

# MONITORING PLURALISMU MÉDIÍ V EVROPSKÉ UNII

Výsledky monitoringu plurality médií 2025

Centre for Media Pluralism and Media Freedom (Centrum pro pluralitu a svobodu médií)

## Úvod k tématu

Evropská unie se **Evropským aktem o svobodě sdělovacích prostředků (European Media Freedom Act)** zavázala k ochraně plurality a svobody médií. Tento akt mj. zavádí pravidla pro transparentnost vlastnictví médií, ochranu novinářských zdrojů a nezávislost veřejnoprávních médií.

Svobodná a pluralitní média jsou klíčová pro fungování demokratické společnosti. Umožňují občanům přístup k informacím, podílejí se na veřejné debatě a drží mocenské složky pod kontrolou.

Pluralita médií znamená existenci široké škály různých a nezávislých mediálních kanálů a názorů ve společnosti. Je důležitá pro zajištění svobodného a spravedlivého informačního prostředí, kde mohou být zastoupeny různé hlasy a perspektivy.

Příklady konkrétních organizací zabývajících se médií:

- **Evropský sbor pro mediální služby** (European Board for Media Services): orgán **zřízený Evropským aktem o svobodě médií**, který má za úkol prosazovat jednotné uplatňování pravidel a poskytovat poradenství Komisi.
- **Evropské centrum pro svobodu tisku a médií** (ECPMF): organizace, která se zaměřuje na monitorování a řešení porušování svobody a plurality médií v Evropě.
- **Centrum pro pluralitu a svobodu médií (CMPF): organizace, která vypracovává *Monitorování plurality médií* (MPM), komplexní přehled rizik pro svobodu a pluralitu médií – viz dále.**

Tyto subjekty se snaží zajistit, aby média mohla fungovat nezávisle, informovat občany a sloužit jako hlídací psi demokracie.

Sledují stav plurality médií v různých zemích, identifikují rizika a hrozby, vypracovávají zprávy a studie. Podporují nezávislou žurnalistiku tím, že poskytují granty a finanční podporu nezávislým mediálním organizacím a novinářům. Poskytují také ochranu a bezpečnost novinářům – bojují proti cenzuře, obtěžování, násilí a dalším formám omezování svobody médií. Ovlivňují legislativu a veřejné mínění s cílem posílit ochranu plurality a svobody médií, prosazování transparentnosti a odpovědnosti. V neposlední řadě se věnují i vzdělávání a osvětě – informují veřejnost o důležitosti plurality a svobody médií, a zasazují se o zvyšování mediální gramotnosti.

## Svoboda a pluralita médií v kritické době

V posledních letech mění se geopolitická dynamika – často posilovaná (zne)užíváním informačních technologií – nejenže narušila mezinárodní mocenské struktury, ale také začala narušovat základní principy dlouho považované za základ liberálních demokracií. Tyto základní principy, jako je ochrana základních práv, včetně svobody projevu a legitimacy demokratických institucí – dříve považované za ustálené výdobytky západních ústav – jsou stále častěji zpochybňovány, a to i v zemích, které bývaly

vzorem právního státu a demokracie. Vzestup autoritářských modelů vládnutí spolu s klesajícím respektem k mezinárodním právním normám upozornil na nutnost zvýšení ostražitosti, pokud jde o ochranu demokratických hodnot.

Ústředním bodem dnešních debat o demokracii je otázka, **jak definovat a chránit svobodu projevu**. Ačkoli je v liberálních demokraciích široce ceněna, **její interpretace se v jednotlivých zemích výrazně liší**, zejména pokud se o ní diskutuje v kontextu odpovědnosti online platform.

Digitální transformace zásadně přetvořila tradiční modely žurnalistiky a mediální produkce. Zatímco digitální technologie snížily vstupní bariéry a umožnily více lidem svobodně se vyjadřovat, mít přístup k neomezenému množství informací apod., zároveň podkopaly tradiční zdroje příjmů pro mediální sektor, oslabily vztah mezi médii a jejich publikem a celkovou dostupnost kvalitního novinářského obsahu, umožnily masivní šíření dezinformací a upevnily dominanci digitálních platform, které mají netransparentní vliv na informační toky. Poklesy příjmů z tištěné reklamy, kolapsy lokální žurnalistiky a přesměrování reklamních výdajů směrem k dominantním digitálním zprostředkovatelům způsobily, že je řada médií ekonomicky neudržitelná. Na menších trzích nebo v politicky citlivých kontextech taková finanční křehkost často vede k redakčním kompromisům, koncentraci vlastnictví médií a náchylnosti k politickému vlivu.

Evropské legislativní iniciativy, jako je **zákon o digitálních službách (DSA)** a **Evropský zákon o svobodě médií (EMFA)**, představují zásadní úsilí o znovuprosazení přístupu zaměřeného na lidská práva vedoucího k prosazování svobody projevu a plurality médií. Tyto právní rámce si na jedné straně kladou za cíl zmírnit asymetrickou mocenskou dynamiku mezi technologickými platformami, veřejnými institucemi a příjemci služeb a na druhé straně podpořit regulační prostředí, které je příznivé pro pluralitní mediální trh a pluralitní veřejnou diskusi.

**Zejména EMFA, schválená v roce 2024 a v platnost vstupující převážně v roce 2025, představuje dosud nejkomplexnější regulační iniciativu EU**, jejímž cílem je vytvořit soudržný regulační rámec na podporu redakční nezávislosti, zajištění transparentnosti vlastnictví a posílení plurality médií napříč jednotným evropským trhem. Snaží se poskytnout záruky proti svévolným vládním zásahům, posílit spolupráci mezi národními regulačními orgány a posílit odolnost vůči ekonomickým i politickým tlakům.

Svoboda a pluralita médií tvoří základní předpoklady pro fungování demokratických společností. Jejich eroze snižuje schopnost veřejnosti zapojit se do informované diskuse, volat politickou a ekonomickou moc k odpovědnosti a smysluplně se podílet na občanském životě. Současné výzvy, které představují strukturální selhání trhu, právní nejistota, digitální narušení a dezinformace v online prostoru, silně zdůrazňují nezbytnost koordinovaných politických intervencí a trvalého zapojení veřejnosti.

## Výsledky monitoringu plurality médií – MPM 2025

Evropská unie prosazuje svobodu a pluralitu sdělovacích prostředků jako pilířů moderní demokracie a nástroje svobodné a otevřené diskuse.

**European Media Freedom Act (EMFA) – Evropský akt o svobodě médií** – vstoupil v platnost v srpnu 2025, a má za cíl posílit integritu vnitřního trhu a chránit pluralitu a nezávislost médií.

**Monitoring plurality médií (MPM)** je klíčový vědecký nástroj, který identifikuje a hodnotí potenciální rizika pro pluralitu médií v EU členských státech a kandidátských zemích. Zkoumá právní, politické

a ekonomické proměnné, které ovlivňují pluralitu mediálních systémů. Nabízí tedy srovnávací perspektivu mezi zeměmi a také longitudinální analýzu rizik v čase. Mj. poskytuje doporučení pro regulátory, zákonodárce a občanskou společnost k posílení institucionální nezávislosti, transparentnosti a odolnosti médií.

MPM 2025 zachoval zaměření na **čtyři klíčové oblasti plurality médií**, jimiž jsou: 1) **základní ochrana**, 2) **pluralita trhu**, 3) **politická nezávislost** a 4) **sociální inkluze**. Dále doladil dvacet klíčových ukazatelů.

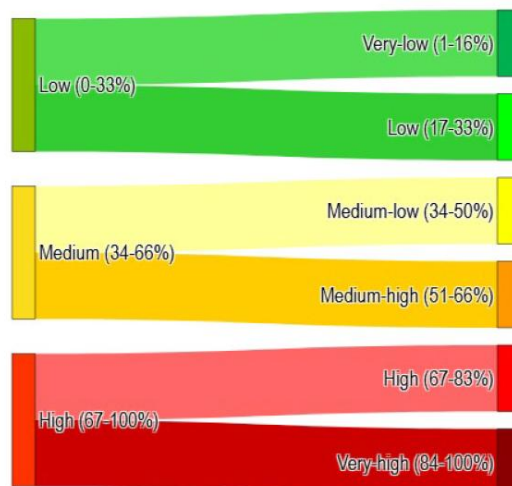
#### Oblasti a ukazatele MPM 2025

| Základní ochrana                                      | Pluralita trhu                                            | Politická nezávislost                               | Sociální inkluze                          |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Ochrana svobody projevu                               | Transparentnost vlastnictví médií                         | Politická nezávislost médií                         | Univerzální a inkluzivní přístup k médiím |
| Ochrana informací a jejich integrity                  | Pluralita poskytovatelů médií                             | Redakční autonomie                                  | Zastoupení menšin v médiích               |
| Ochrana práva na informace                            | Pluralita na digitálních trzích                           | Integrita politických informací během voleb         | Místní/regionální a komunitní média       |
| Novinářská profese, standardy a ochrana               | Životaschopnost médií                                     | Státní regulace zdrojů a podpora mediálního sektoru | Rovnost pohlaví v médiích                 |
| Nezávislost a efektivita národních regulačních orgánů | Redakční nezávislost na komerčním vlivu a vlivu vlastníků | Nezávislost veřejnoprávních médií                   | Mediální gramotnost                       |

Letos tedy prošel MPM významnými transformacemi. Výsledky MPM za rok 2025 proto nejsou striktně srovnatelné s výsledky předchozích vydání. Podrobnosti o metodologických změnách jsou vysvětleny na webových stránkách CMPF na adrese <http://cmpf.eu.eu/media-pluralism-monitor/>

Hodnocení rizik bylo rozšířeno z třístupňového systému – nízké, střední a vysoké riziko – na šestistupňový systém – od velmi nízkého rizika po velmi vysoké riziko:

|                             |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| Nízké riziko<br>(0–33 %)    | velmi nízké (1–16 %)     |
|                             | nízké (17–33 %)          |
| Střední riziko<br>(34–66 %) | středně nízké (34–50 %)  |
|                             | středně vysoké (51–66 %) |
| Vysoké riziko<br>(67–100 %) | vysoké (67–83 %)         |
|                             | velmi vysoké (84–100 %)  |



Cílem přijetí šestistupňového systému bylo poskytnout podrobnější hodnocení rizik pro pluralitu a svobodu médií a zviditelnit drobné rozdíly mezi zeměmi, přičemž byla zachována určitá forma kontinuity s předchozími implementacemi MPM.

Letošní zpráva také věnuje jednu kapitolu analýze plurality a svobody médií v kandidátských zemích EU. Kandidátské země čelí specifickým výzvám, které je třeba analyzovat samostatně.

