

PRAVIDLA PROPAGACE A INZERCE V RADNIČNÍM PERIODIKU ŠESTKA

Příloha č. 1 k Pravidlům vydávání radničních novin Šestka

1. Vlastní propagace MČ Praha 6

- 1.1. Vlastní propagace je příspěvek inzertního typu, týkající se akcí a činností, kdy:
 - 1.1.1. MČ Praha 6 je pořadatel nebo spolupořadatel, a/nebo
 - 1.1.2. akce je podpořena některým z významných dotačních titulů MČ Praha 6,
 - 1.1.3. a zároveň nejde o redakčně zpracovaný článek.
- 1.2. V ostatních výjimečných případech může o zařazení vlastní propagace kvůli jinému zájmu MČ Praha 6 na propagaci akce rozhodnout Redakční skupina.
- 1.3. Vlastní propagace je bezplatná.
- 1.4. Vlastní propagace musí být viditelně označena.
- 1.5. Vlastní propagace nesmí překročit 10 % rozsahu periodika. Součet inzerce a vlastní propagace je maximálně ¼ vydání (zpravidla 8 stran).

2. Inzerce

- 2.1. Inzerce je placená, pokud tato pravidla nestanoví možnost prominutí platby.
- 2.2. Cena inzerce podléhá stanovenému ceníku dostupnému na www.sestka.cz/inzerce.
- 2.3. Inzerce se dělí na plošnou a řádkovou.
 - 2.3.1. Na plošnou inzerci lze poskytnout slevu při jejím opakování za následujících podmínek:
 - 12 a více měsíců - celková sleva 20% včetně DPH
 - 6-11 měsíců - celková sleva 15% včetně DPH
 - 3-5 měsíců - celková sleva 10% včetně DPH
 - 2.3.2. Významná životní jubilea, tj. zlaté (50 let) a vyšší svatby, narozeniny 90, 95, 100 let a vyšší jsou publikována o občanech Prahy 6 zpravidla formou řádkové inzerce s prominutím platby.
- 2.4. Inzerce musí být viditelně označena slovem „Inzerce“ a oddělovací linkou.
- 2.5. Inzerce nesmí v jednotlivém vydání překročit 15 % tiskové plochy.
- 2.6. Inzerát nesmí být na první stránce periodika.
- 2.7. Vylučuje se vkládání inzertních letáků.
- 2.8. Závazné objednávky inzerce jsou přijímány listině nebo e-mailem do 10. dne měsíce. Po ověření souladu inzerce s těmito Pravidly vydá odpovědný pracovník KMČ zadavateli variabilní symbol pro zaplacení.
- 2.9. Inzeráty je nutné dodat v textově prohledávatelném formátu (např. vektorový formát); výjimku dodání v pouze obrazovém formátu povolí odpovědný pracovník KMČ jen ve výjimečně odůvodněných případech, a pokud má text v

inzerátu nejvýše 10 slov. Inzeráty vydavatel MČ neupravuje, je nutné je dodat tzv. na klíč.

- 2.10. Inzerce je rezervována po zaplacení.
- 2.11. Platba za inzerci je možná bezhotovostně či hotově v pokladně ÚMČ Praha 6. Inzerci je nutné uhradit předem do 15. dne v měsíci.
- 2.12. Příspěvky povahy public relations (PR) jsou takové případy inzerce, kterými instituce, firma nebo jiná osoba buduje a udržuje vztahy se svým okolím a s veřejností, nahlíží její postoje a snaží se je ovlivňovat.
- 2.13. PR příspěvky dodané nebo požadované vnějšími subjekty se zásadně nezařazují.
- 2.14. V mimořádných případech, kdy je cílem PR příspěvku poskytnout občanům Prahy 6 důležité informace o významném záměru nebo činnosti, lze takový příspěvek zařadit, pokud Redakční skupina rozhodne, že splní tyto podmínky:
 - 2.14.1. obsah příspěvku splňuje požadavky objektivity a vyváženosti, zejména nezamlčuje alternativní názory k tématu, a
 - 2.14.2. jde o záměr nebo činnost ve významném veřejném zájmu, realizovaný převážně za veřejné prostředky.
- 2.15. PR příspěvek bude vždy označen obdobně jako inzerce textem „Inzerce – PR článek“ a oddělovací linkou.
- 2.16. Redakční skupina může prominout anebo snížit platbu za inzerci v případě, kdy inzerce významně přispěje k naplnění veřejného zájmu, který MČ Praha 6 na základě právních předpisů hájí.

3. Volební inzerce, propagace a agitace

- 3.1. Volební inzercí se podle volebních zákonů myslí „*jakákoliv propagace kandidující politické strany, politického hnutí nebo koalice, jejich kandidáta anebo nezávislého kandidáta nebo volební agitace ve prospěch kandidující politické strany, politického hnutí nebo koalice, jejich kandidáta nebo nezávislého kandidáta, zejména veřejné oznámení určené na jejich podporu anebo sloužící v jejich prospěch, včetně jakékoliv doprovodné akce, za které se poskytne nebo obvykle poskytuje úplata. Za volební kampaň se považuje i sdělení v neprospěch jiné kandidující politické strany, politického hnutí, koalice, jejich kandidáta nebo nezávislého kandidáta*“ (dále „volební inzerce“).
- 3.2. Volební inzerce je v médiu MČ Praha 6 volebními zákony zakázána pro volby do komor Parlamentu, prezidenta republiky, Evropského parlamentu a krajů, včetně v rámci vlastní propagace. Přípustná je pouze ve volební kampani voleb do zastupitelstva MČ Praha 6.
- 3.3. V období tří vydání před volbami do zastupitelstva MČ Praha 6 se při zařazení bezplatné volební propagace a placené volební inzerce postupuje podle následujících ustanovení:
 - 3.3.1. V zájmu voličů, jejich přehledu o kandidujících subjektech, v zájmu vyváženosti obsahu šestky tvoří hlavní část předvolebních informací v šestce redakční publicistika ve formě volební propagace. Každá kandidující strana či

