

Etický kodex férového influencera

Verze 02/ 2026

1. Úvod a účel kodexu

- 1.1. Tento kodex stanovuje základní etické zásady pro influencersy a zadavatele spoluprací s cílem posílit důvěryhodnost influencer marketingu, chránit spotřebitele a zajistit transparentnost.
- 1.2. **Vymezení pojmů:**
zadavatel = agentura nebo klient
influencer = uživatel internetu využívající svého vlivu, který se podílí na komunikační aktivitě zadavatele za peněžní nebo nepeněžní plnění

2. Obecná pravidla pro všechny influencersy

- 2.1. Označuj placenou spolupráci textem nebo slovně (#spoluprace, #placená spolupráce, #placené partnerství) hned na začátku sdělení.
- 2.2. Uváděj, kdo ti poskytl produkt, službu nebo jinou výhodu (peněžní i nepeněžní).
- 2.3. Buď transparentní i u produktů poskytnutých zdarma.
- 2.4. Respektuj věkovou skladbu publika, zejména mladší 18 let.
- 2.5. Zajisti, aby označení bylo u videoformátů čitelné a viditelné po dostatečnou dobu, aby adresátům sdělení bylo zřejmé, že jde o spolupráci.
- 2.6. Neuváděj klamavé, zkreslené nebo nepravdivé informace.
- 2.7. Reaguj na upozornění samoregulační autority a zjednej nápravu.
- 2.8. Dodržuj zákon č. [40/1995 Sb.](#), o regulaci reklamy, a další právní předpisy.
- 2.9. Nepodporuj produkty, jejichž inzerce je omezena (alkohol, tabák, hazard, kryptoměny apod.).
- 2.10. Sleduj aktuální doporučení na <https://ferovyinfluencer.cz>.

3. Politický influencer

- 3.1. Označuj spolupráci textem „Politická spolupráce / placená politická reklama“, uveď zadavatele, zprostředkovatele, tvůrce a datum zveřejnění.
- 3.2. Používej platformní tagy typu „paid partnership“.
- 3.3. Nezaměřuj se na publikum mladší 18 let a nepoužívej citlivé osobní údaje v cílení.
- 3.4. Ověřuj fakta, uváděj zdroje a popisuj metodiku průzkumů.
- 3.5. Označuj AI nebo uměle vytvořený obsah (#AIobsah); deepfake je zakázán.
- 3.6. Přiznávej střety zájmů (členství ve straně, pracovní či finanční vazby)
- 3.7. Archivuj obsah a podklady minimálně 24 měsíců včetně údajů o dosahu a cílení.

- 3.8. Dodržuj pravidla nařízení (EU) [2024/900](#) o transparentnosti politické reklamy, resp. zákon č. [235/2025 Sb.](#)

4. Využívání umělé inteligence (AI) v influencer marketingu

- 4.1. Zajisti, aby uživatel poznal, zda je původcem sdělení člověk nebo umělá inteligence (avatar, chatbot, virtuální influencer).
- 4.2. Nevytvářej AI postavy, které by uváděly osobní zkušenosti nebo napodobovaly lidské pocity.
- 4.3. Označuj obsah vytvořený AI (#AIobsah) nebo jiným označením dle platformy.
- 4.4. Dodržuj autorská práva a licenční podmínky AI nástrojů, uváděj jejich zdroje.
- 4.5. Nevytvářej manipulativní, klamavý, falešný, nebo pornografický obsah, nešíř vojenské dezinformace ani deepfaky.
- 4.6. Kontroluj obsah generovaný AI před zveřejněním a nesdílej sdělení, u kterých si nejsi jistý pravdivostí.
- 4.7. Zajišťuj soulad s platnými předpisy (GDPR, autorský zákon, zákon o reklamě).

5. Etický kodex pro medicínské influencery

https://www.lkcr.cz/doc/cms_library/doporuceni-predstavenstva-clk-c-1_2025-eticky-kodex-pro-medicinske-influencery-101999.pdf

6. Upozornění České národní banky pro influencery v oblasti financí

<https://www.cnb.cz/cs/dohled-financni-trh/ochrana-spotrebitele/upozorneni/Upozorneni-Ceske-narodni-banky-pro-influencery-v-oblasti-financi/>

7. Správa kodexu a samoregulace

Kodex spravuje samoregulační orgán, [Komise pro samoregulaci obsahu na internetu](#) spadající pod Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR), který dohlíží na jeho dodržování a aktualizaci. V případě porušení vyzývá influencera ke zjednání nápravy. Kodex je živý dokument, pravidelně revidovaný dle vývoje trhu a legislativy.