

INTERPRETÁCIA JEDNOTLIVÝCH DEFINIČNÝCH KRITÉRIÍ AUDIOVIZUÁLNEJ MEDIÁLNEJ SLUŽBY NA POŽIADANIE

UPOZORNENIE: Nižšie uvedený text nie je právne záväzný. Text vychádza z rozhodovacej praxe Rady pre mediálne služby a má len informačný charakter.

(podľa § 26 ods. 1 písm. a) až f) zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej ako „ZMS“) a judikatúry¹):

1.1 Služba má alebo bude mať pre poskytovateľa primárne hospodársku povahu

Základným predpokladom pre naplnenie uvedeného znaku audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie (ďalej aj ako „AVMS“) je jej poskytovanie s cieľom nadobudnutia príjmu zo služby samej. Príjmom môžu byť peniaze, ale aj rôzne benefity, napr. spotrebné tovary, ktoré poskytovateľ inkasuje od tretej osoby za propagáciu týchto tovarov. Rovnako je dôležité uviesť, že samotná protihodnota nemusí byť poskytnutá osobou, ktorá službu prijíma (sledovateľom videí).

Poskytovaním služieb za odplatu sa považuje akákoľvek forma protihodnoty – teda aj príjem z darov, predplatného či iných komerčných spoluprác. Odplata nemusí byť finančná; môže mať aj nepeňažnú formu, napríklad barter (poskytnutie produktu alebo služby výmenou za propagáciu). Podstatné je, že existuje prepojenie medzi poskytovaním obsahu a získavaním protihodnoty, a že takáto činnosť nie je len okrajová, ale má ekonomický význam pre poskytovateľa.

Najčastejšie indikátory primárne hospodárskej povahy sú:

- **poplatok za poskytovanie služby** – poskytovanie videí. Obsah služby je sprístupnený používateľovi až po zaplatení jednorazového poplatku alebo po úhrade určitej formy predplatného služby (napr. predplatné ku kanálu na YouTube),
- umiestňovanie **reklamy** v rámci služby. Reklama môže byť umiestnená priamo vo videu (na jeho začiatku alebo kedykoľvek počas jeho priebehu), ale aj kdekoľvek v rámci služby (napr. reklamné bannery po stranách webovej stránky, ktoré nie sú súčasťou videí). Prítomnosť reklamy vo videu nemusí sama o sebe preukazovať primárne hospodársku povahu služby. Poskytovateľ platformy na zdieľanie videí totižto v niektorých prípadoch umiestňuje reklamy do videí aj bez vedomia poskytovateľa služby. Dôležitý je preto úmysel poskytovateľa generovať z reklamy príjem, ktorý prejaví monetizáciou svojho kanálu,
- rôzne typy komerčných spoluprác medzi poskytovateľom služby a treťou osobou (**umiestňovanie produktov, sponzorovanie**),
- v rámci obsahu služby sú umiestnené osobitné odkazy na webové stránky (e-shopy) tretích osôb, s cieľom ich propagácie. Ide o tzv. **affiliate marketing**,

¹ Bližšie pozri rozsudok Súdneho dvora Európskej únie vo veci C-132/17, *Peugeot Deutschland GmbH* z 21. februára 2018, ECLI:EU:C:2018:85.

- možnosť **priameho poskytnutia dobrovoľného finančného príspevku**, napr. poukázaním na bankový účet poskytovateľa služby, uvedeného v popise kanála, ale aj napr. priamo prostredníctvom platformy na zdieľanie videí (prostredníctvom Youtube, Patreon, HeroHero),

- príjem z **predaja propagačných produktov, tzv. merchandise**, ktoré obsahujú značku poskytovateľa služby. Platformy na zdieľanie videí umožňujú poskytovateľom služieb umiestniť si v rámci svojho účtu odkazy na webové stránky (e-shopy) poskytovateľov, vďaka ktorým má užívateľ jednoduchší prístup k týmto webovým stránkam,

- rôzne formy **virtuálnych darčiekov**. Napríklad na platforme na zdieľanie videí TikTok je možné za vlastné prostriedky nakúpiť mince „coins“, ktoré sú virtuálnymi položkami, a ktoré možno využívať ako prístup k inému virtuálnemu obsahu alebo službám.

- iná forma zisku

Upozorňujeme, že vyššie uvedený výpočet indikátorov je len demonštratívny a nemožno ho považovať za konečný. Jednotlivé indikátory môžu byť prítomné v rámci služby samostatne, ale aj v rôznych kombináciách. Spravidla platí, že čím viac indikátorov, tým vzniká silnejšie presvedčenie o primárne hospodárskej povahe služby.

1.2 Služba, ktorej základným účelom alebo základným účelom jej oddeliteľnej časti je umožniť sledovanie programov v momente, ktorý si užívateľ zvolil.

Audiovizuálna mediálna služba je nelineárna mediálna služba. Znamená to, že užívateľ nie je viazaný striktným chronologickým zaradením programov, ktorý by mu neumožňoval sledovať konkrétny program v určitom čase podľa vlastného výberu ako napríklad v bežnej televízii. Inými slovami, podstata AVMS spočíva v tom, že užívateľ má možnosť slobodného výberu medzi poskytovanými programami, pričom sám rozhoduje o tom, v akom poradí bude sledovať poskytované programy. Uvedené kritérium spĺňa v zásade každá obsahová služba poskytovaná na platforme na zdieľanie videí (napr. Facebook, Instagram, YouTube, TikTok).

