volí cestu majoritní mezinárodní koprodukce. Ve vztahu k autorovi producent vystupuje jako iniciátor nebo alespoň spolutvůrce projektu. Typickým příkladem jsou dramata ze soudobé české historie s vysokými produkčními hodnotami.

65. *Okrajový artový producent* neusiluje o oslovení mainstreamového publika, odmítá komerční kritéria úspěchu a vědomě setrvává na okraji audiovizuálního pole. Relativně nízké rozpočty (5–25 mil. Kč) sestavuje výhradně z veřejných prostředků, vyhýbá se majoritním koprodukcím (kromě Slovenska) a necílí na zahraniční trhy a většinou ani na velké mezinárodní festivaly. Vůči tvůrci vystupuje v roli manažera a poskytovatele produkčních služeb, nikoli iniciátora projektu a spolutvůrce. Typickým příkladem jsou debuty a sociálně kritické příběhy ze života marginalizovaných menšin.

66. *Mainstreamový komerční producent* usiluje o vysokou návštěvnost široce definovaného publika, ale zaměřuje se primárně na domácí trh a vyhýbá se zahraničním koprodukcím (kromě Slovenska). Středně velké rozpočty (25–55 mil. Kč) financuje z vkladů soukromých vysílatelů a distributorů a *product placementu*. Ve vztahu k tvůrci producent vystupuje jako suverénní iniciátor projektu. Typickým příkladem jsou lifestylové komedie pro střední a starší generaci a adaptace literárních bestsellerů.

67. *Okrajový komerční producent* se orientuje výhradně na domácí publikum a na okraji audiovizuálního pole setrvává spíše z nutnosti než cíleně. Nízké až střední rozpočty (4–30 mil. Kč) sestavuje ze zdrojů soukromých televizí a ve větší míře než mainstreamový komerční producent z *product placementu* a dalších soukromých investic. Ve vztahu k tvůrci producent svou práci omezuje na výkonnou produkci a do vývoje scénáře zasahuje minimálně. Typickým příkladem jsou lidové komedie nebo kriminální thrillery s kontroverzními společenskými tématy.[55]

68. Příklady rozpočtů českého kinematografického díla ukazují poměry mezi jednotlivými zdroji financování, jež reflektují odlišné obchodní modely mainstreamového artového a mainstreamového komerčního projektu:

55 Szczepanik, Petr a kol., *Studie vývoje českého hraného kinematografického díla*. Praha: SFK, 2015.

Rámeček 3: Rozpočet mainstreamového artového a mainstreamového komerčního filmu

(a) Rozpočet anonymizovaného projektu typu mainstreamový artový (v celkové výši 37 mil. Kč):
- Státní fond kinematografie: 6 mil. Kč
- Předprodej vysílacích práv Česká televize: 9 mil. Kč
- Předprodej distribučních práv Falcon: 3 mil. Kč
- Záloha od sales společnosti The Match Factory: 80 000 €
- Vklad zahraničního koproducenta A: 150 000 €
- Vklad zahraničního koproducenta B: 300 000 €
- Pobídky SFK: 6 mil. Kč (odpovídá 20 % uznatelných nákladů)

(b) Rozpočet anonymizovaného projektu mainstreamový komerční (v celkové výši 26 mil. Kč):
- Předprodej vysílacích práv TV Nova: 8 mil. Kč
- Partner RWE Transgas (sponzoring): 4 mil. Kč
- Předprodej DVD práv společnosti Bontonfilm: 2 mil. Kč
- Předprodej distribučních práv společnosti Falcon: 8 mil. Kč
- Pobídky SFK: 4 mil. Kč (20 % uznatelných nákladů)
- Blíže neurčená částka za *product placement*

69. Z důvodu obtížné financovatelnosti procesu vývoje hrají v této fázi klíčovou roli zdroje veřejné podpory, především příslušné dotační okruhy Státního fondu kinematografie a program MEDIA. Náklady na vývoj činí dle kvalifikovaných odhadů pouhých 1,5 % z celkového výrobního rozpočtu.[56] Charakteristickým rysem domácí praxe vývoje projektů je také velmi nízká selektivita. Do výroby jde téměř každý projekt, do kterého producent investoval alespoň desítky tisíc korun. Oba tyto parametry, společně s vysokou mírou závislosti na veřejné podpoře a nízkou mírou standardizace dělby práce, českou praxi vývoje výrazně odlišují od praxe západoevropské a severoamerické.

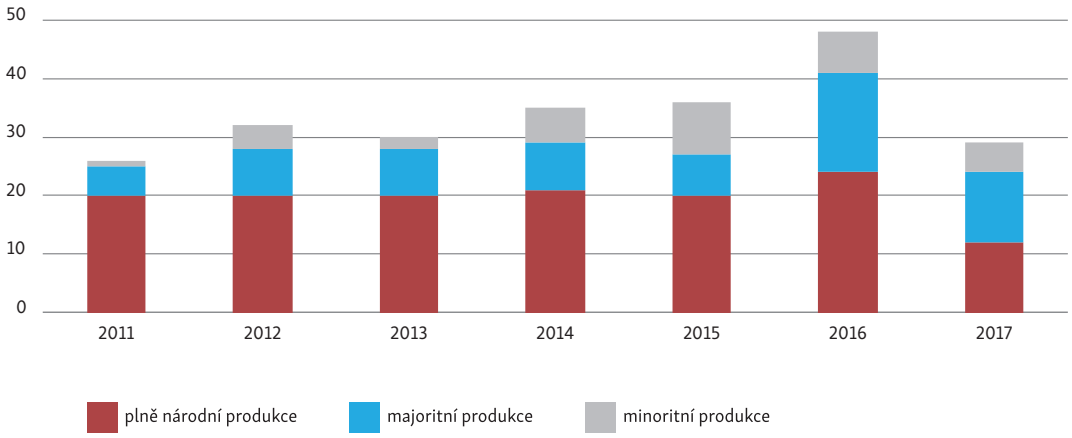
70. Pro segment produkce českých audiovizuálních děl je z hlediska obchodního modelu důležité také rozdělení na produkce plně národní, majoritní koprodukce a minoritní koprodukce. Obecně lze v české produkci celovečerních hraných filmů sledovat postupný nárůst podílu koprodukcí v neprospěch plně národních produkcí: mezi lety 2013 a 2017 vzrostl tento podíl z 33 % na 59 %. Minoritní koprodukce a v menší míře i majoritní koprodukce přitom mají výrazně větší šance získat zahraničního sales agenta a proniknout na zahraniční trhy než produkce plně národní, které za hranice (kromě Slovenska) téměř „necestují". České filmy nejčastěji zastupuje německý nebo francouzský sales agent.

71. Většina mezinárodních koprodukcí se realizuje v rámci Evropské úmluvy o filmové koprodukci (1992, ratif. 1994). Status oficiální koprodukce (a tím i nárok na veřejnou podporu národní kinematografie) filmům přiznává Státní fond kinematografie na základě kritérií vymezených touto úmluvou. ČR má kromě toho tři platné bilaterální dohody o koprodukci, které zdědila z dob bývalého Československa: s Itálií (1968), Francií (1968) a Kanadou (1987), k nimž v roce 2017 přibyla dohoda s Izraelem. Pokud existuje mezi dvěma zeměmi bilaterální dohoda, realizuje se koprodukce v jejím

56 Szczepanik, Petr a kol., *Studie vývoje českého hraného kinematografického díla*, op. cit.

rámci. Pokud se na projektu podílejí více než dva výrobci z různých členských zemí, má Evropská úmluva prioritu před jakoukoli bilaterální dohodou. Dodatek Evropské úmluvy o filmové koprodukci, který byl přijat v roce 2017, předpokládá nižší minimální podíl minoritního koproducenta (5 % namísto dosavadních 10 %) a volnější účast zemí mimo členské země úmluvy. Revidované znění tudíž směřuje k širší podpoře minoritních a mimoevropských koproducentů.[57]

Graf 4: Nárůst podílu majoritních a minoritních koprodukcí na celkové produkci celovečerních hraných filmů po zavedení speciální podpory minoritních koprodukcí v r. 2010 (počty titulů)



Zdroj: České filmové centrum.

72. České majoritní koprodukce mají obvykle povahu ambicióznějších mainstreamových artových projektů s vyššími produkčními hodnotami (historické náměty, náročné stavby apod.), které by nebylo možné financovat z domácích zdrojů.

Rámeček 4: Příklad majoritní koprodukce mainstreamového artového typu

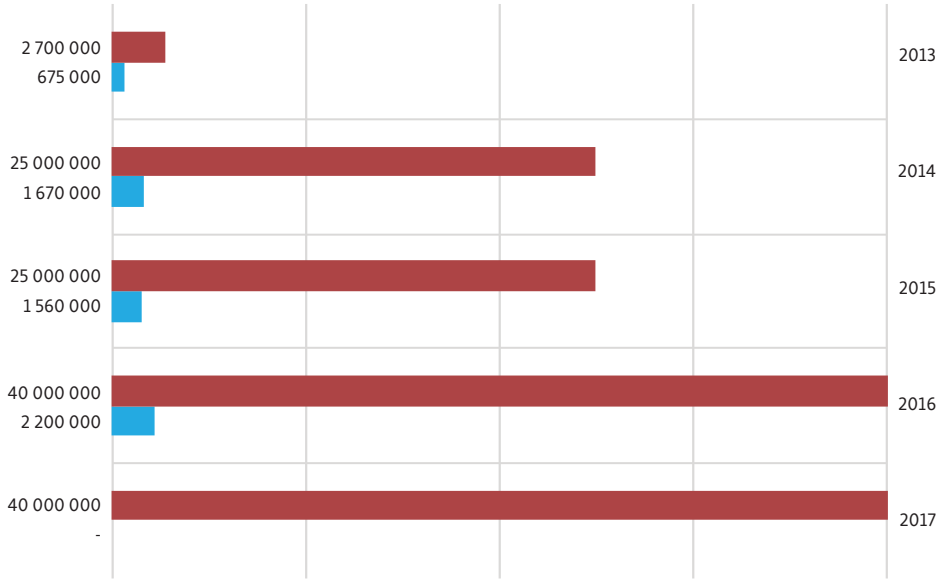
Jako příklad majoritní koprodukce se specifikací finančních a kreativních podílů hlavních zahraničních koproducentů uvádíme titul *Ve stínu* (David Ondříček, 2012), jehož celkový výrobní rozpočet činil 72 mil. Kč. Majoritní podíl na této česko-slovensko-polsko-izraelsko-americké koprodukci měl český producent, který také získal grant Eurimages ve výši 150 000 €. Z minoritních koproducentů měli významnější podíly na rozpočtu polská společnost Centrala (20 %) a slovenská Trigon Production (11 %). Polská strana zajistila veřejnou podporu Polského filmového institutu (9 %), města Krakov (0,6 %), Lodž (0,5 %) a regionálního fondu Odra Film (1,7 %). Tento celkem pětinový finanční podíl byl vázán na povinnost natáčet v Polsku a rezervovat část kreativních pozic pro polské pracovníky (celý štáb kamery, post-produkce). Celkem 80 % z udělené podpory muselo být utraceno na území Polska, proto se producenti rozhodli pro natáčení v Lodži a Walbrzychu (byť samotný příběh se odehrává v Praze) a pro následnou post-produkci v Krakově. Slovenská strana se na rozpočtu podílela 11 %, což zahrnovalo veřejnou podporu slovenského Audiovizuálního fondu (4,5 %) a v rovině kreativního vkladu korespondovalo s hlavní ženskou rolí, hudebním skladatelem a odborným konzultantem střihu.

57 Dodatek změnil též název úmluvy na Úmluvu Rady Evropy o filmové koprodukci (revidované znění), 30. 1. 2017.

73. Minoritní koprodukce představují nový dynamický trend, a to zvláště v menších evropských zemích, které si od nich slibují snazší přístup k vyšším rozpočtům, renomovaným autorským jménům a potažmo cenám na mezinárodních festivalech kategorie A. Státní fond kinematografie zavedl podporu minoritních koprodukcí v letech 2009–2010 a objem tohoto dotačního okruhu postupně navyšoval. Jestliže v letech 1993–2008, tedy před zavedením zvláštního dotačního okruhu, vznikaly průměrně dvě minoritní koprodukce ročně a veřejnou podporu získávaly jen výjimečně majoritní slovenské projekty, od zavedení programu na podporu minoritních koprodukcí jich vzniká průměrně 5 ročně. Minoritní koprodukce podpořené Fondem přinesly ČR řadu prestižních festivalových ocenění, ale v domácí distribuci se jim příliš nevede (soudě podle velmi slabých výsledků v české kinodistribuci nejsou diváky rozpoznávané jako filmy s výraznou českou stopou).

74. Minoritní koprodukce lze rozdělit dle obchodního modelu a motivů minoritního koproducenta na tři typy: (a) *„přirozené“* koprodukce, založené na tvůrčích důvodech, vzájemné kulturní a vkusové blízkosti mezi minoritním a majoritním koproducentem; (b) minoritní koprodukce, které se blíží tzv. *produkčním servisům* tím, že jsou primárně finančně motivované a jejich klíčovým motivem je pragmatické využití pobídek a grantů, případně levnější pracovní síly a služeb; (c) minoritní koprodukce motivované *„reciprocitou“* mezi dlouhodobě spolupracujícími koproducenty, kteří se střídají v pozicích majoritního a minoritního účastníka společných projektů.

Graf 5: Vývoj alokace podpory pro minoritní koprodukce a průměrná dotace



Zdroj: Státní fond kinematografie. Údaje zachycují alokaci veřejné podpory SFK a průměrnou výši podpory jednoho projektu (v Kč) v kategorii minoritní koprodukce.

75. Výše uvedené typologie slouží k přesnějšímu a specifičtějšímu pochopení podmínek produkční praxe a logiky producentských strategií. Vliv digitalizace a možné dopady jednotného digitálního trhu, které popisujeme v závěrečné části této zprávy (viz kap. 3.4), se projevují v jednotlivých typech produkce odlišně. Nejnovější digitální technologie jsou adaptovány nejdříve a v největší

míře v podsegmentu zahraniční zakázkové produkce, přičemž zahraniční producenti svými investicemi fakticky udržují v chodu domácí natáčecí a postprodukční studia i půjčovny audiovizuální techniky. Zájem o přeshraniční distribuci se projevuje nejvíce v typu mainstreamových artových koprodukcí a částečně (spíše v oblasti televizních práv) i mainstreamové komerční produkce. Mainstreamové artové a mainstreamové komerční majoritní koprodukce jsou nejvíce ohroženy hypotetickým oslabením principu teritoriality, který je základním stavebním kamenem pro fungování stávajících obchodních modelů audiovizuálního průmyslu v EU (viz podkap. 2.4.3 a 3.1.1) a který je zároveň ohrožen koncepcí skutečně sjednoceného digitálního trhu v Evropě (více k tomu viz podkap. 3.4.3). Největší zájem o VOD distribuci, včetně přeshraniční, se projevuje u producentů, kteří vyrábějí televizní seriály. Naproti tomu okrajové komerční a okrajové artové typy produkce zůstávají vůči možnostem a dopadům digitalizace a jednotného digitálního trhu spíše indiferentní, protože míří na domácí spotřebitele. Výhradně na domácí spotřebitele dosud mířila také webseriálová produkce AVOD portálů.

2.3.2 Distribuce

76. Filmový distributor exploatuje na základě licence od producenta distribuční práva k danému dílu v jednotlivých „distribučních oknech", řazených ve standardizované časové posloupnosti, a to buď přímo, anebo s pomocí dalších obchodních partnerů. Posloupnost distribučních oken u celovečerních hraných filmů se v současnosti stále odvíjí od exkluzivní kinopremiéry, která je oddělena minimálně čtyřměsíčním intervalem („holdbackem") od dalších placených oken: fyzických nosičů a TVOD. Následuje SVOD a placená kabelová televize (přibližně 9 měsíců). V závěrečné části distribučního cyklu přichází na řadu celoplošné televizní vysílání (přibližně 12 měsíců) a nakonec AVOD (především YouTube, kde si čeští distributoři zřizují kanály pro doplňkovou monetizaci starších titulů). Intervaly mezi distribučními okny se sice postupně zkracují, ale čtyřměsíční okno premiérové kinodistribuce si stále zachovává privilegované počáteční postavení.

77. Distributor se také podílí – obvykle jako hlavní aktér – na marketingu a propagační kampani. Kromě toho může finančně vstupovat do výroby projektu audiovizuálního díla formou tzv. předkupu distribučních práv, ať už kinodistribučních, televizních nebo digitálních, popř. celého balíku práv.

78. Pro obchodní modely produkce i distribuce má zásadní význam systém rozdělování tržeb (tzv. *revenue flow*), který vrací příjmy z kin, prodeje fyzických nosičů a online distribuce jednotlivým aktérům hodnotového řetězce podle smluvně stanoveného pořadí a podílů či provizí. Vzhledem ke složitosti hodnotového řetězce audiovizuálního díla je složitý i systém rozdělování tržeb (jeho komplikovanost narůstá v případě mezinárodních koprodukcí), a proto jej zde můžeme naznačit jen v hrubých obrysech.[58] Čisté tržby z kinodistribuce se dělí nejprve mezi kino a distributora v poměru 50 : 50, dále mezi distributora a producenta opět podle dohodnutých procentuálních podílů, obvykle 20 : 80 nebo 30 : 70 ve prospěch producenta. V případě přímého vztahu VOD služby s producentem je smluvní poměr (po odečtení nákladů) 50 : 50 nebo 60 : 40 (bez odečtení nákladů) ve prospěch provozovatele VOD služby. U méně atraktivních nebo starších titulů

58 Podrobnou analýzu rozdělení tržeb (*revenue flow*) evropské nezávislé filmové produkce viz v Finney, Angus, *International Film Business: A Market Guide Beyond Hollywood*. London: Routledge, 2010, s. 17.

může být licenční odměna stanovena jako paušální neboli fixní. Při prodeji televizních práv se používají paušální licenční odměny.[59]

79. Základní typy online distribuce dle hlavního oboru činnosti provozovatele se rozlišují následovně:[60] (a) *Samostatné audiovizuální služby*, které představují hlavní obor činnosti poskytovatele. V českém prostředí dominují této oblasti nadnárodní korporace, především Netflix. Výjimku mezi domácími společnostmi představuje VOD portál agregátora práv Banaxi GO. (b) *Audiovizuální služby přidružené k jinému hlavnímu oboru činnosti*, který přímo nesouvisí s audiovizí: telekomunikační společnosti, internetoví prodejci atd. Příkladem tohoto typu jsou služby Alza Media (služba TVOD k 31. 10. 2018 ukončena), My Prime (UPC), O2 TV nebo v oblasti AVOD nově MALL.TV. (c) *Doplňkové online služby firem či veřejných institucí činných v audiovizuálním průmyslu*: doplňkové online služby televizního vysílání (tzv. *catch-up TV*) a online archivy televizních vysílatelů (iVysílání ČT), SVOD portály komerčních vysílatelů (Voyo) a placených kabelových kanálů (HBO GO), VOD portály kinodistributorů a pořadatelů festivalů (Aerovod, DAFilms).

80. Na online distribuci se podílejí rovněž distributoři a agregátoři práv, kteří vlastní VOD portál neprovozují: Bontonfilm, Film Europe, CinemArt atd.

81. Dle pozice v audiovizuálním poli se aktéři online distribuce dělí, podobně jako producenti, podle poměru ekonomického a kulturního kapitálu: (a) *Okrajové VOD služby* se zaměřují na artové (Aerovod), dokumentární (DAFilms) nebo žánrově vymezené tituly. (b) *Mainstreamové služby*, u kterých klíčovou roli hrají americké studiové tituly (O2 TV), novější česká tvorba (Voyo) a u nadnárodních portálů i vlastní produkce (Netflix, Amazon, HBO GO). (c) *Veřejnoprávní iVysílání* stojí mimo ostatní aktéry, protože jeho obchodní model je regulován zákonem o České televizi (absence zpoplatnění, programová diverzita) a jeho katalog se převážně omezuje na vlastní produkci, případně na časově limitované uvádění koprodukcí.[61]

82. VOD služby se člení také podle struktury katalogu, především pak podle míry lokalizace (dabing, české titulky) a zastoupení domácí, resp. evropské, produkce. Podle údajů Evropské audiovizuální observatoře činil podíl titulů z EU v katalozích 68 evropských TVOD služeb v roce 2016 v průměru 23 %. Například podíl filmů z EU v katalogu iTunes kolísal mezi 38 % (Francie), 16 % (ČR) až 14 % (Kypr), přičemž podíl domácích produkcí v českém katalogu představoval pouhá 2 %. Podíl děl z EU v katalozích 19 SVOD služeb v EU činil v roce 2016 v průměru 19 %. Konkrétně podíl filmů z EU v katalozích služby Netflix kolísal mezi 21 % (Francie a Španělsko), 14 % (ČR) a 12 % (Portugalsko). Většinu v evropských SVOD i TVOD katalozích tvořily americké tituly. Naproti tomu katalog nejvýznamnější české SVOD služby Voyo obsahoval pouze 35 % amerických filmů, 48 %

59 Uváděné poměry přibližně odpovídají současné smluvní praxi na českém trhu.

60 Příklady obchodních modelů distribuce zaměřených ve větší či menší míře na online šíření děl popsala nedávná studie Zahrádka, Pavel – Szczepanik, Petr, The White Elephant in the Room: Implications of the Digital Single Market Strategy for Film and Television Distribution in the Czech Republic. In: Sundara Rajan, M. (ed.). *The Cambridge Handbook of IP Law & Policy in Central & Eastern Europe*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019 [v tisku].

61 Viz zákony vymezující fungování České televize, zejména zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi; zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích; zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání; zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání.

filmů z EU (11 % českých) a 98 % seriálových epizod z EU (73 % českých), a patřil tudíž z hlediska zastoupení obsahu z EU a z národní produkce k evropskému nadprůměru.[62]

83. Digitalizace a internet nepřinesly jen nová distribuční okna a nové aktéry hodnotového řetězce, ale ovlivňují také obchodní modely tradičních distributorů a vysílatelů. Čeští filmoví distributoři v současnosti obchodují nejen s právy na kinodistribuci a televizními právy, ale také s online právy. S online právy obchodují různým způsobem u odlišných typů filmů. Ve vztahu k českým producentům se z nich stali nejvýznamnější zprostředkovatelé online distribuce na domácím trhu, byť sami žádné VOD portály neprovozují (s výjimkou Aerofilms). Americké nezávislé filmy a evropské artové filmy se obchodují v balících všech práv (tzv. *all-rights bundles*), přičemž typickými představiteli tohoto druhu distribuce jsou Bontonfilm v oblasti mainstreamových titulů a Aerofilms v oblasti artových filmů. Zatímco Aerofilms své filmy distribuuje online prostřednictvím vlastního portálu Aerovod (byť spolupracuje i s dalšími poskytovateli VOD), Bontonfilm dodává tituly výhradně třetím stranám, včetně nadnárodních portálů. S iTunes a Google Play má dohodu o samostatném šíření, která mu umožňuje nahrávat nové tituly, určovat ceny a upravovat rozhraní nabídkových stránek podle vlastních potřeb. Nad online právy k americkým studiovým filmům, s nimiž se obchoduje odděleně, naopak tradiční kinodistributoři ztrácejí kontrolu, protože studia je na domácím VOD trhu šíří prostřednictvím svých evropských poboček, které je prodávají přímo vybraným domácím poskytovatelům, nejčastěji O2.[63] (Podrobněji k licenční praxi viz podkap. 2.4.2.)

84. Internet a digitalizace proměnily také obchodní modely vysílatelů. Vysílatelé si – podobně jako kinodistributoři – k sestavě tradičně obchodovaných práv přibrali i online práva, zřizují vlastní online archivy a VOD portály a začali obchodovat s internetovou reklamou.

Rámeček 5: Telexport (Česká televize) jako exportér českých audiovizuálních děl

Nejdůležitějším příkladem této proměny je Česká televize, jejíž hlavní misí je sice produkce a vysílání pořadů pro domácí koncesionáře, ale jež je přesto pravděpodobně nejvýznamnějším exportérem online práv k audiovizuálním dílům v ČR. V celkových výnosech ČT výrazně dominují příjmy z koncesionářských poplatků, nicméně její obchodní aktivity (prodej televizní a internetové reklamy včetně *product placementu*, sponzoring, prodej práv, vydavatelská činnost, merchandising atd.) se postupně rozvíjejí a tvoří přibližně 10 % z celkových výnosů.[64] Obchodování ČT s komerčními sděleními je od roku 2011 přísně limitováno zákonem[65] a její podíl na celkových výnosech z televizní reklamy na domácím trhu se pohybuje pouze kolem 1 %. Prodej internetové reklamy proto pro ČT představuje potenciál pro růst příjmů.[66] Další potenciál růstu nabízí zmnožení potenciálních zahraničních partnerů, které přinesla digitalizace a rozvoj služeb videa na vyžádání.

62 Fontaine, Gilles – Grece, Christian, *Origin of Films and TV Content in VOD Catalogues in the EU & Visibility of Films on VOD Services*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016; Grece, Christian – Jiménez Pumares, Marta, *The Origin of TV Content in VOD Catalogues – 2017 Edition*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017.

63 Zahrádka, Pavel – Szczepanik, Petr, *The White Elephant in the Room: Implications of the Digital Single Market Strategy for Film and Television Distribution in the Czech Republic*, op. cit.

64 Viz ČT, zprávy o plnění rozpočtu a hospodaření. Materiály projednávané Radou. 2012–2018.

65 Viz ČT, Zákonný rámec.

66 Viz ČT, Internetová reklama.

Prodejem televizních a online práv na českém trhu i do zahraničí se v rámci ČT zabývá oddělení Telexport, které provozuje online katalog a značnou část obchodů uzavírá na čtyřech každoročních industry akcích: na vlastním tzv. screeningu pro zahraniční akvizitory a na třech mezinárodních veletrzích (dvakrát ročně v Cannes a jednou v Moskvě). Například v roce 2016 činily celkové příjmy Telexportu (zahrnující kromě prodeje práv domácím a zahraničním partnerům také vydavatelskou činnost a merchandising) 102 mil. Kč, z čehož 18 mil. Kč byly prodeje do zahraničí.[67]

Televizní a online práva, s nimiž Telexport obchoduje, se dělí do tří základních typů. Pro vlastní původní pořady disponuje celosvětovými právy, které nabízí na teritoriální bázi exkluzivně pro televizní vysílání a neexkluzivně pro VOD. Koprodukční televizní pořady nabízí v zahraničí jen tehdy, když si zahraniční distribuci nevyjednal nezávislý koproducent, přičemž ve většině případů opět disponuje celosvětovými právy, která exploatuje po jednotlivých teritoriích. V případě koprodukčních celovečerních filmů obvykle nedisponuje celosvětovými právy a v zahraničí tyto tituly nenabízí vůbec, přičemž výjimky tvoří případy, kdy nezávislý filmový producent s ČT uzavře smlouvu o obchodním zastoupení – v tomto případě ČT fakticky působí jako standardní sales agent (to se týká např. filmových společností Total HelpArt a Cineart).[68]

2.4 Licencování audiovizuálních děl

2.4.1 Práva k užití díla a odměňování autorů

85. Pokud majitel práva (poskytovatel licence) udělí nějakému subjektu licenci (nabyvatel licence), dává mu svolení k tomu, aby užíval dílo určitými způsoby, jakými jsou například jeho sdělování veřejnosti, rozmnožování či rozšiřování. Výkon tohoto práva je ve většině případů časově a teritoriálně omezen, popř. je omezen specifickým způsobem užití díla.[69] Licence jsou udělovány buď exkluzivně (výhradně) nebo neexkluzivně (nevýhradně). Exkluzivní licence znamená, že majitel práva se zavazuje k tomu, že se po určitou dobu zdrží výkonu svého práva a zároveň neudělí žádné třetí straně licenci k výkonu těchto práv.

86. Český autorský zákon přiznává autorům především následující majetková práva: právo na rozmnožování díla, právo na rozšiřování originálu nebo rozmnoženiny díla, právo na pronájem originálu nebo rozmnoženiny díla, právo na půjčování originálu nebo rozmnoženiny díla, právo na vystavování originálu nebo rozmnoženiny díla, právo na sdělování díla veřejnosti, které zahrnuje zejména právo na provozování díla živě nebo ze záznamu, právo na vysílání díla rozhlasem či televizí, právo na přenos rozhlasového či televizního vysílání, právo na provozování rozhlasového či televizního vysílání díla.[70] Z hlediska audiovize je důležité doplnit, že právo na rozmnožování díla zahrnuje rovněž právo autora audiovizuálního díla (režiséra) na pořízení prvotní kopie díla (oprávnění zaznamenat je na prvotní záznam). Podobně autoři děl audiovizuálně užitých mají výlučné právo rozhodovat o zařazení díla do audiovizuálního díla (tzv. synchronizace)

67 Viz ČT, zprávy o činnosti Úseku obchodu. Materiály projednávané Radou. 2012–2018.

68 Rozhovor s vedoucím Telexportu Lubošem Křížem vedl Petr Szczepanik, 12. 10. 2018.

69 Časovým omezením míníme, že licence je udělena na dobu kratší, než je celková doba trvání majetkových práv.

70 Viz § 12 odst. 4 autorského zákona.

(§ 62 odst. 2 autorského zákona). Obdobný katalog majetkových práv platí pro výkonné umělce (§ 71 autorského zákona).

87. Podle směrnice o ochraně autorského práva v informační společnosti[71] zahrnuje právo na sdělování díla veřejnosti rovněž právo na exploataci díla prostřednictvím internetu, resp. autoři mají právo na zpřístupňování děl „veřejnosti takovým způsobem, že každý jednotlivec ze strany veřejnosti má k těmto dílům přístup z místa a v době, které si zvolí" (tzv. *making available right*).

88. Tato kapitola popisuje licenční praxi, která je typická pro audiovizuální průmysl v EU. Specifickým rysem vypořádání práv v audiovizuálním průmyslu je skutečnost, že vykonavatelem nebo výhradním licenčním nabyvatelem většiny autorských majetkových práv či licencí k filmu je pouze jeden subjekt, totiž producent, který disponuje na základě (zpravidla licenční) smlouvy většinou majetkových práv autorů.[72] Důvodem je snaha o zjednodušení vypořádání práv. Film je totiž dílem, na jehož vytvoření se kreativním způsobem podílí řada tvůrců (režisér, scenárista, autor původního námětu apod.) a výkonných umělců. Akumulace majetkových práv či licencí v rukou jednoho subjektu podstatně zjednodušuje proces vypořádání práv, který je důležitý z hlediska distribuce díla.[73]

89. Podle českého autorského zákona je producent povinen uzavřít s autorem audiovizuálního díla (režisérem) smlouvu v případě, že chce vyrobit zvukově obrazový záznam tohoto díla a tento záznam dále užívat. Kromě toho je producent v takovém případě povinen získat licenci k užití děl jejich zařazením do audiovizuálního díla rovněž od autorů samostatných děl, která budou pro tento účel užita (např. literární předloha, scénář, hudební skladba, scénografie, kostýmy). Totéž platí pro umělecké výkony (herecké, taneční či pěvecké výkony, výkony hudebníků apod.). Výměnou za poskytnutí licence získají tvůrci a umělci od producenta zpravidla finanční odměnu, jejíž výše a druh se odvíjí od ustálené licenční praxe.[74]

90. Rozumí se, že zatímco díla a výkony vznikající nově pro účely filmu producent zásadně nabývá na výhradní a neomezené bázi, tzv. preexistentní díla (předloha, hudba, starší výtvarná díla apod.) jsou obvykle licencovaná nevýhradně nebo pouze v omezeném rozsahu.

