

NOVÁ MÉDIA A JEJICH PRÁVNÍ REGULACE

Pojem nových médií

Internet je optimálním prostředím pro skupinovou i masovou komunikaci, která je po technické stránce jen zcela minimálně omezována prostorem a časem. Posílena je zpětná vazba a interaktivita komunikace. Omezuje se význam rozdělení rolí mezi profesionálního původce sdělení a pasivní publikum, které je pro masovou komunikaci příznačné a které masovou komunikaci odlišuje od komunikace skupinové a interpersonální.

Jedná se o proměnu, která může do budoucna být významná i pro institucionalizované hromadné sdělovací prostředky, neboť potlačování rozdílů mezi masovou a interpersonální (příp. skupinovou) komunikací může vést ke stírání rozdílů mezi novináři a jinými osobami. Již nyní lze pozorovat nejen existenci množství blogů a jiných publikačních platforem, které provozují i jednotlivci stojící zcela mimo struktury institucionalizovaných hromadných sdělovacích prostředků, ale též nárůst společenského vlivu některých z nich. Společnost se nutně musí zabývat tím, jakým způsobem se k těmto aktivitám postaví a jak je bude regulovat, zejména pokud se jedná o novinářské výsady a privilegia.²⁷²

Nová média využívají ke svému šíření digitální kód a datový přenos. Zatímco tištěná média šíří slovo a obraz a rozhlasové a televizní vysílání zvuk, resp. obraz a zvuk, šíření informací v jejich digitalizované podobě tato omezení vůbec nezná. Kombinace nul a jedniček šířená počítačovými sítěmi proto může být textem, právě tak jako obrazovým záznamem, zvukem, ale především též kombinací toho všeho. Pro tuto svou vlastnost jsou nová média někdy označována jako multimedia. Jak však poznamenává H. Levy, výstižnější by bylo hovořit o unimediích, neboť nejde o souběžnou existenci několika druhů médií (multimedialita), nýbrž o propojení prvků a postupů vlastních různým druhům médií do jedné nedílné mediální instituce (unimedium).²⁷³

²⁷² Diskusi lze vést např. o tom, zda existuje právo uživatele služby na zachování anonymity či respektování pseudonymu (nicku), pod kterým v kyberprostoru vystupuje.

²⁷³ Levy, P.: Kyberkultura. Karolinum, Praha, 2000, s. 57 a násl.

Kombinace textu, obrazu a zvuku znemožňuje prosté převedení stávajících vzorců a typologií do virtuálního světa. Ostrá hranice mezi jednotlivými mediálními službami vůbec neexistuje, nebo je potlačena. Dochází k vzájemnému kombinování a propojování textu, zvuku a obrazu, přičemž lze předpokládat, že tato tendence bude sílit tak, jak se bude zkvalitňovat připojení, resp. rozšiřovat přístup k rychlému internetu. Již nyní jsou běžnou součástí zpravodajských portálů, které dříve svou formou sváděly ke srovnávání s novinami, resp. tiskem obecně, audiovizuální sekvence. Technologie umožňuje i zařazení přímých přenosů. Médium (typicky zpravodajský portál) orientované primárně na psaný text a obrazovou dokumentaci tak v sobě může zahrnovat audiovizuální záznamy, které mohou být dokonce šířeny v reálném čase. Již z tohoto je zřejmé, že zažité dělení médií na tisk a vysílání bere pomalu za své.

Tato povaha nových médií naráží na stávající systematiku mediálního práva České republiky, která je založena na zvláštních mediálních zákonech pro jednotlivé druhy médií. Dělicí linie mezi tiskem a vysíláním je srozumitelná a akceptovaná, v on-line prostředí však, jak vidno, nepoužitelná. Digitalizace a multimédia nejenže vytvářejí zvláštní kategorii médií, ale zpětně zpochybňují též dosavadní status quo. Nebylo by totiž postačující, pokud by byla pro nová média vytvořena zvláštní kategorie a dualita by byla nahrazena trialitou, neboť šíření obrazu a zvuku prostřednictvím internetu je navenek zcela neodlišitelné od rozhlasového a televizního vysílání.