#### Přehled výsledků

## Celkové hodnocení

Z celkového hodnocení MPM2025 vyplývá, že:

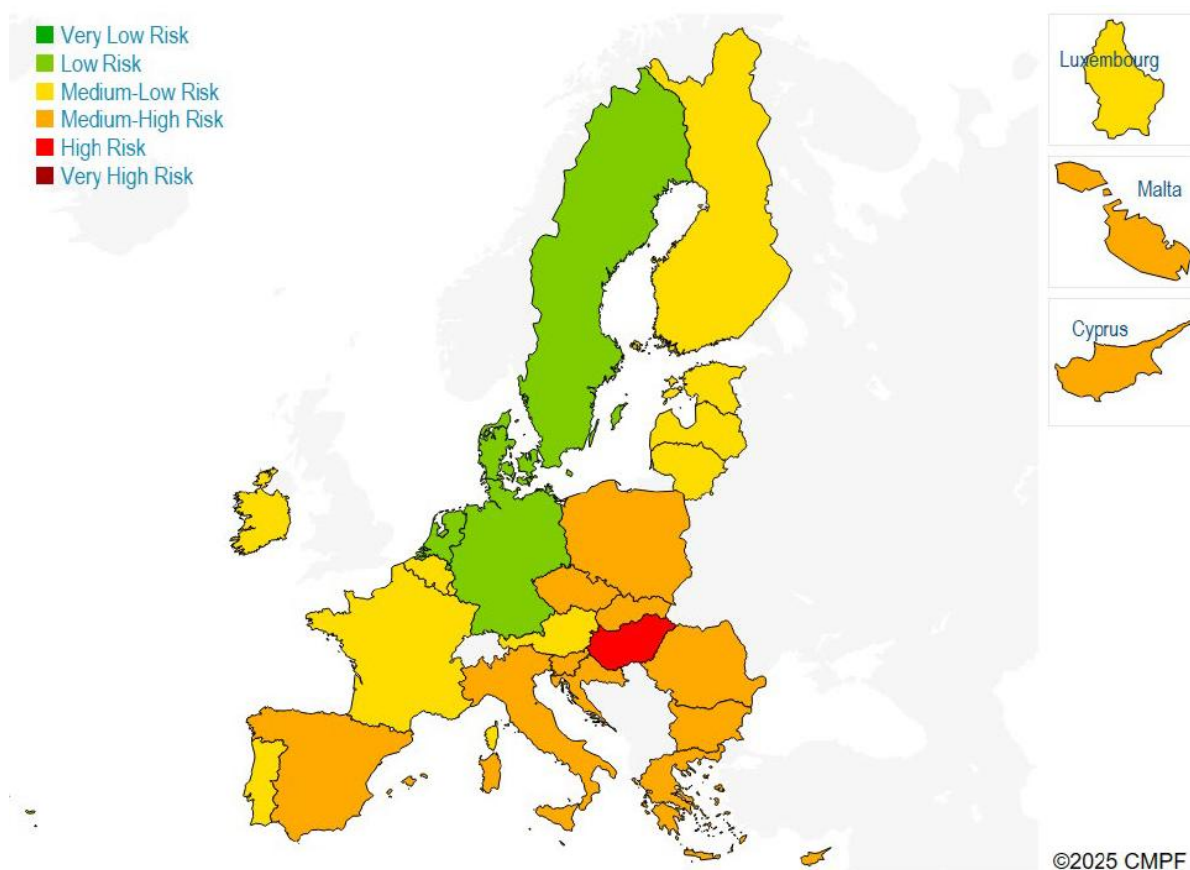
- Žádný členský stát nespadá do extrémních rizikových pásem (velmi vysoké / velmi nízké riziko), pouze Maďarsko spadá do kategorie vysokého rizika.

**Většina členských států (22) je hodnocena jako středně riziková.**

Zhruba polovina z nich spadá do **horního pásma kategorie středního rizika (středně vysoké)**: Itálie, Slovensko, **Česká republika**, Španělsko, Polsko, Chorvatsko, Slovinsko, Bulharsko, Řecko, Kypr, Rumunsko a Malta.

Druhá polovina spadá do spodní úrovně pásma středního rizika (středně nízké): Litva, Estonsko, Finsko, Belgie, Irsko, Lucembursko, Rakousko, Francie, Portugalsko a Lotyšsko.

MPM 2025 – celkové pořadí – mapa zemí podle úrovně rizika



- Průměrné skóre rizika pro EU, odhadované na 49 %, spadá do pásma středního rizika. Průměr je mírně nižší než medián rizika (50 %, stejně jako v Litvě), což ukazuje pozitivní dopad zemí s nejlepšími výsledky.
- Pouze čtyři členské státy – Německo, Švédsko, Dánsko a Nizozemsko – jsou hodnoceny v kategorii nízkého rizika. Je to kvůli zdejší silné základní ochraně médií, dobré záruce politické nezávislosti médií a v menší míře i inkluzivního mediálního prostředí.
- Na hranici pásma velmi vysokého rizika vyniká Maďarsko jako nejhorší země s výrazným nárůstem, následované Rumunskem a Maltou, které se pohybují poblíž pásma vysokého rizika. Jak Maďarsko, tak Malta vykazují významné nedostatky v oblastech plurality trhu a politické nezávislosti, neboť političtí aktéři nadměrně kontrolují soukromá i veřejná média, mj. prostřednictvím svého vlivu na dostupné zdroje financování.
- Kypr, Rumunsko, Bulharsko a v menší míře i Řecko jsou spojovány s obzvláště špatnými výsledky v oblasti plurality trhu a sociální inkluze.
- Nejhorše fungující členské státy dosáhly obzvláště špatných výsledků v oblasti plurality trhu, kde Kypr, Maďarsko a Rumunsko spadají do kategorie s nejvyšším rizikem.
- Pokud jde o regionální trendy, nejlepší výsledky mají členské státy v severní a střední Evropě (tzv. „korporatistický/liberální“ model), následovaných jihoevropskými členskými státy (tzv. „polarizovaně pluralitní/středomořský“ model), přičemž nejhorše fungující členské státy se nacházejí převážně ve střední a východní Evropě (tzv. „postkomunistické/hybridní mediální modely“).
- Pobaltské členské státy si obecně vedly lépe než jejich jihoevropské protějšky, přičemž Litva, Lotyšsko a Estonsko byly hodnoceny na spodní hranici pásma středního rizika, zatímco Malta, Kypr a Řecko se nacházely na hranici kategorie vysokého rizika.
- Sedm z celkem dvaceti ukazatelů dosahuje v průměru více než 50 %, což je řadí do pásma středního až vysokého rizika nebo výše. Zahrnují všechny ukazatele týkající se plurality trhu a dva ukazatele související se sociální inkluzí. Zatímco vysoká rizika související s ukazateli plurality trhu byla očekávána, protože hrozby pro rozmanitý a pluralitní mediální trh byly vždy zdrojem obav v Evropě i na celém světě, špatné výsledky v oblasti sociální inkluze mohou být překvapivější. Tento výsledek však odráží pokračující existenci homogenního a muži ovládaného mediálního prostředí v Evropské unii.
- Ukazateli, které dopadli nejhorše, jsou: pluralita poskytovatelů médií a pluralita na digitálních trzích; oba vykazují velmi vysokou úroveň rizika.

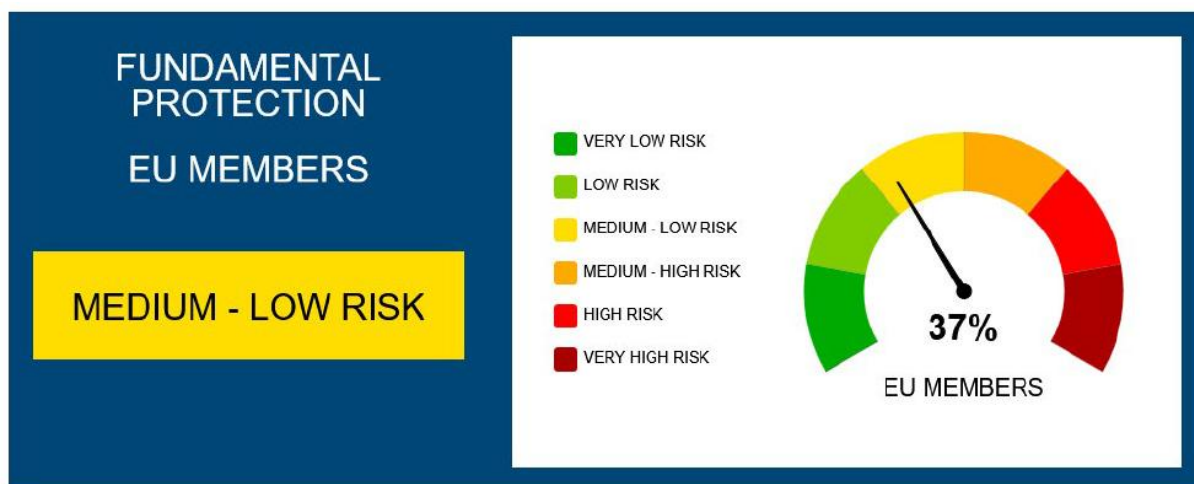
Jde o dva ukazatele hodnotící rizika související s tržní silou: v oblasti produkce (koncentrace vlastnictví poskytovatelů mediálních služeb) a distribuce/přístupu (koncentrace digitálních zprostředkovatelů, jako jsou velmi velké online platformy, vyhledávače a v poslední době i agregátory založené na umělé inteligenci). (pozn.: Agregátor je systém, který shromažďuje informace z různých zdrojů a zpřístupňuje je na jednom místě. Může to být webová stránka, software nebo i osoba, která sbírá data a kompletuje je pro uživatele.)

- Koncentrace vlastnictví na digitálních trzích zvyšuje rizika, která historicky charakterizují mediální průmysl. Velmi vysoká úroveň rizika ukazatele plurality poskytovatelů médií odráží oligopolní tendence tradičních mediálních sektorů a skutečnost, že tyto tendence se v sektoru digitálních médií významně nesnížily.

- **Koncentrace vlastnictví médií a klesající ekonomická udržitelnost médií** pomáhají vysvětlit rostoucí rizika komerčního tlaku a zájmů vlastníků, což následně ohrožuje integritu redakcí a mediálního obsahu.
- Od MPM 2020 byla – mimo oblast plurality trhu – oblast rovnosti žen a mužů v médiích vždy ukazatelem s nejvyšším skóre, což odráží skutečnost, že parity nebylo dosaženo v oblasti správy médií ani v mediálním obsahu.
- Středně vysoké riziko týkající se zastoupení menšin v médiích odráží důležité rozdíly mezi členskými státy EU, jakož i mezi právně uznanými menšinami a marginalizovanými komunitami.

### Hlavní trendy podle oblastí

Základní ochrana – středně nízké riziko



Oblast „**základní ochrana**“ v rámci MPM analyzuje požadavky na pluralitu a svobodu médií, konkrétně: existenci účinných regulačních záruk na ochranu svobody projevu offline i online; právo vyhledávat, přijímat a sdílet informace; příznivé podmínky pro svobodnou a nezávislou žurnalistiku (pokud jde o pracovní podmínky i bezpečnost novinářů před fyzickým, verbálním a právním obtěžováním); a konečně existenci nezávislých a efektivních mediálních orgánů.

- V zemích EU roste počet **strategických žalob proti účasti veřejnosti (SLAPP)** a pokračuje kriminalizace pomluvy ve většině členských států, což přispělo ke zvýšení rizik spojených s ochranou svobody projevu.

Pozn.: *Strategické žaloby proti účasti veřejnosti (SLAPP) jsou právní manévr, který má omezit veřejnou účast na debatách o veřejném zájmu tím, že zastrašuje a umlčuje kritiky. Tyto žaloby bývají formálně podávány za účelem zamezení pomluvy nebo za účelem ochrany dobrého jména.*

- **Fyzické a online hrozby namířené proti novinářům se zvyšují i v západoevropských zemích.** Na vzestupu je zejména online obtěžování, což je způsobeno i rostoucím využíváním AI a dalších nových technologií k diskreditaci důvěryhodnosti novinářů (např. vytvářením falešných profilů a deep fakes novinářů). Na vzestupu je rovněž sledování novinářů a obránců lidských práv prostřednictvím

intruzivních technologií, jako je spyware, a je spojeno s nedostatkem specifických právních záruk ve většině zemí EU. Kromě toho jsou běžné online pomlouvačné kampaně, které často je vedou političtí zástupci.

- Pracovní podmínky novinářů jsou ve většině členských států EU žalostné, s nízkými platy a slabými nebo chybějícími systémy sociálního zabezpečení.
- V několika zemích – zejména ve východní Evropě – chybí dostatečný počet moderátorů obsahu velmi velkých online platforem ovládajících zdejší národní jazyky.
- V Bulharsku, na Kypru, ve Španělsku a Chorvatsku veřejné orgány dostatečně nehlásí své žádosti o moderování obsahu. Jinak je svoboda projevu obecně přiměřeně vyvážená v případech vládních žádostí adresovaných VLOPS o moderování obsahu.
- **Ve většině členských států EU chybí veřejná strategie proti dezinformacím.** Koordinované dezinformační a vlivové operace jsou přitom stále častěji považovány za hrozbu. Státy zároveň musejí dávat pozor, aby přehnané cenzurní politiky neohrožovaly základní práva.
- Právní ochrana práva na informace se zlepšila díky pokroku v zákonech nebo v přístupu k informacím (jedná se např. Rakousko, Bulharsko, Dánsko a Lucembursko).
- Ačkoli všechny členské státy EU nyní transponovaly hlavní ustanovení **směrnice (EU) 2019/1937 o ochraně osob**, které oznamují porušení práva Unie („směrnice o oznamování nekalých praktik“), přetrvávají problémy s účinností zákonů a povědomím veřejnosti o ochraně oznamovatelů. Případy **sankcí proti oznamovatelům** byly hlášeny některými členskými státy, například v **České republice, Polsku** a na **Slovensku**.
- Nezávislost a efektivita národních regulačních orgánů (NRA) se v rámci EU značně liší. Např. Maďarsko, Polsko, Itálie, Slovensko a Řecko čelí různým případům politického vměšování, od jmenování jejich členů až po rozhodování.
- V oblasti základní ochrany se žádná země nezařadila do vysokého rizika, ačkoliv dvě země – Maďarsko a Řecko – se nacházejí **na horní hranici středně vysokého rizika**.