91. Přestože producent shromažďuje většinu majetkových práv či licencí, práva k filmové hudbě jsou zpravidla vypořádávána uživateli filmu nezávisle na producentovi. Producent nevypořádává

71 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/29/ES ze dne 22. května 2001 o harmonizaci určitých aspektů autorského práva a práv s ním souvisejících v informační společnosti (dále jen „směrnice o ochraně autorského práva v informační společnosti").

72 I z tohoto pravidla nicméně existují výjimky. Pro příklad uveďme, že v ČR (ale i v celé EU) se práva ke kabelovému přenosu televizního vysílání vypořádávají z praktických důvodů nikoli přímo u producenta, ale u kolektivního správce, neboť spadají do režimu tzv. povinné kolektivní správy dle § 97d odst. 1 písm. c) autorského zákona. Povinná kolektivní správa se v tomto případě nevztahuje pouze na práva vysílací organizace k vlastnímu vysílání (signálu).

73 Pro úplnost podotkněme, že specifická je otázka práv k tzv. zvukově obrazovému záznamu. Na rozdíl od autorských práv, kde je producent pouze jejich odvozeným nabyvatelem (ať již je zákonná konstrukce v tom kterém státě jakákoliv), v případě zvukově obrazového záznamu audiovizuálního díla je výrobce tohoto záznamu automaticky (tj. *ex lege*) jeho vlastníkem a nemusí tedy práva k tomuto záznamu vypořádávat u třetích osob. Srov. § 80 autorského zákona.

74 Je pravidlem, že v profesionální filmové produkci jsou tvůrci za poskytnutí licence k užití jimi vytvořeného díla odměňováni. I z tohoto pravidla však existují výjimky, např. v případě začínajících tvůrců (často studentů či čerstvých absolventů uměleckých škol), kteří jsou nezřídka ochotni poskytnout producentovi licenci k užití svého díla za zcela symbolickou odměnu, či dokonce bezúplatně.

práva k filmové hudbě totiž v plném rozsahu. Od autorů hudebních děl (obvykle však od jejich hudebního nakladatele) získává pouze tzv. synchronizační licenci, která ho opravňuje k zařazení příslušného hudebního díla do filmu. V některých případech podmiňuje nositel práv synchronizační licenci např. tím, že film bude užíván pouze lokálně, nebo jsou na producenta kladena další omezení. Současně s tím producent sestavuje seznam všech hudebních děl, která do filmu zařadil (tzv. hudební sestavu, anglicky *cue sheet*). V případě, že užití hotového filmu licencuje třetí straně (provozovateli kina, televiznímu vysílateli, poskytovateli audiovizuální mediální služby na vyžádání apod.), předává jí i tuto hudební sestavu. Uživatel díla pak na základě této sestavy oznamuje příslušnému kolektivnímu správci užití hudebních děl a hradí sjednanou hromadnou odměnu a kolektivní správce následně vyplácí na základě rozúčtovacího řádu odměnu autorům za užití jejich děl.[75]

92. Na rozdíl od práv k hudbě se práva k „nahrávce" hudby (práva k zvukovému záznamu hudebního díla a práva k uměleckým výkonům umělců provádějících zaznamenané hudební dílo) vypořádávají jinak. Pokud producent pořizuje pro účely filmu novou nahrávku, stává se výrobce zvukového záznamu nositelem práv a obvykle také nabyvatelem výhradní neomezené licence k užití uměleckých výkonů. Pokud však pro účely filmu vyhledá již existující záznam, oslovuje jeho vydavatele držícího zpravidla i práva k uměleckým výkonům. Vydavatel pak poskytuje producentovi licenci k synchronizaci záznamu a výkonů, jakož i licenci k jejich užití ve spojení s filmem. Stejně jako u autorských práv k hudbě také u synchronizační licence k užití záznamu a výkonů zapovídá vydavatel některá užití výsledného filmu (s požadavkem na doplatek licenční odměny za synchronizaci například v případě širší mezinárodní distribuce).

93. Problém synchronizace do jisté míry odpadá u ryze televizních produkcí, protože vysílatel se může při synchronizaci opírat o hromadnou smlouvu s kolektivním správcem (smluvně poskytované oprávnění kolektivními správci OSA a INTERGRAM), rozšířenou kolektivní správu vysílání hudebních děl (OSA) a o zákonnou licenci pro vysílání obchodních snímků (kde kolektivní správce INTERGRAM pouze sjednává a vybírá odměnu). Potíž vzniká při prodeji původně televizní produkce na jinou platformu (např. VOD), protože nutnost renegociovat synchronizační odměnu s nositeli práv činí zvláště méně populární obsah prakticky neobchodovatelný (výjimkou může být užití služby hudební knihovny, která může poskytnout *one-stop-shop* pro vypořádání synchronizačních práv k hudebnímu dílu i k zvukovému záznamu a výkonům).

2.4.2 Licenční praxe

94. Producent může právo k užití díla využít v případě, že disponuje distribučním kanálem na území, na kterém působí. Producent může ale také uzavřít licenční smlouvu s distributorem, který pak má na starosti komerční užití audiovizuálního díla. Audiovizuální dílo je obyčejně šířeno prostřednictvím kinoprojekce, záznamových médií (CD, DVD, Blu-ray), televizního vysílání či audiovizuální služby na vyžádání.

75 Podrobněji k vypořádání práv k užití filmových děl viz David, Ivan, *Filmové právo: Autorskoprávní perspektiva*. Praha: Nová beseda, 2015.

95. Úlohu zprostředkovatele při vypořádání práv mezi producentem a lokálním distributorem může sehrát tzv. obchodní agent, jehož úkolem je propagovat vytvořené dílo na zahraničních trzích (například organizováním uzavřených projekcí pro lokální distributory). Obchodní agent totiž na rozdíl od producenta disponuje informacemi o specifikách jednotlivých národních trhů, na které se specializuje, a disponuje potřebnou sítí kontaktů na distributory na daném území.

96. Dalším aktérem, který napomáhá zjednodušení vypořádání práv pro šíření díla prostřednictvím služeb videa na vyžádání, je tzv. agregátor práv. Vzhledem k tomu, že služby videa na vyžádání (na rozdíl od doplňkových online služeb televizního vysílání) obyčejně nabízejí rozsáhlý katalog titulů, poskytovatelé těchto služeb (Netflix, Amazon, iTunes) upřednostňují nákup práv k celému katalogu titulů prostřednictvím jedné obchodní transakce, spíše než aby nakupovali práva ke každému filmovému titulu zvlášť. Agregátoři práv se specializují na nákup (obyčejně celosvětových) práv na online šíření audiovizuálních děl, která získávají buď od producentů, obchodních agentů, nebo lokálních distributorů. V druhém kroku tento katalog děl nabízejí poskytovatelům globálních služeb videa na vyžádání. Zatímco agregátoři plní důležitou úlohu z hlediska distribuce děl malých nezávislých producentů prostřednictvím služeb videa na vyžádání, velká hollywoodská studia (Paramount Pictures, 20th Century Fox, The Walt Disney Studios, Warner Brothers, Sony Pictures Entertainment, NBCUniversal) mají na trhu dostatečně silnou pozici na to, aby mohla vyjednávat samostatně, tj. přímo nebo prostřednictvím evropských poboček.

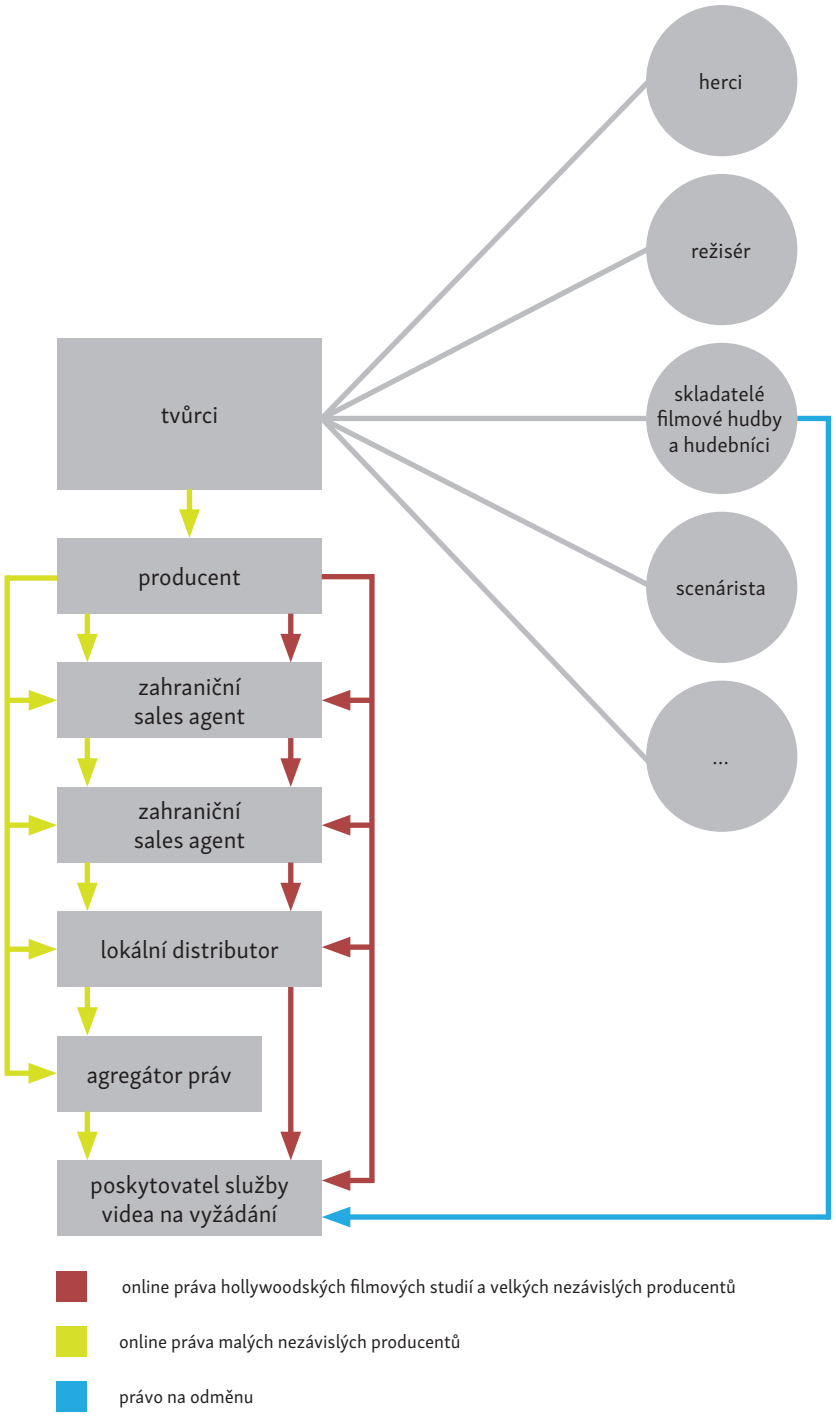
97. Většina lokálních distributorů v ČR nenabízí filmy a seriály velkých hollywoodských studií (na rozdíl od lokální nabídky globálních poskytovatelů VOD služeb). To je způsobeno tím, že studia v současnosti již plně kontrolují online distribuci své produkce v Evropě, popř. ji kontrolují prostřednictvím svých poboček (nikoli prostřednictvím lokálního distributora).[76] Proto například O2 Videotéka, která má z lokálních VOD služeb největší nabídku novějších hollywoodských titulů (20th Century Fox, Universal, Warner Bros), je získává přímo od studií, nikoli od českého distributora. Tyto tituly pak O2 Videotéka nabízí s cca 4–5měsíčním odstupem od české kinopremiéry obvykle jako jediný český portál, nicméně společně s iTunes a GooglePlay. Některá studia nabízejí svou novější produkci v rámci online distribuce v ČR výhradně prostřednictvím nadnárodních portálů (Sony Pictures na GooglePlay a iTunes; Paramount navíc i na HBO GO). Nabídka lokálních portálů je ovlivňována také změnami ve smluvních vztazích mezi nadnárodními portály a studii. Například online nabídku studia Disney v ČR do minulého roku zprostředkovával jen globální portál Netflix, popř. ještě iTunes, GooglePlay nebo HBO GO. Nicméně poté co Disney v srpnu 2017 odstoupil ze spolupráce s portálem Netflix, nabízí novější Disneyho filmy v ČR již jen O2 Videotéka.

98. Licenční praxe u televizních vysílatelů ohledně jejich doplňkových služeb na vyžádání je odlišná. Televizní vysílatelé obyčejně disponují exkluzivními právy na užití děl, která byla vytvořena v jejich produkci nebo na jejich zakázku, a mohou je proto zařadit do vlastní služby zpětného zhlédnutí. Problém může vzniknout pouze u děl hudebních a u zvukových záznamů, které musejí být pro tyto účely vypořádávány zvláštní smlouvou s kolektivním správcem nebo u zvukových záznamů přímo s výrobcem. Díla vytvořená v koprodukci s nezávislými producenty nabízejí vysílatelé prostřednictvím doplňkových online služeb po omezenou dobu (většinou v časovém

76 Výjimkou se stane nově dohodnutá spolupráce Sony s Bontonfilmem v oblasti TVOD práv.

intervalu 7 až 30 dní po odvysílání pořadu v lineárním vysílání), přičemž vysílatel obyčejně získává online práva společně s právy na vysílání díla na základě licenční smlouvy uzavřené s producentem nebo jeho obchodním zástupcem. Díla zakoupená od třetích stran vysílatelé většinou touto formou nenabízejí vůbec.

Graf 6: Možné způsoby vypořádání práv poskytovatelem služby videa na vyžádání



Zdroj: Langus, Gregor – Neven, Damien – Poukens, Sophie, *Economic Analysis of the Territoriality of the Making Available Right in the EU*. Brussels: Charles River Associates, 2014, s. 28.

2.4.3 Teritoriální fragmentace audiovizuálního trhu v EU

99. Ačkoliv autorský zákon umožňuje filmovému producentovi, aby distributorovi prodal celoevropskou či multiteritoriální licenci k užití filmového díla, obchodní praxe v rámci filmového průmyslu v Evropě se řídí principem teritoriality.[77] To znamená, že právo na užití audiovizuálního díla je v naprosté většině případů licencováno na základě monoteritoriálních licencí. Prodej multiteritoriálních licencí je běžný pouze pro jazykově a kulturně spřízněné oblasti. Aktéři hodnotového řetězce využívají teritoriality autorského práva, tj. skutečnosti, že každá členská země EU má své vlastní autorské právo, a právo k užití díla (licence) rozdělují na 28 odlišných národních oprávnění a každé z těchto teritoriálně vymezených práv ve většině případů prodávají a nakupují zvlášť.

100. Princip teritoriality stojí v základech současné praxe financování a zhodnocování audiovizuální (především filmové) produkce. Prostorová fragmentace audiovizuálního trhu reflektuje nejen teritorialitu autorského práva, ale má především své obchodní důvody. Tvorba audiovizuálního díla je finančně náročným projektem, který vyžaduje dostatečně veliký rozpočet. Rozpočty hraných filmů v ČR činí v průměru 25 mil. Kč (tedy cca 1 mil. €). Producenti na malých národních trzích hledají proto kromě státní podpory rovněž soukromé finanční zdroje. Vedle veřejných subvencí a investic soukromých obchodních partnerů jsou klíčovým zdrojem filmových rozpočtů tzv. předběžné prodeje (*pre-sales*) teritoriálně vymezených distribučních a vysílacích práv kinodistributorům a televizním společnostem a v posledních letech i online portálům. Předprodeje fungují na principu minimální garance za budoucí příjmy z kinodistribuce nebo předkupu vysílacích práv na určitou dobu a v určitém teritoriu a stanovují se podle odhadu budoucích příjmů v jednotlivých distribučních oknech a formátech. Předmětem předprodeje jsou tedy teritoriálně vymezená exkluzivní práva na distribuci obsahu v dané geografické oblasti, jazyce a distribučním kanálu. Peníze z těchto prodejů pomáhají producentovi sestavit výrobní rozpočet již ve fázi vývoje, než se film vůbec začne natáčet, a mohou současně sloužit jako záruka za bankovní půjčky.

101. Na základě dostupných informací a rozhovorů s českými producenty lze odhadnout průměrný podíl předprodejů (českým a zahraničním kinodistributorům a televizím) na výrobních rozpočtech celovečerních hraných filmů na 30–40 %, tj. cca 7–15 mil. Kč na projekt. V konkrétním případě prestižní, mainstreamové artové koprodukce s majoritním českým podílem předprodeje tvořily 38 % výrobního rozpočtu ve výši 37 mil. Kč: 9 mil. Kč předprodej vysílacích práv České televizi, 3 mil. Kč minimální garance nejsilnějšího domácího distributora českých filmů, 2 mil. Kč záloha od obchodního agenta, který posléze film prodával distributorům na vybraných zahraničních trzích. U čistě komerčního projektu, zaměřeného na český a slovenský trh, může být podíl předprodejů komerčním televizím a distributorům na rozpočtu obdobný, ale u potenciálních diváckých hitů roste až k 50 % (což je ale v době klesající návštěvnosti českých filmů stále vzácnější případ). Naopak v případě okrajově artového projektu orientovaného na úzkou skupinu diváků se předprodeje omezují na vklad veřejnoprávní televize a tvoří cca 20–30 % rozpočtu v celkové výši 15–25 mil. Kč.

77 Více k ekonomickému významu principu teritoriality pro fungování obchodních modelů audiovizuálního průmyslu viz Langus, Gregor – Neven, Damien – Poukens, Sophie, *Economic Analysis of the Territoriality of the Making Available Right in the EU*, op. cit.

102. Teritoriální fragmentaci audiovizuálního trhu napomáhá dále také skutečnost, že řada evropských distributorů operuje pouze na příslušném národním trhu a nemá ambice expandovat na zahraniční trhy, resp. nemá zájem o nákup celoevropské či multiteritoriální licence. Znalost specifičností lokálního trhu jim dovoluje nastavit marketingovou a propagační kampaň na míru danému produktu a cílovému trhu (cena, kupní síla, preference žánrů, kulturně-sociální charakteristiky publika, jazyková úprava atd.).

103. Audiovizuální díla jsou v EU šířena na základě prodeje exkluzivních teritoriálních licencí lokálním distributorům pro vybraná území, kde se předpokládá, že transakční náklady spojené s prodejem územní licence, lokalizací obsahu a jeho propagací budou nižší než příjmy z jeho prodeje v daném území. Národní distributoři pomocí principu teritoriální exkluzivity chrání své investice do licencí, marketingu a samotné distribuce před konkurencí zahraničních nebo nadnárodních distributorů. Distribuce audiovizuálního obsahu na základě výhradních teritoriálních licencí zajišťuje distributorovi kontrolu nad tržbami a jistotu pevně ohraničeného trhu.

104. Technickým nástrojem pro zajištění územního tržního monopolu v online prostředí je zeměpisné blokování (tzv. geoblokace), které umožňuje přístup k nabízenému audiovizuálnímu dílu v nabídce audiovizuální mediální služby na vyžádání pouze uživatelům z licencovaného území (na základě identifikace místa, odkud se uživatelé připojují k internetu) a zároveň zabraňuje tomu, aby uživatelé měli přístup k nabídce poskytovatele audiovizuální online služby v jiném členském státě. Geoblokace tak zajišťuje ochranu proti přeshraničnímu online přístupu k obsahu a prolomení bariér mezi audiovizuálními digitálními trhy vymezenými na základě národních hranic členských států EU. U přenosu televizního vysílání do jiných území prostřednictvím kabelových nebo satelitních operátorů je k ochraně územního monopolu distributora, resp. uživatele díla, který zakoupil výhradní teritoriální licenci pro dané území, využíváno blokování signálu. U datových nosičů DVD je využíváno regionálních kódů, které umožňují přehrání nosiče pouze na koncovém zařízení prodávaném na daném území.

2.5 Kulturní politika státu a veřejná podpora audiovize v České republice

105. Specifickým rysem audiovizuálního (resp. filmového) průmyslu v ČR, ale i v celé EU, je skutečnost, že vývoj, produkce a distribuce audiovizuálních děl jsou systematicky podporovány z veřejných prostředků, a to přímo (veřejná podpora) či nepřímo (např. participace veřejnoprávního vysílatele na koprodukci). Veřejná podpora je proto jednou z klíčových strukturních charakteristik audiovizuálního pole. Do veřejné podpory audiovizuálního průmyslu v ČR je třeba počítat všechny dotační programy Státního fondu kinematografie a regionálních fondů, stejně jako podporu Ministerstva kultury ČR a dalších státních či veřejných institucí.

106. Vláda ČR v lednu 2013 schválila „Strategii digitalizace kulturního obsahu na léta 2013–2020“, jejíž součástí je rovněž podpora digitálního restaurování filmů. Digitalizace kulturního dědictví se jako strategický cíl promítá i do dalších vládních a ministerských dokumentů.[78]

78 Viz Vláda ČR, Usnesení č. 70 ke Strategii digitalizace kulturního obsahu na léta 2013–2020. 30. 1. 2013.

107. Státní fond kinematografie (SFK) podporuje audiovizuální průmysl ve dvou základních režimech. Automatická podpora zahrnuje tzv. pobídky, které jsou založené na principu vratek 20 % uznatelných nákladů při natáčení v ČR. Selektivní podpora zahrnuje granty na podporu vývoje (první verze scénáře nebo kompletního producentského vývoje projektu), výroby (celovečerního hraného, animovaného, dokumentárního, krátkého, experimentálního filmu s majoritní českou účastí, minoritní koprodukce a celovečerního hraného debutu), distribuce (zahraničních a českých filmů), propagace českých filmů a podpory účasti na zahraničních festivalech nebo při nominaci na mezinárodní ceny.[79] Kromě Státního fondu kinematografie uděluje veřejnou podporu vývoji či výrobě audiovizuálních děl i řada regionálních či městských fondů: Prague Film Fund, Dotační program na podporu audiovizuální tvorby ve Zlínském kraji, Filmový fond statutárního města Zlína, Jihomoravský filmový nadační fond, dotační titul Podpora kinematografie v turistických regionech Jeseníky a Střední Morava. Do veřejné podpory je třeba počítat také fondy evropské, a to především Eurimages (mj. podpora vícestranných koprodukcí) a MEDIA (mj. podpora vývoje projektů), či podporu z cizích veřejných rozpočtů na tuzemské projekty, tj. granty zahraničních filmových fondů v případě koprodukcí či jinou formu podpory ze zahraničí (např. podpora velvyslanectví či kulturního institutu cizí země působícího v Česku).

108. Dopady digitalizace a strategie pro jednotný digitální trh na veřejnou podporu audiovize lze rozdělit do dvou základních oblastí. Všechny fáze výroby, šíření a prezentace audiovizuálních děl již probíhají digitálně, což se promítlo i do podoby podpořených projektů. SFK od roku 2009 podporuje digitalizaci kin, která je ovšem již fakticky dokončena, zvláště ve městech nad 10 000 obyvatel. SFK proto začal podporovat i modernizaci a obnovu DCI technologie.[80] Kromě toho SFK podporuje i nové obchodní metody, především VOD distribuci. V roce 2017 vypsal zvláštní výzvu „Internetové filmové portály v roce 2018“, která si kladla za cíl „zvýšení povědomí o českých filmech a jejich dostupnosti na legálních internetových platformách“. V rámci této výzvy byl podpořen rozcestníkový portál Filmtoro, který agreguje informace o legální nabídce filmů a televizních seriálů v české distribuci.[81] V roce 2018 navázal další výzvou, určenou mj. pro „VOD distribuční projekty, internetové portály rozcestníkového typu odkazující k legálnímu audiovizuálnímu obsahu“.[82] SFK také podpořil projekt studie o přeshraniční cirkulaci českých audiovizuálních děl, kterou Asociace producentů v audiovizi zadala k realizaci britské poradenské firmě SPI Olsberg. Studie vychází z předpokladu, že stávající objem exportu neodpovídá kvalitě a potenciálu české audiovizuální produkce, a klade si za cíl vybrat a popsat slibná cílová teritoria pro televizní a VOD distribuci českých audiovizuálních děl.[83]

109. Veřejné financování českého audiovizuálního průmyslu v budoucnu ovlivní novela směrnice o audiovizuálních mediálních službách. SFK zatím od VOD portálů nevybírá žádné poplatky. Nicméně novela této směrnice členským státům výběr poplatků umožní, a to nejen od domácích, ale i od zahraničních audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, cílících svou nabídkou na domácí publikum. SFK bude pravděpodobně požadovat příspěvky na podporu domácí

79 Omezujeme se zde na výzvy související s hlavními činnostmi hodnotového řetězce audiovizuálního díla.

80 Viz SFK, Uzavřené výzvy. Hodnocení: Digitalizace a modernizace kin v roce 2017–2018. Digitalizace a modernizace kin v roce 2017–2018. 2018.

81 Viz SFK, Výsledky rozhodování rady – Internetové filmové portály v roce 2018. 20. 12. 2017.

82 Viz SFK, Výzva k podávání žádostí o podporu kinematografie: Distribuční projekty – práce s publikem. 2018. 2018.

83 Viz SFK, Uzavřené výzvy. Hodnocení: Konference a výzkumné projekty v oblasti filmové vědy. 2018.

audiovizuální produkce ve výši odpovídající určitému procentuálnímu podílu z tržeb na domácím trhu. Poskytovatelé služeb, kteří budou na českou produkci tímto způsobem přispívat, budou mít reciproční nárok čerpat veřejnou podporu za stejných podmínek jako čeští producenti (podrobněji viz podkap. 3.4.5).

110. Ačkoli se regulace a podpora digitalizace a online distribuce audiovizuálních děl začaly v ČR postupně rozvíjet, ve srovnání se západní Evropou jsou teprve na začátku. SFK v současné době nemá žádné specializované dotační okruhy, které by na tuto oblast mířily. Nepodporuje ani vývoj a výrobu audiovizuálních děl určených výhradně pro online distribuci, tedy například webseriálů. Jeho dotační okruhy jsou určeny primárně pro projekty českých kinematografických děl a pro jejich kinodistribuci. Zvláštní program pro vývoj internetových obsahů zatím nemá ani Česká televize, jejíž portál iVysílání se omezuje na služby zpětného zhlédnutí.[84]

2.6 Pracovní trh v audiovizuálním průmyslu v České republice

111. Dostatek kvalifikovaných a flexibilních sil na všech úrovních profesní hierarchie, dostatek odborných škol a příležitostí pro uplatnění jejich absolventů, ale také motivační mzdy a ochrana práv zaměstnanců jsou nutnou podmínkou rozvoje a konkurenceschopnosti českého audiovizuálního průmyslu v éře globalizace a digitalizace. O tomto segmentu pracovního trhu jsou však v současnosti k dispozici pouze kusé a nedostatečně diferencované informace a jeho analýza je ztížena tím, že většina osob v audiovizi působí mimo standardní pracovní trh v režimu svobodného povolání nebo živnosti.

112. Dle ekonomické klasifikace NACE (skupina 59.1 – Činnost v oblasti filmů, videozáznamů, televizních programů) byl počet fyzických osob zaměstnaných v audiovizuálním průmyslu k roku 2014 celkem 3134. Ekonomická studie EEIP ve výpočtu dopadů audiovizuálního průmyslu na zaměstnanost odhadla, že na audiovizuální průmysl v užším slova smyslu (tj. celovečerní filmy, seriály) připadalo jen 1005–1120 přepočtených plných pracovních úvazků (zaměstnanci i OSVČ). Nicméně dalších 1235–1365 pracovních míst vzniklo díky filmovému průmyslu v jiných odvětvích. Přepočtem dle objemu tržeb v jednotlivých hlavních fázích hodnotového řetězce autoři studie dospívají k odhadu dopadu zaměstnanosti v distribuci na 340 plných úvazků, v kinech 465 a v produkci (vč. postprodukce) na 1435–1680 plných úvazků. Reálný počet úvazků v audiovizi po zohlednění svobodného povolání a živností by však byl pravděpodobně vyšší.[85]

84 Naproti tomu například francouzský protějšek SFK, Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), již několik let internetové projekty podporuje. Viz Lachaussée, Sébastien – Bougerol, Dominique, Producing and Financing Web Series in France. *L Avocat*, 15. 4. 2016. Ve Francii v roce 2018 také vstoupila v platnost právní úprava nazývaná „YouTube/Netflix daň", která CNC umožňuje vybírat 2% poplatky z lokálních tržeb od nadnárodních VOD portálů typu Netflixu a platforem typu YouTube a využívat je k podpoře domácí audiovizuální produkce. Viz nařízení č. 2017-1364 ze dne 20. září 2017 stanovující účinnost ustanovení článku 30(III) zákona č. 2013-1279 ze dne 29. prosince 2013 pozměňující rozpočet roku 2013 a článku 56 (I) až (III) zákona č. 2016-1918 ze dne 29. prosince 2016 pozměňující rozpočet roku 2016 [Décret n° 2017-1364 du 20 septembre 2017 fixant l'entrée en vigueur des dispositions du III de l'article 30 de la loi n° 2013-1279 du 29 décembre 2013 de finances rectificative pour 2013 et des I à III de l'article 56 de la loi n° 2016-1918 du 29 décembre 2016 de finances rectificative pour 2016]. Viz též Ministère de la Culture, Réforme de la taxe vidéo: un nouvel horizon pour la création et pour la diversité culturelle. 21. 9. 2017.

85 EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit.

113. Pro hlubší pochopení dynamiky pracovního trhu v audiovizi bude třeba provést sběr kvantitativních a kvalitativních dat, který vezme v úvahu rozdíly mezi jednotlivými podsegmenty (zahraniční zakázky, český film, televizní produkce) a profesními skupinami (vedoucí tvůrčí, technické, asistentské profese). Nejvyšší mírou specifičnosti ve srovnání s obory mimo audiovizuální průmysl se vyznačují pozice v audiovizuální produkci. Práce na vývoji a výrobě filmů a televizních či webových seriálů je pro většinu tvůrců a štábových pracovníků organizovaná projektově (výjimky představují fakticky jen stabilně zaměstnané produkční, dramaturgické a administrativní síly televizních společností vyrábějících vlastní obsah). Producent spolu s režisérem musejí pro každý projekt sestavovat nový tým, pronajímat si ateliéry, lokace, techniku a dojednávat řadu podpůrných služeb. Během natáčení spolupracují ve velmi intenzivním pracovním tempu desítky úzce specializovaných odborníků, kteří musejí být pečlivě připravení a přesně koordinovaní, protože každá minuta navíc způsobuje vysoké finanční ztráty. Mnozí ze štábových pracovníků se nikdy dříve neviděli, a mohou dokonce pocházet z různých zemí, a proto musejí mít velmi dobře zažité nejen odborné znalosti, ale i profesně specifický styl komunikace a pracovní etiku. Někdy na filmu pracuje paralelně několik štábů v různých zemích, případně se do různých zemí vyvážejí jednotlivé články hodnotového řetězce (například u velkých hollywoodských produkcí může probíhat vývoj a marketing v USA, natáčení v Kanadě nebo v Evropě, postprodukce v Asii). Tyto organizační, technické a sociální nároky odlišují profese výrobních štábů od podobných profesí mimo audiovizi (například architekta a kostýmní výtvarnice, ale také elektrikáře, truhláře či účetního) a jsou příčinou odlišností v genderovém, věkovém a vzdělanostním složení.