Dalším charakteristickým znakem, který si nová média přebírají z obecných vlastností internetu, je technologie hypertextu. Jedná se o mimořádně významný atribut, který zásadně ovlivňuje celkovou práci s informacemi. Noviny a časopisy jsou složeny z článků, které můžeme vnímat jako celistvé jednotky. Články mohou být tematicky uspořádány, sdruženy do rubrik, časopis má zpravidla vpředu obsah. To vše jsou informace, které čtenáři usnadňují orientaci a pohyb po stránkách novin a časopisu. Čtenář však zůstává omezen na to, co mu vydavatel nabídne, co otiskne v daném vydání. To je izolováno od předchozích i následujících čísel, jedinou možnou formou komunikace je upozornění na informace publikované v minulosti, případně jejich opětovná publikace. Bez opětovné publikace je čtenář nucen vyhledat starší vydání novin v archivu. Posluchač či divák zpravidla nemá ani takovou možnost. Posluchač a divák vysílání má sice k dispozici programovou nabídku, z níž si může vybrat, i on je však vystaven jednosměrnému toku informací, maximum jeho volby je záznam a opětovné shlédnutí pořadu.

Technologie hypertextu, která je novým médiím přístupna, tato omezení boří, neboť autor (původce sdělení) může nejen odkázat na již publikovanou informaci, ale umožní čtenáři či divákovi, aby se s touto informací přímo seznámil, k čemuž postačí kliknutí na příslušný odkaz. Čtenář článku v nových médiích nemusí nutně číst od začátku do konce, ale může se postupně proklikat nejen ke starším článkům téhož autora či vydavatele, ale též úplně mimo dané médium. Čtenář přestává touto cestou být pasivním příjemcem jemu předkládaných příběhů, ale může si do jisté míry vytvářet svůj vlastní příběh. Hypertext je tedy úzce provázán s interaktivitou.²⁷⁴

Autorovi však hypertext přináší i řadu dalších výhod. Umožňuje mu velice jednoduchým způsobem připomínat starší články (a to nejen své), které mohou být neustále aktualizovány. Vydavatel již není omezen redakční uzávěrkou, nemusí vyčkávat na další vydání či další díl seriálového pořadu. Aktualizovat je možné průběžně, obsah webových stránek se neustále mění. Informační kapacita počítačových sítí navíc umožňuje v podstatě neomezenou archivaci. Dávno zapadlá opomenutá informace uložená na neznámém serveru s minimální návštěvností může být kdykoli oživena prostřednictvím hypertextového odkazu umístěného na sledovaném zpravodajském serveru.²⁷⁵

Dalším zlomovým bodem byl vznik technologie web 2.0, která umožnila uživatelům služeb informační společnosti podílet se velmi snadno na jejich obsahu přidáváním uživatelských komentářů apod. Již před tím (před rokem 1999) existující služby²⁷⁶ získaly zcela novou dynamiku, která byla ještě umocněna masovým rozšířením rychlého internetu.

Všechny tyto vlastnosti přinášejí závažné právní problémy úzce spojené s odpovědností. Kde začíná a končí odpovědnost autora, když na své webové stránce odkáže na cizí obsah? Končí odpovědnost autora na jeho vlastním blogu, nebo umístěním odkazu na sebe přejímá odpovědnost za obsah strán-

²⁷⁴ Levy, P.: *Kyberkultura*, cit. shora, s. 53.

²⁷⁵ S tímto jevem úzce souvisí atribut, který Radim Polčák označuje za absenci zapomnění, srov. Polčák, R.: *Internet a proměny práva*, s. 335. V jiných souvislostech pak rozsudek Evropského soudu pro lidská práva ve věci *Mosley proti Spojenému království*, rozsudek ze dne 10. 5. 2011, č. stížnosti 48009/08.

²⁷⁶ V oblasti masové komunikace měly mnohdy podobu elektronických mutací tištěných deníků. K vývoji srov. Čermák, M.: *Nová média, úvod a stručná historie* in Osvaldová, B., Tejkalová, A. (eds.): *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*, zejm. s. 34 a násl.

nek, na které odkazuje (třebas i včetně obsahů, na které odkazovaná prezentace dále odkazuje?). A je možné po každém jednotlivci požadovat, aby nesl plnou odpovědnost za vlastní obsah i v případech, kdy dopady jeho sdělení jsou umocňovány tím, že na jeho materiál odkáže jiný autor, čímž razantně zvýší návštěvnost jeho prezentace?²⁷⁷

Potíže s odpovědností umocňuje anonymita internetu. Autoři jednotlivých sdělení jsou velice obtížně identifikovatelní, chtějí-li svou identitu skrýt, a proto velice obtížně postižitelní za případné protiprávní jednání. Velice závažným problémem se může stát selhávání tradičního modelu soukromoprávní odpovědnosti. Reparační princip, dle něhož je původce protiprávního jednání povinen odstranit nežádoucí důsledky svého jednání na žádost poškozeného, který je však vystaven situaci, kdy je pro něj původce protiprávního jednání reálně neidentifikovatelný nebo nepostižitelný. Takovou situaci lze hodnotit jako selhání státu, jehož úkolem je poskytovat ochranu subjektivním právům, obzvláště pak, jedná-li se dokonce o práva základní.²⁷⁸

