

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání na svém 7. zasedání dne 29. dubna 2025 vydala dle § 5 odst. 2 písm. e) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, stanovisko vyjadřující právní názor ve věci výkladu zákonných kritérií rozlišujících služby influencerů jako audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání (dále rovněž AVMSnV) dle zákona č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů, ve znění zákona č. 302/2011 Sb., zákona č. 142/2012 Sb., zákona č. 180/2016 Sb., zákona č. 183/2017 Sb., zákona č. 238/2020 Sb., zákona č. 261/2021 Sb., zákona č. 242/2022 Sb. a zákona č. 321/2024 Sb. (dále zákon o AVMSnV):

Audiovizuální mediální služby na vyžádání bývají, při splnění zákonných kritérií, poskytovány rovněž online tvůrci, kteří nabízejí audiovizuální obsah, zejména ve formě videonahrávek, prostřednictvím služeb platform pro sdílení videonahrávek. Tito tvůrci označovaní jako vlogerů/influencerů/youtuberů (dále „influencerů“) zpravidla audiovizuální obsah poskytují prostřednictvím tzv. kanálů.

Podmínkou označení influencera jako poskytovatele audiovizuální mediální služby na vyžádání je kumulativní naplnění zákonných kritérií, která jsou pro zařazení služby jako AVMSnV rozhodující. Hlavním účelem poskytované služby (nebo její oddělitelné části) musí být poskytování pořadů veřejnosti, a to v okamžiku zvoleném uživatelem, na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem. Pořady jsou poskytovány za účelem informování, zábavy nebo vzdělávání, přičemž jsou určeny široké veřejnosti. Poskytovaná služba soutěží s televizním vysíláním. Za službu nese redakční odpovědnost její poskytovatel. Služba má povahu činnosti především hospodářské. Poskytovatel služby musí být usazen v České republice.

Pro naplnění podmínky soutěže s televizním vysíláním je rozhodnou prahovou hodnotou dosažení 500 000 zhlédnutí v průměru na jednu zveřejněnou videonahrávku na jedné poskytovatelem využívané platformě za jeden rok. Současně je nezbytné dosáhnout minimálního počtu 52 zveřejněných videonahrávek na jedné poskytovatelem využívané platformě za jeden rok.

Služba naplňuje kritérium povahy činnosti hospodářské, pokud roční příjem poskytovatele z této činnosti přesáhne 50 000 Kč za jeden rok.

Podmínka hospodářské činnosti zpravidla není splněna u institucí a organizací, které mají charakter či účel činnosti vzdělávací, osvětové, kulturní, správní, náboženské apod. Těmito institucemi a organizacemi mohou být například:

Školy, mimoškolní vzdělávací instituce a výzkumné instituce;

Muzea, divadla, knihovny, galerie a další kulturní instituce;

Instituce veřejné správy (tj. ministerstva, úřady, soudy, samospráva, policie, profesní komory, veřejné zdravotní pojišťovny atd.);

Politické strany a hnutí;

Neziskové organizace (spolky, nadace, ústavy);

Církve a náboženské společnosti.

Odůvodnění:

V roce 2022 byla do českého právního řádu plně transponována revidovaná Směrnice o audiovizuálních mediálních službách č. 2018/1808, 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 (dále jen Směrnice).

Zákon č. 242/2022 Sb., o službách platforem pro sdílení videonahrávek, zakotvil regulační rámec pro nově vyčleněný segment mediálního trhu, kterým jsou platformy pro sdílení videonahrávek. Nový právní předpis dal nejen jasná pravidla pro fungování služeb platforem pro sdílení videonahrávek, ale rovněž pomohl přesně vydefinovat rozdíly mezi službami sdílených platforem a audiovizuálními mediálními službami na vyžádání, které měly svůj regulační rámec již od roku 2010, kdy vstoupil v účinnost zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání.