114. Kariéra pracovníka v audiovizuálním průmyslu je závislá především na jeho neformální reputaci a kontaktech v profesní sféře, které si získal za studií na některé z filmových či jiných uměleckých škol (v případě producentů a vedoucích tvůrčích profesí), ale především prací na předcházejících projektech. V těchto tzv. bezhraničních kariérách[86] neexistují pro pracovníky – kromě jejich neformální reputace – žádné záruky budoucí zaměstnanosti ani udržení pracovních pozic, povýšení či zlepšování podmínek odměňování. Nízký vliv odborových svazů v ČR navíc přispívá ke slabé vyjednávací pozici zaměstnanců a k rozdílům ve finančních podmínkách u stejných profesí napříč různými podsegmenty audiovizuální produkce (např. vyšší odměny na zahraničních zakázkách a nižší na českém nezávislém filmu). Situaci pracovníků v audiovizi, kteří nejsou v pracovním poměru, ztěžuje i zákaz kolektivní organizace prosazovaný Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže – na rozdíl od zaměstnanců se nemohou pro účely dosažení lepších pracovních podmínek sdružovat v odborových či jiných organizacích, neboť by to bylo považováno za zakázanou dohodu soutěžitelů (kartel).[87]

86 Viz aplikace pojmu tzv. *boundaryless career* (tedy kariér rozvíjejících se napříč organizacemi, nikoli uvnitř nich) na filmový a televizní průmysl: Jones, Candace, Careers in Project Networks: The Case of the Film Industry. In: Arthur, M. B. – Rousseau, D. M. (eds.). *Boundaryless Career: A New Employment Principle for a New Organizational Era*. New York: Oxford University Press, 1996, s. 58–75.

87 V rozhodnutí týkajícím se Asociace užité grafiky a grafického designu úřad uložil pokutu 60 000 Kč za přijetí a uplatňování sazebníků tvůrců v nezávislém povolání (AUG vydala a distribuovala dokument nazvaný „Autorské honoráře v užité grafice a grafickém designu" obsahující mimo jiné návody kalkulace pro stanovení honoráře a ceny doporučených minimálních autorských honorářů za jednotlivé výkony v oblasti grafického designu, včetně jejich porovnání s honorářovou základnou v jiných státech.). Postup úřadu byl přezkoumáván ve správním soudnictví (rozhodnutí Nejvyššího správního soudu sp. zn. 1 Afs 1/2012, rozhodnutí Krajského soudu v Brně sp. zn. 62 Af 58/2012) a pokuta byla soudy snížena na 7 000 Kč. V rozhodnutí týkajícím se Jednoty tlumočníků a překladatelů, která vydala tarify za tlumočení a překlad v časopisu *ToP* (tlumočení-překlad), úřad uložil pokutu 144 000 Kč a opatření k nápravě. Viz rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 13. 6. 2018 sp. zn. S0381/2017/KD-16394/2018/853/PHA.

115. Pracovníci v audiovizuální produkci mají sice většinou vyšší než průměrné mzdy,[88] ale jsou vystaveni vysoké míře prekarizace, jež se u různých profesních skupin projevuje odlišně.[89] Například český scenárista nemá často až do začátku natáčení jistotu finální výše honoráře, která může v některých případech záviset nejen na schopnosti producenta zafinancovat projekt, ale i na udělení veřejného grantu. Proto obvykle musí pracovat na několika projektech současně a kombinovat psaní pro film s jiným typem práce (učení, dramaturgie, žurnalistika). Kameraman či zvukař musí nepřetržitě sledovat technický vývoj ve svém oboru a mnohdy i investovat do vlastního technického vybavení, které brzy opět zastará. Řadový štábový pracovník střídá období hektické aktivity s délkou pracovního dne mnohdy přesahující 12 hodin s obdobími nucené nečinnosti vyplněné čekáním na další projekt. Asistenti ve štábech českých servisních produkcí jsou závislí na přílivu zakázek ze zahraničí a na státní politice pobídek, přičemž i menší odliv investic je může donutit změnit povolání. Tato situace postihla zaměstnance zakázkových produkcí v letech 2004–2009 (bezprostředně následujících po období rozkvětu), kdy v Maďarsku (které bylo již od 60. let hlavním regionálním konkurentem ČR) již fungovaly pobídky, ale v ČR nikoli.[90]

116. Digitalizace ke stávající prekarizaci zaměstnanců v audiovizi přidává další rozměr. Tvůrci musejí počítat s novými faktory a zásahy do své práce i volného času. Scenáristé píší doplňkové verze svých příběhů pro internetové produkty a sociální sítě. Režiséři, herci a výtvarníci se přizpůsobují požadavkům tvorby speciálních digitálních efektů a technologiím previzualizace. Řada z tradičních filmových řemesel se od základu mění nebo může být snadněji automatizována či outsourcována (typicky animace a postprodukce). Začleňování sociálních médií do procesu produkce a distribuce audiovizuálních obsahů vede ke konvergenci různých profesních rolí (produkčních a editorských s marketingovými a analytickými) a klade vyšší nároky na přímou komunikaci s veřejností a sledování spotřebitelských trendů. Tyto nové podmínky a požadavky prozatím nejsou dostatečně kompenzovány novými zdroji příjmů (relativně nízká monetizovatelnost obsahů na sociálních sítích), odměnami tvůrcům, přenastavením dělby práce a systému profesního vzdělávání.

2.7 Technologická infrastruktura pro online distribuci audiovizuálních děl v České republice

117. Technologický vývoj má zásadní dopad nejen na průmyslovou a spotřební praxi aktérů audiovizuálního pole, ale tvoří také širší strukturní kontext, ve kterém se odehrává právní regulace jejich jednání. Popis infrastruktury musí zohlednit provázanost a vzájemnou podmíněnost technologických a sociálních faktorů, které ji tvoří.[91] V technologické infrastruktuře pro online distribuci

88 V roce 2014 průměrná hrubá měsíční mzda na přepočtenou osobu dle statistiky CZ NACE 59.1 činila 29 200 Kč, zatímco celostátní průměrná hrubá mzda 25 700 Kč. Viz EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit. Tyto údaje je třeba chápat pouze jako orientační, protože mzdové poměry v různých podsektorech audiovizuálního průmyslu se výrazně liší a protože se liší také průměrná mzda v Praze, kde jsou koncentrovány pracovní činnosti audiovizuálního průmyslu, a v ostatních krajích ČR.

89 Termín „prekarizace" označuje nepředvídatelnost zaměstnanosti a kariérního růstu, oslabení finančních a sociálních jistot a nedostatečnou míru psychického komfortu spojeného např. s možností oddělovat pracovní a volný čas, kombinovat práci s péčí o rodinu či chránit výsledky své tvůrčí práce – podmínky typické mj. pro práci na volné noze v kulturních a kreativních průmyslech.

90 Rozhovory se zástupci štábových profesí, které realizoval Petr Szczepanik v letech 2009–2017.

91 Pojem „technologická infrastruktura" může vyvolávat chybný dojem, že jde jen o soubor dílčích technologií, v tomto případě určitého hardware a software (kabelů, počítačů, programového vybavení apod.). Analýzou vzniku, vývoje a dynamiky

audiovizuálních děl rozlišujeme několik základních komponent: (a) *Materiální složka*, do které patří např. datové kabely páteřní sítě, koncová zařízení (počítače, smartphony, tzv. chytré televizory), proxy servery. (b) *Relevantní komponenty státu regulující či formující vztahy v infrastruktuře*, jako jsou např. právní normy, kontrolní organizace, části státních institucí přímo udržující či inovující parametry infrastruktury (např. využití dostupných přenosových pásem, kvalitu připojení v periferiích, rozvoj a využití různých modelů distribuce audiovizuálního obsahu, rozsah a podobu neformální distribuce audiovizuálního obsahu). (c) *Privátní organizace či aktéři* (např. poskytovatelé připojení, tvůrci softwaru, tvůrci obsahu). (d) *Relevantní aspekty uživatelů*, resp. jejich preference, relevantní hodnoty, normy a odpovídající uživatelské praxe, uživatelské profily (tj. skladba a frekvence online činností), schopnosti umožňující využít formální a neformální systémy online distribuce (tj. digitální dovednosti a kompetence), finanční příjem domácnosti (ovlivňující kvalitu a podobu části infrastruktury na straně koncových uživatelů).

118. Přístup k technologické infrastruktuře distribuce audiovizuálních děl je součástí obecnějšího přístupu k informační a komunikační infrastruktuře, jejíž technologickou páteří je internet. Tento přístup není ve společnosti rovnoměrně rozložen. Pro tento asymetrický stav se užívá označení digitální propast (*digital divide*). Dosavadní poznatky v oblasti výzkumu nerovného přístupu k informační infrastruktuře ukazují, že v technologicky saturovaných kontextech se tento přístup stal důležitou podmínkou společenské participace. Předpokládá se, že využívání infrastruktury za účelem kulturní spotřeby je významnou součástí tzv. kulturní participace, která se promítá do kulturní identity a sociálního statusu.[92] Tato problematika je také součástí vládní „Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020“. [93]

119. Technologická vybavenost je významným faktorem podílejícím se na systému distribuce audiovizuálních děl. Přenos audiovizuálních děl k uživateli je technologicky (zejména kapacitně) velmi složitou záležitostí, jejíž hladký průběh je ovlivněn stavem infrastruktury na všech rovinách jejího fungování. Pro účely této zprávy rozlišujeme vybavenost na rovině individuální, průmyslové a státní:[94]

a) Individuální rovina

120. Televizní přijímač vlastní podle údajů ČSÚ a ATO – Nielsen Admosphere 98 % domácností; z toho přibližně polovina využívá pozemní signál a 20 % domácností využívá satelitní nebo kabelovou televizi. Čas strávený u televize se postupně prodlužuje, a to na průměrné 3 hodiny a 45 minut v roce 2017. Zhruba třetina domácností pak vlastní televizi mladší pěti let, desetina vlastní televizi

technologických infrastruktur se zabývá zejména obor *Science & Technology Studies*, k jehož základním poznatkům patří to, že infrastruktury je nutné zkoumat jako *socio-technické* systémy. V kontextu této zprávy je tedy třeba mít na paměti, že kabely, počítače a programové vybavení neexistují abstraktně, ale pouze v konkrétních podobách, které formovali a udržují konkrétní aktéři (výrobci, uživatelé, zákonodárci, poskytovatelé internetu atd.). Změní-li se tito aktéři či vztahy mezi nimi, začne se měnit i infrastruktura online distribuce audiovizuálních děl.

92 Základní literaturou k tomuto odstavci je Lupač, Petr, *Za hranice digitální propasti: Nerovnost v informační společnosti*. Praha: SLON, 2015.

93 MPSV, Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020, 1. 7. 2015.

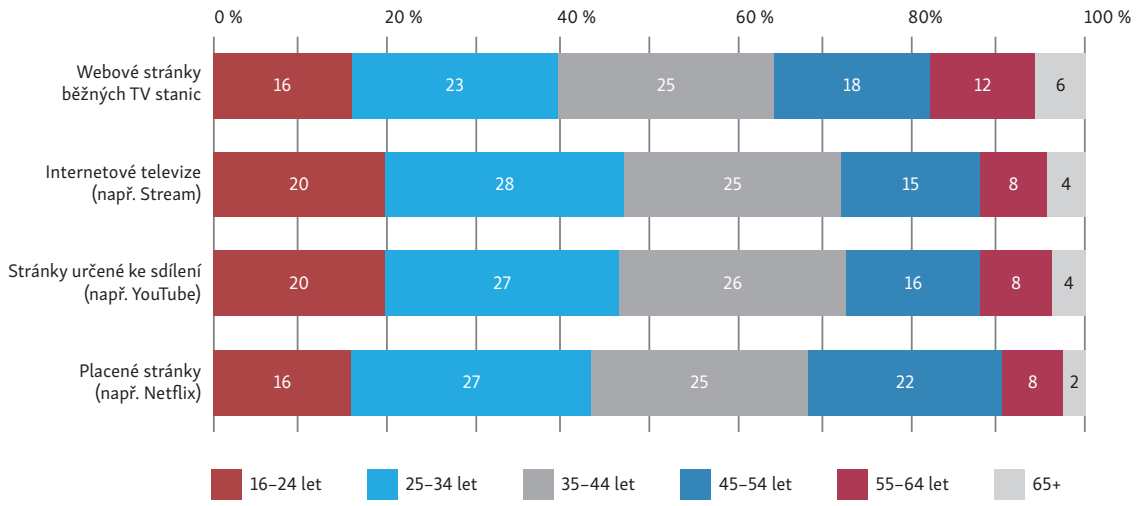
94 Následující části a) až c) jsou kompilací údajů převzatých z následujících zdrojů: ČSÚ, *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2018*. Praha: ČSÚ, 2018; ČSÚ, *Informační společnost v číslech – 2018*. Praha: ČSÚ, 2018; Eurostat, Digital Economy and Society Database, 2018; Nielsen Admosphere, Tiskové zprávy, 2018; Lupač, Petr – Chrobáková, Alena – Sládek, Jan, *Internet v České republice 2014*. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy v Praze, 2014.

starší než 10 let. Předpokládá se, že s přechodem na nový standard DVB-T2 se skokově zvýší podíl tzv. chytrých televizorů s přístupem k internetu. V roce 2018 by se měl tento podíl pohybovat okolo 25 %. Funkce hybridní televize HbbTV využívalo v roce 2016 36 % uživatelů „chytrých" funkcí televizorů. Ze šetření Nielsen Admosphere v roce 2016 vyplynulo také to, že důvodem omezeného využívání funkcí HbbTV je jejich neznalost. ČR se v roce 2016 pohybovala pod evropským průměrem ve sledování pořadů prostřednictvím audiovizuálních online služeb. VOD služby (např. Netflix, HBO GO) sledoval v roce 2016 nejmenší podíl populace ve srovnání s celou EU: jen 3 % populace 16+. Podobně nízké číslo v ČR nalezneme u využívání chytrých televizí ke sledování online audiovizuálního obsahu (4 % v roce 2016).

121. Počítač a internet v ČR v současnosti používá přibližně 80 % populace starší 16 let (pro tento věkový segment budeme dále v této kapitole užívat pouze pojem populace). Každodenně internet používají dvě třetiny populace. Pravděpodobnost užívání počítače a internetu je v ČR vyšší u mladších, vzdělanějších osob s vyšším příjmem, z hustěji obydlených oblastí a s nesamotářským stylem života (gender v tomto případě nehraje roli).

122. Využívání internetu ke sledování videa včetně internetových televizí (např. Stream.cz) je výrazně ovlivněno věkem, příjmem domácnosti a přítomností závislých dětí v domácnosti. Online služby pro sdílení videoobsahu (např. YouTube, Vimeo) využívalo v roce 2018 zhruba 44 % české populace, přičemž zde najdeme výrazně vyšší čísla u mladších věkových skupin a jedinců s vysokoškolským vzděláním. Jejich využívání deklaruje naopak velmi malé množství seniorů a skupin populace s nízkým dosaženým vzděláním. Internetové televize typu Stream.cz sledovala v roce 2018 asi čtvrtina české populace a rozdíly mezi sociálními skupinami byly podobné. Využívání peer-to-peer sdílení online obsahu deklarovala v roce 2013 méně než desetina české populace, což bylo pod evropským průměrem (cca 17 %). Nevíme ale, nakolik odpovědi ovlivňuje názorové a právní klima v dané zemi (např. ve Španělsku jejich využívání deklarovala čtvrtina populace; v Německu 3 %).

Graf 7: Věková struktura jednotlivců v ČR (%), kteří sledují pořady na internetu, podle typu služeb (2018)



Zdroj: ČSÚ, Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2018. Praha, 2018.

123. Na mobilních zařízeních používá internet 55 % populace, což je pod evropským průměrem (63 % v roce 2017). Údaje o využívání mobilních zařízení ke sledování videa nejsou dostatečné. Situaci v ČR lze ale dovodit např. z údajů ČSÚ o průměrné spotřebě dat v GB na jednoho účastníka mobilního internetu. ČR v tomto ohledu zaujímala v roce 2016 jedno z posledních míst (za ČR byly již jen Slovensko, Řecko a Belgie). Tento stav lze spíše než odlišnou poptávkou vysvětlit nabídkovou stranou, a to zejména na straně mobilních operátorů a související infrastruktury. Vývoj přenosové kapacity v ČR v posledních letech ale ukazuje, že stav sítě překážku zřejmě nepředstavuje. Na otázku, proč je využití mobilního internetu v ČR tak malé, by mohla odpovědět komparativní analýza základních parametrů a evoluce trhů s mobilním internetem v evropském prostoru. Nastavení infrastruktury způsobem, který vede k nízké datové spotřebě, představuje výraznou překážku dynamického rozvoje distribuce audiovizuálního obsahu na mobilních zařízeních, jenž je charakteristický pro ekonomicky vyspělé země s rozvinutou infrastrukturou audiovizuální distribuce (viz také c) rovina státu).

124. O rozložení dovedností umožňujících sledování online videa máme jen základní informace, z nichž odvozujeme, že je výrazně nerovnoměrné a odpovídá zjištěním o rozdílech ve využívání rozmanitých online služeb (sledování filmů, telefonování, hraní her, vyhledávání informací, komunikace apod.) napříč různými sociodemografickými skupinami. Největší rozdíly v těchto dovednostech nalezneme mezi věkovými a vzdělanostními skupinami; naopak příjem a gender zde zřejmě nehrají významnější roli. Předpokládáme, že na úrovni technického zvládnutí rozhraní by měl hrát větší roli gender, délka a intenzita užívání internetu.

b) Rovina průmyslu

125. V ČR je k internetu připojeno a využívá jej 100 % podniků z oblasti audiovizuální produkce a distribuce. Tyto podniky využívají optické připojení nebo pronajatý okruh. Ostatní údaje jsou problematicky interpretovatelné, neboť ČSÚ ve statistikách agreguje údaje za podniky vykonávající audiovizuální činnosti s údaji vydavatelství.

126. Z hlediska úrovně připojení ke globálním distribučním sítím je ČR na poměrně dobré úrovni. V Praze se nalézá sedm uzlů sedmi významných sítí pro distribuci obsahu (tzv. *content delivery networks*, CDN). Vědecká analýza role CDN v systému distribuce audiovizuálního obsahu je zatím na začátku.

c) Rovina státu

127. Důležitou součástí materiální infrastruktury distribuce audiovizuálních děl jsou sítě na přenos dat vytvářející podmínky pro určité formy spotřeby audiovizuálního obsahu. Česká páteřní síť zabezpečuje v mezinárodním srovnání vysokou rychlost připojení. ČR se pravidelně umisťuje v druhé desítce zemí s nejrychlejší průměrnou rychlostí připojení. Rozdíl mezi globálním průměrem a průměrnou rychlostí dosahovanou v ČR je více než dvojnásobný (6,3 a 15,9 Mb/s v roce 2016 s cca 10% meziročním nárůstem). Přesto je rozvinutost nejnovějších přístupových technologií a přístup k nim v evropském srovnání na podprůměrné úrovni (podobně hovoří i statistiky zaměřené na počet domácností s přístupem k internetu přesahujícím rychlost 100 Mb/s).

128. Na úrovni krajů navíc v ČR panují poměrně velké rozdíly jak v průměrné, tak v maximálně dosahované rychlosti připojení. Tyto rozdíly jsou na úrovni dvojnásobku. Průměrná spotřeba dat v mobilních sítích se v roce 2016 (tedy po rozšíření LTE sítí) pohybovala okolo 1 GB, což značí, že mobilní sítě nepatří v ČR k významným kanálům distribuce audiovizuálního obsahu. Tyto údaje nicméně neplatí pro mobilní zařízení jako taková, neboť ČR v mezinárodním srovnání vyčnívá rozšířením a užíváním bezdrátového připojení přes Wi-fi sítě (přes Wi-fi se k internetu připojuje polovina uživatelů mobilního telefonu).

129. Do infrastruktury patří i problematika online kanálů neformální distribuce a lokální specifická „ekologie" online distribuce audiovizuálních obsahů. Charakteristice neformální distribuce se věnujeme detailněji v kap. 2.10.

130. Souhrnně lze konstatovat, že infrastruktura v ČR je v mezinárodním srovnání na kvalitativně nadstandardní úrovni. V evropském srovnání patří mezi hlavní infrastrukturní problémy brzdící rozvoj audiovizuálního průmyslu pravděpodobně nízká datová spotřeba v oblasti placeného mobilního internetu.

2.8 Typologie spotřebitelů audiovizuálních obsahů

131. Digitalizace je spojená s technologickou, obsahovou a kulturní konvergencí. Během ní dochází ke sbližování a prolínání mediálních forem, v jejichž důsledku mají spotřebitelé možnost sledovat obsahy nezávisle na časové struktuře lineárního vysílání a prostřednictvím libovolného technologicky způsobilého koncového zařízení. Tato skutečnost komplikuje klasické „demograficky" orientované mapy mediálních publik. V plně digitalizovaném a konvergentním mediálním ekosystému se volby technologických rozhraní a zdrojů obsahů stávají jedněmi z klíčových proměnných, jež spotřebitele audiovizuálních obsahů charakterizují.

132. Tato a následující kapitola staví na zjištěních primárního výzkumu vedeného v letech 2013–2015 na Masarykově univerzitě a na publikacích z něj vycházejících.[95] Tento výzkum poměrně jednoznačně ukazuje, které parametry musí charakterizace a typologizace mediálních publik vedle sociodemografických ukazatelů (věk, gender, indikátory socioekonomického statusu [vzdělání, příjem], rodinný/vztahový status atd.) a intenzity sledování obsahů (silní/slabí konzumenti, disponibilní volný čas) zahrnovat.

133. Jsou jimi: (a) *Míra konvergentnosti spotřeby obsahů*. Typologie musí rozlišovat spotřebitele dle stupně konvergentnosti jejich jednání (tj. od užívání televizoru a televizního vysílání jako jediného zdroje obsahů až po simultánní užívání celé palety technologických objektů a obsahových zdrojů). (b) *Technické preference*, tj. preference konkrétních technologických objektů a rozhraní i preference konkrétních zdrojů obsahů. (c) *Obsahové preference*, tj. preference typů obsahů. (d) *Důležitost připisovaná členy publik spotřebě audiovizuálních obsahů i jednotlivým typům obsahů*.

95 Macek, Jakub, *Média v pohybu: K proměně současných českých publik*, op. cit.; Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic. In: Hick, D. H. – Schmücker, R. (eds.). *The Aesthetics and Ethics of Copying*. London: Bloomsbury, 2016, s. 335–358; Macek, Jakub, Traditional and Convergent Domestic Audiences: Towards a Typology of the Transforming Czech Viewership of Films and TV Series. *Iluminace*. 2017, roč. 29, č. 2, s. 7–24.

Typologie musí zohledňovat, jak silný či slabý vztah respondenti mají k obsahům a jejich žánrovým typům (pravidelní a zaujatí diváci televizních seriálů se ve svých praxích liší od diváků, kteří seriály považují za nedůležité) a jak zásadní či naopak vedlejší či zcela nahodilou roli spotřeba obsahů v jejich každodennosti hraje. (e) *Situační žánry spotřeby praktikované členy mediálních publik*. Typologie musí rozlišovat mezi rutinním příposlechovým či ritualizovaným sledováním obsahů (kulisa či doprovod k jiným činnostem), koncentrovaným sledováním prémiových obsahů, nárazovým sledováním (*binge watching*) atd. (f) *Širší kontext spotřeby ostatních obsahů či jiných forem spotřeby audiovizuálních obsahů*. Zohlednění návštěv kina, poslechu hudby a rozhlasu, četby knih a tisku a recepce zpravodajství dovoluje analyzovat domácí spotřebu audiovizuálních obsahů v širším kontextu spotřeby obsahů jako takové a může současně upozornit na roli pozitivních nebo negativních prediktorů jednotlivých forem praxí.

134. Pro celostní deskripci a analýzu stávající spotřeby audiovizuálních obsahů je nutné jednak využívat komplexních, ambiciózně designovaných zdrojů dat (jakým je například MML panel společnosti Median) a jednak pracovat sofistikovaně s kombinací dotazníkových šetření, postavených na průběžně inovovaných kvantitativních indikátorech mediálních praxí, a kontinuálních kvalitativních sond. Výsledná typologie, která bude vzhledem k proměnlivosti mediálního prostředí nevyhnutelně časovým snímkem, by měla poskytnout mapu ustálených žánrů spotřeby audiovizuálních obsahů (tzn. ustálených kombinací typických situací, v nichž jsou obsahy sledovány, obsahových žánrů a užitých technologií) a tu provázat s demograficky a kulturně charakterizovanými typy respondentů.

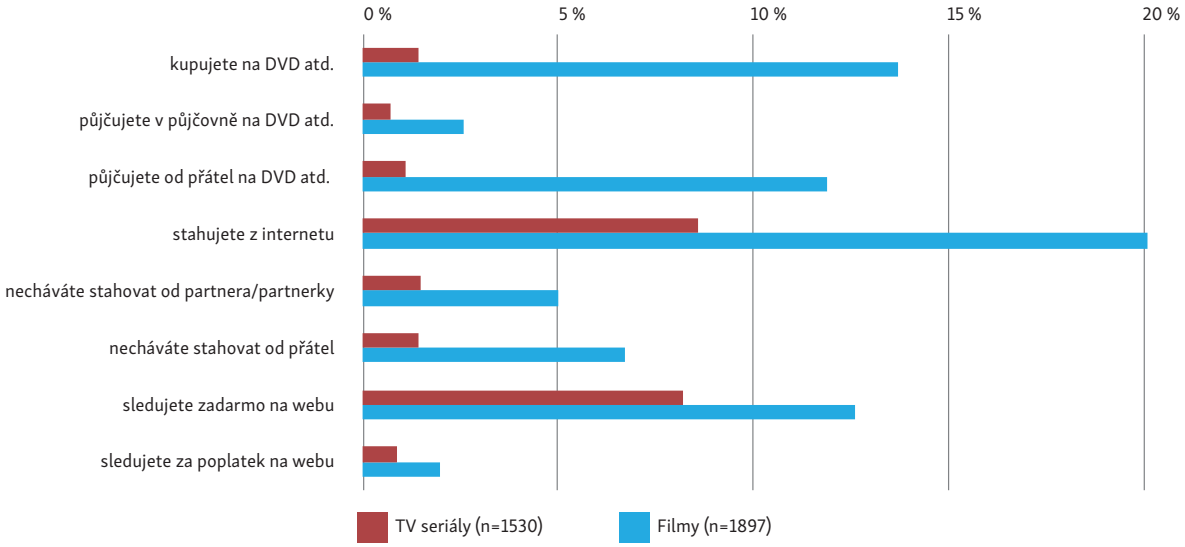
2.9 Změny spotřebitelského chování mediálních publik v České republice

135. Digitalizace obsahů, distribučních cest i koncových recepčních rozhraní, jež se do spotřeby mediálních obsahů začaly promítat postupně již od konce 90. let 20. století, se v poslední dekádě podílejí na ustavení situace, v níž se jednání mediálních publik – označované jako „post-televizní praxe" – poměrně zásadně liší od tradičního modelu navázaného dominantně na lineární televizní vysílání. Výzkum klasických televizních i post-televizních praxí českých spotřebitelů audiovizuálních obsahů, založený na kvalitativních datech z let 2012–2015 a na kvantitativním výběrovém šetření české dospělé populace, identifikoval tyto proměny ve změnách spotřebitelského jednání:

136. (a) U většiny populace zůstávalo televizní vysílání součástí recepčního repertoáru. Současně však bylo doplňováno post-televizními praxemi, přičemž ochota přiklonit se k post-televizním praxím (tzn. ke sledování filmů a seriálů z jiných zdrojů než prostřednictvím televizního vysílání) klesala se zvyšujícím se věkem respondentů.

137. (b) Nové praxe zahrnovaly sledování audiovizuálních obsahů online prostřednictvím prohlížeče (tzv. streamování), stahování legálně i nelegálně šířených obsahů či sledování obsahů stahovaných druhými osobami. V případě filmů byly navíc doprovázeny využíváním optických nosičů (DVD atd.), v omezené míře rovněž půjčovaných v dosud existujících (nicméně ubývajících) videopůjčovnách.

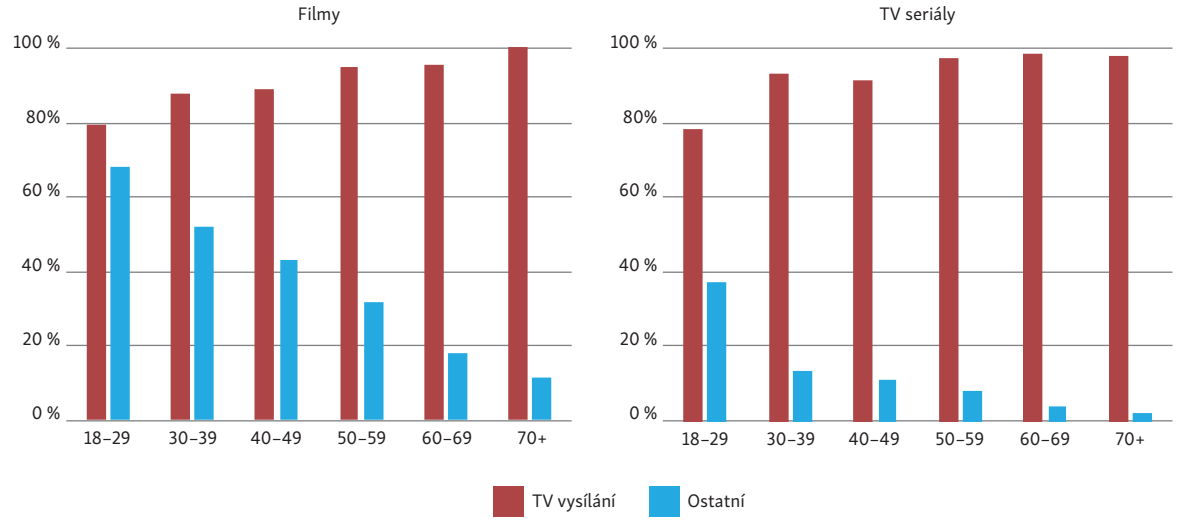
Graf 8: Post-televizní zdroje obsahů (2014)



Zdroj: Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic, op. cit., s. 83.

138. (c) Vedle věku byly klíčovými pozitivními prediktory příklonu k post-televizním praxím vzdělání a zájem o kulturu, což je vzorec typický pro období, v němž dosud probíhá šíření technologické nebo kulturní inovace. Výzkum v roce 2014 tedy poskytl snímek zachycující změny, nikoli konečný stav.