Institucionalizace nových médií a jejich typologie

Všechny shora nastíněné otázky je možné vnímat jako prosté, byť třeba závažné, průvodní jevy spojené s rozšiřováním internetu. Nový rozměr však získávaly, jakmile internet začal být využíván jako prostředek masové komunikace, přesněji řečeno, jakmile v tomto prostředí začaly vznikat instituce podobné tradičním masovým médiím. Není přitom rozhodující, v jakém momentu byl vznik takových institucí technicky možný, nýbrž okamžik, kdy nově vzniklé a vznikající instituce nabyly odpovídající společenský vliv, který odůvodňuje jejich srovnání s tradičními hromadnými sdělovacími prostředky. Je evidentní, že již dnes je takových institucí celá řada počínaje zpravodajskými portály, přes některé blogy a streamy, konče takovými službami jako Youtube či Facebook. Jednotlivé služby se v mnoha podstatných znacích liší, používají však v zásadě shodnou technologii přenosu informací, která je navíc v ničem neodlišuje od osobních webových stránek, chatů či podnikových obchodních prezentací určených ke komunikaci se zákazníky. Jen malá

²⁷⁷Těmito otázkami se budeme podrobněji zabývat v následujících dvou kapitolách.

²⁷⁸Takto např. ESLP ve věci K. U. proti Finsku, rozsudek ze dne 2. 12. 2008, č. stížnosti 2872/02.

část uvedených služeb plní společenské funkce, jimiž jsou charakteristické hromadné sdělovací prostředky, přičemž je velice obtížné zformulovat pojmové znaky, které jednu skupinu oddělí od druhé.

Ještě obtížnější je hledání kritérií, podle nichž by bylo možné rozlišovat mezi jednotlivými druhy uvnitř takto vymezené skupiny. Jak jsme již uváděli, paralela se známým rozlišováním médií tištěných a vysílacích není zcela spolehlivá. Nabízejí se sice kritéria jiná, v souvislosti s právní regulací nových médií je však nutno si neustále klást otázku, zda se jedná o kritéria právně významná. Přes zmíněnou nespolehlivost začneme u známého dělení podle toho, jaké komunikační prostředky jsou využívány. Nejde však již o použitou technologii, nýbrž o typ sdělení, která jsou šířena, tj. zda jde o šíření psaného slova, obrazu či zvuku.

Interaktivita nových médií umožňuje dělení na média lineární a nelineární. Za lineární jsou považována média, která zachovávají jednosměrný tok komunikace od vysílače směrem k příjemci. Do této kategorie lze zařadit klasické rozhlasové a televizní vysílání. Nelineární média oproti tomu umožňují divákovi, aby si z programové nabídky (katalogu) dle své vlastní vůle vybral pořad, který chce sledovat v čase, který si sám vybere. Do této kategorie lze zařadit tzv. video na vyžádání (on-demand video).

Charakteristickým rysem mediálních služeb je jejich zaměření na obsah. V tom se redigované nelineární služby odlišují od datových úložišť a služeb typu Youtube, kde se poskytovatel služby soustředí jen na nabídnutí potřebné infrastruktury, zatímco konkrétní obsah je dodáván až samotným uživatelem.²⁷⁹ Tak, jako lze rozlišovat mezi videem na vyžádání a úložištěm typu Youtube, lze vést dělicí linii mezi redigovaným blogem (jehož součástí mohou být připojené komentáře příjemců služby) a volným diskusním fórem (chatem), jehož témata (sekce) jsou ponechána uživatelům služby.

Technické možnosti jsou v současné době takové, že jednotlivé vlastnosti se mohou v čase měnit a přestup mezi kategoriemi je dílem okamžiku. Přestože jednotlivá konkrétní média, která v prostředí internetu vznikla, vyka-

²⁷⁹ Škála takových služeb, u kterých je konečný obsah ponechán na aktivitě uživatelů služby je nesmírně pestrá. Do této kategorie můžeme řadit sociální sítě, aukční servery, slevové portály a řadu dalších služeb, jejichž nabídka se dnes a denně mění. Polčák přitom uvádí, že právě tento druh služeb, postavený na uživatelsky vytvářeného obsahu, nejlépe zajišťují funkčnost tzv. síťových efektů. Srov. Polčák, R.: *Internet a proměny práva*. Auditorium, Praha, 2012, s. 286.

zují mnohé společné znaky, takže je možné o určité kategorizaci hovořit, není reálné vytvořit důsledné třídění, nýbrž spíše ilustrativní typologii, která v kontextu této práce může sloužit spíše pro názornost. Z hlediska právního pak jednotlivé kategorie nemusejí vždy vyžadovat zvláštní zacházení. V této situaci je vytváření jakékoli typologie záležitostí mimořádně ošidnou.