Směrnice č. 2018/1808 v prvním odstavci své preambule uvedla: *Vzrostl však význam nových typů obsahu, jako jsou videoklipy nebo obsah vytvářený uživateli, a v současné době již existují dobře zavedení noví účastníci trhu včetně poskytovatelů služeb videa na vyžádání a platforem pro sdílení videonahrávek. Toto sblížení médií vyžaduje aktualizovaný právní rámec, který zohlední vývoj na trhu a zajistí rovnováhu mezi přístupem k on-line službám poskytujícím obsah, ochranou spotřebitele a konkurenceschopností.* A dále pak ve třetím odstavci preambule: *Jako takové mohou programy nebo jakékoli jiné audiovizuální služby, na které se vztahuje redakční odpovědnost poskytovatele, představovat audiovizuální mediální služby samy o sobě, i když jsou nabízeny na platformě pro sdílení videonahrávek, která se vyznačuje absencí redakční odpovědnosti. V takových případech bude dodržování směrnice 2010/13/EU na poskytovatelích s redakční odpovědností.*

Z uvedeného je zřejmé, že Směrnice jako nový prvek regulace identifikuje jednak služby platforem pro sdílení videonahrávek a rovněž tak audiovizuální mediální služby, které jsou na sdílených platformách dostupné.

Pojmy audiovizuální mediální služba na vyžádání a poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání definuje zákon o AVMSnV v souladu se Směrnicí, ovšem vzhledem k faktu, že výklad některých definičních kritérií a prvků nemusí být zcela jednoznačný a plně všeobecně srozumitelný, přistoupila Rada k osvětlení a interpretaci užívaných pojmů, jak jsou Radou uplatňovány při výkonu správní praxe. Tento postup byl zvolen v souvislosti s nejasnostmi ohledně identifikace audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání poskytovaných poskytovateli, kteří tyto služby nabízejí prostřednictvím služeb pro sdílení videonahrávek (resp. sociálních sítí). Tito poskytovatelé jsou zpravidla označováni jako influenceři, youtubeři, instagrameři, vlogeri, uploaders apod. Žádný z těchto termínů není zákonem nijak definován. Jejich činností je ale společné, že spočívají ve zveřejňování audiovizuálního obsahu, většinou vytvářeného uživatelem v podobě videonahrávek, který je poskytován na platformách pro sdílení videí.

Mnoho influencerů se stalo profesionálními mediálními tvůrci a jejich obsah lze považovat za audiovizuální mediální službu jako takovou, která přímo konkuruje tradičním mediálním službám, pokud jde o podíl publika a příjmy z reklamy. V důsledku toho Směrnice zdůrazňuje, že je nezbytné uplatnění regulace a přiměřeného dohledu, pokud jde o základní mediální hodnoty, jako je ochrana nezletilých a transparentnost komerčních komunikací.

Zákon o AVMSnV audiovizuální mediální službu na vyžádání definuje následovně: *Pro účely tohoto zákona se rozumí audiovizuální mediální službou na vyžádání služba informační společnosti, za kterou má redakční odpovědnost poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání a jejímž hlavním účelem nebo hlavním účelem její oddělitelné části je poskytování pořadů veřejnosti za účelem*

informování, zábavy nebo vzdělávání, a která umožňuje sledování pořadů v okamžiku zvoleném uživatelem a na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání.

Společným znakem, případně podobou s televizním vysíláním, je směřování audiovizuálního mediálního obsahu k široké veřejnosti a s tím spojený možný dopad, který zavdává důvodnost regulace obsahu audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání.

Vycházíme-li z preambule Směrnice, pak je definiční vymezení AVMSnV následující: *Definice služby na vyžádání představují hromadné sdělovací prostředky, tj. služby, které jsou určeny k příjmu podstatné části široké veřejnosti a které by na ni mohly mít jasný dopad. Oblast působnosti této směrnice by měla být omezena na služby, jak je vymezuje Smlouva o fungování Evropské unie, a měla by se tedy vztahovat na jakoukoli hospodářskou činnost, včetně činnosti podniků poskytujících veřejné služby, ale neměla by se vztahovat na činnosti, které jsou především nehopodářské povahy, a které nesoutěží s televizním vysíláním, například soukromé internetové stránky a služby spočívající v poskytování nebo šíření audiovizuálního obsahu vytvářeného soukromými uživateli za účelem sdílení a výměny v rámci zájmových společenství.*

Mezi audiovizuální mediální služby na vyžádání nelze zahrnovat služby, jejichž hlavním účelem není poskytování pořadů, tj. případy, kdy audiovizuální obsah je vzhledem ke službě pouze podružný a není jejím hlavním účelem (např. internetové stránky, které pouze doplňkově obsahují audiovizuální prvky, jako jsou animované grafické prvky, krátké reklamní šoty, audiovizuální informace související s výrobky nebo službami nebo jiná audiovizuální informace doplňující textovou nebo obrazovou část internetové stránky). Příkladem mohou být internetové deníky, které využívají videoobsah jako občasný doplněk k textové části.