Graf 9: Post-televizní praxe a věk (2014)



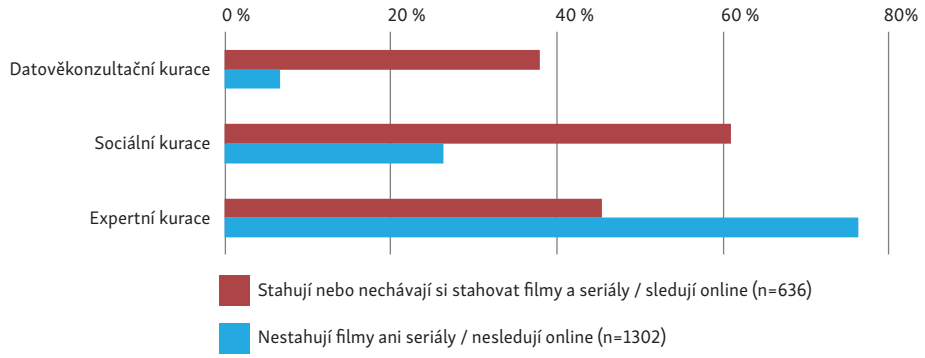
Zdroj: Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic, op. cit.

139. (d) Post-televizní praxe byly v přepočtu na celou populaci rozšířenější ve vztahu k domácímu sledování filmů než ve vztahu ke sledování seriálů. Při přepočtu na aktivní diváky filmů a aktivní

diváky seriálů a při zohlednění pouze online praxí se nicméně podíly post-televizních diváků signifikantně nelišily: „Obsahy stahovalo, nechávalo si stahovat či sledovalo online zadarmo nebo za poplatek 31,8 % diváků filmů a 30,1 % diváků televizních seriálů.“[96]

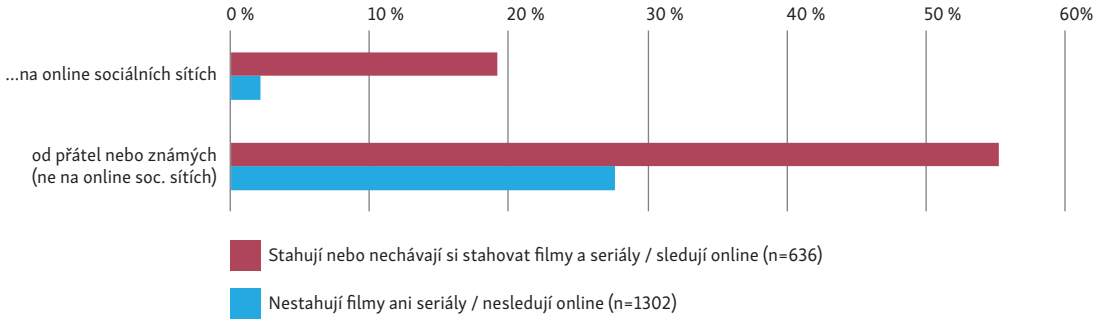
140. (e) Ruku v ruce s proměnou sledování se u post-televizní části diváků měnily vzorce výběru obsahů, tj. kurace obsahů. Zatímco u klasických televizních diváků zásadně převažuje tzv. expertní kurace (založená na využití informací samotných vysílacích médií), u diváků post-televizních převažuje kurace sociální (založená na informacích získaných od jiných diváků), jež je funkčně doplňována kurací datově-konzultační (založenou na využití databázových služeb, jako jsou např. ČSFD nebo IMDb).[97]

Graf 10: Kurace populárních obsahů (2014)



Zdroj: Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic, op. cit.

Graf 11: Zdroje sociální kurace – online sociální sítě a přímé interakce



Zdroj: Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic, op. cit.

141. Oproti situaci v roce 2014 pak lze – s přihlédnutím k předpokládaným trendům a na základě dostupných datových zdrojů (ČSÚ) a změn ve struktuře poskytovaných služeb – v letech 2018/2019 předpokládat tyto posuny: (a) Zvyšování podílu diváků praktikujících post-televizní

96 Macek, Jakub, *Média v pohybu: K proměně současných českých publik*, op. cit.

97 Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic, op. cit.; Macek, Jakub, Traditional and Convergent Domestic Audiences, op. cit.

formy diváctví a s nimi spojené formy kurace, a to v souladu s logikou šíření inovací (tedy i mezi diváky s nižším vzděláním, nižším socioekonomických statusem a v rámci starších věkových skupin). (b) Výraznější využití digitálních televizorů (*smart TV*) a jejich síťových funkcí a současně výraznější využití mobilních zařízení (a to především v mladších segmentech populace). (c) Zásadní nárůst podílu diváků využívajících placených (VOD) služeb (které v roce 2014 nebyly na českém trhu prakticky k dispozici), a to jak na úkor bezplatného sledování a stahování obsahů, tak na úkor sledování lineárního vysílání.[98]

2.10 Neformální distribuce audiovizuálních obsahů a její segmentace

142. Spotřeba audiovizuálních děl v ČR se odehrává nejen v rámci sítě legálních audiovizuálních služeb, jejichž poskytovatelé disponují licenčním oprávněním k užití děl, ale ve významné míře také prostřednictvím neformálních distribučních kanálů bez souhlasu majitelů práv. Důležitou součástí mapy audiovizuálního pole je proto nejen popis legálních obchodních modelů, ale i nelegálních, resp. obecněji neformálních, způsobů šíření audiovizuálních děl v ČR.

143. Systém neformální distribuce audiovizuálních obsahů se rozpadá do několika funkčních dílčích distribučních subsystémů (či podsítí), které se odlišují dominujícím kanálem distribuce ve vztahu k uživateli audiovizuálních obsahů, zdroji finančních prostředků a uspořádáním interakce mezi uživatelem a službou, případně mezi uživateli navzájem.[99] Pro tyto subsystémy (či podsítě) užíváme výraz „segment", abychom zdůraznili, že jde o výsek z celého systému distribuce audiovizuálních obsahů. Cíleně neužíváme pojem „obchodní model", protože systém distribuce v některých segmentech není primárně ekonomické povahy. Zejména u segmentů organizovaných komunitně mohou zdroje financí nabývat formy dobrovolných příspěvků, které jsou vynakládány na provozní náklady. Některé distribuční kanály vznikaly ostatně ještě v době, kdy neexistovala autorizovaná distribuce jimi sdílených děl, a ze zahraničních studií lze dovozovat, že některé neformální distribuční aktivity jsou motivovány nekomerčním záměrem zpřístupnit díla jinak nedostupná.[100] Tyto distribuční kanály vznikaly mnohdy jako odraz starších neformálních vazeb mezi jednotlivci a jejich rozsah přerostl až po určité době fungování úzkou uživatelskou základnu. Dodejme, že u prvního a čtvrtého segmentu (viz níže) v současnosti nepředpokládáme vysokou popularitu ať už v kontextu českém, či mezinárodním.[101] U prvního segmentu je to dáno odklonem publik od lineárního vysílání obsahu (viz kap. 2.9). U segmentu čtvrtého pak konkurencí nových modelů oficiálních distribučních portálů (iTunes, Netflix apod.).[102]

98 Tento předpoklad vychází ze studie online pirátství, která dospívá k závěru, že stahování obsahů z neautorizovaných zdrojů je motivováno především nespokojeností s kvalitou dostupných legálních služeb, srov. Zahrádka, Pavel, Etika kopírování kulturních obsahů: Kvalitativní studie internetového pirátství v České republice. *Iluminace*. 2016, roč. 26, č. 3, s. 5–27; Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic, op. cit.

99 Termínem „neformální" označujeme aktivity a procesy, které se odehrávají mimo rámec oficiální (autorizované) ekonomiky, tj. které se zakládají na porušování autorských práv či smluvních podmínek pro užívání legálních audiovizuálních mediálních služeb. Vzhledem k nejasnému právnímu statusu služeb informační společnosti, které nejsou – v souladu s čl. 14 směrnice o elektronickém obchodu – (za určitých podmínek) právně odpovědné za informace ukládané na žádost příjemců služby, neužíváme pro označení segmentů neoficiální ekonomiky audiovizuálního pole termín „nelegální".

100 Srov. např. Condry, Ian, Cultures of Music Piracy: An Ethnographic Comparison of the US and Japan. *International Journal of Cultural Studies*. 2004, roč. 7, č. 3, s. 343–363; Crisp, Virginia, *Film Distribution in the Digital Age: Pirates and Professionals*. Palgrave Macmillan, 2015.

101 Výjimkou mohou být přenosy exkluzivních sportovních událostí.

102 Při popisu typologie segmentů neformální distribuce vycházíme z modelů, které v roce 2012 vytvořila poradenská firma

144. Prvním segmentem jsou *brány k živému televiznímu vysílání*. Jde o veřejně dostupné webové stránky, které obsahují odkazy, pomocí nichž se lze připojit ke sledování různých (často zpoplatněných) televizních kanálů. Audiovizuální obsah se nenachází na těchto webových stránkách, ale je na něj jejich prostřednictvím odkazováno. Finanční prostředky jsou v tomto segmentu získávány především prostřednictvím reklamy umístěné na webových stránkách. V ČR je tento segment zastoupen například webovými stránkami SledujuTelku.

145. Druhým segmentem jsou tzv. *peer-to-peer komunity*. Tyto komunity se sdružují nejčastěji kolem veřejně dostupných webových stránek, pomocí kterých si jejich členové vzájemně vyměňují a zprostředkovávají audiovizuální obsah ve formě počítačových souborů. Audiovizuální obsah se nenachází na webových stránkách. Stránky pouze umožňují vyhledávání informací, které zprostředkují navázání přenosu dat mezi uživateli (například pomocí torrentových klientů). Finanční prostředky jsou získávány z reklamy umístěné na webových stránkách nebo z dobrovolných příspěvků jednotlivých uživatelů. V ČR je tento segment zastoupen například torrentovou databází CzTorrent.

146. Třetím segmentem jsou *uzavřené komunity*, které pro přístup k obsahu vyžadují vytvoření uživatelského účtu, případně zaplacení poplatku. Oproti předchozím formám se webové stránky v tomto segmentu odlišují tím, že klíčové části jejich obsahu nejsou veřejně dostupné. Finanční zdroje jsou získávány primárně z poplatků. Audiovizuální obsah se v tomto segmentu často šíří pomocí stejných technologií jako v případě peer-to-peer komunit. Na českém internetu je segment zastoupen webovými fóry, jako jsou Warcenter.cz či W.A.R. fórum.

147. Čtvrtý segment tvoří *obchodní webové stránky prodávající audiovizuální obsah*. Obsah se nachází přímo na serverech daných webových stránek. Uživatelé si po provedení platby mohou stáhnout soubory s videem či hudbou do svého počítače.

148. Pátý segment tvoří *úložiště*, která často fungují na principu poskytování základních služeb zdarma. Aktivní uživatelé, kteří na úložiště nahrávají obsah, mohou být finančně odměňováni. Platícím pasivním uživatelům jsou poskytovány kvalitnější služby (vyšší přenosová rychlost apod.).[103] Obsah je nahráván přímo na servery provozovatele. Mezi zdroje finančních příjmů patří mimo uživatelských poplatků také reklama na webových stránkách. Úložiště nabízejí také partnerské programy, jejichž prostřednictvím jsou finančně odměňováni provozovatelé webových stránek, které umožňují vyhledávání obsahu úložišť a návštěvníky na stránky s nelegálně šířeným obsahem směřují. I díky tomu vznikají specializované webové stránky agregující informace o obsahu vícero úložišť a nabízející funkci vyhledávání a přesměrování na nelegálně šířený obsah. Na českém internetu je segment zastoupen úložišti, jako jsou Ulož.to či Hellspy, a agregátory jako Filmer či Rapid Booster.

BAE Systems Detica pro společnost Google a britského kolektivního správce práv k hudebním dílům PRS for Music. K šesti modelům porušujícím autorské právo dospěla tato studie za využití clusterové analýzy vzorku 153 webových stránek ze seznamu významných porušovatelů autorských práv, který výzkumníci sestavili ve spolupráci s majiteli práv. Viz BAE Systems Detica, The Six Business Models for Copyright Infringement. 27. 6. 2012.

103 Rozlišení mezi aktivním a pasivním uživatelem zachycuje rozdíl mezi uživateli služby, kteří neautorizovaný obsah nahrávají, a uživateli, kteří ho stahují a konzumují.

149. Šestý segment reprezentují webové *stránky, které zpřístupňují audiovizuální obsah pomocí odkazů* (tzv. e*mbedded streaming*). Obsah se sice nachází na serverech třetích stran, ale je zpřístupněn takovým způsobem, že ho lze sledovat, aniž by bylo nutné webové stránky opustit. Tyto stránky jsou zpravidla veřejně dostupné. Finanční příjmy jsou zajištěny reklamou na webových stránkách či vloženou přímo do přehrávaného obsahu. Do tohoto segmentu patří rovněž tzv. *IPTV pirátství*, tj. prodej (případně úprava) levných jednočipových počítačů, které mají předinstalované programy umožňující vyhledávat obsah umístěný na serverech třetích stran a přehrávat ho pomocí tzv. streamingu. Protože obsah zprostředkovaný tímto způsobem může nabývat i podoby živého televizního vysílání, je IPTV pirátství relevantní i pro první segment neformální distribuce.[104] V ČR je tento segment zastoupen například službami BeFun.cz či SerialHD.cz, které jsou dostupné ve formě webových stránek i IPTV.

3. PRÁVNÍ REGULACE AUDIOVIZUÁLNÍHO SEKTORU

3.1 Přehled základních právních otázek souvisejících s online distribucí audiovizuálního obsahu

150. Problematika online distribuce audiovizuálního obsahu zahrnuje řadu velice různorodých právních problémů. Vedle obligátní (avšak pragmaticky stále méně důležité) autorskoprávní úpravy je třeba v souvislosti s online distribucí audiovizuálního obsahu řešit obecné otázky působnosti práva na internetu, odpovědnosti poskytovatelů služeb informační společnosti, práva na svobodný přístup k informacím, další užití informací veřejného sektoru aj.

151. V obecné či ústavní rovině jsou právní souvislosti online distribuce audiovizuálního obsahu předmětem proporcionality různých typů distributivních a nedistributivních informačních práv[105] – předně informačního sebeurčení, svobody projevu, práva na práci (jehož komponentou je právo na odměnu za práci a právo na podnikání včetně práva na férové soutěžní prostředí), práva k výsledkům tvůrčí činnosti, práva na přístup ke kulturnímu bohatství, práva na ochranu osobnosti (včetně projevů osobní povahy), autonomie vůle (jehož komponentou je ochrana slabší strany), práva na svobodný přístup k informacím, práva na vzdělání aj. Subsidiárně je konkrétní řešení právně relevantních situací předmětem proporcionality obecnějších právních principů, jako jsou právní jistota, soulad hmotného a procesního práva (zejm. tzv. vymahatelnost nároků), rovnost, zákaz svévole aj.

152. Pro potřeby výzkumu v rámci tohoto projektu řešíme jako stěžejní proporcionalitu práv především ve vztahu k místní působnosti práva, roli poskytovatelů služeb informační společnosti (konkrétně online platforem pro sdílení obsahu) a změnu formy audiovizuálního obsahu (konkrétně

104 Více k tomu viz Lobato, Ramon, Evolving Practices of Informal Distribution in Internet Television. In: Shimpach, S. (ed.). *Routledge Companion to Global Television*. London: Routledge, 2018 [v tisku].

105 Distributivními právy rozumíme práva, jejichž nositeli jsou jednotlivci (tj. lze je distribuovat konkrétním adresátům) – např. svoboda projevu nebo svoboda vlastnictví. Nedistributivní práva jsou naopak taková, jejichž nositelem je stát a nemají konkrétního adresáta – např. práva z ochrany kulturního dědictví nebo národní bezpečnosti. Podrobněji viz Polčák, Radim, *Internet a proměny práva*. Praha: Auditorium, 2012, s. 273nn.

digitalizaci a následnou dostupnost audiovizuálního obsahu prostřednictvím služeb informační společnosti).

3.1.1 Teritorialita

153. Teritorialita práva má přirozenou vazbu k pojmu státní suverenity. Suverenita jakožto základní právní obyčej mezinárodního práva veřejného má teritoriální bázi, tj. každý stát je zásadně suverénním v rámci svých teritoriálních hranic. Suverenita má od pozdního středověku normativní charakter, tj. její rozsah není předmětem faktického testu. Suverénním je tedy stát i tehdy, pokud není zcela schopen dosáhnout efektivní kontroly nad příslušným územím.

154. Tradičně teritoriální charakter suverenity je přirozeně kontradiktorní k povaze informačních sítí, resp. k mechanismu konstrukce a fungování sociálních struktur existujících na internetu. Hranice v informačních sítích, pokud už existují, nemají totiž teritoriální povahu. Dokonce lze konstatovat, že tam, kde se právo snaží důsledně reflektovat svou teritorialitu formou informačních restrikcí a zakládat teritoriální omezení pohybu dat, naráží na přirozený a dlouhodobě nepřekonatelný odpor regulovaného substrátu.[106]

155. První otázka teritoriality práva, která je relevantní pro výzkum v rámci tohoto projektu, se týká místní působnosti práva a bývá označována jako problém internetové jurisdikce. Jedná se o určení rozhodného práva a místní příslušnosti orgánu autoritativní aplikace u informačních transakcí majících mezinárodní prvek (mezinárodní prvek může spočívat v lokalizaci dat, domicilu subjektů, místa registrace dotčených práv apod.). Zvláštní povahu pak mají tzv. mobilní kolize, při nichž dochází k průběžné změně relevantních faktorů majících za následek změnu definice příslušných hraničních určovatelů. V praxi jde např. o problematiku ukládání dat v přeshraničních cloudech, přeshraničního poskytování streamovacích služeb apod.[107]

156. Druhá otázka, jejímuž řešení se budeme věnovat v rámci navazujících výzkumných zpráv, je právní reflexe technických nebo právních překážek volného pohybu dat na jednotném trhu označovaných souhrnně jako geoblokace. V obecné rovině jde předně o paradox vnitřního trhu zavedeného primárním evropským právem pro nejrůznější komodity včetně okurek nebo kamení, ale neexistujícího pro služby poskytující audiovizuální obsah. Paradoxní je dokonce i situace v rámci samotného audiovizuálního průmyslu, kdy je sice zaručen volný pohyb zboží, tj. fyzických nosičů s fixovaným audiovizuálním obsahem (žádný členský stát není oprávněn bránit dovozu nebo vývozu nahraných nosičů z jiného členského státu),[108] avšak obdobný mechanismus není vynucován v oblasti služeb zajišťujících dostupnost audiovizuálního obsahu v reálném čase.

106 Podrobněji k problematice teritoriality v právu informačních a komunikačních technologií viz monografii Polčák, Radim – Svantesson, Dan Jerker B., *Information Sovereignty*. Cheltenham: Edward Elgar, 2017.

107 V českém právu podrobně viz monografii Kyselovská, Tereza, *Vybrané otázky vlivu elektronizace na evropské mezinárodní právo soukromé a procesní (se zaměřením na princip teritoriality a pravidla pro založení mezinárodní příslušnosti soudu ve sporech vyplývajících ze smluvních závazkových vztahů)*. Brno: Masarykova univerzita, 2014.

108 Možnost spotřebitele manipulovat s fyzickým nosičem autorského díla v tomto případě vychází z konceptu vyčerpání práv. K vyčerpání práv přitom dochází prvním prodejem příslušného nosiče v rámci jednotného trhu.

157. Paradox neexistence jednotného vnitřního trhu služeb distribuce audiovizuálního obsahu přitom není jen problémem neexistence jednotného autorskoprávního titulu. Autorské právo totiž sice zakládá možnost teritoriálního omezení šiřitele autorských děl, ale neumožňuje svými instituty založit omezení na straně konzumenta (spotřebitele). Spotřebitel má tedy de iure možnost volby místa, kde bude konzumovat příslušný audiovizuální obsah, resp. kde jej bude soukromě užívat pro vlastní potřebu.[109] Na druhé straně je ekonomické fungování velké části audiovizuálního průmyslu založeno na principu teritoriality, resp. na teritoriální fragmentaci evropského trhu (více k tomu viz podkap. 2.4.3). Tam, kde právo nezahrnuje ochranu teritoriality vzhledem k místu konzumace autorského díla, se tedy distributoři snaží o teritorialitu prostřednictvím nepojmenovaných (innominátních) omezení ve spotřebitelských smlouvách nebo nasazením technických nástrojů omezujících dostupnost obsahu při přístupu z určitého místa.

158. Komplikovaný charakter prakticky používaných geoblokačních nástrojů a relativně složitá struktura ad hoc proporcionality shora zmíněných práv a právem chráněných zájmů vedla k potřebě konkrétní pozitivněprávní regulace, jejímž nástrojem se stalo nařízení o zákazu geoblokace a částečně nařízení o přeshraniční přenositelnosti.[110] Avšak praktická aplikace obou nařízení je od počátku jejich účinnosti zatížena problematickým vymezením jejich věcné působnosti (nařízení totiž nepostihují řadu typů obsahu, které jsou pro spotřebitelskou praxi vysoce relevantní) a nejasností systémových vazeb k dalším relevantním součástem sekundárního evropského práva.[111]

3.1.2 Právní postavení provozovatele online platformy pro sdílení obsahu

159. Tradičním těžištěm právní úpravy online platforem pro sdílení obsahu je řešení otázky jejich odpovědnosti za protiprávní jednání uživatelů. V případech, kdy je prostřednictvím platformy protiprávně užito autorského díla (typicky formou zpřístupnění veřejnosti), vyvstává otázka existence a případně míry (spolu)odpovědnosti provozovatele platformy za způsobené škodní následky.

160. Typické formy odpovědnosti, kterých se oprávněné subjekty v takových případech dovolávají, jsou založeny na objektivním základě, tj. k naplnění jejich skutkových podstat není třeba zavinění na straně povinného (tj. subjektu, který podle práva odpovídá za porušení právní povinnosti). Tento odpovědnostní model je typický pro právo duševního vlastnictví, právo proti nekalé soutěži, ochranu osobnosti nebo nově též ochranu osobních údajů. Přestože se tedy provozovatel platformy nemusí v konkrétních případech nijak podílet na zavinění příslušného protiprávního jednání, může být jeho odpovědnost založena tím, že se provozem své služby podílí na způsobení škodlivého následku.

109 Srov. např. Earle, Sabrina, The Battle against Geo-Blocking: The Consumer Strikes Back. *Richmond Journal of Global Law and Business*. 2016, roč. 15, č. 1, s. 1–20.

110 Viz nařízení (EU) 2018/302 o řešení neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace založených na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníků v rámci vnitřního trhu a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES a nařízení (EU) 2017/1128 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.

111 Podrobně k teleologii evropské úpravy viz Van Cleynenbreugel, Pieter, The European Commission's Geo-Blocking Proposals and the Future of EU E-Commerce Regulation. *Masaryk University Journal of Law and Technology*. 2017, roč. 11, č. 1, s. 39–62.

161. České soukromé právo přitom nerozeznává primární a sekundární odpovědnost.[112] Na rozdíl od práva trestního, které typicky rozlišuje různé druhy účasti na protiprávním jednání (např. návod, pomoc apod.),[113] nemá naše soukromé právo kategorie pro to, co se anglickými termíny označuje jako *secondary*, *contributory* či *vicarious liability*.[114] Český občanský zákoník totiž pracuje pouze s pojmem solidární odpovědnosti, která může být v odůvodněných případech rozdělena mezi povinné subjekty dle míry jejich zavinění.[115]

162. Lze samozřejmě v obecné rovině argumentovat, že není fér, pokud by měl provozovatel platformy žít ve fatální právní nejistotě a být takříkajíc vydán napospas libovůli (resp. vůli respektovat nebo naopak porušovat platné právo) svých zákazníků. Pokud by šlo o jednotlivě poskytovanou službu, dalo by se samozřejmě takové riziko omezit obsahovou kontrolou ze strany poskytovatele. Jakákoli obsahová kontrola je ale až na výjimky (např. Content ID společnosti Google) technicky nereálná v situaci, kdy frekvence užívání tohoto typu služeb je daleko za hranicí dosavadních zkušeností z offline světa, a navíc je u některých typů služeb taková kontrola právem přímo zakázána např. pro rozpor s ochranou soukromí.

163. Na druhou stranu ale nelze nevidět ani hledisko poškozeného. Prostředí informačních sítí je přímo tvořeno službami informační společnosti a každé lidské jednání tyto služby potřebuje k tomu, aby se v tomto prostředí nějak projevilo. Poškozený tedy může docela dobře argumentovat v tom směru, že nebýt příslušných služeb, nedošlo by ke škodlivému následku.

164. Ještě závažnějším argumentem ve prospěch (spolu)odpovědnosti poskytovatelů služeb informační společnosti může být faktická nebo právní anonymita uživatelů. Řada, či dokonce většina informačních transakcí, které mohou vést ke škodlivým následkům, totiž nevyžaduje objektivní ztotožnění osoby. Soukromoprávní postih je přitom možno uplatnit pouze vůči identifikovanému rušiteli a identifikovat konkrétního člověka, který prostřednictvím platformy zpřístupnil veřejnosti autorské dílo, může být extrémně složité, nebo dokonce přímo nemožné.

165. Vedle faktické anonymity je na internetu běžné též to, co lze označit za anonymitu právní. Jedná se o situaci, kdy rušitel sice může být ztotožněn, ale jeho fyzická lokalizace mimo příslušnou jurisdikci činí prakticky nemožným vést proti němu spravedlivý proces. Pokud už by se snad zadařilo dotyčného obeslat a úspěšně dospět až k rozsudku, neexistuje záruka, že tento bude v zahraničí uznán a vykonán.

112 Primární odpovědností je typicky odpovědnost hlavního rušitele, tj. např. uživatele, který prostřednictvím svého profilu na sociální síti publikuje autorské dílo chráněné majetkovými právy autorskými třetích osob. Sekundární odpovědnost pak postihuje za podmínek stanovených směrnicí o elektronickém obchodu subjekty, které takové jednání fakticky umožní, tj. například provozovatele příslušné sociální sítě. Viz Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu (dále jen „směrnice o elektronickém obchodu").

113 Srov. § 24 odst. 1 zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

114 Právnická čeština nemá pro tyto výrazy adekvátní ekvivalent. Termíny lze volně přeložit jako druhotná, účastenská nebo nepřímá odpovědnost.

115 Viz § 2915 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník"). Český občanský zákoník v souvislosti se škodou na rozdíl od zahraničních právních úprav dokonce nehovoří ani o odpovědnosti, ale používá termínu „povinnost nahradit škodu" – z hlediska obecné teorie i úpravy právního postavení poskytovatelů služeb informační společnosti se však jedná o odpovědnost za škodu.

166. Za právě popsané situace je tedy poskytovatel služby často jediným subjektem, proti kterému lze skutečně (tj. efektivně) uplatnit právní postih. Dokonce lze říci, že poskytovatel služby může být často jediným pro právo dosažitelným subjektem, který je schopen udělat něco se škodlivým následkem.

Rámeček 6: Příklady právní argumentace ekonomicky relevantního užití technologie

Ilustrativní příklady problému odpovědnosti poskytovatelů služeb informační společnosti: Jedním z prvních případů odpovědnosti poskytovatele komplexní technologie za její zneužití k rušení práv nebo oprávněných zájmů byl spor o technologii Betamax. Jednalo se o první spotřebitelsky dostupné řešení záznamu obrazu a zvuku pořízeného z televizního vysílání, s nímž původně přišla firma Sony a které bylo proprietálním předchůdcem později masově rozšířeného standardu VHS. Vzhledem k tomu, že tato technologie umožňovala záznam televizního vysílání a kopírování videoprogramů, snažila se jejímu uvedení na trh zabránit televizní studia v čele s Walt Disney a Universal Studios. Jejich argumentace se opírala o podíl technologie Betamax na porušování majetkových práv autorských diváky, kteří si nahrávají televizní vysílání nebo si mezi sebou kopírují dříve nahrané pořady, což při neexistenci zákonné výjimky pro soukromé rozmnožování mohlo znamenat porušování autorského práva diváky.

Prvostupňový soud v Kalifornii tehdy žalobu zamítl, ale odvolací soud, jímž byl Ninth Circuit, původní žalobě přisvědčil, konstatoval spoluodpovědnost Sony za porušování majetkových práv autorských a přiznal prakticky všechny požadované nároky z titulu porušování autorských práv. Nejvyšší soud se naopak rozhodnutím označovaným jako *Sony Corp. of America v. Universal City Studios, Inc.*, 464 U.S. 417 (1984) vyslovil těsnou většinou ve prospěch Sony. Soud si v tomto případě všímal především způsobu, kterým může být technologie Betamax z pohledu spotřebitele užívána, a konstatoval, že tato technologie je způsobilá „obchodně významného užití nezasahujícího do práv" (pořizování vlastních snímků nebo jiné užití spadající do rámce zákonných výjimek, resp. výjimky *fair use*). Na tomto základě soud uzavřel, že technologii nelze označit za protiprávní (a za spolurušitele práv jejího dodavatele) jen proto, že část jejích uživatelů jí zneužívá k porušování práv – to za předpokladu, že taková technologie je způsobilá komerčně relevantní existence pouze na základě legálního použití.

Vedle odůvodnění je zajímavý též názor, který se objevil v disentu soudce Harryho Blackmuna – ten se totiž vyjádřil v tom směru, že *en bloc* popření spoluodpovědnosti Sony v tomto případě vyvolává otázku, k čemu má být vlastně americkému právu duševního vlastnictví koncepce sekundární odpovědnosti (ta například v českém právu doposud chybí – viz výše), když prakticky každý výrobce jakékoli technologie bude vždycky schopen ukázat, že lze tuto technologii použít právně konformním způsobem. Současně vyslovil názor, že důsledkem adekvátní aplikace sekundární odpovědnosti by měl být závazek výrobce problematické technologie pokusit se využít různých technických fines k tomu, aby bylo předpokládané porušování práv jinak neutrální technologií maximálně omezeno. Soudce Blackmun zde dokonce vizionářsky předpověděl technologie typu DRM, které se v dnešní době používají například k ochraně streamovaných programů před jejich záznamem.

Argumenty z případu Sony byly použity i v jiném mediálně známém případu autorskoprávního postihu, a to proti službě Napster.[116] Na přelomu tisíciletí byla tato služba nejpopulárnějším světovým kanálem pro sdílení hudby. Fungovala prakticky jako mapa toho, co mají její uživatelé na svých pevných discích, a umožňovala mezi svými uživateli sdílení souborů. Napster tedy sám o sobě žádný obsah neposkytoval, ale pouze naváděl zájemce na místa, odkud jej mohli stáhnout (následně si Napster nová umístění příslušných souborů zaznamenal a nabízel je ostatním uživatelům). Nejoblíbenějším typem sdílených souborů byla samozřejmě komprimovaná hudební díla a Napster se záhy stal jedním z hlavních důvodů masivního rozvoje technologie komprimace známé jako MP3.

Extrémní popularita služby Napster generovala jejímu provozovateli nejen příjmy z reklamy, ale též nemalé výnosy z datových rešerší. Přestože se nahrávací společnosti oficiálně stavěly do role nepřátel této služby, řada z nich s ní ve skutečnosti spolupracovala. Napster měl totiž prakticky v reálném čase dokonalý přehled o vývoji vkusu a preferencí ohromné cílové skupiny konzumentů hudebních děl. Data o popularitě jednotlivých interpretů a jejich skladeb generovaná touto službou tak byla pro marketingové rozhodování velkých nahrávacích společností často důležitější než oficiální hitparády.