S těmito výhradami může hovořit o následujících typech služeb:

1. vyhledávače,
2. datová úložiště,
3. sociální sítě,
4. zpravodajské portály,
5. video na vyžádání,
6. blogy,

Podstatná část těchto služeb (první tři skupiny) je zaměřena na vytváření infrastruktury, zatímco naplnění struktury konkrétním obsahem je ponecháno na jednotlivých uživatelích služby. Tvorba obsahu se stává silně decentralizovanou. V případě blogů přitom je na místě rozlišovat blogy provozované prostřednictvím specializovaných a k tomu určených blogovacích serverů (např. blogspot.com) a blogů, které jsou přidruženy ke zpravodajským portálům (aktualne.cz, idnes.cz). Zatímco v prvním případě provozovatel blogerského serveru působí jako poskytovatel infrastruktury určené k naplnění obsahem dodaným uživatelem služby (bloggerem), v druhém případě je situace poněkud složitější. Zpravodajský portál je totiž sám o sobě prvotně dodavatelem obsahu a vystupuje tak ve dvojí roli – ve vztahu ke svému publiku jako dodavatel obsahu, ve vztahu k individuálnímu bloggerovi jako poskytovatel infrastruktury. Složitost vztahů je pak umocněna přítomností čtenářských komentářů připojených k textu v diskusním fóru.

Je třeba zdůraznit, že poskytovatelé všech výše uvedených druhů služeb se nějakou formou podílejí na tvorbě obsahu internetu. Nejedná se tedy o typické poskytovatele služeb informační společnosti,²⁸⁰ jak je má na mysli např. zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti (dále jen ZNSIS).²⁸¹

²⁸⁰K tomu viz následující kapitolu.

²⁸¹Silně diskutováno je výjimečné postavení vyhledavačů promítající se do hodnocení odpovědnosti za jimi šířené informace, tj. výsledky vyhledávání, srov. Fialová, E.: Odpovědnost vyhledavačů za porušení práv k duševnímu vlastnictví in: Cofola 2011, the Conference Proceedings, Masarykova univerzita, Brno, 2011.

První právní reakce na vznik nových médií se odehrávaly ve znamení úvah, do jaké míry jsou aplikovatelné stávající předpisy. Těmto úvahám jistě nahrávala i skutečnost, že první aktivity tohoto druhu v mnohém připomínaly stávající formy hromadných sdělovacích prostředků. V první fázi se na internet přemístily velké deníky, které na internetu publikovaly v podstatě elektronické mutace své tištěné podoby. V druhé fázi bylo možné prostřednictvím internetu přijímat rozhlasové vysílání (webcasting). Teprve zkvalitnění připojení a tzv. rychlý internet umožnily, aby se na internet přesunulo též televizní vysílání. Popisovaný proces byl (prozatím) završen propojením a kombinací prvků psaného slova a audiovizuálních sekvencí.

Webové stránky jako periodický tisk?

Jako výrazně dobově podmíněné bychom proto měli číst i doktrinární úvahy, které se aplikovatelnosti stávajících partikulárních předpisů zabývaly. Připomeňme debatu věnovanou otázce aplikovatelnosti tiskového zákona i na „internetový tisk“, v níž bylo možné setkat se s těmito názory:

1. tiskový zákon je možné bez dalšího aplikovat i na internetová média,²⁸²
2. tiskový zákon na internetová média de lege lata aplikovat nelze, avšak de lege ferenda by to bylo vhodné a žádoucí,²⁸³
3. tiskový zákon na internetová média de lege lata aplikovat nelze a ani by to nebylo de lege ferenda vhodné.²⁸⁴

V rovině de lege ferenda se k možnosti rozšíření působnosti tiskového zákona relativně vstřícně stavěl též Černý, který poukazuje na dynamický charakter práva, když považuje za neúčelné vázat právní režim na prosté technické řešení bez přihlédnutí k technologickému vývoji.²⁸⁵

²⁸² Pouperová, O.: WWW stránky jako periodický tisk. Správní právo, roč. 2006, č. 5, s. 307 a násl., Hrádek, J.: Tiskový zákon pro Internet?, <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=89570>, přístup dne 25. 1. 2007.

