

Kde sú hranice regulácie audiovizuálneho obsahu na internete?

JUDr. Tomáš Klinka



8. marca 2023

EU smršť digitálnych regulácií

...

Data Act (2023?), DSA (2022), DMA (2022), NIS2 (2022)
SGD (2019), DCD (2019), Omnibus Directive (2019)
GDPR (2018), AVMSD (rev. 2018)

EU smršť digitálnych regulácií

...

Data Act (2023?), DSA (2022), DMA (2022), NIS2 (2022)
SGD (2019), DCD (2019), Omnibus Directive (2019)
GDPR (2018), AVMSD (rev. 2018)

I) paleta verejných záujmov (policy vs. politics)

EU smršť digitálnych regulácií

...

Data Act (2023?), DSA (2022), DMA (2022), NIS2 (2022)
SGD (2019), DCD (2019), Omnibus Directive (2019)
GDPR (2018), AVMSD (rev. 2018)

I) paleta verejných záujmov (policy vs. politics)

2) používateľ vs. poskytovateľ

EU smršť digitálnych regulácií

...

Data Act (2023?), DSA (2022), DMA (2022), NIS2 (2022)
SGD (2019), DCD (2019), Omnibus Directive (2019)
GDPR (2018), AVMSD (rev. 2018)

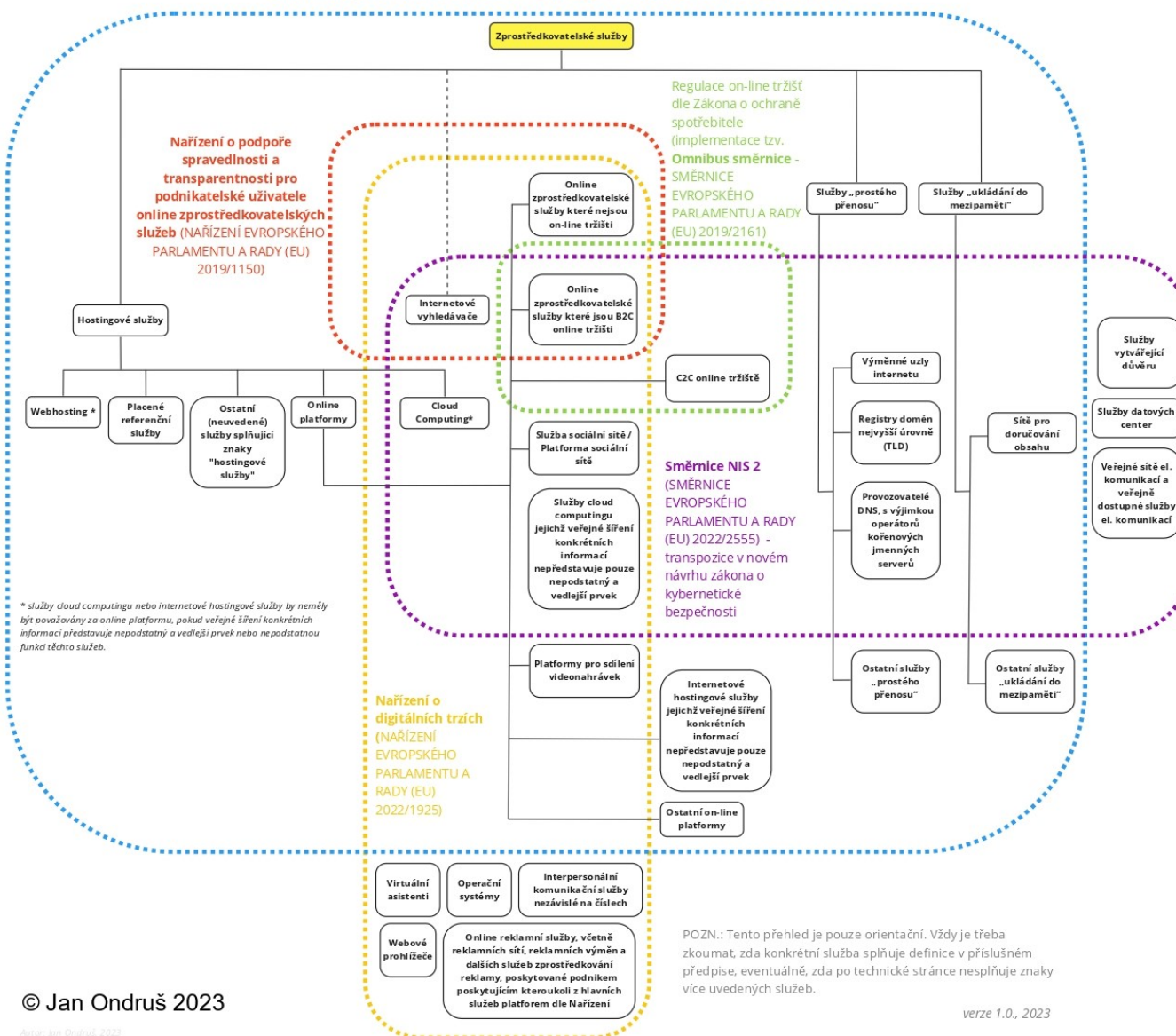
I) paleta verejných záujmov (policy vs. politics)

