

## Etický kodex SPIR pro audiovizuální mediální služby na vyžádání

### PREAMBULE

Úkolem „Etického kodexu SPIR (Sdružení pro internetový rozvoj) pro audiovizuální mediální služby na vyžádání“ (dále jen „Kodex“) je v souladu s příslušnými právními předpisy, zejména se zákonem č. 132/2010 Sb., případně se zákony č. 231/2001 Sb. či 242/2022 Sb., přispívat ke společensky odpovědnému přístupu provozovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání (dále jen „AV služby“) k šíření těchto služeb, k vyšší ochraně spotřebitelů a předcházení porušování jak právních tak etických pravidel platných v tomto odvětví. Kodex nemá za cíl nahradit právní regulaci, nýbrž na ni navazuje doplněním o etické zásady. Kodex je určen subjektům působícím v oblasti AV služeb a stanoví pravidla profesionálního chování.

SPIR výslovně uznává tento Kodex za souhrn etických norem, jež mají regulovat poskytování AV služeb ze strany jejich provozovatelů.

Kodex však, jakožto každá pravidla chování, může podléhat vývoji a bude čas od času novelizován a upravován tak, aby reagoval na změněné společenské podmínky a vývoj trhu.

### Článek I. Základní pojmy

Pro účely tohoto Kodexu se:

- a) audiovizuálním sdělením (dále jen „AV sdělení“) rozumí jakýkoliv pořad (pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která bez ohledu na svou délku představuje jednotlivou položku v katalogu pořadů a jejíž podoba a obsah jsou srovnatelné s podobou a obsahem televizního vysílání) nebo jakékoliv audiovizuální obchodní sdělení, jež je součástí AV služby,
- b) audiovizuálním obchodním sdělením (dále jen „AV obchodní sdělení“) rozumí obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která je určena k přímé nebo nepřímé propagaci zboží nebo služeb osoby vykonávající hospodářskou činnost, popřípadě jejího obrazu na veřejnosti, a která doprovází pořad nebo je do pořadu zahrnuta za úplaty nebo obdobnou protihodnotu nebo za účelem vlastní propagace,
- c) pod pojmem uživatel rozumí jakýkoliv subjekt, který může být AV sdělením ovlivněn, včetně konečného spotřebitele, podnikatele, jemuž jsou určena AV obchodní sdělení,
- d) provozovatelem rozumí poskytovatel AV služby ve smyslu příslušných právních předpisů,
- e) zadavatelem rozumí právnická nebo fyzická osoba, která objednala u jiné právnické nebo fyzické osoby AV obchodní sdělení,
- f) za AV službu nepovažuje služba, která není určena k příjmu veřejnosti, která nemá povahu činnosti především hospodářské nebo která nesoutěží s televizním vysíláním a/nebo jejímž hlavním účelem není poskytování AV sdělení.

## **Článek II. Vztah k právním předpisům**

Kodex bude aplikován nezávisle na právních předpisech, avšak v souladu s nimi a vždy tak, aby tato aplikace přihlížela k výkladu příslušných právních předpisů.

## **Článek III. Požadavky na AV sdělení**

AV sdělení nesmí navádět k porušování právních předpisů.

AV sdělení nesmí překračovat pro daný druh sdělení uznávané limity slušnosti, čestnosti a pravdivosti. Musí být vytvářena s vědomím odpovědnosti vůči uživateli, spotřebiteli i společnosti.

AV sdělení nesmí v rozporu se všeobecně akceptovatelnými limity takového přístupu urážet národnostní, rasové nebo náboženské cítění uživatelů, zejména nesmí podněcovat k násilí nebo nenávisti vůči skupině osob nebo členovi skupiny z důvodu pohlaví, rasy, barvy pleti, jazyka, náboženského vyznání nebo přesvědčení, politických nebo jiných názorů, etnického nebo sociálního původu, genetických rysů, státního občanství, příslušnosti k národnostní menšině, majetku, narození, rodu, zdravotního postižení, věku, sexuální orientace nebo jiného postavení.

AV sdělení, musí respektovat zásady soutěžení konkurentů, zejména nesmí šířit klamavé údaje o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či službách.