²⁸³ Smejkal, V.: Internet @ §§§. Grada, Praha, 2001, s. 224.

²⁸⁴ Do této skupiny můžeme zařadit názor J. Matejky citovaný O. Pouperovou, cit. shora, a dále názory D. Hartmannové a H. Chaloupkové publikované v diskusi k citovanému příspěvku J. Hrádka na serveru itpravo.cz. Srov. též Moravec, O.: Webové stránky nejsou tiskovinou. Správní právo, roč. 2007, č. 3, s. 157 a násl.

²⁸⁵ Černý, M.: Webové prezentace na síti Internet z pohledu tiskového zákona a autorského zákona. Právo a podnikání, roč. 2003, č. 2, s. 2–3,

Důvod, proč režimu tiskového zákona není možné podrobit nová média, lze spatřovat v dikci § 3 odst. 1 tiskového zákona, který vymezuje pojem periodický tisk jako *noviny, časopisy a jiné tiskoviny vydávané pod stejným jménem, stejným obsahový, zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce*. Tiskový zákon obsahuje vlastní legální definici pojmu vydávání. Média působící v kyberprostoru nesplňují předpoklady stanovené v odst. 1 citovaného ustanovení, totiž, nejsou tiskovinou. Pojem tiskovina se zcela jednoznačně váže k technickému řešení způsobu šíření. Problematikou technologické inovace umožňující i jinou distribuci textu, než jakou představuje mechanický tisk, se zabývá M. Černý, který poukazuje především na nové technologie e-knih, tedy elektronických zařízení, která umožní zobrazit knihu v elektronickém formátu.²⁸⁶ Dnes, s odstupem téměř deseti let, bychom do této (po dlouhou dobu spíše prázdné) kategorie zřejmě mohli zařadit elektronicky šířené verze tištěných deníků distribuované majitelům tabletů či čteček.

Základním argumentem ve prospěch obecnější aplikovatelnosti tiskového zákona je zájem na jednotné právní úpravě, tj. potřeba podrobit nová média obdobnému režimu, jakým je regulována činnost médií tradičních.²⁸⁷ Tiskový zákon pak byl zvolen pro zjevnou podobnost tištěných médií a jejich webových mutací, která byla ještě podtrhována paralelní distribucí některých deníků (Idnes.cz, Lidovky.cz, Ihned.cz apod.). Tato podobnost je však spíše zdánlivá. Následující vývoj však zřetelně ukázal odlišnosti mezi tištěnými médii a jejich elektronickými mutacemi, které začaly žít vlastním životem a využívat technických možností, které jim nabízí internet. Z elektronických mutací deníků se staly významné zpravodajské portály nabízející široký komplex informačních služeb.

Čím dál více také vystupují do popředí rozdíly mezi tištěnými a novými médii. Periodický tisk je médiem v zásadě statickým. Vydavatel dodává do distribuční sítě stanovený počet výtisků a po jejich vydání nad nimi zcela ztrácí kontrolu. Zpětná vazba spočívající v reakci publika je možná vždy až v následujícím vydání. Reálně jsou přítomná (ve většině případů) maximálně dvě vydání denně. Naproti tomu obsah zpravodajského portálu je dán stavem dat na serveru. K serveru je možné přistoupit relativně neomezeně,

²⁸⁶Tamtéž.

²⁸⁷Pouperová, O.: WWW stránky jako periodický tisk, cit. shora, s. 309.

není tedy pevně stanovený náklad a není možné ani vyprodání titulu. Zpravodajský portál (či blog) je médiem dynamickým. Jeho obsah se v čase mění, co bylo na internetu včera, nemusí tam být dnes. Není proto možné (resp. smysluplné) hovořit o vydání jako samostatné a jasně definované jednotce.

V tomto směru je proto možné vést jistou paralelu mezi on-line médii a vysílacími médii. V případě archivace publikovaných materiálů je taková paralela vhodná – povaze on-line médií by více odpovídal režim obsažený v zákoně o provozování rozhlasového a televizního vysílání, tj. povinnost uchovávat po jistou dobu publikované příspěvky včetně obsahu připojených diskusních fór.²⁸⁸

Tiskový zákon v jeho současné podobě tak je na činnost médií neaplikovatelný. Technologický vývoj přitom ukazuje, že rozšíření působnosti tiskového zákona by nebylo vhodné ani v rovině *de lege ferenda*, neboť odlišnosti mezi internetovými médii a periodickým tiskem jsou značné. Zdá se, že ani praxi zvláštní režim nových médií příliš nepřekáží, neboť z právních institutů upravených v tiskovém zákoně mají pro jeho adresáty zásadní význam snad jen právo na ochranu zdroje a právo na odpověď. V případě práva na ochranu zdroje je možné uvažovat o přímé aplikaci ústavních norem, neboť právo novinářů chránit zdroje svých informací je garantováno opakující se judikaturou Evropského soudu pro lidská práva i Ústavního soudu. V případě práva na odpověď je situace poněkud složitější; tomuto tématu je věnována samostatná kapitola.