2) používateľ vs. poskytovateľ

3) kde sú hranice?

Kde sú hranice regulácie audiovizuálneho obsahu na internete?

Nařízení o digitálních službách (NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY (EU) 2022/2065)



© Jan Ondruš 2023

Autorka: Jan Ondruš, 2023

- audiovizuálne mediálne služby (AVMS)
 - zákon č. 264/2022 Z. z. o AVMS
 - smernica 2010/13/EU o AVMS
 - čo je služba?
 - čo je AVMS?
 - čo je AVMS na požiadanie?
 - čo je „primárne hospodárska povaha“?
- mám video kanál na YouTube, Facebook Watch, TikTok, Instagram a pod.
 - používateľ vs. poskytovateľ
 - povinnosti poskytovateľa AVMS

Smernica o AVMS (čl. 1)	Zákon o AVMS (§ 26)
a) „audiovizuálna mediálna služba“ je: i) služba, ako ju vymedzujú články 56 a 57 Zmluvy o fungovaní Európskej únie, za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ mediálnej služby a ktorej hlavným účelom je poskytovanie programov s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť elektronickými komunikačnými sieťami v zmysle článku 2 písm. a) smernice 2002/21/ES. Takéto audiovizuálne mediálne služby sú televízne vysielanie, ako ho vymedzuje písmeno e) tohto odseku, alebo audiovizuálna mediálna služba na požiadanie v zmysle písmena g) tohto odseku; ii) audiovizuálny komerčný oznam; b) „program“ je súbor pohybujúcich sa obrazov so zvukom alebo bez zvuku predstavujúci samostatnú položku v rámci programovej skladby alebo katalógu, ktorý zostavil poskytovateľ mediálnej služby a ktorého forma a obsah sú porovnateľné s formou a obsahom televízneho vysielania. Príklady programov zahŕňajú kinematografické dlhometrážne filmy, športové podujatia, situačné komédie, dokumentárne filmy, detské programy a pôvodné televízne hry;	(1) Audiovizuálna mediálna služba na požiadanie je služba, a) ktorá je primárne hospodárskej povahy, b) ktorej základným účelom alebo základným účelom jej oddeliteľnej časti je umožniť sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil, c) ktorá je poskytovaná na osobitnú žiadosť užívateľa na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, d) za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, e) ktorá je poskytovaná prostredníctvom siete a f) ktorá je poskytovaná s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