Pro vyhodnocení konkrétní služby influencera jako audiovizuální mediální služby na vyžádání s povinností evidence v Seznamu AVMSnV jsou rozhodná následující kritéria:

- 1) Hlavním účelem služby (nebo její oddělitelné části) je poskytování pořadů veřejnosti, a to v okamžiku zvoleném uživatelem, na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání.**

Hlavní účel služby

Hlavním účelem audiovizuální mediální služby na vyžádání musí být poskytování pořadů. A to buď této služby jako celku, nebo její určité oddělitelné části. Fakt, že určitá služba zahrnuje video obsahy, automaticky neznamená, že je to jejím hlavním účelem. Pro posouzení hlavního účelu služby je nutné komplexně zhodnotit, zda **stavba, pojetí a charakter služby, resp. dramaturgická koncepce služby jsou uzpůsobeny právě tak, aby sloužily účelu poskytování pořadů široké veřejnosti.**

Audiovizuální mediální službou na vyžádání naproti tomu nejsou služby, jejichž primárním účelem je audiovizuální propagace produktů nebo služeb. Je-li zveřejňování redakčního audiovizuálního obsahu jen příležitostné a druhotné, pak se o audiovizuální mediální služby na vyžádání nejedná.

Služba influencera, jejímž primárním účelem je propagace služeb nebo produktů, nikoli nabídka pořadů, není AVMSnV. Podstatou AVMSnV je nabídka audiovizuálních obsahů, které mají za cíl bavit, vzdělávat či informovat. Pokud jsou videa nabízena s propagačním účelem, pak se o audiovizuální mediální služby na vyžádání nejedná. V tomto kontextu je třeba zmínit především služby/kanály, které si zřizují přímo sami podnikatelé za účelem komerční prezentace svých výrobků a služeb. Produktem či

službou mohou být například i politické strany či politici, vstupující do volební soutěže, jak plyne z logiky politické reklamy.

Pokud při posuzování služby existují pochybnosti o tom, zda služba nemá primárně účel propagační, je nutno uplatnit kvalitativní a kvantitativní analytické ukazatele za účelem objektivního vyhodnocení.

Nabídka pořadů

Zákon o AVMSnV definuje pořad jako *pohyblivou obrazovou sekvenci se zvukem nebo bez zvuku, která bez ohledu na svou délku představuje jednotlivou položku v katalogu pořadů a jejíž podoba a obsah jsou srovnatelné s podobou a obsahem televizního vysílání, zejména celovečerní film, videoklip, záznam sportovní události, situační komedie, dokumentární pořad, pořad pro děti nebo původní tvorba.*

V daném kontextu je nutno uvést rovněž definici videonahrávky, jak ji zakotvuje zákon č. 242/2022 Sb., o službách platform pro sdílení videonahrávek: *videonahrávkou vytvořenou uživatelem platformy je pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která bez ohledu na svou délku představuje samostatnou položku vytvořenou uživatelem platformy a tímto nebo jiným uživatelem platformy nahranou na platformu pro sdílení videonahrávek.* Tuto definici zde uvádíme z důvodu, že zákon předpokládá, že služby platform pro sdílení videonahrávek slouží právě ke zveřejňování videonahrávek. Videonahrávky zveřejňují osoby, které dle díky zákona o službách platform pro sdílení videonahrávek jsou označovány jako uživatelé. Pokud ale tito uživatelé poskytují ucelenou službu definovatelnou jako AVMSnV, pak jsou současně poskytovateli dle zákona o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání. A v tomto případě jejich videonahrávky musejí současně splňovat definici pořadu, jinak by jejich služba nemohla být audiovizuální mediální službou na vyžádání.

Zákon při definování pořadu zmiňuje nutnost podoby s obsahem televizního vysílání. To ale neznamená, že pořadem může být pouze takové audiovizuální dílo, které známe historicky z tradičního lineárního vysílání. Dnes naopak i lineární vysílání běžně nabízí i videa typická pro sociální sítě (nasnímaná mobilním telefonem o stopáži maximálně desítek sekund). Taková videa je nutno považovat za pořady. Pořadem mohou být i audiovizuální mediální díla velmi krátké stopáže.

