**PODMÍNKY PRO ZÍSKÁNÍ MÉDIÁLNÍ AKREDITACE**

* Dokument vychází z materiálů AIPS, UNESCO, EU a světových sportovních federací.

**ZÁKLADNÍ INFORMACE:**

Zástupci nových médií (tvůrci obsahu, YouTubeři, podcasteři, tvůrci videí, uživatelé TikTok, Instagramu a Facebooku, bloggeři, uživatelé sítě X a další, kteří působí ve veřejných médiích pod různými označeními) mohou požádat o členství v AIPS a národních sportovních mediálních asociacích. K tomu, aby se někdo stal členem AIPS, musí zažádat o kartu AIPS v souladu s příslušnými postupy.

**I. Žadatelé musí dodržovat stejná pravidla a povinnosti jako tradiční mediální**  
organizace a současní členové AIPS a národních sportovních mediálních asociací.

**II. Ti, kteří se nechtějí stát členy AIPS, ale hodlají působit jako mediální**  
profesionálové v konkrétních sportovních odvětvích, musí respektovat a dodržovat minimální standardy uvedené v části III/2 níže.

**III/1. UZNÁVANÍ ZÁSTUPCI MÉDIÍ**  
Médiální akreditace pro pokrytí akcí pořádaných konkrétními sportovními organizacemi (např. MOV, FIFA, UEFA, World Athletics atd.) může být udělena jednotlivcům, kteří spadají do jedné z následujících kategorií:

* Profesionální, řadoví zaměstnanci mediální společnosti, jejíž hlavní činností a zdrojem příjmů je shromažďování zpráv.
* Nezávislí fotografové nebo spisovatelé s písemným zadáním na oficiálním firemním dopisním papíru podrobně popisujícím konkrétní úkol od redaktora, který zadání přiděluje.
* Redaktoři nebo fotografové webových stránek a blogů, které informují za účelem zpravodajství a splňují určitá kritéria.
* Držitelé vysílacích práv.
* Schválení vysílatelé bez vysílacích práv.
* Zástupci sportovních organizací, přidružených národních federací nebo kontinentálních unií, kteří v rámci svých tiskových a komunikačních aktivit vystupují jako média a/nebo působí jako tiskoví atašé.

**III/2. OSTATNÍ ZÁSTUPCI**  
Jednotlivci, kteří nejsou členy AIPS, musí pro získání mediální akreditace na sportovní akce dodržovat níže uvedená pravidla a povinnosti:

* Každý, kdo veřejně publikuje na sociálních sítích (např. Facebook, Instagram, TikTok atd.), musí dodržovat alespoň minimální standardy AIPS, které odrážejí základní profesní a etické normy pro veřejnou komunikaci. Mezi tyto standardy patří:

a. Zajištění eticky nezávadných cílů.  
b. Plná připravenost na veškeré veřejné vystupování nebo reportáž.  
c. Poctivost a transparentnost v komunikaci.  
d. Vyvarování se nadávek nebo urážlivého jazyka.  
e. Dodržování etických zásad ve veškerém obsahu.  
f. Zajištění inkluze a diverzity v cílech obsahu a jeho reprezentaci.  
g. Uvědomění si a vyhýbání se střetu zájmů, zejména komerčním vazbám (např. u nezávislých tvůrců obsahu, podcasterů, digitálního tisku). Takové vazby mohou jednotlivce diskvalifikovat od automatické akreditace.  
h. Akreditované osoby musí na pracovišti (hřiště, smíšená zóna a tisková konference) dodržovat stejná praktická pravidla jako ostatní média.

**POZNÁMKA: Ten, kdo nesplní tyto minimální standardy, nemůže být považován za**  
sportovního novináře a nebude mu udělena mediální akreditace.

**IV. NAKCEPTOVATELNÍ:**  
Médiální akreditace nebude udělena:

* Jednotlivcům, kteří prodávají fotografie nebo snímky pro reklamní účely.
* Osobám zapojeným do komerčních podniků, včetně zástupců sponzorů a agentů.
* Provozovatelům osobních stránek, diskusních fór, chatovacích místností, platforem založených na předplatném nebo fanouškovských stránek.
* Osobám, které pracují výhradně pro jednotlivé sportovce.
* Jednotlivcům žádajícím o dvojí akreditaci (např. jako člen delegace a novinář).
* Každému, u koho bylo v minulosti zjištěno porušení pravidel a předpisů mezinárodních sportovních federací nebo kdo nedodržel pokyny oficiální akce, nebude v zásadě udělena mediální akreditace a měl by podstoupit další proces, který prověří, zda je tentokrát oprávněn ji získat.

**V. NOVÁ MÉDIA**  
Nová média zahrnují nezávislé jednotlivce, jejichž hlavní výstup obsahu je na platformách třetích stran, jako je YouTube, Podcasty, TikTok, Instagram, Facebook, Blogy, X (dříve Twitter) a další.

* **Přítomnost na platformě:** Musí mít dlouhodobou, aktivní přítomnost alespoň na jedné hlavní platformě s významným a angažovaným publikem.
* **Kvalita obsahu:** Musí prokázat historii soustavné tvorby kvalitního obsahu, který je respektující, přesný a v souladu s principy fair play a sportovního chování.
* **Relevance:** Musí prokázat jasné zaměření na sport nebo sportovní témata, jako je předchozí pokrytí sportovních událostí, rozhovory se sportovci nebo obsah propagující sport a aktivní životní styl.

**VI. DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE:**  
Přístup pro média může zahrnovat oblasti jako:

* Smíšené zóny v sportovních areálech.
* Smíšené zóny na tréninkových místech.
* Týmové hotely.

a. Přístup je přísně regulován.  
b. Pro vytváření rozhovorů a dalšího mediálního obsahu jsou vyčleněny určené oblasti. Přístup pro nová média je v těchto oblastech stejný jako pro tradiční média.

**VII. DALŠÍ KRITÉRIA:**  
a. Počet akreditací udělených tradičním médiím nebude snížen, aby se uvolnilo místo pro nová média.