AV sdělení nesmí podporovat či vychvalovat chování poškozující životní prostředí.

AV sdělení nesmí obsahovat prvky, jež by hrubým způsobem narušovaly obecně akceptované normy slušnosti a mravnosti; právo provozovatelů a zadavatelů rozlišovat AV sdělení podle cílových skupin, jimž jsou určena, tím není – za respektování pravidla uvedeného v předchozí větě – dotčeno.

AV sdělení nesmí svým obsahem či způsobem šíření snižovat lidskou důstojnost.

Výše uvedené zásady však nesmí být vykládány takovým způsobem, který by vedl k omezení ústavně zaručeného práva na svobodu projevu a práva svobodně šířit své názory.

## **Článek IV. Používání bližších údajů o uživateli**

AV služby mohou být upravovány s ohledem na předchozí chování či osobní preference uživatelů, zejména s ohledem na jejich předchozí spotřebitelská rozhodnutí apod. Při získávání a uchovávání dat, jež umožňují výše uvedenou úpravu AV sdělení, však musí být dodržena veškerá zákonná pravidla týkající se ochrany soukromí a osobních údajů a měla by odpovídat obvyklým standardům dodržovaným v rámci odvětví.

## **Článek V. Získávání osobních údajů uživatelů**

Při získávání osobních údajů uživatelů provozovatelem musí být dodržovány předpisy a standardy týkající se ochrany osobních údajů. Jakékoliv zneužití osobních údajů není přípustné.

## **Článek VI. Zneužívání nezkušenosti či neznalosti uživatelů**

Je nepřipustné zneužívat nezkušenosti, neznalosti či tísně uživatelů v úmyslu získat neoprávněný prospěch pro provozovatele či jiné osoby.

## **Článek VII. Charakter poskytování AV služeb**

AV služba nesmí být upravena tak, aby uživatel neměl možnost ji snadno opustit.

## **Článek VIII. Identifikace provozovatelů AV služeb**

Každý provozovatel AV služby musí umožnit uživatelům této služby snadný, přímý a trvalý přístup alespoň k těmto identifikačním údajům:

- a) název AV služby, název/jméno a příjmení provozovatele, jeho identifikační číslo, sídlo v případě provozovatele – právnické osoby a místo podnikání v případě provozovatele – fyzické osoby,
- b) kontaktní údaje, zejména poštovní adresa pro doručování, telefonní číslo, adresa internetových stránek, popřípadě adresa pro doručování elektronické pošty,
- c) informaci o právním řádu a orgánu dohledu (regulátorovi) podle právního předpisu.

## **Článek IX. Zvláštní ustanovení o zpravodajských a publicistických pořadech v rámci AV služeb**

1. Provozovatelé musí usilovat o to, aby v rámci zpravodajských a publicistických AV sdělení:
  - a) poskytovali úplné, nezkrácené a pravdivé informace,
  - b) při zpravodajství poskytovali přiměřený prostor všem zainteresovaným stranám, respektive možnost tento prostor využít,
  - c) zohledňovali a respektovali zásadu presumpce nevinny,
  - d) nezveřejňovali zprávy, které nebyly ověřeny z více zdrojů; v naléhavých případech ve veřejném zájmu, kdy není možné ověřit informaci z více zdrojů, je možné výjimečně a za současného informování uživatele o této skutečnosti zveřejnit informaci pocházející pouze z jednoho zdroje.
2. Je nepřípustné využívat k získání informací nepoctivých prostředků.
3. Případné nepřesnosti musí být odpovídajícím způsobem napraveny.
4. Výše uvedené zásady platí přiměřeně i pro pořady bulvárního typu.
5. Zpravodajské a politicko-publicistické pořady nelze sponzorovat. Také není dovoleno umístování produktu, přičemž se za umístění produktu nepovažuje případ, kdy se neprovádí žádná platba, ale pouze se bezúplatně poskytuje určité zboží nebo služba, zejména rekvizity nebo ceny pro soutěžící s cílem zařadit je do pořadu.

