

Etická pravidla vstupu do vysílání (Etický kodex)

1. Odborná garance a dohled nad vysíláním v rámci projektu ŠIK

1.1 Vysílání v rámci projektu ŠIK se řídí platným zněním Školského zákona č. 561/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů, Listinou základních práv a svobod, Úmluvou o právech dítěte a tímto etickým kodexem.

1.2 Vysílání v rámci projektu ŠIK se řídí zásadami slušnosti, čestnosti a pravdivosti.

1.3 Na tvorbě preventivních video spotů se podílí celá řada odborníků a specialistů z celé České republiky. Pro video spoty z jednotlivých oblastí prevence rizikových projevů chování u dětí a mládeže je zajištěna odborná garance společností a jednotlivců, kteří zodpovídají za obsahovou správnost video spotů a spolu s týmem společnosti ŠIK CZ s.r.o. se podílejí na hodnocení tematické vhodnosti a nezávadnosti vysílání.

1.4 Společnost ŠIK CZ s.r.o. před navázáním spolupráce s jakoukoliv společností posoudí, zda a jakým způsobem se může daná společnost do projektu zapojit. Cílem takového úsilí je vyvarovat se spolupráci se společností, jejíž činnost je v přímém protikladu k cílům a myšlenkové podstatě projektu ŠIK.

1.5 Zařazení video spotu do vysílání podléhá systému interní a externí kontroly. Předchozí konzultace s kompetentními osobami jsou nezbytné.

2. Formy a limity propagace v rámci projektu ŠIK

2.1 Partneri či sponzoři projektu, kteří finančně přispívají na realizaci projektu, se ve vysílání mohou prezentovat svým logem. Mohou se stát partnery preventivních rubrik nebo jednotlivých preventivních video spotů, na jejichž tvorbu a vysílání poskytnou finanční prostředky, a jako partneři takového video spotu mohou být uvedeni v jeho závěru, na liště obrazovek ve školách či na webu společnosti ŠIK CZ s.r.o.

2.2 Vzhledem k tomu, že problematika aktivního trávení volného času je součástí prevence rizikových projevů chování u dětí a mládeže, mohou se ve vysílání objevit konkrétní nabídky volnočasových aktivit, aktuální pro dané město, kraj či region, stejně jako pozvánky na různé kulturní a společenské akce. Takto zaměřené video spoty nejsou považovány za reklamu, která by mohla ohrozit psychický a mravní vývoj dítěte.

3. Soutěže a dary

3.1 Obsahuje-li video spot, zahrnutý do vysílání, odkaz na dětskou soutěž a podobné hry, jsou vždy předem stanovena jasná pravidla.

3.2 Partneri či sponzoři projektu mohou poskytnout hmotné dárky do soutěží, které jsou vyhlašovány ve vysílání. Tyto dary však nesmí ohrožovat fyzický, psychický ani mravní vývoj dítěte. Jejich součástí nesmí být názvy či značky tabákových výrobků, omamných či psychotropních látek a hesla či symboly spojované s extremistickými skupinami.

Etická pravidla vstupu do vysílání

(Etický kodex)

3.3 Zástupce společnosti ŠIK CZ s.r.o., jednající s danou společností, se s danými darovanými předměty seznámí a poté zkonultuje jejich vhodnost ještě s přímým nadřazeným nebo jinou kompetentní osobou. Společnost ŠIK CZ s.r.o. má právo tyto hmotné dary odmítnout, pokud budou shledány jako nevhodné.

4. Speciální limity a vyloučení z vysílání

4.1 Vysílání v rámci projektu ŠIK neobsahuje vizuální prezentace, které by porušovaly normy slušnosti a mravnosti. Ve vysílání se neobjevují žádné prvky snižující lidskou důstojnost.

4.2 Vysílání v rámci projektu ŠIK neobsahuje žádné klamavé údaje.

4.3 Vysílání v rámci projektu ŠIK není koncipováno tak, aby zneužívalo důvěru dětí a mladistvých, využívalo nedostatku jejich zkušeností a znalostí či je nabádalo k rizikovému jednání.

4.4 Žádné vysílané video spoty nepovzbuzují děti k tomu, aby chodily na neznámá místa nebo hovořily s neznámými lidmi. Ve vysílání se neobjevují video spoty, které by vedly děti k pocitu méněcennosti ve vztahu k jiným dětem.

4.5 Vysílání v rámci projektu ŠIK nesmí bez oprávněného důvodu využívat motiv strachu, zneužívat předsudků a pověr ani obsahovat nic, co by mohlo vést k násilným aktům nebo je podporovat. Neobsahuje nic, co by hrubým a nepochybným způsobem uráželo národnostní, rasové nebo náboženské citění jednotlivých členů cílové skupiny.

4.6 Ve vysílání se neobjevují video spoty, které propagují konkrétní politické strany či náboženské církve a skupiny.

4.7 Video spoty zaměřené na racionální stravu a zdravý životní styl nebudou zpochybňovat roli rodičů nebo jiných osobností, které jsou pro děti kladnými vzory při vedení dětí ohledně správné výživy.

4.8 Vysílání neobsahuje video spoty, které by propagovaly alkoholické nápoje a tabákové výrobky.

5. Závěrečné ustanovení

Společnost ŠIK CZ s.r.o. se zavazuje jednat podle ustanovení těchto Etických pravidel vstupu do vysílání, která budou každoročně zhodnocena a dle rozvoje projektu aktualizována.

V Teplicích dne 10. 12. 2010