Pořad v rámci AVMSnV musí mít charakter pohyblivé obrazové sekvence, přičemž může, ale nemusí být se zvukem. Definice neumožňuje, aby pořadem byl zvukový produkt, a to ani v případě, kdy by byl provázen obrazovou složkou spočívající ve statickém snímku či záznamu stacionární kamery. Dramaturgicko-režijní podstatou audiovizuálního pořadu je nedílnost zvukově-obrazového narativu. Jak plyne z mediálně teoretických východisek, pro zvukově-obrazový narativ je specifické záměrné uplatňování výrazových prostředků v obrazové i zvukové složce, stříhové skladby jako součásti tvůrčího procesu, střídání úhlů záběru kamery, volby velikosti obrazu (detail, polodetail, celek apod.) atd.

Mezi AVMSnV nespadá rovněž služba, jejímž primárním účelem je poskytování psaného zpravodajství a publicistiky a videosložka tvoří jen doplněk k této službě.

Katalog pořadů

Definice AVMSnV požaduje, aby pořady byly nabízeny v rámci katalogu. Zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání ale nijak blíže neurčuje, co lze, či nelze pod pojem katalog podřadit. Katalog vyžaduje určitý archivně - organizační systém, podle kterého se koncový uživatel orientuje a vyhledává obsah, který ho zajímá a který chce na základě svého rozhodnutí zhlédnout. Katalogem AVMSnV se zpravidla míní členění audiovizuálních děl podle obsahového typu (filmy, dokumentu, hudební pořady, pořady pro děti) nebo žánru (komedie, detektivka, horor), eventuálně podle jiných

kritérií. Například podle země původu audiovizuálního díla, nebo podle jeho stáří apod. Je však logické, že podoba katalogu se odvíjí od charakteru nabízených pořadů. Prosté abecední řazení není katalogem. Není-li možné u služby definovat logické členění, které umožňuje koncovému uživateli rozhodování a vyhledání audiovizuálního obsahu, pak nelze hovořit o katalogu.

Katalogem rovněž není členění, které vzniká jako automatizovaná služba konkrétní sociální sítě nebo sdílené platformy bez jakékoli koncepce a redakčního záměru. **Vytvořený katalog musí být výsledkem cílené redakční rozvahy poskytovatele služby.** Směrnice klade důraz na dvě základní složky určující redakční odpovědnost – výběr pořadů a jejich uspořádání do katalogů pořadů. Uspořádání musí být výsledkem určité dramaturgické koncepce. Pokud se videa zautomatizovaně člení jen podle přednastavených algoritmů, pak nejde o výkon redakční odpovědnosti ve smyslu zákona. Vědomé členění je katalogizační činností. Podstatné je, aby katalog obsahoval rubriky s předvídatelným obsahem, aby bylo zřejmé, že divácká veřejnost si podle takového dělení může udělat diváckou volbu srovnatelnou s volbou televizního kanálu.

Katalog je jedním z rozhodných definičních kritérií AVMSnV. Podoba a rozsah katalogu svědčí o tom, zda hlavním účelem služby je poskytování pořadů, resp. soutěž s televizním vysíláním. Pro jeho posouzení je vhodné vzít v úvahu četnost rubrik katalogu a počty nabízených audiovizuálních titulů v jednotlivých rubrikách.

Podmínkou pro splnění uvedeného kritéria je rovněž **prokazatelná soustavnost výkonu činnosti poskytovatele audiovizuálního obsahu.** Nahodilé, nepravidelné a zřídka zveřejňování pořadů/videonahrávek zpravidla vylučuje výsledné zhodnocení služby jako audiovizuální mediální služby na vyžádání, jelikož takový postup svědčí proti splnění kritéria hlavního účelu služby a soutěži s televizním vysíláním.

2) Pořady jsou poskytovány za účelem informování, zábavy nebo vzdělávání, přičemž jsou určeny široké veřejnosti – nabídka poskytovatele soutěží s televizním vysíláním.

Široká veřejnost

Podmínka určení služby široké veřejnosti vymezuje, že nabídka videoobsahů není zacílena na vyhraněný úzký segment sledujících, například odborníků v určitém oboru nebo specificky charakterizovatelných okruhů osob. Z definice AVMSnV jsou vyčleněny služby zaměřené na skupiny veřejnosti, které jsou malé a úzce vymezené.

Přestože si videa významné části poskytovatelů nacházejí své publikum jen u určitých diváckých skupin, například jen u dospívajících a mladých dospělých, neznamená to, že videa nejsou určena široké veřejnosti. Určení a reálný finální divácký zásah jsou dvě odlišné záležitosti.