Ani bezprecedentní datové bohatství však neuchránilo Napster před žalobou skupiny osmnácti nahrávacích společností podanou z titulu sekundární odpovědnosti této služby za porušování jejich autorských práv. Ninth Circuit se sice tentokrát řídil argumentací Nejvyššího soudu v případu Sony, ale konstatoval oproti precedentu několik podstatných rozdílů.[117] Napster předně nebyl schopen doložit takovou dostupnost a popularitu obsahu neporušujícího autorská práva, která by službě zaručovala ekonomickou existenci. Soud tedy konstatoval, že Napster ve svém obchodním modelu musel přímo počítat s tím, že jeho služba bude používána k porušování autorských práv. Nadto soud zdůraznil též skutečnost obecně vytknutou shora zmíněným disentem soudce Blackmuna, že totiž měl Napster řadu možností, jak porušování autorských práv svým uživatelům znemožnit či znesnadnit – namísto toho, aby těchto technických možností využil, přidával naopak Napster postupně další funkcionality, které komunikaci uživatelům protiprávně zveřejňujícím jeho prostřednictvím hudební díla usnadňovaly.

3.1.3 Česká úprava odpovědnosti hostingových poskytovatelů služeb informační společnosti

167. Do českého práva se specifická úprava odpovědnosti poskytovatelů služeb informační společnosti dostala až v roce 2004 harmonizací směrnice o elektronickém obchodu zákonem č. 480/2004 Sb, o některých službách informační společnosti (dále jen „zákon o některých službách IS“). Na rozdíl od jiných členských států však nebyl dosavadní život české zákonné úpravy nikterak bohatý. O zákoně, který jako *lex specialis* poměrně unikátním způsobem vyňal specifický typ subjektů (tj. poskytovatele služeb informační společnosti) z části věcné působnosti českých předpisů civilního, správního i trestního práva, jako by se donedávna vůbec nevědělo. Důvodem relativní neznámosti této úpravy u nás byla i těžko pochopitelná neochota žalobců rozšiřovat okruh

116 Podrobnou analýzu viz např. v článku Honigsberg, Peter Jan, The Evolution and Revolution of Napster. *University of San Francisco Law Review*. 2002, roč. 36, č. 2, s. 473–508.

117 Viz rozhodnutí *Ninth Circuit A&M Records, Inc. v. Napster, Inc.*, 239 F.3d 1004 (2001).

žalovaných mimo přímé rušitele práv. Pokud už tedy docházelo ke sporům z protiprávního jednání majícího původ ve službách informační společnosti, nebývalo obvyklé (snad až na případy sporů o doménová jména)[118] žalovat vedle samotných rušitelů též příslušné poskytovatele služeb informační společnosti.

168. Relativně malá frekvence užití zákona o některých službách IS byla u nás dána též skutečností, že jen velmi málo relevantních poskytovatelů služeb informační společnosti typu hosting mělo nebo má v ČR obecný soud (tj. soud, v jehož obvodu má poskytovatel služby své místo podnikání). Pokud už u nás takoví poskytovatelé služeb jsou, obvykle mají implementovány takové formální *compliance* procedury (tj. preventivní procedury zajišťující soulad se zákonnými požadavky), které je při využití omezujících ustanovení zákona o některých službách IS efektivně brání před postihem. Na rozdíl například od Německa nebo Estonska se v naší právní praxi zatím ani nevyskytly dostatečně kreativní přístupy, které by zákonné omezení odpovědnosti dokázaly relativizovat nebo zmírnit.

169. Zákon o některých službách IS ve shodě se směrnicí o elektronickém obchodu rozděluje poskytovatele služeb informační společnosti na tři základní skupiny, a to: (1) Prostý přenos (*mere conduit*), tj. ve smyslu zákona služba spočívající v „přenosu informací poskytnutých uživatelem prostřednictvím sítí elektronických komunikací nebo ve zprostředkování přístupu k sítím elektronických komunikací za účelem přenosu informací". (2) Ukládání do vyrovnávací paměti (*caching*), tj. ve smyslu zákona služba spočívající v přenosu „automaticky dočasně meziukládaných informací". (3) Shromažďování informací (*hosting*), tj. ve smyslu zákona služba spočívající v „ukládání obsahu informací poskytovaných uživatelem".

170. Online platformy pro sdílení obsahu jednoznačně spadají podle výše uvedené typologie do třetí kategorie (hosting), neboť jejich činnost v zásadě spočívá v poskytování prostoru pro uživatelská data. Omezení odpovědnosti poskytovatelů informační společnosti typu hosting je provedeno poněkud jinak než v případě poskytovatelů služeb informační společnosti prvního a druhého typu. Omezena je totiž pouze objektivní (resp. absolutní) rovina jejich odpovědnosti,[119] což znamená, že zákonné omezení odpovědnosti odpadá, podaří-li se na straně poskytovatelů služeb informační společnosti typu *hosting* prokázat minimálně nevědomá nedbalost. Harmonizační § 5 odst. 1 zákona o některých službách IS zní následovně:

171. „Poskytovatel služby, jež spočívá v ukládání informací poskytnutých uživatelem, odpovídá za obsah informací uložených na žádost uživatele, jen (a) mohl-li vzhledem k předmětu své činnosti a okolnostem a povaze případu vědět, že obsah ukládaných informací nebo jednání uživatele jsou protiprávní, nebo (b) dozvěděl-li se prokazatelně o protiprávní povaze obsahu ukládaných informací nebo o protiprávním jednání uživatele a neprodleně neučinil veškeré kroky, které lze po něm požadovat, k odstranění nebo znepřístupnění takovýchto informací."

118 Srov. např. Polčák, Radim, *Právo a evropská informační společnost*. Brno: Masarykova univerzita, 2009, s. 177.

119 Objektivní odpovědnost je typem právní odpovědnosti, pro jejíž založení není třeba prokazovat zavinění ve formě úmyslu nebo nedbalosti. Zbavení se objektivní odpovědnosti označujeme v takovém případě jako liberaci, přičemž liberačním důvodem může být typicky vyšší moc. Tam, kde není možná liberace, hovoříme o odpovědnosti absolutní.

172. Jádrem § 5 je minimální kritérium nevědomé nedbalosti, kterou je nutno prokázat k tomu, aby příslušný poskytovatel služby informační společnosti mohl spoluodpovídat za protiprávnost uživatelských dat. I tam, kde má odpovědnost objektivní charakter, tj. např. v oblasti práva duševního vlastnictví, ochrany soukromí či osobních údajů, práva proti nekalé soutěži aj., tedy může příslušný poskytovatel služby informační společnosti spoluodpovídat jen tehdy, má-li nebo měl-li mít vědomost o protiprávním jednání svých uživatelů.[120]

173. Z právě uvedeného je třeba předně zdůraznit otázku vědomosti o protiprávnosti jednání uživatelů. K odpadnutí omezení odpovědnosti poskytovatelů služeb informační společnosti totiž nepostačí vědomost o kvalitě příslušných dat, ale je třeba prokázat, že poskytovatel služby měl či měl mít vědomost o tom, že data jsou protiprávní. Obě kategorie se samozřejmě mohou spojit v případech, kdy data mají frapantně protiprávní charakter, tj. např. u shora zmíněné dětské pornografie nebo nenávistné propagandy – tam vědomost ohledně obsahu automaticky indukuje vědomost ohledně protiprávnosti. Naopak ale v případech tvrzeného zásahu do práv duševního vlastnictví, ochrany osobnosti nebo u nekalé soutěže je třeba, aby měl poskytovatel služby informační společnosti prokazatelně vědomí (nebo měl mít vědomí) nejen ohledně kvality předmětných dat, ale také o důvodu, proč je jejich uložení na příslušné službě protiprávní.

174. V praxi se obvykle vědomost poskytovatele služby informační společnosti o protiprávnosti řeší formou oznámení o protiprávnosti (*notice*), která pak má být na základě posouzení protiprávnosti následována odstraněním protiprávních dat z příslušné služby (*takedown*). Směrnice ani zákon nejsou nijak konkrétní v otázce, jak má takové oznámení vypadat.[121] Důvodem je skutečnost, že v době přijetí směrnice nebylo zcela jasno ohledně toho, jak mohou různé služby typu *hosting* vypadat a jaký bude obvyklý obrázek protiprávního jednání uživatelů. Obecně tedy platí, že za oznámení ve smyslu § 5 odst. 1 písm. b) zákona o některých službách IS se považuje jakákoli forma komunikace obsahující dostatečně konkrétní upozornění na protiprávnost.

3.1.4 Žaloby proti úložištím: soudní řízení zahájená nositeli práv v České republice

175. Spory mezi nositeli práv a poskytovateli služeb informační společnosti, zejména provozovateli různých online platforem (založených převážně na modelu sdílení dat), byly v ČR zahajovány ve srovnání se západní Evropou se značným zpožděním. Například nejznámější český server pro sdílení souborů Ulož.to zahájil provoz v roce 2007, ale mnoho let nemusel jeho provozovatel čelit žádné žalobě ze strany nositelů práv. Významným důvodem může být nejistota ohledně výkladu zákona o některých službách informační společnosti (ustanovení upravující odpovědnost poskytovatelů služeb informační společnosti)[122] v návaznosti na autorský zákon (právo autora nebo nositele práv domáhat se zákazu služby, kterou třetí osoby využívají k porušování autorského

120 Tento požadavek prakticky vylučuje spoluodpovědnost poskytovatelů služeb informační společnosti za trestné činy páchané prostřednictvím služeb informační společnosti – u těch je totiž až na výjimky třeba úmyslu. Srov. Nulíček, Michal, Nová evropská legislativa a její dopady na práva a povinnosti ISP. *Právní rozhledy*. 2017, roč. 25, č. 9, s. 317–321.

121 Problematika formy, frekvence nebo důvěryhodnosti oznámení je aktuálně řešena řadou pozičních dokumentů. Lze tedy v tomto směru očekávat, že budoucí právní úprava, pokud se bude týkat též poskytovatelů služeb informační společnosti, bude zahrnovat konkrétnější parametry pro oznámení, identifikaci subjektů se zvláštním postavením (důvěryhodní oznamovatelé) nebo nástroje zabraňující zneužívajícímu nebo šikanóznímu oznamování.

122 Viz § 3 až 5 zákona o některých službách IS.

práva)[123] a s tím spojené očekávání vysokých nákladů na vedení sporu. Po mnoho let se nositelé práv omezovali na trestní, případně civilní stíhání osob, které autorská díla na platformy nahrávaly. Civilní žaloby byly nicméně méně časté, a pokud k nim docházelo, pak v návaznosti na trestní řízení, v němž byl již žalovaný uznán vinným. Preference trestního řízení byla ovlivněna důkazní nouzí nositele práv. Provozovatelé platforem nejsou ochotni sdělovat osobní údaje svých zákazníků (IP adresa, nahraný obsah, bankovní účet atd.), podle kterých by bylo možné podat civilní žalobu.[124]

176. Před rokem 2012 evidujeme pouze žalobu *Biograf Jan Svěrák proti ShareRapid*, která však byla v roce 2011 rozhodnuta Městským soudem v Praze rozsudkem pro zmeškání.[125] Významným podnětem pro větší aktivizaci českých nositelů práv byl pozitivní judikatorní vývoj v západní Evropě. V zásadním rozsudku německého soudního dvora (BGH č. j. I ZR 18/11 *Alone in the Dark*) uložil soud službě Rapid Share, aby zajistila, že protiprávní obsah nebude opět nahrán s tím, že postačí notifikace konkrétního díla (nikoli URL adresy). To vedlo nakonec k zániku celé služby. Principy rozsudku byly potvrzeny i později (BGH č. j. I ZR 80/12 *File-Hosting-Dienst*).

V roce 2013 došlo k podání nejméně těchto žalob:

177. *ČPU proti Ulož.to*.[126] ČPU se u Nejvyššího soudu domáhá za ochuzené nositele práv vydání bezdůvodného obohacení spočívajícího v zisku z prodeje souborů s autorskými díly, u nichž byl uploader shledán vinným trestným činem porušení autorského práva.[127] Rozhodnutí lze očekávat do konce roku 2018.

178. *OSA proti Hellshare a Hellspy* (tj. I&Q Group a Hellspy SE). V tomto sporu se žalující strana domáhá z titulu autorského práva zákazu služby jako takové. Přestože žaloba byla podána v roce 2013, stále je projednávána u soudu prvního stupně.[128]

179. *DILIA proti Ulož.to*. První spor[129] z roku 2013 skončil po roce, protože společnost STAFOR INTERNET PROJECTS s.r.o. (dříve Nodus Technologies spol. s r.o.) přestala provozovat platformu pro sdílení souborů a začala ji provozovat jiná osoba (Uloz.to cloud a.s.).[130] Následně byl spor znovu zahájen. V tomto sporu se DILIA domáhá neomezeného přístupu na server provozovatele úložiště (aby jí bylo umožněno vykonávat prohledávání serveru/nabídky služby) a dále se domáhá, aby žalovaný zajistil filtraci některých filmových snímků a zabránil tím opětovnému nahrání

123 Viz § 40 odst. 1 písm. f) autorského zákona.

124 Judikatura Soudního dvora EU se zabývá IP adresami jednotlivých uživatelů a jejich poskytnutím ze strany třetích subjektů. Závěry Soudního dvora EU v případech C-70/10 *Scarlet Extended SA v. SABAM* a C-582/14 *Patrick Breyer v. Bundesrepublik Deutschland* uvádějí, že IP adresa jednotlivých uživatelů může být osobním údajem a podléhá proto obecnému režimu ochrany osobních údajů. Zároveň Soudní dvůr EU ve věci C-275/06 *Promusicae v. Telefónica de España SAU* stanovil, že evropské právo nezakazuje členským státům, aby stanovily povinnost sdělit osobní údaje za účelem zajištění účinné ochrany autorského práva.

125 Žaloba a její průběh jsou popsány např. v Husovec, Martin, Zodpovednosť file-sharingovej stránky. *Revue pro právo a technologie*. 2013, roč. 4, č. 8, s. 55–59.

126 Nejvyšší soud projednává dovolání pod sp. zn. 30 Cdo 1280/2018.

127 Viz rozsudek Městského soudu v Praze (66 C 9/2015) i Vrchního soudu (5 Co 103/2016).

128 Řízení je vedeno u Městského soudu v Praze pod sp. zn. 32 C 41/2014.

129 Řízení bylo vedeno u Městského soudu v Praze pod sp. zn. 32 C 105/2014.

130 Zatímco název „Ulož.to“ označuje službu, název „Uloz.to cloud a.s.“ označuje právní subjekt, tj. poskytovatele služby.

notifikovaných děl. Žaloba byla podána v únoru 2017 a je dosud projednávána soudem prvního stupně (Městský soud v Praze).

180. *IFPI proti Sdílej.cz* (tj. Enix Technologies s.r.o.).[131] V tomto sporu se IFPI domáhala proti žalovanému provozovateli platformy ochrany před nekalou soutěží, avšak soudní spor doposud nebyl rozhodnut ani prvoinstančním soudem.

181. *IFPI proti Hellshare a Hellspy*. IFPI dále pokračovala v soudních řízeních proti provozovatelům platforem, a to v roce 2014 žalobou proti Hellshare/Hellspy (tj. I&Q Group a Hellspy SE). Právním základem této žaloby je opětovně právo proti nekalé soutěži a tvrzení žalobce, že žalovaní se dopouštějí nekalého soutěžního jednání, tj. jednají v rozporu s dobrými mravy soutěže a způsobují tím ostatním soutěžitelům újmu.[132] Obě platformy poskytují svým zákazníkům prostor pro bezplatné nahrávání a stahování souborů. Ti si mohli nakoupit kredity, za které si mohli stahovat obsah uložený ve službě. Za každé stažení souboru získal uživatel, který ho na platformy nahrál, další kredity. Tyto kredity uživatelům následně provozovatelé vyměnili za peníze. Městský soud v Praze v nepravomocném rozsudku rozhodl, že servery Hellshare a Hellspy musí přestat vyplácet odměny svým uživatelům. Nahrávání a vyhledávání obsahu na těchto serverech je nicméně nadále možné.

182. *IFPI proti Ulož.to*. Téhož roku zahájila IFPI také soudní řízení proti provozovatelům platformy Ulož.to (Uloz.to cloud a.s.),[133] které je nadále projednáváno před soudem prvního stupně. Průtahy v soudním řízení jsou způsobeny i faktem, že v jeho průběhu došlo na straně žalované ke změně účastníka, přičemž původně byla jako provozovatel žalovaná společnost Nodus Technologies s.r.o. (později STAFOR INTERNET PROJECTS s.r.o.) a mezi stranami panoval spor ohledně nástupnictví společnosti Uloz.to cloud a.s.

3.1.5 Filtrování

183. U některých služeb informační společnosti je praktická aplikace mechanismu *notice-takedown* jen málo efektivní. I přes rychlou reakci příslušného poskytovatele služby informační společnosti totiž může docházet ke škodním následkům a protiprávní jednání (často anonymních) uživatelů se může ve vysokých frekvencích nekonečně opakovat. Z tohoto důvodu je po více než deset let součástí právního diskursu ohledně postavení poskytovatelů služeb informační společnosti též téma vhodnosti a potřebnosti preventivních opatření, typicky filtrů.

184. V obecné rovině brání aplikaci filtrů čl. 15 směrnice o elektronickém obchodu,[134] který byl do našeho právního řádu harmonizován § 6 zákona o některých službách IS následujícího znění: „Poskytovatelé služeb uvedení v § 3 až 5 nejsou povinni (a) dohlížet na obsah jimi přenášených

131 Řízení je vedeno u Městského soudu v Praze pod sp. zn. 15 Cm 2/2013.

132 Zpráva o probíhajícím řízení viz Nyč, Tomáš, Servery Hellspy a Hellshare nesmí vyplácet odměny za nahrávání souborů, rozhodl soud v Praze. *Právní rádce*. 26. 7. 2018.

133 Řízení je vedeno u Městského soudu v Praze pod sp. zn. 15 Cm 5/2014.

134 Srov. diskusi aktivních povinností poskytovatelů služeb informační společnosti v článku Frosio, Giancarlo, From Horizontal to Vertical: An Intermediary Liability Earthquake in Europe. *Oxford Journal of Intellectual Property Law and Practice*. 2017, roč. 12, č. 7, s. 565–575.

nebo ukládaných informací, (b) aktivně vyhledávat skutečnosti a okolnosti poukazující na protiprávní obsah informace."

185. Jednou z možností, jak obejít limit čl. 15 směrnice o elektronickém obchodu, může být doktrína soukromoprávní prevenční povinnosti. Ta byla jako podklad pro založení abstraktní povinnosti filtrovat u poskytovatele služby informační společnosti typu *hosting* poprvé užita v Německu. Tamější soudy, aniž by považovaly za nutné pokládat předběžnou otázku Soudnímu dvoru, vycházely z předpokladu, že prevenční povinnost nespadá do rozsahu čl. 15 a lze ji konstatovat na základě premisy protiprávnosti. Znamená to, že pokud má příslušný poskytovatel služby informační společnosti povědomí o tom, že nějaké typické jednání uživatele má protiprávní charakter, a nečiní-li mu to přílišné technické problémy, má povinnost takové jednání blokovat (filtrovat). Absence konfliktu s čl. 15 směrnice o elektronickém obchodu je v tomto případě argumentována konkrétností filtrační povinnosti, tj. skutečností, že filtr nemá charakter obecného opatření nad všemi daty v rámci příslušné služby.

186. V našem právním řádu lze tento typ argumentace, vyjma obligátních § 2900 a § 2901 občanského zákoníku, vztáhnout především k § 7 občanského zákoníku zakládajícímu premisu poctivosti lidského jednání. Tuto premisu lze vyvrátit buď konkrétně, tj. prokázanou nepoctivostí či protiprávností, nebo pragmatickou statistikou, tj. prokázáním toho, že má-li určité jednání nějaké formální vnější jevové znaky, je na základě dosavadních zkušeností prakticky jisté, že je takové jednání protiprávní.[135]

187. Německá judikatura byla na evropské úrovni podrobena kritice především pro poněkud formalistické vyrovnání se s limitem čl. 15 směrnice o elektronickém obchodu.[136] Německé soudy totiž, stručně řečeno, nepovažují prevenční povinnosti za monitorování ve smyslu čl. 15 a stejným způsobem z formálního hlediska zdůvodňují i nepotřebu pokládat předběžnou otázku Soudnímu dvoru. Doposud se však každopádně nevyskytl případ, který by dal Soudnímu dvoru důvod se k této otázce autoritativně vyjádřit.

188. Druhou doktrínou, která může posloužit jako základ pro založení povinnosti poskytovatelů služeb informační společnosti typu *hosting* filtrovat uživatelská data, je koncepce zjevné protiprávnosti. V českém právu je vyjádřena shora cit. § 5 odst. 1 písm. a) zákona o některých službách IS postaveným na minimálním požadavku nevědomé nedbalosti. Ve vztahu k filtrování tedy nejde primárně o povinnost poskytovatele služby informační společnosti zakročit proti uživatelskému obsahu porušujícímu právo, ale o to, za jakých okolností má příslušný poskytovatel služby povinnost takové protiprávní jednání uživatele zjistit.[137]

135 Pojem praktické jistoty, označující jistotu soudce ohledně skutkového stavu, se poprvé objevil v textu Weinberger, Ota, Logické a metodologické základy důkazu v oboru práva. *Stát a právo*. 1967, roč. 13, s. 189–226. Pojem pak převzal a jeho důležitost pro českou polistopadovou trestněprávní praxi zdůraznil Pavel Šámal v práci Šámal, Pavel, *Základní zásady trestního řízení v demokratickém systému*. Praha: SEVT, 1992, s. 185nn. Užití tohoto pojmu v ústavní praxi rozebírá Pavel Holländer, viz Holländer, Pavel, *Filosofie práva*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2006, s. 200. Pojem praktické jistoty se objevuje i v rozhodovací praxi našich vrcholných instancí. Srov. např. nález sp. zn. I. ÚS 733/01, N 26/32 SbNU 239, nález sp. zn. I. ÚS 2726/14, usnesení Nejvyššího soudu sp. zn. 8 Tdo 1189/2014 nebo sp. zn. 3 Tdo 567/2013.

136 Srov. např. Frosio, Giancarlo, The Death of 'No Monitoring Obligations': A Story of Untameable Monsters. *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law*. 2017, roč. 8, č. 3, s. 199–215.

137 Viz Griffith, Megan E., Downgraded to Netflix and Chill: Freedom of Expression and the Chilling Effect on User-Generated

189. Podobně jako v případě doktríny prevenční povinnosti je i doktrína zjevné protiprávnosti na hraně podmínek čl. 15. Interpretačně obtížnou se totiž jeví být otázka, do jaké míry má mít *hostingový* poskytovatel služby informační společnosti, obrazně řečeno, otevřené oči ohledně toho, co a jak prostřednictvím jeho služby provádějí jeho uživatelé, resp. zda je možno postihovat takového poskytovatele služby informační společnosti v případě, kdy v důsledku neochoty vlastní službu hlídat nedokáže protiprávní jednání svých uživatelů dostatečně zaznamenat.[138]

190. Na jedné straně lze i v tomto případě stavět požadavek čl. 15 směrnice o elektronickém obchodu nezakládat povinnost kontroly vlastních uživatelů a na straně druhé pragmatický argument absurdnosti tvrzení o neobeznámenosti poskytovatele služby informační společnosti s protiprávním jednáním jeho uživatelů za situace, kdy je tento poskytovatel jen lenivý otevřít oči nebo otočit hlavu směrem, kde se evidentně něco děje. Základem k argumentaci existence nebo naopak absence povinnosti *hostingového* poskytovatele služby informační společnosti filtrovat uživatelská data tedy bude předně povaha příslušné služby a dále pak způsob, jakým se v jejím rámci projevuje předmětné protiprávní jednání.

Rámeček 7: Prevenční doktrína odpovědnosti poskytovatele služby informační společnosti

Ilustrativní ukázka prevenční doktríny: Příkladem právě uvedeného postupu byl první zdokumentovaný případ soudního potvrzení prevenční povinnosti proti poskytovateli služby informační společnosti typu *hosting* označovaný jako *Rolex proti Ricardo*.[139] Ricardo.de bylo německé online tržiště, obdoba eBay nebo našeho aukro.cz. Výrobce luxusních hodinek Rolex postupně dokumentoval zásahy do svých práv duševního vlastnictví, k nimž docházelo prostřednictvím nabídky falešných hodinek této značky jednotlivými uživateli. Řešení formou oznámení o protiprávnosti a následného stažení inzerátů ze strany platformy (*notice-takedown*) nebyla příliš účinná, neboť i při bezodkladném řešení ze strany platformy mohlo v mezičase (tj. v řádu dnů) dojít k prodeji. Navíc se běžně stávalo, že okamžitě po odstranění inzerátu se objevily inzeráty nové a vykonavatel práv tak musel celou proceduru *notice-takedown* absolvovat znovu. Ve výsledku tedy oznámení o protiprávnosti nepřinášelo kýžený efekt, protože efektivně nebránilo prodeji falešných hodinek.

Rolex, dle jehož dokumentace bylo falešných více než 90 % hodinek prodávaných pod touto značkou prostřednictvím online tržišť, se tedy obrátil na Ricardo s žádostí o preventivní zákrok formou filtrování inzerátů nesoucích typické znaky protiprávní nabídky falešných hodinek. Ricardo filtrovat odmítlo právě s poukazem na neexistenci povinnosti dohledu nad uživateli ve smyslu čl. 15. Nejvyšší soud však dal později za pravdu Rolexu a tatáž základní interpretace byla od té doby použita v řadě dalších obdobných případů,[140] nejčastěji se týkajících porušování práv duševního vlastnictví (nejčastěji citovaným byl případ *Rolex proti eBay*).[141]

Content in Europe. *The Columbia Journal of European Law*. 2016, roč. 22, č. 2, s. 355–380.

138 Srov. např. Hall, Jodi, User-Generated Content on the Internet, and Intermediary Liability for the Dissemination of Unlawful Comments in the European Court of Human Rights. *Nottingham Law Journal*. 2017, roč. 26, s. 103–109.

139 Viz Rozhodnutí BGH č. j. Az I ZR 304/01 *Rolex v. Ricardo.de*.

140 Viz např. rozhodnutí BGH č. j. I ZR 80/12 *File-Hosting-Dienst* (též *Rapidshare*). Podrobněji viz Nordemann, Jan Bernd, Liability for Copyright Infringements on the Internet: Host Providers (Content Providers) – The German Approach. *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law*. 2011, roč. 2, č. 1, s. 37–50.

141 Viz rozhodnutí BGH č. j. I ZR 35/04 *Rolex v. eBay*.

3.2 Odměňování autorů v České republice z pohledu zákona a praxe

191. Tvůrci autorských děl jsou prvotními aktéry a přispěvateli do hodnotového řetězce v rámci kulturních průmyslů a jsou to právě oni, kdo jsou primárně chráněni autorským právem a autorským zákonem. Tato kapitola se soustředí na popis zákonné regulace a praxe odměňování tvůrců na základě smluvních ujednání s producenty audiovizuálních děl.

3.2.1 Úprava v občanském zákoníku

192. S účinností od 1. 1. 2014 je problematika licenčních smluv komplexně upravena v novém občanském zákoníku. Do tohoto právního předpisu tak byla zahrnuta i regulace autorských licenčních smluv, která byla do té doby upravena v autorském zákoně.

193. Nejprve musí být zdůrazněno, že ujednání o odměně v licenční smlouvě je dle § 2358 občanského zákoníku jednou z takzvaných podstatných náležitostí (*essentialia negotii*) tohoto typu smlouvy. To znamená, že pokud takové ujednání ve smlouvě chybí, nemůže se jednat o platnou licenční smlouvu. Neznamená to však, že by všechny licenční smlouvy byly nutně úplatné, jako tomu bylo například u takzvaných smluv o šíření díla dle autorského zákona z roku 1965, který byl účinný do 30. listopadu 2000. Aktuální právní úprava připouští i situaci, kdy se autor (poskytovatel licence) dohodne s nabyvatelem licence, že licence je poskytnuta bezúplatně. Musí se však na tom mezi sebou výslovně dohodnout, aby mezi nimi byla platně uzavřená licenční smlouva.

194. Podrobně se této otázce věnuje § 2366 odst. 1 občanského zákoníku, z něhož vyplývá, že aby licenční smlouva byla platná, musí nastat jedna z těchto tří situací: (1) Smluvní strany se explicitně dohodnou na výši odměny nebo alespoň na způsobu jejího určení. Je tedy možné určit výši odměny i nepřímo, například uvedením určitého více či méně složitého vzorce, na jehož základě se licenční odměna posléze vypočte. (2) Smluvní strany se explicitně dohodnou, že licence je poskytována bezúplatně. (3) Smluvní strany se sice nedohodnou na výši odměny, ale z jejich jednání o uzavření smlouvy vyplývá jejich vůle uzavřít smlouvu jako úplatnou i bez určení výše odměny. V takovém případě je nabyvatel povinen poskytovateli zaplatit odměnu ve výši, která je obvyklá v době uzavření smlouvy za obdobných smluvních podmínek a pro takové právo.

195. V případě, že je licenční smlouva sjednána jako úplatná (což je ostatně v praxi nejčastější případ), dává občanský zákoník zcela otevřené pole možností, v jaké formě odměnu sjednat. Tato otázka je ponechána plně na ujednání smluvních stran. Rozlišovat přitom lze mezi dvěma hlavními formami odměny, které jsou v praxi ujednávány, a to odměnu paušální (jednorázovou) a odměnu podílovou (výnosovou), tedy takovou, jejíž výše je ujednána v závislosti na dosažených výnosech z využití licence. Pro oba druhy odměny se v praxi užívají i nejrůznější další pojmy (odměna podílová je například často nazývána také jako „procentuální“, jindy je označována slovem „tantiéma“ apod.). Praxe rovněž přišla s nepřeberným množstvím variant a vzájemných kombinací těchto základních forem autorské licenční odměny. Jejich kombinace spočívá zpravidla v tom, že autorovi je část honoráře vyplácena ve formě paušální zálohy a zbylá část honoráře v podílu na (případném) dosaženém zisku.

196. Zkoumáme-li nicméně základní formy odměny – paušální a podílovou – prizmatem zákona, jsou hlavní důsledky volby mezi těmito dvěma formami pro poskytovatele a nabyvatele licence tyto: Dle § 2366 odst. 2 občanského zákoníku je v případě podílové odměny nabyvatel povinen umožnit poskytovateli kontrolu příslušných účetních záznamů nebo jiné dokumentace ke zjištění skutečné výše odměny. Nicméně poskytne-li takto nabyvatel poskytovateli informace označené nabyvatelem jako důvěrné, nesmí je poskytovatel prozradit třetí osobě ani je použít pro své potřeby v rozporu s účelem, ke kterému mu byly poskytnuty. Dle § 2366 odst. 3 občanského zákoníku pak dále platí, že v případě sjednání podílové odměny je nabyvatel povinen předkládat poskytovateli její pravidelná vyúčtování v ujednaných časových obdobích. Není-li ujednáno jinak, je povinen tak učinit alespoň jednou ročně.