V prípade, ak by služba neobsahovala žiaden program, neumožňovala by užívateľovi sledovať program v žiadnom momente, a preto by uvedené kritérium nebolo možné považovať za naplnené. Rovnako nie je možné považovať uvedené kritérium za naplnené v prípade, ak ide len o vysielanie živých prenosov, ktoré následne nie sú umiestňované na platforme na zdieľanie videí vo forme záznamov. V prípade, ak služba neobsahuje žiadne videá, ktoré by bolo možné sledovať v ľubovoľnom momente, ale len v čase živého vysielania, nie je možné konštatovať, že ide o audiovizuálnu mediálnu službu na požiadanie.

1.3 Služba, ktorá je poskytovaná na osobitnú žiadosť užívateľa na základe katalógu programov zostaveného poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie.

Na to, aby uvedené kritérium mohlo byť naplnené, musí byť ponuka programov zoradená do katalógu programov. Platformy na zdieľanie videí svojím rozhraním vytvárajú sekcie, v rámci ktorých je možné poskytovať programy, pričom tieto sekcie možno spravidla bez pochybností považovať za súčasť katalógu programov.

V prípade poskytovania AVMS prostredníctvom vlastnej webovej stránky možno za katalóg programov považovať sekciu videí, ktorá by mala byť vytvorená v rámci webového rozhrania. Videá musia byť prehrávané na vlastnej webovej stránke (spustením videa sa neotvorí okno na inej platforme).

1.4 Služba, za ktorú je redakčne zodpovedný poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie.

Redakčnou zodpovednosťou rozumieme vykonávanie účinnej kontroly nad výberom programov a nad ich časovým usporiadaním do katalógu programov. Redakčným rozhodnutím je také rozhodnutie, ktoré sa pravidelne prijíma na účel plnenia redakčnej zodpovednosti a súvisí s každodennou prevádzkou poskytovania audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie. Z uvedeného vyplýva, že redakčnú zodpovednosť nesie tá osoba, ktorá rozhoduje o umiestňovaní programov (videí) na platformu na zdieľanie videí, prípadne rozhoduje o ich odstraňovaní z platformy. Neznamená to však, že umiestňovať, prípadne odstraňovať programy musí on sám osobne. Pre splnenie uvedeného kritéria stačí, ak poskytovateľ AVMS zadá pokyn akejkoľvek inej osobe, aby konkrétne programy umiestnila, prípadne odstránila z uvedených miest. Dôležité je, aby poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby bol tou osobou, ktorá prijíma rozhodnutia o zaradení a účinne kontroluje umiestňovanie programov do katalógu programov.

1.5 Služba, ktorá je poskytovaná prostredníctvom siete.

Ak je služba poskytovaná prostredníctvom internetu, možno považovať uvedené kritérium za naplnené. V prípade AVMS poskytovaných fyzickými osobami výlučne prostredníctvom platform na zdieľanie videí, bude vždy uvedené kritérium možné považovať za naplnené.

1.6 Služba, ktorá je poskytovaná s cieľom informovať, zabávať alebo vzdelávať širokú verejnosť.

Cieľom poskytovateľa audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie je poskytovať službu, ktorá svojím obsahom informuje, zabáva alebo vzdeláva širokú verejnosť. Môže ísť o rôzne spravodajské, či diskusné kanály, ich obsahom môžu byť rôzne náučné, zábavné videá. Cieľom poskytovateľa AVMS je osloviť neobmedzený (podľa možností čo najvyšší) počet osôb.

Uvedené kritérium nespĺňajú služby, ktoré sú poskytované výlučne na súkromné/osobné účely. Za služby poskytované na súkromné účely možno považovať také služby, ktoré **nie sú** adresované širokej verejnosti, resp. neobmedzenému počtu odberateľov/sledovateľov. Cieľom služby poskytovanej na súkromné účely **nie je** maximalizovať počet sledujúcich osôb, ani generovať zo služby príjem.

1.7 Služba, ktorá nie je poskytovaná výlučne s cieľom propagácie vlastných tovarov alebo služieb.

V prípade, ak osoba poskytuje službu na platforme na zdieľanie videí výlučne s cieľom zvýšiť povedomie o tovaroch alebo službách, ktoré ponúka na trhu v rámci svojej vlastnej podnikateľskej činnosti, inými slovami, služba na platforme na zdieľanie videí jej slúži len ako nástroj propagácie iných podnikateľských aktivít, nebude takáto služba spĺňať uvedené kritérium, nie je možné ju považovať za audiovizuálnu mediálnu službu na požiadanie, a preto sa na poskytovateľa takej služby nevzťahujú žiadne povinnosti vyplývajúce zo zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách.

Dovoľujeme si však upozorniť na to, že v prípade, ak služba poskytovaná na platforme na zdieľanie sleduje aj iný cieľ ako iba vlastnú propagáciu, tzn. obsahuje videá, ktoré nesúvisia s propagáciou tovarov alebo služieb, môže byť takáto služba po splnení všetkých ostatných kritérií (s osobitným zreteľom na primárne hospodársku povahu služby (viď bod 1.1)) posúdená ako audiovizuálna mediálna služba na požiadanie.