Vysílání prostřednictvím internetu

Proces technologické konvergence byl ve vztahu k televiznímu vysílání spojován především s digitalizací televizního vysílání. Myšlenka vysílání, zprvu rozhlasového, prostřednictvím internetu (webcasting) se objevuje až s nástupem rychlého internetu umožňujícího nerušený příjem zvuku a posléze i audiovizuálních sekvencí.

²⁸⁸Na rozdíl od režimu tiskového zákona, kdy institut povinného výtisku plní funkci kulturní – zachovává přístup k publikovaným materiálům i do budoucna, jde v případě vysílání o nástroj, s jehož pomocí orgán dozoru – Rada pro rozhlasové a televizní vysílání – plní svou kontrolní funkci.

V původním znění zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání bylo vysílání definováno jako *prvotní šíření původních rozhlasových a televizních programů a teletextu, určených k příjmu veřejností v kódované nebo nekódované formě, prostřednictvím zemských vysílacích rádiových zařízení (dále jen „vysílač“, kabelových systémů a družic, a to analogově i digitálně*. Toto znění, účinné do 30. 5. 2006,²⁸⁹ s šířením vysílání prostřednictvím internetu vůbec nepočítalo. Jedním z definičních znaků vysílání byl i způsob šíření *prostřednictvím zemských vysílacích rádiových zařízení*. Tento pojmový znak v případě šíření vysílání prostřednictvím internetu splněn nebyl, Nejvyšší správní soud však, s odkazem na rozhodnutí Evropského soudního dvora, dovedl, že zákon o vysílání bylo třeba vztáhnout i na vysílání prostřednictvím internetu.²⁹⁰

Nejvyšší správní soud v citovaném rozsudku odmítl i argument, že šíření vysílání prostřednictvím internetu se od klasického vysílání podstatně odlišuje tím, že, probíhá v režimu *point to point*: „... není pro charakter veřejnosti vysílání určující, zda šíření signálu probíhá systémem *point-to-point*, tedy vytvořením individuálního datového souboru, který je následně distribučním serverem odeslán na konkrétní telefonní stanici, unikátně definovanou IP adresou, anebo systémem *point-to-multipoint*. Určující je opět skutečnost, že stejný odchozí soubor dat je potenciálně přístupný všem zájemcům, nikoliv jestli je fyzicky transportován unikátním datovým tunelem či systémem *point-to-multipoint*. Podobným způsobem, tedy odesláním unikátního souboru dat, probíhá ostatně, tedy minimálně od určitého okamžiku distribuce, vysílání kabelové televize, aniž by vyvstávaly pochybnosti, zda se jedná o vysílání veřejné.“²⁹¹

Novelou č. 235/2006 Sb. bylo vysílání prostřednictvím internetu z působnosti zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání výslovně vyloučeno. Právní stav nastolený touto novelou platil až do 31. 5. 2010, kdy nabyl účinnosti zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání,

²⁸⁹Před novelou č. 235/2006 Sb.

²⁹⁰Srov., rozsudek Nejvyššího správního soudu 1 As 3/2007-83 ze dne 29. 8. 2007, rozhodnutí ESD *Mediakabel BV v. Commissariaat voor de Media* ze dne 2. 6. 2005, C-89/04, cit. dle Pouperová, O.: *Regulace médií*. Leges, Praha, 2010, s. 66. Vývoj regulace vysílání prostřednictvím internetu autorka podrobně mapuje až do současnosti, srov. s. 65–80 cit. práce.

²⁹¹Rozsudek Nejvyššího správního soudu 1 As 3/2007-83, cit. shora.

který zároveň novelizoval zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

Dle platné právní úpravy [ust. § 2 odst. 1 písm. a)] se rozhlasovým a televizním vysíláním rozumí *poskytování pořadů a dalších částí vysílání uspořádaných v rámci programu, včetně služeb přímo souvisejících s programem, provozovatelem vysílání veřejnosti prostřednictvím sítí elektronických komunikací v podobě chráněné nebo nechráněné podmíněným přístupem za účelem simultánního sledování pořadů a dalších částí vysílání*. Na základě ust. § 2 odst. 3 písm. a) je z působnosti zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání vyňato *zajišťování komunikačních služeb zaměřených na poskytování informací nebo jiných sdělení na základě individuálních požadavků*.

