

Dopad epidemie nemoci covid-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu

Hudba, film a divadlo

Pavel Zahrádka (ed.)

Rudolf Leška

Matěj Myška

Petr Szczepanik

Ivan David

Jitka Pavlišová

Lucie Velflová

Lucie Zelená

výzkumná zpráva

únor 2022

T A
Č R

MUNI

C → i ← R → G


Univerzita Palackého
v Olomouci

 VYSOKÁ ŠKOLA
FINANČNÍ A SPRÁVNÍ

DOPAD EPIDEMIE NEMOCI COVID-19 NA DISTRIBUCI, PREZENTACI A MONETIZACI KULTURNÍHO OBSAHU: HUDBA, FILM A DIVADLO

Pavel Zahrádka (ed.)

Únor 2022

Připravili

Pavel Zahrádka
Rudolf Leška
Matěj Myška
Petr Szczepanik
Ivan David
Jitka Pavlišová
Lucie Velflová
Lucie Zelená

T A
Č R

MUNI



Univerzita Palackého
v Olomouci



VYSOKÁ ŠKOLA
FINANČNÍ A SPRÁVNÍ

Výzkumná zpráva byla vytvořena v rámci řešení projektu „Pandemie COVID-19 jako katalyzátor změny v distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu online“ (č. TL04000109) s finanční podporou Technologické agentury České republiky.

1. vydání

Ed. © Pavel Zahrádka, 2022

© Pavel Zahrádka, Rudolf Leška, Matěj Myška, Petr Szczepanik, Ivan David, Jitka Pavlišová, Lucie Velflová, Lucie Zelená, 2022

© Vysoká škola finanční a správní, 2022

© Masarykova univerzita, 2022

© Univerzita Palackého v Olomouci, 2022

Publikace podléhá licenci Creative Commons:

CC-BY-NC-ND 3.0

(Uveďte autora-Neužívejte dílo komerčně-Nezasahujte do díla 3.0 Česko)

Dostupné z: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/cz/>

OBSAH

1. DOPAD EPIDEMIE NEMOCI COVID-19 NA DISTRIBUCI, PREZENTACI A MONETIZACI KULTURNÍHO OBSAHU.....	1
<i>Pavel Zahrádka</i>	
1.1 ÚVOD	1
1.2 CÍLE VÝZKUMNÉ ZPRÁVY	3
1.3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A METODOLOGIE	5
1.4 OSNOVA VÝZKUMNÉ ZPRÁVY	6
2. PODPORA KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V ČR.....	7
<i>Lucie Velflová</i>	
2.1 OBECNĚ K OPATŘENÍM PRO ZMÍRŇOVÁNÍ DOPADŮ EPIDEMIE KORONAVIRU NEJEN NA UMĚLCE	7
2.2 KOMPENZAČNÍ OPATŘENÍ	8
2.2.1 Kompenzační bonus	8
2.2.2 COVID – Nájemné	10
2.2.3 „Ošetřovné“ pro OSVČ	11
2.2.4 COVID – Kultura	12
2.2.5 Antivirus	14
2.2.6 Dotace v rámci Záchraného balíčku Ministerstva kultury	15
2.2.7 COVID 2021 a COVID – Nepokryté náklady	15
2.2.8 Dočasný rámec pro opatření státní podpory na podporu hospodářství při stávajícím šíření koronavirové nákazy COVID-19	16
2.3 ODKLADY A PROMINUTÍ POVINNÝCH PLATEB.	16
2.3.1 Odklady splátek úvěrů	16
2.3.2 Odklad povinnosti hradit nájemné prostřednictvím zvláštního zákazu výpovědi	16
2.3.3 Zálohy na zdravotní pojištění a sociální pojištění	17
2.3.4 Daně	17
2.4 DALŠÍ DRUHY POMOCI	17
2.4.1 Odložení elektronické evidence tržeb	17
2.4.2 Úvěrové programy COVID	17
2.4.3 Poukaz na kulturní akci	18
2.4.4 Opatření v daňové oblasti	18
2.4.4.1 Pokyny Generálního finančního ředitelství	19
2.4.4.2 Tzv. generální pardony ministryně financí	19
2.4.4.3 Legislativní daňová opatření	19
3. PRÁVNÍ RÁMEC DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE KULTURNÍHO OBSAHU.....	20
<i>Matěj Myška, Rudolf Leška, Ivan David</i>	
4. HUDBA	24
<i>Pavel Zahrádka, Matěj Myška</i>	
4.1 HODNOTOVÝ ŘETĚZEC HUDEBNÍHO PRŮMYSLU A DIGITALIZACE	24
4.1.1 Tradiční hodnotový řetězec hudebního průmyslu před digitalizací	24
4.1.2 Digitalizace, disintermediace a reintermediace v hudebním průmyslu	26
4.1.3 Ekonomické dopady epidemie na příjmy českých hudebníků	33
4.2 LICENČNÍ ŘETĚZEC V RÁMCI DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE HUDBY.	37
4.2.1 Lineární digitální distribuce	38
4.2.1.1 Relevantní práva a předměty užití	38
4.2.1.2 Články licenčního řetězce	39
4.2.1.3 Praxe licencování	40
4.2.3 Nelineární digitální distribuce	42
4.2.3.1 Relevantní práva a předměty ochrany	42
4.2.3.2 Články licenčního řetězce	42

4.2.3.3 Praxe licencování	43
4.3 ANALÝZA DISTRIBUCE HUDEBNÍHO OBSAHU	44
4.3.1 Nelineární digitální distribuce hudebního obsahu	45
4.3.1.1 Value Gap	46
4.3.1.2 Vliv ekonomie streamovacích služeb na hudební produkci	50
4.3.2 Lineární digitální distribuce hudebního obsahu	51
4.3.2.1 Webcasting	52
4.3.2.2 Výhody webcastingu	55
4.3.2.3 Nevýhody webcastingu	56
4.3.2.4 Ekonomické aspekty webcastingu	59
4.3.2.5 Využití webcastingu v budoucnosti	61
4.3.3 Inovace v distribuci hudebního obsahu	61
4.4 STRUKTURNÍ PROBLÉMY ČESKÉHO HUDEBNÍHO PRŮMYSLU	64

5. FILM 68

Petr Szczepanik, Ivan David, Lucie Zelená

5.1 HODNOTOVÝ ŘETĚZEC – PRODUKCE A DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE AUDIOVIZUÁLNÍCH DĚL	68
5.1.1 Fáze vývoje a výroby	68
5.1.2 Distribuce a předvádění	69
5.1.3 Vliv pandemie COVID-19 na digitální distribuci	70
5.2 LICENČNÍ ŘETĚZEC – DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE AUDIOVIZUÁLNÍCH DĚL	71
5.2.1 Relevantní způsoby užití a předměty ochrany	71
5.2.1.1 Autorská díla	71
5.2.1.2 Umělecké výkony	73
5.2.1.3 Zvukové a zvukově obrazové záznamy	73
5.2.2 Články licenčního řetězce	73
5.2.3 Licenční řetězec v rámci digitální distribuce	74
5.3 ANALÝZA DIGITÁLNÍ DISTRIBUČNÍ PRAXE	76
5.3.1 Filmové festivaly během pandemie COVID-19 – AFO a MFDF Ji.hlava	77
5.3.1.1 Dopady pandemie na filmové festivaly	77
5.3.1.2 Případová studie – AFO	78
5.3.1.3 Případová studie – MFDF Ji.hlava	79
5.3.1.4 Problémy a překážky	80
5.3.1.5 Inovace a příležitosti	80
5.3.2 Kinodistribuce	81
5.3.2.1 Dopady pandemie na kinodistribuci	81
5.3.2.2 Fenomén živého kina	82
5.3.2.3 Případová studie – Vaše kino	83
5.3.2.4 Případová studie – Moje kino LIVE	84
5.3.2.5 Překážky a bariéry	84
5.3.2.6 Inovace a příležitosti	86
5.3.3 VOD portály v době pandemie	86
5.3.3.1 Dopady pandemie na VOD distribuci	86
5.3.3.2 Případová studie – Aerovod	87
5.3.3.3 Případová studie – DAFilms	87
5.3.3.4 Překážky a bariéry	88
5.3.3.5 Inovace a příležitosti	89
5.3.4 Producenti testující nové typy audiovizuálních produktů a způsoby jejich distribuce	91
5.3.4.1 Dopady pandemie na segment audiovizuální produkce	91
5.3.4.2 Případová studie – Bionaut	91
5.3.4.3 Případová studie – platforma Naživo a hybridní formy produkce a distribuce	93
5.3.4.4 Překážky a bariéry	94
5.3.4.5 Inovace a příležitosti	95
5.3.5 Závěr	96
5.3.5.1 Dílčí změny v zavedené praxi	96
5.3.5.2 Hybridní formáty a distribuční kanály	96

5.3.5.3 Nové formáty a služby	96
5.4 STRUKTURNÍ PROBLÉMY DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE AUDIOVIZUÁLNÍCH DĚL	97
5.4.1 Chybějící podpora průmyslu za účelem jeho odolnosti a inovativnosti	97
5.4.2 Chybějící oblasti veřejné podpory	97
5.4.3 Nedostatečná regulace nadnárodních VOD portálů	98
5.4.4 Dílčí právní problémy	99
6. DIVADLO	100
<i>Rudolf Leška, Jitka Pavlišová</i>	
6.1 HODNOTOVÝ ŘETĚZEC V OBLASTI DIVADELNÍHO PROVOZOVÁNÍ	100
6.1.1 Autorské divadlo	101
6.1.2 Interpretační divadlo	102
6.1.2.1 Právně volné předlohy	102
6.1.2.2 Činoherní divadlo	102
6.1.2.3 Hudební divadlo	103
6.1.2.4 Tanec a pohybové a nonverbální divadlo	104
6.1.3 Osiřelá díla	105
6.1.4 Jiná preexistenční díla a další předměty ochrany, jevištní hudba	105
6.1.5 Díla a výkony vznikající pro konkrétní divadelní inscenaci	106
6.1.6 Distributoři	107
6.1.7 Kolektivní správci	108
6.2 DOPAD EPIDEMIE NA PROVOZOVÁNÍ DIVADELNÍ KULTURY	108
6.3 LICENČNÍ ŘETĚZEC PRO DIGITÁLNÍ DISTRIBUCI DIVADELNÍHO DÍLA (DIVADELNÍ INSCENACE)	111
6.3.1 Lineární digitální distribuce	112
6.3.1.1 Licenční a průmyslová praxe: internetový live casting	112
6.3.2 Nelineární digitální distribuce	115
6.3.2.1 Licenční a průmyslová praxe: služby videa na vyžádání / platformy pro sdílení videonahrávek	115
6.3.3 Distribuční inovace	116
6.4 STRUKTURNÍ PROBLÉMY ČESKÉHO DIVADELNÍHO PRŮMYSLU	118
LITERATURA	122
PRÁVNÍ PRAMENY, PŘEDPISY A USNESENÍ	126
SEZNAM TABULEK	
Tabulka 1: Časová osa protiepidemických opatření v České republice	1
Tabulka 2: Účinky rozšířené kolektivní správy	22
Tabulka 3: Přehled hudebních streamovacích služeb	27
Tabulka 4: Prodej hudebních nosičů (12 skladeb na albu)	30
Tabulka 5: Prodej hudby formou stažení	30
Tabulka 6: Prodej hudby formou předplacené streamovací služby pro jednotlivce	31
Tabulka 7: Přehled aktérů zapojených do pořádání koncertního vystoupení	32
Tabulka 8: Příklad struktury příjmu č. 1	34
Tabulka 9: Příklad struktury příjmu č. 2	35
Tabulka 10: Příklad struktury příjmu č. 3	36
Tabulka 11: Příklad struktury příjmu č. 4	37
Tabulka 12: Česká filharmonie	53
Tabulka 13: Collegium 1704	54
Tabulka 14: Tata Bojs	56
Tabulka 15: MALL.TV	56
Tabulka 16: Brainz Studios	61
Tabulka 17: Rock for People	62
Tabulka 18: Art Parking	63
Tabulka 19: Dramox	116
Tabulka 20: Pražský divadelní festival německého jazyka	117
Tabulka 21: Městská divadla pražská	118

1. DOPAD EPIDEMIE NEMOCI COVID-19 NA DISTRIBUCI, PREZENTACI A MONETIZACI KULTURNÍHO OBSAHU

„Je tu stávka dýdžejů, jen ticho se valí z repráků.

Je tu stávka dýdžejů, jen ticho se valí dál.“

Štěpán Olívie Turek & Discoheroes, *Velká diskotéková stávka*

1.1 ÚVOD

1. V lednu 2020 se v Evropě vyskytly první případy jedinců nakažených nemocí COVID-19 (Španělsko, Itálie a Francie). Od března 2020 došlo k rychlému rozšíření viru napříč evropskými státy a jednotlivé země začaly zavádět bezprecedentní opatření, aby dalšímu šíření zabránily. Tato **protiepidemická opatření** omezila nejen osobní životy Evropanů, ale také jejich pracovní aktivity. Některé ekonomické aktivity byly pozastaveny, omezeny či nahrazeny novými formami pracovních činností. V České republice byla od dubna 2020 omezena letecká doprava a volný pohyb osob. Bylo omezeno cestování do zahraničí. Obchody se zbytnými produkty a službami, školky, školy a vzdělávací instituce byly zavřeny. Byly zrušeny veřejné akce a zakázáno shromažďování osob. Tato opatření byla následně do července 2020 postupně rozvolňována. Šíření viru napříč Evropou nabralo na síle opět na podzim 2020 a přimělo evropské státy (včetně České republiky) k opětovnému zavedení protiepidemických restrikcí. V Česku bylo v říjnu 2020 zakázáno shromažďování osob, byly uzavřeny školy a vzdělávací instituce a omezeny volnočasové aktivity.

Tabulka 1: Časová osa protiepidemických opatření v České republice

Březen 2020 – první vlna protiepidemických opatření

- vyhlášení nouzového stavu
- zákaz pobývat na veřejnosti ve více než dvou lidech
- uzavření maloobchodu a služeb, které nejsou klíčové pro chod státu
- zákaz kulturních a sportovních akcí
- zákaz cestování do zahraničí a uzavření hranic
- omezení volného pohybu osob (výjimkou jsou cesty za rodinou, na nákup a do práce)

Květen 2020 – postupné rozvolňování restrikcí a konec nouzového stavu

Říjen 2020 – druhá vlna protiepidemických opatření

- od 5. října 2020 vyhlášení nouzového stavu
- omezení maloobchodu a služeb, které nejsou klíčové pro chod státu
- zákaz kulturních, sportovních a volnočasových akcí
- v listopadu zavedení protiepidemického systému PES
- omezení hromadných akcí ve vnitřních a venkovních prostorech
- omezení volného pohybu osob (od 1. března 2021 zákaz nočního vycházení mezi 21.00 a 4.59 a zákaz cestování mezi okresy)

Duben 2021 – uvolňování restrikcí

- od 11. dubna 2021 ukončení nouzového stavu

2. Dopad protiepidemických opatření na českou (a evropskou) ekonomiku byl značný, nicméně nerovnoměrně rozložený mezi jednotlivá průmyslová odvětví. Největší hospodářský pokles hrubé přidané hodnoty, a to o 6 %, zaznamenaly v první čtvrtině roku 2020 sektory „tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti“ a „obchodu, dopravy, cestovního ruchu, ubytování a pohostinství“.¹ Podle výroční zprávy OSA za rok 2020 zaznamenaly v České republice pokles tržeb zejména prodejny s výrobky pro kulturu, sport a rekreaci (o 10,9 %) a s oděvy a obuví (o 29,6 %). Naopak nejvíce rostly tržby za zboží prodávané přes internet či prostřednictvím zásilkové služby (o 28,2 %). Nejhuře postihla pandemie koronaviru odvětví služeb, kde tržby poklesly o 11,9 %. Tržby cestovních kanceláří se propadly o 74,8 %, v letecké dopravě o 69,1 % a v ubytovacích službách o 55,9 %. Ve filmovém a hudebním průmyslu tržby poklesly o 39,3 %.²
3. **Kulturní průmysly** se vyznačují křehkým a snadno zranitelným ekosystémem: nepravidelná práce na projektech na dobu určitou, nepředvídatelnost úspěchu, nejistota práce, nízké odměňování za vykonanou práci, kulturní statky mající převážně status veřejného statku, velké množství malých podniků (méně než 50 zaměstnanců a roční obrát do 10 milionů eur) a mikropodniků (méně než 10 zaměstnanců a roční obrát do 2 milionů eur), převažující podíl sebezaměstnaných pracovníků, fragmentovaný hodnotový řetězec s vysokým počtem aktérů, kteří musejí spolupracovat na doručení kulturního výrobku spotřebiteli, jazyková a kulturní specifická kulturních statků a poskytovaných kulturních služeb, roztržitost kulturní scény a nízká míra kolektivní organizovanosti, vysoká míra práce na částečný úvazek, nedostatečná sociální ochrana kulturních pracovníků, závislost na finanční podpoře státu a grantovém financování, slabá vyjednávací pozice pracovníků v kultuře ve vztahu k zadavatelům práce či kulturním zprostředkovatelům, nedostatečné povědomí tvůrčích pracovníků kulturních průmyslů o ochraně práv duševního vlastnictví, regulatorně vynucovaný (soutěžněprávní) zákaz kolektivního vyjednávání umělců působících na volné noze, složité, netransparentní a asymetrické modely odměňování v závislosti na rozsahu (především digitálního) užití autorských děl či uměleckých výkonů.³
4. Křehkost obchodních modelů kulturních průmyslů a prekarizace kulturních pracovníků a umělců v kombinaci s bezprecedentními protiepidemickými opatřeními, která omezila či zcela zastavila z pohledu vládních činitelů ekonomicky zbytné produkční a distribuční činnosti, mezinárodní mobilitu a společenský život, vedly k tomu, že kulturní průmysly – především **scénická umění**, jejichž ekonomické aktivity jsou založeny na pořádání živých kulturních představení (např. divadelních představení či hudebních vystoupení) a na veřejné kulturní produkci (např. veřejné projekce filmových děl) – patřily k nejvíce postiženým sektorům hospodářského života země. Došlo k výraznému omezení živé kulturní produkce a fyzické distribuce či prezentace kulturních

1 Eurostat, National Accounts: COVID-19 Impact on EU Industries, 5. 8. 2020. Viz také De Voldere, Isabelle a kol., *Cultural and Creative Sectors in Post-COVID-19 Europe: Crisis Effects and Policy Recommendations*. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Únor 2021, s. 25–29.

2 OSA, Ročenka OSA 2020, s. 12. Ekonomické dopady epidemie na vybraná kulturní odvětví (scénická umění, výtvarná umění, literaturu) v České republice se pokusil zmapovat Institut umění – Divadelní ústav ve spolupráci s DAMU a VŠE v Praze prostřednictvím anketního dotazování a expertního odhadu. Více k tomu viz <https://www.idu.cz/covid>.

3 K tomu více viz připravovaná výzkumná zpráva (projekt TL03000271) o dobrých a špatných aspektech umělecké práce a kulturních, vzdělávacích a sociálních službách poskytovaných kolektivními správci práv autorských (bude publikována v březnu 2022) či podkladová studie Evropského parlamentu, viz Dâmaso, Mafalda a kol., *The Situation of Artists and Cultural Workers and the post-COVID-19 Cultural Recovery in the European Union*. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Březen 2021. K problematice odměňování autorů a výkonných umělců v rámci digitálních obchodních modelů viz De Voldere, Isabelle a kol., *Mapping the Creative Value Chains: A Study of the Economy of Culture in the Digital Age*. Brussels: European Commission, DG EAC, 2017.

statků, ke ztrátě pracovních příležitostí pro kreativní pracovníky a navazující podpůrné profese, k odchodu pracovní síly z odvětví kulturních průmyslů do jiných odvětví, k poklesu příjmu organizací působících ve sféře kulturních průmyslů a přidružených odvětvích. Ekonomický dopad protiepidemických opatření na kulturní odvětví byl závislý především na typu obchodního modelu a státní podpoře. **Státem zřizovaná část kultury** nebyla epidemií finančně ohrožena. Zaměstnanci kulturních institucí (státní orchestry, divadla, knihovny, muzea apod.) pobírali pravidelný měsíční plat. Ostatní aktéři **státem nezřizované kultury** byli odkázáni na příjmy z digitální distribuce kulturního obsahu, na příjmy z mimoumělecké činnosti či na státní a soukromé podpůrné programy pro sektor kulturních a kreativních průmyslů. Přehled dotačních programů v době epidemické krize uvádíme v kap. 2.

5. V souvislosti s útlumem živé kultury došlo během epidemie k nárůstu **digitální distribuce** a online spotřeby kulturního obsahu.⁴ Nemožnost šířit kulturní obsah fyzicky, resp. tradičními distribučními kanály spočívajícími v návštěvě kulturních institucí, koncertních vystoupení, divadelních představení a veřejných projekcí, napomohla k rozvoji digitální distribuce, prezentace a monetizace kulturního obsahu. K tomuto účelu byly využity již zavedené způsoby distribuce obsahu prostřednictvím interaktivních služeb nabízejících kulturní obsah na vyžádání, sociálních sítí, živého online přenosu (tzv. *webcasting*), ale také nové technologie (virtuální realita, herní software) či netradiční a lokálně omezené formáty fyzické distribuce kulturního obsahu pro početně omezené publikum (multižánrový drive-in festival).

II 1.2 CÍLE VÝZKUMNÉ ZPRÁVY

6. Tato zpráva se zabývá **dopadem vládních protiepidemických opatření** – přijatých v souvislosti s bojem proti epidemii koronaviru v době od 10. března 2020 do června 2021 – na fungování vybraných kulturních odvětví v České republice. Mezi nejvíce postižené sektory kulturních průmyslů patří **hudební a divadelní odvětví**, jejichž obchodní modely jsou založeny primárně na veřejném provozování hudebních a divadelních děl v rámci koncertních vystoupení či divadelních představení, ať již na vlastní scéně, při hostování, nebo na různých festivalech. K postiženým odvětvím patří rovněž **filmový průmysl**, který čelil nejen ztíženým podmínkám filmového natáčení, ale také nemožnosti šířit, propagovat a monetizovat filmový obsah prostřednictvím – pro část audiovizuální výroby primárního – distribučního kanálu, kterým jsou filmové festivaly, resp. veřejné projekce v kinech.⁵
7. Soustředíme se tudíž na tři vybraná odvětví kulturních průmyslů (hudba, film a divadlo), přičemž zvláštní pozornost věnujeme **digitální distribuci kulturního obsahu**. Zajímá nás především zkušenost aktérů kulturního pole s dopadem protiepidemických opatření na jejich stávající distribuční strategie a obchodní modely, zkušenost s alternativními strategiemi distribuce kulturního obsahu prostřednictvím *webcastingu*, streamovacích služeb (tzv. služeb videa či hudby na

4 Například v odvětví hudebního průmyslu došlo v roce 2020 k meziročnímu skokovému nárůstu vybraných autorských odměn českým kolektivním správcem OSA za streamování hudby o 57 %, byť takový nárůst ani zdaleka nepokryje finanční výpadek v oblasti veřejného provozování hudby. Viz OSA, Ročenka OSA 2020, s. 58–65.

5 Zákaz veřejných filmových projekcí neměl výraznější vliv na distribuci audiovizuálních děl určených pro televizní či online vysílání. Poptávka po audiovizuální produkci ze strany provozovatelů televizních stanic v roce 2021 dokonce vzrostla v reakci na epidemickou situaci a v souvislosti se skluzem způsobeným plánováním výrobních rozpočtů v televizních institucích.

vyžádání), nových technologií a netradičních způsobů kontaktu s publikem. Zpráva hledá odpověď rovněž na obecnější otázku, co epidemická krize odhalila o fungování zkoumaných kulturních odvětví a postavení jejich aktérů v České republice.

8. Ve výzkumné zprávě nejenže popisujeme zkušenosti postižených aktérů kulturních průmyslů, ale rovněž identifikujeme **překážky a příležitosti, které stávající či nové způsoby digitální distribuce kulturního obsahu v době protiepidemických opatření přinášejí**. Distribuce obsahu zahrnuje nejen sdělování obsahu veřejnosti, ale také způsob jeho prezentace, propagace a monetizace. V souladu s explorativní povahou kvalitativního výzkumu se proto soustředíme na identifikaci rozmanitých překážek a příležitostí, které mohou mít obchodní, infrastrukturní, kulturní, dovednostní, technologickou či právní povahu. Zvláštní pozornost je ve zprávě věnována **právním aspektům digitální distribuce kulturního obsahu**, protože kulturní statky jsou autorskými díly a k jejich rozmanitým způsobům šíření (užití) je třeba svolení majitelů práv. Zpráva je rovněž doplněna příklady dobré, špatné či nové distribuce kulturního obsahu. Tyto příklady ilustrují obecnější výzkumná zjištění.
9. Zpráva je určena především pro aktéry kulturních průmyslů (tvůrce, producenty, distributory), asociace sdružující rozmanité profesní skupiny pracovníků v kulturním odvětví a pro zástupce regulačních orgánů státu, které jsou odpovědné za kulturní politiku a vyhodnocení efektivity a vyváženosti právního rámce regulujícího kulturní průmysly v České republice.
10. Zpráva vznikla díky podpoře Technologické agentury České republiky v rámci projektu Pandemie COVID-19 jako katalyzátor změny v distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu online (TL04000109), na jehož řešení se podílel tým analytiků kulturních průmyslů a právních expertů z Univerzity Palackého v Olomouci, Masarykovy univerzity, Univerzity Karlovy a Vysoké školy finanční a správní. Hlavním řešitelem projektu a editorem zprávy je Pavel Zahradka. Tým řešitelů projektu a autorů zprávy tvořili členové **tří pracovních skupin** zaměřených na výzkum:
 - hudebního průmyslu (Pavel Zahradka, Matěj Myška);
 - filmového průmyslu (Petr Szczepanik, Ivan David, Lucie Zelená);
 - divadelního provozování (Rudolf Leška, Jitka Pavlišová).
11. Se sběrem dat a přípravou podkladových materiálů pomáhali Adéla Ratajská, Barbora Fialová, Veronika Veselková, Petra Kupcová, Laura Šarochová, Jakub Míšek, Lucie Velflová, Miroslav Krša a Radim Červenka. Výsledky výzkumu byly rovněž průběžně konzultovány s experty se zkušeností v oblasti distribuce kulturního obsahu a regulace kulturních průmyslů v České republice: Petrem Ostrouchovem (majitel hudebního vydavatelství, hudební producent a právník), Rostislavem Sliwkou (vedoucí právního oddělení Ochranného svazu autorského) a Pavlem Křížem (manažer OSA pro digitální užití hudebních děl).

II 1.3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A METODOLOGIE

12. Zpráva odpovídá na následující **výzkumné otázky**:
- Jaké digitální strategie pro prezentaci, distribuci a monetizaci kulturního obsahu zvolili vybraní kulturní aktéři (film, hudba, divadlo) v době jarního a podzimního nouzového stavu způsobeného epidemií nemoci COVID-19?
 - Jakým problémům a výzvám kulturní aktéři (film, hudba, divadlo) čelili v reakci na protiepidemická opatření?
 - Jaké strategie pro digitální prezentaci, distribuci a monetizaci kulturního obsahu realizované vybranými kulturními aktéry během epidemie se osvědčily a v jakém ohledu?
 - Jaké obchodní, právní a kulturněpolitické strukturní podmínky v České republice ovlivnily popsané strategie a taktiky aktérů?
 - Co ukázala zkušenost s epidemií o fungování kulturních průmyslů v České republice?
13. Výzkum byl metodicky založen na sběru a analýze kvalitativních i kvantitativních dat od října 2020 do prosince 2021. Data byla sbírána a) prostřednictvím **výzkumných rozhovorů** vedených s aktéry kulturních průmyslů, b) na základě **rešerše zahraničních odborných studií** a podkladových studií Evropské komise a Evropského parlamentu zabývajících se dopadem epidemie na kulturní průmysly v Evropě, c) na základě tematické analýzy **stanovisek profesionálních sdružení** aktérů kulturních průmyslů vyjadřujících se k dopadu protiepidemických opatření, d) formou **dotazníkového šetření** mezi producenty audiovizuálních děl provedeného ve spolupráci se Státním fondem kinematografie na počátku roku 2021.
14. Celkem bylo realizováno **88 polostrukturovaných výzkumných rozhovorů**. Průměrná délka rozhovoru činila 45 minut a převážná část rozhovorů byla realizována online formou. Členové pracovní skupiny zaměřené na distribuci hudebního obsahu vedli rozhovory s hudebními interprety a autory hudebních děl (37) zastupujícími rozmanité hudební styly (vážná hudba, pop, rock, jazz, hudba pro děti, elektronická hudba, hip hop, folk a country, experimentální hudba), dýdžeji, organizátory hudebních festivalů (10), hudebními vydavateli (4), zástupci profesních sdružení (Svaz autorů a interpretů, Česká obec hudební, Festas, MMF), provozovatelem internetového portálu pro digitální distribuci hudebního obsahu (MALL.TV), provozovateli hudebních klubů (4), digitálním distributorem hudebního obsahu (Prodejhudbu.cz) a kolektivním správcem (OSA).
15. Členové pracovní skupiny zaměřené na distribuci audiovizuálního obsahu vedli celkem 8 výzkumných rozhovorů s reprezentanty významných zástupců audiovizuálního průmyslu na poli produkce, distribuce i předvádění audiovizuálních děl. Konkrétně šlo o reprezentanty služby videa na vyžádání (VOD) Aerovod a DAFilms, festivalů MFDF Ji.hlava a Academia Film Olomouc, produkčních společností Heaven's Gate a Bionaut, distribuční společnosti Falcon a projektů tzv. živého kina: Vaše kino a Moje kino LIVE.
16. Členové pracovní skupiny zaměřené na distribuci divadelních produkcí vedli rozhovory s provozovateli divadel a organizátory divadelních festivalů z různých regionů napříč Českou republikou

(celkem 14), provozovateli online portálu pro distribuci audiovizuálních záznamů divadelních inscenací (Dramox) a dvěma agenturami působícími v oblasti divadla (z toho jedna je zároveň kolektivním správcem pro oblast literatury a audiovize). Vedle toho byl realizován rozhovor s provozovatelem služby Brejlando, která se zaměřuje na inovativní distribuci 3D záznamů divadelních inscenací.

17. Informanti byli seznámeni s účelem výzkumu a jeho plánovanými výstupy a souhlasili s přepisem a anonymizací rozhovorů. Rozhovory byly analyzovány metodou tematické analýzy.⁶

II 1.4 OSNOVA VÝZKUMNÉ ZPRÁVY

18. Zpráva je uvozena **kontextuálním přehledem veřejné a soukromé podpory určené aktérům kulturních průmyslů** v době zavedených protiepidemických opatření (kap. 2).
19. Na přehled navazuje terminologická kapitola, která je věnována **výkladu právní terminologie a společného právního rámce**, který reguluje digitální distribuci autorských děl a uměleckých výkonů ať už v rámci divadelního, filmového, či hudebního průmyslu (kap. 3).
20. Následují tři kapitoly věnované analýze **dopadu protiepidemických opatření na distribuci kulturního obsahu v hudebním, filmovém a divadelním odvětví** (kap. 4 až 6). Každá z těchto kapitol je tvořena představením **hodnotového řetězce** typického pro hudební, filmový a divadelní sektor a výkladem významu živé kulturní produkce v daném kulturním odvětví. Následuje popis **licenčního řetězce**, tj. popis ustálené licenční praxe typické pro dané kulturní odvětví a daný typ kulturního obsahu, a to s důrazem na digitální distribuci. Každá podkapitola věnovaná výkladu licencování v daném kulturním odvětví odpovídá na tři základní otázky: **CO** je potřeba licencovat, tedy jaká práva, potažmo k jakým předmětům ochrany; **KDO** je oprávněn, resp. povinen, tak učinit, tedy jaké jsou články licenčního řetězce; **JAK** je takové licencování v praxi realizováno. Teritoriálně je pak výklad zaměřen na Českou republiku, a tedy tuzemské nositele práv. Primárně analyzovaným právním rámcem je české autorské právo, ovšem při zohlednění nutných unijních a mezinárodních přesahů. Na popis licencování navazuje empirická část analyzující **distribuční praxi** v daném kulturním odvětví v době protiepidemických opatření. Zde se soustředíme především na tzv. lineární a nelineární digitální distribuci kulturního obsahu. **Lineární digitální distribuce** označuje živý online přenos kulturního obsahu či uměleckého výkonu, popřípadě *simulcasting* (tj. internetový přenos vysílání souběžný s terestrickým, kabelovým či satelitním vysíláním), který však stojí mimo náš zájem, neboť jde v podstatě o klasické televizní nebo rozhlasové vysílání. **Nelineární digitální distribuce** označuje sdělování autorských děl či uměleckých výkonů prostřednictvím služeb videa či hudby na vyžádání (ať již formou stále obvyklejšího streamingu, nebo formou prodeje ke stažení). Kapitoly se liší přístupem k analýze distribuční praxe:

6 Více k tematické analýze viz např. Braun, Virginia – Clarke, Victoria, *Using Thematic Analysis in Psychology. Qualitative Research in Psychology*. 2006, roč. 3, č. 2, s. 77–101.

- analýza distribuce hudebního obsahu je členěna podle identifikovaných témat a problémů;
- analýza distribuce audiovizuálního obsahu je členěna podle aktérů digitální distribuce (organizátoři online filmových festivalů, provozovatelé živé online kinoprojekce, poskytovatelé služeb videa na vyžádání, filmoví a televizní producenti);
- analýza distribuce divadelního obsahu se souhrnně zaměřuje na zkušenosti organizátorů divadelních festivalů a provozovatelů divadelních představení formou webcastingu či prostřednictvím služby videa na vyžádání.

21. Analýza digitální či alternativní distribuce kulturního obsahu v pandemické době je doplněna **příklady dobré, nové či špatné praxe**, které v podkapitolách věnovaných hudbě a divadlu slouží k dokreslení obecných zjištění; v podkapitole věnované analýze filmové distribuce jsou tyto příklady do textu včleněny formou případových studií. Kapitoly jsou zakončeny analýzou **strukturních problémů daného kulturního odvětví** v České republice, které vystoupily do popředí právě v průběhu protiepidemických opatření.
22. Na předloženou **dopadovou studii**, jejímž cílem je identifikace překážek a příležitostí digitální distribuce kulturního obsahu v důsledku epidemie nemoci COVID-19, naváže v roce 2022 **doporučující studie**, jejímž cílem je navrhnout kulturněpolitická či zákonná opatření pro zmírnění identifikovaných problémů, odstranění překážek a zlepšení strukturních podmínek pro rozvoj kulturních odvětví v České republice.

2. PODPORA KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ V ČR

23. V tomto oddíle uvádíme další kontextuální informace o veřejné a soukromé podpoře určené kulturním průmyslům v době zavedených protiepidemických opatření, která omezila kulturní život v zemi.

2.1 OBECNĚ K OPATŘENÍM PRO ZMÍRŇOVÁNÍ DOPADŮ EPIDEMIE KORONAVIRU NEJEN NA UMĚLCE

24. Vybrané programy a opatření s relevancí pro umělce a další subjekty působící v oblasti kultury, které měly sloužit ke zmírnění dopadů epidemie koronaviru, jsou níže roztříděny do tří kategorií podle typového působení na ekonomickou sféru jejich adresáta.
25. Patří sem kompenzační opatření, která alespoň zčásti kompenzují výpadky příjmů či ztráty vzniklé postiženým subjektům (kompenzační bonus, dotační programy k úhradě uznatelných výdajů).
26. Do další kategorie jsou zařazena opatření spočívající v odložení nebo prominutí povinných plateb, ať už jde o povinnosti veřejnoprávní (odvody a daně), nebo soukromoprávní (splátky úvěrů a nájemné), a tedy mající za následek alespoň dočasné snížení provozních nákladů těchto subjektů.

27. Poslední, zbytková kategorie, označovaná jako ostatní druhy pomoci, zahrnuje především instrumenty, které dotčeným osobám usnadňují vypořádat se s ekonomickými dopady epidemie koronaviru. Cílem je jednak snížení administrativního zatížení podnikatelské činnosti (pozastavení elektronické evidence tržeb), jednak zjednodušení získávání nových finančních prostředků (tj. záruky za úvěry) a udržení finančních prostředků již získaných (poukaz na kulturní akci). Dále byla do této kategorie pro úplnost zařazena opatření v daňové oblasti.
28. Stranou jsou ponechány tradiční instituty pomoci sloužící ke zmírnění ekonomických obtíží jednotlivců, tedy především dávky pomoci v hmotné nouzi nebo dávka mimořádné okamžité pomoci,⁷ případně další nepojistné sociální dávky ze systému státní sociální podpory.⁸ Pro velkou část níže nastíněných programů a opatření je typická proměnlivost jejich rozsahu a záběru v čase, ať už v návaznosti na měnící se epidemiologickou situaci a související zpříšňování či rozvolňování vládních opatření, nebo v reakci na ohlasy zainteresované veřejnosti co do dostatečnosti přijatých opatření vzhledem k zamýšleným účinkům. I z toho důvodu není cílem tohoto přehledu postihnout každý detail a jednotlivou podmínku zmiňovaných programů, ale spíše v obecné rovině nastínit, v čem ten který nástroj pomoci spočíval a na jaké subjekty se vztahoval.

II 2.2 KOMPENZAČNÍ OPATŘENÍ

I 2.2.1 Kompenzační bonus

29. Jedním z programů přímé podpory pro osoby samostatně výdělečně činné, jež byly stíženy ekonomickými dopady epidemie koronaviru, včetně umělců ve svobodném povolání,⁹ je tzv. **kompenzační bonus**, zpočátku označovaný také jako „Pětadvacítka“.¹⁰
30. První model tohoto programu byl přijat zákonem o kompenzačním bonusu¹¹ a sloužil ke kompenzaci výpadků příjmů zapříčiněných omezeními výkonu samostatné výdělečné činnosti v důsledku **jarní vlny** epidemie koronaviru a souvisejícími krizovými opatřeními.
31. Kompenzace byly poskytovány formou vratky daně z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti ve výši 500 Kč za každý den bonusového období, ve kterém byly splněny podmínky pro jeho čerpání, a to s vyloučením osob samostatně výdělečně činných podílejících se současně na nemocenském pojištění zaměstnanců (s následně přijatými výjimkami pro některé osoby,¹² např. pro ty, jež se pojištění účastnily z titulu pedagogické činnosti v zaměstnání anebo pro výkon závislé činnosti na základě dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr). První bonusové období

7 § 21 a násl. zákona č. 111/2006 Sb., o pomoci v hmotné nouzi.

8 § 17 a násl. zákona č. 117/1995 Sb., o státní sociální podpoře.

9 § 9 odst. 3 písm. f) zákona č. 155/1995 Sb., o důchodovém pojištění; § 7 odst. 2 písm. c) zákona České národní rady č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů.

10 Označení „Pětadvacítka“ se pro program používalo v době před jeho prodloužením, kdy maximální výše kompenzace činila 25 000 Kč (za 50 dní období od 12. 3. 2020 do 30. 4. 2020).

11 Zákon č. 159/2020 Sb., o kompenzačním bonusu v souvislosti s krizovými opatřeními v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2, účinný od 15. 4. 2020.

12 Zákon č. 234/2020 Sb., účinný od 8. 5. 2020 (pedagogická činnost), zákon č. 262/2020 Sb., účinný od 3. 6. 2020 (pečovatelé a pěstouni), a zákon č. 331/2020 Sb., účinný od 7. 8. 2020 (společníci s. r. o. zaměstnaní touto s. r. o. a výkon práce na základě dohod o práci konané mimo pracovní poměr).

trvalo od 12. 3. 2020 do 30. 4. 2020 – tj. bylo možné získat až 25 000 Kč. Druhé bonusové období trvalo od 1. 5. 2020 do 8. 6. 2020 – tj. šlo až o 19 500 Kč, za obě období tedy až 44 500 Kč.

32. S účinností od 3. 6. 2020¹³ byl okruh subjektů oprávněných k obdržení podpory v rámci tohoto programu rozšířen o společníky malých společností s ručením omezeným (fyzické osoby), tedy jedno- či dvoučlenných společností s ručením omezeným, anebo vícečlenných, jde-li o rodinné firmy, a to založených za účelem dosažení zisku (při splnění dalších požadavků kladených na společníka a na danou společnost).
33. Od 7. 8. 2020¹⁴ pak byla podpora rozšířena rovněž na osoby vykonávající práci na základě dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr (dohoda o pracovní činnosti a dohoda o provedení práce),¹⁵ pokud tyto nemohly práci vykonávat zcela nebo zčásti v obvyklém rozsahu ze stanovených důvodů souvisejících s epidemií koronaviru a splňovaly další podmínky programu (např. minimální dobu účasti na nemocenském pojištění zaměstnanců). Pro tyto osoby byly kompenzace stanoveny ve výši 350 Kč za každý den, ve kterém splňovaly stanovené podmínky, a výše takto vyplacené podpory tedy mohla za obě jarní bonusová období činit až 31 150 Kč.
34. S nástupem **podzimní vlny** epidemie koronaviru v roce 2020 vyvstala potřeba navázat na podpůrné programy z jarních a letních měsíců a kompenzovat rovněž výpadky příjmů spojené s nově nastoupivšími zakázky a omezeními dopadajícími na některé subjekty podnikatelské sféry, včetně sféry umělecké. Proto byl zákonem o kompenzačním bonusu v souvislosti se zákazem nebo omezením podnikatelské činnosti¹⁶ tento program s některými změnami obnoven.
35. Kompenzace se i nadále poskytovaly formou vratky daně, na rozdíl od jarního modelu se však všem skupinám oprávněných subjektů (osobám samostatně výdělečně činným, společníkům společností s ručením omezeným i osobám vykonávajícím práci na základě dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr) poskytovaly ve stejné výši 500 Kč, a to za každý den, ve kterém byla činnost těchto osob (respektive činnost společností s ručením omezeným a zaměstnavatelů osob pracujících na tzv. dohody) bezprostředně zakázána nebo omezena vládními opatřeními nebo ve kterém byla jejich činnost převážně (alespoň z 80 %) znemožněna opatřeními dopadajícími na jejich odběratele či majitele prostor jim sloužících k výkonu činnosti.
36. Podzimní model tohoto programu podpory byl navázán na trvání nouzového stavu,¹⁷ a tedy s každým prodloužením nouzového stavu bylo možno žádat o podporu za další tomu odpovídající bonusové období – o podporu tak bylo možné žádat za období od vyhlášení nouzového stavu dne 5. 10. 2020 do dne následujícího po jeho konci, tj. do dne 23. 1. 2021 (za období do 23. 1. 2021 činila maximální výše podpory za všechna bonusová období celkem 55 500 Kč).

13 Zákon č. 262/2020 Sb.

14 Zákon č. 331/2020 Sb.

15 § 74 a násl. zákona č. 262/2006 Sb., zákoník práce.

16 Zákon č. 461/2020 Sb., o kompenzačním bonusu v souvislosti se zákazem nebo omezením podnikatelské činnosti v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2, účinný od 14. 11. 2020.

17 Nouzový stav byl vyhlášen usnesením vlády České republiky ze dne 30. 9. 2020 č. 957 a ke dni 13. 1. 2021 platí od 5. 10. 2020 do 22. 1. 2021 (s předpokládaným dalším prodloužením).

37. Souběh nároku na kompenzační bonus s výkonem činnosti zakládající účast na nemocenském pojištění zaměstnanců již nadále nebyl vyloučen a místo toho bylo zvoleno kritérium převažující části příjmů v rozhodném období (od 1. 6. 2020 do 30. 9. 2020). V rámci podzimního modelu se tedy kompenzovala ztráta majoritního zdroje obživy žadatele z důvodu zákazu nebo omezení této činnosti. Byl však vyloučen souběh kompenzačního bonusu a jiných podpor souvisejících se zmírněním následků epidemie koronaviru. S účinností od 1. 1. 2021 se tato výlučka nevztahovala na podporu v rámci programů COVID – Nájemné, Antivirus a Ošetřovné pro OSVČ (viz dále).
38. Skutečnost, že epidemie koronaviru a s ní související ekonomické dopady pokračovaly i v roce 2021, měla za následek oživení tohoto kompenzačního opatření v podobě tzv. **nového kompenzačního bonusu**.¹⁸ Ten vycházel z dřívějších modelů kompenzačního bonusu, které byly s některými odchylkami aplikovány pro období od 1. 2. 2021 do 31. 3. 2021 s možností prodloužení až do konce roku 2021, a to při zachování okruhu oprávněných subjektů: osob samostatně výdělečně činných, společníků malých společností s ručením omezeným i osob činných na základě dohod o práci konané mimo pracovní poměr. O podporu mohly tyto osoby žádat tehdy, pokud byly v důsledku opatření při epidemii (uzavření provozovny či omezení provozu) či z jiných stanovených důvodů (karanténa, izolace, péče o dítě, omezení poptávky či dodávek potřebných pro výkon činnosti) **významně dotčeny ve výkonu své činnosti**, tj. prošla-li osoba testem poklesu příjmů.¹⁹ Podpora byla na základě tohoto kompenzačního opatření poskytována za **čtyři bonusová období**: od 1. 2. 2021 do 28. 2. 2021, od 1. 3. 2021 do 31. 3. 2021, od 1. 4. 2021 do 30. 4. 2021 a od 1. 5. 2021 do 31. 5. 2021, a to ve výši **1 000 Kč**, resp. 500 Kč v případě osob činných na základě dohod o práci konané mimo pracovní poměr a také tehdy, byla-li činnost osob účastných nemocenského pojištění významně dotčena toliko z důvodu nařízené karantény (s ohledem na navýšení částky již nadále nebylo možné kombinovat s „Ošetřovným“ pro OSVČ).

I 2.2.2 COVID – Nájemné

39. V rámci **dotačního programu COVID – Nájemné** Ministerstva průmyslu a obchodu byla podnikatelům (fyzickým i právnickým osobám), kterým byl vládními opatřeními zakázán maloobchodní prodej zboží nebo poskytování služeb zákazníkům v provozovnách, poskytována podpora formou dotace na nájemné k jeho částečné úhradě. Podpora nebyla určena pro žadatele, kteří jsou jako nájemci propojeni s osobou pronajímatele (tj. jsou osobami blízkými, ovládacími a ovládanými či jednajícími ve shodě ad.).²⁰
40. V rámci **1. výzvy** dotačního programu vyhlášené dne 19. 6. 2020 bylo žadatelům, kterým byl provoz v provozovnách zakázán alespoň v části období od 13. 3. 2020 do 30. 6. 2020, částečně hrazeno nájemné za duben, květen a červen 2020 (nebo do ukončení nájmu), a to ve výši 50 % nájemného pro podnikatele s provozovny v nestátních objektech za podmínky, že vlastník

18 Zákon č. 95/2021 Sb., o kompenzačním bonusu pro rok 2021.

19 „Činnost se považuje za významně dotčenou, pokud výše příjmů odpovídajících tržbám z prodeje výrobků, zboží a služeb plynoucích z této činnosti nepřekročila ve srovnávaném období [pozn. kalendářní měsíc bezprostředně předcházející bonusovému období] 50 % průměrné měsíční výše těchto příjmů plynoucích z téže činnosti ve srovnávacím období [pozn. období 3 po sobě jdoucích kalendářních měsíců v období od 1. listopadu 2018 do 31. prosince 2020, jejichž názvy se shodují s názvy 3 kalendářních měsíců bezprostředně předcházejících bonusovému období].“ § 8 odst. 2 zákona o kompenzačním bonusu pro rok 2021.

20 Tato podmínka se na 3. výzvu v rámci programu nevztahovala.

objektu poskytne nájemci slevu alespoň 30 % a že žadatel před podáním žádosti uhradí alespoň 50 % nájemného (k tíži mu tedy jde 20 % nájemného), respektive ve výši 80 % nájemného pro podnikatele s provozovny ve státních objektech za podmínky, že žadatel před podáním žádosti uhradil alespoň 80 % nájemného (k tíži mu tedy jde rovněž 20 % nájemného), a pokud nájem existoval již ke dni 13. 3. 2020.

41. V rámci **2. výzvy** dotačního programu, vyhlášené dne 16. 10. 2020 v návaznosti na podzimní vlnu epidemie, byla žadatelům, kterým byl zakázán nebo výrazně omezen prodej zboží nebo poskytování služeb zákazníkům v jejich provozovnách,²¹ poskytována dotace ve výši 50 % nájemného za měsíce červenec, srpen a září 2020 (nebo do ukončení nájmu), a to za podmínky, že žadatel před podáním žádosti uhradil alespoň 50 % nájemného. Nadále se tedy nerozlišovalo, zda jsou provozovny umístěny ve státních či nestátních objektech, ani se nevyžadovala participace pronajímatelů ve formě slevy na nájemném.
42. V rámci **3. výzvy** dotačního programu, vyhlášené dne 15. 1. 2021, byla žadatelům, kterým byl zakázán prodej zboží nebo poskytování služeb v jejich provozovnách nebo kterým ve stanoveném rozsahu klesly tržby,²² poskytována dotace ve výši 50 % nájemného za měsíce říjen, listopad a prosinec 2020 (nebo do ukončení nájmu), opět za podmínky, že žadatel před podáním žádosti uhradil alespoň 50 % nájemného.

I 2.2.3 „Ošetřovné“ pro OSVČ

43. Další možností podpory cílené na zmírňování negativních dopadů epidemie koronaviru na osoby samostatně výdělečně činné – v tomto případě pouze na ty „na hlavní činnost“²³ – byl dotační program **„Ošetřovné“ pro OSVČ Ministerstva průmyslu a obchodu**. Negativním dopadem epidemie kompenzovaným v rámci tohoto programu je nemožnost plnohodnotně vykonávat podnikatelskou činnost z důvodu potřeby péče o dítě (a některé další osoby závislé na pomoci jiného),²⁴ kterému byla uzavřena škola nebo jiné dětské zařízení (či zařízení sociálních služeb), nebo v případě, že v takovém zařízení nebo v rodině byla nařízena karanténa.
44. Podpora byla doposud poskytována za březen 2020 (období od 12. 3. 2020 do 31. 3. 2020, ve výši 424 Kč za den), duben 2020 (celý měsíc, ve výši 500 Kč za den), květen 2020 (celý měsíc, ve výši 500 Kč za den), červen 2020 (celý měsíc, ve výši 500 Kč za den), říjen 2020 (období od 14. 10. 2020 do 31. 10. 2020, ve výši 400 Kč za den), listopad 2020 (celý měsíc, ve výši 400 Kč za den), prosinec 2020 (21. a 22. 12., ve výši 400 Kč za den), leden 2021 (období od 4. 1. do 31. 1., ve výši 400 Kč za den), únor 2021 (celý měsíc, ve výši 400 Kč za den), březen 2021 (celý měsíc, ve výši 400 Kč za den).

21 Ve znění posledního (2.) dodatku 2. výzvy dotačního programu se jedná o provozy, které byly omezeny či zakázány usnesením vlády České republiky ze dne 26. října č. 1103, vyjma subjektů dle článku I. bodu 8. a subjektů dle článku II. bodu 5. a bodu 6. usnesení.

22 Tato varianta se týkala pouze provozoven uvedených v bodech I. 1. a) až I. 1. f) usnesení vlády České republiky ze dne 23. 12. 2020 č. 1376.

23 § 9 odst. 9 zákona č. 155/1995 Sb., o důchodovém pojištění.

24 Dalšími osobami závislými na pomoci jiného se rozumějí nezaopatřené děti maximálně do věku 26 let, které jsou závislé na pomoci jiné osoby alespoň ve stupni I (lehká závislost), a dále osoby, které jsou z důvodu dlouhodobě nepříznivého zdravotního stavu závislé na pomoci jiné osoby alespoň ve stupni I, podle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách.

den), duben 2021 (období od 6. 4. do 30. 4., ve výši 400 Kč za den) a květen 2021 (období od 1. 5. do 16. 5., ve výši 400 Kč za den), a to formou dotace ex post.

45. Zatímco v jarních a letních měsících roku 2020 se ve vztahu k podmínce péče o děti muselo jednat o děti mladší 13 let, od října 2020 se podpora vztahovala pouze na péči o děti mladší 10 let. Podmínka péče o dítě (nebo obdobně o osobu závislou na pomoci jiné osoby) byla pro měsíce květen a červen 2020 splněna také tehdy, pokud tato osoba nebyla umístěna do zařízení nikoli z důvodu jeho uzavření či karantény, ale z dalších předpokládaných důvodů, zejména kvůli možnosti ohrožení zdraví dítěte nebo jiných osob, které žijí s dítětem v domácnosti, nebo kvůli nedostatečné kapacitě či krátké provozní době ve školních skupinách.
46. Jestliže umělec vykonával své povolání v zaměstnaneckém poměru, mohly se jej rovněž dotknout změny²⁵ provedené v tradičním institutu **ošetřovného pro zaměstnance**,²⁶ účinné po dobu trvání mimořádných opatření při epidemii. Podpůrní doba „krizového“ ošetřovného byla na jaře prodloužena o celou dobu uzavření škol (tj. do konce školního roku dne 30. 6. 2020) a dávka se od 1. 4. 2020 zvýšila na 80 % denního vyměřovacího základu (ze základních 60 %). Vedle zaměstnanců pracujících v pracovním poměru pak měli za stanovených podmínek na dávku nárok také zaměstnanci na dohody o pracích konaných mimo pracovní poměr. Dne 30. 10. 2020 byl znovu zaveden²⁷ zvláštní krizový režim ošetřovného včetně podpory osob pracujících na dohody, tentokrát však s dávkou ve výši 70 % denního vyměřovacího základu s minimální výší 400 Kč za den péče. Od 1. 3. 2021 byla dávka opět navýšena na 80 % denního vyměřovacího základu.

I 2.2.4 COVID – Kultura

47. Na rozdíl od shora uvedených programů, které si kladly za cíl reagovat na negativní ekonomické dopady epidemie napříč rozličnými oblastmi ekonomiky bez ohledu na povahu vykonávané výdělečné činnosti, **dotiční program COVID – Kultura Ministerstva průmyslu a obchodu ve spolupráci s Ministerstvem kultury** byl nástrojem pomoci pouze těm subjektům, které působí na poli kultury a které byly ekonomicky postiženy zákazy a omezeními v oblasti pořádání kulturních akcí a poskytování kulturních služeb veřejnosti.
48. V rámci **1. výzvy** dotačního programu („COVID – Kultura I“), vyhlášené dne 11. 8. 2020, mohly podnikatelské subjekty v oblasti kultury získat podporu na marně vynaložené uznatelné výdaje vzniklé v období od 1. 10. 2019 do 17. 5. 2020 ve spojitosti s organizací kulturních akcí, které se měly konat v období od 10. 3. 2020 do 31. 8. 2020 a které byly v přímé souvislosti s mimořádnými opatřeními vlády přesunuty nebo zrušeny. Podpora se poskytovala formou dotace ex post ve výši 50 % těchto výdajů, a to až do výše 5 milionů Kč.

25 Zákon č. 133/2020 Sb., o některých úpravách v sociálním zabezpečení v souvislosti s mimořádnými opatřeními při epidemii v roce 2020, účinný od 27. 3. 2020, ve znění zákona č. 230/2020 Sb., účinného od 6. 5. 2020, a zákona č. 255/2020 Sb., účinného od 27. 5. 2020.

26 § 39 a násl. zákona č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění.

27 Zákon č. 438/2020 Sb., o úpravách poskytování ošetřovného v souvislosti s mimořádnými opatřeními při epidemii a o změně zákona č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění, účinný od 30. 10. 2020

49. Následovala **2. výzva** („COVID – Kultura II“), která byla vyhlášena dne 15. 10. 2020, a kromě výdajů vzniklých ve spojitosti se zmařenými kulturními akcemi (s původním datem konání od 10. 3. 2020 do 31. 12. 2020) pamatovala také na výdaje subjektů vyvíjejících kontinuální činnost v kultuře (divadla, hudební kluby, celoroční organizace kulturních festivalů apod.). Zatímco pořadatelé zrušených či přesunutých kulturních akcí mohli obdržet podporu ve výši 50 % marně vynaložených výdajů, a to za podmínky, že tyto výdaje byly uhrazeny v období od 1. 10. 2019 do 20. 11. 2020, subjektům kontinuálně činným v kultuře mohla být v rámci dotačního programu přiznána podpora ve výši 80 % marně vynaložených výdajů vztahujících se k období od 1. 3. 2020 do 31. 12. 2020, a to za podmínky, že byly uhrazeny v období od 1. 3. 2020 do 20. 11. 2020. Podporu spočívající v **sanaci marně vynaložených uznatelných výdajů** mohly oprávněné subjekty získat až do výše 10 milionů Kč. Kromě toho mohly vybrané osoby samostatně výdělečně činné v oblasti kultury (výkonní umělci a odborné umělecko-technické profese, tj. herci, hudebníci, tanečníci, zpěváci, mistři zvuku apod.) v rámci této výzvy získat také podporu ve formě **jednorázového příspěvku** ve výši 60 000 Kč na umělecký projekt, jehož výsledkem je vytvoření uměleckého díla či souboru děl (tedy i jako příspěvek na budoucí činnost).
50. Další kompenzace pro subjekty podnikající v oblasti kultury přinesla **3. výzva** („COVID – Kultura III“), která byla představena na konci ledna 2021²⁸ a zahrnovala podporu v rámci čtyř postupně představených (dílčích) výzev:
51. V rámci **výzvy 3.1** („Jednorázová podpora pro umělecké profese“) byla podpora poskytována osobám samostatně výdělečně činným v **uměleckých a umělecko-technických profesích** z oborů hudby, divadla, tance, výtvarného umění nebo literatury, a to tehdy, pokud tato jejich činnost byla omezena nebo znemožněna v důsledku opatření při epidemii. Podpora v rámci této výzvy byla poskytována ve formě **jednorázového příspěvku** ve výši 60 000 Kč, a to na umělecký projekt, obdobně jako tomu bylo u 2. výzvy.
52. V rámci **výzvy 3.2** („Audiovize“) byla podpora poskytována podnikatelským subjektům v oblasti **audiovize**. První skupinou oprávněných subjektů byli jednotlivci, jejichž samostatná výdělečná činnost spočívala v zapojení do procesu vzniku a výroby audiovizuálních děl (**štábové profese, tvůrčí filmové profese a výkonní umělci**), a mohli si žádat o **jednorázový příspěvek** ve výši 60 000 Kč na odbornou činnost v audiovizi realizovanou v období od 1. 5. 2020 do 31. 12. 2020. Druhou skupinou byly právnické osoby, a to **provozovatelé kin**, kteří si mohli žádat o tzv. **sedačkovné** (20 Kč za každou sedačku a den v období od 12. 10. 2020 do 31. 12. 2020, kdy bylo jejich kino zcela uzavřeno), **distribuční společnosti**, které si mohly žádat o **sanaci marně vynaložených (uhrazených) uznatelných nákladů** do výše 50 % za období od 1. 10. 2019 do 31. 12. 2020, a **produkční společnosti**, které si mohly žádat o **sanaci marně vynaložených uznatelných nákladů uhrazených i neuhrazených** (závazků) do výše 50 % za období od 1. 10. 2019 do 31. 12. 2020, přičemž maximální výše této podpory pro dané právnické osoby byla stanovena na 5 milionů Kč.
53. V rámci **výzvy 3.3** byla podpora poskytována subjektům činným v oblasti **živého scénického umění** (pořádání a zajišťování hudebních, hudebně dramatických, tanečních a divadelních

28 Ministerstvo průmyslu a obchodu, Na podporu kultury půjde další 1 miliarda korun, počítá se také s 3. výzvou z programu COVID – Kultura (tisková zpráva), 17. 12. 2020.

programů), a to **individuálním umělcům, vybraným právníckým osobám a osobám samostatně výdělečně činným** (pořadatelé, organizátoři, zprostředkovatelé apod. kulturních akcí a provozovatelé kulturních zařízení) a **nevládním neziskovým organizacím** v oblasti kultury. Podpora byla určena na **sanaci provozních nákladů**, které vznikly ve spojitosti s kontinuální činností v kultuře v období od 1. 12. 2020 do 31. 5. 2021 a byly uhrazeny v období od 1. 12. 2020 do 15. 6. 2021, a to do výše 55 % nákladů uznaných v rámci 2. výzvy (pro žadatele, kteří již žádali o podporu v rámci 2. výzvy programu) nebo do výše 80 % uznatelných nákladů. Dále byla určena **ticketingovým společnostem a kolektivním správcům** na stanovené náklady vztahující se k období od 12. 3. 2020 do 17. 5. 2020, od 5. 10. 2020 do 31. 12. 2020 a od 1. 1. 2021 do 30. 3. 2021, které byly uhrazeny před podáním žádosti. Maximální výše podpory pro jednoho žadatele v rámci výzvy 3.3 byla stanovena na 10 milionů Kč.