197. Naopak pouze pro odměnu paušální platí dle § 2374 odst. 1 občanského zákoníku pravidlo, že je-li sjednána tato forma odměny a je-li tak nízká, že je ve zřejmém nepoměru k zisku z využití licence a k významu předmětu licence pro dosažení takového zisku, má autor právo na přiměřenou dodatečnou odměnu. Tohoto práva se přitom autor nemůže vzdát; je-li tedy ve smlouvě sjednán opak, je takové ujednání neplatné. Občanský zákoník dále v § 2374 odst. 2 specifikuje, že obrátí-li se autor s požadavkem na přiznání dodatečné odměny na soud, přihlíží soud v takovém případě zejména k výši původní odměny, dosaženému zisku z využití licence, významu díla pro takový zisk a k obvyklé výši odměny ve srovnatelných případech, pokud je stanovena v závislosti na výnosech.

198. Z citovaných ustanovení plyne poněkud paradoxní situace, a to sice, že právo nahlížet do účetní dokumentace nabyvatele licence má ze zákona pouze autor, s nímž byla sjednána podílová odměna, a právo na přiměřenou dodatečnou odměnu má ze zákona pouze autor, s nímž byla sjednána paušální odměna. Není přitom zcela zřejmé, proč by právo nahlížet do účetní dokumentace neměl mít garantováno i autor, který obdržel paušální odměnu, protože bez získání a ověření informací o zisku nabyvatele z využití licence může například těžko prokázat, že jeho původní odměna je ve zřejmém nepoměru k takovému zisku, a má tedy nárok požadovat přiměřenou dodatečnou odměnu v určité výši. Právě tuto situaci by dle očekávání měl napravit nový návrh směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu (viz podkap. 3.4.4, odd. f).

199. Závěrem k této části textu je třeba podotknout, že z hlediska odměňování autorů jsou v občanském zákoníku mimo jiné významná i ustanovení zabývající se smlouvou o dílo, neboť významné příjmy autorů jsou generovány i na základě tohoto smluvního typu. V praxi jsou však smlouvy o dílo nezřídka slučovány s licenčními smlouvami do jediného dokumentu a rovněž odměna za vytvoření díla a odměna za udělení licence k užití tohoto díla jsou pak zpravidla předmětem jediné „autorské odměny“, byť většinou formálně rozdělené na dvě složky.

3.2.2 Úprava v dalších právních předpisech

200. Problematice odměňování autorů se vyjma základní úpravy v občanském zákoníku přímo či nepřímo věnují i různé další právní předpisy, a to jak veřejnoprávní (například daňové předpisy nebo předpisy zabývající se podmínkami veřejné podpory autorské tvorby), tak soukromoprávní.

201. Ze soukromoprávních předpisů je třeba ještě zmínit autorský zákon, který mimo jiné podrobně upravuje oblast takzvané kolektivní správy, jež je významným zdrojem příjmů pro autory, a to zejména v některých oblastech, jako je například sféra hudebních děl. Autorský zákon je z hlediska odměňování autorů významný též tím, že zakotvuje komplexní seznam výjimek z autorskoprávní ochrany – tedy případů, kdy je možno užít autorské dílo i bez souhlasu autora. Většina z těchto výjimek je přitom takzvaně bezúplatná, tj. autoři nejsou za zakotvení těchto výjimek a jejich využívání finančně kompenzováni (např. zákonná citační licence nebo zákonná licence pro nepodstatné vedlejší užití díla). Některé z nich jsou však úplatné (např. zákonná licence pro rozmnožování na papír nebo obdobný podklad a zákonná knihovní licence, na jejichž základě jsou autorům rozdělovány prostřednictvím kolektivních správců takzvané náhradní odměny).

202. K výše uvedenému doplňme, že příjmy z kolektivní správy pro autory a výkonné umělce v audiovizi jsou dvojího druhu. Za prvé se jedná o příjem za zákonných nároků na náhradu odměny nebo náhradu zákonné licence – jde o náhrady odměn za užití děl a výkonů rozmnožováním pro osobní potřebu (vybírané z nenahraných nosičů záznamu a přístrojů k zhotovování záznamu) a odměny za užití uměleckých výkonů vysíláním a přenosem vysílání tzv. obchodních snímků (zvukové záznamy určené k obchodní distribuci). Za druhé se jedná o odměny pro autory a výkonné umělce ze smluvně poskytovaných licencí; u hudebních děl poskytuje kolektivní správce OSA licence téměř ke všem způsobům užití, u ostatních děl a výkonů poskytují kolektivní správci zpravidla jen licence v rozsahu povinné a rozšířené kolektivní správy (tzv. veřejné produkce – v audiovizi především provozování a přenos televizního vysílání děl a výkonů).

203. Autorský zákon je důležitý i z důvodu úpravy některých specifických druhů autorských děl, jako je například dílo zaměstnanecké (§ 58 autorského zákona). Zaměstnanecké dílo – tedy dílo vytvořené autorem ke splnění jeho pracovněprávních nebo služebních povinností vůči zaměstnavateli (popřípadě i dílo vytvořené členem družstva ke splnění jeho povinností vůči družstvu) – je v praxi relativně časté. V případě, že vzniká zaměstnanecké dílo (a není-li mezi autorem a zaměstnavatelem dohodnuto jinak), platí, že zaměstnavatel automaticky přímo ze zákona vykonává v neomezeném rozsahu majetková práva autora k tomuto dílu a autor nemá právo požadovat zvláštní odměnu za vytvoření tohoto díla (nad rámec své sjednané mzdy nebo jiné odměny za práci). I v tomto případě má ale autor (ve většině případů) právo na doplacení přiměřené dodatečné odměny, pokud se jeho mzda nebo jiná odměna za práci dostane do zjevného nepoměru k zisku zaměstnavatele dosaženému z využití práv k zaměstnaneckému dílu, a to s přihlédnutím k významu takového díla pro dosažení takového zisku.

3.2.3 Specifika praxe

204. Již výše bylo naznačeno, že nehledě na relativně stručnou úpravu odměňování autorů v právních předpisech vytvořila praxe nepřeberné množství variant, které z této základní úpravy vycházejí. V této souvislosti je třeba zmínit příklad takzvané „minimální garance“. Tento koncept se hojně vyskytuje například v oblasti filmové výroby, kde se jím zpravidla míní nevratná záloha na budoucí (pod)licenční odměnu za získání oprávnění k distribuci filmu, již vyplácí distributor producentovi a kterou producent využívá jako jeden ze zdrojů k financování výroby filmu (a tedy

mimo jiné i k vyplácení odměn vlastním autorům). Vyplacení minimální garance je zpravidla ve smlouvě podmíněno určitou kontrolou distributora nad procesem výroby filmu.

205. Jiným specifickým konceptem odměňování autorů v praxi je například takzvané „reprízné", vyplácené některým autorům v České televizi (jde především o profese režisérů a scenáristů). Koncept reprízného stojí na pomezí paušální a podílové odměny a vyplývá ze smlouvy mezi Českou televizí a profesními organizacemi, popř. kolektivními správci. K podílové odměně přibližuje reprízné fakt, že výše této odměny je závislá na množství užití autorského díla. Tato odměna však není závislá na zisku České televize z užití díla, ale je stanovena paušální částkou vypočtenou jako určitý procentní podíl z paušální odměny, kterou autor obdržel jako honorář při prvotním vytvoření předmětného díla.

206. Obecně pak lze říci, že v praxi převládá tendence odměňovat autory paušálními odměnami, které jsou pouze v relativně výjimečných případech doplněny o odměny podílové. V oblasti filmu jde zejména o případy smluv s nejvýznamnějšími autorskými profesemi (režiséři, scenáristé). Odměňování autorů čistě podílovými odměnami je pak v audiovizi spíše velmi vzácné.

207. Za zákonný koncept, který v praxi nenachází široké uplatnění, můžeme označit koncepci přiměřené dodatečné odměny (ať již té „obecné" v občanském zákoníku, nebo té specifické u zaměstnaneckých děl v autorském zákoně). Autoři zpravidla ani nevědí, že možnost domáhat se takové odměny vůbec mají, a i v případě, že o této skutečnosti vědí, je pro ně velmi obtížné prokázat (z důvodů naznačených výše), že jim na tuto odměnu vznikl nárok a jak velké odměny se tento nárok týká. Autorům této zprávy není znám jediný případ, kdy by se dodatečné odměny domáhal autor soudní cestou.

3.3 Digitalizace kulturního dědictví

208. Proces digitalizace přináší nové možnosti uchovávání a zpřístupňování audiovizuálních děl veřejnosti. Tyto možnosti ale vyvolávají rovněž řadu právních otázek, které se týkají jednak výhradního přístupu k digitalizovaným dílům ze strany soukromých subjektů, které digitalizaci provádějí, a jednak digitalizace děl, která podléhají autorskoprávní ochraně, nicméně již nejsou komerčně dostupná, popř. jejich autoři jsou neznámí (tzv. osiřelá díla). V této kapitole proto popíšeme problémy, které souvisejí nejen s digitalizací audiovizuálních děl, ale kulturních zdrojů obecně.

209. Kulturní dědictví je nepochybně cenným zdrojem poznání. Z toho plyne důležitost a význam kulturního dědictví a jeho zachování. Jedním z nástrojů zachování a zprostředkování kulturního dědictví je digitalizace. Obecně si lze pod pojmem digitalizace představit proces převedení hmotné podoby nosiče do podoby digitální, která se mimo jiné vyznačuje především svou všudypřítomností a nevyčerpatelností. Digitalizace je proto vhodným nástrojem pro zachování kulturního dědictví i s ohledem na možnost následného užití takto digitalizovaných kulturních statků.[142]

142 Srov. např. Madison, Michael – Frischmann, Brett M. – Strandburg, Katherine J., Constructing Commons in the Cultural Environment. *Cornell Law Review*. 2010, roč. 95, č. 4, s. 657–709.

Procesem digitalizace dále vzniká možnost zpřístupnit daný statek širokému okruhu uživatelů, kteří již nejsou limitováni prostou fyzickou existencí kulturního dědictví na určitém místě.[143]

210. Jedním z problémů digitalizace je její finanční, časová a organizační náročnost. Proces digitalizace vyžaduje značné finanční náklady, ať již z hlediska pořízení nezbytného technického vybavení, tak z hlediska zajištění personálu, jenž digitalizaci reálně provede. Právě finanční náročnost tohoto procesu představuje podstatný problém pro kulturní instituce, které mají ve správě jednotlivé kulturní zdroje. Specifické postavení kulturních institucí a jejich zdroje financování z veřejných rozpočtů znesnadňují digitalizaci v plném rozsahu. Kulturní instituce mohou digitalizaci financovat z vlastních zdrojů anebo prostřednictvím externích zdrojů, jimiž jsou zejména granty a dotace. Některé kulturní instituce však nemají pro potřeby digitalizace dostatečné vlastní finanční zdroje ani přístup k těm externím. Tyto instituce jsou odkázány na třetí strany, se kterými mohou uzavřít smlouvu za účelem digitalizace svého inventáře na náklady těchto subjektů. Z tohoto důvodu je nutné zajistit dostatečnou motivaci soukromých subjektů investovat do digitalizace kulturního dědictví. S tím přímo souvisí otázka práv k digitalizovanému výstupu, která bude rozebrána níže.

211. Problematika práv k výstupu digitalizace je stěžejní především ve chvíli, kdy digitalizaci neprovádí kulturní instituce, ale osoba od ní odlišná. Významné je, zda předmět, který má být digitalizován, podléhá autorskoprávní ochraně. V případě, že tento předmět podléhá autorskoprávní ochraně, musí instituce zajistit nutné oprávnění k užití díla pro potřeby digitalizace.[144] V opačném případě, kdy předmět digitalizace již není chráněn autorským právem, je možné uvažovat o tom, zda na základě procesu digitalizace k tomuto výstupu vznikají práva třetí osobě.

212. S tím souvisí problematika vzniku autorského díla v průběhu procesu digitalizace. Problematice vzniku autorských děl se mimo jiné věnuje soudní judikatura. Soudní dvůr EU dovozuje ve spojených případech C-403/08 *Football Association Premier League Ltd & others v. QC Leisure & others* a C-429/08 *Karen Murphy v. Media Protection Services Ltd*, že pro vznik autorského díla je podstatné, aby měl autor možnost svobodně projevit svou tvůrčí činnost. Soudní dvůr ve své rozhodovací praxi opakovaně konstatuje důvodnost autorskoprávní ochrany pouze tam, kde jde o výsledek svobodné tvůrčí činnosti autora.[145] Obdobně se k této otázce postavil i Nejvyšší soud ve své judikatuře.[146] S ohledem na proces digitalizace, tedy pouhé převedení do digitální podoby, lze konstatovat, že tímto mechanickým postupem nedochází ke vzniku nového autorského díla, ale pouze ke změně formy díla původního. Z tohoto důvodu zde na základě zákona nevzniká osobě, která digitalizaci provedla, výlučné autorské právo k digitálnímu výstupu. Soukromoprávní subjekty v tomto případě mohou ztratit motivaci investovat do digitalizace kulturního dědictví, neboť svou investici nebudou moci zhodnotit na základě jejich výlučné dispozice s digitalizovaným obsahem.

143 Srov. Ortega, Lara, How to get the Mona Lisa in Your Home Without Breaking the Law: Painting a Picture of Copyright Issues with Digitally Accessible Museum Collections. *Journal of Intellectual Property Law*. 2011, roč. 18, č. 2, s. 567–593.

144 Srov. Polčák, Radim, Digitisation, Cultural Institutions and Intellectual Property. *Masaryk University Journal of Law and Technology*. 2015, roč. 9, č. 2, s. 121–141.

145 K tomu srov. např. rozhodnutí ve věci C-145/10 *Painer v. Standard Verlags GmbH*.

146 K tomu srov. např. rozhodnutí NS ČR sp. zn. 30 Cdo 360/2015 (Vitana).

213. Evropské právo na výše popsanou situaci pamatuje ve směrnici o opakovaném použití informací veřejného sektoru, která je implementována zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím.[147] Směrnice o opakovaném použití informací veřejného sektoru se primárně zaměřuje na úpravu opakovaného užití dat veřejného sektoru. Hlavním principem této směrnice je transparentnost a zákaz diskriminace, a tedy zajištění přístupu širokého okruhu subjektů k datům veřejného sektoru. Z tohoto důvodu směrnice o opakovaném použití informací veřejného sektoru v čl. 11 zakotvuje zákaz sjednávání výhradních dohod mezi subjekty veřejného sektoru a třetími stranami týkajících se užití dat veřejného sektoru.

214. V roce 2013 došlo k novelizaci směrnice o opakovaném použití informací veřejného sektoru, která rozšířila okruh subjektů, na které dopadá.[148] Působnost této směrnice se tehdy rozšířila i na kulturní instituce, kterými jsou jmenovitě knihovny, muzea a archivy. Zároveň však došlo k zakotvení výjimky v článku 11 odstavec 2a, která umožňuje těmto kulturním institucím sjednat výhradní dohody v rámci digitalizace jejich kulturních zdrojů. Toto ustanovení je známé také pod názvem „Google výjimka" a jeho účelem je zajistit motivaci třetích stran investovat do digitalizace kulturního dědictví. Na základě takto sjednaných exkluzivních dohod dochází k limitaci kulturní instituce, která již nemůže volně nakládat s digitalizovaným předmětem po dobu trvání sjednané exkluzivity.[149] Jediné omezení této výjimky spočívá v nutnosti periodického přezkoumání důvodnosti exkluzivních dohod.

215. Zde se dostávají do rozporu základní zájmy: na jedné straně zájem na zachování kulturního dědictví a na straně druhé jeho zpřístupnění širokému okruhu uživatelů. V této chvíli vyvstává problém, kdy staré kulturní dědictví spravované veřejným sektorem a financované z veřejných rozpočtů, s již neexistující autorskoprávní ochranou, se sice digitalizuje, ale výlučný přístup k této digitální formě získává třetí osoba, s níž kulturní instituce uzavřela exkluzivní dohodu. Nutno ještě podotknout, že kulturní instituce mají navíc možnost platně sjednat exkluzivní dohodu týkající se přístupu ke svému inventáři pouze ve prospěch jediné třetí strany, čímž vyloučí příležitost sjednat obdobnou dohodu s jiným subjektem. Takovým jednáním mohou kulturní instituce ještě více omezit svou možnost nakládat s vlastním inventářem, který již ani nemusí být chráněn autorským právem.

216. Jak již bylo zmíněno, digitalizace kulturního dědictví je efektivní nástroj k jeho zachování a zpřístupnění. Avšak s ohledem na stávající právní úpravu s sebou digitalizace nese nepříznivý vedlejší efekt, a to možnou faktickou monopolizaci digitalizovaných předmětů kulturního dědictví v rukou soukromých subjektů. V případě vhodné finanční podpory procesu digitalizace ze strany státu by však prostřednictvím digitalizace mohlo být zachování a zpřístupnění kulturního dědictví dosaženo a zároveň by mohla být minimalizována komerční monopolizace digitálního kulturního dědictví.

147 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2003/98/ES ze dne 17. listopadu 2003 o opakovaném použití informací veřejného sektoru (dále jen „směrnice o opakovaném použití informací veřejného sektoru").

148 Viz Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2013/37/EU ze dne 26. června 2013, kterou se mění směrnice 2003/98/ES o opakovaném použití informací veřejného sektoru.

149 Srov. Alterwain, Alejandro, Google Books and Digitisation of Libraries: Fair Use or Extension of Copyright? *Convergence*. 2007, roč. 3, č. 2, s. 139–146. Pokud však nejsou uznávaná absolutní práva k výsledku digitalizace (jak je tomu v Česku), nebudou takové dohody vynutitelné vůči třetím osobám odlišným od kulturních institucí.

3.4 Strategie pro jednotný digitální trh a postoje aktérů audiovizuálního pole

217. Poslední kapitola shrnuje legislativní opatření, která jsou součástí strategie Evropské komise pro vytvoření jednotného digitálního trhu (*Digital Single Market*) v Evropě. Tato strategie reaguje kromě jiného na výše popsané problémy audiovizuálních průmyslů související s teritoriální roztříštěností nabídky audiovizuálních online služeb a omezenou přeshraniční online dostupností audiovizuálního obsahu v EU (podkap. 2.4.3 a 3.1.1), regulací služeb informační společnosti a vytvořením rovných podmínek a spravedlivé hospodářské soutěže pro služby poskytující obsah online (kap. 2.10 a podkap. 3.1.2–5), spravedlivým odměňováním tvůrců v rámci kulturních průmyslů (kap. 3.2) a uchováváním a zpřístupňováním autorských děl prostřednictvím jejich digitalizace (kap. 3.3). Popis vybraných opatření je doplněn stručným shrnutím postojů aktérů audiovizuálního pole k navrhovaným opatřením na evropské úrovni. Kapitola se nevěnuje popisu a analýze postojů aktérů audiovizuálního pole v ČR. Analýza dopadu dílčích opatření na praxe aktérů audiovizuálního pole v ČR bude předmětem navazujících výzkumných zpráv.

218. Strategii pro jednotný digitální trh v Evropě uveřejnila Evropská komise 6. 5. 2015.[150] Jejím hlavním cílem je odstranění překážek, které brání vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě, tj. vytvořit tržní prostředí založené na principech volného pohybu zboží, služeb, kapitálu a osob, které platí v rámci fyzického jednotného trhu EU. Komise si od vytvoření DSM slibuje akceleraci růstu digitální ekonomiky EU a posílení její globální konkurenceschopnosti. Tohoto cíle má být dosaženo návrhy a úpravami dílčích legislativních opatření.

219. Strategie DSM je tvořena třemi základními pilíři, přičemž z hlediska fungování audiovizuálního průmyslu v EU jsou relevantní především první dva: (1) zlepšení přístupu spotřebitelů a podniků ke zboží a službám online v celé Evropě; (2) vytvoření rovných podmínek a spravedlivé hospodářské soutěže pro služby poskytující obsah online. První pilíř je zaměřen na zlepšení přístupu k digitálnímu obsahu prostřednictvím reformy autorského práva v EU a na odstranění bezdůvodného blokování přístupu k online obsahu na základě zeměpisné polohy spotřebitele. Druhý pilíř je zaměřen na boj proti nelegálnímu obsahu na internetu a na revizi stávajících pravidel platných pro televizní vysílatele a poskytovatele audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, kteří doposud podléhali volnější regulaci.

220. Pro účely této výzkumné zprávy jsou relevantní především následující přijatá nařízení či diskutované návrhy nařízení a směrnic: nařízení o přeshraniční přenositelnosti, které je účinné od 20. března 2018; nařízení o zákazu geoblokace, které je účinné od 3. prosince 2018; návrh směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu; návrh nařízení o online přenosech; návrh revize směrnice o audiovizuálních mediálních službách.[151]

3.4.1 Nařízení o přeshraniční přenositelnosti

221. Nařízení vstoupilo v platnost 20. července 2017 a je účinné od 20. března 2018. Podle tohoto nařízení je poskytovatel audiovizuální online služby za úplatu povinen zajistit její přeshraniční

150 Evropská komise, Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě, COM(2015) 100 final. 6. 5. 2015.

151 Pro bibliografické citace přijatých legislativních opatření či jejich návrhů viz pozn. č. 4 nebo seznam literatury.

přenositelnost v ostatních členských státech EU po dobu dočasné přítomnosti uživatele služby v jiném členském státě, než je členský stát jeho bydliště. Jde o nejméně kontroverzní opatření, které nalezlo podporu napříč spektrem rozmanitých stakeholderů audiovizuálního pole, ačkoli obsahuje mnoho praktických nejasností (např. co se rozumí dočasným pobytem). Nařízení totiž není v rozporu se stávající obchodní praxí založenou na distribuci audiovizuálních obsahů na základě teritoriálních licencí: Užití legálně zakoupené online služby v jiném členském státě, než je členský stát bydliště spotřebitele, je v nařízení upraveno na základě právní fikce jako užití služby v členském státě bydliště, kde došlo k pořízení služby. Přeshraniční užití služby proto nepředstavuje narušení výhradního práva na distribuci audiovizuálního obsahu na daném území, kterým disponuje tamní (zahraniční) distributor.[152]

222. V průběhu diskuse o přijetí návrhu nařízení *majitelé práv* upozorňovali na nebezpečí obcházení verifikačních mechanismů pro identifikaci členského státu bydliště uživatele služby a následné zneužití služby uživateli pocházejícími z nelicencovaného území. *Poskytovatelé služeb* operující pouze v jednom členském státě – tj. bez možnosti cenové diskriminace napříč členskými státy EU – byli v průběhu diskuse benevolentnější při nastavování verifikačních mechanismů (průkaz totožnosti, platební údaje či smlouva o poskytování internetového nebo telefonického připojení v daném členském státě), které v důsledku zaručí přenositelnost služby rovněž pro dlouhodobě usazené cizince či předplatitele služby, kteří vlastní účet či nemovitost v daném členském státě. Poskytovatelé audiovizuálních online služeb působící na větším počtu území naopak kladli důraz na striktnější verifikační mechanismy (např. zápis do místních voličských seznamů) a navrhovali omezení doby trvání dočasné přítomnosti uživatele služby v jiném členském státě, než je členský stát bydliště.

3.4.2 Nařízení o zákazu geoblokace

223. Evropský parlament přijal 28. února 2018 nařízení o zákazu geoblokace trhu kvůli státní příslušnosti, místu bydliště či místu usazení zákazníků. Audiovizuální online služby (stejně jako všechny služby poskytující přístup k dílům chráněným autorskými právy) byly nicméně explicitně vyňaty z působnosti tohoto nařízení.[153] Nicméně nařízení obsahuje revizní klauzuli (čl. 9), která nařizuje do dvou let od jeho platnosti přezkum dopadu na fungování vnitřního trhu s cílem posoudit, zdali by do jeho působnosti neměly spadat i služby, které poskytují přístup k autorskoprávně chráněným dílům.

224. Tento přezkum vyvolává u *představitelů audiovizuálního průmyslu* (producentů i distributorů) obavy, protože geoblokace je jedním ze základních nástrojů, kterými distributoři či uživatelé děl chrání teritoriální exkluzivitu své nabídky v online prostředí a producenti komerční hodnotu exkluzivní teritoriální licence, jejíž předprodej (tzv. *pre-sale*) je významnou položkou rozpočtu pro natáčení audiovizuálního díla.

152 Evropská komise nařídila přezkum účinnosti nařízení do 21. března 2021.

153 Viz bod odůvodnění č. 8, čl. 4 odst. 1b nařízení o zákazu geoblokace.

3.4.3 Návrh nařízení o online přenosech

225. Návrh nařízení zjednodušuje proces vypořádání práv jednak k doplňkovým online službám poskytovaným vysílacími organizacemi a jednak ke službám přenosu vysílání poskytovaným prostřednictvím uzavřených sítí (jiných než kabelových). Toho je dosaženo rozšířením působnosti mechanismů pro zjednodušení vypořádání práv (zásada země původu a povinná kolektivní správa), které obsahuje již směrnice o družicovém vysílání a kabelovém přenosu.[154] Podle této směrnice z roku 1993 se zásada země původu vztahovala na vypořádání práv k družicovému (ne však online) vysílání a povinná kolektivní správa se vztahovala na kabelový přenos vysílání (ne však na přenos vysílání prostřednictvím jiné technologie).[155] Cílem návrhu je redukce vysokých transakčních nákladů spojených jednak (a) s vypořádáním práv pro přeshraniční online vysílání a jednak (b) s přejímáním vysílání od vysílatelů z jiných členských států. (a) Vysílací organizace nemusí podle návrhu vypořádat práva k celé řadě chráněných děl obsažených ve vysílaných pořadech pro všechna území, ve kterých jsou jejich doplňkové online služby dostupné, protože k online vysílání dochází na základě konstrukce právní fikce pouze ve státě, kde má vysílací organizace hlavní místo podnikání. (b) Poskytovatelé služeb přenosu vysílání, kteří vysílání přebírají od vysílacích organizací z jiného členského státu, nevypořádávají práva k přenosu vysílání děl s jednotlivými majiteli práv, kterými nejsou vysílací organizace (tj. s výjimkou vypořádání práv na přenos k vlastnímu vysílání, která vykonávají vysílací organizace), ale s příslušným kolektivním správcem na území, pro které chtějí práva vypořádat. Dodejme, že tento princip je již v českém právu zaveden.

226. Návrh nařízení zavádí (čl. 2) zásadu země původu pro vypořádání práv pro online služby, které mají doplňkový charakter ve vztahu k televiznímu vysílání vysílací organizace (souběžné vysílání na internetu [*simulcasting*], služba zpětného zhlédnutí s omezenou dobou dostupnosti pořadu v online archivu vysílací organizace [*catch-up TV*]). Pokud se smluvní strany nedohodnou na tom, že výkon práva teritoriálně omezí, pak bude podle tohoto návrhu pro celoevropskou distribuci audiovizuálních děl prostřednictvím doplňkových online služeb vysílací organizace postačovat podle zásady země původu nákup licence pouze pro území, kde má vysílací organizace hlavní místo podnikání. Případné omezení výkonu práva musí být v souladu s unijním právem (viz bod odůvodnění č. 11), což vyvolává otázku, kdy bude taková dohoda přípustná z hlediska soutěžních pravidel Evropské unie (viz níže). Z působnosti nařízení je vyloučeno původní vysílání přes internet (*webcasting*) či online šíření zvukového obsahu (*podcasting*), které jsou nezávislé na prvotním lineárním vysílání.

227. Návrh (čl. 3–4) zavádí povinnou kolektivní správu pro vypořádání práv na přenos televizního a rozhlasového vysílání z jiných členských států prostřednictvím uzavřených sítí (jiných než kabelových), jako internetových sítí s uzavřeným okruhem (IPTV) či mobilních sítí. To znamená, že poskytovatel služby přenosu vysílání musí práva k přenosu vysílání vypořádat s pověřenou

154 Směrnice Rady 93/83/EHS ze dne 27. září 1993 o koordinaci určitých předpisů týkajících se autorského práva a práv s ním souvisejících při družicovém vysílání a kabelovém přenosu (dále jen „směrnice o družicovém vysílání a kabelovém přenosu“).

155 Nejvyšší soud rozhodl, že na rozdíl od vysílání družicí spadá družicový přenos (prováděný jinou osobou, než je vysílatel) pod zákonnou definici kabelového přenosu, neboť je realizován přenosem v mikrovlnném spektru (což dle § 22 odst. 2 autorského zákona spadá pod definici kabelového přenosu). Viz rozhodnutí Nejvyššího soudu sp. zn. 30 Cdo 796/2015 a 30 Cdo 3972/2017.

organizací kolektivní správy v členském státě, na jehož území chce vysílání zpřístupnit. Návrh režimu povinné kolektivní správy se nevztahuje na práva vysílací organizace k vlastnímu vysílání. Tento druh práv tak nepodléhá povinné kolektivní správě a je třeba ho vypořádat individuálně s nositelem práv k vysílání.

228. Návrh vyvolává silný odpor mezi *představiteli audiovizuálního průmyslu* s výjimkou provozovatelů veřejnoprávního televizního vysílání, kteří k němu zaujímají neutrální postoj či ho podporují.[156] Zástupci audiovizuálního průmyslu (distributoři, producenti a komerční vysílatelé) namítají, že opatření je zbytečné, resp. nepovede k redukci transakčních nákladů při vypořádání práv, protože evropský právní rámec nebrání producentům licencovat jejich díla multiteritoriálně či celoevropsky. Skutečnost, že audiovizuální obsah je šířen na základě prodeje monoteritoriálních licencí (popř. licencí pro jazykově a kulturně příbuzná teritoria), podle nich není způsobena teritorialitou autorského práva, ale kulturně specifickou poptávkou lokálního publika a obchodní praxí, která má oporu v následujících důvodech: (a) Specifičnost poptávky po audiovizuálních obsazích a její teritoriální fragmentace podle kulturních a jazykových parametrů daného členského státu vedla k tomu, že většina evropských producentů, vysílatelů a distributorů jsou malé či střední podniky s lokální působností, které se specializují na produkci a distribuci obsahu uzpůsobeného potřebám lokálního publika na národním trhu, tj. poptávce po lokálně specifickém obsahu. (b) Teritoriální licencování audiovizuálních obsahů je základním stavebním kamenem systému financování výroby filmů prostřednictvím předprodeje exkluzivních teritoriálních práv (včetně online práv) lokálním šiřitelům těchto obsahů (agentům, distributorům, vysílacím organizacím).[157] (c) Teritoriální licencování je kompatibilní s převládající sekvenční strategií distribuce obsahu s časovým odstupem v jednotlivých distribučních oknech (kino, DVD, pay-TV, VOD, FTA TV), která se v členských státech povětšinou liší dobou, po kterou zůstávají otevřena.[158] Časoprostorová kontrola distribučních oken na určitém území umožňuje chránit investice producenta i distributora před tzv. kanibalizací příjmů vygenerovaných daným oknem způsobenou přeshraniční online dostupností služby poskytované na jiném území. Ztráta teritoriální exkluzivity distribučního okna působí investorům problémy především v případě jazykově příbuzných území nebo u audiovizuálních obsahů s omezenou narativní složkou (přenosy sportovních událostí) či natočených v obecně rozšířených jazycích (angličtina).