hnutí dostane s dostatečným předstihem tři stejné otázky, týkající se zásadních problémů městské části. Příspěvky musejí být výhradně textové, odpovědi na otázky budou v příspěvcích odděleny mezititulky. V případě, že autor příspěvku neodpoví na jednu nebo více otázek, vrátí mu redakce celý příspěvek k doplnění. Pokud kandidující subjekt nevyhoví zadání a příspěvek neupraví ani po jednou opakované výzvě, nebo příspěvek nedodá do určeného termínu, redakce tento příspěvek nezařadí a do vymezeného prostoru umístí výrazně zalomenou větu „Kandidující subjekt (jeho název) nedodal příspěvek ve stanoveném tvaru do určeného termínu, proto nebyl zařazen.“ Příslušný výbor stanoví formulaci otázek, vymezený prostor v Šestce a přípustný počet znaků pro odpovědi. Odpovědi budou zařazeny zpravidla do předposledního čísla před volbami.

- 3.3.2. Strany a hnutí, jejichž zástupci jsou členy zastupitelstva, dostanou na základě § 4a tiskového zákona vedle toho prostor pro volební propagaci na společné dvoustraně ve stejném rozsahu pro textové vyjádření s využitím loga k jakémukoli tématu či tématům, aby měly možnost shrnout své působení v zastupitelstvu v končícím volebním období. Tato vyjádření budou zařazena zpravidla v posledním vydání před volbami.
- 3.3.3. Redakci je vyhrazeno právo krátit a uspořádat dodané texty podle stanoveného rozsahu a struktury při zachování jádra sdělení. Redakci je rovněž vyhrazeno právo nezveřejnit takové příspěvky nebo jejich části, které dostane po určeném termínu, budou v rozporu se zákony, zjevně porušovat dobré mravy, Pravidla pro vydávání Šestky nebo tato Pravidla propagace a inzerce.
- 3.3.4. Úvodní sloupek se ve stanoveném období nevyjadřuje k volebním tématům a zadá se autorům, kteří nekandidují ani se nepodílejí na činnosti kandidujících subjektů.
- 3.3.5. Volební inzerce musí viditelně obsahovat informaci o zadavateli a zpracovateli.
- 3.3.6. Volební inzerce v neprospěch kandidujícího subjektu nebude přijata ke zveřejnění .
- 3.3.7. Při převisu poptávky kvůli volební inzerci redakce přidá další strany. Rozsah volební inzerce pak v celku vydání není omezen.
- 3.3.8. Volební inzerce bude zařazena na předem stanovené strany podle tematického plánu vydání, v zásadě podle pořadí objednávek a jejich požadavků; tento postup redakce a grafická zaznamenají a předloží příslušnému výboru na jeho posledním jednání.

4. Obecné podmínky propagace, inzerce a Etický kodex

- 4.1. Propagace a inzerce, která porušuje zákony, Pravidla pro vydávání Šestky a tato Pravidla propagace a inzerce, nebude přijata ke zveřejnění.
- 4.2. Dále nebude uveřejněna inzerce
 - 4.2.1. s jednoznačnou nabídkou sexuálních služeb,
 - 4.2.2. zaměřená též na děti a mladistvé, která povzbuzuje chodit na neznámá místa nebo hovořit s neznámými lidmi, vyzývá a jakýmkoliv způsobem naznačuje, že kdo si nekoupí produkt, nesplní nějakou povinnost, nebo

zahrnuje odkaz na dětskou soutěž, sběr kuponů, nabídky premií, tahy cen a podobné hry, pokud nejsou vhodným způsobem publikována jasná pravidla hry,

4.2.3. na loterie a jiné podobné hazardní hry.

4.3. Uveřejněné inzeráty musí být v souladu s Kodexem reklamy, který zpracovala Rada pro reklamu. Kodex reklamy vychází z mezinárodně uznávané zásady reklamní praxe vypracované Mezinárodní obchodní komorou. Podle ní inzerce:

4.3.1. slouží k informování veřejnosti a měla by splňovat etická hlediska působení na občany České republiky,

4.3.2. musí být pravdivá, slušná a čestná,

4.3.3. musí respektovat zásady čestného soutěžení konkurentů,

4.3.4. nesmí navádět k porušování právních předpisů nebo budit dojem, že s jejich porušováním souhlasí,

4.3.5. nesmí šířit klamavé údaje,

4.3.6. nesmí obsahovat prvky snižující lidskou důstojnost,

4.3.7. nesmí zneužívat důvěru veřejnosti či nedostatku jeho zkušeností či znalostí,

4.3.8. nesmí využívat podprahové vnímání veřejnosti,

4.3.9. nesmí obsahovat nic, co by vedlo k násilným aktům nebo je podporovat,

4.3.10. nesmí zneužívat předsudků a pověr,

4.3.11. nesmí obsahovat nic, co by nepochybným způsobem uráželo národnostní, rasové nebo náboženské cítění lidí,

4.3.12. nesmí podporovat či vychvalovat chování, poškozující životní prostředí nad společensky akceptovanou mírou,

4.3.13. s politickým obsahem nesmí být anonymní.

4.4. Dodržování pravidel (etický kodex) pro inzerci zajistí oddělení komunikace a médií KMČ.

5. Ve sporných případech podle těchto Pravidel propagace a inzerce rozhoduje Redakční skupina.