Smernica o AVMS (čl. 1)	Zákon o AVMS (§ 26)
h) „audiovizuálne komerčné oznamy“ sú obrazy so zvukom alebo bez zvuku, ktoré sú určené na priame alebo nepriame propagovanie tovaru, služieb alebo dobrého mena fyzickej alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť. Takéto obrazy sprevádzajú alebo sú zahrnuté do programu za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie. Formy audiovizuálneho komerčného oznamu zahŕňajú okrem iného televíznu reklamu, sponzorovanie, telenákup a umiestňovanie produktov; g) „audiovizuálna mediálna služba na požiadanie“ (t. j. nelineárna audiovizuálna mediálna služba) je audiovizuálna mediálna služba poskytovaná poskytovateľom mediálnej služby na sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil, a na jeho osobitnú žiadosť na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom mediálnej služby;	(1) Audiovizuálna mediálna služba na požiadanie je služba, a) ktorá je primárne hospodárskej povahy, b) ktorej základným účelom alebo základným účelom jej oddeliteľnej časti je umožniť sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil, c) ktorá je poskytovaná na osobitnú žiadosť užívateľa na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, d) za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, e) ktorá je poskytovaná prostredníctvom siete a f) ktorá je poskytovaná s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

Článok 56 ZFEÚ

V rámci nasledujúcich ustanovení sú **zakázané obmedzenia slobody poskytovať služby v Únii vo vzťahu k štátnym príslušníkom členských štátov, ktorí sa usadili v niektorom inom členskom štáte ako príjemca služieb**. Európsky parlament a Rada môžu v súlade s riadnym legislatívnym postupom rozšíriť platnosť týchto ustanovení aj pre štátnych príslušníkov tretích štátov, ktorí poskytujú služby a sú usadení v rámci Únie.

Článok 57 ZFEÚ

V zmysle zmlúv sa **za služby považujú plnenia, ktoré sa bežne poskytujú za odplatu, pokiaľ ich neupravujú ustanovenia o voľnom pohybe tovaru, kapitálu a osôb**. Služby zahŕňajú najmä: a) činnosti priemyselnej povahy; b) činnosti obchodnej povahy; c) činnosti remeselnej povahy; d) činnosti v oblasti slobodných povolání. Bez toho, aby boli dotknuté ustanovenia kapitoly o práve usadiť sa, poskytovateľ služieb môže dočasne vykonávať svoju činnosť v členskom štáte, v ktorom sa služba poskytuje za rovnakých

(1) **Audiovizuálna mediálna služba** na požiadanie je služba,
a) ktorá je **primárne hospodárskej povahy**,
b) ktorej základným účelom alebo základným účelom jej oddeliteľnej časti je umožniť sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil,
c) ktorá je poskytovaná na osobitnú žiadosť užívateľa na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie,
d) za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie,
e) ktorá je poskytovaná prostredníctvom siete a
f) ktorá je poskytovaná s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

Smernica o AVMS (recitál 21)	Zákon o AVMS (§ 26)
(21) Na účely tejto smernice by definícia audiovizuálnych mediálnych služieb mala zahŕňať iba audiovizuálne mediálne služby, či už televízne vysielanie, alebo audiovizuálne mediálne služby na požiadanie, ktoré sú masmediálne, t. j. určené na prijímanie, a ktoré by mohli ovplyvňovať významnú časť širokej verejnosti. Jej rozsah by sa mal obmedziť na služby, ako ich definuje Zmluva o fungovaní Európskej únie, a preto by sa mal vzťahovať na všetky formy hospodárskych činností vrátane výkonov verejnej služby, ale nemal by sa vzťahovať na činnosti, ktoré sú pôvodne nehospodárske a ktoré nekonkurujú televíznemu vysielaniu, ako napr. súkromné internetové stránky a služby pozostávajúce z poskytovania a šírenia audiovizuálneho obsahu vyrobeného užívateľmi na účely spoločného používania a výmeny v rámci záujmových spoločenstiev.	(1) Audiovizuálna mediálna služba na požiadanie je služba, a) ktorá je primárne hospodárskej povahy, b) ktorej základným účelom alebo základným účelom jej oddeliteľnej časti je umožniť sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil, c) ktorá je poskytovaná na osobitnú žiadosť užívateľa na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, d) za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, e) ktorá je poskytovaná prostredníctvom siete a f) ktorá je poskytovaná s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