Dělicí linie mezi on-line televizním vysílání a audiovizuálními mediálními službami poskytovanými na vyžádání tak v současné době leží v existenci individuálního požadavku uživatele, na jehož základě je služba poskytována. Tímto požadavkem však nemůže být samotné otevření webové stránky (na níž je ke zhlédnutí prezentace), nýbrž až výběr konkrétního pořadu z nabídky poskytovatele služby.

Nelineární mediální služby

Stávající soustava mediálních zákonů byla s účinností ke dni 1. 6. 2010 doplněna zákonem č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání – dále ZAMSV). Tento předpis vytvořil novou kategorii hromadných sdělovacích prostředků – audiovizuální mediální služby na vyžádání (někdy též nelineární služby). Stejně jako zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání je zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání úzce svázán s unijní právní úpravou, kterou implementuje.²⁹² Evropská úprava byla dlouho spojena se směrnicí Rady 89/552 EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání.

Ta byla zásadním způsobem novelizována směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES ze dne 11. 12. 2007 a zároveň přejmenována na směrnici o koordinaci některých právních a správních předpisů členských

²⁹² Přesněji by bylo možná říci, že unijní úpravu překládá.

států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb ve vnitrostátním právu. Současná unijní úprava je soustředěna ve směrnici Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. 3. 2010, o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních službách). Zatímco v unijním právu je poskytování veškerých audiovizuálních mediálních služeb upraveno jedním předpisem, který rozlišuje mezi službami lineárními (televizní vysílání) a nelineárními (audiovizuální mediální služby na vyžádání), český zákonodárce při implementaci směrnice přistoupil k přijetí nového zvláštního zákona a současné novelizaci stávajícího zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

Věcná působnost zákona č. 132/2010 Sb. je vymezena v ust. § 2, který zavádí jednotlivé pojmy, které zákon používá. Audiovizuální službou na vyžádání se dle ust. § 2 odst. 1 písm. a) rozumí *služba 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.*

Ustanovení § 2 odst.2 pak stanoví, že za audiovizuální službu na vyžádání se nepovažuje:

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

Zákonodárce tak kombinuje metodu pozitivního a negativního výčtu, přičemž kombinuje kritéria technická, obsahová i funkční. Za pojmové znaky audiovizuální mediální služby na vyžádání ve smyslu ZAMSV můžeme tedy považovat následující:

- jedná se o službu informační společnosti ve smyslu zákona č. 480/2004 Sb.

- redakční odpovědnost poskytovatele,
- zaměřenost na poskytování pořadů,
- obsahová zaměřenost pořadů na informování, zábavy nebo vzdělávání uživatelů,
- sledování pořadů na individuální žádost uživatele v okamžiku zvoleném uživatelem,
- existence katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem,
- hospodářská povaha činnosti poskytovatele,
- určení k příjmu veřejností.

Poskytování audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání je per definitionem spjato s poskytováním pořadů. Pořadem je dle ust. § 2 odst. 1 písm. b) ZAMSV *pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která představuje jednotlivou položku katalogu pořadů a jejíž podoba a obsah jsou srovnatelné s podobou a obsahem televizního vysílání, zejména celovečerní film, záznam sportovní události, situační komedie, dokumentární pořad, pořad pro děti nebo původní televizní hra. Za pořad proto nemůže být považována jakákoli kombinace textu, obrazu a zvuku, neboť v takovém případě by se nejednalo o pohyblivou obrazovou sekvenci.* Mimo působnost ZAMSV se tak ocitají nejen běžné webové stránky, ale i blogy a zpravodajské portály, které poskytují především text v kombinaci s fotografiemi.

Posuzování informačních služeb, které kombinují jednotlivé formy komunikace tak, že poskytují především text a fotografie a pouze doplňkově a okrajově též audiovizuální sekvence, je však velice zrádné, neboť povaha kyberprostoru umožňuje neustálé proměňování míry zastoupení textového a audiovizuálního prvku. I média, která za běžných podmínek nemohou být považována za audiovizuální mediální služby, se těmito službám mohou velice snadno, byť třeba jen dočasně, přiblížit či s těmito službami alespoň soutěžit.

Klíčovým pojmovým znakem audiovizuální mediální služby na vyžádání je existence katalogu pořadů sestaveného dopředu poskytovatelem služby a s tím spojená redakční odpovědnost poskytovatele. Nabídka pořadů (videí přístupných ke zhlédnutí) tak není výsledkem nahodilých příspěvků samotných uživatelů služby, nýbrž cílevědomé a zaměřené redakční práce poskytovatele.