54. Nakonec byla v rámci **výzvy 3.4** („Kulturní dědictví“) podpora poskytována provozovatelům **veřejně přístupných kulturních památek** (hrady, zámky, zříceniny, církevní památky nebo skanzeny). Podpora v rámci této výzvy byla poskytována na provozní náklady ve výši rozdílu násobku paušální ceny vstupného za osobu 100 Kč a návštěvnosti (resp. počtu prodaných vstupenek) za březen, duben, květen, říjen, listopad a prosinec 2019 a násobku paušální ceny vstupného za osobu 100 Kč a návštěvnosti (resp. počtu prodaných vstupenek) za březen, duben, květen, říjen, listopad a prosinec 2020, a to až do výše 80 % provozních nákladů vynaložených v období od 1. 3. 2020 do 31. 5. 2020 a od 1. 10. 2020 do 31. 12. 2020, maximálně však 4 miliony Kč jednomu žadateli.
55. Následující **4. výzva** z července 2021 navázala na 2. výzvu a výzvu 3.3 a zaměřovala se taktéž na subjekty vyvíjející kontinuální činnost v kultuře, a to opět na **individuální umělce, vybrané právnícké osoby a osoby samostatně výdělečně činné** (pořadatele, organizátory, zprostředkovatele apod. kulturních akcí a provozovatele kulturních zařízení) a nevládní neziskové organizace v oblasti kultury. Podpora byla určena na **sanaci provozních nákladů** a byla stanovena ve výši 40 % dotace poskytnuté v rámci 2. výzvy (pro ty, jimž byla podpora přiznána již v rámci této výzvy) nebo ve výši 66 % dotace poskytnuté v rámci výzvy 3.3 (pro ty, jimž byla podpora přiznána až v rámci této výzvy) nebo ve výši 80 % uznatelných nákladů vztahujících se k období od 1. 6. 2021 do 30. 9. 2021, které byly uhrazeny v období od 1. 6. 2021 do 17. 9. 2021 (pro ty, již dosud o podporu v rámci těchto předchozích výzev nežádali). Maximální výše podpory pro jednoho žadatele v rámci této výzvy byla stanovena na 10 milionů Kč.

I 2.2.5 Antivirus

56. Program cílené podpory zaměstnanosti Ministerstva práce a sociálních věcí²⁹ – tzv. **Antivirus** – byl zaměřen na ochranu pracovních míst, která by jinak v důsledku ekonomických potíží zaměstnavatelů způsobených epidemií koronaviru mohla zaniknout, a proto se nepřímo dotýkal umělců, kteří své povolání vykonávali v zaměstnaneckém poměru. Podpora spočívá v refundaci náhrad mezd (a odvodů) vyplacených zaměstnavatelem ve prospěch zaměstnanců pro překážky v práci

29 Program byl schválen usnesením vlády České republiky ze dne 31. 3. 2020 č. 353 jakožto cílený program k řešení zaměstnanosti ve smyslu § 120 zákona č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, a jeho dílčí změny a prodloužení programu byly schváleny usneseními vlády ze dne 27. 4. 2020 č. 481, ze dne 25. 5. 2020 č. 581, ze dne 1. 6. 2020 č. 604, ze dne 8. 6. 2020 č. 635, ze dne 24. 8. 2020 č. 870, ze dne 24. 8. 2020 č. 876, ze dne 14. 10. 2020 č. 1039, ze dne 26. 10. 2020 č. 1098, ze dne 21. 12. 2020 č. 1365, ze dne 22. 2. 2021 č. 186, ze dne 19. 4. 2021 č. 392, ze dne 31. 5. 2021 č. 505, ze dne 28. 6. 2021 č. 599 a ze dne 25. 10. 2021 č. 946.

spojené s epidemií koronaviru. V **režimu A** (nařízení karantény zaměstnance či překážek v práci na straně zaměstnavatele z důvodu nemožnosti přidělovat práci – uzavření či omezení provozu) úřad práce refunduje 80 % vyplacené náhrady mzdy. V režimu Antivirus plus (**A plus** – nucené uzavření či významné omezení provozu zaměstnavatele v přímém důsledku vládních opatření) se refunduje 100 % vyplacené náhrady. V **režimu B** (související hospodářské potíže, zejména nepřítomnost významné nebo klíčové části zaměstnanců, snížení odbytu produkce zaměstnavatele nebo nedostatek vstupů produkce) se refunduje 60 % vyplacené náhrady.³⁰

57. Období uznatelnosti mzdových výdajů zaměstnavatelů v režimu A plus a v režimu B skončilo ke dni 31. 5. 2021. Konec období uznatelnosti mzdových výdajů zaměstnavatelů pro podporu v režimu A, ale i celého programu Antivirus jakožto rámce pro prodloužení nebo obnovení období uznatelnosti výdajů v jednotlivých režimech podpory byl stanoven na 31. 12. 2021.

I 2.2.6 Dotace v rámci Záchraného balíčku Ministerstva kultury

58. Dalším nástrojem pomoci umělcům, zaměřeným výlučně na kulturní oblast, byla opatření spadající do tzv. **Záchraného balíčku Ministerstva kultury**,³¹ v jehož rámci Ministerstvo kultury vyhlásilo mimořádné výzvy (1. a 2. kolo) k podávání žádostí o poskytnutí dotace ze státního rozpočtu pro rok 2020 v programu „Kulturní aktivity“ na podporu projektů v oblasti profesionálního umění.
59. Účel tohoto dotačního programu spočíval v dofinancování celoroční činnosti kontinuálně činných institucí bez zřizovatele (včetně fyzických osob živnostensky podnikajících v oblasti pořádání kulturních akcí), které byly v důsledku vládních opatření proti epidemii koronaviru postiženy výpadkem plánovaných příjmů, za podmínky, že v posledních třech letech alespoň jednou obdržely dotaci od Ministerstva kultury. V rámci těchto programů se za stanovených podmínek poskytuje **dotace na úhradu nákladů ztrátových projektů**, spočívajících v pořádání akcí pro veřejnost v období od ledna do prosince 2020, a to až do výše jejich ztráty.

I 2.2.7 COVID 2021 a COVID – Nepokryté náklady

60. Mezi kompenzační opatření lze zařadit také programy COVID 2021 a COVID – Nepokryté náklady, které byly představeny v březnu 2021 jako další, k sobě alternativní a paralelní prostředky pro zmírnění nepříznivých ekonomických dopadů epidemie koronaviru na podnikající subjekty.
61. Podpora v rámci programu **COVID 2021** náležela těm fyzickým osobám, právnickým osobám soukromého práva a příspěvkovým organizacím, kterým tržby z jejich činnosti za srovnávané období (od 1. 1. 2021 do 31. 3. 2021) poklesly oproti srovnávacímu období (buď od 1. 1. 2019 do 31. 3. 2019, nebo od 1. 3. 2020 do 31. 3. 2020) alespoň o 50 % a které měly alespoň jednoho zaměstnance.

30 V rámci tzv. Antiviru C byly zaměstnavatelům, kteří v pracovním poměru zaměstnávají až 50 zaměstnanců, prominuty platby sociálního pojištění za červen, červenec a srpen 2020, a to zákonem č. 300/2020 Sb., o prominutí pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti placeného některými zaměstnavateli jako poplatníky v souvislosti s mimořádnými opatřeními při epidemii v roce 2020 a o změně zákona č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění, ve znění pozdějších předpisů, účinného od 30. 6. 2020.

31 Záchraný balíček byl schválen usnesením vlády České republiky ze dne 9. 4. 2020 č. 408 a jeho rozšíření bylo schváleno usnesením ze dne 19. 10. 2020 č. 1071 a ze dne 30. 11. 2020 č. 1255.

Podpora byla poskytována na provozní náklady a na udržení podnikatelské činnosti, a to ve výši **500 Kč za zaměstnance v pracovním poměru za den** rozhodného období od 11. 1. 2021 do 9. 5. 2021.

62. Podporu v rámci programu **COVID – Nepokryté náklady** si namísto COVID 2021 mohl zvolit stejný okruh subjektů, a to za podmínky poklesu tržeb alespoň o 50 % ve srovnávaném období oproti srovnávacímu období. Rozhodným obdobím dle **1. výzvy** je období od 1. 1. 2021 do 31. 3. 2021 a dle **2. výzvy** období od 1. 4. 2021 do 31. 5. 2021, přičemž výše podpory činila **60 % nepokrytých nákladů** za rozhodné období (40 % pro podnikatele s majetkovou účastí státu nebo územního samosprávného celku).

2.2.8 Dočasný rámec pro opatření státní podpory na podporu hospodářství při stávajícím šíření koronavirové nákazy COVID-19

63. Evropská komise dne 19. 3. 2020 přijala **Dočasný rámec**³² pro poskytování státních podpor členskými státy Evropské unie v reakci na celosvětovou epidemii koronaviru a na ni navázané ekonomické obtíže podniků, v němž vymezila instrumenty státní podpory slučitelné s vnitřním trhem Unie ve smyslu čl. 107 a 108 Smlouvy o fungování Evropské unie. Tak např. oddíl 3.1 Sdělení Komise Českou republiku omezuje v celkové výši podpory, kterou může jednomu podniku poskytnout na řešení náhlého a naléhavého nedostatku peněžních prostředků (patří sem např. programy COVID – Nájemné, COVID – Kultura, ale také odpuštění plateb sociálního a zdravotního pojištění osobám samostatně výdělečně činným – viz dále). Maximální výše takto poskytnuté podpory činí 800 tisíc eur (tj. přibližně 21 milionů Kč) a jedná se o další limit čerpání podpor jednotlivými subjekty nad rámec pravidel souběhu vytyčených státem.

2.3 ODKLADY A PROMINUTÍ POVINNÝCH PLATEB

2.3.1 Odklady splátek úvěrů

64. Splácení spotřebitelských i podnikatelských úvěrů sjednaných a čerpaných před 26. 3. 2020 bylo možné s účinností od 17. 4. 2020³³ na základě oznámení úvěrovaného úvěrujícímu odložit o délku ochranné doby, a to buď **do 31. 10. 2020**, nebo do **31. 7. 2020**, pokud úvěrovaný v oznámení výslovně využije takto zkrácené doby. Po dobu odkladu splátek však nadále narůstal úrok.

2.3.2 Odklad povinnosti hradit nájemné prostřednictvím zvláštního zákazu výpovědi

65. Umělci, stejně jako ostatní podnikatelské i nepodnikatelské subjekty, mohli využít **opatření ke zmírnění dopadů epidemie koronaviru na nájemce** (a podnájemce) prostor k uspokojování bytových potřeb (bytů, domů nebo jejich částí), ale také prostor sloužících k podnikání.³⁴

32 Evropská komise, Sdělení Komise: Dočasný rámec pro opatření státní podpory na podporu hospodářství při stávajícím šíření koronavirové nákazy COVID-19 2020/C 91 I/01 ze dne 19. 3. 2020 doplněné sděleními ze dne 3. 4. 2020, ze dne 8. 5. 2020, ze dne 29. 6. 2020 a ze dne 13. 10. 2020. Tisková zpráva Komise k přijetí Dočasného rámce je k dispozici zde: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_496.

33 Zákon č. 177/2020 Sb., o některých opatřeních v oblasti splácení úvěrů v souvislosti s pandemií COVID-19.

34 Zákon č. 209/2020 Sb., o některých opatřeních ke zmírnění dopadů epidemie koronaviru SARS CoV-2 na nájemce prostor

66. V ochranné době od 27. 4. 2020 do 31. 12. 2020 totiž pronajímatelé nebyli oprávněni vypovědět nájem z důvodu prodlení nájemce s úhradou nájemného, pokud toto prodlení nastalo mezi 12. 3. 2020 a 30. 6. 2020 (podnikatelské prostory) nebo 31. 7. 2020 (prostory k uspokojování bytových potřeb) a v důsledku vládních opatření při epidemii (tedy zejména ztráta příjmů, nemožnost vykonávat zaměstnání či podnikatelskou činnost).
67. Pokud nájemci neuhradili dlužné nájemné do 31. 12. 2020, vzniklo pronajímatelům prostor k uspokojování bytových potřeb právo nájem vypovědět bez výpovědní doby a pronajímatelům prostor sloužících k podnikání vzniklo právo nájem vypovědět s výpovědní dobou 5 dní.

I 2.3.3 Zálohy na zdravotní pojištění a sociální pojištění

68. Všem osobám samostatně výdělečně činným byly **plošně prominuty zálohy na sociální a zdravotní pojištění za březen až srpen 2020**,³⁵ a to až do výše minimálních záloh. Pokud tyto osoby odvádějí vyšší než minimální zálohy, ani pak nemusí tyto zálohy ve stanovených termínech platit. Rozdíl mezi minimální zálohou a skutečnou výší pojistného byl doplacen až v rámci vyúčtování za rok 2020.

I 2.3.4 Daně

69. O prominutí některých daňových povinností je pojednáno spolu s ostatními opatřeními v daňové oblasti v části věnované dalším formám pomoci (4.6).

II 2.4 DALŠÍ DRUHY POMOCI

I 2.4.1 Odložení elektronické evidence tržeb

70. Dalším opatřením přijatým v návaznosti na epidemii koronaviru bylo **odložení elektronické evidence tržeb pro všechny vlny až do 1. 1. 2023**.³⁶

I 2.4.2 Úvěrové programy COVID

71. Malé a střední podniky (respektive u záručního programu COVID III podnikatelé do 500 zaměstnanců),³⁷ u kterých v důsledku epidemie koronaviru došlo k ekonomickým obtížím, mohly žádat

sloužících k uspokojování bytové potřeby, na příjemce úvěru poskytnutého Státním fondem rozvoje bydlení a v souvislosti s poskytováním plnění spojených s užíváním bytů a nebytových prostorů v domě s byty, a zákon č. 210/2020 Sb., o některých opatřeních ke zmírnění dopadů epidemie koronaviru SARS CoV-2 na nájemce prostor sloužících podnikání.

35 Zákon č. 134/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 592/1992 Sb., o pojistném na veřejné zdravotní pojištění, ve znění pozdějších předpisů; zákon č. 136/2020 Sb., o některých úpravách v oblasti pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a důchodového pojištění v souvislosti s mimořádnými opatřeními při epidemii v roce 2020. Oba zákony jsou účinné od 27. 3. 2020.

36 Zákon č. 137/2020 Sb., o některých úpravách v oblasti evidence tržeb v souvislosti s vyhlášením nouzového stavu, účinný od 27. 3. 2020, ve znění zákona č. 263/2020 Sb., účinného od 3. 6. 2020, a zákona č. 449/2020 Sb., účinného od 3. 11. 2020.

37 Pro posouzení podnikatele jako malého a středního podniku ve smyslu Doporučení Komise ze dne 6. 5. 2003 (2003/361/ES) o definici mikropodniků, malých a středních podniků není rozhodná právní forma, a proto jimi mohou být i osoby samostatně výdělečně činné, pokud zaměstnávají méně než 250 osob a pokud jejich roční obrat nepřesahuje 50 milionů eur a/nebo pokud jejich bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 43 milionů eur.

o poskytnutí zvýhodněných úvěrů k financování výdajů z podnikání v rámci úvěrových programů COVID spravovaných Ministerstvem průmyslu a obchodu, a to:

- **Bezúročného úvěru pro podnikatele zasažené koronavirem COVID I** (poskytovatelem úvěru byla Českomoravská záruční a rozvojová banka, a. s.).³⁸
- **Záručního programu COVID II** (záruky Českomoravské záruční a rozvojové banky, a. s., za úvěry poskytované spolupracujícími komerčními bankami s finančním příspěvkem na úhradu úroků).³⁹
- **Záručního programu COVID III** (podpora spočívala ve státní záruce za dluhy, které by vznikly Českomoravské záruční a rozvojové bance, a. s., v důsledku plnění ze záruk daných za dluhy podnikatelů z úvěrů u spolupracujících komerčních bank).⁴⁰

72. Pro malé a střední podnikatele aktivní na území hlavního města Prahy byl určen **Záruční program COVID Praha** (záruky Českomoravské záruční a rozvojové banky, a. s., za úvěry poskytované spolupracujícími komerčními bankami s finančním příspěvkem na úhradu úroků).⁴¹
73. Záruční program COVID III se s účinností od 3. 11. 2020⁴² na rozdíl od ostatních shora uvedených a již vyčerpaných úvěrových programů vztahuje rovněž na investiční úvěry podnikatelů a je stále aktivní.

I 2.4.3 Poukaz na kulturní akci

74. Umělci a další organizátoři kulturních akcí dále mohli využít opatření spočívajícího ve **vystavení poukazu na budoucí kulturní akci**.⁴³ Pokud byla kulturní akce s předpokládaným termínem konání do 30. 9. 2021 zrušena v souvislosti s epidemií koronaviru, může organizátor zákazníkovi na jeho žádost učiněnou do 31. 12. 2021 vystavit poukaz na akci konající se v termínu do 31. 10. 2022. Pokud zákazník o vystavení poukazu neprojeví zájem, povinnost organizátora vrátit již zaplacené vstupné se odkládá po dobu ochranné doby, která končí nejpozději 31. 10. 2022.

I 2.4.4 Opatření v daňové oblasti

75. V daňové oblasti byla od počátku epidemie přijata řada různě formalizovaných opatření, ať už plošných, nebo zaměřených pouze na nejvíce postižené sektory ekonomiky. Snížení daňového zatížení má přitom na umělce stejný pozitivní dopad jako na ostatní daňové subjekty.

38 Usnesení vlády České republiky ze dne 16. 3. 2020 č. 237 ve znění usnesení ze dne 18. 3. 2020 č. 246.

39 Usnesení vlády České republiky ze dne 19. 3. 2020 č. 260.

40 Usnesení vlády České republiky ze dne 18. 5. 2020 č. 553 a zákon č. 228/2020 Sb., o poskytnutí státní záruky České republiky na zajištění dluhů Českomoravské záruční a rozvojové banky, a. s., vyplývajících z ručení za dluhy z úvěrů v souvislosti se zmírněním negativních dopadů způsobených virem SARS CoV-2, účinný od 6. 5. 2020, ve znění zákona č. 451/2020 Sb., účinného od 3. 11. 2020.

41 Financován z Operačního programu Praha – pól růstu.

42 Zákon č. 451/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 228/2020 Sb., o poskytnutí státní záruky České republiky na zajištění dluhů Českomoravské záruční a rozvojové banky, a. s., vyplývajících z ručení za dluhy z úvěrů v souvislosti se zmírněním negativních dopadů způsobených virem SARS-CoV-2.

43 Zákon č. 247/2020 Sb., o některých opatřeních ke zmírnění dopadů epidemie koronaviru označovaného jako SARS CoV-2 na oblast kulturních akcí, účinný od 19. 5. 2020, ve znění zákona č. 448/2020 Sb., účinného od 2. 11. 2020.

2.4.4.1 Pokyny Generálního finančního ředitelství

76. Pokyny Generálního finančního ředitelství upravují postup orgánů Finanční správy České republiky – např. při rozhodování o promíjení úroku z prodlení, úroku z posečkané částky nebo pokuty za nepodání kontrolního hlášení, přičemž pokyny přijaté ve spojitosti s epidemií koronaviru⁴⁴ vymezují ospravedlnitelné důvody porušení vybraných daňových povinností a další kritéria, jež se mají projevit zvláště vstřícným postupem Finanční správy v rámci jejího rozhodování.

2.4.4.2 Tzv. generální pardony ministryně financí

77. Další daňové úlevy byly přijaty formou **hromadného rozhodnutí ministryně financí o prominutí daně, příslušenství daně nebo správního poplatku z důvodu mimořádné události** (tzv. generální pardon).⁴⁵
78. Tímto způsobem bylo v rámci jarní vlny epidemie přijato např. odložení povinnosti podat daňové přiznání k dani z příjmů v původním termínu 1. 4. 2020 až na termín 18. 8. 2020, prominutí správního poplatku za žádosti o posečkání daně, o prominutí úroku z prodlení, resp. z posečkané částky, a o prominutí pokuty za nepodání kontrolního hlášení, a to až do konce roku 2020, a prominutí záloh na daň z příjmů fyzických a právnických osob splatných 15. 6. 2020.
79. S podzimní vlnou epidemie pak bylo přijato např. odložení úhrad daně z přidané hodnoty nebo prominutí záloh u daně z příjmů právnických osob a fyzických osob, k jejichž splatnosti došlo v období nouzového stavu, a to pro podnikatele, jejichž činnost byla bezprostředně omezena vládními nařízeními, včetně např. provozovatelů hudebních, tanečních, herních a podobných společenských klubů a diskoték a pořadatelů koncertů a jiných hudebních, divadelních či filmových představení.

2.4.4.3 Legislativní daňová opatření

80. Poplatníci daně z příjmů fyzických a právnických osob dále získali možnost **zpětného uplatnění daňové ztráty**⁴⁶ vykázané za zdaňovací období roku 2020 (ale i za budoucí zdaňovací období), a to na vrub dvou bezprostředně předcházejících zdaňovacích období (ve vztahu k roku 2020 tedy za období let 2019 a 2018), ve kterých si mohou snížit základ daně a požádat o vrácení vzniklého přeplatku na dani. V rámci stejného daňového balíčku byla rovněž **snížena sazba daně z přidané hodnoty** za poskytnutí oprávnění ke vstupu na představení, do divadel, na koncerty a na podobné kulturní události nebo do podobných kulturních zařízení, a to zařazením do druhé snížené sazby ve výši 10 %.

44 Příkladem je pokyn Generálního finančního ředitelství publikovaný ve Finančním zpravodaji v roce 2020 pod číslem 4.

45 Tato rozhodnutí byla publikovaná ve Finančním zpravodaji v roce 2020 pod číslem 5–7, 9, 22, 25, 35 a 38 a v roce 2021 pod číslem 3 a 5, a to na základě § 260 odst. 1 písm. b) zákona č. 280/2009 Sb., daňový řád.

46 Zákon č. 299/2020 Sb., kterým se mění některé daňové zákony v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2, a zákon č. 159/2020 Sb., o kompenzačním bonusu v souvislosti s krizovými opatřeními v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2, ve znění pozdějších předpisů, účinný od 1. 7. 2020.

81. Další významné změny v daňové oblasti, ač přímo nesouvisející s výkonem umělecké činnosti, jsou **zrušení daně z nabytí nemovitých věcí**,⁴⁷ zavedení **paušální daně** pro osoby samostatně výdělečně činné⁴⁸ nebo **zrušení superhrubé mzdy** a snížení sazeb u daní z příjmů.⁴⁹

3. PRÁVNÍ RÁMEC DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE KULTURNÍHO OBSAHU

82. Cílem této části výzkumné zprávy je představit základní právní rámec upravující nakládání s předměty autorskoprávní ochrany a používanou terminologii. Vypořádání autorského práva a práv souvisejících, které je typické pro hudební, filmový a divadelní sektor (s důrazem na vypořádání práv pro digitální distribuci), je vysvětleno v podkapitolách věnovaných licenční praxi v daném kulturním odvětví (4.2, 5.2, 6.3).
83. Základem existence kulturních průmyslů je možnost disponovat předměty ochrany autorského práva a práv souvisejících s právem autorským. Autorské právo, jako specifická oblast právního řádu České republiky, garantuje rozličným subjektům absolutní výlučná práva jak k autorským dílům (výtvorům) a jejich interpretacím (uměleckým výkonům), tak k jejich zvukovým či zvukově obrazovým záznamům (snímkům a nahrávkám), popřípadě dalším předmětům ochrany, které však stojí mimo pozornost této zprávy (práva vysílatele, pořizovatele databází, vydavatele periodika aj.).
84. Centrálním pojmem autorského práva je „**autorské dílo**“, za nějž je dle § 2 autorského zákona (AutZ) považováno „dílo literární a jiné dílo umělecké a dílo vědecké, které je jedinečným výsledkem tvůrčí činnosti autora a je vyjádřeno v jakékoli objektivně vnímatelné podobě“.⁵⁰ Pro tuto výzkumnou zprávu je pak relevantní, že mezi autorská díla se řadí jak díla hudební (text a hudba písně), tak i díla dramatická (divadelní hra) a díla audiovizuální (film).⁵¹ Fyzická osoba, která vytvořila autorské dílo, je zákonem označována jako **autor**. Tím je pak např. autor hudby, textu, režisér audiovizuálního díla. Otázku možného autorského statusu režiséra divadelní inscenace (který je českou soudní praxí stále převážně vnímán „pouze“ jako výkonný umělec) nehodláme vyřešit, pouze můžeme upozornit, že je dlouhodobě předmětem doktrinárních diskusí.⁵²

47 Zákon č. 386/2020 Sb., kterým se zrušuje zákonné opatření Senátu č. 340/2013 Sb., o dani z nabytí nemovitých věcí, ve znění pozdějších předpisů, a mění a zrušují další související právní předpisy, účinný od 26. 9. 2020.

48 Zákon č. 540/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony v souvislosti s paušální daní, účinný od 1. 1. 2021.

49 Zákon č. 609/2020 Sb., kterým se mění některé zákony v oblasti daní a některé další zákony, účinný od 1. 1. 2021.

50 Ponecháváme stranou fakt, že toto ustanovení autorského zákona je nutno vykládat v souladu s judikaturou Soudního dvora EU, která pojem jedinečnosti interpretuje volněji ve smyslu původnosti (obdobně, jako je tomu u počítačových programů, fotografií a souborných děl) a vyžaduje další podmínky, a to přesnou a objektivní identifikaci díla.

51 Vzhledem k rozhodnutí Ministerstva kultury o udělení oprávnění Ochranné asociaci zvukařů – autorů k výkonu kolektivní správy jsou v České republice chráněna díla zvukařů – autorů (tzv. mistrů zvuku). Rozsah oprávnění tohoto kolektivního správce je v relevantních užitích analogický s kolektivním správcem OSA, pokud jsou užívány zvukové záznamy, resp. zvukově obrazové záznamy, kde se tato díla mistrů zvuku mohou manifestovat. Níže prezentované závěry k licencování hudebních děl jsou tak zpravidla analogicky aplikovatelné i na díla mistrů zvuku. Viz Ministerstvo kultury, *Rozhodnutí č. j. 10145/2003*. 15. 11. 2006.

52 Zatímco v doktríně lze nalézt sympatie pro autorství divadelního režiséra, soudy opakovaně rozhodují v tom smyslu, že divadelní režisér je výkonným umělcem provádějícím dramatické dílo.

85. Autorské právo chrání i **umělecký výkon**, který vytvořil **výkonný umělec** – podle § 67 AutZ se jedná o „výkon herce, zpěváka, hudebníka, tanečníka, dirigenta, sbormistra, režiséra nebo jiné osoby, která hraje, zpívá, recituje, předvádí nebo jinak provádí umělecké dílo a výtvořily tradiční lidové kultury“. V praxi se lze v případě hudebníků setkat s používáním termínu „interpret“.⁵³
86. Konečně, chráněny jsou i majetkové (nikoli tedy osobnostní) zájmy **výrobce zvukového a zvukově obrazového záznamu**. Jedná se o tzv. práva související s právem autorským, která jsou specifická tím, že jsou – na rozdíl od práv k dílu a výkonu – převoditelná. V hudebním průmyslu je v praxi výrobce zvukového záznamu označován za **vydavatele (label)**.⁵⁴
87. V oblasti kolektivní správy pak autorský zákon používá specifickou legislativní zkratku „**předmět ochrany**“, kterou se rozumí „zveřejněná nebo ke zveřejnění nabídnutá díla, umělecké výkony, zvukové nebo zvukově obrazové záznamy“ (§ 95 ods. 1 AutZ), k nimž kolektivní správci vykonávají kolektivní správu majetkových práv. Všechny předměty ochrany, k nimž konkrétní kolektivní správce spravuje příslušná práva, se nazývají též jeho „**repertoárem**“.
88. Základním majetkovým autorským právem je právo dílo užit, které zahrnuje rozličné způsoby užití díla. Z hlediska digitální distribuce⁵⁵ je dotčeno právo na zpřístupňování díla veřejnosti na vyžádání (§ 18 odst. 2 AutZ), které zahrnuje nelineární zpřístupňování předmětu ochrany jak k pouhému přehrání, tedy *streaming*, tak k pořízení vlastní trvalé rozmnoženiny, tedy *downloading*. Právo na vysílání díla (§ 21 AutZ) zahrnuje vedle jiných způsobů vysílání (terestrické, satelitní) i lineární vysílání zpřístupňované internetovou sítí online (označované též za *webcasting*).⁵⁶ Pod *webcasting* spadá i *simulcasting*, tj. online vysílání, které je souběžné s tradičním televizním nebo rozhlasovým vysíláním. *Webcasting* může zahrnovat jak online vysílání provozovaných předmětů ochrany v reálném čase („přímý nebo živý přenos“ označovaný též za *live streaming*), tak online vysílání záznamů již takto uskutečněných provozování. Vedle toho je dotčeno právo na rozmnožování (§ 13 AutZ), z čehož vyplývá, že pořizování trvalých i přechodných rozmnoženin pro účely *streamingu* nebo *downloadingu* musí být taktéž vypořádáno. Tato majetková práva jsou přiznána i ve vztahu k jiným předmětům ochrany, tj. uměleckým výkonům a příslušným nahrávkám.⁵⁷

53 Srov. např. název profesní organizace „Svaz autorů a interpretů“.

54 Pojem „vydavatel“ je nutno odlišovat od pojmu „**nakladatel**“ (*publisher*), za něž je v hudebním průmyslu označována osoba zastupující skladatele a textaře. *Telec a Tůma* pak k tomuto rozlišování v hudebním průmyslu uvádějí: „Ve vydavatelské praxi (zejména v oblasti hudebního průmyslu) se rovněž někdy rozlišuje mezi ‚nakladatelem‘ jako osobou, která zpřístupňuje dílo jinak než v provedení výkonnými umělci (např. v podobě notovin), a ‚vydavatelem‘, který dílo zpřístupňuje v provedení výkonnými umělci (např. tzv. hudební producent) a který běžně bývá i výrobcem zvukového či zvukově obrazového záznamu díla.“ *Telec, Ivo – Tůma, Pavel, Autorský zákon*. Praha: C. H. Beck, 2019, s. 638–639.

55 Z terminologického hlediska je používání výrazu „distribuce“ či „digitální distribuce“ (jak je běžné v hudebním průmyslu) poněkud matoucí, neboť anglický výraz *distribution right* je v legislativních textech používán pro označení práva na rozšiřování, které ovšem předpokládá rozšiřování předmětů ochrany na fyzických nosičích.

56 Srov. Leška, Rudolf, § 21. In: Polčák, R. a kol. (eds.). *Autorský zákon: praktický komentář s judikaturou podle stavu k 1. dubnu 2020*. Praha: Leges, 2020, s. 173–176. Nelze ovšem ignorovat skutečnost, že právní názor, podle něž lineární *webcasting* spadá pod právní pojem „vysílání“ (§ 21 AutZ), není přijímán nesporně. Dle některých názorů se jedná o zvláštní případ sdělování veřejnosti neuvedený mezi jednotlivými případy sdělování veřejnosti v autorském zákoně (srov. např. Polčák, Radim, *Territoriality of Copyright Law*. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.). *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Cham: Springer, 2020, s. 65–80. Šlo by uvažovat i o kvalifikaci lineárního *webcastingu* jako přenosu živého provozování díla (například v případě lineárního *webcastingu* veřejného koncertu), nicméně se nedomníváme, že tento přístup je správný, neboť i v těchto případech se z hlediska pojmových znaků jedná o vysílání, stejně jako u televizního přenosu veřejného koncertu. Tento výklad se prosadil rovněž v rámci licenční praxe.

57 Jak již bylo uvedeno, výrobcům zvukových a zvukově obrazových záznamů nejsou, logicky, přiznána práva osobnostní.

89. Podle občanského zákona (OZ) může nositel práv jiné osobě poskytnout oprávnění k užívání předmětu ochrany určitým způsobem – tedy udělit **licenci** (§ 2358 a násl. a § 2371 a násl. OZ). Základní pravidelnou součástí licenční smlouvy je i ujednání o odměně (resp. bezúplatnosti) – právě licencování tak nositelům práv umožňuje zpeněžit přiznaná absolutní majetková práva. Primárně si práva k předmětu ochrany spravuje (tedy zejména je licencuje) příslušný nositel práv. Soukromoprávní vztahy jsou však ovládány zásadou smluvní volnosti, a tak může nositel práv (typicky např. autor) udělit jinému subjektu (typicky např. hudebnímu nakladatelství) výhradní licenci, a to i s právem podlicence (tj. možností poskytovat oprávnění k užití třetím osobám). V případě udělení takové výhradní a vylučné licence již sám nositel práv další oprávnění k užití udělit nemůže – taková licence prostě nevznikne (§ 2360 odst. 2 OZ).
90. V praxi je třeba zohlednit skutečnost, že ke zdánlivě jednotnému vyjádření daného díla může existovat více práv více subjektů. Např. k „digitální distribuci“ nahrávky hudební skladby s textem je nutno adekvátně licencovat práva autora hudby a textu, práva výkonných umělců (interpretů), jakož i práva výrobce zvukového záznamu.
91. Za účelem efektivnějšího užívání předmětu ochrany (zjednodušení licencování), obrany sociálního postavení autorů a též maximalizace odměny za toto užívání byl historicky vytvořen systém **kolektivní správy** – jedná se o plnou správu majetkových práv autorských nebo práv souvisejících s právem autorským, která je dle § 97 odst. 3 AutZ „vykonávána soustavně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost kolektivního správce a na účet nositele práv“. Pokud nositel práv uzavře s kolektivním správcem **smlouvu o správě práv**,⁵⁸ spravuje kolektivní správce pro nositele práv licencování všech způsobů užití, ke kterým má kolektivní správce uděleno oprávnění, není-li ve smlouvě sjednáno jinak.

Tabulka 2: Účinky rozšířené kolektivní správy

Určitá majetková práva podléhají kolektivní správě povinné, tj. nedají se vykonávat jinak než prostřednictvím kolektivního správce – mezi nejznámější patří majetkové právo na náhradní odměnu za dovozené rozmnožování pro osobní potřebu. Některé, autorským zákonem uvedené způsoby užití (§ 97e AutZ) jsou kolektivními správci spravovány v rámci rozšířené kolektivní správy. V teorii a praxi autorského práva ovšem nepanuje shoda, jaké jsou přesně účinky institutu rozšířené kolektivní správy. Základní problém spočívá v tom, zda může nositel práv v případě aplikování režimu rozšířené kolektivní správy vykonávat práva spravovaná v tomto režimu i individuálně. Autorský zákon v ustanovení § 97e AutZ totiž explicitně uvádí, že „poskytne-li kolektivní správce hromadnou smlouvou [...] oprávnění k výkonu práv k užití předmětu ochrany“ způsobem uvedeným v tomto ustanovení, „platí, že je toto oprávnění poskytnuto ve vztahu k příslušným předmětům ochrany nejen nositelů práv, pro které vykonává kolektivní správu na základě smlouvy, ale i všech ostatních, kteří se pak považují za nositele práv, pro které vykonává kolektivní správu podle tohoto zákona“. Podle Telce a Tůmy se jedná o situaci, kdy jsou určitá majetková práva ze „zákona svěřena kolektivnímu správci ke společnému výkonu v rámci kolektivní správy“⁵⁹ a individuální výkon práv ze strany nositele práv by představoval „jednání

58 Dříve označovanou jako „smlouva o zastupování“. Dále jsou nositelé práv, kteří s příslušným kolektivním správcem uzavřeli smlouvu o správě práv, označovani jako „zastupovaní nositelé práv“, resp. jako „nezastupovaní“, pokud tak neučinili.

59 Telc, Ivo – Tůma, Pavel, § 97e [Rozšířená kolektivní správa]. In: Autorský zákon. Praha: C. H. Beck, 2019, marg. č. 1.

v rozporu s autorským zákonem“.⁶⁰ Individuální úplatné licencování je podle tohoto výkladu možné, pouze pokud nositel práv účinky hromadné licenční smlouvy vůči kolektivnímu správci vyloučí jednostranným právním jednáním (tzv. záповědí),⁶¹ a to buď jednotlivě pro dané užití, nebo paušálně.⁶² Pokud účinky hromadné smlouvy vyloučeny nejsou, musí podle tohoto výkladu uživatel užití spadající pod rozšířenou kolektivní správu vypořádat s kolektivním správcem, i pokud jsou užitá autorská díla nezastupovaných nositelů práv.

92. Podle jiného možného výkladu však mohou nezastupovaní nositelé práv udělit oprávnění uživateli napřímo kdykoli (nehledě na to, zda provedli vyloučení svých práv z rozšířené kolektivní správy).

Pro oblast online distribuce předmětů ochrany jsou pak pro film, divadlo i hudbu relevantní tyto kolektivní správci:

93. • **OSA – Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním, z. s.**, v oblasti tzv. mechanických online práv (rozmnožování hudebního díla v provedení výkonnými umělci pro účely jeho sdělování veřejnosti online) a v oblasti tzv. provozovacích online práv (zpřístupňování hudebního díla v provedení výkonnými umělci veřejnosti způsobem, že kdokoli může mít k němu přístup na místě a v čase podle své vlastní volby, zejména počítačovou nebo obdobnou sítí, popřípadě též online vysílání díla).
94. • **INTERGRAM** – nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů, z. s., která je kolektivním správcem práv výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů v oblasti některých lineárních a nelineárních online služeb televizních a rozhlasových vysílatelů (online vysílání předmětů ochrany, *catch-up*, *preview* a užití bonusových materiálů), popřípadě též v oblasti individuálního licencování online služeb za výkoné umělce (spíše agenturní než kolektivní povahy).
95. Ostatní způsoby užití předmětů ochrany chráněných právy souvisejícími s právem autorským jsou v oblasti online digitální distribuce za stávajícího stavu licencovány nositeli práv mimo systém kolektivní správy, tedy individuálně. Specifický případ jsou služby přenosu vysílání (retransmise), které mohou využívat i internetovou infrastrukturu (IPTV). Tyto služby jsou licencovány výlučně kolektivními správci v rámci povinné kolektivní správy (vedle OSA a INTERGRAM se jedná o kolektivní správce DILIA, OOA-S a OAZA).
96. Za účelem využití kolektivní správy je nutné, aby nositel práv uzavřel s příslušným kolektivním správcem smlouvu o správě práv, nejedná-li se o případy rozšířené a povinné kolektivní správy (v těchto případech bude odměna nositeli práv vyplacena i bez smlouvy o správě práv na základě pouhého zaevidování se u kolektivního správce). V rozsahu této smlouvy pak uděluje oprávnění

60 Ibid., marg. č. 4. Barták zastává stejný názor, když uvádí, že takový individuální výkon je možný, ale až po vyloučení tohoto režimu jednostranným právním jednáním vůči kolektivnímu správci: Barták, Jan, § 97e Rozšířená kolektivní správa. In: Polčák, R. a kol. (eds.). *Autorský zákon: praktický komentář s judikaturou podle stavu k 1. dubnu 2020*. Praha: Leges, 2020, s. 666.

61 Telec, Ivo – Tůma, Pavel, § 97e [Rozšířená kolektivní správa]. In: *Autorský zákon*. Praha: C. H. Beck, 2019, marg. č. 7. Vyloučit ale nelze užití provozováním rozhlasového a televizního vysílání.

62 Nelze ovšem vyloučit účinky hromadné smlouvy pro užití předmětů ochrany provozováním rozhlasového nebo televizního vysílání díla, uměleckého výkonu, zvukového záznamu nebo zvukově obrazového záznamu (příkladem takového užití je např. pouštění rádia nebo televize v restauračních zařízeních).

k užití předmětu ochrany kolektivní správce. Není též neobvyklé, že si zastupovaní nositelé práv rozsah správy svých práv v příslušných smlouvách upravují. Nositel práv může výjimečně samostatně udělit oprávnění k bezúplatnému užití předmětu ochrany, a to i když správu těchto práv dříve svěřil kolektivnímu správci. Může se tak stát například prostřednictvím tzv. veřejných licencí, z nichž nejznámější jsou licence *Creative Commons* (§ 2373 OZ), a to za podmínek stanovených autorským zákonem a smlouvou o správě práv.

■ 4. HUDBA

|| 4.1 HODNOTOVÝ ŘETĚZEC HUDEBNÍHO PRŮMYSLU A DIGITALIZACE

97. **Živá hudební produkce** byla během epidemie nejzasaženější částí hodnotového řetězce hudebního průmyslu. Zákaz živé hudební produkce měl nejničivější ekonomický dopad na sebezaměstnané hudebníky, resp. na sektor nedotované hudební produkce a distribuce, protože zaměstnancům veřejných hudebních institucí dotovaných z veřejného rozpočtu (např. členům státních a regionálních orchestrů a pěveckých sborů) byl v průběhu zákazu vyplácen plat. Nouzový stav vyhlášený českou vládou v jarních a posléze v podzimních a zimních měsících a s ním související uzavření provozoven obchodů a služeb, restaurací, barů, hotelů a kin způsobil rovněž pokles příjmů z **veřejného provozování reprodukované hudby**.
98. **Digitální distribuce hudby** – zahrnující prodej či streaming hudebních nahrávek prostřednictvím **služeb na vyžádání** (tzv. nelineární distribuce) a **streamované přenosy živých vystoupení** (tzv. lineární distribuce) – se během epidemie naopak stala jedním z hlavních nástrojů pro šíření hudby a alternativní náhradou za zrušená koncertní vystoupení.
99. Následující výklad bude proto věnován především objasnění úlohy živé hudební produkce a digitální distribuce v rámci hodnotového řetězce hudebního průmyslu.

I 4.1.1 Tradiční hodnotový řetězec hudebního průmyslu před digitalizací

100. Před digitalizací hudebního průmyslu byla klíčovým aktérem hodnotového řetězce, kolem kterého se soustředily veškeré produkční a distribuční aktivity, **nahrávací společnost** (hudební vydavatelství). Nahrávací společnosti se dělí na tzv. *majors* (Universal Music, Warner Music, Sony Music) a nezávislá hudební vydavatelství (tzv. *indie*).
101. **Majors** působí celosvětově, disponují divizí pro vyhledávání talentů (A&R)⁶³ a vedle vlastní vydavatelské činnosti poskytují doplňkové služby (např. zajišťují zastupovaným hudebníkům koncertní vystoupení či turné) a věnují se velkoobchodní a maloobchodní distribuci. Mají silný ekonomický kapitál a nabízejí široký hudební repertoár známých interpretů napříč žánry.
102. Naproti tomu **nezávislé nahrávací společnosti** působí obvykle lokálně, soustředí se na A&R a velkoobchodní distribuci, mají omezený rozpočet pro marketingovou kampaň, omezený přístup

63 *Artists and repertoire* (umělci a repertoár).

do masmédií (televize a rozhlasu), soustředí se většinou na nahrávání hudby v konkrétním hudebním žánru či stylu a jsou ekonomicky závislé především na nahrávání nové hudby spíše než na rozsáhlém katalogu nahrané hudby. I v tomto ohledu však existují výjimky, jako je český Supraphon, tedy formálně nezávislý label, který však vlastní velký katalog a konkuruje *majors*. Dělení na velká a nezávislá hudební vydavatelství není ovšem rigidní, protože někteří nezávislí vydavatelé jsou majetkově provázaní s *majors*, popř. využívají jejich technické zázemí (např. lisování nosičů či distribuce), a jejich nezávislost se tak projevuje pouze zaměřením na konkrétní žánry.

103. Hodnotový řetězec tradičního hudebního průmyslu začíná **divizí A&R**. Tato divize po podepsání smlouvy mezi hudebníky a nahrávací společností pomáhá hudebním interpretům a autorům (působícím především v žánru populární hudby) s vývojem repertoáru a značky, nahráváním a propagací jejich tvorby. Pokud interpreti nejsou autory hudební skladby, zajišťuje tato divize licenci k nové verzi již nahrané skladby (např. coververzi v jiném jazyce, jiné instrumentaci apod.) od kolektivního správce či hudebního vydavatele (v případě coververze, která mění skladbu či text), popř. práva od hudebních nakladatelů k interpretované skladbě. Interpreti pak na základě smlouvy s nahrávací společností **nahrají originální nahrávku** (tzv. *master*), ze které se následně vyrábějí kopie. Výrobu a balení hudby na fyzických nosičích nahrávací společnost obvykle outsourcuje třetí straně.
104. Další stadium hodnotového řetězce v hudebním průmyslu zahrnuje **prodej hudebních nahrávek** na fyzických nosičích (a v současnosti rovněž v digitálním formátu) distributorům, kteří zajišťují jejich maloobchodní distribuci do prodejen s fyzickými nosiči, supermarketů či e-shopů. *Majors* disponují vlastní distribuční sítí. Kromě maloobchodních prodejců mohou hudební nahrávky exploatovat rovněž provozovatelé rozhlasového a televizního vysílání, poskytovatelé služeb na vyžádání, výrobci audiovizuálních děl, reklamy či videoher, provozovatelé obchodů, restaurací, hotelů, hudebních klubů, fitness center a bazénů, festivalů či dopravních prostředků, ve kterých dochází k veřejné hudební produkci. Součástí tohoto sekundárního trhu je rovněž **prodej upomínkového zboží hudebním fanouškům** (tzv. *merchandising*) a **partnerství s firmami** formou sponzoringu či brandingu (propagace značky či zboží hudebním interpretem za finanční odměnu).
105. Nahrávací společnosti mohou interpretům nabízet rovněž doplňkové služby k nahrávání hudby, jako například výrobu reklamních předmětů propagujících jméno či image hudebníka či hudební skupiny, agenturní služby (organizace koncertů, účetní administrace, vztahy s médii, marketing), pořádání koncertních vystoupení či prodej práv k zařazení hudby do videoher a filmů (tzv. synchronizace). Marketing slouží nejen k informování potenciálních zákazníků a prodejců o hudebním produktu, ale také k budování značky, tj. identity hudebníka či hudební skupiny. K propagaci slouží mediální kanály, podpora koncertního turné, marketing na sociálních sítích, tvorba hudebních videí a jejich šíření prostřednictvím platforem pro sdílení online obsahu či portálů pro streamování hudebních videí (YouTube, Vevo) nebo nasazování hudebních hitů do playlistů rozhlasových stanic. Součástí marketingu je rovněž cenová politika a digitální a fyzická distribuce hudebních nahrávek.

I 4.1.2 Digitalizace, disintermediace a reintermediace v hudebním průmyslu

106. Dominantní postavení nahrávacích společností v hodnotovém řetězci a význam prodeje hudby na fyzických nosičích ovšem v posledních dvaceti letech oslabily v důsledku **digitalizace** hudebního průmyslu, tj. v důsledku **rozvoje služeb hudby na vyžádání**, který byl umožněn finančně nenáročnou reprodukovatelností a snadnou přenositelností digitálního formátu hudebních nahrávek. V rámci celkových globálních příjmů z prodeje nahrané hudby tvořily v roce 2020 příjmy ze streamování hudby (předplacené streamovací služby hudby na vyžádání a reklamou doprovázené streamování videoobsahu na online platformách) 62,1 %, příjmy z prodeje fyzických nosičů 19,5 %, příjmy z veřejné produkce hudebních nahrávek 10,6 %, příjmy ze stahování hudby 5,8 % a příjmy ze synchronizace 2 %.⁶⁴
107. Podle výroční zprávy IFPI (Mezinárodní federace hudebního průmyslu) se příjmy z prodeje hudebních nahrávek v roce 2020 celosvětově zvýšily o 7,4 % (v Evropě o 3,5 %). Přičemž příjmy ze streamovacích služeb (ať už předplacených, či podpořených reklamou) se zvýšily meziročně o 20 % a vyrovnaly tím pokles příjmu z prodeje ostatních spotřebitelských formátů nahrané hudby (prodej fyzických nosičů s hudbou, platba za stažení hudby z uploadingové služby, prodej synchronizačních práv, prodej práv pro veřejnou produkci v rámci televizního či rozhlasového vysílání či provozování hudby při veřejných akcích). Příjmy v kategoriích synchronizace a veřejné produkce poklesly v důsledku rozšíření pandemie nemoci COVID-19, která jednak zbrzdila výrobu v oblasti videoherního, reklamního, filmového a televizního průmyslu a jednak znemožnila pořádání veřejných akcí. Příjmy z prodeje fyzických nosičů hudby a ze stahování nahrávek nicméně klesají kontinuálně nezávisle na epidemii, a to v důsledku změny spotřebitelského chování a technologie. Meziroční celosvětový pokles příjmů z prodeje fyzických nosičů hudby činil v roce 2020 celkem 4,7 % (v ČR činil tento pokles podle údajů výročí zprávy OSA dokonce 8 %). Meziroční pokles globálních příjmů ze stahování hudby činil v roce 2020 podle údajů IFPI 15,7 %.⁶⁵
108. Vzhledem k tomu, že streamovací hudební služby nabízejí žánrové výběry, kurátorované playlisty či personalizovaný repertoár nezávisle na čase poslechu, jsou uživatelsky přívětivější než poslech lineárního rozhlasového vysílání. Streamovací služby proto vytlačují nejen fyzický prodej hudby a stahování hudebních nahrávek, ale také poslech hudebních rádií, resp. oslabují příjmy provozovatelů rozhlasových hudebních stanic z reklamy.

Základní **typologii streamovacích služeb** s nabídkou hudebního obsahu uvádíme v tabulce č. 3.

64 IFPI, Global Music Report 2021, s. 11.

65 Ibid., s. 13.

Tabulka 3: Přehled hudebních streamovacích služeb

neinteraktivní internetová rádia	vysílající výhradně na internetu nebo formou online přenosu simultánního k terestrickému vysílání (tzv. <i>simulcasting</i>); financována reklamou nebo dotací
neinteraktivní personalizované streamovací služby (Youradio)	lineární poslech hudebních skladeb na základě vstupních vkusových preferencí posluchače
interaktivní personalizované streamovací služby (Spotify)	nelineární poslech hudby z rozsáhlého katalogu skladeb, ze kterého si posluchač volí píseň k přehrání; využívají doporučovací algoritmy a jsou financovány reklamou či formou předplatného; velké streamovací služby se neliší katalogem nabídky (na rozdíl od služeb videa na vyžádání), ale kvalitou poskytované služby, tj. kvalitou zvuku, doporučovacími algoritmy či vazbou na sociální sítě uživatelů; žánrově zaměřené služby hudby na vyžádání nabízejí naopak omezený a žánrově vyhraněný repertoár s kurátorským přístupem; do kategorie interaktivních streamovacích služeb řadíme i podcasty s hudebními skladbami
videostreamovací platformy (YouTube)	online platformy pro uživateli vytvářený obsah (včetně hudebního videa); díky technologii pro automatické rozpoznávání obsahu (ID Content) dokázala nejznámější služba YouTube významně minimalizovat problémy s porušováním autorských práv ze strany uživatelů nahrávajících chráněný obsah; financovány jsou reklamou (na trhu je ale rovněž předplácená služba YouTube Music bez reklamy a s nabídkou hudebních videí a písní profesionálních umělců)
cloudové hudební služby (iTunes)	umožňují uživateli nákup písně v online obchodě a její uložení na cloudový server, kde může být prostřednictvím speciální aplikace přehrávána či stažena (YouTube Music společnosti Google či iCloud společnosti Apple)

110. Nástup služeb hudby na vyžádání způsobil částečnou **disintermediaci** v hudebním průmyslu: dočasné oslabení pozice hudebních vydavatelů jakožto tradičních prostředníků mezi hudebníkem a publikem.⁶⁶ V reakci na pokles příjmů z prodeje fyzických nosičů hudby a nástup digitální distribuce outsourcovala velká hudební vydavatelství výrobu hudebních nosičů a tradiční funkci náboru talentovaných hudebníků převzaly v oblasti populární hudby talentové soutěže, platforma YouTube či sociální sítě.
111. Disintermediace článků hodnotového řetězce v hudebním průmyslu byla ovšem doprovázena tzv. **reintermediací**, tj. restrukturalizací pozic aktérů hudebního pole a vznikem nových kulturních zprostředkovatelů, kteří dnes zaujímají významné postavení v rámci hodnotového řetězce hudebního průmyslu. Jsou to digitální distributoři, agregátoři online práv k hudebním katalogům, poskytovatelé služeb hudby na vyžádání a soukromí či oficiální (tj. placení streamovací službou) kurátoři playlistů v nabídce streamovacích služeb.⁶⁷ V reakci na reorganizaci vztahů mezi aktéry hudebního průmyslu zaměřili vydavatelé svůj obchodní model především na správu a agregaci autorských práv k rozsáhlému katalogu hudebních titulů, zatímco menší hudební vydavatelství v současnosti neprodukují pouze hudební nahrávky, ale nabízejí hudebníkům

66 Více ke konceptu disintermediace viz Gellman, Robert, Disintermediation and the Internet. *Government Information Quarterly*. 1996, roč. 13, č. 1, s. 1–8. Více k disintermediaci v hudebním průmyslu viz např. Leonhard, Gerd, *Music 2.0: Essays by Gerd Leonhard*. Basel: Gerd Leonhard, 2008.

67 Více k tomu viz např. Galuszka, Patryk, *Music Aggregators and Intermediation of the Digital Music Market*. *International Journal of Communication*. 2015, roč. 9, s. 254–273; Bernardo, Francisco – Martins, Luís Gustavo, *Disintermediation Effects on Independent Approaches to Music Business*. *International Journal of Music Business Research*. 2014, roč. 3, č. 2, s. 7–27; Tschmuck, Peter, *Kreativität und Innovation in der Musikindustrie*. Innsbruck: StudienVerlag, 2003.

rovněž agenturní služby (marketingovou podporu, booking koncertů a koncertních turné, zastupování hudebníků). *Majors* si díky této strategii zajišťují přímý přístup k poskytovatelům hudebních streamovacích služeb a udržují tím svou dominantní pozici na hudebním trhu. Mají totiž nižší transakční náklady ohledně online distribuce (zatímco menší vydavatelé jsou nuceni využívat zpoplatněných služeb prostředníků – agregátorů), kvantitativní vliv na prodávaný hudební obsah napříč žánry ve streamovacím segmentu a na sestavování playlistů. Kromě toho velká hudební vydavatelství skupují menší nezávislá vydavatelství a plní roli digitálních distributorů nezávislého hudebního obsahu.

Níže uvádíme **souhrn důsledků digitalizace hudebního průmyslu:**

112. • **Prodej digitální hudby postupně nahrazuje prodej fyzických nosičů**,⁶⁸ protože spotřebitelé preferují přístup k rozsáhlému online katalogu hudební nabídky před vlastněním fyzických nosičů.⁶⁹ Typickou spotřebitelskou skupinou nakupující fyzické nosiče s hudebními nahrávkami (vinylové desky) jsou v současnosti hudební fanoušci, kterým záleží na zvukové kvalitě nahrávky. Podle výpovědí informantů dochází ke zvýšenému prodeji hudebních nahrávek na fyzických nosičích především v předvánočním období, kdy je hudba na fyzickém nosiči (obyčejně CD nebo LP) vnímána jako vhodný vánoční dárek.
113. • Digitální formát hudební nahrávky přispěl spolu s globálním nástupem downloadingových služeb (prodej hudby v obchodech iTunes byl zahájen v roce 2003) a proměnou spotřebitelského chování k **vydávání samostatných hudebních skladeb** (singlů) a upozadil vydávání hudebních alb, jejichž tržní význam klesá v souvislosti s propadem prodeje hudby na fyzických nosičích.
114. • Nahrávací společnosti mohou hudbu **nabízet poskytovatelům downloadingových a streamovacích služeb** (např. iTunes, Google Play, Spotify, Apple Music, Amazon Music, Deezer, Tidal), aniž k tomu potřebují tradiční síť výrobců fyzických nosičů a distributorů. Velká hudební vydavatelství (*majors*) licencují své katalogy přímo streamovacím službám, zatímco nezávislá vydavatelství s omezenou nabídkou hudební produkce využívají – z důvodu redukce transakčních nákladů na straně streamovacích služeb – prostředníky: digitální distributory (např. Prodejhudbu.cz, ReverbNation, CD Baby aj.). Digitální distributoři zajišťují požadovaný digitální formát nahrané hudby a základní data a metadata k hudebnímu titulu a prostřednictvím tzv. agregátorů digitální distribuce (jako například Believe Digital, The Orchard, Rebeat), kteří agregují online práva k rozsáhlému katalogu hudebních titulů, hudbu umísťují do katalogů streamovacích služeb. Větší nezávislá vydavatelství (cca 800 vydavatelství) založila k tomuto účelu globální licenční agenturu Merlin.
115. • Došlo ke vzniku **hudebních agregátorů**, kteří za úplatu budují katalog s nahrávkami hudebníků či nezávislých nahrávacích společností v požadovaném digitálním formátu opatřený potřebnými údaji o nahrávce (základní data a metadata) a následně ho prodávají poskytovatelům streamovacích či downloadingových služeb.

68 V říjnu 2019 zanikla česká společnost specializující se na prodej fyzických nosičů s hudbou a filmem Bontonland s celostátní distribuční sítí prodejen.

69 Streamovací či uploadingové služby neslouží tedy k vyhledávání hudby, kterou by si pak zákazník zakoupil na fyzickém nosiči, ale nahrazují konzumaci hudby na fyzickém nosiči.