Smernica o AVMS (recitál 22)	Zákon o AVMS (§ 26)
(22) Na účely tejto smernice by definícia audiovizuálnych mediálnych služieb mala zahŕňať masovokomunikačné prostriedky v ich funkcii informovať, zabávať a vzdelávať širokú verejnosť a mala by zahŕňať audiovizuálny komerčný oznam, ale nemala by zahŕňať žiadnu formu súkromnej korešpondencie, napríklad e-maily odosielané obmedzenému počtu adresátov. Táto definícia by sa nemala vzťahovať ani na všetky služby, ktorých hlavný účel nie je poskytovanie programov, čiže také, kde audiovizuálny obsah je len vedľajším doplnkom služby a nie jej hlavným účelom. Príkladmi sú internetové stránky, ktoré obsahujú audiovizuálne prvky slúžiace len na doplnenie; sú to napríklad animované grafické prvky, krátke reklamné spoty alebo informácie týkajúce sa nejakého produktu či neaudiovizuálnej služby. Z týchto dôvodov by mali byť z rozsahu tejto smernice vylúčené hazardné hry s vkladmi predstavujúcimi peňažnú sumu vrátane lotérií, stávk a iných foriem stávkových služieb, ako aj hry online a vyhľadávacie systémy, nie však vysielania venované stávkovým alebo hazardným hrám.	(1) Audiovizuálna mediálna služba na požiadanie je služba, a) ktorá je primárne hospodárskej povahy, b) ktorej základným účelom alebo základným účelom jej oddeliteľnej časti je umožniť sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil, c) ktorá je poskytovaná na osobitnú žiadosť užívateľa na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, d) za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, e) ktorá je poskytovaná prostredníctvom siete a f) ktorá je poskytovaná s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

Smernica o AVMS (recitál 23)	Zákon o AVMS (§ 26)
(23) Na účely tejto smernice by sa pojem „audiovizuálny“ mal vzťahovať na pohybujúce sa obrazy so zvukom alebo bez zvuku, takže zahŕňa nemé filmy, ale nevzťahuje sa na zvukové prenosy alebo rozhlasové služby. Zatiaľ čo hlavným účelom audiovizuálnej mediálnej služby je poskytovanie programov, definícia takejto služby by mala zahŕňať aj textový obsah, ktorý takéto programy sprevádza, ako napríklad titulkovanie alebo elektronické prehľady programov. Samostatné služby textového obsahu by nemali patriť do rozsahu pôsobnosti tejto smernice, čo by nemalo ovplyvňovať možnosť členských štátov regulovať ich na vnútroštátnej úrovni v súlade so Zmluvou o fungovaní Európskej únie.	(1) Audiovizuálna mediálna služba na požiadanie je služba, a) ktorá je primárne hospodárskej povahy, b) ktorej základným účelom alebo základným účelom jej oddeliteľnej časti je umožniť sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil, c) ktorá je poskytovaná na osobitnú žiadosť užívateľa na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, d) za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, e) ktorá je poskytovaná prostredníctvom siete a f) ktorá je poskytovaná s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

Smernica o AVMS (recitál 24)	Zákon o AVMS (§ 26)
(24) Pre audiovizuálne mediálne služby na požiadanie je charakteristické, že sa „podobajú televízii“, t. j., že sa uchádzajú o tých istých divákov ako televízne vysielanie a povaha a spôsob prístupu k týmto službám vedú užívateľa odôvodnene k očakávaniu regulačnej ochrany v rámci rozsahu pôsobnosti tejto smernice. V tomto zmysle by sa pojem program mal vykladať dynamicky a mal by zohľadňovať vývoj v oblasti televízneho vysielania, aby sa predišlo rozdielom v súvislosti s voľným pohybom a hospodárskou súťažou.	(1) Audiovizuálna mediálna služba na požiadanie je služba, a) ktorá je primárne hospodárskej povahy, b) ktorej základným účelom alebo základným účelom jej oddeliteľnej časti je umožniť sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil, c) ktorá je poskytovaná na osobitnú žiadosť užívateľa na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, d) za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, e) ktorá je poskytovaná prostredníctvom siete a f) ktorá je poskytovaná s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