Hlavní problémy zjištěné v **Maďarsku** v oblasti základní ochrany se týkají omezení přístupu novinářů do určitých institucionálních prostor (např. parlamentu nebo tiskových konferencí), uplatňování zákona o ochraně suverenity (Sovereignty Protection Act) proti nezávislým médiím, zhoršení přístupu k údajům veřejného zájmu a řady trestních oznámení (SLAPP) cílící na nezávislost novinářů a nedostatku politické nezávislosti mediálního úřadu.

Tato poslední otázka je citlivá i v **Řecku**, kde se riziko pro oblast plurality médií zvýšilo v důsledku více faktorů, včetně případů **fyzických útoků na novináře**, preventivního zatčení, SLAPP, sledování novinářů a nadměrného moderování obsahu ze strany licencovaných pracovníků u VLOP, a to s ohledem na citlivý geopolitický obsah.

- Bulharsko a Malta se rovněž umístily v pásmu středně vysokého rizika v oblasti základní ochrany. V **Bulharsku** politici vedou **pomlouvačné kampaně proti médiím**, úřady se zabývají kontroverzními žádostmi o odstranění online obsahu z platforem, pracovní podmínky novinářů jsou problematické a **v sázce je nezávislost národních regulačních orgánů**.

Na **Maltě** není dobře zaručena ochrana oznamovatelů a přístup k veřejným informacím, stejně jako nezávislost národních regulačních orgánů. Stejně tak zde přetrvává beztrestnost za trestné činy proti novinářům.

- **12 zemí EU** má v oblasti základní ochrany **středně nízké riziko**. Patří mezi ně některé západní členské státy, jako je Španělsko, Itálie, Portugalsko, Francie a Rakousko. Úroveň rizika v těchto zemích se zvyšuje zhoršováním pracovních podmínek novinářů a **nárůstem fyzického a online obtěžování**, zejm. novinářů.
- **Obavy o fyzickou bezpečnost novinářů** rostou i v zemích, které mají **nízké a velmi nízké riziko**, jako je Nizozemsko, Belgie, Německo a Švédsko.
- **Společným problémem** pro mnoho zemí EU, nezávisle na jejich umístění v rámci rizikových pásem, je **rozpočtová nezávislost národních regulačních orgánů**. V sázce je také dostatečnost jejich technických a lidských zdrojů, vezmeme-li v úvahu rostoucí úkoly, které jim svěřují DSA a EMFA.

Pluralita trhu – vysoké riziko



Oblast „**pluralita trhu**“ se zabývá ekonomickými faktory, které ovlivňují pluralitu nabídky médií, a posuzuje rizika vyplývající z nedostatečné transparentnosti a vysoké koncentrace vlastnictví médií, ekonomické udržitelnosti médií a nepřiměřeného vlivu komerčních zájmů a vlastnictví na redakční volby. Tato oblast dále posuzuje rizika vyplývající z vysoké koncentrace digitálních trhů a závislosti médií na online zprostředkovatelích.

- **Pluralita trhu je jedinou oblastí, která vykazuje průměrnou vysokou úroveň rizika napříč zeměmi EU.**

V této oblasti se nacházejí tři ukazatelé v pásmu středního až vysokého rizika, a to „transparentnost vlastnictví médií“, „životaschopnost médií“ a „redakční nezávislost na komerčním a vlastnickém vlivu“.

Na velmi vysoké úrovni rizika se nachází ukazatel „pluralita poskytovatelů médií“, který hodnotí úroveň koncentrace vlastnictví médií a existenci opatření k řešení tohoto problému.

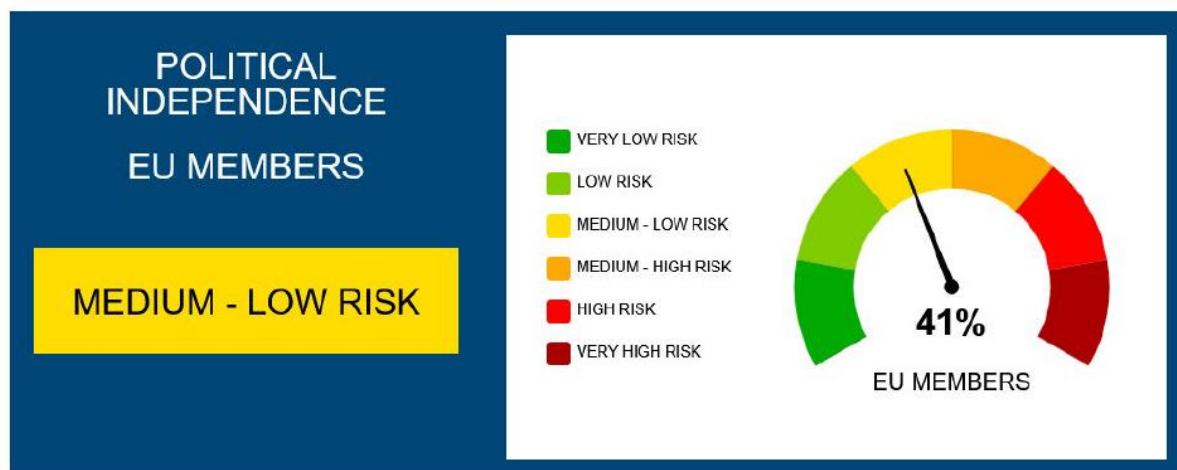
Druhým ukazatelem vykazujícím velmi vysokou úroveň rizika je ukazatel „pluralita digitálních trhů“, který zahrnuje digitální zprostředkovatele informací (online platformy, vyhledávače, agregátory) a od současné implementace i společnosti zabývající se umělou inteligencí.

- Transparentnost vlastnictví médií není zaručena ve všech členských státech EU. V členských státech, které si v tomto ukazateli vedou špatně, chybí komplexní právní předpisy specifické pro média, které by nařizovaly zveřejňování informací o vlastnictví médií ve všech mediálních sektorech. Problémem je nemožnost identifikace konečného nebo skutečného vlastníka, což je problém, který je obzvláště problematický v sektoru digitálních zpráv.
- Tendence ke konsolidaci – několik případů bylo posuzováno orgány pro ochranu hospodářské soutěže a/nebo mediálními orgány (např. ve Francii, Nizozemsku a Finsku). V Polsku vláda vstoupila do mediálních operací a přidala dvě televizní společnosti na seznam svých strategických aktiv. V době hodnocení MPM 2025 nemělo 18 zemí žádné samostatné hodnocení fúzí médií, které by hodnotilo dopad koncentrací mediálního trhu na pluralismus a redakční nezávislost.
- Digitální trhy jsou vysoce koncentrované a dominance velmi velkých online platform na trhu digitální reklamy pokračuje. Sběr dat se musí často spoléhat na odhady a komerční databáze, vzhledem k nedostatku transparentních finančních zpráv na úrovni jednotlivých zemí (a také na evropské) úrovni. Absence standardizovaných systémů pro měření online publika navíc přispívá k neprůhlednosti digitálních trhů a dále ohrožuje rovné podmínky.
- Ekonomické vztahy mezi poskytovateli mediálních služeb a digitálními zprostředkovateli jsou stále charakterizovány spory ohledně monetizace mediálního obsahu a obtížemi v ochraně autorských práv. V osmi zemích EU neprobíhají žádná jednání mezi vydavateli a platformami o odměňování za používání mediálního obsahu.
- Rychlý růst generativních systémů umělé inteligence vedl mnoho vydavatelů k podpisu smluv se společnostmi zabývajícími se umělou inteligencí o odměňování mediálního obsahu používaného k výuce LLM (velkých jazykových modelů). Tyto případy se však koncentrují na největších evropských trzích: v Německu, Francii a Španělsku. Velká většina zemí (24) uvádí, že neprobíhají žádná jednání, nebo pokud probíhají, jsou velmi omezená a problematická. V zemích, kde byly v roce 2024 podepsány příslušné dohody se společnostmi zabývajícími se umělou inteligencí, jsou tyto dohody omezeny na mainstreamová média a nejsou transparentní ve svých ekonomických a právních detailech.
- Životaschopnost médií se zlepšila, ale trh zdaleka není udržitelný. Zatímco trh s tištěnými vydavatelstvími nadále zaznamenává klesající příjmy a nižší náklad v téměř každé zemi, televize a rozhlas se ukázaly jako odolnější a v mnoha případech zaznamenaly určitý růst příjmů. Životaschopnost novinářské profese stále není dobrá. I když bylo hlášeno méně velkých rušení médií a propouštění než v minulých letech, počet zaměstnaných novinářů je pod úrovní z počátku 21. století. Existuje několik dobrých příkladů zemí, kde se vlády rozhodly zvýšit investice do kvalitní žurnalistiky, s větším zaměřením na digitální média, stejně jako v minulých letech, ale ve většině případů takové dotace stále nejsou dostatečné. Redakce sice experimentují s novými příjmy, ale většina z nich je sotva udržitelná.
- Středně vysoké riziko ukazatele „redakční nezávislosti“ ukazuje, že na slabém mediálním trhu jsou zpravodajská média extrémně zranitelná vůči komerčním tlakům. Opatření, která mají za cíl chránit integritu obsahu, v mnoha zemích stále chybí. Problémem zůstává skrytá reklama. V hodnocených zemích existuje znepokojivý počet případů, kdy majitelé zpravodajských médií mají významné zájmy v nemediálních sektorech. Zveřejňování střetů zájmů stále není běžnou praxí.
- V oblasti „plurality trhu“ není žádná země vystavena nízkému riziku a tři země jsou vystaveny velmi vysokému riziku: Kypr, Maďarsko a Rumunsko. U těchto zemí vyplývá alarmující výsledek z vysoké úrovně rizika ve všech ukazatelích, které oblast tvoří. Devět zemí je vystaveno vysokému riziku, zatímco 14 zemí se nachází na středně vysoké úrovni rizika a Německo je jedinou zemí ve středně

nízkém pásmu – výsledek je způsoben nízkými riziky souvisejícími s ukazatelem transparentnosti vlastnictví médií a zárukami redakční nezávislosti před komerčním a nepatřičným vlivem vlastníků. Celkově je třeba poznamenat, že i tato oblast vykazuje vysoký stupeň jednotnosti ve výsledcích, přičemž většina zemí se nachází mezi 60 a 70 % úrovně rizika. Tento efekt lze chápat jako důsledek přeshraničního rozměru médií a digitálních trhů.

- V ukazateli „**transparentnost vlastnictví médií**“ dosahuje šest zemí **vysokého rizika** (Belgie, **Česká republika**, Finsko, Nizozemsko, Rumunsko a Slovinsko), zatímco tři země jsou zařazeny do pásma velmi vysokého rizika (Kypr, Maďarsko a Španělsko).
- Pokud jde o ukazatel „pluralita poskytovatelů médií“, dvacet zemí dosahuje velmi vysokého rizika a zbývajících sedm zemí je vysoce rizikových.
- V ukazateli „pluralita na digitálních trzích“ dosahují všechny země vysokého a velmi vysokého rizika, s výjimkou Německa, které představuje středně vysoké riziko.
- Výsledky ukazatele „životaschopnost médií“ představují širší škálu rizikových skóre: 18 zemí se nachází ve středně nízkém nebo středně vysokém rozmezí; pouze tři pobaltské země vykazují nízké riziko, zatímco Kypr, Maďarsko, Irsko, Malta, Rumunsko a Slovinsko jsou vysoce rizikové země.
- Drtivá většina zemí (18) také vykazuje vysoké nebo velmi vysoké riziko v ukazateli „redakční nezávislosti na komerčním a vlastnickém vlivu“. Ve 22 zemích vyvolávají ekonomické zájmy vlastníků médií v nemediálních sektorech vážné obavy.