116. • Cenově dostupná digitální technologie nahrávání hudby umožnila hudebníkům tvořit hudbu mimo nahrávací studia v **domácích podmínkách**.
117. • V neposlední řadě mohou hudebníci za jednorázový roční poplatek (30 až 50 \$) či podíl na zisku z digitální distribuce (obvyčejně 30 %) šířit svou hudbu přímo posluchačům právě s pomocí **digitálních distributorů** (CD Baby, TuneCore, ReverbNation, AWAL, Prodejhudbu.cz aj.), kteří hudbu dále licencují přes agregátory obsahu poskytovatelům streamovacích služeb; pro šíření hudby publiku mohou hudebníci využít i služeb **platform pro sdílení hudebního obsahu** (Bandcamp, Soundcloud) či sociálních sítí, včetně YouTube.⁷⁰
118. Nejvýraznějším důsledkem digitalizace hudebního průmyslu je osamostatnění hudebníků ze závislosti na nahrávací společnosti. S určitou mírou zjednodušení lze prohlásit, že v centru **hodnotového řetězce** již není nahrávací společnost, ale samotný **hudebník**, který musí – pokud nespolupracuje s nahrávací společností – kromě řemesla zvládat řadu mimouměleckých činností (PR, management, sledování metrik digitálního prodeje, účetnictví, znalost práva duševního vlastnictví), které dříve zajišťovala divize A&R nahrávacích studií a v současnosti tyto služby nabízejí hudební agenti, resp. různé agentury.
119. Hudebníci, kteří svou hudbu vydávají nezávisle na hudebním vydavateli či agentuře a práva k užití hudby převádějí prostřednictvím digitálních distributorů a agregátorů přímo streamovacím službám, se ovšem potýkají s malým zájmem ze strany posluchačů, protože nedisponují marketingovou podporou, jejich tituly nejsou zařazeny do playlistů, a posluchači nejsou tudíž o jejich tvorbě informováni.
120. Digitalizace hudebního průmyslu ovlivnila i úlohu živé hudební produkce v rámci hodnotového řetězce. Zatímco **před digitální revolucí sloužila koncertní vystoupení k propagaci prodeje hudebních nahrávek na fyzickém nosiči** (prodej fyzických nosičů představoval hlavní zdroj příjmu hudebníků a hudebních vydavatelů), **v současnosti ekonomický význam koncertů napříč hudebními žánry a styly stoupá**. Koncerty nabízejí díky rozvoji zvukových a projekčních technologií během posledních desetiletí unikátní fanouškovský zážitek a hudební fanoušci je tedy více vyhledávají. Živá vystoupení proto v současnosti vyrovnávají propad prodeje hudebních nosičů a relativně nízké příjmy hudebníků z digitální distribuce.
121. Rozpad příjmu z digitální distribuce sleduje toto obecné schéma: Poskytovatel streamovací služby si ponechá 50 % příjmu z předplatného (alokovaných k nahrávkám podle počtu relevantně zahájených přehrání a sazby za 1 přehrání v daném období).⁷¹ Z této částky uhradí autorskou odměnu pro zastupované autory kolektivnímu správci OSA. Druhou polovinu příjmu z předplatného dostává agregátor a ponechá si z ní 15 %. Zbylá částka náleží distributorovi, který si z ní ponechá 25 % a zbylá částka náleží umělci (samovydavatelé). V případě, že nahrávku vydalo velké hudební

70 V případě těchto služeb založených na sdílení uživateli nahrávaného (nejen hudebního) obsahu lze využít též monetizace obsahu, který nenahrál samotný nositel práv (hudebník), ale člen veřejnosti. Nositel práv může strpět takový obsah ve službě výměnou za finanční participaci na tržbách poskytovatele služby z reklamy připojené k takovému obsahu. Nástroje monetizace však nejsou univerzálně přístupné všem hudebníkům – např. YouTube vyžaduje, aby měl hudebník vlastní kanál, který má značný počet sledujících a byl v určité míře reprezentativní.

71 Údaje o velikosti podílu (30 %) poskytovatele online hudební služby na příjmu z předplatného přejímáme z článku Laguna, Sharky, Streaming Music Is Ripping You Off. *Medium*. 18. 8. 2015.

vydavatelství, v rozpadu příjmu nefiguruje agregátor ani distributor a umělec dostává často 50 % ze zisku vydavatele.⁷²

122. Podle údajů OSA se honorář zastupovaných autorů z digitální distribuce jejich hudby pohybuje průměrně v rozmezí 0,0087 až 0,0185 Kč za přehrání jedné skladby v rámci předplacené služby hudby na vyžádání (např. Spotify, Apple Music aj.), zatímco autorský honorář za přehrání skladby na bezúplatné službě, kde je přehrání přerušováno reklamou (např. YouTube, FB), se pohybuje průměrně v rozmezí 0,00041 až 0,00239 Kč.⁷³ Oproti tomu autorský honorář z prodeje jedné skladby formou stažení činí 2,09 Kč a honorář z prodeje alba se dvanácti skladbami na fyzickém nosiči činí v průměru 0,83 Kč za jednu skladbu.⁷⁴ Pro srovnání výše autorských odměn z prodeje hudby na fyzických nosičích, formou stažení či formou předplacené streamovací služby uvádíme modelové příklady v tabulkách č. 4 až 6 (počty přehraných skladeb v měsíci jsou pouze ilustrační), které přejímáme z veřejné prezentace předsedy představenstva OSA.⁷⁵ Tato prezentace vychází při výpočtu autorské odměny u streamovacích služeb hudby na vyžádání z tzv. uživatelsky orientovaného modelu (k tomu více viz podkap. 4.4), který využívá například služba Bandcamp a který není typický pro většinu streamovacích interaktivních služeb (více k tomu viz odd. 4.3.1.1).

Tabulka 4: Prodej hudebních nosičů (12 skladeb na albu)

Prodej nosičů	Kč
maloobchodní cena	300
první prodejní cena alba	120
odměna autora hudby (vypočítává se z první prodejní ceny alba) = 9,009 % ⁷⁶	10,81
režie OSA = 8 % ⁷⁷	0,86
autorská odměna pro všechny nositele práv autorských na albu	9,95
autorská odměna pro všechny nositele práv autorských (skladatel, textař, nakladatel) za 1 skladbu	0,83

Tabulka 5: Prodej hudby formou stažení

Prodej formou downloadu	Kč
stažení 1 skladby	29
autorská odměna autora hudby = 8 % (z koncové ceny skladby pro zákazníka bez DPH)	2,32
režie OSA = 10 %	0,23
autorská odměna pro všechny nositele práv autorských za 1 skladbu	2,09

72 Rozhovor s Petrem Ostrouchovem vedl Pavel Zahrádka 25. 11. 2021 v Praze.

73 Strejček, Roman, *Hudba na online platformách*. 22. 4. 2021.

74 Někteří domácí, ale i světově známí hudebníci (např. Taylor Swift) se silnou fanouškovskou základnou proto k šíření své hudby nevyužívají streamovacích služeb a spoléhají výhradně na příjmy z koncertních vystoupení, jejichž výši (tj. počet návštěvníků koncertu) by případnou digitální distribucí mohli kanibalizovat. Například hudební skupina *Robert Křesťan a Druhá tráva* se silnou fanouškovskou základnou středního a pokročilejšího věku nabízí své písně publiku v rámci digitální distribuce ke stažení pouze na webových stránkách skupiny, dále pak na fyzických nosičích a prostřednictvím svých živých vystoupení.

75 Strejček, Roman, *Hudba na online platformách*. 22. 4. 2021.

76 Výše sazby je výsledkem dohody mezi Mezinárodní federací hudebního průmyslu IFPI a autorskými organizacemi.

77 Režijní náklady kolektivního správce OSA zahrnují náklady spojené a) s dohodnutím licenčních podmínek se zástupci hudebních vydavatelů či poskytovateli streamovacích či downloadingových služeb, b) se zpracováním hlášení od uživatelů hudebních děl (hudebních vydavatelů, poskytovatelů služeb digitální distribuce) a c) s rozúčtováním autorských odměn.

Tabulka 6: Prodej hudby formou předplacené streamovací služby pro jednotlivce

Předplatné	156 Kč
sazebník OSA (10 % z ceny předplatného bez DPH)	10 %
autorská odměna z předplatného	15,60 Kč
počet přehraných skladeb předplatitelem za 1 měsíc (každá 1x)	2 000
autorská odměna za 1 přehrání skladby	0,0078 Kč
počet přehraných skladeb předplatitelem za 1 měsíc (každá 1x)	300
autorská odměna za 1 přehrání skladby	0,052 Kč

126. Má-li výše autorských odměn z prodeje či veřejné reprodukce nahrané hudby dosáhnout měsíční minimální mzdy v roce 2020,⁷⁸ je (za předpokladu, že hudbu i text napsal jeden autor) podle údajů OSA zapotřebí buď 14 351 prodaných kusů nosičů za měsíc, nebo 15 175 prodaných stažení za měsíc, nebo 7 766 přehraní na rozhlasových stanicích za měsíc, nebo 2 212 121 zhlédnutí skladby na internetu za měsíc.⁷⁹ **Výroba a distribuce hudebních nahrávek v současnosti** vzhledem k relativně nízkým příjmům autorů a výkonných umělců z jejich prodeje neslouží ke generování příjmu, ale **především k propagaci živé hudební produkce.**⁸⁰
127. II: *„V sedmdesátých letech hudebníci absolvovali nekonečná technicky problematická a ztrátová turné, aby na nich propagovali vydání výdělečných nahrávek. Zatímco dneska vydávají prodělečné nahrávky, aby měli proč jezdit na dlouhá technicky na výši a výdělečná turné.“*
128. I23: *„A jedním koncertem můžete vydělat to, co vyděláte za rok digitální distribucí. Takže je lepší se teď soustředit na živý koncerty než se zaměřovat na digitální distribuci.“*
129. Z ekonomického hlediska lze tudíž konstatovat, že před nástupem digitálních služeb byla návštěva koncertu komplementárním statkem ke koupi fyzického nosiče (podobně jako je komplementárním statkem čaj a čajové nádobí), tj. ze spotřeby jednoho statku (návštěva koncertu) vyplývala spotřeba druhého (nákup CD). Snížení ceny vstupného na koncert (pod hranici ceny zaručující výdělečnost koncertu) podle pravidla negativní křížové elasticity zvýšilo poptávku po fyzických nosičích, jejichž cena zůstala neměnná. Tento komplementární vztah ovšem oslabil digitální revoluce. V souvislosti s poklesem prodeje fyzických nosičů se veřejná hudební produkce stala hlavním zdrojem příjmu umělců. Součástí koncertního vystoupení je rovněž prodej reklamního zboží, který tvoří další relativně významnou část příjmů hudebníků.
130. Z dotazníkového šetření zaměřeného na skladbu příjmu profesionálních hudebníků, které v roce 2019 provedla analytická společnost CEEMID ve spolupráci se Svazem autorů a interpretů a exportní hudební kancelář SoundCzech a kterého se zúčastnilo 76 respondentů, vyplývá, že **příjmy českých hudebníků z koncertních vystoupení tvoří v průměru přes 50 % jejich celkových ročních příjmů**, zatímco granty a sponzorství tvoří 5 %; umělecky příbuzné pracovní

78 V roce 2020 ve výši 14 600 Kč.

79 OSA, Ročenka OSA 2020, s. 15.

80 Podle výpovědí našich informantů mnozí hudebníci (především ti, kteří nespolupracují s hudebním vydavatelem) investují do vzniku hudební nahrávky vlastní finanční prostředky, které se jim jejím prodejem nevrátí. Tyto náklady jsou kompenzovány až příjmy z prodeje vstupenek na koncertní vystoupení.

činnosti (jako doučování, výkon technické profese aj.) tvoří 15 %; autorské honoráře vybírané kolektivními správci činí 25 % a honoráře vybírané hudebními vydavateli či samotnými hudebníky činí 5 %.⁸¹

131. Uvedená skladba příjmu českých hudebníků neumožňuje určit průměrný či typický podíl příjmů z digitální distribuce hudby na celkových příjmech českých hudebníků, protože licenční odměny vybírané a přerozdělované kolektivními správci a hudebními vydavateli (celkem 50 %) zahrnují kromě příjmů z digitální distribuce rovněž příjmy z veřejného provozování reprodukované hudby, merchandisingu, náhradní odměny z vybraných přístrojů a nosičů (kolektivní správa) či z prodeje hudebních nosičů (hudební vydavatelství). Z rozhovorů s náhodně vybranými reprezentanty rozmanitých hudebních žánrů (autory hudby a jejich interprety) ovšem vyplynulo, že **příjmy z digitální distribuce tvoří na celkových příjmech českých hudebníků velmi malý podíl (cca 1 až 5 %).**
132. Z dotazníkového šetření mezi **interprety** (N = 5 800) z 27 zemí (EU a Velká Británie) realizovaného v květnu 2020 ve spolupráci organizátorů kampaně #PayPerformers, kolektivních správců z 19 zemí (INTERGRAM za ČR nebyl do výzkumu zapojen) a profesních sdružení autorů a interpretů vyplývá, že **90 %** ze vzorku 3 349 respondentů **obdrží ročně od poskytovatelů streamovacích služeb méně než 1 000 eur.**⁸²
133. Živá koncertní vystoupení jsou v současnosti pro profesionální hudebníky hlavním a nepostradatelným zdrojem příjmu. Na realizaci hudebního koncertu se kromě hudebních interpretů podílí celá řada dalších profesí, jejichž přehled uvádíme v tabulce č. 7.

Tabulka 7: Přehled aktérů zapojených do pořádání koncertního vystoupení

pořadatelé koncertů a festivalů	jejich příjem pochází z prodeje vstupenek, sponzoringu a státních, regionálních či místních dotací; hudebníci mají smluvně dohodnutý fixní honorář a nesou tudíž riziko nízkého počtu prodaných vstupenek; dále si hradí náklady spojené s cestováním, ubytováním a osobní náklady členů podpůrného týmu; pořadatel nese riziko relativně vysokých fixních nákladů v případě, že se koncert neuskuteční či bude prodán malý počet vstupenek; zajišťuje propagaci koncertu předcházející předprodeji vstupenek, který je indikátorem pro uspořádání koncertu; vysoké fixní náklady na uspořádání koncertu snižují pořadatelé strategií úspory z rozsahu: pořádají sérii koncertů, přičemž výdělečný koncert pokryje ztrátu z nevýdělečného koncertu
provozovatelé míst pro živá vystoupení	pronajímají místo (v případě koncertního místa s vybudovanou infrastrukturou pronajímají obyčejně také technický personál zajišťující stavbu jeviště, ozvučení, osvětlení, moderaci, uvádění, prodej lístků, občerstvení, úklid či ostrahu) pro uspořádání koncertu či festivalu za fixní platbu či za podíl na obratu z prodeje vstupného, popř. za kombinaci podílové a fixní odměny; dalším zdrojem příjmu jsou platby návštěvníků za parkování a prodej reklamního zboží a občerstvení

81 Antal, Dániel, Central and Eastern Music Industry Report 2020. Consolidated Independent – CEEMID, 2020, s. 15.

82 Pay Performers, 2020 Performer Survey: External Report. 24. 9. 2020.

hudební agentura	plánuje koncertní vystoupení zastupovaných hudebníků; při komunikaci s pořadatelem koncertu či festivalu zastupuje hudebníky a fakturaci provádí na vlastní účet (hudebníci dostávají honorář za živé vystoupení od agentury, a to po odečtení režijních a uhrazených nákladů na organizaci – doprava, ubytování); za zprostředkování vystoupení náleží uměleckému agentovi obvykle 20 až 25 % příjmu z koncertního vystoupení
podpůrné technické profese a ticketingové agentury	zabezpečují logistickou a technickou stránku koncertního vystoupení (doprava umělců a techniky, videoprodukce, ozvučení, osvětlení, kostýmy a kulisy, pyrotechnika, prodej reklamního zboží, catering, prodej vstupenek); obvykle pracují jako živnostníci a jsou součástí personálu placeného umělcovým managementem, popř. pracují na základě dohody o provedení práce (smlouvy na dobu určitou) či jako zaměstnanci provozovatele koncertního místa (např. divadla); etablováním předprodeje vstupného došlo ke vzniku specializovaných firem na prodej vstupenek (ticketingové agentury)

I 4.1.3 Ekonomické dopady epidemie na příjmy českých hudebníků

135. Podle údajů České obce hudební se téměř dvacet tisíc hudebníků ocitlo bez hlavního zdroje příjmu, který pro ně představuje koncertní činnost.⁸³ Vzhledem k sezonnímu výdělků umělců byl vládní zákaz živého vystupování v době festivalové sezony pro řadu hudebních interpretů ekonomicky likvidační. O zdroj příjmu přišli z důvodu omezené možnosti veřejného provozování hudby i autoři (v ČR je registrováno cca 9 700 autorů).
136. Zrušení letních festivalů ekonomicky ohrozilo jejich pořadatele (cca 150 subjektů), kteří investovali do reklamy, rezervací hotelů, záloh za techniku, nájmu, osobních nákladů a provize ticketingovým agenturám. Zatímco v roce 2019 oznámili pořadatelé OSA na základě seznamů užitých hudebních děl 36 970 koncertů,⁸⁴ v roce 2020 bylo oznámeno 21 090 koncertů.⁸⁵
137. Postiženi byli i majitelé hudebních klubů (cca 420 subjektů), technické profese (mistr zvuku, pódiový technik, osvětlovač, videoteknik aj.) a hudební vydavatelství, která nemohla z důvodu zavření obchodů a zamezení koncertní činnosti prodávat svá alba a propagační zboží.⁸⁶
138. Pro lepší znázornění struktury a propadu příjmů českých hudebníků v epidemickém roce uvádíme skladbu příjmu u náhodně vybraných zástupců odlišných hudebních žánrů. Tabulky zachycují strukturu příjmu českých hudebníků v epidemickém roce 2020 ve srovnání s rokem předchozím. V kontextu epidemie je relevantní sledovat pokles příjmů interpretů z koncertních vystoupení, protože meziroční výkyvy v ostatních zdrojích příjmu mohou být způsobeny jinými faktory, např. vydáním nové nahrávky, poptávkou filmařů po podkladové hudbě do filmu či reklamy apod. Výše příjmu z kolektivní správy v příslušném roce reflektuje vždy honoráře vybrané uplynulý rok, protože v důsledku administrace práv a rozdělování inkasa dochází k vyplácení odměn s ročním zpožděním. Honoráře od kolektivních správců za rok 2020 proto

83 Zákaz živých hudebních představení byl ekonomicky likvidační rovněž pro navazující profese: hudební manažery, techniky, pořadatele koncertů a festivalů, provozovatele míst pro živá vystoupení, ticketingové agentury.

84 OSA, Ročenka OSA 2020, s. 33.

85 Ibid., s. 35.

86 Více k tomu viz Česká obec hudební, Dopady opatření v souvislosti s koronakrizí na hudební průmysl a návrhy možných řešení. 6. 5. 2020.

nereflektují dopad protiepidemických opatření na příjmy autorů a interpretů z veřejné produkce hudby (především zavřené provozovny služeb, restaurace, bary aj.) a honoráře autorů z veřejné produkce živé hudby (zavřené kluby a zrušené koncerty, festivaly aj.).

Tabulka 8: Příklad struktury příjmu č. 1

autor a interpret, elektronická experimentální hudba, koncertuje v ČR a zahraničí

Struktura příjmu z umělecké a umělecky příbuzné činnosti v roce 2019		
zdroj příjmu	výše příjmu (v Kč)	%
honoráře od vydavatele nahrávky (jednorázová odměna za nahrávání či podílová odměna z prodeje fyzických nosičů či digitálního prodeje)	1 000	0,3 %
prodej práv k synchronizaci hudby s filmovým dílem (přímo či prostřednictvím vydavatele)	50 000	20 %
příjmy z přímé/zprostředkované digitální distribuce a YouTube ⁸⁷	1 000	0,3 %
granty/sponzoring	40 000	16 %
honoráře od kolektivních správců (OSA + INTERGRAM)	4 008 + 398	1,8 %
honoráře od pořadatelů za koncertní vystoupení	150 000	60 %
prodej reklamního zboží	4 000	1,6 %
umělecky příbuzná profese (např. výuka hudby)	0	0 %
účinkování v reklamě pro třetí osoby, firemní akce apod.	0	0 %
Struktura příjmu z umělecké a umělecky příbuzné činnosti v roce 2020		
zdroj příjmu	výše příjmu (v Kč)	%
honoráře od vydavatele nahrávky (jednorázová odměna za nahrávání či podílová odměna z prodeje fyzických nosičů či digitálního prodeje)	0	0 %
prodej práv k synchronizaci hudby s filmovým dílem (přímo či prostřednictvím vydavatele)	0	0 %
příjmy z přímé/zprostředkované digitální distribuce a YouTube	300	0,5 %
granty/sponzoring	30 000	51 %
honoráře od kolektivních správců (OSA + INTERGRAM)	2 244 + 731	5 %
honoráře od pořadatelů za koncertní vystoupení	25 000	42,5 %
prodej reklamního zboží	500	1 %
umělecky příbuzná profese (např. výuka hudby)	0	0 %
účinkování v reklamě pro třetí osoby, firemní akce apod.	0	0 %

87 Přímo distribucí zde i níže rozumíme situaci, kdy nositel práv sám monetizuje svůj obsah, pokud splňuje podmínky služby YouTube na určitý minimální počet odběratelů kanálu. Zprostředkovanou distribucí rozumíme situaci, kdy nositel práv svěřil distribuci agregátorovi (může se jednat o vydavatele, jakým je například Supraphon, nebo pouhého agregátora, jako je Orchard Music), který má s YouTube či poskytovatelem služby na vyžádání (Spotify, Apple Music ad.) partnerskou smlouvu.

Tabulka 9: Příklad struktury příjmu č. 2

začínající talentovaný autor a interpret, rap, RnB, získal domácí ocenění

Struktura příjmu z umělecké a umělecky příbuzné činnosti v roce 2019		
zdroj příjmu	výše příjmu (v Kč)	%
honoráře od vydavatele nahrávky (jednorázová odměna za nahrávání či podílová odměna z prodeje fyzických nosičů či digitálního prodeje)	40 000 (jednorázová odměna za nahrávání)	16 %
prodej práv k synchronizaci hudby s filmovým dílem (přímo či prostřednictvím vydavatele)	práva k synchronizaci poskytnuta bezúplatně	0 %
příjmy z přímé/zprostředkované digitální distribuce a YouTube	9 Kč / 1 000 zhlédnutí; ⁸⁸ hudební videa (celkem 8) na YouTube mají v průměru 10 000 zhlédnutí (ta nejsledovanější 40 000)	0,5 %
granty/sponzoring	sociální síť interpreta nemají zatím dostatečný počet sledujících, který by byl pro firmy obchodně zajímavý	0 %
honoráře od kolektivních správců (OSA + INTERGRAM)	10 000	4 %
honoráře od pořadatelů za koncertní vystoupení	144 000 (cca 7 až 15 tisíc Kč po odečtení nákladů na cestu, spolupracovníky a daně z příjmu / 1 koncert)	59 %
prodej reklamního zboží	namísto platby za reklamu barterová spolupráce (směnný obchod)	0 %
umělecky příbuzná profese (např. výuka hudby)	0	0 %
účinkování v reklamě pro třetí osoby, firemní akce apod.	20 000 (2 firemní akce; vystoupení v délce 1 hod) 30 000 (reklama) ⁸⁹	20,5 %
Struktura příjmu z umělecké a umělecky příbuzné činnosti v roce 2020		
zdroj příjmu	výše příjmu (v Kč)	%
honoráře od vydavatele nahrávky (jednorázová odměna za nahrávání či podílová odměna z prodeje fyzických nosičů či digitálního prodeje)	40 000 (jednorázová odměna za nahrávání)	44 %
prodej práv k synchronizaci hudby s filmovým dílem (přímo či prostřednictvím vydavatele)	práva k synchronizaci poskytnuta bezúplatně	0 %
příjmy z přímé/zprostředkované digitální distribuce na YouTube	9 Kč / 1 000 zhlédnutí; hudební videa na YouTube mají v průměru 10 000 zhlédnutí (ta nejsledovanější 40 000)	1 %

88 Zatímco výše uvedená sazba za užití hudebního díla na bezúplatné platformě ve výši 0,00041 až 0,00239 Kč za jedno přehraní generuje autorský honorář 0,41 až 2,39 Kč za 1 000 přehraní, zde uváděná sazba 9 Kč za 1 000 přehraní zahrnuje odměnu nejen pro autora skladby, ale i pro jejího interpreta, výrobce nahrávky a uploadera videa.

89 Sazba za denní natáčení (12 hodin) se v předepidemickém roce pohybovala podle výpovědí našich informantů v rozmezí 10 až 15 tisíc Kč. Pokud byl umělec natáčen v detailním záběru, pak se sazba pohybovala v rozmezí 60 až 120 tisíc Kč. V epidemickém roce 2020 došlo ke snížení sazeb na 5 až 10 tisíc Kč, resp. 30 až 60 tisíc Kč.

granty/sponzoring	sociální sítě interpreta nemají zatím dostatečný počet sledujících, který by byl pro firmy zajímavý	0 %
honoráře od kolektivních správců (OSA + INTERGRAM)	0	%
honoráře od pořadatelů za koncertní vystoupení	49 000 (v průměru cca 7 tis Kč po odečtení nákladů na cestu, spolupracovníky a daně z příjmu / 1 koncert)	55 %
prodej reklamního zboží	namísto platby za reklamu barterová spolupráce (směnný obchod)	0 %
umělecky příbuzná profese (např. výuka hudby)	0	0 %
účinkování v reklamě pro třetí osoby, firemní akce apod.	0	0 %

Tabulka 10: Příklad struktury příjmu č. 3

úspěšný autor a interpret v důchodovém věku (70+), v roce 2019 vydal hudební album (honorář z prodeje se promítl do příjmů za rok 2020), rocková hudba, nezávislá česká hudební scéna

Struktura příjmu z umělecké a umělecky příbuzné činnosti v roce 2019		
zdroj příjmu	výše příjmu (v Kč)	%
honoráře od vydavatele nahrávky (jednorázová odměna za nahrávání či podílová odměna z prodeje fyzických nosičů či digitálního prodeje)	46 048	4 %
prodej práv k synchronizaci hudby s filmovým dílem (přímo či prostřednictvím vydavatele)	0	0 %
příjmy z přímé/zprostředkované digitální distribuce a YouTube	0	0 %
granty/sponzoring	0	0 %
honoráře od kolektivních správců (OSA + INTERGRAM)	881 783	79 %
honoráře od pořadatelů za koncertní vystoupení	187 000	17 %
prodej reklamního zboží	0	0 %
umělecky příbuzná profese (např. výuka hudby)	0	0 %
účinkování v reklamě pro třetí osoby, firemní akce apod.	0	0 %
Struktura příjmu z umělecké a umělecky příbuzné činnosti v roce 2020		
zdroj příjmu	výše příjmu (v Kč)	%
honoráře od vydavatele nahrávky (jednorázová odměna za nahrávání či podílová odměna z prodeje fyzických nosičů či digitálního prodeje)	337 436	27 %
prodej práv k synchronizaci hudby s filmovým dílem (přímo či prostřednictvím vydavatele)	0	0 %
příjmy z přímé/zprostředkované digitální distribuce a YouTube	0	0 %
granty/sponzoring	0	0 %
honoráře od kolektivních správců (OSA + INTERGRAM)	854 311	67 %
honoráře od pořadatelů za koncertní vystoupení	78 000	6 %
prodej reklamního zboží	0	0 %
umělecky příbuzná profese (např. výuka hudby)	0	0 %
účinkování v reklamě pro třetí osoby, firemní akce apod.	0	0 %

Tabulka 11: Příklad struktury příjmu č. 4

úspěšný autor a interpret středního věku (40 let), člen známé hudební skupiny, folk-pop

Struktura příjmu z umělecké a umělecky příbuzné činnosti v roce 2019		
zdroj příjmu	výše příjmu (v Kč)	%
honoráře od vydavatele nahrávky (jednorázová odměna za nahrávání či podílová odměna z prodeje fyzických nosičů či digitálního prodeje)	53 008	2,5 %
prodej práv k synchronizaci hudby s filmovým dílem (přímo či prostřednictvím vydavatele)	0	0 %
příjmy z přímé/zprostředkované digitální distribuce a YouTube	0	0 %
granty/sponzoring	0	0 %
honoráře od kolektivních správců (OSA + INTERGRAM)	810 465	39,5 %
honoráře od pořadatelů za koncertní vystoupení	1 188 581	58 %
prodej reklamního zboží	0	0 %
umělecky příbuzná profese (např. výuka hudby)	0	0 %
účinkování v reklamě pro třetí osoby, firemní akce apod.	0	0 %
Struktura příjmu z umělecké a umělecky příbuzné činnosti v roce 2020		
zdroj příjmu	výše příjmu (v Kč)	%
honoráře od vydavatele nahrávky (jednorázová odměna za nahrávání či podílová odměna z prodeje fyzických nosičů či digitálního prodeje)	61 242	6 %
prodej práv k synchronizaci hudby s filmovým dílem (přímo či prostřednictvím vydavatele)	0	0 %
příjmy z přímé/zprostředkované digitální distribuce a YouTube	0	0 %
granty/sponzoring	0	0 %
honoráře od kolektivních správců (OSA + INTERGRAM)	593 387	61 %
honoráře od pořadatelů za koncertní vystoupení	237 962	24 %
prodej reklamního zboží	0	0 %
umělecky příbuzná profese (např. výuka hudby)	85 500	9 %
účinkování v reklamě pro třetí osoby, firemní akce apod.	0	0 %

II 4.2 LICENČNÍ ŘETĚZEC V RÁMCI DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE HUDBY

143. Tato část výzkumné zprávy popisuje licenční řetězec typický pro digitální distribuci hudby s důrazem na lineární digitální distribuci (*webcasting*) a nelineární distribuci hudby prostřednictvím služeb hudby na vyžádání a platformem pro sdílení obsahu online. Přestože pojem „**distribuce**“ **není autorskoprávním pojmem**, zde jej užíváme ve významu užití díla ve smyslu jeho dalšího šíření v rozličných formách.
144. Pandemie nemoci COVID-19 způsobila zavedení vládních opatření, jimiž byly uzavřeny hudební a taneční kluby a diskotéky, jakož i zakázáno pořádání koncertů a hudebních festivalů. Důsledkem protiepidemických opatření byla eliminace živého sdělování hudby veřejnosti. Jednotliví aktéři hudebního průmyslu se snažili hudební aktivity alespoň **virtualizovat**, tedy nabídnout **online**

alternativu živého provozování hudby. Pro tento účel byly využívány rozličné platformy k distribuci živě provozované hudby jejich uživatelům, např. Facebook, YouTube či Instagram.

145. Pro online šíření hudby byly během pandemie využívány rovněž **hudební služby na vyžádání**, jejichž distribuční model byl ovšem využíván již před vypuknutím epidemie. Distribuce hudby prostřednictvím služeb hudby na vyžádání není proto, na rozdíl od virtualizovaného živého provozování hudby, specifickým důsledkem pandemie. V důsledku proměn spotřebitelského chování a technologického pokroku (především vyšší kvality internetového připojení českých domácností) je dominantním obchodním modelem nelineární distribuce hudby užití ve formě zpřístupňování veřejnosti na vyžádání (*streaming on demand*), nikoli užití ve formě stahování hudby v digitálním formátu (pořizování trvalých digitálních rozmnoženin předmětů ochrany, tedy např. stahování MP3 souborů).⁹⁰
146. Technické fungování některých platform⁹¹ umožňuje **oba uvedené distribuční modely kombinovat** a využít je jak pro lineární, tak nelineární distribuci hudby, tedy nejprve realizovat živý streaming (*webcasting*) a následně ponechat záznam proběhlého živého streamingu k poslechu či zhlédnutí na vyžádání. Uvažovat lze i o lineárním vysílání (*webcastingu*) záznamů živého streamingu, kdy si uživatel nemůže zvolit, jaké záznamy zhlédne.
147. Při digitální distribuci hudby je nutno **vypořádat veškerá relevantní práva k užití příslušných předmětů ochrany**, tj. autorských děl (hudebních děl a případně slovesných děl užitých ve spojení s hudebními díly), výkonů výkonných umělců tato díla provádějících a – pokud jsou užitá – také zvukových záznamů či zvukově obrazových záznamů jejich výrobců.⁹²

I 4.2.1 Lineární digitální distribuce

▪ 4.2.1.1 Relevantní práva a předměty užití

148. V případě lineární digitální distribuce živě interpretované hudby prostřednictvím online platform⁹³ je problematická již samotná **kvalifikace takového užití**. Obecně se jedná o **zpřístupňování** výkonů výkonných umělců provádějících hudební díla s textem či bez textu veřejnosti ve smyslu § 18 AutZ.
149. Konkrétní kvalifikace užití „**živého streamingu**“ ale zůstává předmětem doktrinárních diskusí. Pokud v jeho případě dochází ke zpřístupňování živého provozování, tj. pokud je na živě streamovaném koncertu přítomna veřejnost, lze tento způsob užití kvalifikovat jako přenos živého provozování díla ve smyslu § 19 odst. 2 AutZ.⁹⁴ V licenční praxi se ovšem prosadilo jiné řešení. Online přenos živě hraného hudebního koncertu je kvalifikován jako užití hudebního díla, resp. jeho

90 Srov. v detailech podkap. 4.1 a 4.3.

91 Kombinaci webcastingu a následného přehrání hudby na vyžádání umožňuje např. platforma YouTube či projekt #kulturažije technicky realizovaný prostřednictvím portálu internetové televize MALL.TV.

92 Dále ovšem není řešena problematika videoklipů jako audiovizuálních děl.

93 Může se jednat o specializované platformy typu MALL.TV, YouTube nebo i sociální sítě (Facebook či Instagram).

94 Srov. Telec, Ivo – Tůma, Pavel, § 19 [Živé provozování a jeho přenos]. In: Autorský zákon. Praha: C. H. Beck, 2019, marg. č. 10.

zpřístupnění veřejnosti, formou **vysílání** (*webcasting*) ve smyslu § 21 AutZ.⁹⁵ Vysílání, jak je definováno v tomto ustanovení autorského zákona, totiž zahrnuje i „zpřístupňování díla jakýmikoli jinými prostředky sloužícími k šíření zvuků nebo obrazů a zvuků nebo jejich vyjádření bezdrátově nebo po drátě“. V případě webcastingu koncertů prostřednictvím některé z platforem umožňujících živý přenos zvuku a obrazu se tedy autorskoprávně jedná o **živé provádění autorských děl, vytváření výkonů výkonných umělců a jejich vysílání** (§ 21 AutZ). Kolektivní správce OSA používá ve svém sazebníku z roku 2021 pro takové užití termín *live streaming* a definuje jej jako „sdělování živě provozovaného díla veřejnosti nepřítomné v místě tohoto živého provozování do sítě internet bez možnosti pořízení trvalé rozmnoženiny takto sdělovaného díla koncovým uživatelem“.⁹⁶

150. Další variantou užití je webcastování **již zaznamenaných živě streamovaných koncertů**. Předpokladem takového užití je ale pořízení záznamu provedeného díla a vytvořeného výkonu výkonných umělců, k jejichž vysílání bude docházet.⁹⁷
151. Některé z platforem umožňují **zpětné přehrávání** (*catch-up*) původně lineárně šířené hudby nelineárně, tj. např. umožňují zpětné zhlédnutí záznamu lineárně webcastovaného živého koncertu, a to dle volby koncového konzumenta. Takové užití je považováno za užití ve smyslu zpřístupňování předmětu ochrany veřejnosti takovým způsobem, že kdokoli může mít k němu přístup na místě a v čase podle své vlastní volby (§ 18 odst. 2 AutZ). Příslušná práva je v případě takového užití třeba vypořádat jako v případě nelineární digitální distribuce.⁹⁸

▪ 4.2.1.2 Články licenčního řetězce

152. Obecně v rámci licenčního řetězce platí, že poskytovat (pod)licenci může jen **osoba k tomu oprávněná**. Původně oprávněnou osobou udělovat licenci k užití předmětu ochrany v jakékoli formě je autor díla (§ 12 AutZ), výkonný umělec (§ 71 odst. 1 AutZ) nebo výrobce zvukového záznamu (§ 76 odst. 1 AutZ), resp. dědic práv k těmto předmětům ochrany. Původní nositel práv může oprávnění k výkonu práva užít předmět ochrany poskytnout nabyvateli, a to i výhradně. Osobou oprávněnou udělovat podlicence je pak právě licenční nabyvatel – v praxi se typicky jedná o **nakladatele** (v případě autorů hudebních děl)⁹⁹ nebo vydavatele (v případě nahrávek výkonů výkonných umělců). Osobou oprávněnou poskytovat licence může být i **kolektivní správce**, pokud tak stanoví zákon (v režimu povinné [§ 97d AutZ] nebo rozšířené [§ 97e AutZ] kolektivní správy práv) nebo pokud nositel práv kolektivního správce správou příslušných práv smluvně pověří v rámci tzv. dobrovolné kolektivní správy práv.¹⁰⁰

95 Srov. ibid. § 21 Vysílání rozhlasem nebo televizí, marg. č. 2; Leška, Rudolf, § 21. In: Polčák, R. a kol. (eds.). *Autorský zákon: praktický komentář s judikaturou podle stavu k 1. dubnu 2020*. Praha: Leges, 2020, s. 175. Jak uvádí Leška, pokud by ale „jiná osoba přebírala od vysílatele signál, který současně, úplně a nezměněně na svých stránkách zpřístupňuje, bude se zřejmě jednat o přenos podle § 22 odst. 1 AZ“ (Ibid., s. 181).

96 Srov. OSA, *Sazebník autorských odměn pro použití na internetu 2021*, s. 2.

97 Vysílání vysílatele může být zároveň chráněno právem souvisejícím s právem autorským – majetkovým právem vysílatele (§ 83–96 AutZ). V případě pořízení záznamu bude pořizovatelem zpravidla právě provozovatel příslušné produkce.

98 Leška, Rudolf, § 21. In: Polčák, R. a kol. (eds.). *Autorský zákon: praktický komentář s judikaturou podle stavu k 1. dubnu 2020*. Praha: Leges, 2020, s. 175.

99 Samotný nakladatel pak může svěřit správu práv kolektivnímu správci. Dochází k tomu zejména v případě hudebních děl.

100 Do novely autorského zákona (zákon č. 102/2017 Sb.) se k označení tohoto typu smlouvy používal výraz „smlouva o zastupování“, aktuálně se používá výraz „smlouva o správě práv“ s příslušným kolektivním správcem.

153. Poskytování oprávnění k výkonu práv užití hudební dílo formou jeho vysílání rozhlasem a televizí, které zahrnuje dle výše uvedeného výkladu i webcasting, spadá u autorských děl do režimu **rozšířené kolektivní správy** (pro autorská díla je relevantní kolektivní správce OSA).
154. Pokud se v rámci lineární distribuce, kvalifikované jako vysílání, užívají i zvukové záznamy výkonných umělců vydané k obchodním účelům (komerční snímky s uměleckými výkony na nich), je nutno takové užití vypořádat s kolektivním správcem INTERGRAM, neboť spadá do režimu **povinné kolektivní správy** (§ 72 a 97d odst. 1 a 2 AutZ). Užívání zvukových záznamů výkonů výkonných umělců nevydaných k obchodním účelům spadá do režimu tzv. dobrovolné kolektivní správy práv.
155. Poskytování oprávnění k užití hudebních děl živým provozováním a přenosem tohoto provozování spadá do tzv. **dobrovolné kolektivní správy**. Licence od kolektivního správce OSA je potřeba získat pouze v případě, že jsou takto provozována hudební díla zastupovaných nositelů práv.
156. Poskytování oprávnění k výkonu užití hudební dílo vysíláním záznamů dříve živě streamovaných koncertů spadá do režimu **rozšířené kolektivní správy** (§ 97e odst. 3 c) AutZ), přičemž relevantním poskytovatelem licence je pro autorská díla kolektivní správce OSA.¹⁰¹ V případě takového užití hudebních děl není rozhodné, zda se jedná o vysílání zvukového, nebo zvukově obrazového záznamu. Licenci k užití výkonů výkonných umělců vysíláním (*webcasting*) zvukově obrazových záznamů živě streamovaných koncertů je nutno licencovat individuálně s příslušnými nositeli práv. V případě užití výkonů výkonných umělců vysíláním zvukových záznamů živě streamovaných koncertů je třeba rozlišovat, zda tyto zvukové záznamy byly vydány k obchodním účelům, tj. oprávněně veřejnosti sdělovány podle § 18 odst. 2 AutZ. Pokud ano, tedy pokud byly např. zpřístupněny ke zhlédnutí na vyžádání, je potřeba k takovému užití získat svolení od kolektivního správce INTERGRAM. Pokud ne, je potřeba licenci získat individuálně od příslušných nositelů práv, ledaže by tito nositelé práv měli s kolektivním správcem INTERGRAM uzavřenou smlouvu o správě práv a nevyhradili by si toto užití pro sebe.
- 4.2.1.3 Praxe licencování

157. V licenční praxi je osobou, která potřebuje vypořádat práva, **uživatel** v autorskoprávním slova smyslu – tedy organizátor hudební produkce. Kolektivní správce OSA na svých webových stránkách uvádí, že licence není potřeba, pokud v rámci webcastingu takové produkce budou užitá díla nezastupovaných nositelů práv.¹⁰² To by ovšem platilo pouze tehdy, pokud by takové užití bylo kvalifikováno jako obecné sdělování veřejnosti dle § 18 odst. 1 AutZ, resp. jako přenos živého provozování dle § 19 odst. 2 AutZ. Tato užití spadají do režimu tzv. **dobrovolné kolektivní správy**. V případě kvalifikace webcastingu jako vysílání ve smyslu § 21 AutZ se jedná o režim **rozšířené kolektivní správy**. Pokud se bude aplikovat první z názorů ohledně fungování institutu rozšířené kolektivní správy prezentovaný v kapitole 3 (tj. účinky hromadné licenční smlouvy se automaticky vztahují i na nezastupované nositele práv, pokud oni tyto účinky nevyloučí) a organizátor

101 Opět se uplatní výše uvedená výkladová dichotomie ohledně dopadu institutu rozšířené kolektivní správy.

102 Srov. např. <https://www.osa.cz/ptate-se/uzivatele-hudby/> a <https://www.osa.cz/blog/boom-streamovanych-koncertu-jak-ziskat-licenci/>.

vysílá přes vlastní platformu (např. vlastním technickým řešením přes své webové stránky), má **povinnost** kontaktovat kolektivního správce OSA a uzavřít s ním **hromadnou licenční smlouvu k užitým autorským dílům**. Vysílatel má povinnost získat od kolektivního správce svolení k užití hudebních děl i takových nositelů práv, kteří s OSA neuzavřeli smlouvu o správě práv, ledaže předtím u OSA **vyloučili účinky** hromadných licenčních smluv dle § 97e odst. 2 AutZ.

158. Tyto závěry o povinnosti získat licenci ovšem **neplatí**, pokud bude aplikován druhý z výkladů fungování režimu rozšířené kolektivní správy práv rozvedený v kap. 3, podle něhož může vysílatel získat licenci i individuálně přímo od nezastupovaných nositelů práv, aniž tito vyloučili účinky hromadných licenčních smluv. Obdobně pokud je poskytována bezúplatná licence, může příslušný nositel práv vyloučit účinky rozšířené kolektivní správy v rámci poskytnutí takové licence, aniž by se o tom musel vyrozumět jakýkoli kolektivní správce práv.
159. V praxi se – vzhledem k licenčním smlouvám, které společnosti Google a Facebook uzavřely s kolektivním správcem OSA – uplatňují **specifická pravidla** pro webcasting hudebního vystoupení v případě využití online platform Facebook, Instagram, YouTube a TikTok.¹⁰³ Pokud organizátor webcastingu – tj. uživatel, a tedy v kontextu těchto platform *uploader* – zpřístupňuje díla veřejnosti prostřednictvím těchto platform bezúplatně, není potřeba s OSA uzavírat hromadnou licenční smlouvu. Tyto webcasty jsou monetizovány prostřednictvím vložené reklamy a licenční odměna je placena společností Google a Facebook. Výše uvedené platí i v případě, že k webcastingu dochází prostřednictvím odkazu na streamovaný přenos na výše uvedených platformách integrovaného do webové stránky organizátora přenosu (tzv. *embedding*).
160. Vzhledem k tomu, že OSA užití hudebního díla formou **živého streamingu** nepředpokládal a ve svém sazebníku na rok 2020 nestanovil výši licenční odměny pro tento způsob užití, určil kolektivní správce výši sazby v pandemickém roce analogicky podle sazby za užití díla formou služeb hudby na vyžádání.¹⁰⁴ V sazebníku licenčních odměn na rok 2021 OSA toto *ad hoc* pravidlo zakotvil explicitně: v případě webcastingu se výše odměny určuje jako v případě užití na vyžádání, přičemž se rozlišuje, zda se jedná o sdělování pouze zvukové složky, nebo i zvukově obrazové složky.¹⁰⁵ Dynamické změny v sektoru kulturních průmyslů způsobené pandemií nemoci COVID-19 a s tím související nárůst této formy užití předmětů ochrany vedly k zavedení nové sazby za *live streaming* do návrhu sazebníku kolektivního správce OSA pro rok 2022.¹⁰⁶ V případě užití „reper-toáru OSA formou live streamingu je minimální odměna stanovena za 1. až 100. přehrávání částkou 541,58 Kč a dále částkou 2,74 Kč za každé další přehrávání“.¹⁰⁷

103 Pokud se ovšem jedná o hudební akce, které nemůže sledovat kdokoli (tj. libovolný uživatel internetu), ale link je divákovi zpřístupněn až po zaplacení vstupného, aplikuje se výše uvedené ke zpoplatněným akcím. Rozhovor s Rostislavem Sliwkou a Pavlem Křížem vedli Matěj Myška, Pavel Zahrádka a Jakub Míšek, 5. 3. 2021.

104 Ibid. Možnosti analogického užití povahově nejbližší sazby umožňuje sazebník OSA v čl. 2.4 (OSA, Sazebník autorských odměn pro použití na internetu 2020, s. 3, bod 2.4).

105 Ibid., s. 8, bod 4.6.

106 OSA, Návrh sazebníků OSA pro rok 2022, s. 4.

107 Ibid., s. 13.

I 4.2.3 Nelineární digitální distribuce

▪ 4.2.3.1 Relevantní práva a předměty ochrany

161. V případě nelineární digitální distribuce předmětů ochrany se opět jedná obecně o **zpřístupňování předmětů ochrany veřejnosti** ve smyslu § 18 AutZ. Relevantní předměty ochrany jsou stejné jako v případě lineární distribuce (tedy autorská díla a výkony výkonných umělců), navíc je ale užíván i zvukový či případně zvukově obrazový záznam děl. Na rozdíl od živého zpřístupňování je základním charakteristickým rysem takového užití, že je „založeno na individuálním sdělování jednotlivým členům veřejnosti dle jejich požadavků“, čas a místo konzumace předmětů ochrany je tedy na individuální volbě příjemce.¹⁰⁸ Konkrétně se jedná o užití ve formě **zpřístupňování veřejnosti na vyžádání** (§ 18 odst. 2 AutZ). Kolektivní správce OSA pro takové užití používá výraz „streaming/přehrávání“ (tj. zpřístupňování bez možnosti pořízení trvalé rozmnoženiny).¹⁰⁹ Kolektivní správce INTERGRAM pro tento způsob užití používá výraz „sdělování veřejnosti na požádání (tzv. on-demand užití) elektronickou sítí formou streamingu“.¹¹⁰ Vzhledem k tomu, že předměty ochrany jsou na příslušné platformy „nahrávány“ a tím je vytvářena trvalá kopie, která je streamována, jedná se též o užití ve formě **rozmnožování příslušných předmětů ochrany** (§ 13 AutZ). V případě nelineární distribuce hudby prodejem formou stažení se jedná o stejnou kombinaci povinně licencovaných práv, tedy zpřístupňování díla veřejnosti na vyžádání a rozmnožování.

▪ 4.2.3.2 Články licenčního řetězce

162. Závěry uvedené výše u lineární distribuce platí rovněž pro nelineární model. Primárně je tedy **osobou oprávněnou** udělovat licence autor, výkonný umělec či výrobce záznamu, resp. dědic práv. V praxi je ovšem obvyklé, že jak autoři, tak výkonní umělci licencují výlučně svá práva užití předmětů ochrany jinému subjektu (a to i s právem podlicence), typicky **nakladateli**,¹¹¹ resp. **vydavatelé** (výrobci zvukových záznamů), případně výrobci zvukově obrazového záznamu.

163. Právo na užití ve formě sdělování hudebních děl a uměleckých výkonů veřejnosti ve formě **zpřístupňování na vyžádání** (§ 18 odst. 2 AutZ) a **rozmnožování** (§ 13 AutZ) ovšem ani u jednoho z kolektivních správců nespadá do režimu povinné nebo rozšířené kolektivní správy, ale do režimu dobrovolné (smluvní) kolektivní správy. Kolektivní správce OSA tudíž spravuje práva k hudebním dílům s textem nebo bez textu výhradně na základě smlouvy o správě autorských práv. Kolektivní správce INTERGRAM spravuje na základě spravovací smlouvy práva výkonných umělců. I v případě uzavření smlouvy o správě práv si však nositel práv může individuálně vyhradit možnost licencovat „online užití“. Výše uvedená relevantní práva výrobců zvukových nahrávek jsou typicky spravována jimi samými, přičemž jsou při takovém užití podlicencovány i zaznamenané výkony výkonných umělců. Nositelé práv, kteří smlouvu o správě práv

108 Telec, Ivo – Tůma, Pavel, § 18 [Obecné ustanovení]. In: *Autorský zákon*. Praha: C. H. Beck, 2019, marg. č. 11.

109 Srov. OSA, Sazebník autorských odměn pro použití na internetu 2021, s. 6, část IV.

110 Srov. INTERGRAM, Návrh sazebníku odměn INTERGRAM pro individuální a jiné užití s navrhovanou účinností od 1. 1. 2022, s. 2.

111 Rovněž nakladatel může mít s kolektivním správcem OSA uzavřenou smlouvu o správě práv.

s příslušným kolektivním správcem neuzavřeli (nezastupovaní nositelé práv), tato práva spravují (rozhodují o udělení licence) individuálně.

▪ 4.2.3.3 Praxe licencování

164. V širokém slova smyslu může být nelineární distribuce realizována prostřednictvím jakékoli webové stránky. V praxi je ovšem primárně realizována prostřednictvím služeb hudby na vyžádání, přičemž dominantními jsou aktuálně portály Spotify, YouTube Music a Apple Music.¹¹² V konečném důsledku jsou právě provozovatelé těchto streamovacích portálů uživateli předmětů ochrany, kteří jsou povinni vypořádat výše identifikovaná práva. Obdobné platí i pro provozovatele služeb umožňujících úplatné stažení předmětů ochrany.
165. **Koncoví konzumenti** služeb hudby na vyžádání naopak nejsou nabyvateli licence k relevantním předmětům ochrany, ale pouze využívají služby poskytované portály. Dočasná rozmnoženina, která se vytváří při streamingu v technických prostředcích konzumenta, je pak kryta zákonnou licencí dle § 38a AutZ. V případě prodeje hudby formou stažení již uživatelé vytvářejí trvalou rozmnoženinu, kterou lze ale považovat za rozmnoženinu pro osobní potřebu z oprávněného zdroje (§ 30 AutZ).
166. V případě autorů / výkonných umělců / výrobců záznamů, resp. jiných nositelů práv, kteří si svá relevantní práva **spravují sami**, je z hlediska praxe licencování zásadní skutečnost, že poskytovatelé hudebních online služeb standardně neumožňují jejich využití, tedy přímé zpřístupnění předmětů ochrany na vyžádání, jednotlivým umělcům / výkonným umělcům / výrobcům zvukových záznamů.¹¹³ Streamovací portály totiž standardně vyžadují dodání předmětů ochrany ve standardizovaném formátu, s adekvátní a ověřenou metadatovou strukturou, která je využívána k rozúčtovávání licenčních odměn.
167. Klíčovým prvkem licenčního řetězce jsou proto **prostředníci**, kteří zajišťují splnění těchto požadovaných náležitostí, a tedy zpřístupnění předmětů ochrany na portálech. Aktuálně existuje mnoho rozdílných prostředníků lišících se zaměřením, rozsahem poskytovaných služeb a jednotlivými detaily poskytované služby, a to zejména s ohledem na způsoby stanovení provize a rozsah práv, která jsou digitálnímu distributorovi licencována.¹¹⁴ Rozlišovat lze např. distribuční společnosti, které se zaměřují na spolupráci s vydavateli (labele),¹¹⁵ a prostředníky, kteří se zaměřují spíše na nezávislé autory / výkonné umělce: *do it yourself* (DIY) agregátoři.¹¹⁶ Z množství DIY agregátorů působících na trhu jsou ale jen někteří preferováni dominantními streamovacími portály

112 Existují ovšem i další služby jako např. Tidal, Deezer apod.

113 Výjimkou jsou pak tzv. majors, tedy velká vydavatelství, která s danými službami spolupracují přímo.

114 Nejvýznamnější digitální distributoři jsou přehledně popsáni např. v Music Distribution Guru, *The Best Music Distribution Companies in 2021: Review and Comparison Chart*. 2021.

115 Příkladem takových společností je např. Ingrooves, Believe, The Orchard. Nelze ovšem opominout, že tyto subjekty jsou často vzájemně majetkově propojeny s některými majors nebo naopak vlastní některé distribuční společnosti/DIY agregátory. Např. The Orchard je vlastněna Sony Group Entertainment, pod kterou spadá Sony Music Entertainment Inc.; Ingrooves je vlastněna Universal Music Group. Srov. Soundcharts Team, *The Mechanics of Music Distribution: How it Works, Types of Music Distribution Companies + 29 Top Distributors*. *Soundcharts Blog*. 24. 9. 2019. Společnost Believe naopak vlastní DIY distributora TuneCore. Srov. Herstand, Ari, *Best Music Distribution Companies: Full Comparison Chart. Ari's Take*. 15. 10. 2020.

116 Pojem „DIY agregátor“ je aluze na pojem „DIY umělec“ označující hudebníky, kteří svou hudbu vydávají a šíří prostřednictvím hudebních online služeb tzv. svépomocí (resp. s pomocí digitálních distributorů), tj. bez pomoci hudebních vydavatelů.

jakožto prioritní dodavatelé hudebního obsahu.¹¹⁷ Obecně lze ke službám DIY agregátorů uvést, že „distribuční smlouvy“ uzavírané s nositeli práv jsou konstruované jako smlouvy adhezní, tj. na principu *take it or leave it*, tedy „ber, nebo nech být“ (§ 1798–1801 OZ).¹¹⁸ O podmínkách poskytování služby a její úhrady proto nelze s agregátorem vyjednávat. Pokud nositeli práv smluvní podmínky nevyhovují, je nucen využít služeb jiného DIY agregátora. Nezastupovaní výkonní umělci, kteří chtějí prostřednictvím těchto DIY agregátorů na portálech distribuovat cover verze hudebních děl, jejichž nejsou autory, by pak měli v případě, že by došlo ke zpracování/změně díla, vypořádat práva i k takovému užití. V rámci licenční praxe se ale počítá s tím, že práva k hudebním dílům jsou spravována kolektivním správcem OSA, který je (§ 13 a § 18 odst. 2 AutZ) vypořádá právě s provozovatelem portálu (např. Spotify).¹¹⁹ Odměna vyplácená umělcům prostřednictvím digitálního distributora (např. Prodejhudbu.cz) je ponížena o příslušný podíl DIY agregátora a odměnu pro zastupované autory.

II 4.3 ANALÝZA DISTRIBUCE HUDEBNÍHO OBSAHU

168. Hudebníci se v době zákazu konání koncertních vystoupení (pokud se tedy nerozhodli opustit hudební sektor a najít si jistější práci v jiném odvětví) soustředili především na **skládání a nahrávání** vlastní hudby a **živé online přenosy** koncertních vystoupení. Pokles příjmu způsobený zákazem koncertních vystoupení ohrozil nicméně schopnost hudebníků finančně se podílet na nahrání a vydání vlastní hudby. Vzhledem k tomu, že sebezaměstnaní hudebníci financují nahrávání hudby většinou z vlastních zdrojů a v epidemickém roce došlo k výpadku jejich příjmu ze živých koncertů, uchýlili se namísto studiového nahrávání k nahrávání domácímu.
169. Hudebníci, kteří vydali hudební album před epidemií a byli kvůli protiepidemickým opatřením nuceni zrušit své koncertní turné, nedokázali dostatečně finančně zhodnotit výsledek své práce. Nemožnost koncertního vystupování znemožnila rovněž **vystupování a prezentaci začínajících hudebníků a hudebních skupin**. Vydávání skladeb během pandemického období podpořovala finančně především hudební vydavatelství, která epidemií nebyla bezprostředně zasažena a jejichž příjem z digitální distribuce nahrávek během pandemie narůstal. Nicméně hudebníci neměli možnost nově vzniklé nahrávky následně monetizovat formou živého koncertního vystoupení.
170. **Zavření hudebních klubů** či omezení jejich otevírací doby do 22 hodin znemožnilo obživu rovněž dýdžejům, jejichž příjmy pramení z toho, že si je provozovatelé klubu najímají (tzv. *booking*). Pokud jsou kapacita klubu a jeho otevírací hodiny omezeny, pak je pro majitele ekonomicky nevhodné najímat dýdžeje. Vzhledem k tomu, že produkce hudebních setů slouží v oblasti dýdžeingu především k propagaci umělce a získání angažmá v hudebním klubu, **nemělo pro dýdžeje ekonomický význam v době epidemie vydávat, šířit** (digitálně, rozhlasem) **a propagovat nové hudební nahrávky**, protože vzhledem k nejistému termínu uvolnění protiepidemických opatření a otevření klubové scény by vydané skladby mohly zastarat.

117 Např. seznam preferovaných agregátorů Spotify je dostupný na: <https://artists.spotify.com/providers>; Apple Music na: <https://itunespartner.apple.com/music/partner-search>; TIDAL na: <https://support.tidal.com/hc/en-us/articles/115003671589-Publish-Music-to-TIDAL>.

118 Srov. Musicians' Union, *Aggregator Digital Distribution Services*. 11. 10. 2021.

119 K výši licenční odměny srov. podkap. 4.3.

171. Nevýhodou nemožnosti přímého kontaktu mezi hudebníky a fanoušky při koncertním vystoupení byla pro hudebníky mimo jiné absence **zpětné vazby** ze strany publika, která je v rámci některých hudebních stylů (např. u dýdžejů remixované taneční hudby) důležitou součástí jejich produkce.¹²⁰

I 4.3.1 Nelineární digitální distribuce hudebního obsahu

172. Nelineární distribuce hudebního obsahu prostřednictvím streamovacích služeb probíhala již před pandemií. Pandemie ovlivnila především **nárůst předplatitelů streamovacích služeb**. Zákaz koncertních vystoupení a omezení společenského života přiměly spotřebitele ke konzumaci domácí zábavy (videohry, TV, rozhlas, služby streamování hudby či videa na vyžádání).
173. V roce 2020 se razantně (o 57 % oproti minulému roku) zvýšil **výběr licenčních odměn kolektivním správcem autorských práv** (Ochranný svaz autorský) za užití hudby zastupovaných autorů na streamovacích portálech určených primárně pro poslech hudby (Spotify apod.). Tento nárůst však nebyl způsoben masivním přesunem autorské tvorby do oblasti digitální distribuce. Ten probíhá kontinuálně již několik let. Jelikož se výše příjmu z online užití hudby poskytovatelem streamovací služby na vyžádání vypočítává z hrubé tržby v daném roce, lze nárůst odměn vysvětlit posílením kontinuálního nárůstu předplatitelů streamovacích služeb během epidemické krize.
174. Trh služeb streamování hudby na vyžádání není na rozdíl od audiovizuálních služeb videa na vyžádání založen na exkluzivní nabídce obsahu, ale na uživatelské přívětivosti služby a co nejširší dostupnosti hudební skladby v rámci nabídky rozmanitých streamovacích služeb. **Zařazení hudebního obsahu do nabídky globálně působících streamovacích služeb** prostřednictvím digitálního distributora či hudebního vydavatele, kteří využívají služeb digitálních agregátorů (Believe Digital, The Orchard, Rebeat), **nepředstavuje pro hudebníky v současnosti velkou překážku a jedná se o relativně jednoduchý zpoplatněný administrativní úkon**.¹²¹ Hudebníci mohou využít služeb celé řady digitálních distributorů (např. CD Baby, TuneCore, ReverbNation, AWAL, Prodejhudbu.cz, DistroKid), kteří dokážou zajistit dostupnost obsahu na streamovacích portálech v horizontu 14 dní.
175. V důsledku rozsáhlé nabídky hudebního obsahu na streamovacích službách však hudebníci **čelí problému, jak získat pozornost předplatitelů těchto služeb**, tj. dostatečně vysoký počet přehrání jejich skladby. Klíčovým nástrojem pro úspěch v rámci digitální distribuce je přítomnost skladby na oficiálním playlistu služby či na playlistu soukromého editora, který má velký počet posluchačů.¹²² **Kurátoři playlistů** jsou proto vedle algoritmických systémů na doporučení

120 Bezprostřední reakce publika pomáhá producentovi identifikovat části skladby, které plní svou taneční funkci. Producenti mohou získat zpětnou vazbu posluchačů i prostřednictvím sociálních sítí, na kterých zveřejní část hudební nahrávky. Nicméně reakce formou komentářů pro ně nemají tak silnou vypovídací hodnotu jako bezprostřední fyzická reakce.