Typická AVMS na požiadanie

napr. Netflix alebo Voyo

U nich sú jednoznačne splnené zákonné definície „on-demand“
AVMS, resp. „video-on-demand“

„VOD“: divák (užívateľ) si sám zvolí z katalógu programov ten
program, ktorý chce sledovať a na jeho osobitnú žiadosť ho môže
sledovať kedykoľvek

V porovnaní s tým napr. obyčajný YouTube firemný kanál s výlučne prezentačným alebo inštruktážnym firemným obsahom sa jednoducho nemôže kvalifikovať ako služba, teda nemôže ísť o AVMS.

Firma na svojom kanáli nevytvára žiadny katalóg programov, neexistuje tu priamy vzťah s divákom (užívateľom), ktorý by o sledovanie videa osobitne požiadal („on demand“).

Firma, ako užívateľ platformy na zdieľanie videí YouTube, zverejňuje svoje videá na svojom kanáli, čo však automaticky neznamená, že tieto videá vytvárajú katalóg programov.

Kde sú hranice regulácie audiovizuálneho obsahu na internete?

Q&A Rady pre mediálne služby

<https://www.rpms.sk/najcastejsie-otazky-k-poskytovaniu-avms-na-platformach-na-zdielanie-videi>

„2. Čo je audiovizuálna mediálna služba na požiadanie?

... Hospodárskou povahou služby sa nemyslí len samotná monetizácia kanálu v zmysle podmienok platformy. Obchodnými úmyslami poskytovateľa AVMS môže byť napr. aj to, že videá zverejňuje s cieľom priamej alebo nepriamej propagácie svojich platených aktivít či umiestňovaním reklamy v rámci videa.“

„I6. Mám kanál na YouTube a Facebooku a používam ho výhradne na propagáciu služieb, ktoré poskytujem (napr. fotograf, kameraman) resp. tovarov, ktoré vyrábam, predávam a pod. Mám voči Rade nejaké povinnosti?

S najväčšou pravdepodobnosťou ide o AVSM, keďže váš videokanál má primárne hospodársku povahu a jeho obsahom informujete širokú verejnosť o službách, ktoré poskytujete, preto máte povinnosť žiadať Radu o udelenie autorizácie poskytovania (P0) alebo si splniť oznamovaciu povinnosť (F0). Pre podrobnosti pozri bod 2.“

Rozsudok Súdneho dvora EÚ
z 2I. februára 20I8
vo veci C-I32/I7
Peugeot Deutschland

<https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=I99509&pageIndex=0&doclang=sk&mode=lst&dir=&occ=first&part=I&cid=I759I6>

I8. Svojou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta, či sa má článok I ods. I, písm. a) smernice 2010/13 vykladať v tom zmysle, že vymedzenie pojmu „audiovizuálna mediálna služba“ sa vzťahuje na videokanál, ako je ten, o ktorý ide vo veci samej, na ktorom môžu používatelia internetu sledovať krátke propagačné videá modelov nových osobných automobilov, alebo na niektoré z týchto videí posudzované samostatne.

2I. 0 kanáli s propagačnými videami na internetovej službe YouTube, ako je ten, ktorý je predmetom sporu vo veci samej, by sa však nemalo usudzovať, že jeho hlavným cieľom je poskytovanie programov s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

22. Bez toho, aby bolo potrebné určiť, či propagačné video predstavuje program, ako je uvedený v článku I ods. I písm. a) bode i) smernice 2010/I3 a vymedzený v tom istom odseku I písm. b), je totiž potrebné konštatovať, že cieľom takéhoto videa je propagovať predstavované výrobky alebo služby na čisto komerčné účely.