Politická nezávislost – středně nízké riziko



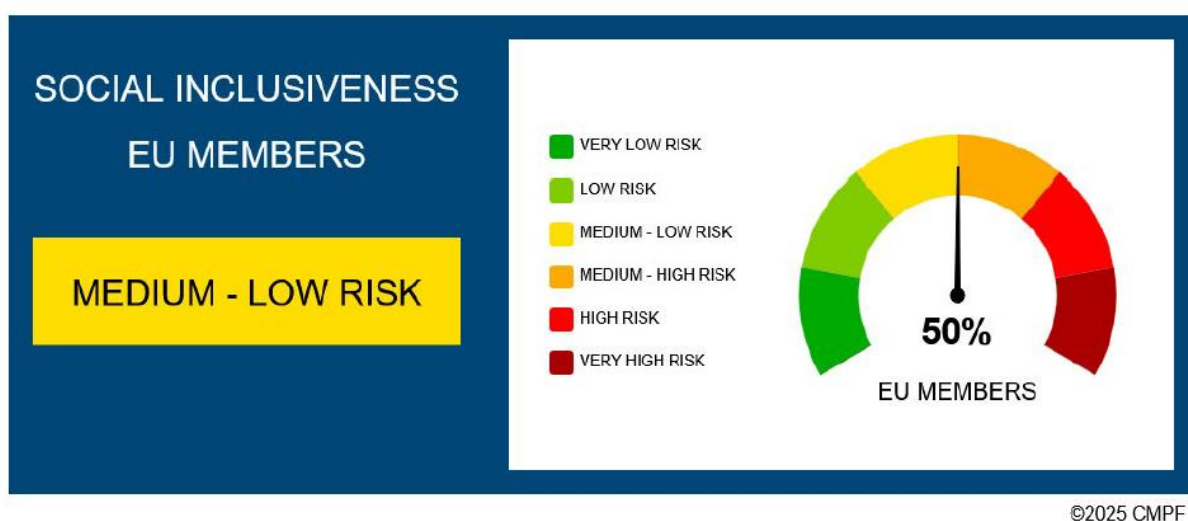
Indikátory „**politické nezávislosti**“ hodnotí existenci a účinnost regulačních a samoregulačních záruk proti politické zaujatosti a politickým vlivům na produkci, distribuci a přístup k zprávám. Konkrétněji se tato oblast snaží vyhodnotit vliv státu a politické moci na fungování mediálního trhu a nezávislost veřejnoprávních médií. Oblast se dále zabývá existencí a účinností (samo)regulace při zajišťování redakční nezávislosti a dostupností pluralitních politických informací a názorů, zejména během volebních období.

- Výsledky EU pro oblast politické nezávislosti z roku 2025 ukazují přetrvávající významné případy kontroly a vlivu vyvíjené **tradičními mechanismy politického ovládnutí médií**. Tato skutečnost se odráží na úrovni oblasti – celkové skóre dosahuje 41 %, což je středně nízké skóre.
- Přetrvávají **obavy z politizovaných vlastnických struktur**, které mohou ovlivnit politickou nezávislost médií a redakční autonomii. V tomto ohledu je **za nejvíce ohrožený považován sektor novin**, těsně následovaný sektorem audiovizuální služby. Z hlediska politické kontroly prostřednictvím vlastnictví jsou digitální nativní média hodnocena jako relativně bezpečnější.
- Samoregulační nástroje často postrádají pravomoc řešit nebo reagovat na vnější i vnitřní porušování a tlaky. Samoregulace je hodnocena jako skutečně účinná pouze v severoevropských zemích.
- Redakční produkce je také nepřímo ovlivněna kontroverzním rozdělením státních peněz, přičemž přidělování těchto zdrojů, zejména státní reklamy, je často spojeno s politizovanými vlastnickými strukturami.
- Výsledky MPM 2025 odhalují **silnou politizaci struktur správy a financování**, stejně jako mechanismů evropských veřejnoprávních médií. Byly zjištěny citlivé nedostatky, zejména pokud jde o regulační ustanovení zaměřená na omezení politického vlastnictví, kritéria pro přidělování státní reklamy, postupy správy a financování veřejnoprávních médií, jakož i podmínky a mechanismy, prostřednictvím kterých je politická reklama distribuována v online médiích a na platformách.
- **Téměř ve všech členských státech se audiovizuální média řídí přísnými regulačními zárukami, jejichž cílem je chránit volební období před nevyváženou politickou komunikací.** Taková ochranná opatření byla obecně hodnocena jako **dostatečná** pro zajištění spravedlivého a vyváženého zastoupení politických názorů.
- **Naopak politická komunikace v online prostředí s sebou nese vážná rizika**, a to kvůli technikám používaným pro zveřejňování online politické reklamy – zejména na platformách sociálních médií – a obavám o transparentnost. Všeobecný **nedostatek regulace** i nadále brání zlepšení v této oblasti.
- Mnoho evropských zemí je vážně ovlivněno zakořeněným zpolitizováním místního vlastnictví a veřejného financování, které je zaujatě řízeno buď formou dotací, nebo institucionálních kampaní. V některých případech jsou místní média přímo vlastněna nebo financována obcemi (např. Slovensko, Chorvatsko). To vyvolává velké obavy, pokud jde o redakční práci, ale také se ukazuje jako problematické z hlediska narušení trhu.
- **Některé země byly výrazně zasaženy napjatou geopolitickou situací.** V Polsku byli dva hlavní audiovizuální hráči přidáni na seznam strategických subjektů, které mají nárok na státní ochranu a budou potřebovat souhlas vlády v případě změny vlastnictví. V Rumunsku byly volby anulovány Ústavním soudem v prosinci 2024 kvůli obavám ze zahraničního vměšování prostřednictvím kampaní na sociálních sítích.
- Více než polovina členských států EU dosahuje skóre mezi středně nízkým a vysokým rizikem, což je podkladem pro relevantní regulační nedostatky a případy politického vlivu a kontroly.
- Geografické rozložení rizika jasně umísťuje **bývalé socialistické země do pásem vyššího rizika ve srovnání se západními protějšky** – s několika výjimkami. Ve východoevropských zemích jsou vzorce kontroly obzvláště výrazné a vzájemně propojené. Zásadním rozdílem je kvalita implementace ustanovení a standardů. Naopak severoevropské země jsou hodnoceny jako obecně prosté zjevné

nekalé praxe, a to i přes absenci tvrdých regulačních ustanovení zaměřených na zabránění politické kontrole.

- Stejně jako v předchozích implementacích MPM dosahují Maďarsko a Malta nejhorších výsledků. Zatímco Malta představuje unikátní případ stranicky-mediálního systému, Maďarsko kombinuje širokou škálu zjevných i jemnějších prvků, kvůli nimž je mediální systém téměř zcela ovládnut vládoucí politickou stranou Fidesz.

Sociální inkluze – středně nízké riziko



Oblast „**sociální inkluze**“ se zaměřuje na univerzální, inkluzivní a bezpečný přístup k médiím, zejména pro specifické skupiny ve společnosti, včetně menšin, marginalizovaných komunit, místních a regionálních komunit, žen a osob se zdravotním postižením. Zkoumá také prostředí **mediální gramotnosti** jako předpoklad inkluzivity.

- Sociální inkluze s průměrným rizikem odhadovaným na 50 % se ve srovnání s předchozími koly implementací MPM stále nachází v pásmu středně nízkého rizika, ačkoli na hranici středně vysokého rizika. Medián se však nachází v pásmu středního až vysokého rizika, což odráží skutečnost, že situace ve většině zemí zůstává problematická. Nicméně žádný z členských států EU nedosáhl extrémních hodnot, tj. v pásmech velmi nízkého nebo velmi vysokého rizika.
- Všechny členské státy EU vynakládají určité úsilí k zajištění základní inkluzivity.
- Ačkoli všechny členské státy EU v posledních letech vynaložily určité úsilí na zlepšení dostupnosti médií v souladu s článkem 34 směrnice o audiovizuálních mediálních službách (AVSMD), minimální standardy se v jednotlivých zemích výrazně liší a jsou to **zvukové popisy pro osoby se zrakovým postižením**, které se často nacházejí mimo tyto minimální standardy.
- **Zastoupení žen v médiích zůstává nejslabším článkem pro většinu zemí**, pokud jde o sociální inkluzi. Jde o jeden z hlavních rizikových faktorů, jedná se jako o kvantitativní, tak i kvantitativní deficit.
- Při měření sociální inkluze, zejména pro posuzování zastoupení žen a marginalizovaných komunit v médiích, je běžným problémem nedostatek dat.
- Rozdělení zemí ukazuje jasné **geografické zóny**.

Skandinávie a Nizozemsko mají nízké riziko, západoevropské země se obvykle umísťují do pásma středně nízkého rizika, východoevropské země se umísťují do pásma středně vysokého rizika, zatímco jihoevropské země poskytují smíšený obraz s Itálií ve pásmu středně vysokého rizika a Portugalskem v pásmu vysokého rizika.

- Dobrý výsledek skandinávských zemí a Nizozemska odráží velmi komplexní a aktuální politiky mediální gramotnosti a také velmi vysokou úroveň mediální gramotnosti obyvatelstva a dále solidní univerzální pokrytí jejich území spolu s vysokou dostupností médií. Pokrytí místními médií naopak zůstává vážným zdrojem obav pro Dánsko, Nizozemsko a Finsko, kde místní média stále častěji končí, neboť nejsou dostatečně životaschopná.
- Mezi východoevropskými zeměmi představují Estonsko a Litva významné středně nízké riziko a nacházejí se velmi blízko pásmu nízkého rizika. Tyto dvě země sdílejí některé společné rysy se skandinávskými zeměmi, včetně silného univerzálního přístupu k médiím, odpovídajícího zastoupení menšin a v případě Estonska velmi silné tradice mediální gramotnosti, která byla před dvěma lety rozšířena i na ruské menšiny v zemi.
- Portugalsko je jediným západoevropským členským státem, který se umístil ve vysoce rizikovém pásmu. Mají zde být významné problémy s udržitelností týkajícími se místních médií, genderovou nerovností v řízení a zastoupení, jakož i nedostatečnou přítomností a stereotypním rámováním marginalizovaných komunit v mediálním obsahu.
- Rumunsko je zemí s nejhoršími výsledky, pokud jde o sociální inkluzivitu. Chybí data. Bulharsko jej v těsném závěsu následuje; tento výsledek odráží neefektivní ochranu proti nenávislným projevům uprostřed nízké mediální gramotnosti a špatné výsledky, pokud jde o genderovou vyváženost a rozmanitost v médiích.

Usnesení:

Rada se seznámila s obsahem Zprávy o monitoringu plurality médií za rok 2025 „Monitoring media pluralism in the European Union : results of the MPM2025“.