229. *Představitelé audiovizuálního průmyslu* dále namítají, že navrhované opatření je nejen zbytečné, ale také potenciálně nebezpečné, protože smluvní svoboda umožňující omezení výkonu práva technickými prostředky musí být podle 11. bodu odůvodnění v souladu s právními předpisy EU. Nicméně vzhledem k probíhajícímu vyšetřování smluvních ujednání mezi šesti hollywoodskými studii a Sky UK zahájenému Evropskou komisí v roce 2014 není zřejmé, zdali ujednání,

156 Viz stanoviska k návrhu nařízení zveřejněná majiteli televizních práv na sportovní přenosy či sdruženími zastupujícími producenty, distributory, uživatele děl a filmové fondy (Bundesliga, CEPI, Eurocinema, Europa Distribution, FIAD, FIAPF, Independent Film & Television Alliance, Premier League, EFADs atd.). Hlavní obavy představitelů audiovizuálního průmyslu přehledně shrnuje např. stanovisko ředitelů evropských filmových agentur (European Film Agency Directors), viz EFADs, Cannes Declaration: Preserving Territoriality to Improve the Circulation of European Films and Access to European Culture. 22. 5. 2017.

157 Například financování vzniku audiovizuálního díla prostřednictvím předprodeje kinodistribučních práv v současnosti tvoří průměrně 11 % výrobních rozpočtů českých hraných filmů, vklady České televize tvoří 13 % a vklady komerčních televizí 9 % filmových rozpočtů. Srov. EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit.

158 Kromě toho vymáhání práv funguje lépe na lokální úrovni. Například pařížský distributor – na rozdíl od místního distributora – nebude řešit neoprávněné promítání v pražském kině.

která zavazují vysílatele k blokaci přístupu spotřebitelů k nabízenému obsahu z nelicencovaného teritoria a zaručují jeho monopolní postavení v rámci národního trhu, neporušují pravidla hospodářské soutěže EU. Pokud by posouzení územního rozsahu pro účely vypořádání práv při přeshraničním šíření audiovizuálního obsahu nadále nepodléhalo zásadě práva místa užití,[159] ale zásadě země původu,[160] nebylo by již možné geografická omezení zdůvodnit výkonem autorského práva.[161] Geoblokace by měla oporu pouze v licenčních ujednáních mezi producentem a distributorem, popř. uživatelem díla, která nicméně mohou porušovat pravidla hospodářské soutěže v EU („dělení trhu"), pokud budou zaručovat tzv. absolutní teritoriální exkluzivitu nabídky, jako je tomu například v případě smluvních ujednání mezi americkými studii a Sky UK. Prolomení principu teritoriality jak na úrovni autorského práva, tak na úrovni unijního práva pro regulaci hospodářské soutěže by podle představitelů audiovizuálního průmyslu vedlo ke (a) snížení objemu investic do vzniku evropských děl v důsledku absence garance distribuční exkluzivity pro exploataci audiovizuálního díla; (b) ohrožení růstu trhu s licencemi pro šíření audiovizuálních děl prostřednictvím online služeb s doplňkovým charakterem vůči televiznímu vysílání; (c) ohrožení prodeje teritoriálních licencí pro distribuci obsahu v zahraničních teritoriích v důsledku jeho celoevropské dostupnosti prostřednictvím doplňkových online služeb televizního vysílatele; (d) ohrožení financování vzniku audiovizuálního díla (zvláště koprodukcí) v důsledku ztráty exkluzivity teritoriální licence, která hraje důležitou úlohu při tzv. předprodeji práv na distribuci díla na určitém území. Z výše uvedených důvodů představitelé průmyslu navrhují, aby se opatření vztahovalo buď jen na obsahy, jejichž vznik je plně financován vysílací organizací, anebo pouze na zpravodajské a publicistické pořady.

230. *Zástupci producentů* se obávají, že zavedení zásady země původu pro vypořádání práv k online službám doplňujícím vysílání v kombinaci se slabší vyjednávací pozicí producentů vůči provozovatelům televizního vysílání povede k tomu, že producenti budou nuceni odprodat veškerá svá práva bez teritoriálního omezení pro užívání jejich děl.[162] Televizní vysílatelé se totiž často podílejí na kofinancování vzniku audiovizuálního díla. Například v ČR patří mezi hlavní koproducenty filmové a seriálové tvorby Česká televize.

231. Naopak *zástupci veřejnoprávních televizí* se k návrhu opatření staví neutrálně, protože většina jimi vysílaného obsahu pochází z vlastní produkce a tento původní obsah – podobně jako zpravodajský

159 Van Eechoud, Mireille, *Choice of Law in Copyright and Related Rights: Alternatives to the Lex Protectionis*. Haag: Kluwer Law International, 2003, s. 95.

160 Podle čl. 2 odst. 1 návrhu nařízení o online přenosech se má za to, „že k úkonu sdělování veřejnosti a aktu zpřístupňování, k nimž dochází při poskytování doplňkové online služby pod kontrolou a na odpovědnost vysílací organizace, jakož i k úkonům rozmnožení, jež jsou nezbytné k poskytování doplňkové online služby, přístupu k ní a jejímu využívání, dochází pro účely výkonu autorského práva a práv s ním souvisejících, jež mají pro tyto úkony význam, výlučně v členském státě, v němž má vysílací organizace hlavní místo podnikání".

161 Podle názoru některých právních expertů a Evropského sdružení ředitelů filmových agentur (EFADs) geoblokace chrání výkon autorského práva podléhající zásadě země určení, kterou lze z oblasti práva hospodářské soutěže uplatnit rovněž na právo autorské. Pokud by tudíž vypořádání práv pro přeshraniční šíření audiovizuálního obsahu nadále nepodléhalo zásadě země určení, ale zásadě země původu, nebylo by již možné geografická omezení zdůvodnit ochranou výkonu autorského práva. Viz Ibáñez Colomo, Pablo, Copyright Licensing and the EU Digital Single Market Strategy. In: Blair, R. D. – Sokol, D. (eds.). *The Cambridge Handbook of Antitrust, Intellectual Property and High Tech*. New York: Cambridge University Press, 2017, s. 339–357.

162 Viz odpověď CEPI v rámci veřejné konzultace k přezkumu směrnice o družicovém vysílání a kabelovém přenosu, kterou uspořádala Evropská komise ve dnech 24. srpna až 16. listopadu 2015; CEPI, Response to the Public Consultation on the Review of the EU Satellite and Cable Directive. 16. 11. 2015. Viz také SPIO, Stellungnahme der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft zu den Vorschlägen der Europäischen Kommission zur Reform des europäischen Urheberrechts. 28. 10. 2016.

obsah, který nakupují od agentur s celoevropskou licencí (s výjimkou zpravodajství o vybraných sportovních událostech) – zpřístupňují přeshraničně (celosvětově) prostřednictvím doplňkových online služeb již nyní, navzdory problematickému vypořádání práv k hudbě a k hudebním nahrávkám (viz podkap. 2.4.1). Obsah zakoupený od domácích či zahraničních producentů, který ve srovnání s objemem vlastní tvorby a na rozdíl od provozovatelů komerčního vysílání tvoří menšinový podíl, oproti tomu zpřístupňují online pouze v domácím teritoriu a neuvažují o jeho přeshraničním šíření.

232. *Zástupci Evropské spotřebitelské organizace BEUC* namítají, že navržená opatření nejsou dostatečná, protože neřeší problém přeshraniční nedostupnosti legálních audiovizuálních online služeb nabízených v jiných členských zemích EU.[163] Spotřebitelé jsou doposud v přístupu k online audiovizuálním službám poskytovaným v jiných členských státech povětšinou blokováni na základě místa jejich připojení k internetu a jsou tím odkázáni na monopolní nabídku na území svého bydliště, která ovšem nemusí uspokojovat jejich divácké potřeby. Podle zástupců BEUC možnost svobodné volby legální audiovizuální online služby bez ohledu na členský stát bydliště uživatele výrazně přispěje k poklesu internetového pirátství. Navrhují proto, aby zásada země původu byla uplatněna nejen na online služby, které mají doplňkový charakter ve vztahu k televiznímu vysílání, ale také na nabídku obsahu prostřednictvím nelineárních služeb videa na vyžádání, které jsou nezávislé na původním televizním vysílání (internetové videoportály jako např. Netflix či internetová televize jako např. Stream.cz či DVTV). Toto rozšíření zásady země původu by mělo být doprovázeno omezením smluvní svobody, která by neměla zahrnovat možnost teritoriálního omezení výkonu práva, protože výsledky hodnotící zprávy o účinnosti směrnice o družicovém vysílání a kabelovém přenosu ukazují, že zavedení zásady země původu na vypořádání práv k družicovému vysílání v kombinaci se smluvní svobodou (implikující možnost teritoriálního omezení výkonu práva) vedlo k tomu, že satelitní signál je ve většině případů na základě dohody mezi smluvními stranami kódován a je dostupný pouze spotřebitelům ve vybraném členském státě EU, pro který jsou technologií družice přenášené pořady určeny.[164] Geoblokace by měla být povolena pouze ve specifických a dobře odůvodněných případech.[165] Lepší dostupnost nabídky audiovizuálních obsahů z jiných evropských zemí podle BEUC povede k posílení kulturní rozmanitosti Evropy a odstranění překážek v přístupu k evropským audiovizuálním dílům, která často „nepřekročí" hranice státu svého vzniku.

233. K čl. 3–4 návrhu nařízení o online přenosech dodejme, že podle novely autorského zákona č. 102/2017 Sb., účinné od 20. dubna 2017, se povinná kolektivní správa v ČR vztahuje na právo na užití díla přenosem rozhlasového nebo televizního vysílání prostřednictvím jakékoliv technologie.[166] Licenční režim povinné kolektivní správy je proto podle novelizovaného autorského zákona ve vztahu k prostředkům přenosu vysílání technologicky neutrální. Stávající zákonná regulace přenosu vysílání v ČR je proto v souladu s návrhem nařízení.

163 BEUC, Proposal for a Regulation on Online Broadcasting: Position Paper. 3. 4. 2017.

164 Evropská komise, Report on the Application of Council Directive 93/83/EEC on the Coordination of Certain Rules Concerning Copyright and Rights Related to Copyright Applicable to Satellite Broadcasting and Cable Retransmission, COM (2002) 430 final. 26. 7. 2002, s. 7.

165 Hugenholtz, Bernt, *Extending the SatCab Model to the Internet: Study Commissioned by BEUC*. Brussels: BEUC, 2015.

166 Viz § 97d odst. 1 písm. c) autorského zákona.

234. Omezení rozsahu působnosti režimu povinné kolektivní správy na služby přenosu vysílání prostřednictvím uzavřených sítí (např. IPTV) a vyloučení služeb přenosu vysílání nabízených na otevřeném internetu (OTT) je vnímáno pozitivně, protože odlišný licenční režim by vedl k tržní asymetrii mezi vzájemně si konkurujícími typy audiovizuálních online služeb, jakými jsou služby videa na vyžádání (např. Netflix) a služby přenosu televizního vysílání prostřednictvím internetu, tzv. *live TV streaming* (např. TVPlayer ve Velké Británii, DirecTV Now a Sling TV v USA).[167]

235. *Majitelé práv* se naopak obávají, že režim povinné kolektivní správy pro vypořádání práv pro přenos vysílání z jiného členského státu povede k narušení sekvenční distribuční strategie, která je založena na exkluzivní teritoriální exploataci audiovizuálního díla prostřednictvím postupně se otevírajících distribučních oken, což by mohlo vést ke snížení příjmů z prodeje licencí.[168]

3.4.4 Návrh směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu

236. Cílem návrhu směrnice je reagovat prostřednictvím modernizace autorskoprávních norem na vývoj digitálních technologií, nové globální obchodní modely a nové způsoby vytváření, produkce, distribuce a užití autorských děl. Tohoto cíle má být dosaženo snížením rozdílů mezi systémy autorských práv v jednotlivých členských státech, zajištěním širšího online přístupu k dílům pro uživatele v EU a spravedlivého podílu na hodnotě – vytvářené užitím děl v online prostředí – pro autory a majitele práv. Návrh směrnice obsahuje celkem 24 článků. Z hlediska regulace dostupnosti audiovizuálních děl a odměňování tvůrců jsou relevantní následující články:

a) Užití děl při digitálních a přeshraničních výukových činnostech (čl. 4)

237. Opatření ukládá členským státům stanovit výjimku z práv s cílem umožnit digitální užití děl pro ilustrační účely při vyučování v rozsahu opodstatněném sledovaným nekomerčním účelem, pokud vyučování probíhá v prostorách vzdělávací instituce nebo prostřednictvím zabezpečené elektronické sítě přístupné pouze studentům a vyučujícím vzdělávacího zařízení a je doplněno uvedením zdroje včetně jména autora, je-li to možné. Na základě konstrukce právní fikce se má za to, že k užívání díla pro ilustrační účel při vyučování prostřednictvím zabezpečené elektronické sítě dochází ve státě, v němž je vzdělávací zařízení usazeno. Členské státy mohou stanovit, že výjimka neplatí obecně nebo se nevztahuje na konkrétní typy děl, pokud jsou odpovídající licence, povolující užití děl při digitálních a přeshraničních výukových činnostech, snadno dostupné na trhu, tj. lze je například zakoupit u příslušného kolektivního správce.

238. Stávající autorský zákon povoluje prostřednictvím tzv. bezúplatné zákonné licence užití díla či jeho části při vyučování pro ilustrační účel bez svolení nositele práva (bez odpovídající smlouvy), nicméně přitom musí být uvedeno jméno autora, je-li známo.[169] *Představitelé vzdělávacích institucí* upozorňují, že případné omezení výjimky prostřednictvím dostupné licenční smlouvy by představovalo oproti stávající právní úpravě – umožňující bezúplatné užití díla (například přehrání

167 Srov. Max Planck Institute for Innovation and Competition, Position Statement on the Proposed Modernisation of European Copyright Rules: Part H – Content Circulation in Europe (COM(2016) 594). 4. 3. 2017, s. 12.

168 SPIO, Stellungnahme der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft zu den Vorschlägen der Europäischen Kommission zur Reform des europäischen Urheberrechts, op. cit.

169 § 31 odst. 1 písm. c autorského zákona.

celého filmu) pro účely výuky – finanční a administrativní zátěž pro učitele a vzdělávací instituce, které budou muset zjišťovat, zdali je odpovídající licence dostupná na trhu. Podle nich je vzdělávání veřejně prospěšným cílem a nemělo by být omezováno licenčními smlouvami, které by vzdělávací instituce uzavíraly s kolektivními správci zastupujícími majitele práv příslušných typů děl, jako je tomu například ve skandinávských zemích. Kromě toho fakultativnost omezení této výjimky může podle kritiků způsobit právní nejistotu v EU v důsledku odlišné implementace členskými státy do národních legislativ. Domnívají se, že v důsledku možnosti nahradit platnost výjimky dostupnou licencí na trhu budou zvýhodněny vzdělávací instituce v členských státech, ve kterých licenční omezení nebude implementováno do národní legislativy a příslušné školy budou mít nižší náklady na zajištění online výuky. Podle kritiků by výjimka rovněž neměla být omezena na typ vzdělávací instituce, ale na vzdělávací účel, kterému užití díla slouží.[170] V předloženém návrhu se platnost výjimky omezuje pouze na vyučování v prostorách vzdělávacích institucí (zařízeních formálního vzdělávacího systému) a na online vzdělávání prostřednictvím uzavřených sítí pod kontrolou vzdělávací instituce (intranet). Vyloučeny zůstávají instituce neformálního vzdělávání (muzea, knihovny, kulturní fondy, vzdělávací instituce, alternativní vzdělávací systémy) a vzdělávání prostřednictvím otevřené internetové sítě (např. vzdělávací online kurzy MOOC). Zástupci vzdělávacích institucí a obhájci veřejné domény (*public domain*)[171] navrhují, aby byla napříč členskými státy pro výukové účely harmonizována technologicky neutrální výjimka ze směrnice o ochraně autorského práva v informační společnosti, která by neomezovala svou platnost na určitý typ vzdělávacího subjektu či typ vzdělávací aktivity.[172]

b) Zachování kulturního dědictví jeho digitalizací (čl. 5)

239. Výjimka z autorskoprávní ochrany umožní institucím kulturního dědictví zhotovovat kopie děl, která se trvale nacházejí v jejich sbírkách, v jakémkoliv formátu či na jakémkoli médiu výhradně za účelem jejich uchování.

c) Užití komerčně nedostupných děl institucemi kulturního dědictví (čl. 7)

240. Podle tohoto návrhu členské státy zajistí, že pokud instituce kulturního dědictví (IKD) uzavře nevýhradní licenci pro nekomerční účely na digitalizaci a distribuci, sdělování veřejnosti nebo zpřístupnění komerčně nedostupných děl, která se trvale nacházejí ve sbírce IKD, s kolektivním správcem, může být tato licence rozšířena na nositele práv k dílům stejné kategorie, kteří nejsou kolektivním správcem zastoupeni. To platí, pokud jsou majitelé práv dané kategorie děl příslušným kolektivním správcem široce zastoupeni. Všem nositelům práv je pak zaručeno stejné zacházení (tzv. rozšířená kolektivní správa). Nositelé práv nicméně mohou vznést námitku, aby jejich díla nebyla považována za komerčně nedostupná, a vyloučit uplatnění licence na jejich díla. Díla

170 Tarkowski, Alek – Nobre, Teresa, Education and Copyright: We Were Promised an Exception But Are Offered Licenses Instead. *Communia*. 2. 9. 2016; Nobre, Teresa, Commission's Proposal on Education: The Devil Is in the Detail. *Communia*. 5. 12. 2016.

171 *Public domain* je pojem angloamerického autorského práva a jde o společný prostor, kde tvůrčí díla nejsou pokryta autorskými právy a jsou volně k dispozici veřejnosti k využití, které není nijak omezeno. Nejblíže je tomuto pojmu angloamerického práva v českém autorském právu pojem volného díla, ale nejde o totožné pojmy, neboť dle české legislativy se autor nemůže svých práv vzdát (§ 26 odst. 1 autorského zákona) a i majetkověprávně volné dílo požívá určité právní ochrany (srov. § 3 písm.) a § 11 odst. 5 autorského zákona).

172 Communia, Leveraging Copyright in Support of Education: Communia Policy Paper on Exceptions and Limitations for Education. Leden 2016; Communia, Joint Letter 2017: We Need a Better Copyright Reform for Education. Únor 2017.

jsou považována za komerčně nedostupná, pokud nejsou veřejnosti dostupná prostřednictvím obvyklých obchodních kanálů a nelze důvodně předpokládat, že se takovými stanou.

241. *Zástupci spotřebitelských organizací* a IKD návrh vítají, protože napomůže ke zpřístupnění řady děl, která jsou sice komerčně nedostupná, ale stále se na ně vztahuje ochranná lhůta (tzv. černá díra 20. století). *Představitelé IKD* a *obhájci veřejné domény* dále upozorňují, že opatření nebude funkční ve vztahu k některým typům komerčně nedostupných děl, protože v některých členských státech neexistuje pro danou kategorii děl příslušný kolektivní správce. Jako řešení proto navrhují kombinaci rozšířené kolektivní správy pro kategorie komerčně nedostupných děl s kolektivním správcem a výjimky z autorskoprávní ochrany pro kategorii komerčně nedostupných děl bez kolektivního správce.[173] Podle *zástupců majitelů práv* by ve směrnici mělo být výslovně uvedeno, že poskytnutí licence kolektivním správcem bude kompenzováno přiměřenou odměnou nositelům práv.

d) Mechanismus vyjednávání (čl. 10)

242. Podle tohoto článku mají členské státy zřídit nestranný orgán, který bude plnit mediační funkci mezi majiteli práv a majiteli služeb videa na vyžádání (VOD) při vyjednávání licencí pro šíření audiovizuálních děl poskytovateli služeb videa na vyžádání. Cílem opatření je zlepšit dostupnost evropských audiovizuálních děl v nabídce poskytovatelů audiovizuálních online služeb napříč členskými státy EU. Podle údajů EAO z roku 2015 jsou evropské filmy dostupné na VOD portálech v EU v průměru pouze v 2,8 zemích (koprodukované filmy v průměru v 3,6 členských zemích), zatímco americké filmy jsou k dispozici na VOD portálech v průměru v 6,8 zemích EU.[174]

243. *Majitelé práv* nicméně upozorňují, že důvodem slabé dostupnosti evropských děl na VOD portálech nejsou právní překážky při vyjednávání práv, ale obchodní důvody. Filmový producent je – s výjimkou práv na hudební díla ve filmu – držitelem veškerých práv (včetně práv na šíření díla online) a může tato práva poskytnout. Podle majitelů práv není proto zřejmé, které překážky mají být odstraněny navrženým opatřením, které je založeno na dobré vůli obou smluvních stran dosáhnout dohody. Šíření audiovizuálních děl na lokálních VOD portálech brání jednak (a) uzavřené licenční smlouvy s lokálními distributory, kteří buď chrání exkluzivitu vlastního distribučního kanálu, anebo nemají zájem o exploataci díla prostřednictvím online služby, popř. nejprve spekulují s možností prodeje dražších licencí pro jiné distribuční kanály, a jednak (b) vysoké náklady na lokalizaci a propagaci obsahu, které neodpovídají nízké poptávce místního publika po filmech z jiného členského státu EU. Mezi další důvody slabé dostupnosti evropských audiovizuálních děl v nabídce online služeb patří podle *Evropského sdružení ředitelů filmových agentur EFADs* (c) slabé povědomí spotřebitelů o dostupné legální nabídce audiovizuálních děl; (d) internetové pirátství, které odrazuje distributory od šíření děl prostřednictvím VOD portálů; (e) omezené finanční zdroje evropských poskytovatelů VOD služeb, kteří si nemohou dovolit drahé licence.[175] Účinným opatřením pro zajištění lepší dostupnosti audiovizuálních děl na online portálech je

173 Keller, Paul, Copyright Reform: A First Look at the Commission's Plans for Cultural Heritage Institutions. *Europeana Pro*. 8. 9. 2016; Keller, Paul, A Better Solution to Making Out of Commerce Works Available Online. *Europeana Pro*. 26. 9. 2016.

174 Grece, Christian, *How Do Films Circulate on VOD Services and in Cinemas in the European Union? A Comparative Analysis*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016.

175 EFADs, Position on the European Commission Proposal for a Directive on Copyright in the Digital Single Market. 22. 1. 2018.

podle sdružení EFADs zavedení kvót pro podíl evropských titulů v katalozích VOD služeb a požadavek jejich preferenční prezentace v rámci nabízeného katalogu.[176] Otázkou rovněž zůstává, jaký orgán bude zodpovědný za pomoc při jednání subjektů ze dvou odlišných členských států s odlišnou legislativou, má-li každý členský stát zřídit svůj vlastní orgán zodpovědný za poskytnutí pomoci při dosažení dohody mezi majiteli práv a majiteli služby videa na vyžádání.

e) Povinnost provozovatelů platforem pro sdílení obsahu online zajistit dodržování dohod uzavřených s majiteli práv ohledně užívání jejich děl nebo zavést opatření, která zabrání porušování práv (čl. 13)

244. Poskytovatelé služeb informační společnosti, kteří umožňují svým uživatelům uložení velkého množství děl a jejich zpřístupnění veřejnosti, mají podle tohoto návrhu povinnost přijmout ve spolupráci s nositeli práv opatření, která zajistí fungování uzavřených dohod s nositeli práv nebo která zabrání tomu, aby neautorizovaný obsah byl nadále dostupný na platformě pro sdílení obsahu online. V návrhu je jako příklad proaktivního opatření uvedena implementace technologie pro automatické rozpoznávání obsahu.[177]

245. Návrh předložený v čl. 13 patří mezi ty diskutované a kontroverzní. *Majitelé práv* ho podporují, protože si od něj slibují (a) přenesení větší míry právní odpovědnosti za uživateli nahrávaný obsah na platformy, které jsou doposud prostřednictvím ustanovení o tzv. bezpečném přístavu vyjmuty z právní odpovědnosti za přenášené informace;[178] (b) řešení problému s velkým množstvím neautorizovaného obsahu, který je v současnosti dostupný uživatelům online platforem pro sdílení obsahu a jehož odstraňování prostřednictvím mechanismu zjištění a odstranění nezákonného obsahu (*notice-takedown*) není efektivní, protože jednak nedokáže trvale zabránit jeho dalšímu nahrávání a jednak klade vysoké administrativní a finanční nároky na majitele práv při kontrole obsahu úložišť. Nejvýznamnější změnou oproti stávajícímu režimu by byl požadavek na proaktivní vyhledávání nelegálního obsahu (tedy nejenom prevence v souvislosti s nahlášenými díly).

246. *Organizace na ochranu práv spotřebitelů* a *provozovatelé hostingových platforem* naopak upozorňují na to, že navrhované opatření by zvýšilo právní nejistotu pro provozovatele platforem a mělo by řadu negativních vedlejších účinků na rozvoj digitální ekonomiky a spotřebitele: (a) Zavedení technologie pro rozpoznávání obsahu je podle nich v rozporu s čl. 15 směrnice o elektronickém obchodu, která zakazuje členským státům ukládat mimo jiné i poskytovatelům hostingových služeb obecnou povinnost dohledu nad přenášenými či ukládanými informacemi.[179] (b) Návrh podle kritiků trpí nejasným vymezením poskytovatelů služeb informační společnosti, na které by se opatření mělo vztahovat („poskytovatelé služeb informační společnosti, kteří ukládají velké množství děl a jiných předmětů ochrany nahrávaných jejich uživateli a zpřístupňují je veřejnosti"). Nezodpovězena zůstává otázka určení „velkého množství obsahu", otázka vymezení pojmu „zpřístupňování obsahu veřejnosti" a otázka, zdali se opatření vztahuje na neautorizovaný chráněný obsah nebo na veškeré autorskoprávně chráněné obsahy, tedy například i na služby jako Wikipedie.

176 Více k tomu viz návrh revize směrnice o audiovizuálních mediálních službách.

177 Viz čl. 13 odst. 1 návrhu směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu.

178 Viz čl. 14 směrnice o elektronickém obchodu.

179 Viz ustanovení o neexistenci obecné povinnosti dohledu v čl. 15 směrnice o elektronickém obchodu.

(c) Návrh ztíží začínajícím podnikatelským subjektům v oblasti služeb informační společnosti vstup na trh kvůli vysokým pořizovacím nákladům technologie pro rozpoznávání obsahu. (d) Zavedení automatických filtrů pro rozpoznávání obsahu může vést k privatizaci kontroly internetu a nadměrné blokaci obsahu ze strany poskytovatelů hostingových služeb v případě právní nejistoty či v důsledku nedostatečné rozlišovací schopnosti automatických filtrů, které nedokážou rozpoznat výjimky z autorskoprávní ochrany, jako je citace či parodie.

f) Povinnost transparentnosti a mechanismus smluvních úprav (čl. 14–16)

247. Článek 14 ukládá držitelům licencí povinnost včasně, dostatečně a přiměřeně informovat autory a výkonné umělce, kteří na ně převedli svá práva, o využívání jejich děl, vytvářených příjmech a odměnách, které jim náleží. V případě, že původně sjednaná odměna je vzhledem k výdělku z využití díla nepřiměřeně nízká, mohou tvůrci dodatečně požádat o přiměřenou odměnu (čl. 15).

248. *Evropské sdružení ředitelů filmových agentur EFADs* navrhuje, aby se povinnost informovat o rozsahu užití díla vztahovala na služby, které obsah zpřístupňují divákům (provozovatelé kin, VOD portálů, televizního vysílání), a tudíž disponují potřebnými údaji; nikoliv na prostředníky hodnotového řetězce, tj. na producenty, kteří právo na zpřístupnění audiovizuálního díla často prodávají ještě před jeho vytvořením na základě jednorázové transakce distributorovi a nedisponují údaji o objemu jeho prodeje.[180] Transparentní informace o rozsahu užívání audiovizuálních děl chybějí v současnosti především v oblasti VOD služeb.

249. Z hlediska navrhovaného mechanismu smluvních úprav (čl. 15) je důležité poznamenat, že občanský zákoník (§ 2374) obsahuje ustanovení zaručující autorům nezadatelné právo na dodatečnou přiměřenu odměnu, a to v případě, že původně sjednaná odměna za poskytnutí licence není podílová (tj. není ujednána v závislosti na výnosech z využití licence) a je natolik nízká, že je ve zřejmém nepoměru k zisku z využití licence. Toto právo je ovšem autory v praxi jen minimálně (pokud vůbec) využíváno, kromě jiného z důvodu nedostatečné informovanosti o rozsahu užití jejich děl (více k tomu viz kap. 3.2). Předložený návrh smluvní úpravy rozšiřuje oproti českým předpisům právo autorů na dodatečnou odměnu rovněž na případy, ve kterých vzniká zřejmý nepoměr mezi výnosem a původně sjednanou podílovou odměnou.

3.4.5 Návrh revize směrnice o audiovizuálních mediálních službách

250. Návrh reaguje jednak na rostoucí význam služeb nabízejících audiovizuální obsah na internetu a jednak na skutečnost, že tyto internetové služby soutěží s provozovateli televizního vysílání o stejné publikum. Jeho cílem je kromě jiného (a) zpřesnit pravidla pro identifikaci země, kde je poskytovatel služby usazen, tj. zpřesnit pravidla pro určení země původu, do jejíž regulatorní pravomoci poskytovatel služby spadá; (b) vytvořit rovné podmínky pro poskytování tradičního televizního vysílání a služeb videa na vyžádání, protože stávající směrnice uplatňuje přísnější pravidla pro podporu evropských děl pouze vůči provozovatelům televizního vysílání.

180 EFADs, A Transparent Ecosystem with Fair Remuneration for Authors and Performers. 17. 11. 2017.

251. Stávající volnější regulace služeb na vyžádání vedla jednak k odlišnému uplatnění povinnosti služeb na vyžádání podporovat evropskou tvorbu napříč členskými státy EU a jednak k velmi nízké podpoře evropské tvorby ze strany poskytovatelů služeb videa na vyžádání, kteří investovali do evropské audiovizuální tvorby pouze 1 % celkových příjmů, zatímco televizní vysílatelé 24 %.[181] Kromě toho poskytovatelé služby videa na vyžádání (především globální VOD služby z USA – Netflix, iTunes, Amazon atd.) využívají zásady země původu pro určení členského státu, do jehož pravomoci spadají, a usazují se v členských státech EU s nejméně přísnou regulací služeb na vyžádání, tj. spekulativně volí pro své usazení zemi s nejvýhodnější jurisdikcí.