23. V tejto súvislosti platí, že pokiaľ môže propagačné video informovať, zabávať alebo vzdelávať divákov, ako to tvrdí Peugeot Deutschland, je to jedine v rámci dosiahnutia propagačného cieľa dotknutého videa a ako prostriedok na dosiahnutie tohto cieľa.

24. Preto aj keby sa predpokladalo, že kanál s propagačnými videami na YouTube by mohol spĺňať ostatné kritériá a charakteristiky audiovizuálnej mediálnej služby uvedené v článku I ods. I písm. a) bode i) smernice 2010/I3, jeho propagačný cieľ postačuje na jeho vylúčenie z pôsobnosti tohto ustanovenia.

27. V druhom rade platí, že audiovizuálna mediálna služba uvedená v článku I ods. I písm. a) bode ii) smernice 2010/I3 spočíva v „audiovizuálnych komerčných oznamoch“. Tieto oznamy sú vymedzené v uvedenom odseku pod písm. h)

28. Video, ako je to, o ktoré ide vo veci samej, by sa však nemalo považovať za sprevádzajúce program alebo zahrnuté do programu za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie. Pokiaľ totiž videokanál, ako je ten, ktorý má Peugeot Deutschland, obsahuje iba videá, ako je to, o ktoré ide vo veci samej, ktoré sú individuálnymi a voči sebe samostatnými prvkami, nemožno úspešne tvrdiť, že uvedené video sprevádza „program“ alebo je doňho zahrnuté, v zmysle článku I ods. I písm. h) smernice 2010/I3.

29. Okrem toho tvrdenie spoločnosti Peugeot Deutschland, že obrazy sledujúce reklamné účely sa nachádzajú na začiatku a na konci videa, o ktoré ide vo veci samej, a z tohto dôvodu sprevádzajú toto video alebo sú zahrnuté do tohto videa, ktoré predstavuje program, nemôže uspieť.

30. Nemožno sa totiž domnievať, že normotvorca Únie tým, že použil výraz „sprevádzať“ a „zahrnúť“, vzhľadom na ich obvyklý význam, by sa chcel zamerať na jednotlivé obrazy, ktoré sú súčasťou programu, či dokonca tvoria jeho hlavnú časť. Video, ako je to, o ktoré ide vo veci samej, má ako celok propagačnú povahu a bolo by neprirodzené tvrdiť, že jedine obrazy nachádzajúce sa na jeho začiatku a konci sledujú reklamné ciele.

3I. Z toho vyplýva, že vzhľadom na spresnenie, že audiovizuálny komerčný oznam, ako je vymedzený v článku I ods. I písm. h) smernice 2010/13, spočíva v obrazoch, ktoré sprevádzajú program alebo sú zahrnuté do programu, propagačné video, ako je to, o ktoré ide vo veci samej, je vylúčené z pôsobnosti článku I ods. I písm. a) bodu ii) tejto smernice.

Kde sú hranice regulácie audiovizuálneho obsahu na internete?

Rozsudok Súdneho dvora EÚ
z 21. februára 2018
vo veci C-132/17
Peugeot Deutschland

Odpoveď na prejudiciálnu otázku

Článok I ods. I písm. a) smernice Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) sa má vykladať v tom zmysle, že vymedzenie pojmu „audiovizuálna mediálna služba“ sa nevzťahuje na videokanál, ako je ten, o ktorý ide vo veci samej, na ktorom môžu používatelia internetu sledovať krátke propagačné videá modelov nových osobných automobilov, ani na niektoré z týchto videí posudzované samostatne.

Kde sú hranice regulácie audiovizuálneho obsahu na internete?

Ďakujem za pozornosť

tklinka@bch.sk