# Mediální prostředí v EU

## Obsah

|                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ZPRÁVA EVROPSKÉ KOMISE O VÝHLEDU DO BUDOUCNOSTI MÉDIÍ V EVROPSKÉ UNII ZE ZÁŘÍ 2025                                                                                                                                                                                 | 1  |
| ZÁKLADNÍ SHRNUÍ                                                                                                                                                                                                                                                    | 1  |
| ZÁKLADNÍ SHRNUÍ PODLE JEDNOTLIVÝCH ODVĚTVÍ                                                                                                                                                                                                                         | 1  |
| VÝHLEDY PODLE JEDNOTLIVÝCH SEKTORŮ                                                                                                                                                                                                                                 | 3  |
| AUDIOVIZUÁLNÍ SEKTOR                                                                                                                                                                                                                                               | 3  |
| VIDEOHERNÍ SEKTOR A SEKTOR ROZŠÍŘENÉ REALITY (XR)                                                                                                                                                                                                                  | 4  |
| ZPRAVODAJSKÝ SEKTOR                                                                                                                                                                                                                                                | 4  |
| SPOTŘEBITELSKÉ TRENDY – CHOVÁNÍ KONZUMENTŮ V NOVÉ DOBĚ                                                                                                                                                                                                             | 5  |
| PRŮMYSLOVÉ TRENDY – REAKCE BYZNYSU NA HROZBY A VÝZVY                                                                                                                                                                                                               | 6  |
| TECHNOLOGICKÉ TRENDY – VÝVOJ, INOVACE, ALE TAKÉ ZAOSTÁVÁNÍ                                                                                                                                                                                                         | 6  |
| ZPRÁVA EVROPSKÉ KOMISE O PRÁVNÍM STÁTĚ ZA ROK 2025                                                                                                                                                                                                                 | 8  |
| SHRNUÍ                                                                                                                                                                                                                                                             | 8  |
| DOPORUČENÍ ZPRÁVY PRO ČESKOU REPUBLIKU                                                                                                                                                                                                                             | 8  |
| NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY (EU) 2024/1689 ZE DNE 13. ČERVNA 2024, KTERÝM SE STANOVÍ HARMONIZOVANÁ PRAVIDLA PRO UMĚLOU INTELIGENCI                                                                                                                       | 8  |
| SHRNUÍ                                                                                                                                                                                                                                                             | 9  |
| POKYNY EVROPSKÉ KOMISE NA OCHRANU NEZLETILÝCH NA ZÁKLADĚ DIGITÁLNÍHO BALÍČKU SLUŽEB (DSA)                                                                                                                                                                          | 9  |
| NOVÝ ETICKÝ PŘEDPIS TÝKAJÍCÍ SE UŽÍVÁNÍ AI V ŽURNALISTICE SCHVÁLENÝ KYPERSKOU KOMISÍ PRO ETIKU V MÉDIÍCH (CYPRUS MEDIA ETHICS COMMITTEE – CMEC)                                                                                                                    | 10 |
| NOVÁ STÁTNÍ SMLOUVA O DIGITÁLNÍCH MÉDIÍCH (DMStv) PŘIJATÁ DIE RUNDFUNKKOMMISSION DER LÄNDER (KOMISE PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ SPOLKOVÝCH ZEMÍ)                                                                                                           | 12 |
| REPORT KOMMISSION ZUR ERMITTLUNG DER KONZENTRATION IM MEDIENBEREICH (Komise proti koncentraci trhu v médiích – KEK) Z 8 ČERVENCE 2025 OHLEDNĚ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ A AI JAKO NOVÝCH HROZEB A VÝZEV PRO DIVERZITU NÁZORŮ                                                 | 13 |
| FRANCOUZSKÝ REGULÁTOR AUDIOVIZUÁLNÍHO SEKTORU ARCOM OBDRŽEL POŽADAVKY OD NĚKOLIKA SDRUŽENÍ, ABY PODLE ZÁKONA Z 30. ZÁŘÍ 1986 FORMÁLNĚ VYZVAL TELEVIZNÍ A ROZHLASOVÉ SLUŽBY (NAPŘ. FRANCE 2, TF1, FRANCE INTER, RTL) K ÚPRAVĚ SEZNAMU MODERÁTORŮ, SLOUPKAŘŮ A HOSTŮ | 14 |
| FRANCOUZSKÁ VLÁDA ZNOVU OBNOVUJE NAŘÍZENÍ, KTERÉ VYŽADUJE PO PORNOSTRÁNKÁCH ZAVÉST SYSTÉM NA OVĚŘENÍ VĚKU UŽIVATELŮ                                                                                                                                                | 15 |
| FRANCIE – VYHLÁŠKA Z 4. SRPNA 2025 NOVĚ DEFINUJE POVINNOST PRO PRODUCENTY PORNOGRAFICKÉHO OBSAHU SIMULUJÍCÍHO ZNÁSILNĚNÍ ZOBRAZOVAT VAROVNOU ZPRÁVU UPOZORŇUJÍCÍ UŽIVATELE NA NELEGÁLNOST ZOBRAZENÉHO OBSAHU                                                       | 16 |
| PŘIJETÍ ZMĚN ZÁKONA O VYSÍLÁNÍ V GRUZII                                                                                                                                                                                                                            | 17 |

|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ITALSKÝ REGULAČNÍ ÚŘAD PRO KOMUNIKACI (AGCOM) FORMÁLNĚ PŘIJAL METODICKÉ POKYNY A<br>KODEX CHOVÁNÍ PRO INFLUENCERY | 17 |
| VÝSLEDKY PŘESHRANIČNÍ SPOLUPRÁCE V RÁMCI EMFA                                                                     | 18 |
| EVROPSKÁ KOMISE VYDALA PŘÍRUČKU OHLEDNĚ PRÁCE S DĚTMI NA INTERNETU                                                | 18 |

# ZPRÁVA EVROPSKÉ KOMISE O VÝHLEDU DO BUDOUCNOSTI MÉDIÍ V EVROPSKÉ UNII ZE ZAŘÍ 2025

## ZÁKLADNÍ SHRnutí

Evropská komise začala zkoumat trendy v oblasti médií a analyzovat jejich dopad na mediální trh. Tato iniciativa vedla k vydání první zprávy o výhledu evropského mediálního průmyslu v roce 2023.

**Představený dokument Evropské komise je druhou edicí tohoto dokumentu.**

Obecně se dá říci, že evropský mediální průmysl se nachází v období hluboké transformace, kterou formují měnící se spotřebitelské návyky, technologické inovace a zesílená globální konkurence. Společnosti v EU si sice udržují pověst tvůrců kvalitního a renomovaného obsahu, ale čelí zásadním výzvám ze strany mimoevropských aktérů, zejména z USA a východní Asie.

Tito konkurenti dominují v klíčových segmentech, a to zejména v distribuci, a získávají tak větší podíl na příjmech a pozornosti publika. Spotřebitelé se stále více obracejí k segmentům s menším zastoupením evropského obsahu, jako jsou streamovací služby (SVoD) a sociální média, což dále ohrožuje ziskovost evropských mediálních společností.

Na tyto výzvy se evropský průmysl snaží reagovat. Zaměstnanost v odvětví roste a evropské společnosti jsou pro profesionály stále atraktivní. Průmyslový ekosystém navíc zahrnuje mnoho slibných start-upů, které by s odpovídajícími investicemi mohly být konkurenceschopnými na globální úrovni.

Pro budoucí konkurenceschopnost považuje zpráva za klíčové se zaměřit na několik základních strategických oblastí:

- 1) **Publikum** – Je třeba, aby byl evropský mediální průmysl schopen oslovit co nejširší možné publikum a byl schopný se přizpůsobit potřebám několika rozdílných cílových skupin konzumentů. V tomto směru je třeba zejména vytvořit rozmanitou nabídku obsahu, která by reagovala na jejich poptávku.
- 2) **Technologie** – Evropský průmysl musí být schopný aktivně reagovat na hrozbu ztráty technologické suverenity EU, (např. herní enginy, AI vyráběné mimo EU), a musí být výhledově schopen se adaptovat na moderní technologické mediální systémy.
- 3) **Investování** – Dle zprávy existují značné mezery v investicích do výzkumu a vývoje mediálního průmyslu. Je navrhováno, aby došlo k ambiciózním politickým řešením, které mezery v investování překlenou. Za pozornost v tomto směru stojí i fakt, že mediální firmy z EU tvoří pouze 7 z 800 nejvíce investujících společností do vědy a výzkumu.
- 4) **Duševní vlastnictví** – Je třeba vytvářet a strategicky využívat silné značky duševního vlastnictví napříč nejrůznějšími formáty. Jedná se totiž o možnost zajištění zvýšení příjmů a udržení pozornosti publika, které upravuje svoje chování.

## ZÁKLADNÍ SHRnutí PODLE JEDNOTLIVÝCH ODVĚTVÍ

**Audiovizuální sektor:** Trh EU je sice druhým největším na světě, ale podíl amerických společností na příjmech vzrostl na téměř 40 %, zatímco podíl firem z EU klesl na 59 %. Evropská díla navíc sice tvoří 20 % katalogů největších SVoD služeb, ale dosahují pouze 16 % sledovací doby. Sledovanost nenárodních evropských děl na SVoD platformách klesla z 11 % v roce 2020 na 7 % v roce 2024.

**Sektor videoher a XR:** Průmysl EU drží malý podíl na celosvětových příjmech z videoher (13 %) a je závislý na mimoevropských technologiích a distribučních platformách. Dvě mimoevropské společnosti generují jen na provizích z mobilních her více příjmů než celý evropský videoherní průmysl. Přesto se v EU nachází dynamická startupová komunita a evropští developéři dosahují komerčních i kritických úspěchů.

**Zpravodajský sektor:** Tradiční zdroje příjmů (89 % celkových příjmů) klesají a nejsou kompenzovány nárůstem alternativ. Rostoucí podíl populace přistupuje ke zprávám primárně přes sociální média (37 %) a většina Evropanů (66 %) za služby spojené se zpravodajstvím vůbec neplatí. Důvěryhodnost tradičních médií však zůstává výrazně vyšší než u sociálních sítí, což představuje klíčový přínos.

## VÝHLEDY PODLE JEDNOTLIVÝCH SEKTORŮ

### AUDIOVIZUÁLNÍ SEKTOR

Audiovizuální trh EU (tj. zahrnující streamování, televizi a kina) zůstává druhým největším na světě (první místo zaujímá USA s 49 %) a představuje přibližně 22 % celosvětových příjmů tohoto odvětví. V posledních letech však došlo v tomto sektoru k významným změnám v chování spotřebitelů.

V EU nyní samotný YouTube zaznamenává téměř stejnou dobu sledování jako celý sektor předplacených videí na vyžádání (SVoD). I když lineární vysílání stále představuje 53 % příjmů generovaných audiovizuálními službami na evropském trhu, silný růst služeb jako YouTube ovlivňuje dynamiku trhu a reklamu.

**Tři streamovací služby ze zemí mimo EU nadále vedou trh SVoD**, přestože Evropští poskytovatelé SVoD – především provozovatelé vysílání – dosahují až 16 % tržeb na trhu EU. Pokud jde o odvětví kinematografie, pokračuje jeho oživení směrem ke stavu před pandemií Covid 19.

Co se týče celkové struktury, **audiovizuální trh EU zůstal vysoce koncentrovaný**: v roce 2023 představovalo 20 podnikatelských skupin s nejvyššími příjmy 65 % příjmů generovaných 100 nejvýznamnějšími skupinami.

Celkově se ale zvětšuje podíl příjmů amerických společností na úkor společností z EU. Americké společnosti dosahují 40 % příjmů ze 100 nejvýznamnějších skupin, zatímco EU pokleslo na 59 %.

**Evropští audiovizuální hráči tak čelí mnoha výzvám, a to zejména rostoucímu tlaku kvůli konkurenci ze strany streamovacích služeb a mimoevropského obsahu. Dle zprávy Evropské komise se i přes vysokou úroveň produkce děl z EU nedaří oslovit širší publikum a trend ukazuje kromě poklesu příjmů i pokles doby sledování a návštěvnosti kin na tyto tituly.** (V kinech představovaly filmy z EU v roce 2023 66 % dostupných titulů, přičemž jejich návštěvnost byla jen 29 %).

**Evropská komise se tedy domnívá, že trhu EU hrozí stagnace a zaostávání, zejména kvůli možnému nárůstu trhu s umělou inteligencí v audiovizuálním obsahu, který může do roku 2028 vzrůst až o 85 %.**

## VIDEOHERNÍ SEKTOR A SEKTOR ROZŠÍŘENÉ REALITY (XR)

Globální videoherní průmysl je **silně koncentrovaný a silně ziskový**. Evropský průmysl má na tomto trhu nicméně jen **velmi omezený podíl a čelí mnoha výzvám**.

Po poklesu v roce 2022 se trh **zotavuje** a za rok 2024 se očekávají příjmy ve výši 169,6 miliardy EUR. Trh v EU, který tvoří 13 % toho globálního (zhruba 21,7 miliardy EUR) vykazuje rovněž **slabší oživení**.

Zdaleka nejvíce zastoupeným druhem videoher jsou hry **mobilní**, ovšem trh EU se zaměřuje spíše na ty **konzolové**, které mají největší podíl na jeho příjmech. (51 %).

Samotný trh je koncentrovaný do velmi úzkého počtu firem. Pouze **pět firem generuje až 50 % všech příjmů videoherního průmyslu**. (Tencent, Microsoft, Sony, Apple, NetEase). Evropský průmysl navíc vykazuje čím dál tím větší **závislost na zahraničních technologiích**. (Enginy Unity, Unreal). Kromě technologií chybí také domácí **distribuční platformy**, neboť hlavní distribuční platformy (**Apple, Google, Steam**) se nacházejí mimo trh EU.