121 Praktický návod, jak mohou čeští hudebníci dostat svou hudbu do nabídky streamovacích služeb nezávisle na hudebním vydavatelství, sepsali Gregor, Jan – Kalina, Vojtěch, Spotify for Artists pro začátečníky. *Autor In*. 2020, č. 1, s. 7–12. Návod si lze poslechnout rovněž jako podcast v rozhovoru mezi Jakubem Novým a Vojtěchem Kalinou, Jak distribuovat hudbu na internetu, viz <https://www.youtube.com/watch?v=MWlyooBghE&t=529s>.

122 Dodejme, že smysluplná je přítomnost skladby pouze na playlistech, které jsou poslouchány předplatiteli v teritoriu, ve kterém hudebníci vystupují či plánují vystupovat. Digitální distribuce totiž neslouží primárně jako zdroj ekonomicky signifikantního příjmu umělce, ale jako marketingový nástroj pro propagaci koncertního vystoupení.

obsahu těmi klíčovými kulturními zprostředkovateli, kteří v současnosti rozhodují o úspěchu hudební skladby v rámci digitální distribuce. Vzhledem k tomu, že většina playlistů je tvořena **algoritmy** a poskytovatelé streamovacích služeb odmítají odhalit pravidla těchto algoritmů, nemají umělci možnost zvýšit svou šanci na zařazení na playlisty.

176. Větší poslechovost skladby může kromě zařazení na oblíbený playlist podpořit rovněž **silná fanouškovská základna, online marketing** prostřednictvím sociálních sítí, podpora vydání skladby **videoklipem** volně dostupným na platformě pro sdílení videoobsahu (např. YouTube) a zařazení písně na **playlisty rozhlasových stanic**.¹²³ Výhodou v oblasti marketingu je **spolupráce s reklamní agenturou či hudebním vydavatelem**, který díky dlouhodobým vztahům s médií dokáže nově vydané nahrávce zajistit publicitu a její nasazení do rotací hraných skladeb v rádiích.

▪ 4.3.1.1 Value Gap

177. Téměř všichni informanti upozorňují na velmi **nízké příjmy z digitální distribuce** hudby prostřednictvím streamovacích služeb. Příjmy českých hudebníků z digitální distribuce se podle výpovědí několika oslovených hudebníků reprezentujících odlišné žánry pohybují v rozmezí 1 až 5 % z celkových příjmů hudebního interpreta či autora hudby, přičemž tyto příjmy zahrnují příjmy z umělecké a umělecky příbuzné činnosti (např. výuka hraní na hudební nástroj). Příjmy z digitální distribuce ovšem často nestačí ani na pokrytí nezbytných nákladů na pořízení hudebních nástrojů a nutného vybavení. Začínající či méně známí interpreti nepobírají z digitální distribuce žádné signifikantní příjmy.
178. Nízké příjmy hudebníků z nelineární distribuce hudebního obsahu, a to jak ve vztahu k životním nákladům, tak i v porovnání s příjmy, které generoval prodej fyzických nosičů či stahování hudby, jsou podle názoru informantů způsobeny několika faktory:
179. • **Nízká výše předplatného streamovacích služeb** umožňuje předplatitelům poslechnout velké množství hudebního obsahu, který byl před digitalizací k dispozici ve formě relativně drahých fyzických nosičů.
180. • **Rozúčtování licenčních odměn** se u většiny streamovacích služeb řídí tzv. *pro rata* (tj. proporcionálním) modelem: poskytovatel předplacené streamovací služby vydělí celkové příjmy z předplatného (ponížené o marži za poskytnutí služby a odměnu pro kolektivního správce) celkovým počtem přehrání jednotlivých skladeb (splňujících minimální délku přehrání) ve sledovaném období a získá tím sazbu pro určení odměny za relevantní jedno přehrání. Podle počtu přehrání dané skladby ve sledovaném období je následně vypočítána odměna, která náleží příslušnému umělci, resp. agregátorovi, distributorovi a vydavateli.¹²⁴ Tento model

123 Pro začínající hudebníky či hudebníky tvořící mimo populární hudební styly (hip hop, populární hudba aj.) není ale ani prosazení písně na hudební playlisty českých rádií jednoduché. Poskytovatelé rozhlasového vysílání jsou totiž z ekonomických důvodů zaměřeni na hraní především mainstreamové populární hudby etablovaných hudebníků s velkou fanouškovskou základnou.

124 Alternativní model výpočtu odměny pro umělce (tzv. model soustředěný na uživatele služby) užívá v současnosti služba SoundCloud. Odměna je vypočítána z měsíčního předplatného konkrétního uživatele služby (po odečtení marže pro poskytovatele služby) podle počtu přehrání konkrétní skladby uživatelem ve sledovaném období v poměru k celkovému

výpočtu odměny **zvýhodňuje umělce s vysokým počtem přehrání**, která jsou generována velkou fanouškovskou základnou či intenzivními uživateli služby, jimiž nemusejí být nutně jen jednotlivci, ale rovněž poskytovatelé služeb (kanceláře, fitness centra, restaurace, holičství), kteří mohou hudební skladby na streamovacím portálu přehrávat až 24 hodin denně.¹²⁵ Proporcionální model proto zvýhodňuje umělce a skladby mající největší počet přehrání bez ohledu na to, zdali jsou přehrávány velkým počtem uživatelů, kteří poslouchají méně často, anebo malým okruhem uživatelů, kteří je poslouchají opakovaně. *Pro rata* model tak ve svých důsledcích vede k tomu, že část měsíčního předplatného, které zaplatil konkrétní uživatel služby, generuje příjem umělcům, jejichž hudbu daný uživatel v příslušném měsíci neposlouchal, avšak jejichž hudba měla ve sledovaném období počet přehrání převyšující průměrnou poslechovost. Matematicky to lze znázornit na následujícím příkladu: Pokud je měsíční předplatné pro jednotlivého uživatele streamovací služby 14 eur, pak odměna pro umělce (agregátora, distributora a vydavatele) tvoří po odečtení 50% marže 7 eur. Pokud je sazba za jedno přehrání například 0,007 eur, lze dopočítat, že průměrný předplatitel má za měsíc 1 000 přehrání. Pokud uživatel A přehrál 200 skladeb za měsíc, tak umělcům, jejichž hudbu poslouchal, fakticky posílá 1,40 eur ($200 \times 0,007 \text{ eur} = 1,40 \text{ eur}$) a zbylých 5,60 eur tvoří odměnu pro umělce, jejichž hudbu hrál jiný uživatel častěji, než je průměrný počet přehrání v daném měsíci. Pokud intenzivní uživatel služby B přehrál za měsíc 1 800 skladeb, posílá poslouchaným umělcům 12,60 eur jako odměnu ($1800 \times 0,007 \text{ eur} = 12,60 \text{ eur}$). Protože ovšem uživatel B posílá umělcům ze svého zaplaceného měsíčního předplatného po odečtení marže fakticky 7 eur, je zbylých 5,60 eur kompenzováno z předplatného zaplaceného uživatelem A, jehož měsíční objem přehraných skladeb je podprůměrný.¹²⁶

181. • Co se týče výkonných umělců, **mezinárodní hudební hvězdy** či umělci **zasmluvnění velkým vydavateli** (tzv. *majors*) mají vzhledem ke svému **silnějšímu smluvnímu postavení** lepší podmínky než nezávislí hudebníci (tito jsou navíc znevýhodňováni výše popsáním proporcionálním modelem).
182. • **Podvodné klikací praktiky** sloužící k opakovanému přehrávání nahrávek prostřednictvím internetových robotů.¹²⁷ Příkladem další podvodné praxe je album *Sleepify* americké hudební skupiny Vulfpeck s deseti skladbami nahraného ticha v délce cca 30 vteřin. Po umístění alba na službu Spotify požádala hudební skupina své fanoušky, aby album nechali opakovaně přehrávat v průběhu svého spánku. Touto strategií bylo docíleno poměrně vysokého počtu přehrání, což skupině zajistilo příjem ve výši 20 000 \$, který plánovala využít pro financování koncertního turné s volným vstupným. Obě strategie upozorňují na absurdní důsledky tzv. *pro rata modelu přerozdělování odměn umělcům*, kdy je celkový příjem služby z předplatného poníženo o marži poskytovatele služby (50 %) je rozdělován umělcům (a dalším aktérům licenčního řetězce) podle počtu přehraných skladeb. Slabina tohoto modelu spočívá v tom, že **při výpočtu odměny zohledňuje výhradně počet přehrání**, nikoliv počet uživatelů, kteří

počtu skladeb přehraných daným uživatelem ve sledovaném období.

125 Více ke kritice ekonomie digitální distribuce hudebního obsahu viz např. Castle, Christian L. – Feijóo, Claudio, *Study on the Artists in the Digital Music Marketplace: Economic and Legal Considerations*. WIPO, 1. 6. 2021.

126 Tento ilustrační příklad je převzatý z článku: Laguana, Sharky, *Streaming Music Is Ripping You Off*. Medium. 18. 8. 2015.

127 Dott, Eric, *Fake Streams, Listening Bots, and Click Farms: Counterfeiting Attention in the Streaming Music Economy*. *American Music*. 2020, roč. 38, č. 2, s. 153–175.

si danou skladbu přehráli. Tudíž 10 000 fanoušků, kteří si ve sledovaném období přehrají jednorázově konkrétní skladbu, generuje umělci stejný příjem jako jeden fanoušek, který si stejnou skladbu ve sledovaném období přehraje 10 000krát.

183. • **Relativně malý počet předplatitelů služeb hudby na vyžádání** v porovnání s počtem uživatelů nezaplatněných verzí streamovací služby vede k tomu, že se nezvyšují hrubé tržby poskytovatelů streamovacích služeb, ze kterých se vypočítává autorská odměna za užití jejich děl podle sazby dohodnuté s kolektivním správcem (týká se pouze zastupovaných autorů) a licenční odměna pro interprety a kolektivními správci nezastupované autory na základě smlouvy s hudebním vydavatelstvím, resp. digitálním agregátorem.¹²⁸ Kromě toho je repertoár řady hudebních žánrů dostupný na žánrově vyhraněných streamovacích portálech s relativně malým počtem předplatitelů.
184. • Svou roli hraje **silná vyjednávací pozice provozovatelů platform pro sdílení uživatelského videoobsahu** (typicky YouTube) při uzavírání licenčních smluv s kolektivními správci, na jejichž základě by měli odvádět autorské odměny za užití registrovaných děl podle dohodnuté sazby. Zvláštní právní status hostingových platform podle **směrnice o elektronickém obchodu** je vyjímá z právní odpovědnosti za uživateli nahrávaný obsah a ukládá jim pouze povinnost obsah odstranit po oznámení jeho nezákonnosti (např. při porušení autorských práv).¹²⁹ Vyjednávací strategie provozovatelů platform pro sdílení online obsahu jim proto umožňuje přistoupit pouze na relativně nízkou sazbu za užití díla pod podmínkou, že pokud by kolektivní správce trval na zvýšení této sazby, k uzavření hromadné licenční dohody nedojde a provozovatel služby bude nadále fungovat v režimu ohlášení a odstraňování nahlášeného nezákonného či nelegálně šířeného obsahu.¹³⁰ Hypoteticky proto hrozí nebezpečí, že provozovatel online platformy majitelům práv žádné odměny odvádět nebude, protože za nahraný obsah nenese editorskou odpovědnost, a tudíž nepotřebuje zakoupit autorskou licenci, přestože obsah může monetizovat prostřednictvím umístění reklamy (YouTube) či poplatku za rychlejší stahování (Ulož.to).
185. > Tuto asymetrickou vyjednávací pozici poskytovatelů služeb pro sdílení online obsahu vůči majitelům práv (hudebním vydavatelům a agregátorům a zprostředkovaně rovněž hudebním interpretům a tvůrcům hudební skladby) a organizacím kolektivní správy řeší **směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu**, která je v současnosti v procesu transpozice do českého právního rámce.¹³¹ Tato směrnice přiznává poskytovateli

128 Z celkového počtu 365 milionů aktivních měsíčních uživatelů Spotify v červnu 2021 využívalo nezaplatněnou verzi služby, která hudební obsah monetizuje formou doprovodné reklamy, 200 milionů posluchačů, zatímco předplacenou verzi služby užívalo 165 milionů předplatitelů. Viz Dredge, Stuart, *How Many Users Do Spotify, Apple Music and Other Streaming Services Have? Musically*. 28. 7. 2021.

129 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu, čl. 14.

130 Viz např. spor mezi dánským kolektivním správcem KODA a poskytovatelem služby YouTube ohledně výše sazby autorské odměny za užití hudby na platformě YouTube. Google v reakci na tento spor zablokoval všechna videa s hudbou autorů, jejichž práva spravoval KODA. Více k tomu viz KODA, *Google Removes All Danish Music from YouTube*. 30. 7. 2020. Podobný spor probíhal mezi německým kolektivním správcem GEMA a službou YouTube od roku 2009 do roku 2016. Více k tomu viz GEMA, *GEMA Signs Agreement with YouTube: Milestone for a Fair Remuneration of Music Authors in the Digital Age Achieved*. 31. 10. 2016.

131 Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/790 ze dne 17. dubna 2019 o autorském právu a právech s ním souvisejících na jednotném digitálním trhu a o změně směrnic 96/9/ES a 2001/29/ES, čl. 17. Transpoziční úprava je v době

služby pro sdílení online obsahu redakční odpovědnost za nahrávaný obsah. To znamená, že poskytovatel služby musí mít pro daný obsah buď zakoupenou licenci od majitele práv, anebo musí začít využívat nástroje pro automatické rozpoznávání obsahu, které v součinnosti s majiteli práv zabrání opakovanému porušení jejich práv nepovoleným šířením obsahu na hostingové platformě.

186. > Podobná technologie pro automatické rozpoznávání obsahu funguje již několik let v rámci platformy YouTube. Majitelé práv registrují záznamy hudebních děl v systému **Content ID** a tím je zabráněno tomu, aby na šíření jejich díla vydělával někdo jiný. Pokud obsah zpřístupní na hostingové platformě někdo, kdo není majitelem práv, je majitel práv informován o možném porušení práv a může se rozhodnout pro smazání obsahu nebo pro jeho monetizaci prostřednictvím reklamy. Podobnou technologii (Audible Magic) využívají i platformy Facebook, Twitch či Vimeo.
187. • **Výše autorské odměny za užití hudby poskytovatelem streamovací služby je proměnlivá** v závislosti na několika faktorech: 1) na typu služby (sazba stanovená sazebníkem kolektivního správce OSA za užití hudebního díla se liší v závislosti na tom, zda se jedná o poskytovatele předplacené služby hudby na vyžádání (10 % z ceny předplatného bez DPH či 8 % z koncové ceny stažené nahrávky bez DPH) či poskytovatele bezúplatné služby pro přehrávání hudby přerušované reklamou (12 % z hrubých příjmů poskytovatele služby získaných z monetizace chráněného obsahu reklamou); 2) na počtu aktuálních předplatitelů služby či na objemu příjmu poskytovatele streamovací služby z reklamy ve sledovaném období; 3) na chování uživatelů služby ve sledovaném období, resp. na počtu přehrávání splňujících minimální délku přehrávání v rozsahu desítek vteřin podle typu služby (více než 20 vteřin u Apple Music a více než 30 vteřin u Spotify) ve sledovaném období (čím vyšší je počet přehrávání skladeb od různých autorů a interpretů, tím nižší je odměna pro autory a interprety přehrané jednotlivé skladby vypočítaná z ceny předplatného).
188. • Uživatelské chování předplatitelů služby je ve velké míře ovlivněno **doporučovacími algoritmy**. Uživatelé mohou kromě interaktivní funkcionality streamovací služby umožňující aktivní vyhledávání a přehrávání jimi preferovaného obsahu využít rovněž automaticky sestavené playlisty, jejichž poslech se podobá poslechu hudby vysílané v rádiu. Vzhledem k tomu, že se jedná o rozšířenou uživatelskou praxi, je výše odměny pro umělce závislá z velké části na tom, zda je jeho či její skladba zařazena na automaticky či editorsky sestavovaných playlistech.
189. • Kritici obchodního modelu streamovacích služeb upozorňují na to, že férovost přerozdělování odměn nezávislým hudebníkům a hudebním vydavatelům za digitální užití jejich hudby může být narušena tím, že poskytovatel hudební online služby **zařadí na jím kontrolované playlisty skladby (typicky bez vokální složky) z vlastní produkce**, k jejichž komponování

finalizace zprávy (prosinec 2021) na samotném začátku legislativního procesu. Vláda ČR předložila sněmovně návrh zákona dne 4. 11. 2021. Poslancům byl pak návrh zákona rozeslán jako tisk 31/0 dne 11. 11. 2021. Detaily projednávání návrhu zákona jsou dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/historie.sqw?o=9&t=31>.

využije údaje o vkusových preferencích předplatitelů služby. Ohroženi jsou touto praxí především nositelé práv skládající a interpretující hudbu v kategoriích, jako jsou piano, relax, chill, jazz.¹³²

190. • **Český hudební obsah je limitován jazykovou bariérou**, která znemožňuje vysoké počty poslechů české hudby na globálních streamovacích službách, a tudíž i vysoké výdělky z digitální distribuce. Výjimkou je žánr vážné hudby a jazzu, kde jazyková složka nehraje při poslechu tak významnou roli. Nicméně česká hudba čelí i v rámci těchto žánrů velké celosvětové konkurenci v poslechovosti.
191. • Komunikační partneři, kteří koncertují převážně v zahraničí, upozornili rovněž na **slabou schopnost kolektivních správců (INTERGRAM, OSA) monitorovat ve spolupráci se zahraničními kolektivními správci offline užití jejich děl v zahraničí a vybírat příslušné autorské odměny**.¹³³ Hudebníci tak čelí vysokým časovým a administrativním nákladům při výkonu vlastního monitoringu a reklamaci opomenutých výběrů odměn. Autoři, kteří mají nakladatele, jsou při výběru odměn na zahraničním trhu úspěšnější, protože nakladatel má obvykle v dané zemi pobočku či partnera, který užití hudby monitoruje a reklamuje přímo v dané zemi.
192. • Rozúčtování odměn podle počtu přehrání nahrávky bez ohledu na délku jejího trvání **upřednostňuje krátké hudební nahrávky** (k tomu více viz následující odd. 4.3.1.2).
- 4.3.1.2 Vliv ekonomie streamovacích služeb na hudební produkci

193. Algoritmy streamovacích hudebních služeb, které při rozúčtování odměn kalkulují s počty přehrání (v minimální délce, která se u streamování hudebních skladeb pohybuje v řádu desítek vteřin), započítávají poslech hudebního celku (nahrávky) bez ohledu na jeho délku. Tento způsob rozúčtování odměn podle počtu přehrání skladby v předepsané minimální délce poslechu **zvyšuje skladby populární hudby v typické délce 3 minut oproti dílům klasické hudby s typickou délkou trvání 15 minut** či experimentální hudbě (viz např. hodinu trvající orchestrální skladba *Mother* v žánru drum and bass britského hudebníka Goldieho). Přičemž odměna za poslech alba je poskytovatelem streamovací služby rozúčtována podle poslechu jednotlivých nahrávek, resp. album představuje z pohledu digitální distribuce playlist sestavený samotným umělcem. Informanti upozorňují, že v případě nahraného alba na platformu YouTube systém

132 V minulosti bylo upozorněno na několik podobných případů: Ingham, Tim, *Spotify Is Making Its Own Records... and Putting Them on Playlists*. *Music Business Worldwide*. 31. 8. 2016.

133 Dle zástupců OSA je neefektivní výběr licenčních odměn způsoben špatným výkonem kolektivní správy některými zahraničními organizacemi a odlišnou právní úpravou v příslušné zemi. Monitoring užití hudebních děl může pro zahraniční organizace kolektivní správy představovat zbytečně vynaložené transakční náklady v případě, že na jimi spravovaném území působí větší počet kolektivních správců licencujících odlišný hudební repertoár. Na základě reklamací autorů OSA zahraniční správce oslovuje a žádá řešení chybějící odměny. Tento problém se týká offline užití hudebních děl, protože licencování českého repertoáru pro online užití v zahraničí a výběr a rozúčtování odměn probíhá přímo mezi kolektivním správcem OSA a poskytovatelem online hudebních služeb působících v zahraničí (YouTube, Facebook, TikTok, Spotify aj.) bez nutnosti spolupráce se zahraničními kolektivními správci. Jedná se mj. o důsledek politiky Evropské komise a směrnice o kolektivní správě (2014/26/EU), která prosazuje licencování online repertoáru namísto teritoriálního licencování (tedy princip, podle kterého jeden kolektivní správce, případně licenční hub či přímo hudební nakladatel, licencuje celý svůj repertoár hudební online službě pro celou EU nebo pro celý svět).

rozúčtování odměn nerozlišuje, zda album obsahuje větší počet nahrávek, a jeho přehrání je tudíž kalkulováno jako přehrání jednoho (dlouhého) videa.

194. Ekonomie streamovacích služeb proto motivuje hudebníky ke skládání kratších skladeb. Na druhé straně poskytovatelé těchto služeb omezují alba s vysokým počtem nahrávek, protože předpokládají, že jejich nízká stopáž je účelová, aniž by tomu tak skutečně muselo být.
195. Hudebníci produkují a propagují jednotlivé hudební skladby postupně také z toho důvodu, aby si udrželi **celoroční pozornost fanoušků** a mohli skladby v rámci nabídky streamovacích služeb jednotlivě monetizovat. Hudebníci buď vydávají jeden či dva singly před vydáním celého alba, anebo uvádějí do katalogů streamovacích služeb postupně jednotlivé skladby a později je skládají do alba, které je pak monetizováno formou digitálního prodeje či prodeje fyzických nosičů.
196. Informanti upozorňují na tendenci skládat **generickou hudbu odpovídající typickým parametřům skladeb na vybraném playlistu**. Tato tvůrčí strategie se týká především instrumentální hudby. Cílem tvůrců je zvýšit poslechovost skladby a tím i šance na monetizaci skladby v rámci nelineární digitální distribuce.

I 4.3.2 Lineární digitální distribuce hudebního obsahu

197. V důsledku zákazu či omezení hromadných akcí (např. koncertních vystoupení a festivalů) a opakovaného uzavírání obchodů a služeb (např. hudebních klubů, restaurací, provozoven obchodů a služeb) v průběhu roku 2020 došlo k výraznému **poklesu licenčních odměn pro autory za veřejné provozování jejich děl**, které vybírá kolektivní správce OSA. Zatímco v roce 2019 pořadatelé oznámili OSA na základě seznamů užitých hudebních děl 36 970 koncertů, v roce 2020 bylo oznámeno 21 090 koncertů. V celkovém úhrnu OSA v roce 2020 obdržel za veřejné provozování hudby (živá hudba, reprodukováná hudba, kina, jukeboxy) poloviční částku oproti předchozímu období, konkrétně o 328 650 000 Kč méně (přičemž OSA upozorňuje, že pokles bude ve výsledku ještě vyšší, protože v roce 2021 vrací uživatelům uhrazené autorské odměny vážící se ještě k předchozímu roku 2020). Zatímco v roce 2019 činily inkasované autorské odměny za živé provozování hudby 199 221 000 Kč, v roce 2020 činily příjmy OSA ze živé hudební produkce pouze 94 869 000 Kč. V oblasti příjmů z licencování živých hudebních produkcí tudíž došlo k meziročnímu poklesu o 52 % (o 104 352 000 Kč). Příjmy za licence poskytnuté provozovatelům kin se meziročně propadly dokonce o 59 %.¹³⁴
198. Tento **pokles autorských odměn vybraných z veřejného provozování hudby nedokázal kolektivní správce v roce 2020 kompenzovat výběrem licenčních odměn v oblasti vysílání a online médií** (celkově 572 539 000 Kč), přestože zde došlo k meziročnímu nárůstu inkasa o 22 % (tj. o 102 707 000 Kč). Výrazně inkasně rostl segment internetu a mobilních sítí, jehož postupný růstový trend epidemická krize ještě více posílila. Meziroční nárůst inkasa tohoto segmentu dosáhl (převážně díky internetovému streamingu) podle údajů OSA 29 669 000 Kč, což představuje skokové navýšení o 57 %.

134 OSA, Ročenka OSA 2020, s. 58–65.

199. Součástí **příjmů z online užití hudby byly i příjmy ze streamování živých hudebních vystoupení na dostupných platformách**, které v epidemickém roce 2020 často nahrazovalo zrušená veřejná koncertní vystoupení. Tento zdroj příjmu založený na dobrovolném příspěvku byl podle výpovědí informantů relativně funkční především v první vlně protiepidemických opatření, na která lidé reagovali solidaritou s umělci postiženými zákazem koncertních vystoupení.
200. Vzhledem k rychlému nástupu epidemie neměli interpreti čas na vývoj nové platformy a **využívali k webcastingu převážně stávající platformy, sociální sítě či odkaz na streamovací platformu YouTube** vnořené na domovské stránce přenášející živý koncert. Pro organizátory zpoplatněných online koncertů (na kterých se hrála hudební díla zastupovaných autorů) stanovil OSA sazbu autorských odměn ve výši 6,5 % z ceny vstupného. V případě, že k online přenosu živého vystoupení hudební skupiny došlo na individuální webové stránce či platformě, s jejímž poskytovatelem OSA nemá uzavřenou standardní licenční smlouvu, bylo povinností organizátora koncertu vypořádat ve spolupráci s OSA práva zastupovaných autorů. U koncertů (resp. skladeb zastupovaných autorů), které byly streamovány na zavedených platformách (YouTube, FB, Instagram), a to buď zdarma, anebo s možností dobrovolného příspěvku interpretům, se kolektivní správce OSA řídil sazebníkem autorských odměn pro užití hudebního díla poskytovatelem bezúplatné online služby. Při ohlašování hraných skladeb nebyl proto odlišen živý online přenos hudby od přehrání hudby na vyžádání a nelze přesně vyčíslit nárůst autorských odměn za webcasting v rámci kategorie online užití hudebních děl.

▪ 4.3.2.1 Webcasting

201. Hudebníci i organizátoři živých přenosů se shodují, že **prožitek živého koncertního vystoupení nelze jeho online přenosem plnohodnotně nahradit**. Přenos živých koncertů v době krize plnil především funkci **společenskou** (umožnit členům kapely se potkat a podílet se na tvůrčí činnosti), **kulturní** (zprostředkovat divákům umělecké vystoupení a umožnit jim virtuální kontakt s oblíbeným umělcem), **psychologickou** (psychicky podpořit členy českých domácností v době krize), **propagační** (ve vztahu k budoucím živým vystoupením hudebníků po skončení pandemické krize či ve vztahu k návštěvníkům festivalu či hudebního klubu, využití pořízeného audiovizuálního záznamu k vlastní propagaci) a **v zásadní míře ekonomickou** (umožnit hudebníkům a podpůrným technickým profesím získat v době, kdy nebylo možné pořádat koncerty, alespoň nějaké příjmy).
202. Hudebníci, kteří se rozhodli realizovat webcasting během epidemické krize,
- využili služeb silného **technologického partnera** (např. bezúplatně poskytované platformy internetové televize MALL.TV; více k tomu viz odd. 4.3.2.3);
 - využili spolupráci s hudebním vydavatelstvím a provozovateli **hudebního klubu** pořádajícího webcasting;
 - spolupracovali s **partnerem**, který formou sponzoringu pokryl náklady spojené s realizací živého online přenosu;
 - hradili náklady spojené s online přenosem z **vlastních zdrojů a výnosů** (ať už formou prodeje virtuálních vstupenek, či dárcovských příspěvků);
 - čerpali **dotiční podporu** pro streamování přidělovanou státní správou či samosprávou.

203. Provozovatelé hudebních klubů, kteří využili možnosti streamování, disponovali **vlastním nahrávacím studiem** a infrastrukturu klubu měli zařízenou jako multifunkční prostor pro uspořádání nejen koncertů, ale také společenských akcí, jako jsou firemní večírky, přednášky, promítání, školení aj. (např. klub Knak Teplice). Další variantou byla **spolupráce** mezi hudebním klubem, který poskytl prostor a technický personál, hudebníky a **televizním a filmovým studiem** zajišťujícím živý online přenos (např. Rock Café, U Staré Paní, Jazz Dock). Výhodu vybudovaného technického zázemí a personálu proškoleného pro realizaci živého televizního či online přenosu koncertního vystoupení dokládá příklad České filharmonie.

Tabulka 12: Česká filharmonie

Česká filharmonie vybudovala s finanční pomocí Ministerstva kultury v letech 2018 až 2019 ještě před nástupem epidemie vlastní televizní studio v Rudolfinu pro účely pořizování audiovizuálních záznamů koncertních vystoupení, které se následně objevují v programové nabídce televizních stanic a streamovacích služeb videa na vyžádání doma i v zahraničí. V době epidemie využívala Česká filharmonie existenci tohoto technického zázemí a personálu proškoleného k živému streamování svých koncertů prostřednictvím internetové platformy YouTube, profilů na sociální síti Facebook (ať už vlastních, či partnerských – Česká televize, Český rozhlas, Česká spořitelna, Škoda Auto, Bachtrack, The Violin Channel, vybrané zahraniční koncertní domy), prostřednictvím komerčních VOD služeb (Deutsche Grammophon Stage, medici.tv, Takt1) či ve vysílání České televize, která plnila roli generálního mediálního partnera. Během jarní epidemické vlny 2020 byly tyto koncerty určeny pro benefiční účely na bázi dárcovského příspěvku. Během epidemické vlny na podzim 2020 a na jaře 2021 sloužila streamovaná vystoupení především jako náhrada za zrušená vystoupení předplatitelům a majitelům vstupenek, kteří měli ale zároveň možnost požádat o vrácení vstupného. Streamování plnilo v době epidemie především kulturní a společenskou funkci. Filharmonie zaznamenala nárůst fanoušků na sociálních sítích (u sociální síti Facebook vzrostl jejich počet v roce 2020 o jednu třetinu na 35 000). Do budoucna plánuje Česká filharmonie kromě živých vystoupení také natáčení koncertů a monetizaci nahrávek na domácím i zahraničním televizním trhu a v rámci zahraničního trhu služeb videa na vyžádání (TVOD a SVOD). Streamování koncertů či zveřejnění záznamu vystoupení na platformě YouTube (AVOD) a sociálních sítích bude plnit spíše doplňkovou propagační funkci, jejímž cílem bude oslovit také zahraniční či mimopražské publikum.

204. V praxi byla streamovaná koncertní vystoupení poskytována převážně **bezúplatně** (a sloužila propagačním účelům) nebo byla monetizována formou **dobrovolného dárcovského příspěvku** či prostřednictvím **nákupu virtuální vstupenky**. Některé subjekty se vzhledem k finanční náročnosti streamování rozhodly pro natáčení záznamu hudebních videí a jejich monetizaci formou modelu videa na vyžádání za jednorázovou platbu. Zavedení nové monetizační strategie formou obchodního modelu TVOD v době epidemie dokládá projekt Universo 1704 pražského barokního orchestru a vokálního souboru Collegium 1704.

Tabulka 13: Collegium 1704

Pražský barokní orchestr **Collegium 1704** spustil v prvním březnovém týdnu v roce 2021 na svém webu novou online platformu **Universo 1704**, na níž uvádí premiéry vlastních videokoncertů spojujících interpretaci klasických hudebních děl s atraktivitou lokací v České republice a Německu, kde byly v průběhu podzimních měsíců 2020 a začátkem roku 2021 pořizovány audiovizuální záznamy koncertů. Záznamy koncertů kladou důraz na propracovanou hudební a vizuální stránku, která je zachycena prostřednictvím pohyblivé umělecké kamery soustředící se nejen na unikátní místo, ale také na detailní záběry interpretů. Cílem natáčení bylo napodobit a alespoň částečně nahradit divácký zážitek ze živého představení. Videoobsah nabízený na platformě (v době rozhovoru se jednalo celkem o 12 koncertů) má oproti běžnému fyzickému koncertu (90 minut) kratší formát (do 45 minut) z důvodu udržení divácké pozornosti. Od přímého přenosu prostřednictvím streamování upustilo vedení Collegia 1704 z důvodu nižší vizuální kvality, množství konkurujících online přenosů a upřednostnění dostupnosti kvalitního záznamu na vyžádání před možností online sledování koncertního vystoupení v reálném čase jeho konání.

Online přístup k videokoncertům je zpoplatněný (3 eura za možnost zhlédnutí obsahu po dobu tří dnů nebo 5 eur za stažení obsahu a trvalou možnost jeho přehrání přes platformu Vimeo) a videa jsou dostupná na platformě Vimeo. Inspirací pro využití online platformy byly audiovizuální služby na vyžádání DAFilms a Aerovod nabízející českým divákům dokumentární a umělecky zaměřené filmy formou služby videa na vyžádání. Collegium 1704 jednalo se zástupci Aerovodu i DAFilms o možnosti odkoupení nebo využití jejich platform a zvažovalo také naprogramování a správu vlastní platformy. Z důvodu vysokých nákladů na provoz a technické zabezpečení se nakonec rozhodlo využít zahraniční online platformu Vimeo. Výhodou platformy Vimeo oproti platformě YouTube je podle představitelů Collegia 1704 editorská kontrola nad nabídkou obsahu a možnost jeho monetizace formou uhrazení jednorázového poplatku (nikoli formou reklamy). Mezi nevýhody patří potřeba založení účtu, absence české lokalizace a nemožnost platby za obsah v českých korunách. Chybějící jazyková lokalizace a platba v zahraniční měně je překážkou především pro starší české posluchače. Nemalou část publika Collegia 1704 tvoří ovšem posluchači ze zahraničí.

Cílem vzniku platformy bylo udržet kontakt s publikem, zachovat spolupráci se členy souboru, podpořit interprety a zajistit jim – vzhledem k tomu, že byli bezprostředně postiženi zákazem veřejných kulturních akcí – částečný příjem. V neposlední řadě vytvořilo Collegium 1704 online knihovnu projektů, které z důvodu vysokých finančních nákladů na realizaci studiových nahrávek v takovém množství nemohou vydat ve spolupráci s hudebním vydavatelstvím na fyzických nosičích. Díky rozsáhlé síti kontaktů na zahraniční poskytovatele televizního a rozhlasového vysílání začalo vedení Collegia 1704 jednat o licencování audiovizuálních záznamů koncertů se SVOD službou TV Qwest nabízející kurátorovaný umělecký obsah (záznamy koncertů, dokumentární filmy, rozhovory s tvůrci apod.), který je dostupný předplatitelům v řadě evropských i mimo-evropských zemí. Vznik projektu a natáčení hudebních videí byly podpořeny z grantových prostředků Ministerstva kultury, Magistrátu hlavního města Prahy a Česko-německého fondu budoucnosti.

Projekt Universo 1704 je podle vyjádření vedení souboru ekonomicky nevýdělečný a nemůže sloužit jako trvale udržitelná a plnohodnotná náhrada živého vystoupení. Nicméně vedení Collegia 1704 plánuje platformu využívat k uchování záznamů koncertů, které nejsou vydány na fyzických nosičích, monetizovat nabídku videokoncertů na platformě Vimeo a realizovat prodej distribučních práv SVOD službě Qwest.

205. Při uzavírání smluvních ujednání či neformálních ústních dohod (především v případě majitelů hudebních klubů) ohledně streamování živého koncertního vystoupení nečelili provozovatelé klubu ani pořadatelé festivalu žádným specifickým překážkám. V případě, že se jednalo o autory zastupované OSA nebo hrané skladby nebyly vlastní tvorbou hudebníků, ohlásili pořadatelé kolektivnímu správci seznam hraných skladeb za účelem odvedení standardizovaného poplatku za veřejnou produkci registrovaného hudebního díla.

206. **Neformalnost smluvních ujednání či slabé právní povědomí umělců** však v některých případech vedlo k **nevýhodně nastaveným smluvním podmínkám mezi umělcem a provozovatelem webcastingu**, který byl rovněž výrobcem audiovizuálního záznamu. Příkladem je smluvní ujednání, které výrobcí záznamu umožňuje jeho případný prodej třetí straně, aniž by na prodeji měl finanční podíl vystupující interpret.

▪ 4.3.2.2 Výhody webcastingu

207. Mezi výhody živého přenosu patří **možnost oslovení širšího - nového či zahraničního - publika**, jehož členové by se za normálních okolností koncertu nemohli zúčastnit kvůli vzdálenosti koncertního místa od místa jejich bydliště. Nicméně vzhledem k tomu, že webcasting plní primárně funkci propagační ve vztahu k živému koncertování, je smysluplný především u cílové skupiny nacházející se v **teritoriu, kde hudebníci vystupují či plánují vystupovat**. Propagace české hudební produkce, ať už formou lineární, či nelineární digitální distribuce, se zacílením na zahraniční trhy je podle informantů relevantní především u artificiální hudby, jejíž export je snazší než u hudby s textem písně v českém jazyce.

208. **Dostupnost záznamu koncertního vystoupení** na streamovacích službách i po skončení živého přenosu následně **zvyšuje počet zhlédnutí**. Bezúplatné streamování umožňuje rovněž zhlédnutí té části programu festivalu, kterou by si návštěvníci za normálních okolností neposlechli, a přispívá k lepšímu hudebnímu rozhledu. **Propagační a konzervační funkci** plní rovněž záznam přenosu, který může být prostřednictvím streamovací služby trvale zpřístupněn dalším zájemcům.

209. Provozovatelé klubů plánují po skončení omezení živého hraní **využít vybudovanou technologickou infrastrukturu pro příležitostné přímé přenosy a především pro záznamy živého vystoupení či nahrávání**, které mohou hudební skupiny využít ke své propagaci a při jednání s promotéry a pořadateli festivalů a koncertů. Provozovatelé bez technologické infrastruktury pro živý přenos plánují návrat k živému hraní a dočasnou spolupráci na živých přenosech s audiovizuálními produkčními společnostmi chápou jako přechodné řešení krizové situace.

210. Jak provozovatelé klubů, tak i organizátoři festivalů si jsou vědomi toho, že **streamování nemůže nahradit živý kontakt** mezi kapelou a publikem. Prožitek virtuálního koncertu není natolik komplexní a plnohodnotný, aby mohl nahradit fyzickou přítomnost posluchače na místě. Pro hudebníky bylo **náročné a nezvyklé hrát v prázdném prostoru** klubu či koncertního sálu **bez interakce s publikem** (hudebníci například nemají při online přenosu možnost slyšet reakce či zpěv diváků) a **bez emočního zaujetí** a přenosu emocí mezi nimi a publikem. Další nezvyklostí

streamování je **blízkost kamery**, která snímá detaily hudebníkova vzhledu a jeho stylu hraní. Hudebník tak při streamování ztrácí svou intimní zónu, kterou disponuje při nestreamovaném koncertním vystoupení.

211. Méněcennost „virtuálního“ prožitku při sledování online koncertu oproti „reálnému“ prožitku z návštěvy koncertu se někteří hudebníci a spolupracující firmy zajišťující online přenos snažili mírnit **větší interaktivitou**, která spočívala v gamifikaci a možnosti komunikace mezi hudebníky a online publikem.

Tabulka 14: Tata Bojs

Příkladem je interaktivní online koncert skupiny **Tata Bojs**, jehož přenos zajišťovalo z Divadla v Celetné kreativní studio Brainz Studios. Diváci měli možnost hlasovat o oblíbené písní před koncertem i v jeho průběhu, telefonicky navádět jednu z kamer, přepínat mezi kamerami snímajícími scénu, prostřednictvím speciální webové stránky reagovat přednastavenou formou potlesku, pískání či obdivu. Samotná scéna pak byla tvořena obří stěnou LED obrazovek a monitory rozestavenými v divadelním sále přenášejícími připojené diváky, aby umožnila hudebníkům vizuální kontakt s publikem.

▪ 4.3.2.3 Nevýhody webcastingu

212. Výhodou živého vystoupení je fyzická přítomnost návštěvníka na místě koncertu, bezprostřední estetický zážitek a interakce jak s hudebníky, tak i dalšími návštěvníky koncertu (tanec, rozhovory, konzumace nápojů, navazování nových vztahů aj.). Tyto aspekty online přenos koncertního vystoupení postrádá. Z těchto důvodů je webcasting informanty považován za nedokonalou náhradu koncertních vystoupení v době, kdy není možné koncertovat.
213. Další nevýhodou webcastingu je jeho **technická a finanční náročnost**. Kvalitní webcasting vyžaduje produkční zázemí a technický tým nebo podporu silného partnera, který pokryje náklady spojené s využitím služeb externí produkční společnosti. V tomto ohledu sehrála během epidemické krize v České republice významnou úlohu internetová televize MALL.TV, která umělcům poskytla bezúplatně své produkční zázemí a technický personál pro online přenosy živých vystoupení.

Tabulka 15: MALL.TV

Internetová televize **MALL.TV** nabídla v reakci na protiepidemická omezení kulturních veřejných akcí umělcům (hudebníkům, divadelníkům, tanečnickům, spisovatelům aj.) své produkční zázemí a personál pro online přenos kulturních akcí. Vznikl projekt #kulturažije, který prostřednictvím stejnojmenné webové platformy nabízel zájemcům večerní online přenosy divadelních představení, hudebních či tanečních vystoupení, rozhovory s populárními spisovateli či autorská čtení. Program živého online vysílání bylo možné v pravidelné časy sledovat na platformě MALL.TV, v mobilních a smart TV aplikacích. Záznamy jednotlivých představení byly na platformě dostupné po celou dobu mimořádných opatření. Sledování online přenosů či záznamů nebylo zpoplatněno a diváci měli možnost podpořit jednotlivé účinkující finančním

příspěvkem libovolné výše prostřednictvím dárcovské platformy Donio (některé hudební skupiny později nahradily model dobrovolného finančního daru pevně stanovenou cenou virtuální vstupenky). MALL.TV omezila v důsledku projektu #kulturažije natáčení týdenních formátů a v reakci na diváckou poptávku zařadila nové pořady, jako například *Cvičí celé Česko*. Spolupráce mezi MALL.TV a umělci měla tři možné podoby: umělci mohli poslat MALL.TV záznam svého představení či vystoupení k vysílání; kulturní akce byla vysílána společně jak umělci, tak i MALL.TV prostřednictvím převzatého vysílání; produkční tým MALL.TV realizoval natočení a vysílání kulturní akce. Do projektu se zapojila celá řada umělců (např. Čechomor, Tři sestry, Kapitán Demo, Mňága a Žďorp, Barbora Poláková aj.). Spolupráce mezi MALL.TV a umělci probíhala ve většině případů na základě ústní neformální dohody. Zatímco MALL.TV se stala majitelem zvukově obrazového záznamu a její povinností bylo nahlásit kolektivnímu správci OSA hraný hudební repertoár, umělci udělili MALL.TV souhlas s přenášením živého přenosu a na oplátku mohli monetizovat svůj obsah prostřednictvím vybraných finančních příspěvků od diváků. V souvislosti s rozvolněním protiepidemických opatření v první polovině roku 2021 pak MALL.TV projekt #kulturažije utlumila.

Výše vybraných darovaných příspěvků závisela na kvalitě obsahu, rozsahu fanouškovské základny a propagaci živého přenosu (k přenosům s největším počtem zhlédnutí – 166 714 – patřil koncert skupiny Mňága a Žďorp uskutečněný 18. 4. 2020 a výše vybraných příspěvků přesáhla půl milionu korun). Celkem se v období od 13. 3. do 29. 6. 2020 vybralo téměř 10 milionů korun a internetová televize MALL.TV realizovala 250 živých přenosů. Počet zhlédnutí na všech zapojených kanálech byl k 29. 6. 2020 téměř 4,5 milionů a počet sdílení na sociálních sítích k 10. 6. 2020 činil 26 272. Financování přenosů zajišťovala MALL.TV bez nároku na podíl z vybraných příspěvků. Přestože obchodní model MALL.TV je založen na reklamě vložené ve volně dostupných videích (např. televizních seriálech, pořadech aj.), živé přenosy kulturních vystoupení a představení nebyly v souladu s nekomerční povahou projektu reklamou přerušovány. Ekonomicky se proto jednalo o ztrátovou činnost. Náklady na živý přenos (cca osm milionů korun) částečně pokryla MALL.TV grantem Ministerstva kultury a města Praha (cca půl milionu korun) a sponzorskými dary od partnerů projektu (příspěvky v hodnotě statisíců a celkově přibližně jeden milion korun). Zbylou částku doplácela MALL.TV. Sponzoři projektu byli v podpoře zdrženliví, protože inzertní trh byl zasažen nejistotou z budoucího vývoje a nejednalo se o živé kulturní představení, ale o online přenos s nejistým výsledkem.

Motivací produkčního týmu MALL.TV ke spolupráci s umělci nebyl finanční zisk, ale snaha propojit umělce a publikum v době zákazu veřejných kulturních akcí a pomoci umělcům v krizovém období zajistit si alespoň částečný příjem. Přínosem projektu pro MALL.TV byla pozitivní mediální pozornost, kterou díky projektu MALL.TV získala. V krizovém období vytvořila MALL.TV otevřenou a nízkoprahovou platformu, která umělcům v oblasti živé kultury umožnila nabídnout svou tvorbu v kvalitním audiovizuálním provedení online publiku a monetizovat ji formou finančních darů. MALL.TV vytvořila v krátkém čase po omezení kulturního života v zemi nízkoprahovou a otevřenou online platformu s uživatelským obsahem pro publikum, které nemělo možnost účastnit se živých kulturních akcí, a formou online přenosů umožnila propojení umělců s jejich publikem.

214. Rovněž **příprava hudebníků na streamovaný přenos je časově náročnější** než příprava na nepřenášený živý koncert, protože kromě zvukové zkoušky je třeba naučit hudebníky hrát pro kamery a zajistit nezpožděný a kvalitní online přenos obrazové a zvukové složky. Některé online přenosy (především z počátku epidemie) realizované z obývacího pokoje hudebníků a s pomocí

playbacku (jako například zakoupeného orchestrálního základu pro hudební symfonii) vyžadovaly kromě zapojení základního technického vybavení rovněž časově náročnou **digitální úpravu orchestrálního pozadí** (jeho zrychlení či zpomalení) pro účely sólové interpretace skladby.

215. Webcasting hudebního repertoáru čelí rovněž problému, že ho sleduje relativně **konstantní skupina fanoušků**, a proto ho nelze opakovat tak často jako například koncerty (od pátku do neděle) či koncertní turné pro **různé skupiny posluchačů** v různých místech. V této souvislosti informanti upozorňují na **neopakovatelnost a jedinečnost zážitku z návštěvy festivalu či koncertního vystoupení** v kontrastu s **unifikovaným prožitkem při opakovaném sledování** streamovaného vystoupení stejné hudební skupiny.
216. I2: *„Jako je to asi v pohodě podívat se na internetu na koncert, ale já myslím, že lidi se podívají na jeden koncert tý kapely a pak už nebudou potřebovat vidět další. Když jdou lidi na ten koncert naživo, tak jdou pětkrát na stejnou kapelu, protože vždycky to je trochu jinak a vždycky tam jsou třeba jiný kamarádi, je to v jiným klubu, s jiným zvukem, je to festival, je to malej klub, je to divadlo a myslím, že ty koncerty naživo vždycky byly spíš o tom zajít s kámošema někam jinam než do hospody a ten koncert byl taková třešnička na dortu.“*
217. V neposlední řadě čelí streamovaný živý přenos **konkurenci celé řady záznamů jiných hudebních vystoupení** (např. slavných hudebních skupin hrajících před publikem), které jsou dostupné na platformách pro sdílení online obsahu a zájemce je může v rámci domácího sledování upřednostnit, protože zážitek z fyzické účasti na živém koncertu je při domácím sledování zcela irelevantní.¹³⁵ Především v průběhu podzimní epidemické vlny si informanti všímají **poklesu zájmu o streamované koncerty** na straně diváků. Ten si vysvětlují – kromě nižší intenzity a komplexity prožitku při sledování virtuálního vystoupení – **nárůstem počtu streamovaných hudebních vystoupení**, a tudíž vyšší online celosvětovou konkurencí, a **digitální únavou** publika, jehož členové tráví před obrazovkou monitoru velkou část svého pracovního času a ve svém volném čase potřebují odpočívat jiným způsobem. V širším kontextu konkurují hudebnímu obsahu rovněž další typy mediálních obsahů (filmy, seriály, sportovní přenosy, počítačové hry apod.), které jsou sdělovány přes obrazovky počítačových monitorů či televizorů.
218. Na nedostatek zájmu o živý přenos elektronické hudby upozornili rovněž dýdžejevé. Pokles zájmu je podle nich způsoben povahou **taneční hudby, jejíž poslech předpokládá tanec v prostorách tanečních klubů** či na festivalech, nikoli poklidnou recepci v domácím prostředí před obrazovkou monitoru. Rovněž organizátoři hudebních festivalů upozorňují na to, že digitální přenos nemůže plnit roli plnohodnotné náhrady za **jedinečný festivalový zážitek**, jehož součástí je nejen kvalitní poslech a výhled na hrající hudebníky, ale také vzájemné setkávání účastníků, navazování nových vztahů, společná zábava, konzumace alkoholu či pobyt mimo domácí prostředí.

135 Výjimkou jsou pokusy o zprostředkování záznamu hudebního vystoupení či divadelního představení pomocí technologie virtuální reality, které nepřenesou pouhý záznam živého představení, ale usilují o umocnění diváckého prožitku fyzické přítomnosti na místě, kde se odehrává živé kulturní představení. Více k tomu viz případová studie projektů Brainz Music House a Breljando realizovaných kreativním studiem Brainz Studios v odd. 4.3.3.

219. II: *„Ale jinak to [online koncert] je prostě nuda. Vy to máte prostříhaný nějakýma zákulisníma záběrama. Já ve všech těch šatnách byl, tam pro mě není nic zajímavýho. Já bych radši cejtil, jaký parfém má holka vedle mě, než koukal na to, jak vypadá stůl s chlebičkama v šatně a jak vypadá ten koncert, když prostě to nezažiju, že tam prostě začne hrát basa a vám to úplně stlačí tričko.“*
220. Na druhé straně však může snaha o udržení divácké pozornosti při sledování streamovaného přenosu prostřednictvím speciálních záběrů kamer snímaných s pomocí bezpilotního letadla nebo důrazem na vizuální stránku přenosu, speciální efekty a artistické výkony umělců paradoxně **odvádět diváka od podstaty hudebního koncertu** či festivalu: od poslechu hudby.
221. Hudebníci a pořadatelé streamovaných koncertů vážné, ale i elektronické hudby upozorňují na problém s **blokováním živého přenosu interpretace skladby** na platformách YouTube, Facebook či Twitch, jejichž technologie pro rozpoznávání obsahu (Content ID, Audible Magic) tyto interpretace mylně identifikují jako již existující a registrované hudební nahrávky těchto děl, které jsou vlastnictvím hudebních vydavatelství. Režim podání protioznámení (žádosti o obnovení videa) problém neřeší, protože dochází k přerušení živého přenosu a vyřízení žádosti trvá zpravidla několik dnů. U streamovací platformy Twitch, kterou využívali především dýdžejové a producenti elektronické hudby, docházelo k přerušování živého online přenosu reklamou.
222. Další komplikací související se streamováním interpretace skladby vážné (orchestrální) hudby byly **vysoké licenční odměny**, které požadovala za svolení s interpretací těchto skladeb zahraniční nakladatelství, neboť si zřejmě nepřála, aby interpretace díla byla následně dostupná na online platformách volně k poslechu. Jejich monetizace je totiž založena primárně na koncertním provedení v konkrétním čase a místě s omezeným počtem posluchačů. Organizátor streamovaného přenosu musí rovněž **zajistit souhlas výkonných umělců** (například členů orchestru) se zpřístupněním jejich uměleckého výkonu formou online přenosu či formou zpřístupňování vlastního audiovizuálního záznamu, a jelikož se často jedná o honorovanou položku, zvyšují se tím náklady projektu o licenční odměny.
223. U streamovaných interpretací autorsky chráněné hudby **odvádějí interpreti část příjmů (6,5 %) z prodaných vstupenek kolektivnímu správci OSA**, který zastupuje interpretované autory (ty zahraniční na základě recipročních dohod s kolektivními správci v jejich zemi), proto živé online přenosy chráněných děl nejsou pro některé interprety či organizátory online koncertu finančně zajímavé. Jakékoli užití autorských děl však obecně podléhá svolení nositelů práv (a tudíž i uzavření licenční smlouvy a platbě autorské odměny) a nejedná se tudíž o problém, který by byl specifický pro webcasting.
- 4.3.2.4 Ekonomické aspekty webcastingu
224. Mnozí informanti upozorňují na **finanční nákladnost** online přenosu a na nepoměr mezi investovanými prostředky, úsilím a časem na jedné straně a výdělkem na straně druhé. Od streamovaného vystoupení umělci neočekávají primárně ekonomickou návratnost (přestože pro řadu z nich tvořily příjmy od fanoušků jediný a důležitý zdroj příjmu v době protipandemických opatření),

ale **propagaci své tvorby a růst fanouškovské základny**. Nutnou podmínkou pro úspěšný webcasting je proto jeho dostatečná propagace a kvalitní technické provedení.

225. Z ekonomického hlediska je streamování koncertního vystoupení výnosné v případě, že se jedná o **unikátní událost** v globálním kontextu (např. o premiéru orchestrální skladby), která má potenciál zaujmout i mezinárodní publikum, popř. publikum v teritoriu, kde hudebníci plánují koncertní vystoupení. Streamování živých koncertních vystoupení tedy není distribuční ani propagační strategií, kterou by v budoucnosti chtěli využívat pořadatelé menších hudebních produktů pro lokální publikum s chybějícím technologickým zázemím pro realizaci webcastingu.
226. Vzhledem k tomu, že streamovaný živý koncert není plnohodnotnou náhradou živého vystoupení, je online přenos koncertního vystoupení jako náhrada za živé vystoupení pro hudebníky v dlouhodobém horizontu **ekonomicky nevýhodným modelem**. I kdyby totiž byla výtěžnost streamovaného vystoupení jednorázově stejná jako příjem interpretů z jednoho živého vystoupení, další streamovaný koncert nebude mít již stejný ekonomický efekt, protože se vyčerpá zájem online publika. Sledování streamovaného přenosu totiž není na rozdíl od návštěvy živého koncertního vystoupení geograficky omezeno, zatímco koncertní strategie většiny hudebních skupin je postavena na sérii vystoupení před lokálním publikem (obyčejně od čtvrtka do soboty) na různých místech České republiky.
227. Provozovatelé hudebních klubů uvádějí, že finanční příjem či grantová podpora dokázaly obyčejně pokrýt nanejvýš náklady na realizaci online přenosu (včetně mzdových nákladů na technické pracovníky a hudebníky), ale nebyly pro provozovatele hudebních klubů a hudebníky ve většině případů výtěžné. **Důvody realizace živého online přenosu nebyly primárně ekonomické, ale společenské, kulturní a marketingové**. Provozovatelé hudebního klubu se prostřednictvím živého přenosu připomněli svým návštěvníkům a zajistili alespoň částečný příjem umělcům a technickému personálu.
228. Pořadatelé monetizovaných streamovaných koncertních vystoupení čelili **ekonomické nejistotě**, zda si virtuální vstupenku zakoupí dostatečný počet diváků, protože zájemci kupují vstupenky z důvodu časové flexibility až v den konání přenosu. Této nejistotě čelili hudebníci odstupňovanou cenou vstupného v závislosti na časovém předstihu nákupu.
229. **Finanční nákladnost a technická náročnost webcastingu** a nemožnost plnohodnotně nahradit zážitek ze živého hraní virtuálním prožitkem pak mnohé hudebníky, organizátory festivalů či provozovatele hudebních klubů od živých online přenosů odradila. Technická náročnost webcastingu se pojí se zajištěním kvalitního ozvučení, obrazového přenosu (snímání hrající kapely větším počtem kamer včetně pohyblivé kamery), osvětlení, dostatečně silného internetového připojení a přípravou webového rozhraní, sociální sítě či online platformy, na které bude živý přenos vysílán. Příkladem dobré praxe je v tomto ohledu dosud (leden 2022) fungující projekt Televize Naživo, který dokázal při webcastingu hudebního vystoupení akcentovat unikátní vizuální a akustický aspekt koncertu a jedinečnost lokace (více k tomuto projektu viz odd. 5.3.4.3).

▪ 4.3.2.5 Využití webcastingu v budoucnosti

230. Hudební interpreti a výrobci hudebních či audiovizuálních nahrávek čelí především **finanční náročnosti** zajištění kvalitního webcastingu či pořízení kvalitního a esteticky atraktivního audiovizuálního záznamu a **jeho monetizace**, zatímco příjmy z lineární distribuce a distribuce formou hudby či hudebního videa na vyžádání jsou v poměru k vynaloženým nákladům ve většině případů relativně nízké.
231. Někteří hudebníci využívali streaming vybraného repertoáru z koncertního vystoupení přes sociální sítě již před vypuknutím epidemie jako **propagační nástroj** pro členy publika, kteří se nemohli koncertu fyzicky zúčastnit. Informanti předpokládají, že technologie streamování bude po skončení epidemie plnit právě tuto úlohu propagačního nástroje a bude cílit na publikum, které se – ať už z časových důvodů, v důsledku omezené kapacity koncertního místa, či kvůli velké vzdálenosti od koncertního místa – nemůže koncertu či festivalu zúčastnit.
232. Hudební skupiny začaly streamování využívat rovněž k **virtuálnímu nácviku hraní skladby** v případě, že osobní setkání na hudební zkoušce je logisticky obtížné či v důsledku omezení volného pohybu nemožné.
233. Někteří interpreti začali v době epidemie experimentovat s online přenosy svých zkoušek a skládání hudby prostřednictvím **streamovací platformy Twitch**, kterou v současnosti využívají především hráči počítačových her pro vysílání svého hraní. Hudebníci si od webcastingu hudební zkoušky slibují navázání a upevnění užšího kontaktu s (globální) komunitou fanoušků, jejich zapojení do skládání a nahrávání hudebního díla a zpětnou vazbu. Interpreti během epidemie rovněž začali využívat **nové sociální sítě**, jako například TikTok, pro propagaci své tvorby, rozšíření fanouškovské základny a hledání inspirace.

I 4.3.3 Inovace v distribuci hudebního obsahu

234. Inovaci v distribuci hudebního obsahu představuje **využití technologie virtuální reality** pro vytvoření nového virtuálního prožitku koncertního vystoupení. O tuto inovaci se v českém kontextu zasadila kreativní agentura Brainz Studios.

Tabulka 16: Brainz Studios

Reklamní a kreativní agentura **Brainz Studios** využila technologii virtuální reality pro vytvoření virtuálních hudebních vystoupení (projekt Brainz Music House) a virtuálních divadelních představení (projekt Brejlando). Cílem projektu nebylo pouze přenést záznam kulturního představení a napodobit zážitek ze živého vystoupení prostřednictvím streamovací technologie, ale využít specifických možností nového média virtuální reality a zprostředkovat divákovi jedinečný a specifický estetický zážitek sledování hudebního koncertu či divadelního představení ve virtuální realitě.

