

Etický kodex politického influencera

Bud' fér. Bud' pravdivý a transparentní.

1. Jasně označuj spolupráci s politickým subjektem hned na začátku. Použij text „Politická spolupráce / placená politická reklama“, uveď zadavatele (agentura/poradce), případně zprostředkovatele (agenturu), tvůrce, základní cílení a kdy byla zveřejněna.
2. Použij platformní tag (např. „paid / branded partnership“) všude, kde je k dispozici.
3. Nezaměřuj se na publikum mladší 18 let a nepoužívej citlivé údaje v cílení (zdraví, víra, etnicita, sexualita, politické přesvědčení ap.).
4. Ověřuj fakta a uváděj zdroje. U průzkumů uveď základní metodiku.
5. Označ AI nebo uměle vytvořený obsah (#AIobsah) a popiš jeho rozsah; deepfake je zakázán.
6. Přiznej střety zájmů (členství ve straně, pracovní nebo finanční vazby ap.).
7. Archivuj a měř. Ulož obsah + podklady min. 24 měsíců; měj k dispozici dosah, spend (rozpětí) a kritéria cílení.
8. Od 10. října 2025 se říd' novými pravidly pro politickou reklamu dle evropského nařízení o cílení a transparentnosti politické reklamy ([EU 2024/900](#)).