## **Článek X. Zvláštní ustanovení o AV obchodních sděleních**

1. AV obchodní sdělení nesmí využívat metody založené na podprahovém vnímání.
2. AV obchodní sdělení nesmí zneužívat důvěru spotřebitele či využívat nedostatku jeho zkušeností či znalostí, či jeho důvěřivosti. To platí obzvláště pro ta AV obchodní sdělení, u nichž je předpoklad, že jejich adresátem budou nezletilé osoby, především děti.
3. AV obchodní sdělení nesmí být šířena skrytou, respektive nerozpoznatelnou formou.

4. Pokud není stanoveno jinak, měla by AV obchodní sdělení být v souladu se základními etickými normami platnými v České republice a to s „Etickým kodexem reklamní a marketingové komunikace prostřednictvím sítě internet“ vydaným SPIR a „Etickým kodexem“ Rady pro reklamu.
5. Používat zákonem zakázané formy AV obchodních sdělení není přípustné.
6. V rámci zákonem předpokládaných či neupravených forem AV obchodních sdělení je možné používat nové metody a postupy, vždy však při dodržování zásad uvedených v tomto Kodexu.
7. Použití metody split screen, virtuální reklamy apod. je přípustné, pokud nebude v rozporu s právními předpisy a pokud při jejich použití budou dodrženy zásady tohoto kodexu, zejména nepůjde o formu skryté reklamy. Totéž platí pro cross promotion jednotlivých produktů provozovatele.
8. Je doporučeno při označování reklamy, sponzoringu a umístění produktu dodržovat zásady uplatňované v daném odvětví a používat obecně užívané symboly pro označení těchto forem AV obchodních sdělení.

## Článek XI.

### Zvláštní ustanovení o AV obchodních sděleních týkajících se alkoholických nápojů a nezdravých produktů

1. AV obchodní sdělení týkající se alkoholických nápojů nesmějí podporovat nestřídmou konzumaci těchto nápojů.
2. AV obchodní sdělení týkající se alkoholických nápojů nesmějí být speciálně zaměřena na nezletilé osoby, a to ani v obsahové stránce ani ve způsobu šíření. Pokud je to na straně provozovatele technicky proveditelné, AV obchodním sdělení týkající se alkoholických nápojů by neměla být sdělována nezletilému uživateli nebo šířena spolu s AV sděleními zaměřenými na nezletilé uživatele, zejména spolu s pořady pro děti.
3. S výjimkou sponzoringu a umístění produktu nesmějí AV obchodní sdělení týkající se alkoholických nápojů:
  - a) zobrazovat nezletilé osoby konzumující alkoholické nápoje,
  - b) spojovat konzumaci alkoholických nápojů se zvýšenými tělesnými výkony nebo s řízením motorového vozidla,
  - c) vytvářet dojem, že konzumace alkoholických nápojů přispívá ke společenskému nebo sexuálnímu úspěchu,
  - d) tvrdit, že alkoholické nápoje mají léčebné, stimulační nebo uklidňující účinky, nebo že jsou prostředkem řešení osobních konfliktů,
  - e) ukazovat abstinenci nebo umírněnost v požívání alkoholických nápojů v nepříznivém světle, nebo
  - f) zdůrazňovat vysoký obsah alkoholu jako pozitivní vlastnost alkoholického nápoje.
4. Ve vztahu k AV obchodním sdělením, která se týkají potravin a nápojů obsahujících živiny a látky s výživovým a fyziologickým účinkem, zejména tuk, nasycené tuky, transmastné kyseliny, sůl nebo sodík a cukry, jejichž nadměrný příjem ve stravě se nedoporučuje, platí, že:
  - a) pokud je to na straně provozovatele technicky proveditelné, neměla být sdělována nezletilému uživateli nebo šířena spolu s AV sděleními zaměřenými na nezletilé uživatele, zejména spolu s pořady pro děti,
  - b) pokud provázejí pořady pro děti nebo jsou v těchto pořadech obsažena, nesmějí zdůrazňovat kladné vlastnosti nutričních aspektů těchto potravin a nápojů.

## Článek XII.

### Závěrečná ustanovení

Tento Kodex byl přijat dne 3. 3. 2023 Výkonnou radou SPIR.

Změny tohoto Kodexu musí být provedeny písemně.