Prakticky projekt fungoval na základě reinscenace divadelního představení či hudebního vystoupení ve spolupráci s divadelními či filmovými režiséry s využitím možností virtuální reality: divadelní divák se díky

stereoskopickému záznamu (360stupňovému formátu natáčení) přesouvá z obvyklé pozice v hledišti do středu děje a stává se jeho součástí; hudební fanoušek má možnost dostat se do společného prostoru – například do nahrávacího studia – s hudební skupinou a slyšet oblíbenou hudbu zevnitř. Estetický zážitek ze sledování virtuálního představení či vystoupení charakterizují autoři projektu jako zážitek na pomezí filmového, divadelního a snového prožitku. Virtuální prožitek má v divákovi vzbudit pocit, že se fyzicky nachází na místě, kde se odehrává divadelní představení či hudební zkouška, a dát mu zapomenout, že ve skutečnosti sleduje záznam v domácím prostředí. Virtuální realita vyvolává zdání interakce, která je posílena a) možnostmi otáčení se, b) ambisonickým záznamem zvuku, který umožňuje jeho prostorové rozprostření podle natočení diváka, c) herci či hudebníky natočenými čelem k divákovi či d) postavou vševědoucího vypravěče, který k divákovi promlouvá a zapojuje ho do děje. Limitem virtuálního prožitku je prozatím nemožnost pohybu ve virtuální realitě, toto omezení by však mohlo být odstraněno technologickým pokrokem, resp. volumetrickými kamerami umožňujícími pohyb diváka ve snímaném prostoru.

Autoři projektu se setkali se třemi různými reakcemi ze strany hudebního a divadelního sektoru. V rámci hudebního sektoru to byl převážně nezáměr, který lze vysvětlit existující digitální distribucí hudby přes streamovací služby, stěžejním postavením živých hudebních koncertů v ekonomii hudebního průmyslu a marginální rolí ostatních zdrojů příjmu, mezi které patří rovněž digitální distribuce. V rámci divadelního odvětví se autoři projektu kromě pobouření a odmítnutí ze strany tradičně smýšlejících divadelníků setkali rovněž s nadšeným souhlasem se spoluprací v pandemické době a ochotou experimentálně rozvíjet novou formu divadelního zážitku.

Monetizace projektu byla založena na nákupu vstupenky, která umožňovala jednorázové zhlédnutí virtuálního představení ve výpůjčkovně v Praze nebo zapůjčení brýlí pro virtuální realitu s nahraným obsahem na jeden den. Vzhledem k relativně omezenému lokálnímu trhu a nízké vybavenosti českých domácností brýlemi pro virtuální realitu (ty jsou v běžné populaci využívány převážně fanoušky počítačových her) není projekt finančně samoudržitelný a vyžaduje spolupráci marketingového a komerčního partnera. Spolupráci s pražskými divadly finančně podpořilo hlavní město Praha.

235. Další inovací v distribuci hudebního obsahu je **simulace hudebního festivalu formou počítačové hry**, kterou připravili pořadatelé festivalu Rock for People.

Tabulka 17: Rock for People

Organizátoři (Ameba Production) jednoho z největších rockových festivalů v České republice **Rock for People** připravili v reakci na zákaz hromadných akcí gamifikovanou online verzi festivalu: festival odehrávající se formou počítačové hry **Rock for People in the Game**, která byla vytvořena přímo pro hudební festival (čímž se projekt liší od mezinárodních virtuálních hudebních festivalů, které byly zakomponovány do již vytvořených herních světů Fortnite, Minecraft nebo Roblox). Pořadatelé postavili ve spolupráci se softwarovými vývojáři ze společnosti Confer-O-Matic, specializující se na vývoj softwaru pro pořádání online konferencí, herní kopii festivalového areálu v Hradci Králové, kde se festival v letních měsících běžně odehrává. Pro virtuální festival byla využita již existující platforma, kterou Confer-O-Matic používá pro firemní online eventy a konference.

Majitelé vstupenek mohli herní aplikaci spustit v naplánovaném datu a čase (31. ledna 2020 od 18 hodin do konce oficiálního programu o půlnoci, přičemž mnozí zůstali v herním světě déle), a to z kapacitních důvodů celkem ve třech paralelně probíhajících herních světech. Cena festivalové vstupenky byla 150 Kč, pro majitele vstupenek na původně plánovaný fyzický festival však činila pouze 30 Kč. Účastníci si po zaplacení vstupenky a stažení herní aplikace vytvořili vlastního avatara, tj. postavu, kterou ovládali a mohli s ní volně procházet virtuální festival z pohledu třetí osoby (kamera se pohybovala za zády herní postavy; viz např. hra Mafie), mohli sledovat záznamy vystoupení účinkujících hudebních skupin na různých jevištích nebo se setkávat a interagovat s ostatními návštěvníky festivalu prostřednictvím webové kamery a mikrofonu v chatovacích zónách rozmístěných po virtuálním areálu. Virtuální prostředí festivalu bylo ozvláštněno gamifikačními prvky (soutěže, možnost létání nad festivalem a zhlédnutí festivalu z ptačí perspektivy, hledání skrytého pódia, návštěva bludiště). Návštěvníci mohli rovněž nakupovat upomínkové předměty, zhlédnout výstavu či se nechat společně vyfotit před logem festivalu. Vystupující hudební skupiny připravily pro online festival kratší patnáctiminutové exkluzivní koncertní sety či videoklipy. Tyto záznamy byly na jednotlivých pódii spouštěny podle programu. Po skončení koncertního setu měli účastníci čas přejít k jinému pódium a tyto přestávky byly zpestřovány přímými vstupy pořadatelů ze studia MALL.TV.

Projekt byl propagován především prostřednictvím sociálních sítí a médií. Zájem návštěvníků virtuálního festivalu (celkově se prodaly 3 000 vstupenek) překonal očekávání organizátorů, kteří museli vytvořit dva herní světy s dostatečnou technickou kapacitou pro hráče. Cílem uspořádání virtuálního festivalu bylo poděkování fanouškům, kteří již měli zakoupené vstupenky na zrušený fyzický festival, nicméně je nevrátili, a umožnit interakci návštěvníků, kterou neumožňuje webcasting. Kromě webkamer a mikrofonů mohli hráči komunikovat i reakcemi herní postavy. Virtuální festival podle organizátorů nemůže sloužit jako trvalá náhrada fyzického festivalu. Předvídají nicméně v budoucnosti využití hybridních forem festivalu, které rozšiřují zážitek z návštěvy živé akce a umožňují bezbariérovou účast zájemců, kteří jsou fyzicky vzdáleni či upřednostňují pohodlí a bezpečí domova. Mezi negativní aspekty virtuálních přenosů řadí organizátoři fyzickou zátěž pro lidský organismus, kterou představuje delší sledování online přenosu před obrazovkou počítače (absence pohybu, elektromagnetické záření), a absenci přímého lidského kontaktu.

236. K inovacím v oblasti pořádání živých koncertních vystoupení patří rovněž uspořádání **drive-in festivalu** Art Parking v Pražské tržnici agenturou Art Prometheus.

Tabulka 18: Art Parking

Art Parking byl multižánrový pandemický festival, který spočíval v pořádání živých kulturních vystoupení a kinoprojekcí pro diváky, kteří je sledovali v bezpečí vlastního automobilu. Během epidemie proběhly dva ročníky festivalu. V roce 2020 organizátoři uspořádali během dubna sérii koncertních vystoupení, divadelních představení a kinoprojekcí. První ročník navštívilo 11 000 automobilových diváků. V roce 2021 proběhlo celkem šest hudebních koncertů s celkovým počtem přibližně 1 200 návštěvníků (350 aut). Inspirací pro vznik drive-in festivalu byla americká autokina. Cílem bylo zprostředkovat divákům v automobilech sdílený prožitek živého vystoupení a upozornit na existenci a podstatu živé kultury. Během festivalu bylo možné objednat si do automobilu občerstvení a zvuk byl přenášen prostřednictvím zapůjčeného reproduktoru nebo přes přijímač zapojený do autorádia. Pořadatelé festivalu jsou skeptičtí vůči streamování živých kulturních vystoupení. Art Parking byl jedinou živou kulturní akcí během protiepidemických opatření, proto byl zájem

diváků poměrně vysoký. Festival měl i dobrou mediální pozornost (dokonce i ze strany zahraničních médií). Formát festivalu není nicméně z ekonomického hlediska soběstačný, a tudíž není trvale udržitelný. Prodej vstupenek pokryl 60 % nákladů festivalu. Ostatní náklady byly uhrazeny pomocí sponzoringu a grantové podpory (především ze strany Ministerstva kultury ČR). Náklady prvního ročníku se pohybovaly v nižších řádech milionů, náklady druhého ročníku nepřekročily milion korun. Technická příprava zahrnovala standardní stavbu koncertního jeviště s velkou LED obrazovkou pro kinoprojekci. Nejobtížnějším faktorem organizace festivalu bylo vyřešení parkovacího pořádku a nastavení optimální výšky pódia, na které návštěvníci mohli vidět ze svých automobilů. Projekt byl omezen na dobu trvání protiepidemických opatření a organizátoři neplánují jeho další pokračování po skončení epidemie. Podle organizátorů může mít v budoucnu mladší publikum s řidičským průkazem zájem o jednorázové sledování filmových projekcí z automobilů jako ozvláštnění filmového zážitku; u hudebních koncertů šlo o zástupné řešení, jehož funkčnost byla podle organizátorů během epidemie posílena zvykem poslouchat hudbu v automobilu. Pro divadelní představení se jedná o nejsložitější formát: pro umělce není snadné navázat interakci s divákem. Festival ukázal, že dobře fungují stand up a pouliční představení. Klasická činohra si naopak získávala pozornost publika obtížně. Zájem publika o divadelní představení byl v porovnání s ostatními kulturními akcemi nižší, což organizátoři přičítají nezvyklému formátu.

II 4.4 STRUKTURNÍ PROBLÉMY ČESKÉHO HUDEBNÍHO PRŮMYSLU

237. Komunikace zástupců sdružení zastupujících aktéry hudebního průmyslu (hudební interprety, autory hudby, pořadatele festivalů, provozovatele klubů, navazující technické profese aj.) s Ministerstvem kultury ČR ohledně nastavení státní podpory zasaženému sektoru ukázala, že:
238. • **Ministerští úředníci nemají data a informace** o subjektech činných v hudebním průmyslu (zvláště v jeho nedotované části), specifických podmínkách jejich profese a fungování hudebního průmyslu, návaznosti řady neuměleckých profesí na uměleckou produkci a ekonomickém přínosu hudebního sektoru pro stát a další hospodářská odvětví (tzv. multiplikační efekty).
239. • Představitelé státu **nahlízejí na kulturní aktivity jako na volnočasové aktivity bez ekonomické relevance pro fungování společnosti**, které plní v prvé řadě zábavní funkci a neslouží k uspokojení základních lidských potřeb. Kulturní produkce představuje v jejich pojetí zbytečný a luxusní statek, kterého se lze – na rozdíl od fungujícího automobilového či potravinářského průmyslu – v případě krize zřeknout. Veřejná kulturní produkce proto patřila mezi první aktivity, které byly státem zakázány, a poslední, které byly v souvislosti s ústupem epidemie povoleny. Podle reprezentantů hudebního průmyslu je třeba, aby představitelé státu změnil způsob nahlížení na kulturní provoz a začali vnímat podporu kulturního sektoru a kreativity jako ekonomickou, společenskou a kulturní investici do budoucnosti země.
240. • Představitelé státu nemají informace o nedotované hudební scéně a **vycházejí z mylného předpokladu, že stát jako zřizovatel a spolufinancovatel řady hudebních těles podporuje sféru živé hudby**. Zapomíná se přitom na **sféru nedotované** (státem nezřizované)

hudební scény, která je v nekrizové době na příspěvcích státu nezávislá, tj. samoudržitelná, a tvoří patrně většinu obratu hudebního průmyslu.

241. • **Komunikace zaváděných a rušených protiepidemických opatření** byla ze strany ministerstev a představitelů vlády nekonzistentní a opožděná. Přijímaná opatření byla obtížně předvídatelná, proměnlivá a byla komunikována příliš pozdě, což znemožňovalo dlouhodobé plánování, které je nezbytné například pro přípravu hudebního festivalu či koncertního vystoupení.
242. • Podle zvláštního zákona byla pořadatelům kulturních akcí (s předpokládaným termínem konání do 30. září 2021) **odložena povinnost vrátit zákazníkovi vstupné** a byla jim poskytnuta možnost nabídnout zákazníkovi poukaz na náhradní kulturní akci v hodnotě vstupného.¹³⁶ V důsledku tohoto opatření došlo k výraznému **poklesu ochoty zákazníků riskovat nákup vstupenky** na budoucí kulturní akce v předprodeji.
243. • Jednání se zástupci ministerstev odhalila rovněž **potřebu jedné silné zastřešující organizace**, která by vystupovala jménem celého hudebního průmyslu. V raných fázích jednání s představiteli státu a ministerstev byla nevýhodou hudebního sektoru jeho profesní roztržštěnost a absence zastřešujícího subjektu. Tuto roli později sehrála Česká obec hudební založená v říjnu 2020 a její iniciativa „Za živou hudbu“, které se účastnily Asociace dramaturgů v audiovizí (ADA), Asociace nezávislé hudby (ANH), Asociace promotérů a producentů v oblasti kultury (APPOK), Asociace výrobců hudebních nástrojů (AVHN), Brněnská asociace clubové hudby (BACH), Česká hudební rada (ČHR), DILIA, FESTAS – festivalová asociace, INTERGRAM (nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů), Music Managers Forum (MMF Czech Republic), Ochranný svaz autorský (OSA), Platforma českých nezávislých výrobců zvukových záznamů, z. s., Svaz autorů a interpretů (SAI).
244. Ukazuje se, že **neochota hudebníků ke kolektivnímu sdružování** v rámci profesních asociací ztěžuje jejich situaci, pokud se ocitnou v tíživé životní situaci. Vyplacení sociálního příspěvku kolektivním správcem nebo uměleckou nadací je totiž podmíněno ověřením profesního statusu žadatele. Například Nadace Život umělce poskytuje sociální příspěvek výkonným umělcům pod podmínkou, že žádost bude doprovázena vyjádřením profesní organizace.
245. V neposlední řadě epidemie odhalila slabou stránku státní podpory hudebního průmyslu ve srovnání s podporou průmyslu filmového: **absenci státního fondu, který by investoval do vzniku nových hudebních děl a jejich distribuce**. V době krize plnil Státní fond kinematografie v rámci audiovizuálního sektoru kromě informační role ohledně státní podpory především roli koordinační a stabilizační, protože kreativním profesím, producentům a navazujícím profesím poskytl záruku pokračující podpory vývoje a výroby filmových děl (pod podmínkou dodržení zavedených hygienických opatření). Kromě toho počátkem roku 2021 vyhlásil speciální výzvu,¹³⁷ která přímo

136 Zákon č. 247/2020 Sb., o některých opatřeních ke zmírnění dopadů epidemie koronaviru označovaného jako SARS CoV-2 na oblast kulturních akcí.

137 Mimořádná výzva Státního fondu kinematografie (2021-6-1-9) Projekty producentů, distributorů a provozovatelů kin zaměřené na výzkum a inovace v proměňujícím se prostředí audiovizí.

reagovala na potřeby producentů, distributorů a kin, vyvolané pandemickou situací, ale nepokryté jinými zdroji státní podpory.

246. Někteří z informantů upozornili na špatnou informovanost o nabídce podpory výkonným umělcům a autorům ze **sociálních fondů**, které spravují kolektivní správci. Dále byla kritizována **netransparentnost** rozdělování podpory ze sociálního fondu v době epidemie a podpora **mainstreamových** umělců. Sociální fondy kolektivních správců jsou financovány z vybraných neadresných odměn (tj. odměn, u nichž nelze určit, kterému umělci konkrétně náležejí, jako například odměny z nenahraných nosičů). Z příjmu zastupovaného umělce se obvykle jedná o částku v rozmezí desetin procenta (0,05 až 1 %).¹³⁸
247. Obecným problémem hudebního průmyslu nejen v České republice, ale na celém světě je na jedné straně vysoká míra **dostupnosti hudebního obsahu** na streamovacích službách a na straně druhé velmi **nízké příjmy umělců z digitální distribuce**. Tento fenomén je v odborné literatuře označován jako problém hodnotové propasti (tzv. *value gap*). Značná část hudebníků je proto závislá především na příjmech z koncertních vystoupení a prodeje reklamního zboží fanouškům. Digitální distribuce slouží především jako nástroj propagace hudebníků a jejich koncertních vystoupení. Digitální revoluce přispěla k větší demokratizaci a přeshraniční dostupnosti hudebního obsahu prostřednictvím streamovacích služeb, ale nedokáže většině umělců zajistit adekvátní příjem. Digitalizace hudebního průmyslu oslabila postavení hudebních vydavatelství, posílila postavení poskytovatelů streamovacích služeb, přispěla ke změně spotřebitelské praxe (kdy prodej fyzických nosičů s hudebním obsahem byl nahrazen jeho stahováním z downloadingových služeb a v současnosti dochází k jeho streamování prostřednictvím služeb hudby na vyžádání) a posílila **ekonomickou nerovnost** mezi malým počtem globálně známých a úspěšných hudebníků na jedné straně a velkým počtem méně známých a lokálních interpretů na straně druhé. Masmédia a především digitální média totiž posilují efekt tzv. *superhvězdy*,¹³⁹ tj. formují hudební trh podle principu „vítěz bere všechno“, což dokládají některé zahraniční empirické studie.¹⁴⁰
248. Nerovnoměrné přerozdělování odměn umělcům poskytovateli služeb hudby na vyžádání je podle kritiků způsobeno **modelem pro rata**, který upřednostňuje nejpopulárnější hudebníky s nejčastěji poslouchaným repertoárem oproti ostatním. Diskutovaný alternativní model výpočtu odměny stanovuje odměnu z měsíčního předplatného na základě podílu skladeb hudebníka na celkovém počtu skladeb, které si konkrétní uživatel v daném měsíci přehrál. Podle výzkumu porovnávacího dva soupeřící modely výpočtu odměny pro umělce by nahrazení stávajícího modelu *pro rata* **alternativním modelem soustředěným na uživatelské chování** zvýšilo příjem umělců s méně poslouchanými skladbami a snížilo odměny umělců s nejvíce poslouchanými skladbami

138 K problematice poskytování sociálních, kulturních a vzdělávacích služeb organizacemi kolektivní správy a potřeb českých umělců viz Leška, Rudolf – Tomčík, Michal – Zahradka, Pavel, Sozial-, Kultur- und Bildungsdienstleistungen der tschechischen Verwertungsgesellschaften aus der Perspektive ihrer Benefiziaten. In: Zill, M. – Klingner, S. – Fischer, G. (eds.). *Monopole im Medienindustriellen Komplex? Verwertungsgesellschaften gestern, heute, morgen*. Marburg: Büchner Verlag, 2022 (v tisku).

139 Rosen, Sherwin, *The Economics of Superstars*. *American Economic Review*. 1981, roč. 71, č. 5, s. 845–858. Nově také Elberse, Anita, *Blockbusters: Why Big Hits – and Big Risks – Are the Future of the Entertainment Business*. New York: Faber & Faber, 2013.

140 Ordanini a Nunes ve svém výzkumu dokládají, že poté, co Apple v roce 2003 zpřístupnil svůj portál iTunes široké veřejnosti, daří se stále menšímu počtu umělců umístit se v hitparádách singlů v USA. Viz Ordanini, Andrea – Nunes, Joseph C., *From Fewer Blockbusters by More Superstars to More Blockbusters by Fewer Superstars: How Technological Innovation Has Impacted Convergence on the Music Chart*. *International Journal of Research in Marketing*. 2016, roč. 33, č. 2, s. 297–313.

(především populárních umělců s menší fanouškovskou základnou, jejíž členové skladby poslouchají opakovaně). Změny v příjmu by se výrazně nedotkly populárních umělců se širokou fanouškovskou základnou napříč spotřebitelskými segmenty, jejíž členové jejich skladby poslouchají méně často.¹⁴¹ Výše uvedené odlišné spotřebitelské vzorce jsou charakteristické i pro některé **hudební žánry**. Ze změny modelu pro výpočet odměny by proto těžili především hudebníci reprezentující menšiny, ale i některé populární hudební žánry (klasická hudba, hard rock, blues, pop rock, disco, rock, pop, jazz, folk, metal, funk). Příjmy z digitální distribuce by naopak poklesly hudebníkům reprezentujícím široce oblíbené žánry, jako jsou rap, hip hop, afrobeat, new age, R&B, trip hop, reggae.¹⁴²

249. V rámci živého online přenosu vysílání koncertních vystoupení prostřednictvím platform pro sdílení online obsahu či sociálních sítí se hudebníci potýkají s problémem **blokování legálně šířeného obsahu**, který je z důvodu domnělého porušení autorských práv odstraněn technologiemi pro automatické rozpoznávání obsahu. Mechanismus zpětné nápravy formou podání protioznámení není v této souvislosti funkční, protože hodnota online přenosu předpokládá možnost kontinuálního (tj. nepřerušovaného) sledování.
250. Hudebníci rovněž upozorňují na špatné fungování domácích organizací kolektivní správy ohledně **monitorování a výběru licenčních odměn za offline užití jejich hudby na zahraničních trzích**.
251. Technická a finanční náročnost zajištění webcastingu v době epidemické krize zdůraznila úlohu a přínos flexibilního, finančně silného a technologicky vybaveného partnera, který vystupujícím umělcům dokáže poskytnout potřebné technické zázemí pro online přenosy koncertních vystoupení bez nároku na podíl na zisku. Tuto veřejně prospěšnou úlohu sehrávala v českém kontextu komerční internetová televize MALL.TV. Z její iniciativy vznikl projekt #kulturažije, který prostřednictvím stejnojmenné webové platformy nabízel zájemcům večerní online přenosy divadelních představení, hudebních či tanečních vystoupení, rozhovory s populárními spisovateli či autorská čtení. Záznamy jednotlivých představení byly na platformě dostupné po celou dobu mimořádných opatření. Tuto veřejně prospěšnou úlohu mohla nicméně v podstatně větší míře sehrát **Česká televize jakožto oficiální médium veřejné služby**, pokud by disponovala **nízkoprahovou online platformou pro uživatele vytvářený obsah**. V praxi by to znamenalo, že uživatelé (např. soukromé osoby, kulturní a vzdělávací instituce, sportovní kluby) by mohli prostřednictvím webového rozhraní na platformu nahrávat vlastní obsah. Předpokladem pro vytvoření veřejného digitálního prostoru je zjednodušení a standardizace procesu uzavírání licenčních dohod (licenční ujednání s jednotlivými tvůrci by byla finančně a časově

141 Více k tomu viz Muikku, Jari, Pro Rata and User Centric Distribution Models: A Comparative Study. *Digital Media Finland*. 30. 11. 2017.

142 Více k tomu viz studie modelující data z roku 2019 o spotřebitelském chování francouzských předplatitelů služeb Spotify a Deezer: Centre National de la Musique, Music Streaming: Impact of UCPS Settlement Model. Leden 2021. Podle studie by změna modelu přerozdělování odměn umělcům způsobila pokles příjmu (o 17,2 %) u deseti nejvíce poslouchaných umělců (v průměru by byla roční odměna pro aktéry hodnotového řetězce, tj. pro distributora, vydavatele, výkonné umělce, připadající na jednoho umělce o 457 422 eur nižší). Podstatnější nárůst odměn by naopak zaznamenali umělci patřící mezi 11 až 100 nejposlouchanějších hudebníků (nárůst odměny pro aktéry hodnotového řetězce v průměru o 9 005 eur na jednoho umělce), mezi 101 až 1000 (nárůst odměny pro aktéry hodnotového řetězce v průměru o 2 511 eur na jednoho umělce). Pro umělce na nižším pořadí poslouchatosti (1 001 až 10 000, 10 001 a víc) by byl roční nárůst odměn relativně zanedbatelný (průměrný nárůst o 39 eur, resp. o méně než 10 eur).

nákladná), standardizované formáty obsahu a redakční dohled. Příkladem dobré praxe ze zahraničí je rakouský veřejnoprávní poskytovatel televizního a rozhlasového vysílání ORF, který na svém online portálu umožnil nahrávání uživatelsky vytvářeného obsahu (viz např. série domácích sportovně instruktážních videí *Wir bewegen Österreich*). Výhodou této otevřené veřejnoprávní platformy je oproti komerčním platformám skutečnost, že nabízený obsah nepropojuje s reklamou a nemonetizuje získané údaje o chování uživatelů.

■ 5. FILM

II 5.1 HODNOTOVÝ ŘETĚZEC – PRODUKCE A DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE AUDIOVIZUÁLNÍCH DĚL

252. Hodnotový řetězec audiovizuálního díla je ovlivněn strukturou trhu – v domácích podmínkách především **fragmentarizací výrobního sektoru a absencí silných producentských firem** nebo vertikálně integrovaných studií.
253. Audiovizuální díla v podmínkách českého trhu vznikají a šíří se několika základními způsoby, které se liší jednak typem díla (seriál, film), jednak skladbou a vzájemným postavením hlavních aktérů (především majoritních a minoritních koproducentů, respektive zadavatele a zhotovitele zakázky).

I 5.1.1 Fáze vývoje a výroby

254. V nejběžnějším případě hraného celovečerního filmu na začátku vzniká scénář ve spolupráci scenáristy, producenta a režiséra. V podmínkách českého filmu je častější autorovo partnerství s producentem již ve fázi vývoje (k psaní scénářů bez producenta sice dochází, ale lze odhadovat, že tyto scénáře se dostávají do výroby méně často, než je tomu v případě producentských projektů) a také sloučení nebo překrytí funkcí scenáristy a režiséra (tj. režisér natáčí vlastní scénář, případně scénář přepisuje).
255. Financování vývoje je při absenci větších producentských firem velmi obtížné, a to zvláště v případě, kdy producent musí část projektů ve vývoji zastavit. **Producenti si nemohou dovolit vložit do projektu v rané fázi prostředky, které by umožnily delší práci na verzích scénáře a na průzkumu realizace**, nemluvě o možnosti odpisu investic do nerealizovaných projektů. Klíčovou roli proto hrají granty na vývoj poskytované Státním fondem kinematografie nebo evropským programem MEDIA a v menší míře i investice vysílatelů do vývoje ve spolupráci s nezávislými koproducenty (tzv. co-development).
256. Na malém a z hlediska exportu periferním trhu je **obtížné sestavit finanční plán pouze ze soukromých zdrojů**. Zvláště producenti artových filmů se proto ucházejí o **podporu z veřejných fondů** (např. Státního fondu kinematografie, jeho protějšků v zahraničí, regionálních fondů a evropských podpůrných programů Eurimages a MEDIA Creative Europe) a o koprodukční účast vysílatel veřejné služby (Česká televize). Tyto veřejné prostředky následně doplňují o finanční prostředky získané **předprodejem** (kinodistribučních, vysílacích a online) práv distributorům,

vysílatelům a VOD službám. Protiplněním za tyto předprodeje (tzv. *pre-sales*) je pro poskytovatele práv získání licenční odměny, která má buď povahu minimální garance (tedy nevratné zálohy na budoucí podílovou odměnu), nebo paušální částky (bez další podílové odměny), přičemž tato odměna koresponduje s očekávanými budoucími příjmy nabyvatele licence z časově omezeného uvádění titulu v jednotlivých distribučních oknech a teritoriích. Čistě komerční projekty čerpají z veřejných zdrojů obvykle jen tzv. pobídky Státního fondu kinematografie (vratka 20 % z uznatelných nákladů utracených při produkci audiovizuálního díla na území ČR) a sestavují finanční plán z předprodejů práv, případně koprodukčního vkladu soukromého vysílatele, z prodeje product placementu a příležitostně z vkladů soukromých investorů.

257. Televizní a VOD pořady (pro účely této zprávy se soustředíme zvláště na filmy a hrané seriály, které vedle reklamy tvoří jádro činnosti nezávislých producentů v audiovizi) mohou vznikat buď jako vlastní (*in-house*) produkce, kam spadá i varianta zakázkové produkce realizované pro výrobce externím zakázkovým výrobcem bez podílu na právech, anebo na bázi koprodukce, kdy se vysílatel nebo VOD služba dělí s nezávislým producentem o práva a tržby (výnosy).

I 5.1.2 Distribuce a předvádění

258. Ve srovnání s většími západními filmovými a televizními trhy je vliv nezávislé producentské společnosti v hodnotovém řetězci po ukončení výroby slabší a někdy se zcela vytrácí. Znamená to, že producenti mnohdy přenechávají řízení prodeje v jednotlivých distribučních oknech distributorům. U zahraničních prodeje stále častěji vstupují do vztahu mezi producentem a zahraničními distributory obchodní zástupci (v průmyslové praxi běžně označovaní jako tzv. **sales agenti**), kteří znají zahraniční trhy lépe než producent, dokážou oslovit nejvhodnější partnery a mají vybudováno jisté mezinárodní renomé. Sales agenti také vytvářejí festivalovou strategii a s pomocí svých kontaktů titul nabízejí festivalům, jež jsou pro artové producenty a tvůrce stále důležitější distribuční platformou svého druhu, protože nabízejí příležitost nejen k propagaci, networkingu a zvýšení prestiže, ale i k rozšíření publika a v některých případech k doplňkovým výnosům z festivalových poplatků za projekci. **Distribuční okna**, oddělená časovými odstupy (tzv. *holdbacky*), po sobě následují v pořadí upřednostňujícím kanály, jež nabízejí nejvyšší mezní příjem a možnost propagace: kina, fyzické nosiče a TVOD, placená televize (tzv. *pay TV*) a SVOD, celoplošná neplacená televize (tzv. *free TV*) a AVOD/FVOD. Výnosy z jednotlivých distribučních oken se dělí mezi aktéry podle pravidel zakotvených v koprodukčních, investičních a licenčních smlouvách.
259. Ačkoli ekonomická role kinodistribuce v hodnotovém řetězci historicky postupně klesá, **kinopremiéra je stále důležitým zdrojem příjmů a propagace před prodeji v dalších distribučních oknech** (byť v čistě finančním smyslu již většinou – s výjimkou hitů – nepokryje více než minimální garanci nebo náklady na samotnou distribuci). Televizní pořady mají samozřejmě premiéru v televizním vysílání. **Filmy a seriály produkované přímo službami VOD** se v českých podmínkách donedávna objevovaly jen omezeně: s výjimkou společnosti HBO Europe (která provozuje VOD službu HBO GO a své tituly uvádí souběžně i na svých placených televizních kanálech) zahraniční VOD služby ještě nezahájily systematickou výrobu filmů či seriálů v češtině, a tak většina původní online produkce spadala do kategorie AVOD (webseriály a jiné formáty neplacených

internetových televizí jako Stream, MALL.TV atd.). Tato situace se v současnosti mění díky nové strategii komerčních vysílatelů Prímy a Novy, které aktuálně točí i seriály, jež budou uvedeny primárně v jejich VOD službách. S ohledem na vývoj v okolních zemích (především v Polsku) lze také očekávat brzké zahájení systematictějších investic Netflixu a dalších nadnárodních SVOD portálů do původního českého obsahu.

I 5.1.3 Vliv pandemie COVID-19 na digitální distribuci

260. **Kinodistribuce a kina byly protipandemickými opatřeními zasaženy výrazně více než filmová a televizní produkce.** Ta byla reálně pozastavena jen na začátku pandemie na jaře roku 2020, od května 2020 se pak obnovila s přísnými hygienickými a samoregulačními opatřeními (doprovázenými příslušnými vícenáklady) a k přerušení nedošlo ani během následujících lockdownů. Obraty v nezávislém audiovizuálním produkčním sektoru sice mezi lety 2019 a 2020 poklesly o 1,7 mld. Kč (přes 20 %), největší ztráty však zaznamenaly segmenty reklamy a zahraničních zakázek, kde nerealizované projekty brzy nahradily jiné projekty nadnárodních VOD služeb (Netflix, Amazon), jež se předhánějí v navyšování vlastní produkce. Naproti tomu produkce českého filmu poklesla „jen“ o 322 milionů Kč, což je méně, než producenti očekávali.¹⁴³
261. První, krátkodobý dopad na distribuci **představovalo uzavření kin následované rušením a odklady premiér**, které se posléze v obdobích uvolnění začaly v kinech kumulovat a tím ohrožovat předpokládanou výši výnosů. Distributory a producenty tato situace v některých případech vedla k **částečnému přehodnocení systému distribučních oken a holdbacků**: objevily se VOD premiéry a časově omezená prémiová VOD uvedení.
262. Pandemie COVID-19 způsobila nebyvalý **růst zájmu o online služby** videa na vyžádání, a to zvláště o nadnárodní SVOD služby. Podle pravidelného šetření Českého statistického úřadu vzrostl podíl Čechů sledujících SVOD služby mezi roky 2019 a 2020 více než trojnásobně: ze 3 % na 11 % (zatímco nárůst sledování online videa včetně YouTube a dalších neplacených stránek činil jen 8 p. b. – z 51 % na 59 % – a nárůst používání sociálních sítí byl mezi těmito roky zanedbatelný). Poskytovatelé specializovaných menších VOD služeb zaměřených např. na diváky artových nebo dokumentárních filmů pak v rozhovorech deklarovali ještě výrazně vyšší nárůst uživatelů i sledovanosti jednotlivých titulů (viz kap. 5.3).
263. V tomtéž období se také radikálně **zvýšil počet českých titulů v katalozích některých nadnárodních VOD služeb**, především Netflixu a HBO GO, což lze interpretovat jako reakci na rostoucí poptávku po domácím obsahu. Zatímco na jaře roku 2019 obsahoval český katalog Netflixu jen dva domácí tituly a na podzim téhož roku 100, v roce 2021 to bylo přes 200 titulů.¹⁴⁴ Ačkoli drtivá většina z nich není zařazena do žádného zahraničního katalogu Netflixu a ačkoli při jejich prodeji podle neoficiálních informací dosud převládají tzv. *package deals* (prodeje balíčků levných titulů českými distributory Bontonfilmem a AQS, kteří vůči Netflixu a dalším streamovacím službám fungují jako agregátoři práv), pro hodnotový řetězec domácí audiovizuální produkce a distribuce

143 Asociace producentů v audiovizí, Bilanční zpráva APA – 2019 a 2020. Praha: APA, 2021 (shrnutí zprávy viz Mediář, Filmový průmysl v Česku v roce covidu klesl o 20 %. 25. 08. 2021).

144 Viz databáze Unofficial Netflix Online Global Search 2020 (uNoGS): <https://unogs.com>.

to znamená, že **prodeje sekundárních práv VOD službám konečně začaly hrát relevantní ekonomickou roli**. Lze se domnívat, že zásadní roli v případném zvyšování cen licencí k českému obsahu hraje zájem domácích uživatelů Netflixu o české tituly. Dokazuje to například první český seriál zařazený do katalogu Netflixu *Svět pod hlavou*, který se v únoru 2021 stal nejsledovanějším seriálem portálu v ČR.¹⁴⁵

264. Nedávné dotazníkové šetření připojené k mimořádné výzvě Státního fondu kinematografie (SFKMG)¹⁴⁶ ukázalo, že producenti začali ve větší míře uvažovat o *online-only* formátech (např. webseriálech nebo seriálech a filmech určených primárně pro VOD) a usilovat o **spolupráci s VOD službami**. Příčinou tohoto trendu samozřejmě nejsou pouze změny vyvolané pandemií, ale také dlouhodobější vývoj spotřebitelských návyků, který pandemie pouze akcelerovala, a přehodnocování výrobních strategií soukromými vysílajícími. Protože se konečným držitelem práv a zároveň distributorem obvykle stává daný VOD portál, eliminuje tento typ digitální produkce tradiční aktéry (distributory, televizní vysílatele, sales agenty) a zkracuje hodnotový řetězec, z něž mohou úplně vypadnout některá distribuční okna (např. kinopremiéra, fyzické nosiče, *pay TV* nebo TVOD). Nicméně v českých podmínkách se tento licenční model ještě nestal ekonomicky významnou praxí.

II 5.2 LICENČNÍ ŘETĚZEC – DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE AUDIOVIZUÁLNÍCH DĚL

265. Základním předpokladem pro (jakoukoli) distribuci audiovizuálních děl je řádné vypořádání všech relevantních práv k duševnímu vlastnictví souvisejících s takto vyprodukovanými díly.

I 5.2.1 Relevantní způsoby užití a předměty ochrany

266. Daná práva by v zásadě měla být prvotně vypořádána již v okamžiku výroby zvukově obrazového záznamu audiovizuálního díla. Ve stručnosti zde proto úvodem rekapitulujeme základní zásady, jimiž se toto vypořádání v režimu českého autorského zákona řídí. Toto počáteční vypořádání předurčuje všechny další „distribuční osudy“ každého audiovizuálního díla.
267. **Při výrobě zvukově obrazového záznamu audiovizuálního díla je zapotřebí vypořádat především tyto tři kategorie statků** chráněných autorským zákonem:¹⁴⁷

▪ 5.2.1.1 Autorská díla

268. Do této kategorie řadíme především vlastní výsledné **audiovizuální dílo**, za jehož autora se dle § 63 odst. 1 AutZ považuje (výlučně) jeho režisér. Audiovizuální dílo je v § 62 odst. 1 definováno tak, že se jedná o „dílo vytvořené uspořádáním děl audiovizuálně užitých, ať již zpracovaných, či nezpracovaných, které sestává z řady zaznamenaných spolu souvisejících obrazů, vyvolávajících

145 Viz Flix Patrol, TOP 10 on Netflix in the Czech Republic in 2021.

146 Mimořádná výzva Státního fondu kinematografie k podávání žádostí o podporu kinematografie (2021-6-1-9) Projekty producentů firem, distributorů a provozovatelů kin zaměřené na výzkum a inovace v proměňujícím se prostředí audiovize.

147 Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů.

dojem pohybu, ať již doprovázených zvukem, či nikoli, vnímatelných zrakem, a jsou-li doprovázeny zvukem, vnímatelných i sluchem“.

269. Dále je to celá plejáda takzvaných **audiovizuálně užitých autorských děl**, která jsou do audiovizuálního díla zcela či zčásti zařazena. Z nich některá jsou vytvořena cíleně pro daný filmový projekt (například scénář, filmové kostýmy, filmová architektura) a jiná existují primárně „nezávisle“ na vytvářeném audiovizuálním díle (například knižní předloha, výňatky ze starších autorských děl, nepůvodní hudba atp.) – v autorskoprávní praxi se mluví o tzv. preexistentních dílech.
270. V případě jak audiovizuálního díla, tak autorských děl audiovizuálně užitých stanovuje autorský zákon v § 63 odst. 3, resp. § 64 odst. 2 právní domněnku, která říká, že **pokud autor příslušného díla udělil producentovi (slovy zákona: výrobci prvotního záznamu audiovizuálního díla) jakoukoli písemnou smlouvou oprávnění dané autorské dílo zařadit do (prvotního záznamu) audiovizuálního díla, udělil mu současně neomezenou a výhradní licenci k užití daného díla v rámci filmu**. To platí, není-li mezi autorem a producentem ujednáno jinak. Praxe ukazuje, že smlouvy mezi autory a producenty se zpravidla drží popsaného zákonného režimu maximálně široké licence pro producenty (výjimky se zpravidla týkají jen preexistentních děl). V autorských smlouvách, jejichž návrhy v drtivé většině případů připravují producenti, se dokonce zpravidla sjednávají různá další práva ve prospěch producentů (např. právo na výrobu pokračování, na remake, na rozhlasové a divadelní adaptace, na výrobu merchandisingových materiálů, knižní vydání atp.); ta však mohou být podmíněna nárokem na dodatečné odměny na straně autorů či jinak.
271. Významnou výjimku z popsaného zákonného režimu tvoří **hudba**.¹⁴⁸ Na hudbu se dokonce nevztahuje ani výše uvedená zákonná domněnka. Je tomu tak proto, že hudba se již tradičně v praxi vypořádává odlišně. A to tak, že při výrobě filmu producent získává k hudbě obvykle pouze tzv. **synchronizační oprávnění**, tedy právo hudbu do filmu zařadit (ve smyslu § 62 odst. 2 AutZ). **Právo hudbu dále užít** v rámci vyrobeného filmu a jeho doprovodných materiálů (např. trailerů a teaserů) je pak již řešeno nikoli producentem, ale koncovými uživateli filmu (provozovateli kin, provozovateli VOD portálů, televizními vysílateli atd.), a to skrze příslušné kolektivní správce, přičemž u nás je to Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním (OSA). **Uvedené se týká vypořádání práv k hudebním autorským dílům**.
272. Vypořádání práv k hudebním nahrávkám (tj. terminologií autorského zákona zvukovým záznamům) a k hudebním uměleckým výkonům se liší podle toho, zda záznam vzniká pro film (tehdy producent obvykle vlastní práva výrobce zvukového záznamu a licenčními smlouvami s hudebníky nabývá výhradní licenci k užití všech práv k jejich uměleckým výkonům) nebo zda je použit již starší vydaný záznam (tzv. obchodní neboli komerční snímky), kdy producent většinu oprávnění nabývá nevýhradní licenci od vydavatele záznamu, část oprávnění však přímo s uživatelem

148 Pro úplnost podotýkáme, že níže popsaný model vypořádání práv k hudbě za účelem jejího zařazení do audiovizuálních děl se týká situace v České republice. V jiných zemích světa může tento model fungovat na odlišných základech. Např. v USA je zvykem, že producent vypořádává při výrobě filmu oprávnění nejenom k synchronizaci, ale též k dalšímu užití hudby v rámci výsledného filmu; součástí smlouvy mezi producentem a autorem hudby je v takovém případě zpravidla ujednání o provozovacích honorářích pro autora a tyto honoráře následně pro autora vybírá od uživatelů kolektivní správce (v tomto případě ASCAP).

vypořádává kolektivní správce INTERGRAM (zejména v oblasti televizního vysílání a doplňkových služeb vysílatelů).

▪ 5.2.1.2 Umělecké výkony

273. V audiovizuálním díle se nejčastěji setkáváme s **uměleckými výkony herců**, kteří zpravidla reprezentují určité postavy z filmového scénáře.
274. Na umělecké výkony, které mají být zařazeny do audiovizuálního díla – tedy na umělecké výkony audiovizuálně užité – se aplikují **stejně shora zmíněné zásady, které platí pro audiovizuálně užité autorská díla** (viz § 74 AutZ).
275. Ohledně vypořádání práv k **hudebním uměleckým výkonům** platí výše uvedené.

▪ 5.2.1.3 Zvukové a zvukově obrazové záznamy

276. Při výrobě filmu nevyhnutelně vznikají zvukové a zvukově obrazové záznamy. Jde především o finální zvukově obrazový záznam celkového audiovizuálního díla (tedy filmový master záznam) a dále o dílčí zvukové a zvukově obrazové záznamy, které jsou vyráběny v průběhu produkce filmu, včetně zvukových záznamů původní hudby komponované pro dané audiovizuální dílo.
277. Ohledně všech těchto záznamů, které vznikají z podnětu a na náklady producenta (ať již přímo, nebo prostřednictvím subdodavatelů), platí, že **majetková práva k takovým záznamům jsou od počátku ze zákona vlastněna tímto producentem** (viz § 76 a § 80 AutZ). Na rozdíl od práv k autorským dílům a uměleckým výkonům tedy v tomto případě není zapotřebí uzavírat jakoukoli písemnou smlouvu se třetími osobami, a to dokonce ani v případě, že zvukové a zvukově obrazové záznamy vytváří pro producenta v zakázce subdodavatel (například externí výkonná produkce).
278. Je třeba zdůraznit, že výše uvedené principy vypořádání práv k audiovizuálním dílům platí pro všechny druhy audiovizuálních děl – tedy pro filmy hrané, dokumentární i animované, pro formáty krátké, celovečerní i pro seriálovou tvorbu –, a to bez ohledu na jejich účel. **Tyto principy se tedy v úplnosti uplatní i pro audiovizuální díla určená primárně či výlučně pro digitální distribuci.**

I 5.2.2 Články licenčního řetězce

279. Lze tedy shrnout, že **první článek v licenčním řetězci – filmový producent** – u sebe k okamžiku dokončení výroby filmu zpravidla „kumuluje“ **všechna potřebná práva ke všem druhům následné filmové distribuce a také je vykonává**. A to **s výjimkou hudby**, jejíž užití v rámci filmu je většinou zapotřebí vypořádat u kolektivních správců ze strany konečných uživatelů.
280. **Druhým článkem v licenčním řetězci je v případě audiovizuálních děl obvykle – nikoli však nutně – filmový distributor, případně i sales agent**. Pro domácí distribuci uzavírá producent zpravidla napřímo distribuční smlouvu s lokálním distributorem, pro zahraniční trhy

většinou využívá zastoupení mezinárodním sales agentem (který následně distribuční práva licenčně poskytuje zahraničním distributorům či přímo uživatelům).

281. Filmový distributor (ani sales agent) na rozdíl od producenta ze zákona nedisponuje žádnou zvláštní sadou práv. **Všechna potřebná práva k distribuci filmu nutně musí získat od filmového producenta**, a to včetně garance, že ve vztahu k hudbě bylo vypořádáno (alespoň) synchronizační oprávnění.
282. **Specifikum digitální distribuce audiovizuálního obsahu lze spatřovat v tom, že licenční smlouva mezi producentem a šířitelem digitálního obsahu (typicky VOD portálem) je častěji než u jiných druhů distribuce (vč. klasické kinodistribuce) uzavírána napřímo – tedy bez zprostředkování distributorem.** To alespoň platí pro domácí digitální distribuci, resp. pro udílení práv lokálním provozovatelům hlavních VOD portálů (v České republice například VOD portálu DAFilms, který se zaměřuje především na dokumentární tvorbu). Na druhou stranu **některé velké mezinárodní VOD portály (např. iTunes) naopak zprostředkování distributorem vyžadují.**
283. **Třetím a posledním článkem v licenčním řetězci jsou uživatelé** – ve smyslu subjektů, které zhlédnutí filmu přímo zprostředkovávají koncovým divákům. V případě digitální distribuce se jedná především o různé **VOD portály (audiovizuální mediální služby na vyžádání)**, tedy portály umožňující sledování audiovizuálního obsahu v místě a čase dle volby koncového diváka.¹⁴⁹

I 5.2.3 Licenční řetězec v rámci digitální distribuce

284. **Rozsah a obsah práv**, která se uživatelům pro digitální distribuci poskytují, odvisí od toho, jaký **typ služeb** příslušný VOD portál poskytuje. V této souvislosti můžeme rozlišovat tyto základní druhy VOD služeb:
- **SVOD** (*subscription video-on-demand*) – tedy úplatný streaming audiovizuálního obsahu poskytovaný po dobu trvání předplatného koncových diváků (předplatitelů).
 - **TVOD** (*transactional video-on-demand*) – tedy dočasný placený streaming audiovizuálního obsahu poskytovaný na základě úhrady jednorázového poplatku.
 - **EST** (*electronic sell-through*) – tedy trvalé placené stažení (download) audiovizuálního obsahu na základě úhrady jednorázového poplatku.
 - **FVOD** (*free video-on-demand*) / **AVOD** (*advertising-based video-on-demand*) – tedy bezplatný streaming (případně podmíněný například registrací nebo konzumací reklamního obsahu).

149 Pro úplnost doplňme, že od nelineárních VOD služeb – kde divák volí čas a místo realizace takové služby – je třeba odlišit lineární webcasting, tedy „živé“ streamování určitého obsahu online, kde divák nemá možnost volby času přehrání audiovizuálního obsahu. Tento webcasting je vlastně online obdobou tradičního televizního vysílání, a proto je rovněž z pohledu autorského zákona jako televizní vysílání (ve smyslu § 21 AutZ) obvykle i chápán a licencován. Příkladem webcastingu může být živé (tedy paralelně s terestriálním vysíláním probíhající) streamování televizních kanálů České televize na portálu iVysílání. Jinými příklady webcastingu mohou být živé přenosy sportovních utkání, koncertů či inscenací divadelních her, které probíhají nezávisle na terestriálním, satelitním či kabelovém televizním vysílání a nejsou realizovány „klasickými“ televizními vysílateli (ať již veřejnoprávními, nebo komerčními). V těchto případech ovšem může vzniknout pochybnost, zda takový webcasting stále ještě spadá pod definici televizního vysílání v autorském zákoně, či jde spíše o zvláštní způsob užití, který není specificky definován autorským zákonem. To je i případ fenoménu „živého kina“, o kterém píšeme dále.

285. V praxi se setkáváme i s různými hybridními modely, kombinujícími prvky vícero shora uvedených druhů VOD služeb, resp. se subjekty, které současně poskytují více těchto typů služeb na téměř portálu.¹⁵⁰
286. Další specifikum licenčních smluv, které se týkají digitální distribuce, můžeme spatřovat v tom, že tyto smlouvy jsou zpravidla **nevýhradní (neexkluzivní)**. Tedy licenci k témuž obsahu může současně (pro tentýž typ VOD služby, totéž území a v tomtéž čase) nabýt vícero různých VOD portálů. Z tohoto pravidla samozřejmě existují výjimky, týkající se zejména exkluzivního obsahu.¹⁵¹
287. V licenčních smlouvách na digitální distribuci se též zpravidla setkáváme s podrobnějším vymezením technologických opatření, která se licenční nabyvatel zavazuje přijmout, aby zabránil nelegálnímu šíření poskytnutého obsahu.¹⁵²
288. Specifikum, které do licencování audiovizuálního obsahu pro digitální distribuci vnesla situace spojená s pandemií nemoci **COVID-19**, můžeme spatřovat v tom, že na základě protiepidemických vládních opatření byly **uzavřeny kinosály**. V důsledku toho prakticky všechny výše uvedené články licenčního řetězce hledaly způsoby, jak posílit právě digitální filmovou distribuci jakožto stále rozšířenější alternativu ke klasické kinodistribuci.
289. Jeden z nalezených způsobů – označovaných zpravidla jako **živé kino** – spočíval v tom, že provozovatelé kin a další subjekty držící licence k provozování audiovizuálního obsahu ze záznamu simulovaly pro diváky v digitálním prostředí zážitek návštěvy kina. A to tím způsobem, že příslušný film byl sice sdělován online, ale živě, streamováním pouze v předem vymezených časech. Tento způsob sdělování filmů stojí z právního hlediska někde **na pomezí mezi lineárním televizním vysíláním** (§ 21 AutZ), které je charakteristické tím, že divák nemůže určovat čas sdělování filmu, a **nelineární VOD službou** (§ 18 odst. 2 AutZ), která je charakteristická tím, že ke sdělovanému obsahu mají diváci přístup v místě a čase dle své vlastní volby. Tato situace mohla vyvolat problém tam, kde subjekt, který si přál sdělovat audiovizuální obsah formou živého kina, disponoval dle licenční smlouvy (uzavřené v době před začátkem epidemie COVID-19) pouze právy na televizní vysílání, nebo pouze právy na VOD služby – anebo dokonce (a to v tomto případě nejčastěji) pouze právy na kinoprojekce (tedy takzvané sdělování veřejnosti ze záznamu, viz § 20 odst. 2 AutZ). Takto nastalý problém bylo nutné vyřešit formou dodatku k uzavřené smlouvě či uzavřením smlouvy nové, popřípadě (tam, kde to smlouva umožňovala) účelovým (teleologickým) výkladem stávající smlouvy.
290. Bylo totiž nutné vzít v potaz skutečnost, že distribuce audiovizuálního obsahu se tradičně děje v takzvaných **distribučních oknech**. Film jde zpravidla nejprve do kin a teprve s určitým

150 Příklady takových portálů jsou i Aerovod a DAFilms, o kterých pojednáváme v této výzkumné zprávě.

151 Důvod tohoto stavu, kdy je obsah na VOD službách poskytován zpravidla neexkluzivně, spočívá v tom, že tento obsah se – alespoň tradičně – dostává na VOD služby v okamžiku, kdy byl již komerčně „vytěžen“ v lukrativnějších distribučních kanálech, jmenovitě v kinech a na placené televizi, tedy není zde nadále tak silný důvod tento obsah blokovat pouze pro konkrétní subjekty. Pokud se ovšem jedná o obsah „exkluzivní“, tedy zejména takový, který je nový a dosud nebyl uveden v kinech a na placené televizi (či je dokonce přímo určen pouze pro online uvedení), setkáváme se častěji s výhradními (exkluzivními) licencemi k takovému obsahu pro konkrétní poskytovatele VOD služeb. Za „exkluzivní“ obsah můžeme v tomto smyslu považovat i takový, který se sice v distribuci již delší dobu nalézá, ale dosud má významný komerční potenciál (např. v současnosti filmová sága o Harrym Potterovi, kterou český divák může najít online pouze na portálu HBO GO).

152 Příkladem může být technologie DRM (Digital Rights Management) bránící kopírování digitálního obsahu.

časovým odstupem se začne objevovat i v dalších distribučních kanálech (placená televize, SVOD, TVOD, EST, volná televize a případně FVOD). Doba, po kterou je nutné vyčkat, než je film majiteli práv uvolněn do příslušného distribučního okna, se tradičně nazývá **holdback**. Živé kino tak znamenalo **jistý průlom do tradičního systému distribučních oken a holdbacků**, když se snažilo docílit toho, aby se film v době, kdy měl být uváděn pouze v tradičních kinosálech, mohl objevit i online, byť ve specifické formě simulující kinoprojekci, která byla na pomezí televizního vysílání a (T)VOD služby.¹⁵³

291. Jinak lze obecně říci – pokud se týká čistě tématu licencování audiovizuálního obsahu –, že **pandemie COVID-19 nepřinesla do stávajícího modelu licenčního řetězce výraznější proměnu**. Tato proměna, jak doložily i námi realizované rozhovory, byla patrná spíše v oblasti ekonomické a organizační. Tomuto tématu se věnuje následující podkapitola.

II 5.3 ANALÝZA DIGITÁLNÍ DISTRIBUTIVNÍ PRAXE

292. Přehled dopadů protipandemických opatření a inovace v oblasti online distribuce lze v případě audiovizuálního průmyslu rozdělit do čtyř segmentů: festivaly, kinodistribuce, *video on demand* (VOD) a produkce.
293. Nejdrastičtější a nejbezprostřednější se ukázaly být změny v prvních dvou segmentech: festivaly se musely rušit nebo narychlo přesouvat na internet; kina byla buď zavřena úplně, nebo mohla hrát pouze při dodržení přísných hygienických podmínek, jež v některých případech znemožnily dosažení potřebných tržeb. V důsledku vládních opatření reagujících na pandemii nemoci COVID-19 došlo totiž opakovaně k uzavření českých kinosálů. Při první vlně pandemie byly **kinosály plošně uzavřeny** v období **od 13. března 2020 do 10. května 2020**, tedy dva měsíce. Při druhé vlně pandemie byly ovšem kinosály nuceně uzavřeny podstatně déle, a to na období **od 12. října 2020 do 23. května 2021**, tedy tři čtvrtě roku. Navíc i poté, co byl definitivně umožněn návrat diváků do kin, přetrvávala řada přísných bezpečnostních opatření; z nich za nejvíce omezující byl zejména na straně provozovatelů multiplexů považován zákaz prodeje občerstvení (které právě v případě multiplexů tvoří významnou část finančních příjmů), a tak řada multiplexových řetězců zůstala uzavřena ještě několik týdnů.
294. Distributoři pocítili významné znejistění a ohrožení svých obchodních zájmů v důsledku uzavření kin ve větší míře než producenti. Byli nuceni upravit své plány premiér a deklarovali větší ochotu jednat o změnách licenčních podmínek a holdbacků.
295. Vítězem pandemické krize se bezpochyby staly VOD portály, ať už nadnárodní, nebo domácí, které těžily z násobného navýšení počtu uživatelů.¹⁵⁴

153 Někteří námi oslovení producenti uvedli, že důvod, proč je online distribuce až mezi posledními distribučními okny, je taktéž pirátství, protože obsah jednou dostupný online jednodušeji unikne do nelegální distribuce. To potvrzuje i zkušenost jednoho zpovídáného producenta, který zmínil, že i zpřístupnění v rámci „živého kina“ online vedla k úniku materiálu na pirátské weby.

154 V roce 2020 narostl počet uživatelů SVOD služeb v ČR oproti předchozímu roku trojnásobně. Český statistický úřad (ČSÚ), Informační společnost v číslech – 2021. Praha: ČSÚ, 2021.

296. Producenti omezili svou výrobní činnost jen krátce v první pandemické vlně, následně v ní však mohli při dodržování přísných hygienických opatření pokračovat a jejich ztráty nakonec nebyly tak vážné, jak se očekávalo.
297. Následující rozbor změn v zavedené praxi, překážek a inovací, které jednotlivé skupiny aktérů testovaly, vychází z osmi případových studií. Pro metodu případových studií jsme se v této sekci rozhodli proto, že situace v audiovizí je z důvodu vysoké míry fragmentarizace a diverzifikace (rozdíly mezi strukturou produkčního, distribučního a kino sektoru, respektive mezi nadnárodními a českými firmami, komerčními a artovými producenty atd.) obtížně zobecnitelná. Každá ze skupin aktérů je tak zastoupena dvěma až třemi různými případy, jež reprezentují více či méně odlišné tendence inovativních opatření reagujících na pandemickou situaci. V závěru kapitoly identifikujeme tři typy dopadů, inovací a s nimi souvisejících bariér, které jsou vzestupně seřazeny podle míry, v jaké se vzdalují předpandemické praxi (ve smyslu poměru, v jakém pouze upravují zavedenou praxi, nebo naopak uplatňují nové tvůrčí postupy a obchodní modely).
- I 5.3.1 Filmové festivaly během pandemie COVID-19 – AFO a MFDF Ji.hlava
- 5.3.1.1 Dopady pandemie na filmové festivaly
298. Protiepidemická opatření zavedená na jaře roku 2021 byla spojená se zákazem konání veřejně přístupných kulturních akcí a uzavřením kin a výrazně se dotkla festivalů, které v tu dobu probíhaly, ale i festivalů ve stadiu příprav. Dotklo se to například i festivalu dokumentárních filmů s lidskoprávní tematikou Jeden svět, který musel být přerušen. Organizátoři později filmy zpřístupnili divákům online. Řada akcí se **přesouvala na náhradní termín** či **na internet**. Zmírnění restrikcí v květnu 2020 umožnilo např. fyzické konání Letní filmové školy, byť za zvýšených hygienických opatření. Všechny filmové festivaly, které proběhly v době uzavření kin od října 2020 do května 2021, musely být z důvodu velmi přísných opatření realizovány online formou.
299. Nepředvídatelný vývoj pandemie motivoval organizátory festivalů připravovat alternativní varianty akcí, a to i když byla ve hře možnost, že situace bude příznivá a na tyto varianty nakonec nedojde. Mezinárodní festival populárně-vědeckých filmů **Academia Film Olomouc** přesunul svůj 55. ročník v roce 2020 z jarního termínu na podzim s vidinou příznivé situace umožňující akci uspořádat fyzicky. Zároveň však organizátoři počítali i s přípravou alternativy v podobě hybridního či čistě online řešení. Nakonec **55. ročník AFO proběhl od 1. do 15. října 2020 hybridně** – na online platformě Watch & Know a v kině Metropol, kde se za přísných hygienických opatření uskutečnilo několik projekcí. **Následující ročník se v roce 2021 uskutečnil čistě virtuálně** na platformě Watch & Know v tradičním jarním termínu od 27. dubna do 11. května. Také pořadatelé Mezinárodního festivalu dokumentárních filmů **Ji.hlava** připravovali souběžně několik variant realizace festivalu v závislosti na aktuálních protipandemických opatřeních. **Čtyřadvacátý ročník MFDF Ji.hlava proběhl virtuálně ve spolupráci s portálem DAFilms od 27. října do 8. listopadu 2020.**
300. Příjmy filmových festivalů jsou typicky složené z veřejných dotací a grantů, finanční podpory od zahraničních ambasad, komerčního sponzoringu a reklamního plnění a dále případně také

z příjmů plynoucích přímo z obchodních aktivit festivalu, jako jsou zejména divácké akreditace, vstupenky, prodej programových katalogů a brožur, poplatky za přihlašování filmů (distributory, sales agenty, producenty, filmaři atd.), ubytování apod. V případě námi zkoumaných festivalů tvoří příjmy z veřejných zdrojů ČR většinu rozpočtu, tedy okolo 70–80 %. Doplňkovým zdrojem příjmů jsou sponzorské příspěvky komerčních subjektů, dotace ze zahraničních veřejných zdrojů (ambasád či kulturních institucí) a vlastní finanční zdroje. Menší část příjmů plyne rovněž z prodeje akreditací, vstupenek apod. Pandemie (a s ní spojená změna festivalového formátu, o které píšeme dále v této zprávě) na toto procentuální rozložení rozpočtu neměla příliš velký vliv. Dotace a granty z veřejných zdrojů zůstaly stejné nebo se zvýšily díky využití speciálních dotačních výzev za účelem minimalizace dopadů pandemie COVID-19 (toto dofinancování bylo využito zejména pro technologické a personální zajištění nové, digitální podoby festivalu). Bez výrazné změny zůstaly i příjmy plynoucí ze zahraničních veřejných zdrojů. Prodeje akreditací byly v případě jednoho ze zkoumaných festivalů vyšší v souvislosti s přesunutím festivalu do online prostředí, část tohoto příjmu však byla věnována charitativním projektům či jako podpora filmařům zasaženým koronavirovou krizí. Pokles příjmů byl u námi zkoumaných festivalů zaznamenán ze strany sponzorů, se kterými nakonec nebyla v několika případech navázána spolupráce vzhledem k nejistému vývoji pandemie a jejímu dopadu na kulturu a ekonomiku. K poklesu příjmů došlo logicky i v případě prodeje hmotných předmětů, jako jsou programové katalogy a brožury, a také v oblasti ubytování festivalových návštěvníků.