Tematická profilace automaticky neznamená, že služba neoslovuje širokou veřejnost. Je zde možné uplatnit analogii s tematickými televizními programy (v ČR jsou licencovány např. program o vodě, program pro jachtaře či dříve pro myslivce). **Tematické zaměření nelze zaměňovat za výlučné zacílení na vymezený okruh uživatelů.**

Pod regulaci nejsou zahrnuty služby spočívající v poskytování nebo šíření audiovizuálního obsahu vytvářeného soukromými uživateli za účelem sdílení a výměny v rámci zájmových společenství.

Soutěž s televizním vysíláním

Soutěž s televizním vysíláním je třeba vymezit jako poskytování audiovizuálních mediálních obsahů, které nastolují konkurenční prostředí s televizním vysíláním a mají obdobný záměr jako televizní vysílání, tedy informovat, bavit a vzdělávat. Směrnice zdůrazňuje nutnost zahrnutí obsahů, které jsou nabízeny profesionalizovanými poskytovateli, protože jen tak lze hovořit o soutěži s televizním vysíláním.

Směrnice o audiovizuálních mediálních službách vychází z premisy, že významná část divácké veřejnosti od televizních obrazovek, kde sledovala tradiční programy, přenesla svůj zájem k jiným typům audiovizuálního obsahu a k jiným formám dostupnosti audiovizuálního obsahu. Nové typy audiovizuálního obsahu a nové formy jeho zpřístupnění tak úspěšně soutěží o pozornost televizního publika a rovněž o podíl na reklamním trhu.

O reálné soutěži konkrétního poskytovatele služby s televizním vysíláním vypovídá řada faktorů. V případě nabídky videonahrávek na sdílených platformách pak zejména počty jejich zhlédnutí. Aby poskytovaná služba bylo možné považovat za audiovizuální mediální službu na vyžádání, která svým rozsahem a diváckým zásahem reálně soutěží s televizním vysíláním, a měla by tak být evidována na Seznamu poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, **musí taková služba dosahovat prahové hodnoty 500 000 zhlédnutí v průměru na jednu zveřejněnou videonahrávku na jedné poskytovatelem využívané platformě.**

Další podmínkou je, aby **v průběhu jednoho kalendářního roku poskytovatelem v rámci jím nabízené služby bylo zveřejněno alespoň 52 videonahrávek/pořadů.** Postupné přibývání videonahrávek je důkazem soustavnosti výkonu činnosti poskytovatele.

Do Seznamu poskytovatelů AVMSnV je zapsán poskytovatel, který uvedené podmínky plní v rámci alespoň jediné platformy, kde službu poskytuje. Splnění definičních kritérií AVMSnV na takové platformě činí z osoby poskytovatele AVMSnV. Součástí zápisu jsou pak i doplňkově další kanály, jejichž prostřednictvím jsou služby daného evidovaného poskytovatele šířeny.

3) redakční odpovědnost

Redakční odpovědnost dle zákona o AVMSnV znamená, že poskytovatel má rozhodující vliv na výběr pořadů a jejich uspořádání v katalogu pořadů.

Redakční odpovědnost, resp. redakční rozhodovací pravomoc uplatňuje poskytovatel při zařazení konkrétního pořadu do nabídky služby, při tvorbě katalogu služby a při rozčlenění audiovizuálních prvků v rámci rubrik katalogu. **Poskytovatel tak aplikuje alespoň minimální dramaturgické zásady, které rozhodují o tom, jakým způsobem oslovuje své publikum, jak mu umožňuje orientovat se v poskytované službě a vyhledávat video obsahy dle osobních preferencí.**

Znak výkonu rozhodujícího vlivu vyčleňuje takové subjekty, které neprovádějí, nebo ani nemají možnost selekce mediálního obsahu a jeho následného členění do kategorií podle obsahových, žánrových či jiných definovatelných kritérií.

4) podmínka hospodářské činnosti

Aby poskytovatel služby mohl být považován za poskytovatele AVMSnV, je nutné, aby jím poskytovaná služba měla povahu činnosti především hospodářské. Takový charakter služby zpravidla prokazuje její poskytování za úplatu nebo jiná forma vytváření příjmů prostřednictvím poskytování dané služby.

Pokud poskytovatel nabízí službu bez zjištěné motivace, jedná se o jakousi formu zájmové činnosti, na niž se regulace nevztahuje. Evropský sbor pro mediální služby (dříve ERGA) v dané souvislosti uvádí, že při posuzování hospodářské/ekonomické služby je možné stanovit finanční práh. To však zároveň ale neznamená, že příjem musí být dostatečně vysoký, aby se influencer mohl živit výhradně poskytovanou službou. Evropský sbor pro mediální služby se zabýval rovněž otázkou, zda při posuzování kritéria hospodářské činnosti hraje roli soustavnost výkonu činnosti a trvalost příjmů. Setrvalost a udržitelnost hospodářské činnosti byla vyhodnocena jako užitečné podpůrné kritérium.