**Mezi 25 největších videoherních společností poté patří pouze 2 z EU.**

Jednou z velkých výzev trhu je také jistá **neschopnost v prosazení nových titulů, které nejsou schopné konkurovat těm již zavedeným**. Dle průzkumů videohry hraje až 75 % dospělých v EU, přičemž trh dominují zejména **starší hry mimoevropského původu a fungující na principu „live-service“**. Jedná se zejména o takové hry, které udržují pozornost hráčů velmi dlouho a konzistentně, (například i několik let), což vytváří tlak na nové tituly.

Přesto se v rámci EU alespoň dílčím způsobem daří realizovat komunitu **start-upů** vytvářejících nové hry, které mají jistý komerční úspěch. Zpráva vyzdvihuje hru *Baldur's Gate III* jako příklad takového titulu. Nadále se evropské videoherní firmy také považují za velmi dobré a spolehlivé zaměstnavatele. Přetrvává ale problém s **nízkou viditelností oproti zahraničním značkám**. Firmám také chybí **rizikový kapitál**, což je činí neschopné adekvátně reagovat na nepředvídané výzvy. To vedlo zejména v tomto průmyslu k velké **vně propouštění a nestabilitě** v letech 2023-2024.

Co se týká sektoru rozšířené reality (XR), jeho hodnota je zhruba 61 miliard EUR a do roku 2030 by se mohl téměř **ztrojnásobit**. Trh v EU tvoří až 20 % globálního podílu, přičemž hnací silou je opět videoherní průmysl.

I trh s XR je silně koncentrovaný. Hlavními aktéry jsou zejména společnosti Meta, Google a Apple. Tyto společnosti de facto plně **kontrolují hardware, software i distribuci XR produktů**. Evropští poskytovatelé naopak jsou velmi malé firmy s méně jak patnácti zaměstnanci, které se spíše zaměřují na **specializované aplikace**.

Trh s XR se také potýká s jistým nesouladem **zájmu a užívání**. Ačkoliv je mezi veřejností prokazatelný zájem o **XR služby**, většina spotřebitelů s nimi nemá vůbec žádné zkušenosti (až 7 z 10) a tyto produkty nevyužívá. Za hlavní problém je v tomto kontextu považována **vysoká cena produktů a neinformovanost**.

## ZPRAVODAJSKÝ SEKTOR

Zpravodajský sektor v EU čelí existenčním výzvám v důsledku klesajících příjmů, měnících se spotřebitelských návyků a rostoucí konkurence ze strany online platforem a obsahu generovaného umělou inteligencí.

Celkové příjmy sektoru klesly v průběhu let 2019 až 2023 až o 8 %, tedy zhruba na 77,2 miliard EUR. Sektor je navíc téměř zcela závislý na tradičních příjmech z blokové reklamy a tisku (až 89 %), které klesají. Digitální příjmy obvykle **nestačí** k pokrytí nákladů srovnatelným způsobem jako tradiční. Z pohledu zprávy Evropské komise se mluví přímo o **ohrožení životaschopnosti zpravodajských médií**, a to prakticky ve **všech státech EU**. Tento jev má závažné následky vznik tzv. „**zpravodajských pouští**“, zejména ohledně pokrytí na lokální úrovni.

**Online platformy nadále formují spotřebitelské návyky i v sektoru zpravodajství.** Zejména společnosti Google a Meta výrazně převyšují tradiční zpravodajské kanály i v distribuci reklamy a odvádí od nich tento zdroj příjmů. Jenom v roce 2023 tyto dvě společnosti převýšili **všechny mediální společnosti v EU dohromady** o 6 miliard v počtu příjmu z reklamy.

Tyto jevy reflektuje i zaměstnanost v tomto sektoru, která dlouhodobě klesá už od roku 2021. (o 7,5 %). Největší pokles je jednoznačně v **televizním sektoru** a ve **vysílacím sektoru**.

**Většina zpravodajských organizací (94 %) má online přítomnost** a díky tomu se snaží získat nové zdroje příjmů – zejména skrz pořádání akcí, tvorbu předplatného nebo e-commerce.

Zejména populární je varianta **předplatného**. Roste i popularita tzv. „**News snacking**“, tedy krátkých, rychlých dávek zpráv.

I do této oblasti se propisuje vliv AI. AI se používá na překlady, shrnutí, zvýšení efektivity a personalizaci obsahu uživatelům. Většina vydavatelů ale považuje AI ve zpravodajství za riziko, a to mimo jiné z toho důvodu, že AI samotné nahrazuje zpravodajská média jako zdroj zpráv, a to například už skrze odpovědi v přímém vyhledávání. Navíc **se prohlubuje závislost těchto médií na technologických společnostech**.

Zvětšují se rizika spojená s autorskými právy, editoriální kontrolou a dezinformacemi.

## SPOTŘEBITELSKÉ TRENDY – CHOVÁNÍ KONZUMENTŮ V NOVÉ DOBĚ

**Spotřebitelské chování se vyvíjí směrem k digitálním a personalizovaným formátům, přičemž celkový čas strávený s tradičními médii stagnuje nebo roste jen velmi pomalu.**

- 1) Evropa je regionem, kde se sledování médií věnuje **nejméně času na světě**, a to v průměru 10-11 hodin denně, oproti celosvětovému průměru 12 hodin. Evropané přitom tráví nejvíce času stále na tradičních audiovizuálních médiích, ovšem digitální spotřeba postupně **nahrazuje** tradiční.
- 2) Sociální média a na ně navázaný obsah generovaný **samotnými uživateli dominují** mediální trh. Až 6 z 10 lidí považuje sociální síť jako kompletní alternativu k tradičním médiím a předpokládá se, že toto číslo bude nadále růst.
- 3) Evropané utrací za média v průměru 56,33 EUR (1372,58 Kč) měsíčně, obvykle nejčastěji jako a) poplatky za televizní vysílání a b) videohry a streamovací služby jako je Netflix, Disney+ a další. **Až 66 % Evropanů také vůbec neplatí za média, která by se dala označit jako zpravodajská.**
- 4) Co se týče vnímání umělé inteligence (AI), panuje silná rozdělenost názorů, přičemž mírně (52 % respondentů studie) převažují **obavy ze zneužití**, zejména u tvorby

zpravodajského obsahu. Rozdíl panuje zejména u věku a vzdělanosti, přičemž vzdělanější a mladší lidé hodnotí AI obecně **pozitivněji**.

5) Mladí spotřebitelé (18-30 let) jsou pro EU vnímáni jako **klíčová demografická skupina**, neboť je de facto určující pro budoucí trendy v mediálním průmyslu. Tato skupina obyvatel konzumuje média **primárně** přes **sociální sítě** a silně upřednostňuje streamovací služby před tradičními televizními kanály. Poměrně zajímavě se u nich ale nadále udržuje popularita **osobních návštěv kin**. Ze všech demografických skupin mají také největší **averzi vůči zpravodajství**, přičemž pouze 31 % z nich uvedlo, že zpravodajské kanály sleduje **denně**. (V obecné populaci je toto číslo až 53 %). Jak již bylo řečeno, také jsou daleko více otevření moderním inovacím.

## PRŮMYSLOVÉ TRENDY – REAKCE BYZNYSU NA HROZBY A VÝZVY

Mediální společnosti působící na trhu EU se snaží přizpůsobit novým podmínkám a výzvám zejména prostřednictvím konvergence nabídky a využívání duševního vlastnictví.

1) **Konvergence nabídky a příjmových modelů:** Tradiční hranice mezi rozdílnými typy obsahu se **postupně nadále stírají**. Například streamovací služba Netflix začala investovat do tvorby videoher. Klasické vysílací společnosti se naopak snaží zahrnovat i streamovací služby, případně vytváří komplexní „centra zábavy“ s širokou nabídkou obsahu. Ve streamovacích službách se začalo experimentovat s **rozšiřováním reklamy pomocí tarifů**, přičemž hry a kina začaly replikovat taktiku streamovacích služeb ohledně modelu **předplatného** ke konzumaci jejich služeb.

2) **Trh se vnímá jako „přesycený“** a společnosti se zejména zaměřují na snahu **udržet si zákazníky**. Z tohoto důvodu se zejména trend mění směrem k **personalizaci obsahu a přístupu orientovanému na jednotlivce (uživatele)**. Formáty se obecně také **zkracují**, aby bylo zajištěno udržení pozornosti uživatelů. Zaznamenán byl i pokus o vznik **komunit**, spojených s konzumováním konkrétních služeb.

3) **Duševní vlastnictví** hraje nadále klíčovou roli a jeho role se bude rozšiřovat. Jedná se zejména o tzv. transmediální vyprávění, tedy monetizace konkrétních příběhů s jedním duševním vlastnictvím v mnoha rozdílných podobách (knihy, TV, hry, propagační příběhy – přičemž vše vychází z jednoho základu). Obecně se dá také říci, že se hojně realizuje taktika využívání **známých duševních vlastnictví z minulosti**, přičemž se u dané značky automaticky předpokládá zaručené alespoň minimální publikum. Například v roce 2023 bylo až 70 % tržeb kin z filmů, které byly **založené na již předem existující značce**. **Evropským mediálním společnostem se ovšem nedaří vytvořit značky, které by měly stejný efekt, jako zahraniční, a vytvořily si silné komunity diváků.**

## TECHNOLOGICKÉ TRENDY – VÝVOJ, INOVACE, ALE TAKÉ ZAOSTÁVÁNÍ

1) **Technologie jako AI, cloud, blockchain, či XR (Rozšířená realita) kompletně mění distribuci, spotřebu, i produkci obsahu.** Míra jejich přijetí je ovšem **silně omezená**. V audiovizuálním prostředí pouze 39 % firem používá AI, přičemž podobně je na tom zpravodajský sektor, kde je tato míra 35 %. Zdaleka nejpřívětivějším odvětvím na tento druh technologií jsou poté videohry, kde míra přijetí tvoří 51 %.

**2) Nedostatek dovedností** a talentů je dalším z opakovaných rizik a problémů evropského mediálního trhu. Ten se potýká jak s nedostatkem IT pracovníků, tak také s nedostatkem pracovníků v manažerských rolích. S postupující digitalizací roste poptávka po specializovaných dovednostech v oblastech analýzy dat, AI, 3D animace, či programování. Zdaleka největším konkurentem jsou pro mediální společnosti tzv. **technologičtí giganti**, kteří zabírají citelné množství zaměstnanců na pracovním trhu, a to díky lepším **platům a pracovním podmínkám**.

# ZPRÁVA EVROPSKÉ KOMISE O PRÁVNÍM STÁTĚ ZA ROK 2025

## SHRNUTÍ

Zpráva je šestým ročním hodnocením právního státu v EU, přičemž přehledně hodnotí situaci ve všech 27 členských státech a čtyřech kandidátských zemích (Albánie, Černá Hora, Severní Makedonie a Srbsko).

Zhodnocen je primárně stav v těchto klíčových oblastech: **justiční systém, protikorupční opatření, pluralita a svoboda médií a institucionální mechanismy, zejména systémy vzájemné kontroly a vyvažování pravomocí.**

Zpráva poukazuje na **pozitivní vývoj** ve většině zemí v důsledku přijatých reforem, přičemž se jedná o alespoň částečnou realizaci **57 %** doporučení z roku 2024.

V některých zemích ovšem přetrvávají vážné výzvy, zejména v oblasti **nezávislosti soudnictví, boje s korupcí a svobody médií.**

V roce 2025 je **nově kladen důraz na dimenzi jednotného trhu jako základu pro právní stát**, neboť je nezbytným předpokladem pro ekonomickou stabilitu, právní jistotu a důvěru investorů.

Zpráva je součástí **preventivního a dialogického přístupu EU** k posilování právního státu. Součástí zprávy je i diskuze o **možnosti podmínění přístupu k evropským fondům dodržováním pravidel právního státu.**

Komise dává důraz na **transparentnost a konkrétní implementaci jednotlivých doporučení.**

## DOPORUČENÍ ZPRÁVY PRO ČESKOU REPUBLIKU

České republice je **silně doporučeno** posílit **transparentnost a nezávislost soudnictví**, včetně pokračování soudní reformy. Za zejména problematickou je považována **transparentnost řízení soudců.**

Česká republika má nadále investovat do **digitalizace justice a rozvoje elektronických služeb**, aby bylo zajištěno, že občané budou mít k právu lepší a dostupnější přístup.

Je zapotřebí **zlepšit** institucionální rámec pro boj s korupcí a **posílit** vzájemné kontroly mezi institucemi.