▪ 5.3.1.2 Případová studie – AFO

301. Omezení hromadných akcí v březnu 2020 zastihlo festival AFO ve finální fázi příprav. Těsně před zahájením tzv. katalogového týdne¹⁵⁵ bylo vedením rozhodnuto, že festival bude **přesunut na náhradní podzimní termín** s předpokladem, že v říjnu ho již bude možné realizovat fyzicky. Zároveň se organizační tým na základě konzultací vedení festivalu s odborníky na epidemiologický vývoj připravoval na více variant, které zahrnovaly **hybridní** či čistě **virtuální realizaci** festivalu v případě, že ani na podzim nebude situace příznivá. Prvním krokem k online realizaci byla rešerše vhodné platformy a jednání s českými i zahraničními poskytovateli VOD služeb jako např. DAFilms a Eventive.
302. Pro AFO bylo zásadní nalézt platformu vyhovující požadavkům distributorů, producentů a filmařů, aby bylo možné uvést online co největší část plánovaného programu. Podmínkou kladenou ze strany poskytovatelů licenčních oprávnění bylo zejména **zabezpečení DRM (Digital Rights Management)** a **geoblokace**¹⁵⁶ pouze pro území ČR. Ze strany AFO bylo – mimo zajištění těchto parametrů – nezbytné **nabízet filmy návštěvníkům zcela zdarma**, stejně jako tomu je v případě fyzického festivalu. Inspirací byl nakonec festival CPH:DOX, který byl realizován na platformě

155 Týden, kdy se organizátoři věnují kompletaci programu a programového katalogu, tj. revizi anotací filmového a doprovodného programu, definitivnímu stanovení programového harmonogramu, práci na technickém scénáři jednotlivých projekčních sálů apod.

156 *Digital Rights Management* je technologická metoda zamezující nelegálnímu kopírování audiovizuálního obsahu, kdy uživatel např. nemůže nahrávat obsah zobrazený na obrazovce a získat tak nelegálně kopii sledovaného filmu. Geoblokací se rozumí zpřístupnění filmu či jiného audiovizuálního obsahu pouze pro určité území. Striktně vzato je geoblokace jedním z typů DRM (jako další z nástrojů zabezpečujících, že se k určitému autorskoprávně chráněnému obsahu dostane pouze osoba k tomu oprávněná), v praxi se však zpravidla rozlišuje mezi geoblokací (*geoblocking*) a (jinými) typy DRM. Proto i v této zprávě hovoříme – tam, kde je to vhodné – o geoblokaci odděleně.

novozélandského provozovatele Shift72, pro kterou se rozhodli i pořadatelé AFO. Ti svoji virtuální platformu Watch & Know, kterou sdílejí společně s partnerským festivalem Prague Science Film Fest (dříve ČZU Film Fest), využili především k prezentaci filmového programu a doprovodného obsahu (úvody či rozhovory s hosty festivalu). Dále festival realizoval živé přenosy doprovodného programu (koncerty, Q&A aj.) prostřednictvím sociálních sítí a webu.

303. Festival AFO na podzim **vedl většinu soutěžních filmů** vyjednaných pro původní fyzickou variantu festivalu. Díky možnosti geoblokace na území ČR, nastavení limitu počtu zhlédnutí na jeden film a DRM zabezpečení bylo možné vyhovět požadavkům poskytovatelů licenčních oprávnění a uvést filmy online. Ta část filmů, u které online uvedení nebylo možné, byla promítána v rámci hybridního modelu podzimního ročníku festivalu v kině (festival proběhl těsně před plošným zákazem provozu kinosálů). Do soutěže následujícího virtuálního 56. ročníku byly poté zařazeny filmy, u kterých bylo již od počátku jednání zřejmé, že nákup licence garantuje možnost virtuálního uvedení.
304. Festival AFO spadající pod Univerzitu Palackého v Olomouci je neziskový (akreditace jsou pro návštěvníky každoročně zdarma), a jeho pořadatelé tedy nejsou závislí na zisku ze vstupného. Přesun do online prostředí po řadě jednání a podání žádostí o dodatky smluv grantových projektů nebyl pro donátory problém a plánovaný festivalový rozpočet neutrpěl z důvodu alternativní realizace finanční ztráty.

▪ 5.3.1.3 Případová studie – MFDF Ji.hlava

305. Organizátoři festivalu Ji.hlava se připravovali na **různé varianty realizace festivalu** závislé na pandemické situaci. Dle organizátorů nepřicházelo v úvahu úplně rezignovat na fyzický festival, neboť Ji.hlava není jen událost pro široké publikum, ale její součástí je i tzv. industry program (tedy program pro filmové profesionály) a vždy se počítá s hojnou účastí zahraničních hostů. O fyzické realizaci proto organizační tým uvažoval, dokud to jen bylo možné.¹⁵⁷ Přesto část svého úsilí věnoval již od léta online variantě a příprava festivalu se týden co týden měnila a transformovala na základě proměnlivých aktuálních opatření (např. ohledně příjezdu osob ze zahraničí). K čistě **virtuální realizaci** se organizátoři definitivně přiklonili s uzávěrou kin na podzim 2020, deset dnů před zahájením festivalu.
306. Vzhledem k faktickému (zejména personálnímu) propojení s portálem DAFilms, který před patnácti lety založili, nemuseli organizátoři Ji.hlavy vyhledávat externí služby pro realizaci online varianty festivalu. Podle organizátorů by však i bez možnosti využití portálu DAFilms **nebyl problém najít jiný portál**, protože v průběhu roku na situaci rychle zareagovala řada firem poskytujících VOD služby a nabídla festivalům virtuální řešení. Mimo filmový program prezentovaný skrze DAFilms organizátoři realizovali také doprovodný obsah streamovaný přes sociální sítě. Většina doprovodného obsahu byla přenášena živě, část programu byla z časových či technických důvodů předtočena. **Festival uváděl filmy jak na vlastních webových stránkách, tak na DAFilms.** Řada filmů byla na základě dohody s majiteli práv dostupná i na územích mimo

157 Partnerské festivaly probíhající ve stejném termínu také počítaly s fyzickou variantou a pro Ji.hlavu by tedy bylo nevýhodné se již v srpnu nebo v září definitivně rozhodnout pro online řešení.

Česko. Na území mimo ČR byly filmy poskytovány na bázi **TVOD**, v případě českého publika to byla **akreditace** garantující přístup k celému filmovému obsahu po určitý čas (SVOD model). Poskytovatelům práv byly ze strany festivalu nabízeny **různé varianty licencí**, např. bylo možné nastavit maximální počet zhlédnutí, zavést geoblokaci obsahu pouze na ČR apod.

307. Díky velkorysosti donátorů, resp. poskytovatelů subvencí, nebyli **organizátoři festivalu Ji.hlava nuceni shánět další zdroje financování virtuálního festivalu**. Navíc mohli zažádat o podporu v rámci programu COVID – Kultura na Ministerstvu kultury. Díky podpoře bylo možné zaplatit služby malého studia na přímé přenosy a s tím související tým profesionálů (zahrnující střihače, režiséry, kameramany apod.).

▪ 5.3.1.4 Problémy a překážky

308. Organizačním týmům výše zmíněných festivalů vznikaly problémy zejména technického rázu v rámci provozu platforem či realizace živých přenosů prostřednictvím sociálních sítí. Komunikaci organizátorů AFO s **provozovateli platformy Shift72**, která sídlí na Novém Zélandu, ztěžoval **časový posun** a vytíženost platformy z důvodu velkého množství festivalů, s nimiž provozovatelé platformy v době epidemie spolupracovali. Portál v anglickém jazyce bylo třeba přeložit do češtiny, nicméně festivalový tým neměl přístup do technického nastavení platformy. Českou lokalizaci mohl nastavit pouze její provozovatel, což celý proces prodlužovalo. Technické problémy nastávaly při živém přenosu doprovodného programu, kdy bylo potřeba vyřešit například to, jak stream provozovat současně na Facebooku a na webu festivalu nebo jak rychle reagovat na **nečekané výpadky streamu** na Facebooku.
309. Tým Ji.hlavy řešil problémy při streamování spojené s **algoritmy blokuujícími živé přenosy z důvodu podezření na streamování licenčně nevyřádaného hudebního obsahu**. Docházelo také ke komplikacím z důvodu přetížení webového serveru, odkud bylo možné sledovat filmy.
310. Mírné komplikace nastávaly při **sjednávání podmínek licenčních oprávnění**. Zástupci festivalů AFO a Ji.hlava však shodně uvádějí, že takových případů bylo minimum. Z programu festivalu AFO byly některé filmy staženy z toho důvodu, že filmaři, producenti či distributoři trvali na **tradiční podobě kinopremiéry** a teprve po fyzických festivalových uvedeních byli ochotni film poskytnout online. Také pořadatelé Ji.hlavy museli z programu vyřadit některé tituly. Jednalo se však jen o jednotky filmů. Překážky v získání licenčních oprávnění nastávaly např. v případě, že majitelé práv provozovali svou vlastní VOD službu či měli uzavřené **exkluzivní smlouvy** s jinými VOD portály. Výhodou organizátorů pro tato jednání bylo, že před Ji.hlavou proběhlo již několik obdobných festivalů virtuálně a že mnoho z poskytovatelů práv již znalo portál DAFilms.

▪ 5.3.1.5 Inovace a příležitosti

311. Změna podoby festivalu byla nejen překážkou vedoucí k vyřazení části programu, ale také příležitostí k přidání programových sekcí či pro změnu dramaturgického uvažování. Dramaturgové festivalu AFO i festivalu Ji.hlava mohli díky téměř neomezenému prostoru online platformy zařadit

vybrané filmy z minulých ročníků. Z důvodu virtuální realizace probíhaly festivaly delší dobu a jejich dramaturgové si tak mohli dovolit nabídnout více filmového obsahu, který by se v případě tradičního fyzického ročníku nakonec do programu z kapacitních důvodů nevešel.

312. Organizátoři festivalu AFO využívají platformu Watch & Know i mimo samotný festival. Kromě doprovodného obsahu, který zde zůstal dostupný i po skončení festivalu, tady AFO během roku uvádí vybrané filmové tituly. Zároveň zde provozuje nabídku titulů na vyžádání pro školy, se kterými byla navázána spolupráce.
313. Pořadatelé Ji.hlavy plánují využití potenciálu hybridního festivalu, který kombinuje fyzický a virtuální program. Online program může přilákat publikum, které by fyzický festival za běžných podmínek nenavštívilo (například kvůli vysokým časovým a finančním nákladům na cestu). Další rozvoj online verze festivalu však vyžaduje finanční podporu nad rámec té, kterou pořadatelé disponovali při organizování festivalových ročníků před epidemií.
314. Organizátoři obou festivalů nechtěli festival zúžit na pouhou videotéku, ale snažili se také o navození festivalové atmosféry živými přenosy prostřednictvím profilů na sociálních sítích či na webové stránce festivalu. Vedení festivalu AFO navíc po podzimní zkušenosti, kdy se diváci v online prostředí nezapojovali do diskusí v takové míře, jaká je běžná na fyzickém festivalu, na jaře využilo možnosti nabízené platformou **Gather.town**. Ta uživateli na principu videohry umožňuje pohybovat se po virtuálním festivalovém prostoru, potkávat ostatní návštěvníky a **interagovat** s nimi, sledovat přímo z rozhraní platformy živé přenosy atp. Tato platforma byla využita i k **networkingu** v rámci industry programu pro filmové profesionály Camp 4 Science.

I 5.3.2 Kinodistribuce

▪ 5.3.2.1 Dopady pandemie na kinodistribuci

315. Větší část distributorů a provozovatelů kin nereagovala na výše zmíněná opatření a související narušení hodnotového řetězce zásadními změnami, ale spíše dílčími úpravami zavedené praxe: **přesouvali kinopremiéry na pozdější termíny** (někdy i opakovaně), mírně **zkracovali kinodistribuční okno**, pod vlivem snížené průměrné návštěvnosti začali uvažovat o **nasazování titulů do kinodistribuce selektivněji** a naopak klást větší **důraz na tzv. home entertainment** (získání a exploataci práv na televizní a VOD distribuci), vytvářeli **cílenější online kampaně** a pracovali na online komunikaci s jednotlivými demografickými nebo zájmovými skupinami diváků.
316. Příkladem konzervativního přístupu, který se ovšem nevyklučuje s rychlými reakcemi na nepředvídané změny podmínek na trhu a s průběžnými revizemi obchodních strategií, může být distribuční společnost **Falcon** a s ní personálně propojená **síť multikin CineStar** (obě společnosti dlouhodobě reprezentují přibližně třetinový podíl v domácím distribučním, respektive kino segmentu audiovizuálního trhu). Námi oslovené vedení obou společností, předpokládá, že jádrem jejich obchodního modelu zůstane i nadále spolupráce s americkými studií a exploatace

komerčních velkofilmů v kinech (Falcon na českém trhu zastupuje studia Disney a Sony, od nichž získává výhradně kinodistribuční práva). Ve spolupráci s českými producenty, jejichž produkce tvoří druhou hlavní oblast distribuční činnosti Falconu, nicméně podle vedení společnosti ke změnám dojde. Namísto pouhé akvizice již hotových filmů či „pasivního“ vstupu do již jasně definovaných projektů prostřednictvím předkupu práv (a poskytnutí odpovídající minimální garance) se Falcon chce aktivněji **podílet na celém hodnotovém řetězci, počínaje vývojem scénáře a kontrolou obsazení**, a výrazněji do něj vnášet hledisko dané svými obchodními zkušenostmi a zájmy. Spolupráce nezávislého producenta s distributorem se tak v tomto ohledu více přiblíží klasickému **koprodukčnímu vztahu** a distributor získá lepší kontrolu nad svými investicemi. Jedním z klíčových důvodů k tomuto posunu byl dlouhodobý pokles průměrné návštěvnosti i po rozvolnění protiepidemických opatření během léta a raného podzimu 2021, kdy se ukázalo, že **tituly bez jasných komerčních atributů mají na trhu nižší potenciál**, než by měly v předpandemické éře.

317. Kromě aktivnějšího angažmá v rámci výrobního procesu usiluje vedení společnosti Falcon i o **větší podíl na VOD a televizních právech**, byť pouze ve vybraných případech (v minulosti tento distributor o *home entertainment* právech s producenty akvizičních titulů obvykle nevyjednával). Vedení Falconu uvedlo, že společnost nepůjde cestou „balíčkových“ prodejů větších skupin filmů nadnárodním portálům, což je metoda typická pro jiné distributory, kteří na českém trhu plní roli agregátorů VOD práv, ale bude pečlivěji vybírat tituly vhodné pro plnohodnotnou kinodistribuci na jedné straně a pro segment *home entertainment* na straně druhé, případně pro kombinaci obojího. Plánuje také rozvíjet **online marketing** uzpůsobený konkrétním titulům a přesněji zaměřený na jednotlivé skupiny konzumentů a rozsáhlejší **sběr dat prostřednictvím online aplikací**, který umožní jejich cílenější oslovení. **Alternativní formy projekcí a eventizace filmových představení** (živé přenosy, koncertní záznamy, delegace tvůrců, promítání Filmu Naživo – viz níže), s nimiž CineStar v minulosti opakovaně pracoval, se podle vedení této společnosti v blízké budoucnosti s ohledem na nízký ziskový potenciál nestanou standardní praxí, ale zůstanou spíše marketingovým doplňkem. Práci s časově omezeným prémiovým streamováním kinodistribučních titulů nevyklučuje, ale jednalo by se primárně o náhradu za veřejné projekce v době nuceného uzavření kin.¹⁵⁸

▪ 5.3.2.2 Fenomén živého kina

318. Vedle popsaného typu dílčích úprav zavedených obchodních praktik, typických pro nejsilnější hráče na trhu, vzniklo i několik projektů, které se snažily reagovat na nepřítomnost diváků na živých představeních nabídkou nových alternativ. K nejvýznamnějším z nich bezpochyby patřil projekt **Vaše kino**, realizovaný Asociací provozovatelů kin (resp. jejími členy), a **Moje kino LIVE**, realizovaný provozovateli pražských kin Aero, Bio Oko, Světozor, Přítomnost, brněnské Scaly a královéhradeckého kina Bio Central (a umožňující zapojení rovněž dalších kin).
319. Oba zmíněné projekty byly založeny na principu takzvaného **živého kina**. Živé kino je realizováno online na síti internet, avšak snaží se přiblížit divákům zážitek z návštěvy tradičního kinosálu, tedy **zážitek společného sledování filmu**. Za situace, kdy nebyla možná společná

158 Rozhovor s Janem Bradáčem vedli Ivan David a Petr Szczepanik 4. 11. 2021 v Praze.

fyzická přítomnost diváků v témže sále, učinili provozovatelé živého kina pro navození této atmosféry alespoň tolik, že veřejně sdíleli (formou streamování) filmy online **pouze v předem určený unikátní čas**. Nebylo tedy možné, aby si diváci film pustili později, popřípadě aby jeho přehrávání pozastavili; tak byly napodobeny zásadní „nevýhody“, které s sebou nese návštěva tradičního kina, avšak zároveň tím byla umožněna i simulace oblíbeného „slavnostního rituálu“ spojeného s účastí na kinoprojekci.

320. Současně mělo živé kino reagovat na silící konkurenci ze strany VOD portálů a alespoň částečně omezit odliv diváků z (nyní uzavřených) kin na tyto VOD portály. Dále blíže rozebíráme oba shora zmíněné projekty na základě rozhovorů vedených s jejich reprezentanty.

▪ 5.3.2.3 Případová studie – Vaše kino

321. Projekt Vaše kino fungoval pouze v době uzavření kinosálů na **jaře 2020**, tedy zhruba od poloviny (či spíše konce) března do poloviny května 2020.
322. Smluvně byl projekt zajištěn tak, že Asociace provozovatelů kin uzavírala s každým distributorem **smlouvu platnou pro všechny své členy**, aby byla pro distributory situace co možná nejjednodušší a nejpřehlednější. V tom byl zásadní rozdíl proti klasickému modelu, kdy distributoři uzavírají smlouvy napřímo s jednotlivými kiny (ač zpravidla neformálně přes elektronický portál DISFILM.CZ).
323. Jedním z hlavních cílů projektu Vaše kino bylo zprostředkovat **podporu lokálním kinům** (členům Asociace provozovatelů kin, kterých se do projektu Vaše kino zapojilo více než devadesát) podporu ze strany jejich pravidelných diváků. Vstupenky na jednotlivá online představení se proto prodávaly přes rezervační a platební systémy jednotlivých zapojených kin a takto získané tržby byly přímým příjmem daných kin. Diváci si tedy mohli zvolit, od kterého kina si vstupenky koupí a tím pádem ho finančně podpoří. Současně měla být tímto způsobem dále umocněna „iluze“, že se diváci účastní návštěvy klasického kina, a to až do té míry, že si při koupi vstupenek mohli volit například konkrétní místo v (pomyslném) kinosále, kde by si přáli sedět.
324. Žánrově byly filmy uváděné v rámci projektu Vaše kino mixem mezi mainstreamovými tituly a „artovější“ kinematografií. Největší divácký úspěch přitom měly komedie zaměřené na široké publikum.
325. Pokud jde o ekonomickou stránku věci, projekt Vaše kino byl celý realizován výlučně z rozpočtu Asociace provozovatelů kin, tedy **z členských příspěvků** zapojených kin. I z toho důvodu byla účast v projektu umožněna pouze členům Asociace provozovatelů kin. Pokud se chtěl zapojit externí subjekt, bylo to podmíněno tím, že se stane členem Asociace a uhradí příslušné členské příspěvky.
326. Jako důvod, proč projekt nepokračoval i při další uzavírce kinosálů od podzimu 2020 do jara 2021, uvádějí organizátoři mimo jiné **neochotu distributorů poskytnout jim snímky za stejně příznivých podmínek**, která byla do jisté míry zapříčiněna i tím, že se začalo objevovat více

konkurenčních projektů na principu živého kina. Distributoři byli rovněž méně ochotni umožnit uvádění filmů v online premiéře (namísto premiéry v tradičních kinech), neboť očekávali brzké znovuotevření kin. Dalším faktorem, hovořícím pro ukončení projektu Vaše kino po první vlně uzavření kin, byla předpokládaná **únava diváků z přemíry online obsahu**; tato obava se dle slov organizátorů projektu potvrdila, neboť dle zveřejněných statistik byla návštěvnost filmů na principu živého kina na podzim 2020 významně nižší než na jaře 2020.

▪ 5.3.2.4 Případová studie – Moje kino LIVE

327. Projekt Moje kino LIVE začal rovněž fungovat spolu s první uzavírkou kinosálů **na jaře 2020**. Na rozdíl od shora uvedeného projektu Vaše kino však pře-trval a **funguje dokonce i v současnosti** (podzim 2021), kdy jsou již tradiční kinosály několik měsíců zpřístupněny divákům.
328. Další z nápadnějších rozdílů mezi oběma projekty spočívá v tom, že projekt Moje kino LIVE nabízí divákům vedle vlastního audiovizuálního obsahu i **doplňkový obsah**, včetně živých úvodů, diskusí s tvůrci či možnosti živého online „chatu“ mezi diváky během streamování filmu a určitou dobu po jeho skončení.
329. Analogie s paralelně vznikajícím a fungujícím projektem Vaše kino spočívala v každém případě v tom, že i zde byla zřejmá snaha podpořit finančně i psychologicky konkrétní zapojené provozovatele kin, neboť i v tomto případě směřovaly **inkasované finanční prostředky** od diváků **přímo konkrétním provozovatelům kin**, u nichž byly vstupenky zakoupeny. Současně bylo v tomto případě divákům umožněno, aby si sami vybrali (z předvolených variant) částku, kterou si přejí zaplatit za vstupenku, a tak přispět na provoz příslušného kina.

▪ 5.3.2.5 Překážky a bariéry

330. **Hlavní problém**, kterému realizátoři projektu **Vaše kino** dle svých slov čelili, spočíval v nutnosti dohodnout se s distributory (resp. i s producenty) na možnosti hrát filmy online v době, kdy měly být výlučně v (klasické, tedy „offline“) kinodistribuci. Bylo tedy zapotřebí **„prolomit“ holdback** pro online prostředí a současně přesvědčit distributory a producenty o **„robustnosti“ připraveného technologického řešení**, které bude odolné proti vytváření pirátských kopií.
331. To se realizátorům projektu povedlo a bylo jim umožněno takto uvést i několik filmů, které měly mít v dané době teprve premiéru v klasických kinosálech nebo které byly relativně krátce po premiéře. Byly takto uvedeny například filmy *Chlap na střídačku* (r. Petr Zahrádka, ČR 2020), *Modelář* (r. Petr Zelenka, ČR 2020), *Karel Svoboda: Šťastná léta* (r. Petr Klein Svoboda, ČR 2020) či *Afrikou na pionýru* (r. Marek Slobodník, SR 2019). Celkově bylo za dobu trvání projektu zpřístupněno online zhruba čtyřicet filmů.
332. I u projektu **Moje kino LIVE** bylo zapotřebí vyjednat u novějších filmových titulů s distributory a producenty možnost uvést tento obsah online – v době, kdy by standardně měl být doposud uváděn pouze v kinech. Tedy sjednat **výjimku z holdbacků**. Pozice Moje kino LIVE je specifická tím,

že za projektem stojí provozovatelé kin, která jsou personálně i obchodně propojená s distribuční společností Aerofilms, a tedy mají snadnější přístup k titulům této společnosti.

333. V době pandemické situace a uzavřených kin proběhlo i na platformě **Moje kino LIVE** – podobně jako v rámci projektu Vaše kino – **několik filmových premiér**. Mimo pandemickou situaci jsou však premiéry realizované na tomto kanálu spíše vzácností.
334. Vyjma právních překážek v podobě holdbacků zdůrazňují organizátoři projektu Moje kino LIVE i **překážky dramaturgické**. Za situace, kdy provozují vedle klasických (byť dočasně nuceně zavřených) kin i VOD portál Aerovod a k tomu službu živého kina Moje kino LIVE, musejí velmi pečlivě promýšlet, v jakém kanálu který film a kdy uvedou. Tedy byt by byla překonána právní překážka v podobě holdbacku, stále to nemusí znamenat, že je strategické uvést film primárně například právě formou živého kina.
335. Provozovatelé projektu **Vaše kino** byli **spokojeni s technickým řešením a zabezpečením vlastního systému**. Dle řešerše, kterou provedli, žádný z filmů zpřístupněných v tomto projektu neunikl do nelegální distribuce na nejznámějších datových úložištích.
336. Technicky se projekt podařilo připravit **během zhruba dvou týdnů**, a to **na vlastní technologické platformě**. Důvod, proč organizátoři projektu Vaše kino nevyužili služeb některé z osvědčených existujících platform (jako např. Vimeo) – ač i tuto možnost zpočátku zvažovali –, byl podle jejich vyjádření ten, že jednak chtěli mít **úplnou kontrolu** nad tím, kdy svůj projekt spustí a kdy ho ukončí, a jednak chtěli mít maximální kontrolu nad soubory s audiovizuálním obsahem (které tak nemuseli nahrávat na servery třetích stran). A konečně jim vlastní platforma umožnila i lépe přizpůsobit propojení s různorodými systémy prodeje lístků zapojených provozovatelů kin.
337. Podobně jako v případě projektu Vaše kino i realizátoři projektu **Moje kino LIVE** odhadují, že jeho technologické zprovoznění trvalo **zhruba dva týdny**. Současně organizátoři obou projektů zdůrazňují, že prvotním impulsem byla snaha „něco dělat“, nečekat pasivně na vývoj situace a zároveň být mezi prvními, kteří projekt na principu živého kina spustí.
338. Rozdíl mezi oběma analyzovanými platformami spočíval v užití technologii. Zatímco projekt Vaše kino, jak bylo výše uvedeno, vyvinul a používal vlastní technologickou platformu, realizátoři projektu Moje kino LIVE **využívali služeb osvědčených velkých platform YouTube a Vimeo**. Organizátoři nám současně upřesnili a vysvětlili, že platformu YouTube používali pouze zpočátku, neboť nebyli zcela spokojeni s takto poskytovanými službami – včetně skutečnosti, že v jednom případě automatický filtr na YouTube zablokoval jimi zpřístupňovaný obsah, neboť ho chybně vyhodnotil jako ilegálně šířený.
339. Z hlediska **technologického zabezpečení** užívalo Moje kino LIVE systém **vodoznaků**, který při vytváření pirátských kopií umožňuje zjistit zdroj nelegálního obsahu.

▪ 5.3.2.6 Inovace a příležitosti

340. **Zkušenost** s projektem **Vaše kino** je ze strany jeho organizátorů hodnocena jako veskrze pozitivní. Podařilo se udržet kontakt s diváky, finančně i psychologicky podpořit zapojené provozovatele kin i jejich personál. Tento projekt je nicméně ve své úplnosti vnímán jako **pravděpodobně neopakovatelný**, a to i s ohledem na rychlý vývoj online technologií, obchodních modelů i diváckých návyků.
341. Dle názoru organizátorů projektu **Moje kino LIVE** je tato platforma, resp. tento vyvinutý způsob prezentace audiovizuálního obsahu, **využitelná i mimo pandemickou situaci** – avšak spíše jako pouze doplňkový nástroj ke klasickým kinoprojekcím. Například pro organizaci a sdílení určitých živých debat s tvůrci v rámci premiéry filmu nebo jeho speciálních uvedení. Mimo pandemickou situaci mají takto realizované prezentace filmu obecně **nižší sledovanost**, takže **původní dominantní ekonomický efekt projektu byl výrazněji vystřídán (i dříve přítomným) efektem marketingovým**.
342. Realizátoři projektu **Moje kino LIVE** dále zdůrazňují permanentní snahu o **technologické, organizační i obchodní inovace tohoto projektu**. Z obchodního hlediska šlo například o to, že možnost zhlédnout film skrze spuštěnou platformu nebyla nabízena jen široké veřejnosti, ale byly realizovány i „soukromé projekce“ pro dohodnutou skupinu účastníků (např. pro management a zaměstnance určitého podniku).
343. Samostatnou pozornost by si zasloužilo také rychlé rozšíření autokin na jaře 2020 a pak znovu na jaře 2021, z nichž většina brzy skončila, ale několik překročilo původní rámec pragmatické reakce na protipandemická opatření a pokoušelo se pokračovat i po znovuotevření klasických kin (např. Autokino Strahov).

I 5.3.3 VOD portály v době pandemie

▪ 5.3.3.1 Dopady pandemie na VOD distribuci

344. Nucené uzavření kinosálů přineslo vedle fenoménu živého kina i výrazný efekt v podobě **podstatného navýšení počtu diváků VOD portálů**. Zatímco živé kino byl úkaz v podstatě nový, do jisté míry experimentální a dotvářený „za běhu“, zavedení provozovatelé VOD portálů se mohli opřít o již existující technologická řešení i obchodní a organizační modely.
345. V rámci našeho výzkumu jsme oslovili provozovatele dvou známých a etablovaných českých VOD portálů, a to konkrétně **Aerovodu**, provozovaného distribuční společností Aerofilms, s. r. o., a portálu **DAFilms**, který se specializuje převážně na dokumentární tvorbu a provozuje ho spolek Doc-Air, z. s., zaštiťující v ČR projekt Doc Alliance, tedy sdružení sedmi největších evropských dokumentárních festivalů.

346. Úvodem je třeba předeslat, že oba VOD portály v současnosti kombinují jak nabídku služeb SVOD, tak i TVOD a EST. (Pro vysvětlení těchto pojmů viz odd. 5.2.3.) Portál Aerovod je současně ekonomicky, organizačně i personálně propojen s výše popisovanou platformou Moje kino LIVE.
- 5.3.3.2 Případová studie – Aerovod
347. Jako **hlavní efekt pandemické situace** na fungování portálu Aerovod označují jeho provozovatelé **příznivý ekonomický vývoj**, tedy **významné navýšení počtu jednorázových diváků i dlouhodobých předplatitelů**. Zároveň očekávají, že jejich významná část bude těchto služeb i nadále využívat, pakliže se služba dokáže setrvale rozvíjet, nabízet zajímavý obsah a využívat inovativní marketing. Tento efekt byl posílen i délkou trvání druhého uzavření kin v době pandemie (říjen 2020 – květen 2021), kdy dle názoru poskytovatelů služby Aerovod došlo k posílení návyku konzumace audiovizuálního obsahu online a současně návyku pravidelného hrazení předplatného za využívání těchto služeb. Mimořádná pandemická situace nicméně **pouze posílila dlouhodobý trend, kdy si diváci navykají hradit předplatné online služeb**. Minimálně v tomto ohledu očekávají provozovatelé portálu Aerovod, že v dlouhodobé perspektivě počet uživatelů jejich portálu nebude ani po úplném odeznění pandemie výrazněji klesat.
348. Přestože je Aerovod etablovaná služba, příznávají její poskytovatelé, že byli do jisté míry **zaskočení (byť očekávaným) nárůstem zájmu o službu** v přímé reakci na uzavření kin. Odhadují, že jenom počet předplatitelů narostl mezi prosincem 2019 a březnem 2020 **šestinásobně**. Takto významný nárůst je uvedl do nové situace, na niž se teprve v průběhu času učili reagovat. Při druhém uzavření kin, k němuž došlo na podzim 2020, již byli připraveni výrazně lépe.
- 5.3.3.3 Případová studie – DAFilms
349. Podobně jako v případě Aerovodu i provozovatelé portálu DAFilms zdůrazňují na prvním místě **pozitivní ekonomický efekt** pandemie na chod tohoto portálu. Dle vlastních odhadů zaznamenali od začátku prvního uzavření kin (březen 2020) do okamžiku realizace výzkumného rozhovoru (duben 2021) **dvacetinásobný nárůst příchodů** na webové stránky a **pěti- až desetinásobný nárůst sledovanosti** filmů.
350. Zatímco v případě portálu Aerovod bylo poskytování **technické podpory online festivalům** spíše okrajovou činností, v případě portálu DAFilms se během pandemické situace jednalo o významnou součást poskytovaných služeb (a to i vzhledem ke skutečnosti, že tento portál je od svého vzniku s filmovými festivaly přímo spojen). Za rok 2020 takto jeho provozovatelé poskytli podporu celkem **dvaceti devíti festivalům**, včetně Mezinárodního festivalu dokumentárních filmů Ji.hlava (o kterém píšeme výše v této části výzkumné zprávy) či Festivalu francouzského filmu. V některých případech se jednalo o online zpřístupnění kompletního festivalového programu, v jiných pouze o zpřístupnění vybraných filmových představení, debat či sekcí.
351. Portál DAFilms experimentoval i s modelem **živého kina**, ale ten se nesetkal s větší diváckou oblibou. Na druhou stranu však začalo být v době pandemie více využíváno **streamování živých diskusí**, typicky jakožto doplnku určitých filmových projekcí nebo filmových festivalů.

▪ 5.3.3.4 Překážky a bariéry

352. Jediná **významnější** (byť v celkovém objemu stále relativně zanedbatelná) **investice**, která u portálu **Aerovod** přímo souvisela s pandemickou situací, se týkala **zprovoznění služby pro provozovatele festivalů**. Jelikož se filmové festivaly v době vrcholné pandemie nemohly konat v klasických kinech, jejich pořadatelé volili online formu a za tímto účelem často využívali služeb již existujících VOD portálů jakožto technické podpory. Na portálu Aerovod proběhl v době pandemie například online festival Mezipatra či Festival otrlého diváka. Tato služba pro festivaly je ze strany provozovatelů portálu Aerovod vnímána jako relativně zajímavá z hlediska marketingového i ekonomického, ale v zásadě stále pouze doplňková ve vztahu k hlavnímu objemu služeb, které jsou prostřednictvím portálu Aerovod realizovány.
353. Přímo úměrně rozšíření objemu realizovaných služeb se zvýšily **náklady na provoz** služby Aerovod. Týkalo se to zejména nutnosti přenášet a ukládat větší množství dat. **Nebylo však nutné zaměstnat nové pracovníky**, neboť zaměstnanci, kteří se ve společnosti Aerofilms dříve zabývali uváděním filmů v klasických kinech, mohli být dočasně převedeni na pomoc zaměstnancům zabývajícím se online službami, včetně portálu Aerovod.
354. Stejně tak si u Aerovodu **nevynutila** pandemická situace (spojená s výrazným zvýšením diváckého zájmu) ani **potřebu vynaložit výraznější investice do hardwarového či softwarového vybavení**. Tyto investice jsou činěny průběžně a nebyly podstatněji ovlivněny nastalou mimořádnou situací. Pandemie však zdůrazněním určitých vzorců diváckého chování odhalila přinejmenším **nutnost do budoucna některé investice učinit**. Například bude třeba investovat do přítomnosti služby Aerovod na chytrých televizích, neboť diváci začali vnímat jako standard, že se k VOD obsahu dostanou nejen přes internetový prohlížeč, ale i přes speciální aplikaci v televizi.
355. Podobně jako v případě portálu Aerovod i provozovatelé **DAFilms** uvedli, že pandemie pro ně **neznamenala nutnost rozsáhlejších investic**, neboť investice do svého technologického rozvoje činí průběžně. Navýšení těchto investic tak bylo spíše v řádu jednotek či nižších desítek procent oproti obvyklému stavu. I v případě portálu DAFilms došlo ovšem k výraznějšímu **navýšení provozních nákladů**, a to těch, které jsou spojené zejména s encodingem filmů do potřebných formátů. (Dle odhadu bylo během roku 2020 pro portál DAFilms **encodováno 1200 nových titulů**.)
356. Skutečnost, že portál DAFilms je více zaměřen na poskytování podpory festivalům než portál Aerovod, má za následek, že na DAFilms jsou kladeny **větší nároky z hlediska technického zabezpečení** toho, aby zpřístupňované filmy nebyly pirátsky kopírovány a šířeny. Na festivalech je totiž řada filmů uváděna ve světové či alespoň lokální premiéře a jako takové jsou atraktivnější i pro osoby, které mají zájem obsah nelegálně šířit.
357. Z hlediska specifických právních otázek, které musely být v době pandemie řešeny, se DAFilms týkala zejména problematika **územního omezení licencí, prakticky zajišťovaná prostřednictvím geoblokace**. Je tomu tak zejména s ohledem na výše uvedenou skutečnost, že na DAFilms je relativně častěji než na jiných VOD portálech nabízena festivalová produkce. V případě festivalů

je (z důvodu celkové prestiže) považováno za důležité, zda je film uváděn v premiéře, a pokud ano, tak zda v premiéře pouze lokální či celosvětové. Aby mohla být zachována specifičnost tohoto označování, trvali někteří producenti a distributoři na tom, aby byl film online dostupný pouze na určitém území a možným zájemcům z jiných (nelicencovaných) území byl k filmovému titulu odepřen přístup prostřednictvím geoblokace.

358. Provozovatelé DAFilms se s provozovateli portálu Aerovod shodují na tom, že **čistě online (virtuální) varianta festivalů nabízí divákům pouze velmi omezený zážitek** v porovnání s běžnou podobou festivalů, které jsou v neposlední řadě i místem setkávání různých lidí z řad diváků i filmových profesionálů. Z toho důvodu předpokládají, že se **model online festivalu do budoucna neprosadí** a bude existovat spíše pouze jako „záložní“ varianta pro mimořádné situace, jakou byla i pandemie nemoci COVID-19.
359. Za **nejvýraznější negativní efekt** pandemie na fungování portálu DAFilms považují jeho provozovatelé **nemožnost** členů pracovního týmu, který tento portál připravuje, se **pravidelně osobně setkávat a komunikovat**.

▪ 5.3.3.5 Inovace a příležitosti

360. **Jednou z hlavních obchodních inovací**, o které hovořili provozovatelé obou námi oslovených VOD portálů, je bezpochyby fenomén **premium VOD (PVOD)**. Mimořádná pandemická situace, umocněná průběžným posilováním potenciálu VOD služeb, vedla k tomu, že některé filmové premiéry, které by byly dříve realizovány v klasických kinech, se nyní uskutečnily prostřednictvím VOD služby. Jelikož se však jedná o službu prémiovou, je spojena s požadavkem **vyšších jednorázových poplatků** od diváků (zpravidla odpovídajících alespoň ceně běžné vstupenky do kina). Služba *premium VOD* v určité podobě existovala již před pandemií, byla však využívána v podstatě jenom okrajově nebo u specifických projektů a distributorů (většinou se jednalo o kombinaci souběžné premiéry v klasických kinech a na VOD).
361. V rámci služby **Aerovod** byl v době pandemie jako *premium VOD* uveden například slovenský film *Služebníci* (r. Ivan Ostrochovský, SR, ČR, Rumunsko, Irsko, 2020).
362. Jinak však pandemická situace **nepřinesla zásadnější změnu** skutečnosti (zdůrazňované zejména provozovateli portálu Aerovod), že diváky přitahuje ke konkrétní VOD službě zejména **exkluzivní obsah**, tedy obsah, který není dostupný na jiné konkurenční VOD službě a současně je divácky atraktivní (alespoň pro určitou vyhraněnou fanouškovskou základnu).
363. Celkově vidí provozovatelé portálu **Aerovod** přínos mimořádné pandemické situace – vyjma shora uvedeného efektu ekonomického – v tom, že **pandemie odhalila několikanásobně větší divácký potenciál** u jimi nabízeného obsahu, než jaký kdy dříve předvídali.
364. Současně na obecné rovině předpokládají, že pandemie povede k **dalšímu rozvolňování zavedeného systému distribučních oken a holdbacků**. Namísto slepého dodržování nastavených rigidních pravidel budou u konkrétních případů více brány do úvahy všechny možné faktory,

včetně základní vhodnosti či nevhodnosti určitého filmu pro online distribuci, jakož i možnosti, že prioritní exkluzivní uvedení určitého filmu v online prostředí může plnit roli propagační kampaně pro následné uvedení téhož filmu v kinech. Jelikož neexistuje jeden univerzální recept na úspěšné uvedení filmu (z hlediska maximalizace počtu diváků a příjmů), je třeba **každé uvedení zvažovat zcela individuálně**; i tuto skutečnost pandemická krize zdůraznila.

365. I provozovatelé portálu **DAFilms** popisovali v souvislosti s pandemií výrazné posílení (již dříve patrného) trendu **rozvolňování etablovaného systému distribučních oken a holdbacků**. VOD přestalo být vnímáno jako automaticky jedno z pozdějších distribučních oken a mnohem více než dříve se začal objevovat fenomén **premium VOD**. Tím došlo k celkovému ztraktivnění VOD služeb pro diváky, a to zejména těch, které mohou nabídnout exkluzivnější obsah.
366. Efekt pandemie se dá vysledovat i v tom, že producenti a distributoři začali nabízet k určitému (zejména staršímu) obsahu **pouze VOD práva**, tedy bez souběžné nabídky práv pro jiné distribuční kanály. Tento fenomén je však, alespoň zatím, spíše okrajový.
367. Uzavření kin rovněž přineslo proměnu diváckých návyků, včetně **větší ochoty platit předplatné a platit více předplatných pro různé služby zároveň**. Tento spotřebitelský trend byl ještě výraznější během první nucené uzavírky kin na jaře 2020, kdy mezi lidmi převládal entuziasmus a touha podporovat oblíbené projekty v krizové situaci.
368. Díky větší divácké návštěvnosti bylo možné implementovat do obou sledovaných služeb **mnoho nových funkcionalit** a současně díky zvýšené responzi diváků odhalit a následně upravit funkcionality, které jsou vnímány negativně.
369. Koronavirová pandemie spolu se zvýšeným diváckým zájmem vedla provozovatele portálu **DAFilms** i k **žánrovému rozšíření nabídky**. Vedle tradičního dokumentárního obsahu začali stále více nabízet i obsah hraný a vedle českých hraných filmů do nabídky během pandemie zařadili i některé zahraniční hrané filmy. Pro rok 2021 pak připravili i spuštění sekce DAFilms Junior s nabídkou titulů pro dětské publikum.
370. Dle pozorování provozovatelů DAFilms koronavirová krize obecně **mnohem lépe naučila producenty a distributory pracovat s VOD uvedením**. Naučili se rozpoznat, jak tento kanál lépe využít ke své propagaci a propagaci konkrétního titulu a jaké VOD portály jsou pro ně nejvhodnější. Producenti a distributoři též pochopili, že VOD portály jsou důležitým partnerem už proto, že mají **významné množství dat o chování diváků** (například odkud přicházejí, v kolik hodin přicházejí, jak dlouho se na něco dívají atd.) a ta jim umožňují lépe předvídat divácké chování a přizpůsobovat se mu.
371. Provozovatelé DAFilms konečně upozornili na skutečnost, že po otevření kin na jaře 2021 sice na portále DAFilms mírně poklesly nákupy předplatných (oproti době, kdy byla kina zavřená), ale naopak nadále stoupá sledovanost jednotlivých titulů. Z toho lze vyvozovat, že dlouhodobým pozitivním trendem, který s sebou pandemie nemoci COVID-19 přinesla, je **zvýšení návyku lidí dívat se na filmy online prostřednictvím legálních služeb**.

I 5.3.4 Producenti testující nové typy audiovizuálních produktů a způsoby jejich distribuce

▪ 5.3.4.1 Dopady pandemie na segment audiovizuální produkce

372. Dramatický nárůst zájmu o placené VOD služby, doprovázený uzávěrami kin, producenty logicky vedl k přehodnocování jejich strategií a obchodních modelů. Dotazníkové šetření provedené Státním fondem kinematografie na skupině všech žadatelů o podporu v rámci speciální covidové výzvy (2021-6-1-9) na počátku roku 2021 ukázalo, že producenti plánují v reakci na covidovou pandemii inovace primárně v oblastech, které se týkají **pronikání do nových distribučních portálů a regionů a s tím související marketing**, ať už cílí na nové obchodní partnery, nebo na budování publika mimo kina a na přesněji definované cílové skupiny, než tomu bylo dosud. Producenti chtějí rozšiřovat své portfolio, tradičně soustředěné na celovečerní film pro domácí kinodistribuci, o nové typy produktů, mezi nimiž **převažují televizní a internetové seriály, respektive filmy a seriály pro VOD služby**. Převážně malé producenty firmy tedy primárně nehledají nové zdroje financování, nové tvůrčí koncepce nebo síly, ale spíše způsoby, jak si zachovat udržitelnost a konkurenceschopnost v novém průmyslovém ekosystému, který je ve stále větší míře ovlivňován nadnárodními streamovacími službami.¹⁵⁹

373. Výstupy z diskusí o stavu audiovizuálního průmyslu a rozhovory s respondenty nicméně ukazují, že mezi deklarovanými plány na inovace a reálnou praxí je poměrně značný rozdíl. Obraty firem působících v tradičních třech segmentech audiovizuální produkce (zahraniční zakázky, reklama a produkce českých filmů a seriálů) neklesly tak, jak se producenti na počátku pandemie obávali, a to především díky zachování kontinuity produkce a pokračujícímu zájmu nadnárodních VOD služeb o natáčení v ČR.¹⁶⁰ **Příklon k novým formám online distribuce a formátům (ať už dlouhým filmům a seriálům, nebo krátkým webseriálům a jiným typům online videí) prozatím nemá charakter všeobecného trendu, ale jen velmi pomalého rozšiřování dosavadní produkční praxe**. V některých ohledech dokonce během pandemie došlo k obrácenému trendu: v oblasti původní webseriálové produkce, která se v letech 2014–2018 dynamicky rozvíjela především díky investicím internetové televize Stream, došlo během let 2019 a 2020 k výraznému útlumu a snižování výdajů na výrobu původních online videí, jejichž reklamní využití nedokázalo – zvláště v případě náročnějších projektů typu hraných webseriálů – pokrýt náklady.¹⁶¹ Jiné typy nefilmových audiovizuálních formátů, například videohry, naopak teprve čekají na těsnější propojení s domácím audiovizuálním průmyslem.

▪ 5.3.4.2 Případová studie – Bionaut

374. Tento rozpor mezi vůlí inovovat a realitou českého audiovizuálního trhu nejlépe ilustruje příklad televizního a filmového producenta **Vratislava Šlajera**, jehož společnost Bionaut má na domácí

159 Vycházíme zde z neveřejných pracovních výstupů z analýzy zmíněných dotazníkových dat, na kterých s Petrem Szczepanikem spolupracovali Daniela Staníková a Přemysl Martinek. Dotazník vyplnilo celkem 116 producentů, 17 distributorů a 87 provozovatelů kin. Viz Mimořádná výzva Státního fondu kinematografie k podávání žádostí o podporu kinematografie (2021-6-1-9) Projekty producentů firem, distributorů a provozovatelů kin zaměřené na výzkum a inovace v proměňujícím se prostředí audiovizu (viz také Státní fond kinematografie, Fond kinematografie podpořil filmový průmysl dalšími 127 miliony korun. Pomoc rozdělil mezi 212 projektů. 17. 2. 2021).

160 Asociace producentů v audiovizu, Bilanční zpráva APA – 2019 a 2020. Praha: APA, 2021.

161 Jetmar, Jakub, Vydavatelé s tvorbou vlastních seriálů skončili. *Mediář*. 15. 5. 2020.

poměry neobvykle různorodé portfolio (od televizních seriálů pro ČT, Novu a Primu přes artové a dokumentární filmy po žánrovou komerční produkci a filmy pro děti) a je mezi nezávislými producenty pionýrem v testování online formátů, především webseriálů a podcastů. Šlajer sice zaznamenal průlomový mezinárodní úspěch s **webseriálem #martyisdead**, který získal mezinárodní cenu Emmy v kategorii krátkometrážních seriálů, ale Bionautu to nepřineslo větší zisky z mezinárodních prodejí a on sám krátkometrážní online formáty pro mladé mobilní posttelevizní diváky nevnímá jako klíčový trend s potenciálem změnit vztahy na trhu. Důvěra klíčových hráčů v komerční potenciál krátkých formátů pro mobilní sledování podle něj oslabila a opět převládá názor, že **cílený divácký zájem se i nadále bude soustředit na dlouhé seriály a filmy, zatímco krátké formáty zůstanou volně šířeným doplňkem**. Podobně skeptický je s odstupem času i ke svým dřívějším plánům na spouštění vlastních streamovacích služeb, zaměřených na žánrově vymezenou tvorbu. Vysoká finanční i technologická náročnost spuštění a údržby vlastního portálu povede producenty ke spolupráci se zavedenými partnery, jako jsou v českých podmínkách Voyo, Aerovod nebo (v případě podcastů) Audioteka.

375. Neznamená to ovšem, že by ke změnám v producerském přístupu k digitální distribuci, stimulovalým či urychleným pandemií, vůbec nedocházelo. Šlajer upřesňuje, že tyto změny mají charakter **dílčích úprav dosavadních praxí**:
376. I65: *„Ten byznys se zásadně moc nemění. My chceme dělat původní věci a prodávat je a financovat, to zůstalo stejné. Co já cítím, je, že se hodně mění, kam se dají přeprodat a jak se s nimi dá obchodovat.“*
377. • **Přesun propagačních kampaní do online prostředí**: Jako příklad může sloužit nový film Bionautu *Shoky & Morthy* (2021), jehož propagační kampaň se omezila na digitální kanály, především sociální sítě, a na přesněji vymezené cílové skupiny (na úkor outdoorové reklamy).
378. • **Nové strategie v prodeji online distribučních práv**: V porovnání s předpandemickou dobou se producentům jeví jako ekonomicky smyslupnější, aby prodávali separátně práva pro TV, SVOD a TVOD. Podle Šlajera začínají ve VOD právech vidět reálnou ekonomickou hodnotu,¹⁶² která ospravedlňuje dodatečné náklady na prodej a propagaci. Přesto pro prodej VOD práv i nadále nejčastěji využívají služeb velkých domácích distributorů s agregátorskými smlouvami s Netflixem a dalšími portály (Bontonfilm a AQS). Na příkladu filmů *Princezna zakletá v čase* a *Shoky & Morthy* ilustruje Šlajer domněnku, že pandemie oživila zájem distributorů o jednorázové prodeje novinek, podpořené crossmediální kampaní. TVOD nemůže konkurovat SVOD v celkové uživatelské oblibě a komfortu, nicméně pandemie podle něj ukázala, že diváci jsou ochotni za dobře zvolené a propagované tituly platit.

162 K situaci před pandemií, kdy mezi producenty převládala skepse a pasivní přístup k VOD prodejům, srov. Szczepanik, Petr, Channels and Barriers of Cross-border Online Circulation: Central and Eastern Europe as a Digital Periphery. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.), *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Cham: Springer, 2020, s. 159–180.

▪ 5.3.4.3 Případová studie – platforma Naživo a hybridní formy produkce a distribuce

379. Kromě dílčích inovací v oblasti online obsahů a distribučních metod se v českém veřejném prostoru objevilo i několik pokusů spojit filmovou, respektive televizní produkci s živým divadelním uměním a šířit ji živým přenosem po internetu. Tvůrci a producenti tak nabídli **nové, hybridní formy uměleckého vyjádření a komunikace s diváky, které přímo reagovaly na pandemickou situaci**. Některé z nich mají potenciál udržitelnosti i v postpandemických podmínkách.
380. Nejvýraznější aktivity v této kategorii realizoval producent a režisér **Viktor Tauš** ve spolupráci s dalšími tvůrci a několika uskupeními – především s Rostislavem Novákem z Cirku La Putyka a Štěpánem Kubištou z Jatek78, kteří kromě zde popsaných formátů pro digitální distribuci během pandemie iniciovali řadu dalších divadelních akcí. Jako pilotní projekt pro navazující činnosti Taušovi posloužil jeho dlouhodobě vyvíjený původní námět (filmový scénář a divadelní inscenace) pod názvem *Amerikánka*. V přípravné testovací fázi (od dubna 2020) byla na instagramovém profilu, který vlastní Tereza Ramba, streamována živá čtení *Amerikánky* s původní hudbou Petra Ostrouchova, přičemž diváci mohli dobrovolným vstupným podpořit iniciativu Medici na ulici. V další, „ostré“ fázi Tauš přenesl inscenaci *Amerikánky*, úspěšně uvedenou již v roce 2018, do několika reálných lokací mimo jeviště, nechal ji nasnímat z ruční kamery jednozáběrovou metodou a takto ji v létě 2020 uvedl jako živý přenos ve vybraných kinech. Na to navázaly živé přenosy několika dalších divadelních představení spolupracujících souborů (Cirk La Putyka, Vosto5, Divadlo Na Zábradlí ad.), rovněž streamovaných do kin ve spolupráci s distribuční společností CinemArt.
381. Tyto **živé přenosy, které divadelní inscenaci dávaly specifickou kvazifilmovou formu, na první pohled odlišnou od tradičního televizního přenosu**, Tauš uváděl pod hlavičkou platformy **Naživo**, jejímž hlavním deklarovaným cílem bylo přinášet **alternativu sdíleného prožitku živé kultury** (www.filmnazivo.cz).
382. V rámci platformy se postupně diferencovaly tři dílčí formáty živého přenosu: a) Film Naživo natáčený ruční kamerou v jednom záběru a reálných lokacích jako jedinečná událost bez repríz, b) Divadlo Naživo, kdy jsou divadelní představení ponechána na své domácí scéně, ale jsou přesvícena a kamera je snímá z větší blízkosti než při tradičním televizním přenosu a tak buduje intimnější kontakt s divákem, c) Televize Naživo, která v období od listopadu 2020 do února 2021 vysílala jako běžný digitální terestriální kanál (přístupný navíc v nabídce televize O2).
383. Vícezdrojové financování televizního vysílání i platformy jako takové kombinuje veřejné zdroje (podporu Ministerstva kultury ČR, Magistrátu hl. m. Prahy, Státního fondu kinematografie) s podporou komerčních partnerů (Nadace PPF, O2 ad.), příjmy z reklam (některé z nich byly inscenovány naživo herci pro televizní vysílání) a jednorázovými platbami od diváků. Z těchto jednorázových plateb vybíraných přes platformu Naživo šlo podle jejich představitelů 50 % divadelním souborům a ze zbylých 50 % šla část na vznik nových inscenací a část na dobročinné účely.
384. **Televize Naživo** byla stejně jako platforma Naživo produkována Taušovou společností Heaven's Gate ve spolupráci s Cirkem La Putyka a Jatkami78 (tyto tři subjekty založily jako třetinová

podílníci společnost Kanál Naživo, která se stala oficiálním provozovatelem terestrického vysílání). Technologickou podporu poskytla telekomunikační společnost O2, která Televizi Naživo zároveň zahrnuje jako samostatný kanál do svého portfolia IPTV. Dočasná stanice takto odvysílala téměř 60 premiér, z nichž asi třetina byly živé přenosy. Ačkoli se nejednalo o běžný televizní program se standardním obchodním modelem, podle Tauše Televize Naživo během své krátké činnosti dosáhla v některých dnech sledovanosti kolem 10 tisíc diváků, tedy výsledků srovnatelných s ČT Art (plus další až desítky tisíc zhlédnutí na sociálních sítích zúčastněných souborů).¹⁶³ Po ukončení terestriálního vysílání zůstaly záznamy za úplatu k dispozici na platformě Film Naživo.¹⁶⁴

385. Tauš popsal své motivace k tvorbě a šíření formátů Naživo jako přímo odvozené od pandemické situace a kombinující osobní tvůrčí, ekonomicko-sociální a morální důvody:

386. I55: *„Ty důvody byly tři. Ten prvotní, iniciační byl, že jak se nacházím v životní etapě, kdy se považuji za vypravěče příběhu Američanky, a ve chvíli, kdy mi bylo protipandemickými opatřeními znemožněno ten její příběh vyprávět dál na platformě divadla, hledal jsem cestu, jakým způsobem ho vyprávět dál. Druhý důvod byl samozřejmě ten, že se najednou obrovské množství lidí v mém nejbližším okolí ocitlo bez práce, a jelikož všechny ty zúčastněné soubory nebo celé to jádro Cirkus La Putyka, Jatek78, Heaven's Gate jsou soubory soběstačné nebo z většiny soběstačné, tak máme zodpovědnost za svoji rodinu ve smyslu spolupracovníků. A tím třetím důvodem, který se stal hnacím motorem, byl pocit povinnosti v tu chvíli vytvářet živou kulturu. Já jsem to opravdu viděl až tak, že nehrát v tu chvíli je ekvivalent toho, když se lékař rozhodne nejít do práce.“*

387. Ačkoli je stále příliš brzy na hodnocení dlouhodobé udržitelnosti jednotlivých formátů Naživo, lze předpokládat, že budoucnost tohoto projektu nebude spočívat v udržování standardního online katalogu záznamů a službě videa na vyžádání (jako v případě katalogu divadelních inscenací společnosti Dramox), ale v **dalších intervencích do mediálního prostoru s cílem posilovat přítomnost autentické živé kultury**. Produkční tým Naživo (resp. výše zmíněná společnost Kanál Naživo) vyjednal během roku 2021 obsahovou **spolupráci s Českou televizí**, která si objednala balík pořadů v několika programových formátech vyvinutých platformou Naživo. Kromě divadla a filmu to jsou např. Late Night Show, DOMAněž a Talkshow, přičemž jednotlivé programové formáty mají být snímány v jednom ze tří formálních formátů vytvořených již dříve pro platformu Naživo: jako Film Naživo (v reálných lokacích, v jednom záběru), Divadlo Naživo (na jevišti, ale také v jednom záběru) nebo Divadlo ve filmu (stříhově kombinované záběry z divadelních představení v reálných lokacích a na jevišti, které se svou formou blíží celovečernímu filmu).¹⁶⁵

▪ 5.3.4.4 Překážky a bariéry

388. Případ Bionautu a Vratislava Šlajera ukázal, že inovující producent v podmínkách malého českého trhu nutně naráží na technologické a obchodní bariéry, které limitují možnosti prodeje, a to

163 Rozhovor s Viktorem Taušem vedl Petr Szczepanik 9. 8. 2021 v Praze.

164 Viz <https://filмнаzivo.cz>.

165 Rozhovor s Viktorem Taušem vedl Petr Szczepanik 9. 8. 2021 v Praze.

zvláště do zahraničí. **Nadnárodní platformy zatím domácím producentům nenabízejí dostatečně transparentní a předvídatelné podmínky spolupráce, aby jim to mohlo zajistit spolehlivý zdroj financování a tržeb.** Šlajer současně upozorňuje na **kulturněpolitické bariéry vyplývající z aktuálního systému veřejné podpory**, který upřednostňuje artové a celovečerní hrané filmy na úkor žánrové produkce, seriálových a online formátů.

