

Pravidlá komunikácie informácií nadobudnutých jej zamestnancami v pracovnom alebo obdobnom vzťahu a externými spolupracovníkmi (ďalej spoločne ako „spolupracovníci“) prostredníctvom sociálnych sietí

OBSAH

1.1.	Oficiálne účty MS na sociálnych sieťach	2
1.2.	Komunikácia informácií prostredníctvom sociálnych sietí.....	2
1.2.1.	Forma	2
1.2.2.	Rozsah	2
1.2.3.	Spôsob	3
1.3.	Nahlasovanie obsahu	4
	Záverečné ustanovenia	4

1.1. OFICIÁLNE ÚČTY MS NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH

Oficiálne účty MS na sociálnych sieťach sa delia na:

- a) **BRANDOVÉ** – obsahujúce názov „Markíza“, ako napr. „Televízia Markíza“, „Markíza“, „Markíza KRIMI“, „Markíza KLASIK“, ale aj „DOMA“, „DAJTO“, „VOYO“ a pod.
- b) **PROGRAMOVÉ** – obsahujúce názov programu vysielaného MS, napr. „Farma“, „Let’s dance“, „Teleráno“, „Televízne noviny“, „Markíza šport“, atď.
- c) **INÉ** – napr. projekty ako „Hýbsa Slovensko“ či nadačné ako „Nadácia Televízie Markíza“.

Oficiálne účty MS sú účty zriadené na sociálnych sieťach zo strany MS. Určovať obsah oficiálnych účtov MS a spravovať oficiálne účty MS má výhradne MS a ňou poverení spolupracovníci (ďalej len „**oficiálne účty MS**“). Oficiálne účty MS sú spravované príslušnými oddeleniami MS na základe ich potrieb. Prístupy k oficiálnym účtom MS sú udeľované v súlade so smernicou S – 11.1 – Pravidlá priradovania prístupov k účtom MS na sociálnych sieťach.

Aktualizovaný zoznam účtov MS vedie Centrum marketingu na adrese: <https://www.markiza.sk/clanok/946550-zoznam-uctov>

1.2. KOMUNIKÁCIA INFORMÁCIÍ PROSTREDNÍCTVOM SOCIÁLNYCH SIETÍ

Za informáciu sa v kontexte tejto smernice považuje akákoľvek informácia (vrátane diela, jeho časti atď.), ktorá bola vytvorená a/alebo získaná pri plnení povinností zamestnanca MS vyplývajúca z pracovného pomeru alebo pri plnení povinností spolupracovníka MS vyplývajúcich zo zmluvy s MS.

1.2.1 FORMA

Spolupracovník MS, ktorý má oprávnený prístup k informácii môže túto zdieľať (šíriť) prostredníctvom svojho súkromného účtu na sociálnych sieťach na ktorých má Spoločnosť aktívne profily za podmienky, že zdieľanie (šírenie) bude vždy obsahovať:

- a) odkaz na oficiálne účty MS (formou dostupných funkcií na základe použitej platformy napr. tag a pod.), pričom môže obsahovať aj označenie spolupracovníka MS, ktorý sa na jeho vzniku podieľal,
- b) funkciu tzv. „zdieľania“ príspevkov, ktoré sú zverejnené na oficiálnych účtoch MS.

1.2.2 ROZSAH

Ak komunikujete v súvislosti so svojou prácou pre MS na sociálnych sieťach prosím riadte sa nasledovným:

- Príspevky do 60 sekúnd z odvysielaného audiovizuálneho diela MS vrátane loga MS;
- upútavka na program odvysielaný MS;
- promo/teasing – upútavka na vysielanie programu/príspevku v dĺžke do 60 sekúnd t.j. zverejnenie časti „hrubého materiálu“ z procesu výroby audiovizuálneho diela MS bez odhalenia informácií zásadného charakteru, ktoré budú zverejnené vo vysielaní
- promo/backseller - upútavanie na odvysielaný program/príspevok v dĺžke do 60 sekúnd.

Prosíme vyvarujte sa najmä nasledovnej komunikácie prostredníctvom súkromných sociálnych sietí:

- komunikácia dôverných informácií interného charakteru najmä o MS, zamestnancoch, pripravovaných audiovizuálnych dielach, účinkujúcich a externe spolupracujúcich osobách
- komunikácia mimoriadnych správ či informácie skôr, ako ju MS odvysielala.
- publikovanie „stiahnutého“ audiovizuálneho diela MS
- používanie ochranných známk, augmented reality filtrov, lôg alebo názvov formátov MS
- komunikácia resp. odhalenie informácií zásadného charakteru najmä o obsahu audiovizuálneho diela, súvisiacich dejových liniek, osudov postáv, natáčania, účinkujúcich v audiovizuálnych dielach MS atď.
- realizovanie živého streamovania alebo podcastu, ktorého obsah môže byť vnímaný ako konkurenčný vo vzťahu k aktivitám MS alebo v rozpore s oprávnenými záujmi MS
- účinkovanie v živom streamovaní alebo podcaste, ktorého obsah môže byť vnímaný ako konkurenčný vo vzťahu k aktivitám MS a účinkovanie zamestnanca alebo externého spolupracovníka sa viaže k aktivitám, ktoré sú predmetom výkonu práce alebo poskytovania služieb v prospech MS
- účinkovanie v živom streamovaní alebo podcaste, ktorého obsah môže viesť k odhaleniu informácií interného charakteru najmä o MS, jej spolupracovníkoch , pripravovaných audiovizuálnych dielach, účinkujúcich a pod.