Je nutné **podpořit svobodu a pluralitu médií**, neboť jde o klíčový prvek právního státu i demokratické společnosti.

Musí se rovněž urychlit reformy veřejné správy a správního řízení s důrazem na efektivitu a transparentnost.

Česká republika by měla také plnit makroekonomické cíle EU, tedy udržovat **fiskální reformy v takové podobě, která zaručí udržitelný růst a stabilitu veřejných financí.**

## NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY (EU) 2024/1689 ZE DNE 13. ČERVNA 2024,

# KTERÝM SE STANOVÍ HARMONIZOVANÁ PRAVIDLA PRO UMĚLOU INTELIGENCI

## SHRNUTÍ

Nařízení o umělé inteligenci (takzvaný **AI Act**) se primárně vztahuje až k datu **2. srpna 2026**, některá ustanovení jsou ovšem účinná **již od 2. srpna 2025**, zejména **pro poskytovatele obecně účelových modelů umělé inteligence (GPAI)**, aby bylo zohledněno **velmi rychlé tempo technologického vývoje**.

Dle definice z článku 3 (63) GPAI chápeme AI systémy jako systémy trénované na velkém množství dat metodou samo-učení, které jsou schopné zvládat širokou škálu nejrůznějších úkolů.

Kapitola V. AI Actu, která stanovuje zejména **povinnosti** poskytovatelů GPAI, je tedy již **platná** (od srpna 2025). Tato část zákona vyžaduje zejména **dodržování práv duševního vlastnictví**, včetně identifikace **omezení** a poté využití moderních technologií k zajištění **kontroly**. Poskytovatelé také musí zveřejnit **přehled dat používaných pro trénink svých modelů** podle předem vytvořené **šablony**.

Evropská komise zveřejnila k tématu další klíčové dokumenty. Jedná se zejména o **GPAI Kodex a následně výše zmíněné šablony**. GPAI Kodex slouží k poskytnutí doporučení v oblastech transparentnosti, autorských práv a bezpečnosti. Poskytovatelé, kteří tento kodex dobrovolně podepíší, prokáží, že dodržují příslušné povinnostmi AI Act tím, že se jím budou dobrovolně řídit a zároveň tímto dosáhnou nižší administrativní zátěže a větší právní jistoty. Kodex podepsalo již více než 25 firem včetně Amazonu, Googlu, MistralAI či OpenAI. Šablona pak standardizuje shrnutí obsahu použitých dat.

Kromě povinností pro GPAI začala od 2. srpna 2025 platit i další ustanovení AI Act:

**Kapitola III, Sekce 4: povinnosti poskytovatelů a uživatelů vysoce rizikových AI systémů a dalších subjektů,**

**Kapitola VII: vytvoření unijní databáze vysoce rizikových AI systémů,**

**Kapitola XII: sankce s výjimkou čl. 101 týkajícího se pokut pro poskytovatele GPAI,**

**Článek 78: pravidla důvěrnosti, která musí respektovat evropské i národní instituce při výkonu svých činností.**

## POKYNY EVROPSKÉ KOMISE NA OCHRANU NEZLETILÝCH NA ZÁKLADĚ DIGITÁLNÍHO BALÍČKU SLUŽEB (DSA)

Evropská komise dne 14. července 2025 zveřejnila pokyny na ochranu nezletilých podle aktu o digitálních službách (DSA). Tyto pokyny mají vést k vytvoření bezpečného (nebo bezpečnějšího) online prostředí pro děti a mladistvé uživatele. Pokyny se vztahují na všechny online platformy přístupné

nezletilým, s výjimkou mikro a malých podniků, pokud nejsou označeny jako VLOP (velmi velké online platformy).

Bodová doporučení pokynů:

Použití přesných, spolehlivých a nediskriminačních metod ověřování věku (např. vlastní prohlášení, odhad věku, ověření věku) ke zamezení přístupu nezletilých k nevhodnému obsahu, jako je hazard nebo pornografie.

Nastavení účtů nezletilých jako soukromých ve výchozím nastavení pro ochranu osobních údajů a obsahu před cizími osobami.

Úprava algoritmů doporučování obsahu tak, aby se snížilo riziko kontaktu dětí s škodlivým obsahem a zabránilo se "uzavřeným smyčkám" specifického obsahu.

Umožnit dětem blokovat a ztlumit uživatele a vyžadovat jejich souhlas před přidáním do skupin, aby se zabránilo kyberšikaně.

Zamezit stahování nebo pořizování screenshotů obsahu publikovaného nezletilými, aby se zabránilo nechtěnému šíření sexuálního či intimního obsahu.

Výchozí vypnutí funkcí podporujících nadměrné používání (např. "streaks", "ephemeral content") a odstranění prvků navádějících k závislosti, spolu s ochranou AI chatbotů integrovaných do platforem.

Zajistit, aby nebyla zneužívána omezená komerční gramotnost dětí (např. nepřiměřené utrácení peněz, virtuální měny, loot-boxy).

Zavedení lepšího moderování a nástrojů pro hlášení s rychlou zpětnou vazbou a minimálními požadavky na rodičovskou kontrolu.

Pokyny budou sloužit Komisi jako nástroj pro hodnocení souladu platforem s článkem 28(1) DSA, tedy zda splňují potřebné standardy ochrany nezletilých.

## NOVÝ ETICKÝ PŘEDPIS TÝKAJÍCÍ SE UŽÍVÁNÍ AI V ŽURNALISTICE SCHVÁLENÝ KYPERSKOU KOMISÍ PRO ETIKU V MÉDIÍCH (CYPRUS MEDIA ETHICS COMMITTEE – CMEC)

Etický předpis byl schválen v srpnu 2025. Doplnuje již existující **Kodex etiky novinářů na Kypru** a nově vytváří **odpovědný, transparentní a zákonný způsob** využívání AI nástrojů při tvorbě a prezentaci zpravodajského a novinářského obsahu na tomto území.

Hlavní body:

Předpis zdůrazňuje nutnost zodpovědného a transparentního používání AI při zpracování novinářských materiálů a mediálních operací.

Média musí jasně a viditelně uvádět, pokud byl obsah vytvořený nebo zpracovaný pomocí AI technologií.

Novináři a media profesionálové mají za úkol dohlížet na správné používání AI ve svých organizacích a vyhýbat se nástrojům, na jejichž používání nejsou správně proškoleni.

Tato úprava kodexu reflektuje zkušenosti a pravidla dalších mezinárodních a evropských orgánů zabývajících se žurnalistikou a používáním generativní AI.

Kodex etiky je sice dobrovolný, ale závazný pro všechny mediální subjekty na Kypru – tisk, rozhlas, digitální média, veřejnoprávní i soukromé organizace.

Kodex také zavazuje všechny profesionály pracující v těchto mediálních organizacích k dodržování stanovených pravidel.

# NOVÁ STÁTNÍ SMLOUVA O DIGITÁLNÍCH MÉDIÍCH (DMStV) PŘIJATÁ DIE RUNDFUNKKOMMISSION DER LÄNDER (KOMISE PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ SPOLKOVÝCH ZEMÍ)

Dne 4. června 2024 přijala Komise pro rozhlasové a televizní vysílání spolkových zemí konkrétní návrhy na reformu Smlouvy o mediálním státu (MStV), kterou přejmenovala na nový název „Smlouva o digitálních médiích“ (DMStV) (Digitale Medien-Staatsvertrag).

Tento balíček opatření má zajistit jak reakci na současné technologické a právní změny, tak také implementaci klíčové právní legislativy z EU.

Hlavní oblasti úprav souvisejí s Evropským akt o svobodě médií (EMFA) a Nařízením o transparentnosti a cílení politické reklamy.

Návrh také řeší roli státních mediálních úřadů jako dozorových orgánů nad plněním povinností souvisejících s umělou inteligencí v mediálním sektoru.

Obecně se dá říci, že **předchozí regulace médií na národní úrovni již z velké míry odpovídala požadavkům EU**. Nové úpravy se dají hodnotit jako spíše doplňující a zaměřené hlavně na přenesení odpovědnosti za dozor nad AI.

Veřejnost mohla do 31. července 2025 k návrhu předkládat připomínky, které budou vyhodnoceny a případně zveřejněny.

Reformní proces je vyhodnocován jako pozitivní a demonstrující snahu Německa modernizovat mediální pravidla tak, aby odpovídala současným výzvám digitálního světa, ochrany lidských práv a transparentnosti.

# REPORT KOMMISSION ZUR ERMITTLUNG DER KONZENTRATION IM MEDIENBEREICH (Komise proti koncentraci trhu v médiích – KEK) Z 8. ČERVENCE 2025 OHLEDNĚ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ A AI JAKO NOVÝCH HROZEB A VÝZEV PRO DIVERZITU NÁZORŮ

Zpráva má název „Sociální média, AI a spol – Nové hrozby pro rozmanitost?“. Cílem Komise je již od jejího založení v roce 1997 **dohled nad dodržováním pravidel ochrany plurality názorů v médiích na celostátní úrovni**. Zpráva je vydávána **každé tři roky**.

Zpráva obsahuje 316 faktů a analýz německého televizního trhu a příbuzných trhů jako jsou rádia, tisk a sociální média. Proti předchozím verzím se v této řeší klíčová témata (primárně Sociální sítě a AI) daleko podrobněji s důrazem na jejich vývoj, mechanismy, ale také rizika, přičemž rizika hrají zásadní roli. První kapitola se věnuje hrozbám pro pluralitu názorů primárně skrze rizika spojená s umělou inteligencí a dezinformacemi na mediálním trhu. Druhá kapitola poté představuje právní rámec pro kontrolu ochrany plurality, včetně metod výpočtu podílu na publiku a klasifikace programů. Ostatní kapitoly představují a analyzují data o mediální spotřebě, celostátní televizi, televizních skupinách a ostatních mediálních trzích jako jsou **stream, rádio a sociální sítě**.

Hlavním zjištěním zprávy je, že **Státní mediální smlouva (Medienstaatsvertrag)**, která je zaměřená na prevenci monopolizace lineární televize, již nedostačuje jako legislativní rámec pro regulaci v novém globálním a digitálním prostředí. Uživatelská pozornost se totiž přesouvá na **mega-platformy, které využívají AI k personalizaci obsahu**. Tento trend dle KEK musí být **nově regulován**.

**Tradiční média, jako je lineární televize a denní tisk, která dlouhodobě poskytují informace, ztrácejí postupně posluchače a čtenáře.**

Tento jev je nazýván „revoluce platform“, přičemž byl zmíněn již ve dvou předchozích zprávách KEK. Pokroky v AI tento trend ještě posilují.

AI je klíčovou technologií pro tvorbu a distribuci zpráv, ale zároveň představuje riziko pro rozmanitost názorů. Velké platformy disponují obrovským množstvím dat umožňujících personalizaci obsahu a reklamy, což jim dává konkurenční výhodu a posiluje jejich dominantní postavení. **KEK předpovídá, že závislost AI na velkém objemu dat bude vést ke koncentraci trhu do rukou jen velmi omezené skupiny společností.**

AI technologie se bude tedy koncentrovat **rychle** do rukou několik silných hráčů, kteří budou ovlivňovat i obsah a podobu reklam.

Komise zdůrazňuje, že ochrana plurality názorů v digitálním prostoru **vyplývá také z ústavy**, tudíž je nutné se na tuto oblast zaměřit, aby byla ochrana co nejvíce zajištěna.

Na úrovni EU již byly podniknuty kroky prostřednictvím DSA, DMA a EMFA proti těmto hrozbám. KEK vnímá zejména **EMFA** jako krok s velkým potenciálem pro komplexní reformy na ochranu plurality v digitální éře.

Spolkovým zemím doporučuje zaměřit se na tři oblasti: povinnosti transparentnosti pro mediální poskytovatele, pravidla měření publika a kontrolu fúzí v mediálním sektoru.

KEK navrhuje také například rozšíření své národní databáze vlastnictví médií a získání statutárního postavení nezávislého auditora systémů měření publika.