Sestavování katalogu pořadů je svou povahou srovnatelné s redakční prací vydavatele periodického tisku nebo sestavováním programové nabídky provozovatele rozhlasového a televizního vysílání. Poskytovatel audiovizu-

ální mediální služby na vyžádání je při této činnosti veden v zásadě stejnými motivy a kritérii jako jiní provozovatelé hromadných sdělovacích prostředků, tj. snaží se katalog pořadů sestavit tak, aby v reflektoval očekávání příjemců služby a získal jejich pozornost. Nemusí se přitom nutně jednat o podbízení se uživateli, neboť jedním z možných očekávání příjemců služby je i zájem získat prostřednictvím služby informace o věcech veřejného zájmu. Právě editor-skou činností a s ní spojenou redakční odpovědností je proto možné považovat za jeden z klíčových pojmových znaků nejen audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, ale i hromadných sdělovacích prostředků vůbec. Ve shodě s tím definuje ZAMSV redakční odpovědnost jako *výkon rozhodujícího vlivu na výběr pořadů a jejich uspořádání v katalogu pořadů*.

Toto kritérium vylučuje aplikaci ZAMSV na informační služby, jejichž poskytovatel neaspiruje na zaměřené sestavování programové nabídky. Služby tohoto druhu (mezi něž patří třeba Youtube) spočívají v tom, že jejich poskytovatel nabídne potřebnou infrastrukturu (volné místo pro uložení data, vyhledávač apod.), sám však přímo neposkytuje vlastní obsah. Ten je dodáván samotnými uživateli služby.

ZAMSV výslovně předpokládá zaměření pořadů na informování, zábavu nebo vzdělávání. Jednotlivé účely jsou vymezeny natolik obecně, že umožňují velice širokou interpretaci, která umožní podřadit v podstatě veškeré informace, které takto mohou být nabízeny. Do budoucna se jako diskusní jeví především otázka, zda mohou být za audiovizuální mediální služby na vyžádání považovány i marketingové služby, kterými podnikající subjekty představují svým potenciálním zákazníkům své produkty. Jistě by bylo možné argumentovat, že i tyto služby slouží k informování veřejnosti o aktuální nabídce poskytovatele, jedná se však zřejmě o jiný druh informování, nežli má na mysli ust. § 2 odst. 1 písm. a) ZAMS. Pokud by totiž pojem informování byl chápán a používán v nejširším slova smyslu (tj. jakýkoli přenos informace), jednalo by se o kritérium zcela nadbytečné, neboť poskytování audiovizuálních služeb je samo o sobě založeno na výměně informací. Pojem informování veřejnosti by proto měl být chápán jako poskytování informací o věcech veřejného zájmu. Lze tedy usuzovat, že komerční nabídky, byť by byly zákazníkům prezentovány formou pořadů, nepodléhají právní úpravě ZAMSV.

Od běžného televizního vysílání se audiovizuální mediální služby na vyžádání odlišují tím, že uživateli umožňují, aby si z programové nabídky

vybral pořad, který zhlédne v okamžiku dle vlastního výběru. Zatímco vysílání je lineární službou (provozovatel vysílá a divák může přijímat to, provozovatel vysílá v daném čase) směřující od jediného vysílatele k celému okruhu diváků (point to multipoint), poskytování audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání probíhá podle vzorce *point to point*; uživatel služby svým individuálním požadavkem otevře datový tok, který určen pouze jemu.

Stávající koncepce odlišení audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání od televizního vysílání již nepoužívá technické kritérium, dle kterého byl v minulosti rozhodující způsob přenosu signálu (elektromagnetické vlnění vers. datový přenos), čímž vyhovuje požadavkům technologické neutrality. Tato změna nachází svůj odraz i v regulaci televizního vysílání. To již není omezeno jen na klasické terestrické, příp. satelitní vysílání, ale zahrnuje i vysílání prostřednictvím internetu.

Dle ust. § 2 odst. 2 písm. a) nejsou za audiovizuální mediální služby na vyžádání považovány služby, které nemají povahu činnosti především hospodářské nebo které nesoutěží s televizním vysíláním. Zatímco vydávání periodického tisku není pojmově spojeno s podnikatelskou činností, která je vykonávána za účelem dosažení zisku, regulaci ZAMSV podléhají pouze činnosti podnikatelského charakteru. Působnost ZAMSV dále zužuje podmínka existence soutěže s televizním vysíláním.