389. Podle Tauše nebyly hlavní překážkou pro zavádění nových formátů technologické obtíže ani smluvní vztahy se soubory a jejich autory (výběr se soustředil na autory české nebo nežijící, tedy texty volně použitelné; licenční smlouvy se podepisovaly na omezenou dobu uvedení na platformě nebo v TV vysílání), ale spíše **rigidní kategorie oddělující živou kulturu, její záznamy a kinematografická díla** v systému veřejné podpory a obecněji v oficiální audiovizuální kultuře. Například grantové okruhy Státního fondu kinematografie nepočítají s hybridním formátem typu Film Naživo, jehož producent by mohl žádat o podporu v okruhu distribuce ještě předtím, než dílo získá finální tvar. Filmové centrum České televize podle Tauše odmítlo jeho nabídky na koprodukcii, protože Film Naživo nepovažovalo za kinematografickou formu. S hybridními formáty nepočítá ani Česká filmová a televizní akademie (a Tauš a jeho kolegové tak mohli získat cenu Český lev pouze v kategorii Audiovizuální počín).

▪ 5.3.4.5 Inovace a příležitosti

390. V případě Bionautu se inovace stimulované pandemickou krizí a opatřeními na její potírání týkají dílčích, byť podstatných změn **v možnostech prodeje a cenách sekundárních práv v jednotlivých kategoriích online distribuce.** Producent Vratislav Šlajer vidí budoucnost v **žánrové produkci a v cílenějších marketingových kampaních zaměřených na přesněji definované cílové skupiny a online distribuční kanály.** Rostoucí zájem o VOD tak ovlivňuje strategii i pracovní metody producenta ve fázi vývoje, výroby i marketingu, nicméně těžiště inovací nespočívá ve zcela nových typech produktu nebo distribuce.
391. V případě platformy Naživo došlo k zásadnějším změnám zavedené praxe: filmový producent začal spolupracovat s **novými typy partnerů** (divadelními soubory, telekomunikační korporací) a spolu s nimi vytvořil **nový typ produktu i distribuce.** Viktor Tauš zastává názor (který má oporu v názoru spolupracujícího právníka a skladatele filmové hudby Petra Ostrouchova), že formát Film Naživo by měl být z právního i kulturněpolitického hlediska považován za autorské dílo a za celovečerní film. V případě primárního uvedení v kinech by měl mít také status kinematografického díla, nikoli pouhého záznamu představení.¹⁶⁶ Ačkoli **oficiální kategorie pro podporu kultury** s tímto názorem nekorespondují a bude obtížné je měnit, podle Tauše již díky produkci spojené s platformou Naživo vznikl precedens, který propojování živé kultury s kinematografickou formou v budoucnu usnadní. Zásadním příspěvkem by mohla být výše zmíněná akvizice pořadů ze strany České televize. Na rozdíl od spíše experimentálního a exkluzivního formátu Filmu Naživo, přenášeného živě do kin, lze v případě televizní spolupráce (započaté výše popsanou akvizicí) předpokládat širší dopady, které povedou k dlouhodobější a výraznější přítomnosti živé kultury v mainstreamových médiích a k etablování nových formátů pro její zprostředkovávání. Přesto produkční tým Naživo plánuje v postpandemické době pokračovat i v práci na

166 Ibid.

formátech Divadlo Naživo a Film Naživo, ať už budou šířeny přes platformu www.filmnazivo.cz, nebo kinodistribucí.¹⁶⁷ Podle Tauše spočívá hodnota těchto hybridních formátů především v inovativním pojetí kinematografického zprostředkování živé kultury, které je schopno u publika samo o sobě vyvolat silné emoce a tím nabídnout svébytnou alternativu živé umělecké události, a nikoli pouze její záznam.

I 5.3.5 Závěr

392. Dopady pandemie, změny v praxi, bariéry a inovace v audiovizuálním průmyslu popsané na půdorysu případových studií lze obecně shrnout do tří základních kategorií, které jsou odstupňovány podle míry odklonu od předpandemické situace:
- 5.3.5.1 Dílčí změny v zavedené praxi

393. Reakce na pandemickou situaci nepřinesla pouze drastické uzávěry, rušení a nečekané inovace. Pandemie především přenastavila pozornost publik i finanční toky směrem od živé kultury k domácí spotřebě a online službám. Aktéři audiovizuálního průmyslu v řadě případů reagovali relativně drobnými posuny v zavedených způsobech řešení konkrétních problémů. Například producenti začali **pozorněji sledovat a plánovat prodeje do online distribuce, distributoři a kina začali ochotněji připouštět dílčí posuny v časových odstupech, online služby mohly mírně navýšit ceny licencí za domácí produkty.**
 - 5.3.5.2 Hybridní formáty a distribuční kanály

394. Pandemická situace přiměla aktéry k propojování nebo slučování dosud oddělených sektorů, praktik a žánrů. Producenti, distributoři, kina i VOD služby se pokoušeli **přenést do online prostředí určité prvky živé kultury**, která byla protipandemickými opatřeními drasticky omezena. Vznikala tak hraniční díla a netradiční způsoby jejich uvedení, které neměly na živé kultuře parazitovat, ale spíše k ní vytvořit alternativu, kompenzovat výpadky příjmů a v posledku přivést zpět diváky i zájem sponzorů. Instituce audiovizuální kultury byly postaveny před otázkou, jak tyto aktivity integrovat do svých systémů podpory nebo udělování cen. V případech, kdy to situace umožňovala, začleňovaly festivaly prvky online projekcí a diskusí do redukované fyzické formy.
 - 5.3.5.3 Nové formáty a služby

395. Některé z těchto změn přesahují míru hybridizace a získávají povahu samostatného nového formátu či služby s různě vysokým potenciálem dlouhodobé udržitelnosti. V několika případech pandemie stimulovala vznik zcela **nových služeb**, např. Dramox, platformu Naživo (včetně Televize Naživo), respektive **formátů**, jako je Film Naživo nebo čistě **virtuální festivaly** v případech, kdy je nebylo možno konat fyzicky ani v omezené míře.

167 Kabát, Marcel, Chce to vykročit ze sebe sama, myslí si režisér Viktor Tauš. *Lidové noviny*. 30. 12. 2020.

II 5.4 STRUKTURNÍ PROBLÉMY DIGITÁLNÍ DISTRIBUCE AUDIOVIZUÁLNÍCH DĚL

396. Ačkoli veřejné instituce a profesní svazy v oblasti audiovizuálního průmyslu plnily svou informační, koordinační a podpůrnou roli efektivněji než v případě hudby nebo divadla (což je ovšem z velké části dáno skutečností, že hudba ani divadlo nemají obdobu Státního fondu kinematografie), i zde pandemie COVID-19 ukázala na několik strukturních problémů, které budou vyžadovat dalekosáhlé systémové změny, především pak novelu statutu Státního fondu kinematografie, novelu zákona o audiovizu a implementaci evropské směrnice o audiovizuálních mediálních službách.

I 5.4.1 Chybějící podpora průmyslu za účelem jeho odolnosti a inovativnosti

397. Pandemická situace ukázala, že veřejná podpora zaměřená na jednotlivé projekty, které jsou navíc hodnoceny (převážně subjektivně) podle kritérií odvozených od očekávané kulturní a umělecké hodnoty, nevytváří dostatečnou ochranu před krizemi tohoto typu, respektive před drastickými změnami poměrů na trhu (výpadky příjmů v dílčích sektorech, nástup nadnárodních portálů). Zvláště producenti (jak ukázal průzkum SFKMG) požadují, aby podpora směřovala nejen jednotlivým projektům (scénářům, filmům, festivalům atd.), ale také **podnikatelům jako primárním ekonomickým subjektům audiovizuálního průmyslu a zaměstnavatelům kreativních sil**, a tak jim umožnila kumulovat dostatečný kapitál, znalosti a v důsledku inovační potenciál, který by mohli využít v době krizí a změn. Podobné změny v systému podpory by se ovšem musely vyrovnat s několika překážkami, danými zákonným rámcem vymezujícím činnost Státního fondu kinematografie a **evropskými pravidly pro veřejnou podporu**. Systém veřejné podpory je totiž v ČR aktuálně vázán na projektové financování; jednou z cest by nicméně mohlo být například posílení bodování např. za historii, úspěšnost a kredibilitu firem či za kvalitu realizačního týmu uvnitř jednotlivých okruhů.

I 5.4.2 Chybějící oblasti veřejné podpory

398. V době pandemie výrazně vzrostl význam online služeb, online formátů a také vliv nadnárodních VOD portálů na domácí průmysl a naopak oslabil role kinodistribuce. Státní fond kinematografie ve stávajícím, zákonem o audiovizu vymezeném systému podpory nemá místo pro podporu činností, které jsou pro udržení konkurenceschopnosti domácího audiovizuálního průmyslu nezbytné a které lze zjednodušeně zahrnout do kategorie označované jako **small screen** (tvorba a distribuce pro obrazovky, tedy různé typy televizního vysílání, služeb videa na vyžádání a interaktivních digitálních forem). Tuto jejich nezbytnost a potřebnost prokázalo mj. dotazníkové šetření, které SFKMG provedl v souvislosti s mimořádnou výzvou na podporu inovací za účelem posílení udržitelnosti domácího audiovizuálního průmyslu v době pandemie na počátku roku 2021.¹⁶⁸ Hlavní oblasti inovací, které aktéři plánují, a tedy i podpory, kterou požadují, avšak SFKMG je za současné právní úpravy nemůže uspokojit, jsou tyto:

168 Mimořádná výzva Státního fondu kinematografie k podávání žádostí o podporu kinematografie (2021-6-1-9) Projekty producentů a distributorů a provozovatelů kin zaměřené na výzkum a inovace v proměňujícím se prostředí audiovizu

- výroba televizních a online seriálů;
- vývoj a výroba videoher;
- podpora exportu českých filmů;
- podpora nových forem online marketingu a online prodeje;
- vzdělávání specializovaných profesí v oblasti online marketingu, postprodukce atd.

399. Kromě výše uvedených oblastí podpory náš průzkum ukázal také to, že SFKMG a další instituce audiovizuálního průmyslu či kultury postrádají **kategorie a nástroje pro podporu hybridních či zcela nových formátů a služeb, které se vynořily v přímé reakci na pandemickou situaci**, zvláště pak těch, které překračují hranice mezi živou kulturou, filmem, televizí a internetem.

I 5.4.3 Nedostatečná regulace nadnárodních VOD portálů

400. V situaci dramatického růstu sledovanosti a ekonomického významu nadnárodních VOD služeb se stává navýsost aktuální otázka jejich integrace do národního audiovizuálního průmyslu, jež ochrání jeho tradiční aktéry. To předpokládá mj. zavedení odpovídajících práv a povinností, které by korespondovaly s právy a povinnostmi audiovizuálních služeb s domicilem v ČR. Tomuto cíli má sloužit čl. 13 směrnice o audiovizuálních mediálních službách (AVMS) Evropského parlamentu a Rady (EU), ve znění Směrnice č. 2018/1808 ze dne 14. listopadu 2018. Ten předpokládá jednak 30% kvótu pro evropský obsah v katalogích zahraničních VOD služeb (povinnost vymáhaná regulátorem v zemi, kde je služba usazena), jednak umožňuje zavedení **příspěvků do národních audiovizuálních fondů anebo investičních povinností** – poslední dvě zmíněné povinnosti může dokonce český zákonodárce uložit i cizím službám, pokud prodávají předplatné českým spotřebitelům. Zatímco kvótní povinnost je nezbytnou složkou transpozice AVMS, finanční povinnosti si fakultativně volí jednotlivé členské země. Český vládní návrh transpozice z roku 2020 (součást návrhu zákona o službách platform pro sdílení videonahrávek) finanční povinnosti na zahraniční služby nerozšiřuje, ale pandemická zkušenost ukazuje, že by bylo záhodno je zavést alespoň v rámci chystané novely zákona o audiovizuaci.

401. Dalším strukturním problémem, který přímo souvisí s rostoucím zájmem producentů o prodeje VOD práv a o vývoj obsahů určených primárně pro VOD distribuci (viz podkap. 5.3), je slabá právní definice nezávislého producenta, která **producenty nechrání před ztrátou podílu na právech a tržbách při spolupráci s vysílateli a zvláště s nadnárodními VOD portály**. Ty budou v budoucnu pravděpodobně ve větší míře využívat služeb domácích tvůrců a producentů ských firem, skrze něž se budou rovněž ucházet o veřejnou podporu. V zájmu rozvoje domácího audiovizuálního průmyslu by bylo prospěšnější, kdyby domácí nezávislí producenti ve vztahu k nadnárodním portálům fungovali jako koproducenti.

402. Zahraniční zkušenosti ale ukazují, že provozovatelé portálů budou mít tendenci nezávislé producentské společnosti redukovat do pozice **externího zakázkového výrobce bez podílu na právech a tržbách a bez možnosti spolurozhodovat o marketingu a distribuci díla v jednotlivých distribučních oknech a teritoriích**. Tato situace začíná být problematická zvláště tehdy, když nezávislý producent získal pro vývoj nebo výrobu díla veřejnou podporu, protože tato podpora v důsledku přechází na nadnárodní portál jako jediného konečného majitele práv.

Nová úprava právní definice nezávislého producenta, případně podmínka zakotvená do pravidel pro udělení veřejné podpory by tedy mohly explicitně zavést povinné dělení práv (a tedy i tržeb) při exploataci díla.¹⁶⁹ Podobná regulace zavedené obchodní praxe by se ovšem musela vyrovnat s očekávatelným odporem (zejména) vysílatelů a poskytovatelů VOD služeb a zohlednit riziko, že jejich zakázková výroba bude do budoucna (z hlediska dělení práv) pouze formálně více odpovídat preferovanému koprodukčnímu vztahu.

I 5.4.4 Dílčí právní problémy

403. Navzdory prvotnímu očekávání se ukázalo, že právní regulace nepředstavovala pro online distribuci audiovizuálního obsahu v době pandemie nemoci COVID-19 výraznější překážku.
404. I nad tím, co by se za jiné situace mohlo jako problém ukázat, převážila snaha většiny aktérů se dohodnout a nastalou krizovou situaci co nejrychleji a nejpružněji řešit. Tak například v případě fenoménu **živého kina** vyšlo najevo, že dosavadní licenční distribuční smlouvy neznají tento typ distribuce (který stojí nejbližší televiznímu vysílání, ale ani jeho definici v autorském zákoně možná zcela nenaplnuje). To však nijak nezabránilo tomu, aby se realizátoři projektů z oblasti živého kina poměrně rychle dohodli na úpravách smluv či na zcela nových smlouvách s držiteli práv, které tento problém odstranily ujednáním nových podmínek reflektujících nový distribuční kanál.
405. Pandemie nemoci COVID-19 pravděpodobně více než kdy dříve umocnila význam **geoblockingu a technologie DRM**, která chrání digitální obsah před neoprávněným kopírováním. Zejména tam, kde měl být určitý audiovizuální obsah uveden v premiéře (typicky na online festivalu), požadovali držitelé práv nezřídka zabezpečení obsahu proti nelegálnímu kopírování formou DRM nebo jinou technologií. Stejně tak bylo v případě festivalových premiér často nutné zabezpečit, aby se tato premiéra uskutečnila pouze pro diváky na předem definovaném území (a nenarušila tak plán premiér na jiných územích), a za tímto účelem byl využit právě geoblocking, teritoriálně omezující dostupnost příslušného obsahu. I v tomto případě se však zpravidla podařilo podobné požadavky držitelů práv v poměrně rychlém sledu uspokojit, popřípadě přijít s kompromisním alternativním řešením. Totéž platí ohledně požadavku vznášeného při sjednávání licencí, aby byl určitý audiovizuální obsah dostupný online pouze pro omezený počet diváků.
406. Jako právní problém pak vnímali někteří aktéři audiovizuálního odvětví – zejména ti, kteří jimi byli nejvýrazněji ekonomicky postiženi – samotné **vládní restrikce** směřující k omezování šíření onemocnění COVID-19. Jako příklad můžeme uvést námi oslovené vedení personálně propojených společností Falcon (distribuce) a CineStar (provozovatel sítě multikin). V roce 2021 se společnost CineStar podílela (jednou v roli samostatného subjektu a třikrát v roli člena Asociace provozovatelů kin) na podání hned čtyř správních žalob na stát, jejichž cílem je zrušení některých opatření souvisejících s návštěvou kin (zejména nutnosti kontroly dodržování vládních nařízení ze

169 Podrobněji k této problematice viz Mitrić, Petar – Szczepanik, Petr, Pomůže Netflix českému filmu? Výzvy a příležitosti implementace článku 13 revidované směrnice o audiovizuálních mediálních službách. Prosinec 2020.

strany diváků), a to především z důvodu tvrzené diskriminace oproti jiným skupinám podnikatelů (např. provozovatelů restaurací).¹⁷⁰

407. Pro úplnost můžeme zmínit i spíše technologický nežli právní problém, kterým je existence softwarových robotů, jež na nejrozšířenějších platformách **vyhledávají protiprávně zpřístupněný obsah** (zejména hudební). Ukázalo se (v našem případě například při rozhovoru ohledně realizace projektu *Moje kino LIVE*), že tyto technologie nedokážou dostatečně pružně reflektovat fakt, že se na daných platformách vyskytlo nárazově významné množství nového legálně zpřístupněného obsahu, a tento byl v některých případech „preventivně“ zablokován jako podezřelý.

■ 6. DIVADLO

II 6.1 HODNOTOVÝ ŘETĚZEC V OBLASTI DIVADELNÍHO PROVOZOVÁNÍ

408. Divadelní provozování dramatických děl patří mezi tradiční způsoby užití autorského díla – v tomto případě (slovy autorského zákona) díla dramatického, choreografického, pantomimického nebo hudebně dramatického. Na rozdíl od audiovizuálního či hudebního průmyslu neprošlo divadlo žádnou revoluční změnou co do způsobu komunikace s divákem a modelů divadelního provozování. Přestože se distribuční podmínky mnohdy měnily – éru převážně soukromého divadelního podnikání ukončily poválečné divadelní zákony, kdy divadlo patřilo mezi první zestátněná podnikání – a divadelní provozování v rukou státu, popřípadě územních celků, narušilo zaběhnuté obchodní modely, základní produkční principy realizace inscenace a jejího sdělování divákům se nezměnily. Dokonce ani existující obchodní modely soukromého podnikání nemohly být zcela zrušeny, a to alespoň tehdy, pokud se československá státní divadla ucházela o licence k provozování zahraničních děl. V tomto případě už nerozhodovala o tom, co se bude hrát, pouze „strana a vláda“, ale československé divadelní instituce se účastnily volné soutěže o provozovací práva a musely poskytovat stejné záruky jako jakýkoli divadelní podnikatel ze Západu. Zvláště markantní to bylo v oblasti hudebního divadla, opery a především muzikálu, pokud už divadlo vůbec získalo potřebné devizové prostředky k pořízení potřebných práv.
409. Sametová revoluce vrátila do oblasti divadla soukromé podnikání. Nicméně **v případě divadla produkovaného převážně z veřejných zdrojů doposud nedošlo k oddělení divadla od státu, resp. územní samosprávy**. Pozůstatkem centrálně řízeného hospodářství je právní forma příspěvkové organizace, jež je se svou omezenou právní osobností pouhou prodlouženou rukou zřizovatele (státu či územního samosprávného celku), který provoz divadla může kontrolovat do nejmenších podrobností, včetně toho, že je mu ponechána možnost svévolných změn v managementu divadla. Pouze v několika případech (Dejvické divadlo, pražský Činoherní klub aj.) se teprve po mnoha letech povedlo prosadit **organizační oddělení provozovatele divadla od jeho zřizovatele** a docílit tak jeho určité institucionální nezávislosti.
410. Na dnešním „trhu“ divadelních služeb se tak potkávají v principu **tři druhy pořadatelů** – v této zprávě budou zjednodušeně označováni jako divadelní producenti: **divadelní podnikatelé,**

¹⁷⁰ V době vzniku tohoto textu zatím nebylo o žádné z podaných žalob pravomocně rozhodnuto.

nestátní neziskové (nevýdělečné) organizace¹⁷¹ a veřejnoprávní korporace (stát a územně samosprávné celky) provozující divadlo skrze své příspěvkové organizace.¹⁷² Všichni tři soutěží o tytéž tvůrčí pracovníky a technické profese, stejně jako o licenční práva k provozování autorských děl na straně „vstupu“, a o stejné divadelní diváky na straně „výstupu“. V tradičním distribučním schématu se pochopitelně obvykle soutěží o obecenstvo v místě živého provozování a jeho okolí, stejně jako je tomu u koncertního provádění hudby, na rozdíl od hudby se však u divadla jedná nikoli o dominantní, ale prakticky téměř výlučný způsob komunikace s divákem. To, čím se divadlo liší od ostatních zkoumaných segmentů, je obvyklé spojení produkce (výroby) s distribucí, kdy producent je většinou jediným distributorem své produkce (inscenace). Tradiční výjimkou je třeba hostování na jiných scénách a festivalech či (obchodně bezvýznamný) televizní přenos nebo nověji též divácky vyhledávané (a obchodně již významnější), nicméně z technických důvodů vzácné přenosy do kin. **Digitální distribuční kanály toto paradigma dále vychylují směrem k oddělení produkce a distribuce**, byť mnohé divadelní organizace zůstaly i v online prostředí samy sobě digitálními distributory (viz odd. 6.1.6 a podkap. 6.3).

411. Pro popis a analýzu hodnotového řetězce v divadelní produkci jsou důležité základní rozdíly mezi divadelními formami (např. divadlo interpretační a autorské) a divadelními druhy, tedy v principu divadlo hudební (zejm. muzikálové a operní), činoherní, pohybové (což pro účely naší práce může zahrnovat tradiční divadlo baletní, ale též výrazový tanec, pantomimu či nový cirkus).¹⁷³

I 6.1.1 Autorské divadlo

412. Produkčně – alespoň z autorskoprávního hlediska – je nejjednodušší situace autorského divadla, kdy **inscenované autorské dílo vzniká speciálně na objednávku divadelního producenta**, přičemž tvůrce nebo tvůrci personálně splývají nebo se alespoň částečně překrývají s tvůrci divadelní inscenace a **role dramatického autora, režiséra, dramaturga, scénografa, ba i herce se zde vzájemně prostupují**. Autorské divadlo přitom může být jakéhokoli druhu, ať již jde o činohru, nebo operu (např. Ensemble Opera Diversa). Tato forma divadla je typická rovněž pro loutkové divadlo, divadlo pro děti nebo amatérské divadlo. V těchto případech **producent nabývá provozovací práva k textu přímým jednáním s autorem** (autory), což ve fázi přípravy inscenace zjednodušuje vypořádání práv. I v těchto případech ovšem často vstupuje mezi autora a producenta divadelní agent,¹⁷⁴ který autora zastupuje a vyjednává obchodní podmínky jeho angažmá.¹⁷⁵ Jestliže však dochází k autorskému projektu založenému na adaptaci cizího díla, například literární nebo dnes oblíbené filmové předlohy, situace bude co do vypořádávání práv stejná jako u neautorského divadla, nejedná-li se o předlohu právně volnou.

171 Do této skupiny lze řadit i divadelní školy, které pro veřejnost provozují různé druhy absolventských inscenací a obdobných projektů.

172 V tomto případě se mluví též o statutárních neboli zřizovaných divadlech.

173 Divadlo loutkové nezmiňujeme mezi divadelními druhy, neboť loutky jsou zde jen svébytným vyjadřovacím prostředkem odlišným od herce. Co do hodnotového řetězce nebo divadelní produkce budou problémy loutkového divadla kopírovat problémy divadla činoherního, hudebně dramatického apod., popřípadě divadla autorského, podle toho, jaké autorské dílo bude na loutkovém divadle inscenováno (muzikál, opera, preexistentní dramatický text, nově vznikající autorský text atd.).

174 V našich podmínkách obvykle agentura DILIA (v tomto případě nikoli v roli kolektivního správce), agentura Aura-Pont nebo méně často individuální agenti.

175 Tak tomu je obvykle v situaci, kdy autor připravuje jednorázový autorský projekt pro určitého producenta. V případech, kdy jde o vlastní autorův soubor, není pochopitelně v praxi žádný agent angažován.

I 6.1.2 Interpretační divadlo

413. Interpretačním divadlem – ač uměnovědně ne zcela přesně¹⁷⁶ – nazýváme pro účely této zprávy divadlo tzv. neautorské. V těchto případech nabývá producent práva k divadelnímu provozování autorského díla na základě licenční smlouvy uzavírané s nositelem práv.

▪ 6.1.2.1 Právně volné předlohy

414. I zde samozřejmě platí, že nabývání práv je relevantní pouze pro případy, kdy předloha není právně volná. **V provozovací praxi však budou případy, kdy je producent doopravdy zproštěn nutnosti vyjednávání práv, velmi vzácné.** V případě činoherního divadla budou například i klasické texty zahraniční provenience zatíženy právy k českému překladu. V případě hudebního divadla pak u muzikálu žádná volná díla v podstatě neexistují. V operním a operetním žánru je volných děl v běžném repertoáru naopak převaha, nicméně velmi často bude muset producent i v těchto případech vyjednat s nakladatelem notových materiálů, protože moderní notové edice klasických děl¹⁷⁷ nejsou běžně zdarma dostupné a často se musejí od nakladatele pro účely provozování pronajímat za obchodních podmínek, které jsou podobné licenci k provozování autorským právem chráněného díla. V oblasti tanečního divadla sice existují romantické balety, které jsou v principu právně volné, málokdy však budou inscenovány ve zcela původní choreografii, takže producent bude muset vyjednat práva k realizaci choreografie.

▪ 6.1.2.2 Činoherní divadlo

415. Tradiční distribuční schéma činoherního divadla je dlouhá léta stejné. Producent usiluje o uvedení textu, o němž má za to, že bude z nějakého důvodu úspěšný nebo pro divadlo profilující, a za tímto účelem vyjedná s nositelem práv. Tím může být autor osobně, jeho dědic nebo – častěji u profesionálních spisovatelů – knižní nakladatel, který je držitelem výhradní licence nejenom pro vydání knižní, ale též pro divadelní provozování.¹⁷⁸ Tento autor, dědic nebo nakladatel jako nositel výhradní licence je v licenční a právní praxi běžně označován za nositele práv a **při jednání s divadelním producentem bývá zhusta zastupován agenturou**, jako např. Aura-Pont

176 Pojem „interpretační divadlo“ může nevhodně navozovat dojem, že v divadle založeném na interpretaci preexistentního textu nejde o divadelní tvorbu, což samozřejmě není pravda. I v takovém divadle je režisér autorem, stejně jako třeba překladatel, jakkoli jej dosavadní česká judikatura nesprávně považuje za výkonného umělce. A podobně zase naopak u autorského divadla jde také o interpretaci díla, byť vzniklého přímo pro jeho první inscenaci.

177 V některých členských státech EU, např. v Německu, jsou vědecké edice notových materiálů chráněné zvláštním právem souvisejícím s právem autorským. V České republice tomu tak není a takové notové edice jsou právně volné. Prakticky vzato však nakladatel prostředky obligačními a věcněprávními dosáhne účinků obdobných účinkům absolutní duševněvlastnické ochrany. Notovou edici uchovává jako důvěrnou (nevydává ji tiskem) a pronajímá ji pořadatelům za přísných podmínek, které jim mj. pod pokutou zakazují pořizovat rozmnoženiny nebo jakkoli zpřístupňovat materiál třetím osobám, přičemž po skončení provozování ji musejí neporušenou vrátit. Takto docílí toho, že materiál musí být k novému provozování opět pronajat, a nakladatel může tímto způsobem získávat zpět, co investoval do pořízení nové edice (obzvláště v případě velkých vědeckých edic se však nejedná o aktivitu, která by byla zisková, a proto bývá pravidelně kofinancovaná z veřejných zdrojů nebo akademických grantů). Odměna za pronájem se pak obvykle odvíjí od tržeb, podobně jako u licence k provozování díla, a navyšuje se v případě, že je pořizován zvukový záznam, rozhlasový nebo televizní přenos, přenos provozování do kin apod. Možné zvýšení odměny v případě digitální distribuce popisujeme dále v této výzkumné zprávě.

178 Praxe v Česku a střední Evropě obecně je spíše taková, že knižní nakladatel nenabývá práva k divadelnímu provozování a autor si je při udělení nakladatelské licence vyhrazuje. Naopak v angloamerickém právním prostředí je pravidlem, že knižní nakladatel vyžaduje převod veškerých autorských práv, což mu umožňuje rozhodovat rovněž o divadelních uvedeních. Stranou pro účely této zprávy ponecháváme, zda je takový převod práv autorských právně možný a jaké účinky by taková smlouva v Česku vyvolala (pokud vůbec jaké).

nebo DILIA. Tyto agentury pak mají divadelní producenti za první kontakt v případě, kdy hledají nositele práv a na trhu je známo, že v některých případech lze očekávat zastoupení agenturou (např. agentura Aura-Pont zastupuje převážnou část angloamerického repertoáru, agentura DILIA zastupuje díky partnerské smlouvě s francouzským kolektivními správci SACD a SACEM většinu frankofonního repertoáru). Obě agentury zároveň proaktivně nabízejí divadelním producentům texty jimi zastupovaných autorů, často samy objednávají překlady cizích her, rozesílají synopse nových her apod. **Iniciativa k pořízení licence tak může vzejít od producenta, ale i od agentury**, neboť jejich komunikace je obousměrná.

416. Zjednodušeně řečeno lze uvést, že **zaběhnutý systém provozování předpokládá podílovou odměnu (podíl z hrubých tržeb bez DPH) pro autora textu (jeho dědice, nakladatele) a obvykle též pro překladatele (nebo jeho dědice, resp. nakladatele)**, zvláště pokud je zastupován agenturou, přičemž obvyklá je též nevratná zálohová platba předem (jakási minimální odměna placená bez ohledu na výši tržeb). Agentura svou provizi buď fakturuje nositeli práv, nebo obvykleji, je-li činná jako jeho nepřímý zástupce, fakturuje celou odměnu, včetně své provize, nabyvateli licence a následně odvede část odpovídající podílu autora (po srážce své provize) autorovi. Čím úspěšnější divadlo (větší sál, vyšší vstupné), tím vyšší je odměna pro autora.

▪ 6.1.2.3 Hudební divadlo

417. Oblast hudebního divadla se v provozovatelské i návštěvnické praxi obvykle dělí, zjednodušeně řečeno, na divadlo zábavné (hudebně zábavné), tedy muzikál a operetu, a operní, popřípadě se sem tradičně řadí i divadlo baletní, jehož řazení pod hudební divadlo by však dnes mohlo být považováno za anachronické, neboť dominantním vyjadřovacím prostředkem baletu je tanec a nikoli hudba.
418. Uvedené dělení neuvádíme z důvodu uměnovědné diskuse, ale z důvodu rozdílných přístupů v produkční a umělecké praxi, zejména co do rozdílu mezi muzikálem a operou. Tento rozdíl je navíc často dokumentovaný i oddělenými soubory v rámci jedné instituce, jak je tomu v případě Divadla J. K. Tyla v Plzni či Národního divadla moravskoslezského v Ostravě.
419. **Muzikálové divadlo** je nejenom nejnovějším z divadelních druhů, ale i **produkčně a ekonomicky nejpropracovanějším**. V případě velkých muzikálových produkcí existuje značná **podobnost s financováním a výrobou filmového díla**. Soukromý divadelní podnikatel usiluje o vícezdrojové financování projektu z prostředků soukromých investorů (očekávajících zisk ze své investice), sponzorů (filantropů) či svých vlastních, případně v našich podmínkách též (avšak méně obvykle) z veřejných prostředků. Investorům pak producent obvykle vyplácí podíl na zisku z celé produkce, zatímco autorům se vyplácí tantiémy (podílová odměna) z provozování inscenace. Filmovou produkcí připomínají velké muzikálové shows též úsilím o co nejlepší **konečné zafixování (zakonzervování) jevištně osvědčeného tvaru** hudebně dramatického díla. Licence k provozování muzikálu na jiné scéně může být volnější nebo striktnější ve smyslu vázání nové inscenace na konkrétní podobu již osvědčené premiérové inscenace. Vzhledem k vysokému zájmu zejména o áčkové produkce z Broadwaye a West Endu dochází často k soutěži o práva, při nichž několik pořadatelů z jedné země licituje o výlučná práva na určitou dobu.

Přípravu provází obvykle vysoká cena za uvedení takové inscenace, která se prodražuje nejenom vysokými honorářovými nároky majitele práv k původní produkci, ale též nutností platit např. cestovné a ubytovací náklady členům štábu, kteří buď přímo realizují repliku,¹⁷⁹ nebo intenzivně dohlíží nad realizací nové inscenace, což u jiných druhů divadla není běžné. Výhodou takového krabičkového licencování je pak skutečnost, že producent získává na základě jedné smlouvy s původním producentem nadregionálně osvědčený produkt zahrnující jak samotné hudebně dramatické dílo, tak práva k jeho inscenaci a výtvarným prvkům, pronájem not, často též práva k ochranné známce¹⁸⁰ a merchandisingu apod.

420. Pro operní divadlo je typické **tradiční schéma tvorby, odměňování a distribuce**, které se od dob romantismu příliš nezměnilo. V jeho centru je dnes stejně jako dříve osoba **hudebního nakladatele**, který je majitelem výhradních práv k hudebně dramatickému dílu; je však odlišný od osoby divadelního producenta. V českých podmínkách je nicméně stále ještě časté, že skladatel nemá svého nakladatele, a v takovém případě licencuje provozovací práva napřímo, případně prostřednictvím agentury, jako je DILIA. Je však zapotřebí rozlišovat roli agenta, který nevlastní práva a pouze zprostředkovává a vyjednává autorovi obchodní podmínky, a roli nakladatele, který je v postavení nabyvatele výhradní licence nakládajícího s autorovými právy k dílu (je též zapsaný u kolektivního správce); sám nakladatel může být agenturně zastoupený. Z pohledu autora je situace obdobná, neboť své tantiémy získává po odečtení podílu nakladatele nebo agentury (až na případy, kdy autorská práva licencuje autor sám, nicméně často není schopen nebo ochoten vyjednávat pro sebe adekvátní odměnu). Vedle práv provozovacích pak musí pořadatel živé hudební produkce zajistit též notový materiál, což je v případě klasické hudby hlavní zdroj příjmů (i hlavní výdaj) hudebního nakladatele. Jestliže opera vzniká na objednávku konkrétního pořadatele, představuje předmět složitého vyjednávání mezi divadlem, autorem a nakladatelem odměna autora, placení nákladů na pořízení notového materiálu (včetně rozepsání partů) a otázka vlastnictví práv i vlastnictví notových materiálů. Bývá obvyklé, že pořadatel, který dílo objednal, bývá zproštěn povinnosti platit nájemné za notový materiál (popřípadě si jej může ponechat); bývá též omezena jeho povinnost platit provozovací honoráře, nicméně práva i k takto vzniklým dílům bývají držena v rukou příslušného hudebního nakladatele.

▪ 6.1.2.4 Tanec a pohybové a nonverbální divadlo

421. Podobně jako v hudebním divadle lze i v pohybovém divadle rozlišovat produkce ryze autorské (viz výklad o autorském divadle v odd. 6.1.1) a produkce existujících, popřípadě speciálně objednaných choreografií. V posledně zmíněném případě z oblasti tanečního umění pak platí, že podobně jako u muzikálového divadla dohlíží poskytovatel licence (ať již osobně prostřednictvím autora choreografie, nebo jeho asistentů, či osob odborně proškolených) na přesné provedení

179 V muzikálovém žargonu se pojem replika (resp. replica) používá k označení důsledně obnovené premiérové inscenace titulu, tedy včetně choreografie, režie, scény apod. Replika je finančně nákladnější než původní (nová) inscenace („non-replica“). V České republice se důsledná replika z finančních důvodů nikdy nerealizovala, existují však produkce, které k ní měly blízko (např. *Bídníci* v roce 1992). I u produkcí, které mají povahu inscenace non-replica, ovšem autoři nebo jejich zástupci většinou uplatňují nad inscenací rozsáhlý dohled, popřípadě požadují tvůrčí změny.

180 V případě jiných divadelních druhů nebývá obvyklé, že si pořadatel přihlašuje ochrannou známku například na titul nebo grafiku díla. V muzikálu (stejně jako ve filmu) je to běžná praxe. Majitel ochranné známky na titul sice v principu nemůže zakázat použití stejného titulu pro jiný muzikál (např. *Jack Rozparovač*), ale může úspěšně zabránit exploataci takového označení pro určité výrobky (*merchandising*).

choreografie, často i s **přesným přenosem celé původní inscenace** (režijní koncepce, má-li inscenace režiséra, scénografie, světelného designu atd.). Práva k inscenované choreografii může držet sám choreograf, ale častěji to bude buď instituce, u níž původní choreografie vznikla, nebo organizace, kterou za tímto účelem založil sám autor nebo jeho dědici (např. The George Balanchine Foundation). Stejně jako u hudebního divadla je zde obvyklé **odměňování autora na bázi podílové odměny** z tržeb.

I 6.1.3 Osiřelá díla

422. Nová právní úprava osiřelých děl zavedená v roce 2017¹⁸¹ umožňuje organizaci DILIA jako kolektivnímu správci v oboru děl literárních, dramatických a hudebně dramatických odlicencovat práva k divadelnímu provozování též v případech, kdy je dříve fakticky nebylo možné získat (protože autor nebyl dohledatelný) a divadelní producent mohl text s nevypořádanými právy provozovat pouze s vědomím páchání trestného činu, event. přestupku. Jelikož taková licence může být udělena nejvýše na dobu pěti let a pouze pro území České republiky, bude mít licence k užití osiřelého díla malý význam v oblasti audiovizuálu a hudby. V případě hudby tomu tak bude zejména z toho důvodu, že i malí vydavatelé dnes potřebují široké globální licence pro užití hudby v rámci služeb, jako je YouTube nebo Spotify. V případě audiovizuálu tomu tak bude zejména z toho důvodu, že filmový či televizní producent potřebuje mít jistotu nabytých práv obvykle po dobu delší, než je pět let (a zpravidla též pro více území, než je Česká republika), a nemůže riskovat, že mu objevivší se nositel práv po pěti letech licenci neprodlouží nebo ji bude podmiňovat nepřijatelnými obchodními podmínkami; to platí částečně i pro hudební oblast. Jakkoli nová možnost licencování osiřelých děl neřeší a vzhledem k teritorialitě autorského práva ani nemůže řešit zásadní problémy vznikající při digitální distribuci autorských děl, **v oblasti živého provozování, zvláště pak na divadle, se může jednat o vítaný a bezpečný licenční nástroj pro divadelní producenty**. Pětiletá hranice obvykle nebude pro producenta tíživá, protože komerčně úspěšný životní cyklus většiny inscenací pět let nepřesáhne a minimálně po tuto dobu bude licence nevypověditelná, i pokud by se nositel práv později objevil. Přesto však není tento nástroj dle dostupných informací od kolektivního správce DILIA dosud ze strany divadelních producentů využíván – dílem snad pro jejich malou informovanost o jeho existenci.

I 6.1.4 Jiná preexistující díla a další předměty ochrany, jevištní hudba

423. Stejně jako ve filmu se i na divadle obstarávají práva nejenom k prováděnému dramatickému textu (hudebně dramatické dílo, choreografie), ale **též k jiným výsledkům tvůrčí a obdobné činnosti**, které jsou zařazovány do divadelní inscenace. Může jít třeba o díla výtvarná (obraz, fotografie, socha na jevišti) nebo **audiovizuální** (výňatek z filmu promítaný při představení). V těchto případech není situace složitá, neboť obvykle dochází k přímému licencování od nositele práv. Situace je komplikovanější u **jevištní hudby**.
424. Jevištní hudba může vznikat buď na objednávku producenta, nebo může být použita existující nahrávka. **V případě hudby na objednávku si musí producent vypořádat práva k jevištnímu provozování přímo se skladatelem** (ostatní práva bude za autora obvykle spravovat OSA) nebo

181 § 103 AutZ zavedený v tomto znění novelou autorského zákona č. 102/2017 Sb.

jeho nakladatelem, má-li skladatel exkluzivní smlouvu s nakladatelem (včetně řešení problematiky notového materiálu). Jestliže hudba není provozována živě, nahrávku si pro účely produkce pořizuje divadlo svými prostředky a **bývá tak nositelem práv výrobce zvukového záznamu** k takto pořízené nahrávce.

425. Je-li použita **existující komerční nahrávka** (zvukový záznam vydaný k obchodním účelům), jsou práva výrobce zvukového záznamu a práva výkonných umělců licencována prostřednictvím **kolektivního správce INTERGRAM** v rámci rozšířené kolektivní správy (jedná se o tzv. **provozování ze záznamu**). Jestliže divadlo neprovozuje hudbu při představení z originálního nosiče, ale z jiných elektronických rozmnoženin, musí vypořádat též **právo k rozmnožování záznamu** buď přímo s výrobcem, nebo s kolektivním správcem INTERGRAM, který tuto službu nabízí v rámci dobrovolné kolektivní správy. Pokud se nejedná o volné hudební dílo (tedy starší klasickou hudbu), musí si divadlo vypořádat zvláště ještě **provozovací práva k hudebnímu dílu**. Na rozdíl od práv výrobce nejsou tato spravována kolektivním správcem OSA, neboť mandát OSA se nevztahuje na tzv. velká práva (divadelní čili jevištní provozování ať již živé, či ze záznamu). OSA poskytuje agenturní službu zprostředkování jevištní licence pro několik českých nakladatelů,¹⁸² nicméně při užití cizí hudby musí producent často jednat se zahraničním nakladatelem nebo jeho českou pobočkou (např. Universal Music Publishing). V případě, kdy chce producent hudbu provozovat z notového materiálu, musí si pořídit originální notový materiál opět u nakladatele (jestliže není komerčně dostupný na trhu).

I 6.1.5 Díla a výkony vznikající pro konkrétní divadelní inscenaci

426. Větší divadelní producenti (divadelní organizace) udržují stálý tým spolupracovníků tvůrčích i technických profesí, ať již zaměstnávaných (typičtěji ve statutárních divadlech zřízených státem nebo samosprávou), nebo najímaných na základě rámcových či ad hoc smluv o provedení uměleckého výkonu nebo vytvoření díla.
427. V tomto případě se jedná o pracovníky, kteří se podílejí na přípravě a provádění konkrétní divadelní inscenace. **Za tvůrce divadelní inscenace je považován režisér, který vede svůj inscenační tým k vytvoření jednotného uměleckého celku** – divadelní inscenace (inscenační tým dnes často bývá i ve statutárních divadlech najímán ad hoc k provedení konkrétní inscenace ve svobodném povolání). Na jejím provádění na jednotlivých divadelních představeních se pak účastní tým herců a podpůrných neuměleckých profesí (nápověda, inspicie, technika atd.). U těchto profesí je výkon práce v pracovněprávním vztahu obvyklejší, ovšem i zde to platí spíše pro zřízované (statutární) divadlo než pro to nezávislé.
428. Z hlediska pandemie byla nejdramatičtější situace právě u posledně zmíněné skupiny, tedy u umělců (ale i neuměleckých pracovníků), jejichž obživa byla závislá na pravidelném provozování divadelní inscenace, současně však nebyli v pracovněprávním vztahu k producentovi. Vzhledem k tomu, že u těchto profesí existuje dlouhodobý tlak na propouštění a přechod

182 Podobně jako DILLA při licencování dramatických textů pro divadlo jedná v tomto případě OSA jako agentura, a tedy mimo výkon kolektivní správy. V praxi může docházet k tomu, že uživatel zamění agenturní činnost OSA za činnost kolektivního správce. Z pohledu uživatele je nicméně lhostejné, zda OSA při vypořádávání práv jedná jako agentura nebo jako kolektivní správce. Blíže k agenturní činnosti OSA srov. <https://www.osa.cz/ke-stazeni/uzivatele-hudby/agenturni-cinnost/>.

k „švarcsystému“ (fakticky zastřenému pracovnímu poměru) za stejnou, či dokonce nižší odměnu (neplacené zkoušky, neplacené přesčasy, domácí příprava atd.), ale bez odvodů na sociální a zdravotní pojištění, a to dokonce i ve státem a samosprávami zřizovaných divadlech, byl okruh takto dotčených lidí velký a jejich ekonomická situace špatná, neboť ze dne na den přišli o příjmy bez jasné vize, kdy budou moct opět s prací počítat a zda mají usilovat o práci u jiného zaměstnavatele, či dokonce v jiném oboru pracovní činnosti.

I 6.1.6 Distributoři

429. V tradičním hodnotovém řetězci divadla splývá **osoba producenta a distributora**, neboť pořadatel divadelní produkce je obvykle i jejím producentem. Tak tomu není v případě zájezdových inscenací, které jsou provozovány pohostinsky na scénách jiných pořadatelů, ani v případě divadelních festivalů. V těchto případech plní tito prostředníci úlohu distributorů. Každopádně přinejmenším z právního hlediska budou v těchto případech pořadatelé považováni za uživatele autorského díla, tedy osobu, která musí získat licenci k provozování dramatického díla (a dalších děl a předmětů ochrany zařazených do divadelní inscenace), což je zejména u pořadatelů stagionového typu,¹⁸³ kteří během měsíce hostují třeba dvě desítky produkcí, úkol nesnadný. V praxi se proto často tento problém řeší tak, že producent inscenace má oprávnění poskytnout podlicenci pořadateli a buď za něj vypořádá nároky směrem k nositeli práv (agentuře, kolektivnímu správci), nebo (častěji) jej pověří výplatou podílové odměny oprávněnému subjektu přímo.
430. S možností technického přenosu a záznamu divadelního představení vstoupili již dávno do procesu exploatace divadelního díla (rozuměno divadelní inscenace) **technologičtí zprostředkovatelé** jako další hráči distribučního řetězce. Jejich role však v divadle vždy byla – a zdá se, že i zůstává – spíše marginální, přinejmenším v českém kontextu malého, jazykově ohraničeného trhu.
431. Pomineme-li (studiové) nahrávání operních árií či divadelních monologů pro gramofonové desky, patří první technologické zprostředkování divadelního zážitku do doby první republiky a občasných rozhlasových přenosů divadelních představení. **Rozhlasové přenosy** tvoří přitom dodnes významnou aktivitu vysílatele veřejné služby (Českého rozhlasu), který nepravidelně zajišťuje přenosy operních představení, často též v rámci výměny zajišťované Evropskou vysílací unií (EBU). Obdobně, též však relativně zřídka, zajišťuje **televizní přenosy** vybraných divadelních představení Česká televize. Specifickým, technologicky originálním způsobem distribuce je **přenos živého provozování** (popřípadě provozování ze záznamu) do kin. Tuto distribuci „vynalezla“ Metropolitan opera, která tímto způsobem dokázala oslovit globální publikum a významně navýšit své příjmy. V Česku se po tomto vzoru objevily v době před vypuknutím pandemie i úspěšné přenosy představení lokálních inscenací (např. Divadla Jára Cimrmana či Městského divadla Zlín).

183 Stagionou se rozumí model provozování divadla, při kterém vlastník či nájemce budovy jakožto provozovatel nedisponuje vlastním souborem, ale zve cizí soubory k vystoupení na jeho scéně. Tento způsob provozování je typický pro divadla v menších městech, která si nemohou dovolit stálý soubor.

432. Skutečná internetová distribuce však do doby koronaviru v Česku neexistovala (licenčním schémátům v oblasti digitální distribuce divadelních inscenací se věnujeme v podkap. 6.3). Až do doby pandemie koronaviru tak bylo prakticky nemožné legálně na internetu zhlédnout záznam či přenos některé české divadelní inscenace. Výjimky by se našly snad jen v archivu České televize, a i to spíše výjimečně, neboť i Česká televize byla a je většinou v jejich užití licenčně omezena.

I 6.1.7 Kolektivní správci

433. Role kolektivních správců v oblasti divadelní produkce je zanedbatelná, neboť se až na výjimky **nejedná o práva kolektivně spravovaná** – mezi takové výjimky patří například výše zmíněné licencování hudebních záznamů pro jejich jevištní užití. V praxi dochází často ke konfuzi, neboť organizace DILIA, která je v divadelní oblasti známá jako divadelní agentura, je současně kolektivním správcem. Role DILIA jako kolektivního správce se však nedotýká divadla. Úkoly kolektivní správy plní DILIA zejména v oblasti retransmise a náhradních odměn; drobnou výjimkou je licencování osiřelých děl, které spadá pod kolektivní správu, je však dosud marginální. Nicméně obě činnosti – výkon kolektivní správy a výkon umělecké agentáže – jsou v DILIA organizace i účetně odděleny, což však třetí osoba nemusí při spontánním kontaktu s DILIA poznat.

II 6.2 DOPAD EPIDEMIE NA PROVOZOVÁNÍ DIVADELNÍ KULTURY

434. Pandemie zasáhla divadelní sektor výrazně, a to již na samotném počátku první vlny a následného zákazu kulturních akcí. Dne 10. března 2020 byl Bezpečnostní radou státu vyhlášen zákaz pořádání představení. Divadla v České republice byla v tomto období právě **uprostřed sezony 2019/2020** (září 2019 – červen 2020). Ve většině z nich probíhaly či se připravovaly premiéry inscenací. Informanti (zástupci jednotlivých divadelních producentů) se shodli na tom, že tím došlo k razantnímu **narušení dramaturgických plánů**. Ty byly nadále napříč etapami pandemie poznamenány restrikcemi, následkem čehož byla řada premiér přesunuta do následujících sezon nebo zcela zrušena. Tento problém postihl rovněž pořadatele divadelních festivalů, které probíhají zejména v jarních měsících, protože na základě protipandemických opatření museli pořadatelé ročník buď zrušit, anebo zvolit jiný termín jeho konání. Nejvíce byly **poškozeny mezinárodní festivaly** (Pražský divadelní festival německého jazyka, Tanec Praha, Divadelní Flora), neboť hostování zahraničních souborů bylo restrikcemi zcela znemožněno. To ovlivňovalo i další sezonu (2021/2022) a konání festivalů v roce 2021. **Divadla nemohla vytvářet koncepcí následujících sezon**, přičemž informanti zdůrazňovali, že vytvoření dramaturgického a produkčního plánu je základem divadelního provozu a organizace festivalu.
435. Z hlediska vývoje pandemie kladli informanti důraz na rozdíl mezi její první vlnou (březen – červen 2020), druhou vlnou (říjen – prosinec 2020) a třetí vlnou (prosinec 2020 – červen 2021), v nichž se projevovala celková společenská nálada. **Na začátku pandemie plnila divadla namísto své funkce estetické funkci společenskou a veřejně prospěšnou**. Většina divadelníků participovala na šití roušek, angažovala se ve zdravotnickém sektoru nebo se věnovala vzdělávacím aktivitám určeným žákům škol. Navzdory těmto mimouměleckým aktivitám většina producentů zachovala provoz divadla včetně režimu divadelních zkoušek, protože se vedení

divadel (mylně) domnívalo, že se jedná o krátkodobou krizovou situaci. Scény začaly pro své diváky postupně vytvářet online program, který byl značně improvizovaný. Informanti postrádali zkušenosti s tímto typem aktivit, zejména s jejich **náročnou logisticko-technickou realizací**, ale potýkali se rovněž s **nejasnostmi v autorskoprávní oblasti**. V uzavřených licenčních smlouvách totiž nebyla vypořádána autorská práva pro online užití divadelních her v případě krizové situace, kterou představovala pandemie, což značně komplikovalo realizaci online přenosů. Někteří informanti uvedli, že inspirací jim bylo soukromé ostravské Divadlo Mír. Jeho vedení pohotově zareagovalo na pandemickou situaci, adaptovalo se na online provoz a pro streamování svého repertoáru nechalo vytvořit vlastní platformu MírPlay.cz. Informanti uváděli, že i přes výše uvedené komplikace byly online aktivity různých pořadatelů divácky vyhledávané. Publikum scénám pomáhalo i finančně prostřednictvím různých sbírek nebo mecenášských fondů. Reakci publika na první vlnu protiepidemických opatření lze charakterizovat jako **vlnu solidarity**, kterou u tvůrců stejně jako diváků charakterizovalo i přes složitou situaci nadšení a angažovanost.

436. Na rychlém přechodu divadla z offline režimu do režimu online měla významný podíl nová interaktivní streamovací služba **Dramox** a spolupráce divadel s internetovou televizí MALL.TV. Dramox je služba videa na vyžádání, která vyplácí divadlům za poskytnutí záznamu jejich divadelní inscenace finanční odměnu a prostřednictvím online katalogu pak tento záznam nabízí ke zhlédnutí svým předplatitelům. Online divadelní kulturu podporovala rovněž internetová televize **MALL.TV**, která vytvořila portál #kulturažije a umožnila divadlům sdílet s diváky svůj online obsah formou webcastingu i videotéky odvysílaných přenosů. Diváci mohli scénám dobrovolně finančně přispívat prostřednictvím dárcovské platformy Donio.
437. Ve **druhé a třetí vlně se situace proměnila**. V mezidobí prvních dvou epidemických vln (červen – říjen 2020) zaznamenali informanti **pokles návštěvnosti divadelních představení a festivalových produkcí**, přičemž někteří diváci se dané akce nemuseli účastnit z důvodu odporu proti vybraným protipandemickým opatřením nebo kvůli nepohodlí s nimi spojenému. Dále ekonomiku divadelního provozu narušila **omezená kapacita sálů**, protože pro některá divadla bylo pořádání představení za těchto restriktivních podmínek finančně nevýhodné. Po vyhlášení dalšího zákazu kulturních akcí v říjnu 2020 byli producenti na online aktivity připraveni a došlo i k jejich autorskoprávnímu ošetření. V tomto období však poklesl zájem ze strany diváků a v divadelních souborech se začal projevovat neklid spojený s obavou, jak dlouho bude tato situace přetrvávat. Paradoxně tak někteří producenti online formáty omezili, avšak usilovali o udržení kontaktu s divákem, který je pro divadlo klíčový (např. formou charitativních akcí, o kterých provozovatelé divadel – HaDivadlo, Divadlo Husa na provázku aj. – pravidelně informovali veřejnost). Právě v této etapě se dle informantů nejvíce projevila podstata divadla, **nezbytnost fyzické spolupřítomnosti diváků a herců v jednom prostoru**. Některé typy divadla (například improvizované) se nemohly online formátům přizpůsobit, protože jsou založeny na **interakci s publikem a na momentálně rozvíjených situacích**. Z výzkumných rozhovorů vyplynulo, že tuto etapu pandemie některá divadla zužitkovala pro vylepšení zázemí (docházelo například k rekonstrukcím sálů nebo dalších prostor). Část divadelních subjektů ovšem nemohla provádět ani tyto úpravy, a to v důsledku škrtů v rozpočtu.

438. U každého pořadatele divadelní produkce (podnikatel, neziskový sektor, stát) se situace v rozpočtu a nárok na získání podpory ze strany Ministerstva kultury projevil různě. Státem zřizované **Národní divadlo** bylo zafinancováno přímo svým zřizovatelem. **Organizace zařazené do Programu státní podpory profesionálních divadel, symfonických orchestrů a pěveckých sborů** mohly čerpat pomoc v rámci zvláštního balíčku opatření schváleného vládou 9. 4. 2021. Pro **subjekty nezávislé scény** bylo vypsáno zvláštní dotační řízení v rámci stávajícího programu Kulturní aktivity. **OSVČ** měly nárok například na speciální dotační program COVID – Kultura. U **divadel s veřejným zřizovatelem** došlo sice k výrazným škrtům v rozpočtu, ale netýkaly se mandatorních výdajů (platy, nájemné apod.), a k personálním změnám tudíž docházelo v menší míře než v soukromém sektoru. V rámci pandemické situace byli někteří zaměstnanci přeloženi na jiné pracovní místo u téhož zaměstnavatele.
439. Výraznou **finanční krizi zaznamenala soukromá divadla**, která jsou závislá na tržbách ze vstupného. Tito producenti byli nuceni pokrýt zejména nákladové položky jako nájemné či obdobné mandatorní náklady. **Krizová situace se pak přenášela na OSVČ (umělce na volné noze) závislé na odehraných představeních**. Výkonní umělci působící v tomto typu divadla většinou nejsou zaměstnáni v pracovním poměru, ale spíše na dohodu o provedení práce nebo obvykleji na volnou smlouvu o spolupráci a placení jsou mimo jiné dle počtu odehraných představení.
440. Obecně lze konstatovat, že během pandemické situace došlo k ještě většímu zvýraznění negativního fenoménu české divadelní kultury, a to jejího trvalého podfinancování. Informanti zaměstnaní v **divadle s veřejným zřizovatelem** zdůraznili, že **tržby ze vstupného představují zanedbatelnou část příjmu divadla** a jejich výše není dostačující k pokrytí nákladů divadelní produkce. Oproti tomu pro **soukromé zřizovatele** vstupné představuje jednu z hlavních položek příjmu. V důsledku finanční krize vyplývající z pandemické situace tak v soukromém divadelním sektoru došlo podle ekonomického rozhodnutí buď k **úplné rezignaci na online aktivity** jako další nákladové položky bez bezprostředního ekonomického efektu, **nebo naopak k jejich intenzivnímu vývoji** s cílem oslovit publikum k podpoře divadla (Divadlo Mír aj.). Oproti tomu pořadatelé s veřejným zřizovatelem měli větší možnost volby, jak na omezení zareagují, protože měli velkou část příjmové kapitoly hrazenou z příspěvku zřizovatele a o tento příjem nepřišli, byť byl mnohdy krácen.
441. Publikum a dramaturgický plán divadel a festivalů byly dva pilíře divadelní kultury, které restriktivní opatření nejvíce zasáhla. Provoz divadla je postaven na **dlouhodobém plánování**, které zahrnuje návrhy různých stavebních rekonstrukcí a vytváření dramaturgického plánu, včetně volby hostujících souborů a režisérů, což bylo **během pandemie jak finančně, tak logisticky znemožněno**. Informanti opakovaně potvrdili, že v jejich souborech došlo k rozvázání spolupráce s potenciálními hosty (zejména režiséry a dramaturgy), protože inscenaci nemohli kvůli svému pracovnímu vytížení posunout na pozdější termín. Restriktivní opatření tak divadelní provoz nejen narušila, ale i znemožnila jeho přirozený chod, který je doposud (v době psaní zprávy na podzim 2021) velmi improvizovaný, neboť informanti stále postrádají vládou i Ministerstvem kultury České republiky **jasně stanovená pravidla pro kulturu při negativně se vyvíjející pandemické situaci**.