252. Návrh revize směrnice o audiovizuálních mediálních službách vytváří rovnější podmínky pro podporu evropských děl: 1) ukládá poskytovatelům audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání povinnost vyhradit ve svých katalozích alespoň 20% podíl evropským dílům a zajistit dostatečné zdůraznění těchto děl (čl. 13).[182] Článek 13 rovněž umožňuje členským státům, aby stanovily finanční příspěvky na výrobu evropských děl (přímé investice do výroby či příspěvky vnitrostátním audiovizuálním fondům) nejen pro poskytovatele audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, kteří spadají do jejich pravomoci, ale také pro poskytovatele služeb, kteří mají sídlo v jiném členském státě, ale cílí (prostřednictvím reklamy, hlavního jazyka služby, obsahu či obchodního sdělení) na vnitrostátní publikum. Finanční povinnost by měla být nicméně účtována pouze ve vztahu k příjmům získaným prostřednictvím diváků v daném členském státě. Povinnost podporovat evropskou tvorbu by se neměla vztahovat na společnosti s nízkým obratem a nízkou sledovaností, aby nedošlo k narušení rozvoje trhu. Splnění těchto požadavků by rovněž nemělo být vyžadováno od služeb na vyžádání, u kterých by to bylo nepraktické či neodůvodněné (například vzhledem k jejich tematickému zaměření). V neposlední řadě jsou do rozsahu působnosti revidované směrnice zahrnuty rovněž audiovizuální služby nabízené například v rámci platformy pro sdílení videonahrávek, pokud jsou oddělitelné od hlavní činnosti poskytovatele služby – např. kanály s audiovizuálními pořady vytvořenými uživateli, na které se vztahuje redakční odpovědnost poskytovatele služby. Tyto kanály jako takové totiž představují audiovizuální mediální služby, a to navzdory tomu, že jsou nabízeny v rámci platformy pro sdílení videonahrávek bez redakční odpovědnosti.

4. ZÁVĚR

253. Popis audiovizuálního pole v ČR – včetně popisu jeho širších kulturních, obchodních, technologických a právních struktur a průmyslových či spotřebních praxí jednotlivých aktérů – tvoří východisko pro identifikaci klíčových problémů a konfliktů, kterým aktéři audiovizuálního pole čelí v kontextu digitalizace a strategie pro vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě. Identifikovanými problémy se budou zabývat v roce 2019 a 2020 analytické výzkumné zprávy výzkumného týmu pod vedením doc. Pavla Zahrádky. Předmětem výzkumu bude: (1) právní regulace smluvních vztahů mezi tvůrci a producenty audiovizuálních děl na pozadí sociologické analýzy postavení tvůrčích profesí v audiovizuálním průmyslu a analýzy ekonomických účinků autorského

181 Viz Kevin, Deirdre, *Investments in Original Content by Audiovisual Services*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2015; Fontaine, Gilles, *Trends in Linear Television Revenues*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2015.

182 V rámci trialogu mezi Komisí, Radou a Evropským parlamentem je v současnosti diskutován povinný podíl 30 % evropských děl v katalozích poskytovatelů VOD služeb.

práva (pod vedením JUDr. Ivana Davida); (2) právní regulace služeb informační společnosti typu online platforem pro sdílení obsahu, které jsou v současnosti využívány k nelegálnímu šíření autorských děl (pod vedením doc. Radima Polčáka); (3) kvantitativní sociologické šetření spotřebního chování uživatelů audiovizuálních děl v ČR (pod vedením doc. Jakuba Macka); (4) kvalitativní sociologická analýza vztahu mezi spotřebou legálně a nelegálně šířených audiovizuálních děl (pod vedením doc. Jakuba Macka); (5) význam principu teritoriality pro fungování obchodních modelů audiovizuálního průmyslu (pod vedením doc. Pavla Zahrádky); (6) právní analýza digitalizace kulturního dědictví (pod vedením doc. Radima Polčáka); (7) etická reflexe opatření, která brání spotřebitelům v online přístupu k autorskoprávně chráněným dílům na základě jejich zeměpisné polohy, resp. geoblokace (pod vedením doc. Pavla Zahrádky); (8) kulturní politika státu v oblasti audiovize z hlediska strategie pro vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě (pod vedením doc. Petra Szczepanika). Společným pojítkem těchto problémů a výzev, kterým v současnosti čelí aktéři audiovizuálního pole, je rostoucí napětí mezi technologickým vývojem a změnou spotřebitelského chování na jedné straně a ustálenou obchodní praxí a nedostatečně pružným právním prostředím na straně druhé.

5. LITERATURA

Alterwain, Alejandro, Google Books and Digitisation of Libraries: Fair Use or Extension of Copyright? *Convergence*. 2007, roč. 3, č. 2, s. 139–146.

APA, Bilance roku 2017: Český filmový průmysl v oblasti reklamy a zahraniční zakázky ztrácí konkurenceschopnost, domácí produkce dosáhla historického vrcholu. 2. 7. 2018.
Dostupné z: http://www.asociaceproducentu.cz/prispevek/40

APA, Definice činnosti producenta. 23. 10. 2009.
Dostupné z: www.asociaceproducentu.cz/files/definice-producenta.doc

BAE Systems Detica, The Six Business Models for Copyright Infringement. 27. 6. 2012.
Dostupné z: www.prsformusic.com/-/media/files/prs-for-music/research/thesixbusinessmodelsofcopyrightinfringement.pdf

BEUC, Proposal for a Regulation on Online Broadcasting: Position Paper. 3. 4. 2017.
Dostupné z: www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-032_are_beuc_position_paper_regulation_on_online_broadcasting.pdf

BFI, British High-End Television Certicifation: High-End Television Cultural Test Guidence Notes. Březen 2017.
Dostupné z: www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-british-high-end-television-certification-cultural-test-guidance-notes-2017-03.pdf

Bloore, Peter, *Re-defining the Independent Film Value Chain*. London: UK Film Council, 2009.

Brychta, Jan, Kolik je českých předplatitelů Netflixu? Filmtoro odhaduje padesát tisíc. *Lupa.cz*. 25. 4. 2018.
Dostupné z: www.lupa.cz/aktuality/kolik-je-ceskych-predplatitelu-netflixu-filmtoro-odhaduje-padesat-tisic

CEPI, Response to the Public Consultation on the Review of the EU Satellite and Cable Directive. 16. 11. 2015.
Dostupné z: http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2015-51/cepi_-_public_consultation_on_the_review_of_the_eu_satellite_and_cable__directive_12694.pdf

Communia, Leveraging Copyright in Support of Education: Communia Policy Paper on Exceptions and Limitations for Education. Leden 2016.
Dostupné z: www.communia-association.org/wp-content/uploads/2016/01/COMMUNIA-policy-paper-11_Leveraging-copyright-in-support-of-education.pdf

Communia, Joint Letter 2017: We Need a Better Copyright Reform for Education. Únor 2017.
Dostupné z: www.communia-association.org/wp-content/uploads/2017/02/170207_Better-Copyright-for-Education-Joint-Letter.pdf

Condry, Ian, Cultures of Music Piracy: An Ethnographic Comparison of the US and Japan. *International Journal of Cultural Studies*. 2004, roč. 7, č. 3, s. 343–363.

Crisp, Virginia, *Film Distribution in the Digital Age: Pirates and Professionals*. Palgrave Macmillan, 2015.

ČFK, Filmografie 2018.
Dostupné z: http://www.filmcommission.cz/en/filmography/?y=2018

ČFK, Nabitý podzim na českých lokacích. 23. 11. 2017.
Dostupné z: www.filmcommission.cz/cs/a-busy-autumn-for-czech-locations-german-series-das-boot-among-biggest-projects

ČSÚ, *Informační společnost v číslech – 2018*. Praha: ČSÚ, 2018.
Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/61601892/061004-18.pdf/5c26ca38-ec13-4aef-8fca-d30ae38291f3?version=1.1

ČSÚ, *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2018*. Praha: ČSÚ, 2018.
Dostupné z: www.czso.cz/csu/czso/vyuzivani-informacnich-a-komunikacnich-technologii-v-domacnostech-a-mezi-jednotlivci

ČT, HbbTV aplikace – Česká televize.
Dostupné z: www.ceskatelevize.cz/hbbtv

ČT, Internetová reklama.
Dostupné z: www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/internetova-reklama

ČT, Materiály projednané radou. 2012 – 2018.
Dostupné z: www.ceskatelevize.cz/rada-ct/materialy-projednane-radou

ČT, Rok 2016 byl pro Českou televizi divácky nejúspěšnějším za posledních osm let. Tiskové zprávy. 4. 1. 2017.
Dostupné z: www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=8016

ČT, Vybrané ukazatele hospodaření.
Dostupné z: www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/hospodareni-a-financni-situace/vybrane-ukazatele-hospodareni

ČT, Zákonný rámec.
Dostupné z: www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/zakonny-ramec

David, Ivan, *Filmové právo: Autorskoprávní perspektiva*. Praha: Nová beseda, 2015.

EAO, EU Gross Box Office Topped EUR 7 Billion in 2017 for Third Year Running. 2018 Press Releases. 4. 5. 2018.
Dostupné z: www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home/-/asset_publisher/9iKCxBYgiO6S/content/eu-gross-box-office-topped-eur-7-billion-in-2017-for-third-year-running?inheritRedirect=false

Earle, Sabrina, *The Battle against Geo-Blocking: The Consumer Strikes Back. Richmond Journal of Global Law and Business*. 2016, roč. 15, č. 1, s. 1–20.

EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*. Praha: Státní fond kinematografie, 2017.

EFADs, Cannes Declaration: Preserving Territoriality to Improve the Circulation of European Films and Access to European Culture. 22. 5. 2017.
Dostupné z: http://www.efads.eu/wp-content/uploads/EFADs-Cannes-Declaration.pdf

EFADs, A Transparent Ecosystem with Fair Remuneration for Authors and Performers. 17. 11. 2017.
Dostupné z: http://www.efads.eu/news/a-transparent-ecosystem-with-fair-remuneration-for-authors-and-performers.html

EFADs, Position on the European Commission Proposal for a Directive on Copyright in the Digital Single Market. 22. 1. 2018.
Dostupné z: http://www.efads.eu/common-positions/european-film-agency-directors-efads-position-on-the-european-commission-proposal-for-a-directive-on-copyright-in-the-digital-single-market.html

Eurostat, Digital Economy and Society Database, 2018.
Dostupné z: https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/database

Evropská komise, Report on the Application of Council Directive 93/83/EEC on the Coordination of Certain Rules Concerning Copyright and Rights Related to Copyright Applicable to Satellite Broadcasting and Cable Retransmission, COM (2002) 430 final. 26. 7. 2002.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52002DC0430

Evropská komise, Sdělení Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů – Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě, COM(2015) 100 final. 6. 5. 2015.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&from=CS

Finney, Angus, *International Film Business: A Market Guide Beyond Hollywood*. London: Routledge, 2010.

FNE, Country Report 2017: Czech Republic. 2018.
Dostupné z: http://filmneweurope.com/countries/czech-profile

Fontaine, Gilles, *Trends in Linear Television Revenues*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2015.
Dostupné z: https://rm.coe.int/16807835c8

Fontaine, Gilles – Grece, Christian, *Origin of Films and TV Content in VOD Catalogues in the EU & Visibility of Films on VOD Services*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016.

Frosio, Giancarlo, The Death of 'No Monitoring Obligations': A Story of Untameable Monsters. *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law*. 2017, roč. 8, č. 3, s. 199–215.

Frosio, Giancarlo, From Horizontal to Vertical: An Intermediary Liability Earthquake in Europe. *Oxford Journal of Intellectual Property Law and Practice*. 2017, roč. 12, č. 7, s. 565–575.

Grece, Christian, *How Do Films Circulate on VOD Services and in Cinemas in the European Union? A Comparative Analysis*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016.
Dostupné z: https://rm.coe.int/16807835be

Grece, Christian, *The Circulation of EU Non-national Films. A Sample Study: Cinema, Television and Transactional Video On-demand*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017.
Dostupné z: https://rm.coe.int/the-circulation-of-eu-non-national-films-cinema-tv-and-tvod/16808b35a2

Grece, Christian, *Trends in the EU SVOD Market*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017.
Dostupné z: https://rm.coe.int/trends-in-the-eu-svod-market-nov-2017/16807899ab

Grece, Christian – Jiménez Pumares, Marta, *The Origin of TV Content in VOD Catalogues – 2017 Edition*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017.
Dostupné z: https://rm.coe.int/the-origin-of-tv-content-in-vod-catalogues/168078f2b5

Griffith, Megan E., Downgraded to Netflix and Chill: Freedom of Expression and the Chilling Effect on User-Generated Content in Europe. *The Columbia Journal of European Law*. 2016, roč. 22, č. 2, s. 355–380.

Hall, Jodi, User-Generated Content on the Internet, and Intermediary Liability for the Dissemination of Unlawful Comments in the European Court of Human Rights. *Nottingham Law Journal*. 2017, roč. 26, s. 103–109.

Harhoff, Dietmar a kol., *Urheberrecht und Innovation in digitalen Märkten*. München: Max-Planck-Institut für Innovation und Wettbewerb, 2016.
Dostupné z: https://www.ip.mpg.de/de/projekte/details/urheberrecht-und-innovation-in-digitalen-maerkten.html

Holländer, Pavel, *Filosofie práva*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2006.

Honigsberg, Peter Jan, The Evolution and Revolution of Napster. *University of San Francisco Law Review*. 2002, roč. 36, č. 2, s. 473–508.

Hugenholtz, Bernt, *Extending the SatCab Model to the Internet: Study Commissioned by BEUC*. Brussels: BEUC, 2015.
Dostupné z: www.ivir.nl/publicaties/download/1822

Husovec, Martin, Zodpovednosť file-sharingovej stránky. *Revue pro právo a technologie*. 2013, roč. 4, č. 8, s. 55–59.
Dostupné z: https://journals.muni.cz/revue/article/viewFile/5012/pdf

Ibáñez Colomo, Pablo, Copyright Licensing and the EU Digital Single Market Strategy. In: Blair, R. D. – Sokol, D. (eds.). *The Cambridge Handbook of Antitrust, Intellectual Property and High Tech*. New York: Cambridge University Press, 2017, s. 339–357.

Jensen, Klaus Bruhn – Craig, Robert T. (eds.). *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. Malden, MA – Oxford, Wiley Blackwell, 2016.

Jones, Candace, Careers in Project Networks: The Case of the Film Industry. In: Arthur, M. B. – Rousseau, D. M. (eds.). *Boundaryless Career: A New Employment Principle for a New Organizational Era*. New York: Oxford University Press, 1996, s. 58–75.

KEK, Zuschaueranteile 2016 in Prozent.
Dostupné z: www.kek-online.de/fileadmin/user_upload/KEK/Medienkonzentration/Mediennutzung/Fernsehnutzung/Zuschaueranteile_2016.pdf

Keller, Paul, A Better Solution to Making Out of Commerce Works Available Online. *Europeana Pro*. 26. 9. 2016.
Dostupné z: https://pro.europeana.eu/post/a-better-solution-to-making-out-of-commerce-works-available-online#sthash.vxO2dXkF.dpuf

Keller, Paul, Copyright Reform: A First Look at the Commission's Plans for Cultural Heritage Institutions. *Europeana Pro*. 8. 9. 2016.
Dostupné z: https://pro.europeana.eu/post/copyright-reform-a-first-look-at-the-commission-s-plans-for-cultural-heritage-institutions

Kevin, Deirdre, *Investments in Original Content by Audiovisual Services*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2015.
Dostupné z: https://rm.coe.int/16807835ca

KRRIT, Rynek telewizyjny w 2017 roku. 2018.
Dostupné z: http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/program/tv/problemowe/rynek-telewizyjny-w-2017.pdf

Kyselovská, Tereza, *Vybrané otázky vlivu elektronizace na evropské mezinárodní právo soukromé a procesní (se zaměřením na princip teritoriality a pravidla pro založení mezinárodní příslušnosti soudu ve sporech vyplývajících ze smluvních závazkových vztahů)*. Brno: Masarykova univerzita, 2014.
Dostupné z: https://munispace.muni.cz/index.php/munispace/catalog/book/576

Lachaussée, Sébastien – Bougerol, Dominique, Producing and Financing Web Series in France. *L Avocat*, 15. 4. 2016.
Dostupné z: www.avocatl-en.com/single-post/2016/04/15/Producing-and-financing-web-series-in-France

Langus, Gregor – Neven, Damien – Poukens, Sophie, *Economic Analysis of the Territoriality of the Making Available Right in the EU*. Brussels: Charles River Associates, 2014.

Lobato, Ramon, Evolving Practices of Informal Distribution in Internet Television. In: Shimpach, S. (ed.). *Routledge Companion to Global Television*. London: Routledge, 2018 [v tisku].

Lupač, Petr – Chrobáková, Alena – Sládek, Jan, *Internet v České republice 2014*. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy v Praze, 2014.
Dostupné z: http://www.worldinternetproject.net/_files/_/193_report_wip_czr2014_v1.pdf

Lupač, Petr, *Za hranice digitální propasti: Nerovnost v informační společnosti*. Praha: SLON, 2015.

Macek, Jakub, *Média v pohybu: K proměně současných českých publik*. Brno: Munipress, 2015.
Dostupné z: https://is.muni.cz/repo/1332354/media_v_pohybu_ia.pdf

Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic. In: Hick, D. H. – Schmücker, R. (eds). *The Aesthetics and Ethics of Copying*. London: Bloomsbury, 2016, s. 335–358.

Macek, Jakub, Traditional and Convergent Domestic Audiences: Towards a Typology of the Transforming Czech Viewership of Films and TV Series. *Iluminace*. 2017, roč. 29, č. 2, s. 7–24.

Madison, Michael – Frischmann, Brett M. – Strandburg, Katherine J., Constructing Commons in the Cultural Environment. *Cornell Law Review*. 2010, roč. 95, č. 4, s. 657–709.

Max Planck Institute for Innovation and Competition, Position Statement on the Proposed Modernisation of European Copyright Rules: Part H – Content Circulation in Europe (COM(2016) 594). 4. 3. 2017.
Dostupné z: www.ip.mpg.de/fileadmin/ipmpg/content/stellungnahmen/MPI-Position-Statement_Part_H_594_Titel_1.pdf

Ministère de la Culture, Réforme de la taxe vidéo: un nouvel horizon pour la création et pour la diversité culturelle. 21. 9. 2017.
Dostupné z: http://www.culture.gouv.fr/Presse/Archives-Presse/Archives-Communiques-de-presse-2012-2018/Annee-2017/Reforme-de-la-taxe-video-un-nouvel-horizon-pour-la-creation-et-pour-la-diversite-culturelle

MPSV, Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020, 1. 7. 2015.
Dostupné z: https://www.mpsv.cz/files/clanky/21499/Strategie_DG.pdf

Nielsen Admosphere, Tiskové zprávy, 2018.
Dostupné z: www.nielsen-admosphere.cz/pro-media/tiskove-zpravy

Nielsen Admosphere, Share za rok 2017 (1.1.- 31.12) pro 15+ TS 0-3. 2018.
Dostupné z: www.ato.cz/vysledky/rocni-data/share/15

Nielsen Admosphere, TV Market Snapshot 2016.
Dostupné z: www.nielsentam.tv/Uploads/Hungary/res_Snapshot_2016_eng.pdf

Nobre, Teresa, Commission's Proposal on Education: The Devil Is in the Detail. *Communia*. 5. 12. 2016.
Dostupné z: www.communia-association.org/2016/12/05/commissions-proposal-education-devil-detail

Nordemann, Jan Bernd, Liability for Copyright Infringements on the Internet: Host Providers (Content Providers) – The German Approach. *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law*. 2011, roč. 2, č. 1, s. 37–50.

Nulíček, Michal, Nová evropská legislativa a její dopady na práva a povinnosti ISP. *Právní rozhledy*. 2017, roč. 25, č. 9, s. 317–321.

Nyč, Tomáš, Servery Hellspy a Hellshare nesmí vyplácet odměny za nahrávání souborů, rozhodl soud v Praze. *Právní rádce*. 26. 7. 2018.
Dostupné z: https://byznys.ihned.cz/c1-66200620-servery-hellspy-a-hellshare-nesmi-vyplacet-odmeny-za-nahravani-souboru-rozhodl-soud-v-praze

ORF, Fernsehen: Marktanteile 2016.
Dostupné z: https://der.orf.at/medienforschung/fernsehen/marktanteil/2016tvMarktanteile100.html

Ortega, Lara, How to get the Mona Lisa in Your Home Without Breaking the Law: Painting a Picture of Copyright Issues with Digitally Accessible Museum Collections. *Journal of Intellectual Property Law*. 2011, roč. 18, č. 2, s. 567–593.

Polčák, Radim, Digitisation, Cultural Institutions and Intellectual Property. *Masaryk University Journal of Law and Technology*. 2015, roč. 9, č. 2, s. 121–141.
Dostupné z: https://journals.muni.cz/mujlt/article/view/3753/4321

Polčák, Radim, *Internet a proměny práva*. Praha: Auditorium, 2012.

Polčák, Radim – Svantesson, Dan Jerker B., *Information Sovereignty*. Cheltenham: Edward Elgar, 2017.

Polčák, Radim, *Právo a evropská informační společnost*. Brno: Masarykova univerzita, 2009.

Redakce serveru Parabola.cz, Diváci jsou ochotni za televizní balíčky platit více, tvrdí průzkum. *Parabola.cz*. 13. 9. 2018.
Dostupné z: www.parabola.cz/clanky/6459/divaci-jsou-ochotni-za-televizni-balicky-platit-vice-tvrdi-pruzkum

RTVS, Výročná správa o činnosti rozhlasu a televízie Slovenska za rok 2016. Duben 2017.
Dostupné z: http://cdn.srv.rtvs.sk/a542/file/item/sk/0002/vyrocna_sprava_o_cinnosti_rtvs_za_rok_2016.MRd6.pdf

SFK, Seznam pobídkových projektů k 23. 10. 2018.
Dostupné z: https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/H/Mweb/PM/Seznam%20pob%C3%ADdkov%C3%BDch%20projekt%C5%AF%2023.10.2018.pdf

SFK, Výzva k podávání žádostí o podporu kinematografie: Distribuční projekty – práce s publikem. 2018.
Dostupné z: https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/H/Vyzvy/2018-3-3-21%20Distribu%C4%8Dn%C3%AD%20projekty/1.2018-3-3-21Distribucni-projekty-prace-s-publikem.pdf

SFK, Uzavřené výzvy. Hodnocení: Konference a výzkumné projekty v oblasti filmové vědy. 2018.
Dostupné z: https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/H/Vyzvy/6-1-5%202018/web-hodnoceni_2018-6-1-5Konference-a-vyzkum.pdf

SFK, Výsledky rozhodování rady – Internetové filmové portály v roce 2018. 20. 12. 2017.
Dostupné z: https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/H/Vysledky%20rozhodovani/web-hodnoceni-portaly2017-6-3-21.pdf

SFK, Uzavřené výzvy. Hodnocení: Digitalizace a modernizace kin v roce 2017–2018. 2018.
Dostupné z: https://fondkinematografie.cz/vysledky-rozhodovani-rady-digitalizace-a-modernizace-kin-v-roce-2017-2018.html

SPIO, Stellungnahme der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft zu den Vorschlägen der Europäischen Kommission zur Reform des europäischen Urheberrechts. 28. 10. 2016.
Dostupné z: www.spio-fsk.de/media_content/3312.pdf

Stepan, Paul, Film. In: Towse, R. – Handke, Ch. (eds.). *Handbook on the Digital Creative Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, 2013, s. 399–408.

Szczepanik, Petr a kol., *Studie vývoje českého hraného kinematografického díla*. Praha: SFK, 2015.
Dostupné z: https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie_vyvoj_hrany_final.pdf

Šámal, Pavel, *Základní zásady trestního řízení v demokratickém systému*. Praha: SEVT, 1992.

Tarkowski, Alek – Nobre, Teresa, Education and Copyright: We Were Promised an Exception But Are Offered Licenses Instead. *Communia*. 2. 9. 2016.
Dostupné z: www.communia-association.org/2016/09/02/education-and-copyright-we-were-promised-an-exception-but-are-offered-licenses-instead

UFD, Podíly distribučních společností na filmovém trhu ČR 2017.
Dostupné z: http://ufd.cz/files/article/96/marketufd1712c.xls.

Van Cleynenbreugel, Pieter, The European Commission's Geo-Blocking Proposals and the Future of EU E-Commerce Regulation. *Masaryk University Journal of Law and Technology*. 2017, roč. 11, č. 1, s. 39–62.

Van Eechoud, Mireille, *Choice of Law in Copyright and Related Rights: Alternatives to the Lex Protectionis*. Haag: Kluwer Law International, 2003.

Vašíčková, Dorota – Szczepanik, Petr, Web TV as a Public Service: The Case of Stream.cz, the East-Central European Answer to YouTube. *Media Industries*. 2018, roč. 5, č. 2, s. 69–91.

Vláda ČR, Usnesení č. 70 ke Strategii digitalizace kulturního obsahu na léta 2013–2020. 30. 1. 2013.
Dostupné z: http://emuzeum.cz/admin/files/Usneseni_vlady_CR_ze_dne_30_ledna_2013_c_70.pdf

Vyskočil, Tomáš, Netflix slaví dva roky v Česku. Má důvod? *Filmtoro.cz*. 2018.
Dostupné z: https://filmtoro.cz/blog/2-roky-netflixu-u-nas--vetsi-nabidka-ale-malo-ceske-podpory

Zahrádka, Pavel, Etika kopírování kulturních obsahů. Kvalitativní studie internetového pirátství v České republice. *Iluminace*. 2016, roč. 26, č. 3, s. 5–27.

Zahrádka, Pavel – Szczepanik, Petr, The White Elephant in the Room: Implications of the Digital Single Market Strategy for Film and Television Distribution in the Czech Republic. In: Sundara Rajan, M. (ed.). The *Cambridge Handbook of IP Law & Policy in Central & Eastern Europe*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019 [v tisku].

Právní předpisy

Směrnice Rady 93/83/EHS ze dne 27. září 1993 o koordinaci určitých předpisů týkajících se autorského práva a práv s ním souvisejících při družicovém vysílání a kabelovém přenosu.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX%3A31993L0083

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32000L0031

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/29/ES ze dne 22. května 2001 o harmonizaci určitých aspektů autorského práva a práv s ním souvisejících v informační společnosti.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32001L0029

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2003/98/ES ze dne 17. listopadu 2003 o opakovaném použití informací veřejného sektoru.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32003L0098

Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2013/37/EU ze dne 26. června 2013, kterou se mění směrnice 2003/98/ES o opakovaném použití informací veřejného sektoru.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32013L0037

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1128 ze dne 14. června 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32017R1128

Nařízení Evropské unie č. 2018/302 Evropského parlamentu a Rady ze dne 28. února 2018 o řešení neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace založených na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníků v rámci vnitřního trhu a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32018R0302

Evropská komise, Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady, kterým se stanoví pravidla pro výkon autorského práva a práv s ním souvisejících, která se použijí na některé online přenosy vysílacích organizací a další přenosy televizních a rozhlasových programů, COM(2016) 594 final.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2016:0594:FIN

Evropská komise, Návrh směrnice Evropského parlamentu a Rady o autorském právu na jednotném digitálním trhu, COM(2016) 593 final.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016PC0593

Evropská komise, Návrh směrnice Evropského parlamentu a Rady, 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, COM(2016) 287 final.
Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN

Nařízení č. 2000-1137 ze dne 24. listopadu 2000 pozměňující nařízení č. 83-4 ze dne 4. ledna 1983 o uplatňování ustanovení článku 89 francouzského zákona č. 82-652 ze dne 29. července 1982 o audiovizuální komunikaci.
Dostupné z: www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000402063&dateTexte=

Nařízení č. 2017-1364 ze dne 20. září 2017 stanovující účinnost ustanovení článku 30(III) zákona č. 2013-1279 ze dne 29. prosince 2013 pozměňující rozpočet roku 2013 a článku 56 (I) až (III) zákona č. 2016-1918 ze dne 29. prosince 2016 pozměňující rozpočet roku 2016.
Dostupné z: https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2017/9/20/MICK1721690D/jo/texte/fr

Rada Evropy, Úmluva Rady Evropy o filmové koprodukci (revidované znění), 30. 1. 2017. Dostupné z: https://rm.coe.int/168069309e

Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi.

Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským.

Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích.

Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

Zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

Zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů.

Zákon č. 270/1995 Z. z., o štátnom jazyku Slovenskej republiky.

Zákon č. 40/2015 Z. z., o audiovízii a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

II Soudní řízení a rozhodnutí

Rozhodnutí Soudního dvora EU C-275/06 Promusicae v. Telefónica de España SAU.

Rozhodnutí Soudního dvora EU C-403/08 Football Association Premier League Ltd & others v. QC Leisure & others C-429/08 Karen Murphy v. Media Protection Services Ltd.

Rozhodnutí Soudního dvora EU C-70/10 Scarlet Extended SA v. SABAM.

Rozhodnutí Soudního dvora EU C-145/10 Painer v. Standard Verlags GmbH.

Rozhodnutí Soudního dvora EU C-582/14 Patrick Breyer v. Bundesrepublik Deutschland.

Rozhodnutí Odvolacího soudu Spojených států pro devátý obvod (Ninth Circuit) A&M Records, Inc. v. Napster, Inc., 239 F.3d 1004 (2001).

Rozhodnutí BGH č. j. Az I ZR 304/01 Internet-Versteigerung (Rolex v. Ricardo.de).

Rozhodnutí BGH č. j. I ZR 35/04 Internet-Versteigerung II (Rolex v. eBay).

Rozhodnutí BGH č. j. I ZR 80/12 File-Hosting-Dienst (Rapidshare).

Nález Ústavního soudu sp. zn. I. ÚS 733/01.

Nález Ústavního soudu sp. zn. I. ÚS 2726/14.

Usnesení Nejvyššího soudu sp. zn. 8 Tdo 1189/2014.

Usnesení Nejvyššího soudu sp. zn. 3 Tdo 567/2013.

Rozhodnutí Nejvyššího soudu sp. zn. 30 Cdo 360/2015.

Rozhodnutí Nejvyššího soudu sp. zn. 30 Cdo 796/2015.

Rozhodnutí Nejvyššího soudu sp. zn. 30 Cdo 3972/2017.

Řízení u Nejvyššího soudu pod sp. zn. 30 Cdo 1280/2018.

Rozhodnutí Nejvyššího správní soudu sp. zn. 1 Afs 1/2012.

Rozsudek Městského soudu v Praze sp. zn. 66 C 9/2015.

Rozsudek Vrchního soudu v Praze sp. zn. 5 Co 103/2016.

Rozsudek Krajského soudu v Brně sp. zn. 62 Af 58/2012.

Řízení u Městského soudu v Praze pod sp. zn. 32 C 41/2014.

Řízení u Městského soudu v Praze pod sp. zn. 32 C 105/2014.

Řízení u Městského soudu v Praze pod sp. zn. 15 CM 5/2014.

Řízení u Městského soudu v Praze pod sp. zn. 15 CM 2/2013.

Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže sp. zn. S0381/2017/KD-16394/2018/853/PHA.

Editoři:
Petr Szczepanik (Univerzita Palackého v Olomouci)
Pavel Zahrádka (Univerzita Palackého v Olomouci)

Výkonná redaktorka Agnes Hausknotzová
Odpovědná redaktorka Lucie Loutocká
Jazyková redaktorka Jana Mahelová
Grafická úprava a sazba Petr Barták

Vydala Univerzita Palackého v Olomouci
Křížkovského 8, 771 47 Olomouc

1. vydání
Olomouc 2018

ISBN 978-80-244-5450-4 (online : PDF)
Neprodejné

VUP 2018/0401