## FRANCOUZSKÝ REGULÁTOR AUDIOVIZUÁLNÍHO SEKTORU ARCOM OBDRŽEL POŽADAVKY OD NĚKOLIKA SDRUŽENÍ, ABY PODLE ZÁKONA Z 30. ZÁŘÍ 1986 FORMÁLNĚ VYZVAL TELEVIZNÍ A ROZHLASOVÉ SLUŽBY (NAPŘ. FRANCE 2, TF1, FRANCE INTER, RTL) K ÚPRAVĚ SEZNAMU MODERÁTORŮ, SLOUPKAŘŮ A HOSTŮ

**Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM)** je francouzský mediální regulační orgán, který obdržel formální žádost o vytvoření tohoto seznamu na základě článků 42 a 48-1 zákona z 30. září 1986. Tento seznam se měl primárně týkat televizních stanic **FRANCE 2, FRANCE 3, FRANCE 4, FRANCE 5, FRANCE INFO, ARTE, TF1, M6, TMC, BFM**. Zahrnuta měla být i tato rádia: **FRANCE INTER, FRANCE CULTURE, RMC, RTL**.

Cílem žádosti by měla být úprava seznamu účinkujících, kteří nejsou aktivní politici, takovým způsobem, aby byl čas jejich vystoupení v programech proporcionální významu jejich názorových směrů ve francouzské společnosti. Jelikož ARCOM na tuto žádost nereagoval, obrátila se tato sdružení na Nejvyšší správní soud (Conseil d'Etat).

Nejvyšší správní soud konstatoval, že ARCOM má pravomoc zajišťovat pluralistické vyjadřování názorových směrů v audiovizuálních programech, zejména ve zpravodajství a že posuzování takového požadavku patří tedy do jeho pravomoci.

Následně potvrdil, že ARCOM má povinnost při stížnostech s oprávněným zájmem prověřit, zda nedochází k zjevné a dlouhodobé nerovnováze v zastoupení názorů, avšak **nemá právo klasifikovat či kategorizovat jednotlivé účastníky programů podle jejich názorových směrů (kromě politiků)** a rozhodovat o přesném rozdělení vysílacího času.

V dané věci došlo rovněž k potvrzení, že **ARCOM nemůže vyhovět žádosti o formální klasifikaci účastníků (ostatních než politiků) podle jejich směrů a o proporcionalitu jejich zastoupení, a proto tyto žádosti musí být zamítnuty.**

# FRANCOUZSKÁ VLÁDA ZNOVU OBNOVUJE NAŘÍZENÍ, KTERÉ VYŽADUJE PO PORNOSTRÁNKÁCH ZAVÉST SYSTÉM NA OVĚŘENÍ VĚKU UŽIVATELŮ

Francouzská vláda a ministři pro AI a digitální ekonomiku požádali o zrušení předběžného opatření z 16. června 2025, které pozastavovalo nařízení z 26. února téhož roku. Toto červnové opatření bylo vytvořeno na základě žádosti pornografické webové stránky xHamster.

Únorové nařízení vyžadovalo od celkem 17 pornografických webových stránek (včetně xHamster) z jiných členských zemí EU zavedení systému na ověřování věku uživatelů.

Případ skončil u Nejvyššího správního soudu (Conseil d'Etat), který rozhodl ve prospěch francouzské vlády. Shledal, že opatření, které pozastavilo platnost únorového nařízení, bylo přijato chybně a na základě slabého právního základu. Vycházelo totiž pouze z předpokladu, že by ověřování věku mohlo být v nesouladu s právem EU, což považoval za nedostatečné.

Právní rámec: Nové nařízení vychází z části II článku 10-2 zákona z 21. června 2004, novelizovaného v květnu 2024. Tyto právní předpisy umožňují použití výjimek z principu kontroly původu dle jednotlivých členských zemí stanoveného směrnicí o elektronickém obchodu (2000/31/ES).

Nově tedy vzniká povinnost zavést efektivní systém pro ověřování věku uživatelů. Ten má primárně chránit **nezletilé před přístupem k pornografii**. Systém ověřování věku musí splňovat minimální technické požadavky podle referenčního systému ARCOM.

Conseil d'Etat potvrdil, že nově zavedená opatření respektují právo na soukromí uživatelů i svobodu projevu.

Požadavky regulátora byly vypracovány po konzultaci s CNIL (francouzský úřad na ochranu osobních údajů).

Předběžné opatření z 16. června 2025 bylo zrušeno.

Povinnost ověřovat věk platí pro sedmnácti pornografických distributorů sídlících v jiných zemích EU byla obnovena.

# FRANCIE – VYHLÁŠKA Z 4. SRPNA 2025 NOVĚ DEFINUJE POVINNOST PRO PRODUCENTY PORNOGRAFICKÉHO OBSAHU SIMULUJÍCÍHO ZNÁSILNĚNÍ ZOBRAZOVAT VAROVNOU ZPRÁVU UPOZORŇUJÍCÍ UŽIVATELE NA NELEGÁLNOST ZOBRAZENÉHO OBSAHU

Vyhláška je napojena na zákon z 21. června 2004 ohledně důvěry v digitální ekonomice (LCEN) a zákon z 21. května 2024 o zabezpečení a regulaci digitálního prostoru.

Vyhláška specificky definuje, že se jedná o pornografii zobrazující znásilnění, incest, nebo sexuální obtěžování.

Ve vyhlášce je uvedena zpráva, která by měla být zobrazena jak na začátku, tak během sledování, tak na konci samotného obsahu. Zpráva konkrétně zní: **„VAROVÁNÍ: TENTO OBSAH ZOBRAZUJE ZNÁSILNĚNÍ NEBO INCEST, COŽ JSOU TRESTNÉ ČINY SE SAZBOU ASPOŇ 15 LET VĚZENÍ DLE ZÁKONA.“**

Je rovněž stanoveno, že zpráva musí být bílým písmem na černém pozadí.

Nedodržení povinnosti je trestné odnětím svobody na jeden rok a pokutou 75 000 euro a platné pro všechny producenty obsahu.

Dále je stanoveno, že obsah **bez** této zprávy je nelegální, čímž může být nahlášen poskytovateli internetových služeb.

ARCOM dále upozornil, že tento obsah obecně nemůže být vysílán v lineárních mediálních službách na základě zákazu „programů extrémního násilí“.

# PŘIJETÍ ZMĚN ZÁKONA O VYSÍLÁNÍ V GRUZII

V Gruzii dne 13. června 2025 vstoupily v platnost změny týkající se zákona o vysílání z roku 2005 a které přijal gruzínský parlament ještě o den dříve (opravdu).

Tyto změny stanoví přísnější požadavky na odpovědnost „poskytovatelů mediálních služeb a služeb postavených na sdílení obsahu“ a také platformám, na kterých je obsah publikován. Na plnění povinností provozovateli bude poté dozorovat Komise pro komunikaci (ComCom).

Změny spočívají hlavně v přepracování odstavce 9 článku 70, do kterého již bylo v minulosti zasaženo (konkrétně v roce 2022 zákonem číslo 2482- Xმლ-Xმზ - vznikem nové povinnosti médií poskytovat na vyžádání také „důvěrné informace“).

Nový dodatek článku 70, odstavec 9, nyní stanoví, že „v případě, že poskytovatel mediálních služeb a služeb sdílení obsahu nepředloží ComCom důvěrné bankovní informace nebo je předloží neúplně, je ComCom oprávněn tyto informace požadovat přímo od banky.“

Odstavec 8 článku 8 je rovněž změněn. Stanovuje, že žaloby na zrušení sankcí a jiných opatření ComCom vůči poskytovatelům a provozovatelům mediálních a internetových služeb mají odkladný účinek pouze tehdy, když se rozhodnutí týká pozastavení, nebo zrušení licence.

## ITALSKÝ REGULAČNÍ ÚŘAD PRO KOMUNIKACI (AGCOM) FORMÁLNĚ PŘIJAL METODICKÉ POKYNY A KODEX CHOVÁNÍ PRO INFLUENCERY

AGCOM k vypracování metodických pokynů vytvořil speciální pracovní skupinu vytvořenou ze zástupců nejrozličnějších zainteresovaných stran, včetně zástupců průmyslu a relevantních institucí.

Finální verze pokynů navazuje na původní verzi přijatou v roce 2024, kterou reviduje díky zpětné vazbě trhu a poznatkům z praktického uplatnění. Hlavním cílem pokynů by mělo být zajistit, aby influenceři dodržovali TUSMA (italský zákon o audiovizuálních službách, který je implementací směrnice AVMSD Evropské unie).

Konkrétně se ustanovení týkají:

- Obecných zásad informovanosti a přesnosti

- Dodržování autorského práva

- Ochrana lidské důstojnosti a ochrana nezletilých dětí

- Pravidla reklamy, teleshoppingu, sponzorství a product placementu,

- Zákaz skryté reklamy

Metodické pokyny jsou primárně určeny pro:

Influencery s alespoň 500 000 sledujícími nebo influencery se shlednutím více jak 1 milion alespoň na jednom ze svých účtů.

Tito influenceři se musí registrovat u AGCOM.

AGCOM má právo uplatnit vůči těmto influencerům sankce, pokud nebudou tyto pokyny dodržovat.

## VÝSLEDKY PŘESHRANIČNÍ SPOLUPRÁCE V RÁMCI EMFA

Obsahuje data jak z doby před implementací EMFA (první polovina roku), tak poté (druhá polovina roku).

Obecně se dá říci, že spolupráce přeshraničně funguje. Žádosti o informace (RFI), zejména ohledně státní reklamy, je poměrně hodně, což potvrzuje jak RRTV, tak francouzský ARCOM.

Díky poučení z dosavadní zkušenosti byly aktualizovány pracovní standardy a šablony průzkumů, které jsou obecně Sborem doporučovány jako nedílná součást RFI.

Stejně jako v loňském roce musí být před dokončením zprávy kontrola dat, která bude RRTV vypracována.

## EVROPSKÁ KOMISE VYDALA PŘÍRUČKU OHLEDNĚ PRÁCE S DĚTMI NA INTERNETU

Příručka vychází z DSA (Digital Services Act)

Příručka povzbuzuje zejména zlepšení metod ověřování věku uživatelů jako doporučený postup + online školení pro rodiče a děti zdarma

Obsahuje také zdroje pro další práci a novinky z této oblasti.

### Proč děti potřebují ochranu v online prostředí?

Mezi dětmi obecně roste přístup k internetu a mobilům a je třeba na to reagovat

Digitální prostředí pro ně NENÍ vždy vhodné

Děti mohou být vystaveny kyberšikaně, dezinformacím, násilí, nebo vzniku závislosti

10. září 2025 Prezidentka Evropské komise Ursula von der Leyen vyjádřila důležitost obrany dětí v dnešní době před negativními dopady internetu.

Příručka se jednotlivé problémy rozděluje a řeší individuálně:

**Závislost** = Závislost na telefonech a internetu je velký problém, který často podbízí samotné aplikace (například skrze atraktivní design, nebo mechanismy, které závislost vytvářejí). Z tohoto důvodu Evropská komise zejména navrhuje tento druh mechanismů úplně omezit (například se jedná o „daily streak“ – mechanismus vyžadující každodenní přihlášení do hry za odměnu).

**Kyberšikana** = Kyberšikana je velkou hrozbou, která musí být řešena tak, že se dětem dá větší kontrola nad tím, kdo je může kontaktovat. Také EK navrhuje zesílit nahlašování účtů a vytvoření dalších mechanismů souvisejících s kontrolou věku.

**Škodlivý obsah** = Uživatelé by měli mít větší kontrolu nad tím, jaký obsah jim je doporučován. Evropská komise navrhuje, aby se místo tzv. „behavioral monitoring“ (metoda navrhování obsahu podle sledování chování uživatele) používala ruční zpětná vazba uživatelů, čímž se zabránilo vytváření tzv. „králíčních nor“ extrémistického obsahu, ze kterých pro uživatele často není úniku.

**Obtěžování cizími osobami** = Dětské účty by měly být už od nastavení soukromé, tedy přístupné pouze těm, které dané dítě zná. Také by se neměly nabízet dospělým jako doporučení k přátelství.

### **Nová kampaň DSA pro mladé**

Díky Digital Services Act (DSA) vzniká nová kampaň, která má za cíl bránit mladistvé před hrozbami internetu. Její součástí je i brožura, online kvíz, série interviews, webináře pro učitele a rodiče a kampaň na sociálních sítích.

Zpracovali:

Mgr. Kateřina Lojíková a Mgr. Jan Houška

Usnesení:

Rada se seznámila s vývojem regulatorního mediálního prostředí v EU.