442. **Informační servis** pro divadelní producenty o pandemické situaci poskytoval Institut umění – Divadelní ústav (IDU), který na svých webových stránkách pravidelně aktualizoval zpravodaj „Kultura v karanténě“. IDU pravidelně informoval aktéry divadelního sektoru (provozovatele divadel) o aktuálně platných nařízeních, technologii webcastingu, finančních kompenzacích atd. Obdobné informace poskytovala na svém webu rovněž agentura **DILIA**.¹⁸⁴
443. Přenesení divadelní produkce do online prostředí mělo v některých případech pozitivní důsledky. Došlo k **rozšíření (digitálního) publika** napříč městy, kraji i státy, protože za běžného provozu navštěvuje divadelní scény většinou lokální divák. Pandemie urychlila spuštění zpoplatněného **online portálu Dramox** určeného pro domácí přehrávání záznamů divadelních představení a došlo rovněž k rozvoji inovativního **projektu Brejlando využívajícího technologii virtuální reality** pro zprostředkování nevšedního divadelního prožitku.
444. Vzhledem k nejasnému plánu protiepidemických opatření a nejistému vývoji pandemie výrazně **poklesl zájem diváků o předplatné**, přičemž právě abonentské skupiny tvořily ekonomickou základnu jednotlivých scén. Vedení divadel tak i nyní (v době psaní výzkumné zprávy na podzim 2021) čelí informační nejistotě, kolik diváků bude na konkrétním představení povoleno a kolik návštěvníků si vstupenku nakonec zakoupí. Epidemická situace totiž změnila nákupní chování zákazníků. Nákup vstupenek na divadelní představení diváci nyní uskutečňují na poslední chvíli těsně před termínem představení, zatímco v předepidemickém provozu diváci kupovali vstupenky většinou v předprodeji v dostatečném časovém předstihu.

II 6.3 LICENČNÍ ŘETĚZEC PRO DIGITÁLNÍ DISTRIBUCI DIVADELNÍHO DÍLA (DIVADELNÍ INSCENACE)

445. V obchodní mediálněprávní terminologii (nikoli však v autorském zákoně) se rozlišuje digitální **distribuce lineární a nelineární**. Jak již bylo vysvětleno v třetí části výzkumné zprávy, ani pojem distribuce není pojmem autorského zákona, bývá však běžně užíván zaměnitelně s pojmem užití díla (ve smyslu jeho dalšího šíření ať již formou hmotných rozmnoženin, či formou nehmotného sdělování).
446. Všechny případy digitální distribuce, lineární i nelineární, lze dnes v praxi nalézt též u digitální distribuce divadelního díla, jímž je v souladu s teatrologickým poznáním divadelní inscenace režiséra jako jejího autora (k problematice autorskoprávního uchopení autorství režiséra inscenace srov. dále třetí část této zprávy). Pandemie, jakkoli měla na oblast divadla ničující dopady, uspíšila **vývoj nových licenčních schémat v oblasti digitální distribuce**, stejně jako vznik a rozvoj nových služeb v této oblasti (VOD služba Dramox, experimentální Brejlando, portál Naživo, Art Parking jako „drive-in divadlo“),¹⁸⁵ ale i vlastních online kanálů divadelních organizací.

184 Pro skladatele, textaře, podnikatele v oblasti hudby i uživatele hudby poskytoval obdobný servis též OSA.

185 V případě projektu Art Parking se nejedná o digitální distribuci, ale vlastně o tradiční divadelní (jevištní) provedení dramatického díla, pouze s tím rozdílem, že herci hrají v pléneru a diváci sledují představení ze svých automobilů, do kterých je přenosovou technikou přenášen jevištní zvuk. Jde tedy o přenesení modelu klasického drive-in kina na divadlo. Z hlediska autorského zákona se tedy jedná o případ živého provozování díla, snad kombinovaného s přenosem živého provozování zvukové složky inscenace. Tento případ specifické technologické inovace vyvolané pandemií však stojí pro svou ojedinělost a realizaci mimo digitální služby mimo pozornost této výzkumné zprávy.

I 6.3.1 Lineární digitální distribuce

447. Za lineární distribuci je označováno sdělování veřejnosti formou televizního či rozhlasového vysílání, ať již terestrického, nebo jiného (webcasting – internetové vysílání).
448. Mezi formy lineární distribuce je nutno řadit též přenos vysílání (tj. služby drátové či bezdrátové retransmise) a provozování vysílání (tj. sdělování vysílaných děl prostřednictvím přijímače umístěného v provozovně služeb nebo na jiném veřejně přístupném místě), stejně jako přenos živého provozování (např. zmiňované satelitní přenosy divadelního představení do kin).
449. Sdělování divadelního představení přes internet divákům v internetové síti v reálném čase (live casting) je pak nutno považovat (nejspíše) za svého druhu vysílání ve smyslu § 21 AutZ, které se bude řídit stejnými pravidly, jako je tomu u tradičního vysílání realizovaného vysílatelem s licencí vydanou podle zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání nebo vysílajícího v závazku veřejné služby.
- 6.3.1.1 Licenční a průmyslová praxe: internetový live casting
450. V situaci po vypuknutí pandemie a prvním omezení kulturních akcí byly různé druhy divadelních či koncertních online přenosů z domova nebo improvizovaného studia nejpřirozenější reakcí. V případě, kdy se nejednalo o ryze vlastní autorské počiny, však takové akce narážely na **praktickou nemožnost vypořádání veškerých potřebných práv** i na systémové limity českého autorského zákona a praxe.
451. Teoretický problém nastává již v samotném autorskoprávním uchopení **live castingu**. Ačkoli máme za to, že svou povahou jde o vysílání ve smyslu § 21 AutZ (nebo k němu má přinejmenším nejblíže), tento závěr není přijímán bez pochybností a existují též úvahy o jeho možné povaze jako o užití, které je zvláštním případem sdělování veřejnosti neuvedeným v ustanoveních § 19 až 23 AutZ. Takový závěr však nepovažujeme za přijatelný teoreticky a už vůbec ne prakticky, protože uvedení nového, dosud nepojmenovaného způsobu užití by narušilo, ba rozvrátilo existující licenční struktury individuálního i kolektivního licencování.
452. Přistupujeme-li tedy k live castingu jako k vysílání, bude nezbytné takovou produkci vypořádat stejně, jako by došlo k televiznímu přenosu divadelního představení. Jelikož s televizními přenosy má mnoho českých souborů zkušenosti, mohlo by se zdát, že vypořádání práv k živému internetovému přenosu divadelního představení nepředstavuje složitý problém.
453. Problémů jsme však v rámci výzkumu identifikovali několik, a to v souvislosti s tzv. preexistentními předměty ochrany, které nevznikly pro konkrétní inscenaci. To je ostatně logické, když si uvědomíme, že inscenátoři jsou obvykle žijící lidé, kteří jsou pro divadelního producenta dobře dostupní v případě, kdy je nezbytné získat souhlas s novým způsobem užití inscenace třeba pro live casting.
454. Zjednodušeně řečeno se jedná o **následující problematické okruhy**:

- horší dostupnost nositelů práv v době pandemie, zvláště v případě zahraničních nositelů práv;
- obecně dlouhá reakční doba zahraničních nositelů práv na licenční požadavky, která se v době pandemie ještě prodloužila;
- malé materiální kapacity divadelních agentur a kolektivních správců neumožňující zpracovat najednou velký počet hodnotou drobných licenčních požadavků, které jsou svou povahou neobvyklé a neobsažené v sazebnících (potřeba licencování mimo sazebník za podmínek stanovených autorským zákonem, možnost pružného výkladu sazebníku *per analogiam* nebo zavádění nových zvláštních sazeb, což je však v důsledku nové regulace kolektivní správy – § 98f AutZ – časově náročné a neflexibilní);
- nízké právní vědomí, ekonomická nebo strukturní nedostupnost právního poradenství pro menší zřizovaná divadla, nezávislé divadelní producenty a amatérské divadelníky a z toho vyplývající produkční chyby při vypořádávání práv;
- složitá licenční praxe v případě licencování jevištní hudby a rozdíly v licencování jevištní hudby pro offline a online užití;
- nízká autorskoprávní disciplína divadelních producentů, neprovádění důsledného auditu práv před premiérou inscenace a následné vyjevení těchto – ve světě offline jednoduše přehlédnutelných – skutečností při online distribuci;
- problémy související s teritorialitou autorského práva.

455. Problematiku licencování preexistentních děl lze v zásadě rozdělit na dva okruhy. Tím prvním je licencování literární předlohy nebo inscenovaného dramatického, hudebně dramatického nebo choreografického díla. Tím druhým je licencování jevištní hudby.
456. V případě děl preexistentních bylo – formálně správně – zapotřebí kontaktovat poskytovatele licence k živému provozování se **žádostí o rozšíření licence na specifické online provozování** (v tomto případě live casting internetovou sítí). Jestliže se jednalo o tuzemského nositele práv, nemuselo se jednat o složitou administraci a takový souhlas mohl a byl běžně udělován i neformálně nebo dodatečně. Složitější však byla situace v případě zahraničních nositelů práv. I za normálních okolností nepoznamenaných pandemií by schvalování žádosti a sjednání licenční smlouvy zabralo přinejmenším týden, v situaci zhoršené dostupnosti zahraničních partnerů českých agentur v důsledku globálního přechodu na práci z domova však bylo dle sdělení informantů vyřízení žádosti o rozšíření licence v reálně relevantní době prakticky nemožné. V mnoha případech to vedlo k neoprávněné produkci, která byla v lepším případě dodatečně zlegalizovaná.
457. U mnoha produkcí se však jako skutečný problém ukázala skutečnost, že producent často neměl určitou část práv, nebo dokonce žádná práva vypořádaná ani pro offline užití preexistentního díla. **Co však mohlo a často jistě procházelo bez povšimnutí při produkci v malém divadelním sále na předměstí nebo v malé obci, se v rámci online distribuce stalo snadno viditelné.** Jestliže se v takové situaci producent pokusil vypořádat práva pro online distribuci, narážel pochopitelně na to, že musel absolvovat dlouhý proces, v němž došlo i na vypořádávání dosavadního (offline) užití a jeho dodatečné schvalování nositelem práv. Zvláště patrná byla tato nízká disciplína producentů při inscenování slavných cizích literárních nebo oblíbených filmových předloh (tam je dodatečné získání licence v podstatě vyloučeno).

458. Značné problémy vyvolávalo též licencování hudby a komerčních nahrávek hudby. Zde hrálo roli, jakým distribučním kanálem se producent rozhodl živý přenos realizovat. Je totiž zapotřebí si uvědomit, že zatímco licencování hudby pro živé nebo reprodukované jevištní provedení na divadle je individuální a mimo licenční systém OSA, její následné užití při online distribuci (lineární i nelineární) takové inscenace už předmětem licence ze strany OSA často bude (nedošlo-li k vyloučení z kolektivní správy). Pokud producent využil některou z existujících platforem, jako např. YouTube, stačilo, pokud taková platforma má smlouvu s OSA nebo jiným kolektivním správcem pokrývajícím užití dotčené hudby (v případě YouTube je například část hudby, zejména český repertoár, vypořádán přímo OSA). Pokud se však producent rozhodl živě online přenášet představení na vlastní platformě, potřeboval uzavřít smlouvu s OSA, kterou do té doby nedisponoval.
459. Podobně komplikované bylo vypořádávání práv k preexistentním nahrávkám hudby. V případech, kdy divadelní producent pořídil vlastní nahrávku pro účely jevištního provozování, vypořádal napřímo práva účinkujících výkonných umělců a stal se nositelem práv výrobce. Jestliže však producent použil starší komerční nahrávku (záznam vydaný k obchodním účelům), vstoupil do hry kolektivní správce INTERGRAM.
460. Užití komerční nahrávky na jevišti (offline) se řídilo licenční smlouvou s kolektivním správcem INTERGRAM k užití podle § 74/78 ve spojení s § 20 odst. 1 AutZ, event. § 13 AutZ (jestliže nedocházelo k provozování z originálního nosiče, ale z pracovní rozmnoženiny producenta pořízené z legálního zdroje). V případě, kdy došlo k live castingu takového představení se zařazenou komerční nahrávkou, nemuselo být vypořádáváno právo na rozmnožování, protože v souvislosti s live castingem žádná další rozmnoženina nevzniká.¹⁸⁶ Samotné vysílání však licenční smlouvou k offline provozování ze záznamu pokryto není. V případě vysílání totiž autorský zákon zavádí systém, **kdy vysílatel nemusí žádat nositele práv o licenci, ale pouze musí zaplatit odměnu kolektivnímu správci**; tento režim se označuje za tzv. zákonnou licenci (§ 72 a 76 odst. 3 AutZ), přičemž uživatel je povinen vypořádat odměnu s kolektivním správcem INTERGRAM. To pro divadelní producenty využívající vlastní platformu znamenalo **uzavírat pro live casting nové smlouvy o vypořádání odměny za vysílání komerčních snímků stejně, jako to činí televizní a rozhlasové vysílatelé**. Takový proces byl a je pochopitelně administrativně značně náročný jak co do uzavření smlouvy, tak co do nastavení správných sazeb, správné identifikace nahrávek a vypořádání odměn. V praxi se navíc dle sdělení informantů vypořádal za drobné odměny, které nepokryly ani administrativní náklady na vypořádání práv.
461. Nutno však říct, že ze zkušeností respondentů vyplývá, že všichni dotčení (jak oslovení producenti, tak kolektivní správci a agentury) usilovali o co nejrychlejší vypořádání práv a projevíli dobrou vůli skutečně zajistit jejich vypořádání a legální realizaci produkce online.

¹⁸⁶ Jestliže by pro účely live castingu vznikla tzv. dočasná neboli technická rozmnoženina pro účely realizace vysílání (live castingu), byla by pravděpodobně kryta ustanovením § 74/78 ve spojení s § 38a odst. 2 AutZ, které dovoluje vysílateli pořídit bezúplatně dočasnou rozmnoženinu za účelem vysílání díla, uměleckého výkonu či zvukového záznamu.

I 6.3.2 Nelineární digitální distribuce

462. Co se týče nelineární digitální distribuce, jde o případy provozování ze záznamu (např. v kině)¹⁸⁷ nebo zpřístupňování díla na vyžádání internetovou sítí (VOD služby). Spadá sem i specifický případ pronájmu rozmnoženiny díla určené k domácímu zhlédnutí (služba Brejlando).

▪ 6.3.2.1 Licenční a průmyslová praxe: služby videa na vyžádání / platformy pro sdílení videonahrávek

463. Mnohé z výše identifikovaných problémů platí prakticky bez dalšího i pro nelineární distribuci. Některé platformy, zejm. YouTube, lze ostatně využívat jak k lineární, tak nelineární distribuci, popřípadě nejprve přistoupit k live castingu ve stanovenou hodinu (lineární distribuce) a následně ponechat záznam inscenace ke zhlédnutí na vyžádání (nelineární distribuce).

464. Zásadnější rozdíl je v tom, že v oblasti nelineární distribuce vstupoval 20. 10. 2020, právě v době mezi dvěma vlnami pandemie, na trh tuzemský startup **Dramox**, který se profiluje jako VOD služba zpřístupňující záznamy divadelních inscenací („vaše divadlo online“). Dramox je na rozdíl od jednotlivých divadelních organizací skutečně profesionálním digitálním distributorem, jaké známe z oblasti filmu a hudby (viz příslušné kapitoly této zprávy). Tím pádem měl též odpovídající administrativní, materiální, personální a právní zázemí k tomu, aby řešil vypořádání práv komplexně rámcovými a hromadnými smlouvami s divadelními agenturami či kolektivními správci.

465. Obchodní model služby Dramox je založený na transparentním sdílení příjmů s dotčenými divadelními producenty, herci a tvůrci. Dramox ze začátku oslovoval primárně divadelní producenty a majitele většího množství záznamů (Česká televize, Rozhlas a televize Slovenska) s tím, že musel dodatečně vypořádat značné množství práv pro užití online, jimiž tyto subjekty nedisponovaly, zejména práva k dramatickým textům, hudbě a zvukovým záznamům s uměleckými výkony, ale nejednou též práva k hereckým uměleckým výkonům. Dnes již vzhledem k širší nabídce titulů spolupracuje i s distributory, kteří nabízejí katalog mezinárodního repertoáru audiovizuálních záznamů divadelních inscenací. V této souvislosti se ukázaly problémy služby s nadnárodními ambicemi, která např. v oblasti práv souvisejících s právem autorským sice dovede některá práva vypořádat hromadnou smlouvou, ale jen pro určité území, zatímco jiná práva dovede vypořádat pouze individuálně, ale zato globálně. V konečném důsledku pak bude nezbytně docházet k tomu, že **nabídka pro spotřebitele v jedné zemi nebude totožná s nabídkou v jiné zemi**, stejně jako je tomu u klasických VOD služeb.

466. Specifickou službou, svou povahou nicméně nezbytně lokální, je služba **Brejlando**, která pronajímá spotřebitelům 3D brýle s přednahráním záznamem divadelní inscenace pořízeným poskytovatelem služby speciální technikou právě za účelem nabízení v této službě. Autorskoprávně vzato se jedná o pronájem nosiče s autorským dílem a dalšími předměty ochrany (tedy z pohledu autorského zákona zde dochází ke stejnému zacházení jako ve „videopůjčovně“). Pro poskytovatele

187 V případě záznamů divadelních představení provozovaných v kině (např. oblíbené The Metropolitan Opera: Life in HD Encore) se jedná o digitální distribuci, která je mimo záběr této zprávy zkoumající proměny publik a distribučních praxí vyvolaných pandemií. V případě záznamů v kinech byl tento obchodní model stížen stejnými opatřeními jako živá produkce (viz podkap. 5.3 o dopadech pandemie v audiovizí).

služby je situace komplikovanější v tom, že práva autorů a výkonných umělců jsou vypořádávána kolektivními správci v režimu práva na odměnu (tedy nikoli v režimu tzv. exkluzivních, tedy výlučných majetkových práv), zatímco některá práva jsou vypořádávána individuálně s nositeli práv výrobce zvukového záznamu, resp. s nositelem výhradní licence na rozmnožování a pronájem autorského díla.

467. V případě, kdy se divadelní producent rozhodne umístit záznam ve službě sdíleného videa, jako je YouTube, musí mít praktickou jistotu, že má všechna práva vypořádaná. Zejména nevypořádání práv k hudbě nebo k hudebním nahrávkám může vést a také během pandemie vedlo k úplnému zablokování přístupu k záznamu (to platí totožně pro live casting). Pokud tedy producent licenci pro tyto účely má, je vhodné **před zahájením živého přenosu** nebo před startem marketingové kampaně k novému záznamu **notifikovat příslušnou platformu** nebo raději nositele práv a domluvit s ním, že vysílání nebude narušeno nedůvodným zákazem produkce v síti YouTube (či síti podobné).

I 6.3.3 Distribuční inovace

468. V souvislosti s pandemií si bylo možné povšimnout též různých distribučních inovací v oblasti zpřístupňování divadelních inscenací veřejnosti, byť u některých pandemie jejich vývoj jen uspíšila, spíše než přímo podnítila.

Tabulka 19: Dramox

Projekt divadelní videotéky společnosti **Dramox** patří mezi ty, jejichž vývoj započal ještě před pandemií. Proti původním plánům investora byl však dle sdělení ředitele společnosti Martina Zavadila spuštěn dříve, aby uspokojil novou poptávku české veřejnosti po audiovizuálních záznamech oblíbených divadelních inscenací. Dramox startoval s měsíčním předplatným 299 Kč (ročním 2990 Kč). Funguje na principu, že 55 % předplatného vyplácí dotčeným divadelním producentům, tvůrcům a výkonným umělcům, přičemž veřejnost může podpořit konkrétní divadlo i vyšší částkou a ta se pak danému divadlu vyplácí celá. Do roku 2021 vyplatil Dramox divadlům a tvůrčím pracovníkům na 10 milionů korun.¹⁸⁸

Dramox nabízí obsah, který je vybírán dramaturgy této služby, přičemž záznamy získává jak od divadelních producentů, tak televizí (Česká televize, RTVS) a některé pořizuje přímo vlastními prostředky. V obsahu dominuje činohra, ale ve druhé polovině roku uvedl též inscenace hudebního a tanečního divadla, které jsou obecně náročnější a dražší na vypořádání práv. V letech 2020 a 2021 Dramox s necelými 10 000 pravidelnými předplatiteli podle sdělení zástupců služby významně předběhl stanovený finanční plán.¹⁸⁹

Vedle videotéky provozuje ještě službu **Dramox pro školy**, za niž byla stanovena poloviční cena. Její součástí jsou pracovní listy k inscenacím.

188 Artlová, Martina, Vydjnat licenci trvá i rok, říká Martin Zavadil. Jeho platforma Dramox streamuje divadelní inscenace z celého světa. *Euro.cz*. 7. 10. 2021.

189 Ibid.

469. Zásadním potíží čelili pořadatelé festivalů, kteří museli učinit rozhodnutí, zda vůbec festival realizovat, popřípadě v jaké formě apod. Protipandemická opatření se pořadatelů dotýkala nejenom ekonomicky, ale především logisticky z důvodu ztížených nebo přímo vyloučených možností přeshraničního hostování zahraničních souborů (i po uvolnění zákazu přeshraničního pohybu osob bylo hostování komplikované kvůli povinným karanténám po příjezdu do ČR).

Tabulka 20: Pražský divadelní festival německého jazyka

V průběhu roku 2020 došlo k radikální proměně příprav 25. ročníku **Pražského divadelního festivalu německého jazyka**, který se každoročně koná na sklonku roku (listopad, prosinec). Pořadatelé přistoupili k jeho uskutečnění online formou, přičemž se zaměřili zejména na dramaturgicky výjimečný program, který by byl za běžného offline provozu nemyslitelný.

Tato jedinečnost spočívala ve zprostředkování inscenací, které by za standardních podmínek nebylo možné z provozních, především technických, důvodů (nepřenositelná scénografie, neexistující prostorové dispozice, které by hostování inscenace vyžadovalo, atp.) v Praze uvést a na něž by zároveň nebylo možné zorganizovat ani tradiční jednodenní festivalový výjezd diváků z Prahy, neboť šlo o scény nacházející se ve vzdálenějších zemích Německa. Z tohoto důvodu byl 25. ročník festivalu ojedinelý, co se týče nabídky, ale i dostupnosti nabízeného uměleckého obsahu. Každá inscenace byla do programu zařazena hned dvakrát s tím, že byla k dispozici online na platformě Vimeo vždy v časovém rozmezí 20.00–24.00. Jistou výhodou přitom bylo, že festival využíval záznamy, nikoli živé streamy, což umožňovalo časovou flexibilitu jejich sledování.

Nečekaně pozitivním aspektem, který vzešel z online podoby festivalu, bylo zvýšení zájmu o diskuse s tvůrci jednotlivých inscenací. O ty býval za běžné podoby festivalu již minimální zájem (přičemž určitou roli sehrál i fakt, že představení často trvala do pozdních večerních hodin; část publika byla nadto mimopražská a musela stihnout různé poslední spoje do svých bytů atp.). Online prostředí, které propojilo na sobě místně nezávislé posluchače s tvůrci a umělci, nabídlo podnětnou, moderovanou diskusi, za kterou divák nemusel cestovat, ale mohl se jí účastnit z domova. Obdobně si online diskuse pochvalovali i sami tvůrci (dramaturgové, režiséři), kteří kvůli nim nemuseli zvlášť cestovat do Prahy, jak by za běžné podoby festivalu bylo třeba.

Výraznou změnu zaznamenal i rozpočet festivalu, který nebyl, jako v předešlých ročnících, zatížen výdaji spojenými s pronájmem divadelních prostor, dopravou, technickým zajištěním inscenací a guest servicem pro umělecké soubory. Díky tomu se festival, který každoročně z převážné části čerpá grantové dotace a je napojen na dlouholeté sponzory, nedostal do finančních potíží, a tak mohl divákům nabídnout festivalový program zcela zdarma.

Online podoba Pražského divadelního festivalu německého jazyka tak do jeho organizační struktury přinesla dvě zásadní pozitiva. Jednak začal být online prostor vzhledem k technické náročnosti některých inscenací pořadatelé i tvůrci samými vnímán jako adekvátní a využitelný způsob sdílení uměleckého obsahu, o němž by bylo možné pro určité typy inscenací uvažovat rovněž do budoucna. Jednak po několika ne příliš úspěšných diskusích s tvůrci a umělci při předešlých ročnících nabídl online prostor vhodné prostředí pro logisticky nenáročná společná setkávání, což zvýšilo pestrost diváckého spektra.

470. Odhlédneme-li od již zmíněného zajímavého projektu Art Parking (sledování divadla z automobilu; více k tomu viz odd. 4.3.3), přineslo uzavření divadel i vysloveně technologickou novinku.

Tabulka 21: Městská divadla pražská

Zcela nově využila online prostředí k další tvorbě **Městská divadla pražská**. Ve spolupráci se společností Brejlando připravila inscenaci *Elefantazie* speciálně určenou k natočení do 3D podoby. Brejlando pak svým zákazníkům (divákům) pronajímalo do domácností na 24 hodin 3D brýle s tímto záznamem. Divák si doma v čase dle své volby brýle nasadil a sledoval divadelní představení ve 3D podobě.

Slabinou tohoto projektu bylo vysoké nájemné, přesto se dočkal pozitivního ohlasu. Na tuto zcela novou možnost sdílení a distribuce uměleckého obsahu reagují Městská divadla pražská přípravou další inscenace vytvořené speciálně pro 3D natáčení.

Jak ale sám ředitel divadla Daniel Příbyl podotýká, nejedná se v žádném případě o nahrazení živé kultury, ale pouze o **využití nových komplementárních možností**, které tvůrci v reakci na protiepidemická opatření našli a chtějí s nimi dále pracovat.

II 6.4 STRUKTURNÍ PROBLÉMY ČESKÉHO DIVADELNÍHO PRŮMYSLU

471. Vládní nařízení zakazující od 10. března 2020 z důvodu rapidního šíření onemocnění COVID-19 uvádění divadelních představení, a tím divadelní provoz vůbec, zasáhla do aktivní sezony 2019/2020 natolik radikálně, že tímto datem sezona fakticky skončila. Pozadí a kontexty zásahů do proměn divadelního provozu v důsledku pandemie COVID-19 jsou v této zprávě důsledněji připomínány i proto, že odhalily několik strukturních problémů. Nutno připomenout, že přechod stávajících divadelních aktivit do online prostoru je více než u jiných múzických umění spíše jen **nedokonalou substitucí**. Divadlu coby časoprostorovému umění „ted' a tady“ je **imanentní živá interakce aktérů a publika během představení**, jeho podstata je založena na konceptu přítomnosti. Ať již živý stream, nebo videozáznam, podle výpovědí našich informantů obojí v podstatě znamená narušení ontologické podstaty divadla. Ačkoli mnozí chtějí online aktivity zachovat, většinou míní **rozvíjet pouze propagační nedivadelní obsah** (podcasty, vzdělávací videa, rozhovory).
472. Následuje výčet problémů a výzev, které byly způsobeny protiepidemickými opatřeními a proměnou tvorby a distribuce divadelního obsahu v období pandemické krize a jež na základě analýzy odpovědí jednotlivých informantů považujeme za symptomatické:
473. 1) Jako zcela zásadní se projevila **neznalost principů fungování živé divadelní kultury** ze strany výkonné moci. Dramaturgický plán bývá sestaven na jednu až dvě sezony dopředu. S přihlédnutím k této skutečnosti se předprodej a prodej vstupenek zahajuje několik měsíců, nebo dokonce až jeden rok předem. Zákaz veřejného shromažďování, který postihl česká divadla, zneemožnil divadelním producentům přípravu programu a prodej vstupenek. Obdobně se tato neznalost projevila v nedostatečně komunikované a hektické proměně vládních protiepidemických

opatření, čímž přetrvávala nestabilita a nejistota, za jakých podmínek bude možné divadla opět otevřít a jaká opatření se budou diváků a zaměstnanců týkat. Jistotu neměli divadelní producenti ani v tom, že nedojde k opětovnému uzavření divadel a tím pádem k opětovnému přerušení výdělečné a tvůrčí činnosti. Tyto informace nebyly producentům sděleny nejen s kvartálním či půlročním, ale ani s měsíčním předstihem, což je nejkratší možné období pro plnohodnotný návrat divadelního provozu a udržení činnosti. Nezohlednění produkčních skutečností souvisejících s provozem divadelní instituce zapříčinilo i paradoxní situaci, do které se dostaly organizace žádající o podporu v rámci kompenzačních programů kvůli **nevhodně nastaveným podmínkám výzvy**. Konkrétně se jednalo o neadekvátně nastavené tzv. srovnávané období. Žadatel musel prokázat pokles tržeb během tohoto srovnávaného období, a to ve vztahu k tzv. srovnávacímu období (referenční období před zavedením protiepidemických opatření). Problém spočíval v tom, že jako srovnávané období bylo stanoveno několik měsíců po rozvolnění protiepidemických opatření v červnu 2020. Žadatelé tudíž v tomto období již nevidovali „dostatečný“ pokles tržeb, čímž nesplnili podmínku výzvy, a nebyli tak oprávněnými žadateli, přestože během předcházející přísné uzávěry u nich k poklesu tržeb zcela jistě došlo. Obdobně problematické bylo i samotné vyplácení podpory – pokud na ni žadatel dosáhl, kompenzace byla vyplácena opožděně, řádově několik měsíců poté, co na žadatele dopadla mimořádná vládní opatření.

474. Samostatnou skupinu v rámci divadelní sféry tvořily divadelní festivaly probíhající standardně během celého roku. Většina festivalů, odehrávajících se obvykle v jarních termínech, přesunula svůj program pod vlivem příznivých vládních prognóz vývoje pandemie na podzim 2020. Nakonec však byla mnohá protiepidemická opatření na podzim obnovena a ve většině případů se původně přeložené festivaly v podzimních měsících uskutečnily online. Oproti divadelním producentům, kteří se majoritně zabývali problematikou dofinancování výdajů v době bez tržeb, vyvstal pro většinu pořadatelů festivalů problém s cestováním zahraničních hostů. Zavřené státní hranice, vysoká míra byrokracie spojené s překročením hranic, problematika ubytování zahraničních hostů, nařízená karanténa po vstupu na území ČR, všechna tato nařízení (společně s nedostatečnou komunikací vládních opatření) omezila nebo zcela znemožnila účast zahraničních umělců a souborů. Kvůli nejasnosti a proměnlivosti vládních opatření se pořadatelé festivalů ocitli v podobné situaci jako divadelní producenti, tj. v situaci, ve které nebylo zřejmé, za jakých podmínek, pro jak početné publikum či v jakých prostorách bude možné festival uspořádat.

475. Výše uvedené skutečnosti poukazují na **okrajové postavení (divadelní) kultury v zájmu politických elit**. V programu plánovaného rozvolňování protiepidemických opatření byla kultura jednou z posledních oblastí, které byla věnována pozornost. V první polovině srpna roku 2020 tak divadelní producenti neměli relevantní a dostatečné informace o tom, za jakých podmínek a v jaké podobě bude možné zahájit nadcházející divadelní sezonu 2021/2022. Tato nejistota a s ní spojené nejasnosti o podobě fungování divadel po rozvolnění protipandemických opatření opět postavily divadelní provozy do pozice pomyslných „sázkařů“, kteří plánováním následující sezony v běžném režimu dávají všanc další finanční výdaje, jež by v případě radikálních opatření byly nerentabilní a pravděpodobně, vzhledem ke stavu finanční podpory kulturního sektoru, nekompenzovatelné.

476. 2) V první vlně pandemie nemoci COVID-19 se ukázalo, že jedním z největších problémů divadelních podnikatelů je skutečnost, že ministerští úředníci **vyčleňují divadelní podnikání z kulturní infrastruktury České republiky**. Podle ministerských úředníků spadá činnost divadelních podnikatelů pod Ministerstvo průmyslu a obchodu, nikoli do agendy Ministerstva kultury. V krizových situacích je proto soukromá divadelní sféra rozdělena mezi dvě ministerstva a podléhá dvojímu systému pravidel a předpisů, a proto také dvojímu principu podpory, přestože se Ministerstvo průmyslu a obchodu k této agendě nehlásilo. V rámci pandemie se tak divadelní podnikatelé ocitli v šedé zóně podpůrných programů a koncepční strategie pro podporu uměleckých subjektů. Ministerstvo kultury je nezačlenilo mezi subjekty, které mohou čerpat z tzv. záchranného balíčku Ministerstva kultury, s odkazem na skutečnost, že vzhledem ke své výdělečně orientované činnosti spadají tyto subjekty pod správu Ministerstva průmyslu a obchodu. To však s jejich podporou v první (jarní) pandemické vlně nepočítalo. První podpůrný program pro divadelní podnikatele byl Ministerstvem průmyslu a obchodu vypsán až 11. 8. 2020,¹⁹⁰ tj. půl roku po uzavření divadel. Situaci navíc komplikovala nedostatečná znalost principů divadelní produkce ze strany Ministerstva průmyslu a obchodu (viz bod č. 1), což byl zásadní problém pro nastavení efektivní podpory pro tyto podnikatele.
477. 3) Z bodu č. 2 dále vyplývá, že **Ministerstvo kultury nereflektuje divadelní podnikání jako součást kulturního dědictví České republiky** a tuto činnost považuje za obchodní či volnočasové aktivity. Na základě této skutečnosti vyvstaly během pandemie opakované problémy s podporou subjektů, které se do té doby o žádný příspěvek nebo grant neucházely, neboť ani Ministerstvo průmyslu a obchodu, ani Ministerstvo kultury tyto subjekty nevedlo ve své agendě. Po uzavření divadel způsobeném vládními opatřeními se proto velká část divadelních podnikatelů, kteří ve většině případů udržují svůj provoz ze zisku, případně sponzorských darů a obchodních partnerství, ocitla bez jakékoli podpory. Na příkladu Rakouska nebo Spolkové republiky Německo, kde byly již začátkem dubna roku 2020 zveřejněny podpůrné programy pro téměř celou uměleckou sféru, včetně divadelních podnikatelů a umělců na volné noze, lze dokumentovat, jak rozdílné byly podmínky v ČR.¹⁹¹ Jistou podporu představovalo pro české divadelní podnikatele snížení DPH¹⁹² z 15 % na 10 % za vstupného na kulturní akce. Toto snížení vešlo v platnost 1. 7. 2020. Úprava DPH související s pořádáním kulturních akcí byla jednou z reakcí vládních činitelů na přetrvávající pandemii, resp. přetrvávající protiepidemická opatření. Za běžného provozu by tento krok byl jistě velmi ceněn, ovšem v rámci pandemické krize došlo spíše k opačnému účinku. Snížení DPH bylo dle jednoho informanta faktorem, který některým producentům zkomplikoval nebo zcela znemožnil žádat o podporu v rámci vládních programů, neboť ve srovnávacím období zainteresované divadelní subjekty vykazovaly oproti předešlým letům vyšší příjmy (více k tomu viz bod č. 2).
478. 4) Za syntézu všech výše uvedených problematických oblastí české kulturní politiky, které pandemická krize odhalila, lze považovat **diskusi o tzv. statusu umělce**. Ještě před pandemií stávající ministr kultury Lubomír Zaorálek veřejně deklaroval nutnost ukotvit status umělce v příští

190 Viz Ministerstvo průmyslu a obchodu, Program COVID - Kultura - I. výzva. 11. 8. 2020.

191 Viz Institut umění - Divadelní ústav, Zahraniční praxe: Přehled zahraničních systémových opatření ke zmírnění dopadů pandemie COVID-19 na oblast kultury a umění. 9. 4. 2020.

192 Viz Generální finanční ředitelství, Informace GFŘ ke změnám sazeb DPH od 1. 7. 2020. 30. 6. 2020.

kulturní politice.¹⁹³ Dosavadní dokumenty popisující české kulturní strategie se důkladně věnují péči o kulturní hodnoty a umění, ale o tvůrčích těchto hodnot zde není zmínka. Již první vlna pandemie na jaře 2020 připomněla závažnost této problematiky, neboť například v rámci podpůrných programů Ministerstva kultury České republiky se počítalo pouze s umělci, kteří (každoročně) podávají grantové žádosti na základě specifických podmínek a pravidel a většinou za konkrétní divadelní subjekt.¹⁹⁴ V České republice ovšem existuje početná skupina umělců profesionálů, kteří se o podporu z veřejných prostředků neucházejí, respektive na základě definic jednotlivých podpůrných programů ucházet ani nemohou. To ale neznamená, že umělci ve vlastním slova smyslu nejsou a ekonomická a sociální ochrana státu jim nenáleží. Pandemická krize tak v této souvislosti rovněž odkryla **křehkost kulturního průmyslu ve vztahu k jeho tvůrcům a vykonavatelům**. Nejzasazenější jsou v tomto ohledu nezávislí umělci a interpreti. Jejich činnost se odvíjí od jednotlivých uměleckých projektů, na nichž se spolupodílejí, což s sebou přináší řadu nejistot: tito umělci nemají dlouhodobé plány; přecházejí z projektu do projektu; výše jejich honorářů je závislá na počtu odehraných představení, přičemž není výjimkou, že jejich počet se oproti původnímu plánu sníží; odměňování jsou za odehraná představení, nikoli za divadelní zkoušky, které mohou zahrnovat i několik měsíců. Definice umělce a popis jeho práce v české legislativě by proto do budoucna mohly zamezit jak výraznému podfinancování umělců, s nímž se ve své činnosti dlouhodobě potýkají, tak tematizovat otázku zaměstnaneckého vztahu v momentě, kdy nezávislý umělec vstoupí do nového projektu, aby tím získal nárok pobírat mzdu nebo plat. Jakkoli se jedná o složitý proces vyžadující součinnost několika vládních resortů (Ministerstvo kultury, Ministerstvo práce a sociálních věcí ad.) a vyvolávající potřebu definovat status umělce, mělo by zavedení tohoto statusu do české legislativy přinést uměleckým tvůrcům a interpretům jednak garanci sociálních a ekonomických jistot, jednak zamezit nynější prekari-zaci jejich práce.

193 Přitom se co do srovnání s jinými evropskými zeměmi nejedná o žádnou významnou inovaci. Většina evropských států již řadu let disponuje specifickými zákony či soubory opatření, které umělce chrání před ekonomickými a sociálními propady.

194 Viz <https://www.mkcr.cz/profesionalni-umeni-1122.html> (a dále jednotlivé dotační programy z oblasti profesionální kultury, konkrétně oblast divadla a oblast tance, pohybového a nonverbálního umění).

LITERATURA

Antal, Dániel, Central and Eastern European Music Industry Report 2020. Consolidated Independent – CEEMID, 2020.

Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/338801161_Central_and_Eastern_Music_Industry_Report_2020_Central_and_Eastern_Music_Industry_Report_2020

Artlová, Martina, Vyjednat licenci trvá i rok, říká Martin Zavadil. Jeho platforma Dramox streamuje divadelní inscenace z celého světa. *Euro.cz*. 7. 10. 2021.

Dostupné z: <https://www.euro.cz/light/vyjednat-licenci-pro-nektera-predstaveni-trva-i-rok-rika-martin-zavadil-s-kolegy-vloni-spustil-platformu-dramox-ktera-streamuje-inscenace-z-celeho-sveta>

Asociace producentů v audiovizí, Bilanční zpráva APA – 2019 a 2020. Praha: APA, 2021.

Barták, Jan, § 97e Rozšířená kolektivní správa. In: Polčák, R. a kol. (eds.). *Autorský zákon: praktický komentář s judikaturou podle stavu k 1. dubnu 2020*. Praha: Leges, 2020.

Bernardo, Francisco – Martins, Luís Gustavo, Disintermediation Effects on Independent Approaches to Music Business. *International Journal of Music Business Research*. 2014, roč. 3, č. 2, s. 7–27.

Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/268871200_Disintermediation_Effects_on_Independent_Approaches_to_Music_Business

Braun, Virginia – Clarke, Victoria, Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*. 2006, roč. 3, č. 2, s. 77–101.

Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/235356393_Using_thematic_analysis_in_psychology

Castle, Christian L. – Feijóo, Claudio, Study on the Artists in the Digital Music Marketplace: Economic and Legal Considerations. WIPO, 1. 6. 2021.

Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/sccr_41/sccr_41_3.pdf

Centre National de la Musique, Music Streaming: Impact of UCPS Settlement Model. Leden 2021.

Dostupné z: https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/03/1_CNM_UCPS_Detailed_report_January2021.pdf

Česká obec hudební, Dopady opatření v souvislosti s koronakrizí na hudební průmysl a návrhy možných řešení. 6. 5. 2020.

Dostupné z: <https://www.sai.cz/wp-content/uploads/2020/05/ANAL%C3%9DZA-DOPAD%C5%AE-COVID-19.pdf>

Český statistický úřad (ČSÚ), Informační společnost v číslech – 2021. Praha: ČSÚ, 2021.

Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-spolecnost-v-cislech-2021>

Dâmaso, Mafalda a kol., *The Situation of Artists and Cultural Workers and the post-COVID-19 Cultural Recovery in the European Union*. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Březen 2021.

Dostupné z: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652250/IPOL_STU\(2021\)652250_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652250/IPOL_STU(2021)652250_EN.pdf)

De Voldere, Isabelle a kol., *Cultural and Creative Sectors in Post-COVID-19 Europe: Crisis Effects and Policy Recommendations*. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Únor 2021.

Dostupné z: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU\(2021\)652242_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)652242_EN.pdf)

De Voldere, Isabelle a kol., *Mapping the Creative Value Chains: A Study of the Economy of Culture in the Digital Age*. Brussels: European Commission, DG EAC, 2017.

Dostupné z: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4737f41d-45ac-11e7-aea8-01aa75ed71a1>

Dott, Eric, Fake Streams, Listening Bots, and Click Farms: Counterfeiting Attention in the Streaming Music Economy. *American Music*. 2020, roč. 38, č. 2, s. 153–175.

Dredge, Stuart, How Many Users Do Spotify, Apple Music and Other Streaming Services Have? *Musically*. 28. 7. 2021.

Dostupné z: <https://musically.com/2020/07/28/spotify-apple-how-many-users-big-music-streaming-services/>

Elberse, Anita, *Blockbusters: Why Big Hits – and Big Risks – Are the Future of the Entertainment Business*. New York: Faber & Faber, 2013.

Eurostat, National Accounts: COVID-19 Impact on EU Industries. 5. 8. 2020.

Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20200805-1>

Evropská komise, Doporučení komise o definici mikropodniků, malých a středních podniků (2003/361/ES). 6. 5. 2003.

Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32003H0361>

Evropská komise, Sdělení Komise: Dočasný rámec pro opatření státní podpory na podporu hospodářství při stávajícím šíření koronavirové nákazy COVID-19, 2020/C 91 I/01. 19. 3. 2020.

Dostupné z: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:52020XC0320\(03\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:52020XC0320(03))

Flix Patrol, TOP 10 on Netflix in the Czech Republic in 2021.

Dostupné z: <https://flixpatrol.com/top10/netflix/czech-republic/2021/>

Galuszka, Patryk, Music Aggregators and Intermediation of the Digital Music Market. *International Journal of Communication*. 2015, roč. 9, s. 254–273.

Dostupné z: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3113>

Gellman, Robert, Disintermediation and the Internet. *Government Information Quarterly*. 1996, roč. 13, č. 1, s. 1–8.

GEMA, GEMA Signs Agreement with YouTube: Milestone for a Fair Remuneration of Music Authors in the Digital Age Achieved. 31. 10. 2016.

Dostupné z: https://web.archive.org/web/20170923193937/https://www.gema.de/en/aktuelles/gema_signs_agreement_with_youtube_milestone_for_a_fair_remuneration_of_music_authors_in_the_digital/

Generální finanční ředitelství, Informace GFŘ ke změnám sazeb DPH od 1. 7. 2020. 30. 6. 2020.

Dostupné z: https://www.financnisprava.cz/assets/cs/prilohy/d-seznam-dani/38742-INFORMACE_sazby_DPH_covid2020.pdf

Gregor, Jan – Kalina, Vojtěch, Spotify for Artists pro začátečníky. *Autor In*. 2020, č. 1, s. 7–12.

Dostupné z: <https://www.osa.cz/storage/AutorIn/1-2000/50-pdf-autorin-01-2020-web.pdf>

Herstand, Ari, Best Music Distribution Companies: Full Comparison Chart. *Ari's Take*. 15. 10. 2020.

Dostupné z: <https://aristake.com/digital-distribution-comparison/>

IFPI, Global Music Report 2021. Dostupné z: <https://www.ifpi.org/resources/>

Ingham, Tim, Spotify Is Making Its Own Records... and Putting Them on Playlists. *Music Business Worldwide*. 31. 8. 2016.

Dostupné z: <https://www.musicbusinessworldwide.com/spotify-is-creating-its-own-recordings-and-putting-them-on-playlists/>

Institut umění – Divadelní ústav, Zahraniční praxe: Přehled zahraničních systémových opatření ke zmírnění dopadů pandemie COVID-19 na oblast kultury a umění. 9. 4. 2020.

Dostupné z: <https://www.idu.cz/cs/o-nas/projekty-a-infoportaly/1510-zahranicni-praxe>

INTEGRAM, Návrh sazebníku odměn INTEGRAM pro individuální a jiné užití s navrhovanou účinností od 1. 1. 2022.

Dostupné z: <https://www.intergram.cz/wp-content/uploads/2021/08/N%C3%A1vrh-sazebn%C3%ADku-odm%C4%9Bn-INTERGRAM-2022-pro-individu%C3%A1ln%C3%AD-a-jin%C3%A9-u%C5%BEit%C3%AD.pdf>

Jetmar, Jakub, Vydavatelé s tvorbou vlastních seriálů skončili. *Mediář*. 15. 5. 2020.

Dostupné z: <https://www.mediar.cz/vydavatele-s-tvorbou-vlastnich-serialu-skoncili/>

Kabát, Marcel, Chce to vykročit ze sebe sama, myslí si režisér Viktor Tauš. *Lidové noviny*. 30. 12. 2020.

Dostupné z: https://www.lidovky.cz/orientace/kultura/chce-to-vykrocit-ze-sebe-sama-mysli-si-reziser-viktor-taus.A201223_133825_ln_kultura_jto

KODA, Google Removes All Danish Music from YouTube. 30. 7. 2020.

Dostupné z: <https://www.koda.dk/about-us/press-release-google-removes-all-danish-music-from-youtube>

Laguana, Sharky, Streaming Music Is Ripping You Off. *Medium*. 18. 8. 2015.

Dostupné z: <https://medium.com/cuepoint/streaming-music-is-ripping-you-off-61dc501e7f94>

Leonhard, Gerd, Music 2.0: Essays by Gerd Leonhard. Basel: Gerd Leonhard, 2008.

Leška, Rudolf, § 21. In: Polčák, R. a kol. (eds.). *Autorský zákon: praktický komentář s judikaturou podle stavu k 1. dubnu 2020*. Praha: Leges, 2020.

Leška, Rudolf – Tomčík, Michal – Zahrádka, Pavel, Sozial-, Kultur- und Bildungsdienstleistungen der tschechischen Verwertungsgesellschaften aus der Perspektive ihrer Benefiziaten. In: Zill, M. – Klingner, S. – Fischer, G. (eds.). *Monopole im Medienindustriellen Komplex? Verwertungsgesellschaften gestern, heute, morgen*. Marburg: Büchner Verlag, 2022 (v tisku).

Mediář, Filmový průmysl v Česku v roce covidu klesl o 20 %. 25. 8. 2021.

Dostupné z: <https://www.mediar.cz/filmovy-prumysl-v-cesku-v-roce-covidu-klesl-o-20-pct/>

Ministerstvo kultury, Rozhodnutí č. j. 10145/2003. 15. 11. 2006.

Dostupné z: https://www.oaza.eu/wp-content/uploads/2017/11/03-10145-Rozhodnut__ve_v_ci_zvuka_-_pro_zve_ejn_n_na_webu_MK__2_.pdf

Ministerstvo průmyslu a obchodu, Na podporu kultury půjde další 1 miliarda korun, počítá se také s 3. výzvou z programu COVID – Kultura (tisková zpráva), 17. 12. 2020.

Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/na-podporu-kultury-pujde-dalsi-1-miliarda-korun--pocita-se-take-s-3--vyzvou-z-programu-covid--kultura---258512/>

Ministerstvo průmyslu a obchodu, Program COVID – Kultura – I. výzva. 11. 8. 2020.

Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/informace-o-koronavirus/program-covid---kultura---i--vyzva--257563/>

Mitrić, Petar – Szczepanik, Petr, Pomůže Netflix českému filmu? Výzvy a příležitosti implementace článku 13 revidované směrnice o audiovizuálních mediálních službách. Prosinec 2020.

Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/349279003_Pomuze_Netflix_ceskemu_filmu_Vyzvy_a_prilezitosti_implementace_clanku_13_revidovane_smernice_o_audiovizualnich_medialnich_sluzbach

Muikku, Jari, *Pro Rata* and User Centric Distribution Models: A Comparative Study. Digital Media Finland. 30. 11. 2017.

Dostupné z: <https://www.fim-musicians.org/wp-content/uploads/prorata-vs-user-centric-models-study-2018.pdf>

Music Distribution Guru, The Best Music Distribution Companies in 2021: Review and Comparison Chart. 2021.

Dostupné z: <https://musicdistribution.guru/>

Musicians' Union, Aggregator Digital Distribution Services. 11. 10. 2021.

Dostupné z: <https://musiciansunion.org.uk/legal-money/rights-and-legislation/aggregator-digital-distribution-services>

Ordanini, Andrea – Nunes, Joseph C., From Fewer Blockbusters by More Superstars to More Blockbusters by Fewer Superstars: How Technological Innovation Has Impacted Convergence on the Music Chart. *International Journal of Research in Marketing*. 2016, roč. 33, č. 2, s. 297–313.

Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167811615001081>

OSA, Ročenka OSA 2020.

Dostupné z: <https://www.osa.cz/storage/DownloadTranslation/1-2000/236-attachment-OSA-rocenka-2020-web.pdf>

OSA, Návrh sazebníků OSA pro rok 2022.

Dostupné z: <https://www.osa.cz/storage/DownloadTranslation/1-2000/240-attachment-Oduvodneni-vyse-sazeb-OSA-2022-vcetne-navrhu-sazebniku.pdf>

OSA, Sazebník autorských odměn pro použití na internetu 2020.

Dostupné z: <https://www.osa.cz/storage/DownloadTranslation/1-2000/197-attachment-Sazebnik-OSA-Internet-2020.pdf>

OSA, Sazebník autorských odměn pro použití na internetu 2021.

Dostupné z: <https://www.osa.cz/storage/DownloadTranslation/1-2000/219-attachment-2021-OSA-INTERNET-sazebnik.pdf>

Pay Performers, 2020 Performer Survey: External Report. 24. 9. 2020.

Dostupné z: <https://www.payperformers.eu/performer-survey-results>

Polčák, Radim, Territoriality of Copyright Law. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.). *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Cham: Springer, 2020. s. 65–80.

Dostupné z: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-030-44850-9_4.pdf

Rosen, Sherwin, The Economics of Superstars. *American Economic Review*. 1981, roč. 71, č. 5, s. 845–858.

Dostupné z: <https://pdodds.w3.uvm.edu/files/papers/others/1981/rosen1981a.pdf>

Soundcharts Team, The Mechanics of Music Distribution: How it Works, Types of Music Distribution Companies + 29 Top Distributors. *Soundcharts Blog*. 24. 9. 2019.
Dostupné z: <https://soundcharts.com/blog/music-distribution>

Státní fond kinematografie, Fond kinematografie podpořil filmový průmysl dalšími 127 miliony korun. Pomoc rozdělil mezi 212 projektů. 17. 2. 2021.
Dostupné z: <https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/TZ/Fond%20kinematografie%20podpo%C5%99il%20filmov%C3%BD%20opr%C5%AFmysl%20dal%C5%A1%C3%ADmi%20127%20miliony%20korun.pdf>

Státní fond kinematografie, Mimořádná výzva (2021-6-1-9) Projekty producentů firem, distributorů a provozovatelů kin zaměřené na výzkum a inovace v proměňujícím se prostředí audiovize.
Dostupné z: <https://fondkinematografie.cz/2021-6-1-9-projekty-producenty-firem,-distributoru-a-provozovatelu-kin-zamerene-na-vyzkum-a-inovace-v-promenujicim-se-prostredi-audiovize.html>

Strejček, Roman, Hudba na online platformách. 22. 4. 2021.
Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=m_5VXwPLDy0&ab_channel=OSA

Szczepanik, Petr, Channels and Barriers of Cross-border Online Circulation: Central and Eastern Europe as a Digital Periphery. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.). *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Cham: Springer, 2020, s. 159–180.
Dostupné z: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-030-44850-9_9.pdf

Telec, Ivo – Tůma, Pavel, Autorský zákon. Praha: C. H. Beck, 2019.

Tschmuck, Peter, *Kreativität und Innovation in der Musikindustrie*. Innsbruck: StudienVerlag, 2003.

II PRÁVNÍ PRAMENY, PŘEDPISY A USNESENÍ

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu.
Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex%3A32000L0031>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/26/EU ze dne 26. února 2014 o kolektivní správě autorského práva a práv s ním souvisejících a udělování licencí pro více území k právům k užití hudebních děl online na vnitřním trhu.
Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0026>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/790 ze dne 17. dubna 2019 o autorském právu a právech s ním souvisejících na jednotném digitálním trhu a o změně směrnic 96/9/ES a 2001/29/ES.
Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX:32019L0790>

Vláda České republiky, Usnesení č. 237 o záruce COVID. 16. 3. 2020.
Dostupné z: <https://apps.odok.cz/attachment/-/down/IHOABMRRWAGZ>

Vláda České republiky, Usnesení č. 246 o změně usnesení vlády ze dne 16. března 2020 č. 237, o záruce COVID. 18. 3. 2020.
Dostupné z: <https://apps.odok.cz/attachment/-/down/IHOABMTJP5EA>

Vláda České republiky, Usnesení č. 260 o podpoře pro osoby samostatně výdělečně činné a malé střední podnikatele COVID II. 19. 3. 2020.

Dostupné z: <https://apps.odok.cz/attachment/-/down/IHOABMVAVP7P>

Vláda České republiky, Usnesení č. 353 o cíleném programu podpory zaměstnanosti a zrušení usnesení vlády ze dne 19. března 2020 č. 257, usnesení vlády ze dne 23. března 2020 č. 29. 31. 3. 2020.

Dostupné z: <https://apps.odok.cz/attachment/-/down/IHOABN8N8BT2>

Vláda České republiky, Usnesení č. 408 o některých opatření k minimalizaci dopadů pandemie koronaviru COVID 19 na sektor kultury. 9. 4. 2020.

Dostupné z: <https://apps.odok.cz/attachment/-/down/RCIABNHNDXZP>

Vláda České republiky, Usnesení č. 553 k programu COVID III. 18. 5. 2020.

Dostupné z: <https://apps.odok.cz/attachment/-/down/IHOABPRC2U8W>

Vláda České republiky, Usnesení č. 957 o vyhlášení nouzového stavu. 30. 9. 2020.

Dostupné z: <https://apps.odok.cz/attachment/-/down/IHOABTXK4WF6>

Vláda České republiky, Usnesení č. 1103 o přijetí krizového opatření. 26. 10. 2020.

Dostupné z: <https://www.vlada.cz/assets/media-centrum/aktualne/zakaz-maloobchodu-a-sluzeb-1103.pdf>

Vláda České republiky, Usnesení č. 1376 o přijetí krizového opatření. 23. 12. 2020.

Dostupné z: <https://www.vlada.cz/assets/media-centrum/aktualne/maloobchod-1376.pdf>

Zákon České národní rady č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů.

Zákon č. 117/1995 Sb., o státní sociální podpoře.

Zákon č. 155/1995 Sb., o důchodovém pojištění.

Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon).

Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách.

Zákon č. 111/2006 Sb., o pomoci v hmotné nouzi.

Zákon č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění.

Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce.

Zákon č. 280/2009 Sb., daňový řád.

Zákon č. 102/2017 Sb., kterým se mění zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 133/2020 Sb., o některých úpravách v sociálním zabezpečení v souvislosti s mimořádnými opatřeními při epidemii v roce 2020, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 134/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 592/1992 Sb., o pojistném na veřejné zdravotní pojištění, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 136/2020 Sb., o některých úpravách v oblasti pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a důchodového pojištění v souvislosti s mimořádnými opatřeními při epidemii v roce 2020.

Zákon č. 137/2020 Sb., o některých úpravách v oblasti evidence tržeb v souvislosti s vyhlášením nouzového stavu, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 159/2020 Sb., o kompenzačním bonusu v souvislosti s krizovými opatřeními v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 177/2020 Sb., o některých opatřeních v oblasti splácení úvěrů v souvislosti s pandemií COVID-19.

Zákon č. 209/2020 Sb., o některých opatřeních ke zmírnění dopadů epidemie koronaviru SARS CoV-2 na nájemce prostor sloužících k uspokojování bytové potřeby, na příjemce úvěru poskytnutého Státním fondem rozvoje bydlení a v souvislosti s poskytováním plnění spojených s užíváním bytů a nebytových prostorů v domě s byty.

Zákon č. 210/2020 Sb., o některých opatřeních ke zmírnění dopadů epidemie koronaviru SARS CoV-2 na nájemce prostor sloužících podnikání.

Zákon č. 228/2020 Sb., o poskytnutí státní záruky České republiky na zajištění dluhů Českomoravské záruční a rozvojové banky, a. s., vyplývajících z ručení za dluhy z úvěrů v souvislosti se zmírněním negativních dopadů způsobených virem SARS CoV-2, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 234/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 159/2020 Sb., o kompenzačním bonusu v souvislosti s krizovými opatřeními v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2.

Zákon č. 247/2020 Sb., o některých opatřeních ke zmírnění dopadů epidemie koronaviru označovaného jako SARS CoV-2 na oblast kulturních akcí, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 262/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 159/2020 Sb., o kompenzačním bonusu v souvislosti s krizovými opatřeními v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2.

Zákon č. 299/2020 Sb., kterým se mění některé daňové zákony v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2.

Zákonem č. 300/2020 Sb., o prominutí pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti placeného některými zaměstnavateli jako poplatníky v souvislosti s mimořádnými opatřeními při epidemii v roce 2020 a o změně zákona č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 331/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 159/2020 Sb., o kompenzačním bonusu v souvislosti s krizovými opatřeními v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 386/2020 Sb., kterým se zrušuje zákonné opatření Senátu č. 340/2013 Sb., o dani z nabytí nemovitých věcí, ve znění pozdějších předpisů, a mění a zrušují další související právní předpisy.

Zákon č. 438/2020 Sb., o úpravách poskytování ošetrovného v souvislosti s mimořádnými opatřeními při epidemii a o změně zákona č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění.

Zákon č. 451/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 228/2020 Sb., o poskytnutí státní záruky České republiky na zajištění dluhů Českomoravské záruční a rozvojové banky, a.s., vyplývajících z

ručení za dluhy z úvěrů v souvislosti se zmírněním negativních dopadů způsobených virem SARS-CoV-2.

Zákon č. 461/2020 Sb., o kompenzačním bonusu v souvislosti se zákazem nebo omezením podnikatelské činnosti v souvislosti s výskytem koronaviru SARS CoV-2.

Zákon č. 540/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony v souvislosti s paušální daní.

Zákon č. 609/2020 Sb., kterým se mění některé zákony v oblasti daní a některé další zákony.

Zákon č. 95/2021 Sb., o kompenzačním bonusu pro rok 2021.

Editor:

Pavel Zahrádka (Univerzita Palackého v Olomouci)

Autoři:

Pavel Zahrádka (Univerzita Palackého v Olomouci)

Rudolf Leška (Vysoká škola finanční a správní)

Matěj Myška (Masarykova univerzita)

Petr Szczepanik (Univerzita Karlova)

Ivan David (Vysoká škola finanční a správní)

Jitka Pavlišová (Univerzita Palackého v Olomouci)

Lucie Velflová (Štáidl Leška Advokáti)

Lucie Zelená (Univerzita Palackého v Olomouci)

Jazyková redaktorka: Jana Mezuláníková

Grafická úprava a sazba: Petr Barták

Vydala Vysoká škola finanční a správní

Estonská 500, 101 00 Praha 10

1. vydání

Praha 2022

Neprodejné