Aby bylo možné s jistotou hovořit o hospodářském charakteru služby, pak tato služba musí být významným zdrojem zisku, **měla by být provozována dlouhodobě, setrvale a soustavně se záměrem dosahování pravidelných a co nejvyšších příjmů**. Poskytování služby je zejména podnikatelskou činností. Jelikož hospodářský charakter služby není prokazatelný v případech, kdy jsou příjmy poskytovatele zanedbatelné, rozhodla Rada stanovit prahovou hodnotu pro příjem generovaný poskytováním služby. **Aby služba naplňovala kritérium povahy činnosti hospodářské, musí být roční příjem poskytovatele z této činnosti více než 50 000 Kč.**

Pro splnění podmínky hospodářské činnosti je podstatné, aby příjem plynul ze samotné služby poskytování audiovizuálních obsahů, nikoli z případných jiných příjmů, které budou generovány druhotně v důsledku medializace osoby a případných dalších podnikatelských aktivit poskytovatele služby. (Například herečka získává více rolí, modelka dostává nové zakázky apod.). Takovéto druhotné ekonomické efekty, které nejsou navázány přímo na poskytování audiovizuální mediální služby, nelze zohledňovat v rámci kritéria hospodářské činnosti.

Podmínka hospodářské činnosti zpravidla nebývá splněna rovněž u řady institucí a organizací, které mají charakter či účel činnosti vzdělávací, osvětové, kulturní, správní, náboženské apod. Těmito institucemi a organizacemi, které bývají vyjmuty z povinnosti evidence na Seznamu poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, jsou:

- Školy, mimoškolní vzdělávací instituce a výzkumné instituce;
- Muzea, divadla, knihovny, galerie a další kulturní instituce;
- Instituce veřejné správy (tj. ministerstva, úřady, soudy, samospráva, policie, profesní komory, veřejné zdravotní pojišťovny atd.);
- Politické strany a hnutí;
- Neziskové organizace (spolky, nadace, ústavy);
- Círky a náboženské společnosti.

Uvedené samozřejmě platí pouze za podmínky, že některá z takových institucí nepřistoupí k poskytování AVMSnV jako k podnikatelské aktivitě za účelem dosažení zisku.

5) *jurisdikční kritérium*

Poskytovatel AVMSnV, který by měl být evidován na Seznamu poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, musí splňovat kritérium české jurisdikce. Tato podmínka je splněna, pokud poskytovatel je podnikajícím subjektem (podnikající fyzická osoba; právnická osoba) evidovaným v ČR. Tato skutečnost se zpravidla projevuje prostřednictvím registru živnostenského podnikání nebo obchodního rejstříku.

Uvedená podrobná interpretace zákonných definičních kritérií by měla i pro laickou veřejnost skýtat vodítka, jak vyloučit služby poskytované v rámci sdílených platforem, které rozhodně nejsou audiovizuálními mediálními službami na vyžádání. Vždy ovšem budou existovat služby, u nichž bude ze strany poskytovatelů pochybnost, zda lze jejich službu kategorizovat jako AVMSnV. Taková situace je

zcela přirozená a i Evropský sbor pro mediální služby na ni pamatuje, když zdůrazňuje potřebu vyhodnocovat nabízené služby individuálně. Pro hraniční a sporné případy je tu Rada, která je připravena plnit funkci vysvětlujícího a spolupracujícího partnera poskytovatelů mediálních služeb.

V dané souvislosti je třeba zdůraznit, že jakkoli jsou definiční kritéria popsána jednotlivě, **vždy je nezbytné komplexní spoluzhodnocení všech kritérií**. Jednotlivá kritéria se vzájemně doplňují a poskytují tak ucelený obraz charakteru a účelu konkrétní služby.

Při zápisu na Seznam poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání je vždy třeba mít na paměti i sledovaný cíl regulace spočívající zejména v ochraně zájmů spotřebitele a nezletilých. Opomíjet nelze ani skutečnost, že dozorový orgán musí uplatnit i strategii určité míry flexibility s ohledem na rychle se měnící online prostředí a vývoj nových služeb. Z těchto důvodů bude stanovisko Rady pravidelně přezkoumáváno. První přezkum proběhne v lednu 2026.