

Doporučení KSN pro udělování mediálních akreditací

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. UZNÁVÁNÍ ZÁSTUPCÍ 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 redaktori s písemným zadáním s oficiálním potvrzením podrobně popisujícím konkrétní úkol od redaktora, který zadání přiděluje.
- Redaktori nebo fotografové webových stránek a blogů, které informují za účelem zpravodajství a splňují určitá kritéria.
- Držitelé vysílacích práv.
- Schválení vysílatelů 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 diversity 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, mix 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 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:

- Mix zóny v sportovních areálech.
- Mix 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:

Počet akreditací udělených tradičním médiím nebude snížen, aby se uvolnilo místo pro nová média.