Spolupracovník môže využívať verejne prístupné grafické prvky v rámci daných sociálnych sietí (napr. animované obrázky, tzv. „GIF“, ktoré sú k dispozícii pre jednotlivé platformy), ktoré sprístupňuje na daných platformách Centrum marketingu a zverejňuje ich na oficiálnych účtoch MS.

Za porušenie povinností v zmysle tejto smernice sa považuje poskytnutie „hrubého“ alebo spracovaného materiálu zhotoveného na základe pracovného alebo zmluvného vzťahu s MS akejkoľvek tretej strane.

Používanie ochranných známk, lôg alebo názvov formátov MS pre účely tvorby augmented reality filtrov podlieha písomnému súhlasu vedúceho Oddelenia sociálnych médií alebo riaditeľa Centra marketingu.

1.2.3 SPÔSOB

Úcta a slušnosť vo verejnej diskusii

MS očakáva, že každý, kto pre ňu pracuje alebo s ňou spolupracuje, sa bude správať profesionálne, úctivo a s rešpektom voči ostatným. Všetky spolupracujúce osoby by mali ísť príkladom pri verejnej diskusii a pri komunikácii dodržiavať etické zásady.

Nasledujúci zoznam „odporúčaní“ a „nepodporovaného konania“ poskytuje návod, ako sa budú interpretovať pravidlá o úcte a zdvorilosti vo verejnej diskusii:

- Správajte sa k ostatným s rešpektom.

- Nepoužívajte urážlivé alebo agresívne výrazy a správajte sa zdvorilo.
- Dbajte na zvýšenú opatrnosť, keď sa vyjadrujete k otázkam, ktoré sú v spoločnosti vnímané kontroverzne.
- Neútočte na jednotlivcov, aj keď s ich názormi nesúhlasíte.
- Nekritizujte svojich kolegov na verejnosti.
- Rešpektujte dôvernosc informácií, ktoré sú predmetom interných stretnutí a oznámení a rešpektujte, že pracovisko nie je verejným miestom.
- Nepodporujte porušovanie právnych predpisov, nepodnecujte k protispoločenskému konaniu a takéto ani žiadnym spôsobom neschvaľujte.

Používanie osvedčených postupov na sociálnych sieťach

Nižšie uvádzame niekoľko rád, ktoré by ste mali zvažovať pri používaní sociálnych sietí:

- Uvedomte si, že všetko, čo uverejníte, bude kriticky hodnotené, potenciálne v kontexte vášho pracovného alebo zmluvného vzťahu s MS/Skupinou CME.
- Uvedomte si, že v prípade sociálnych sietí nie je rozdiel medzi tým, ako je vnímaný Váš súkromný a oficiálny resp. firemný účet. Odmietnutie zodpovednosti tzv. „disclaimer“ neposkytuje ochranu.
- Ak viete, že ste sa v niečom pomýlili, opravte to rýchlo a otvorene, spravidla prelinkovaním alebo odkazom na pôvodný príspevok, a nie jeho vymazaním.
- Nezabudnite, že Vaša osobná prezentácia na sociálnych sieťach je vždy druhoradá v porovnaní s Vašou zodpovednosťou voči MS/ Skupine CME.
- Rešpektujte dôvernosc interných stretnutí, diskusií a rozhodnutí.
- Nepublikujte príspevky, ak môže byť Váš úsudok ovplyvnený.
- Nezneužívajte svoje spojenie so Spoločnosťou/ Skupinou CME na dosiahnutie osobných výhod, či už finančných, nefinančných alebo iných.
- Neodkazujte na nič, čo ste si celé neprečítali alebo nepoznáte skutočný kontext komunikátu.

1.3. NAHLASOVANIE OBSAHU

V prípade, že objavíte obsah MS na falošnom profile/webovej stránke/ účte MS, ktorý môže budiť dojem oficiálneho účtu/ webovej stránky či profilu MS, prosíme o nahlásenie tejto skutočnosti na infringement@markiza.sk alebo informujte vedúceho Oddelenia sociálnych médií.

ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

V prípade, že si spolupracovník nie je istý aplikáciou pravidiel obsiahnutých v tejto smernici alebo v prípade jej/jeho pochybností o súlade jej/jeho plánovanej komunikácie s touto smernicou, môže sa, skôr než podnikne ďalšie kroky, obrátiť na vedúceho Oddelenia sociálnych médií alebo socialmedia@markiza.sk.

Porušenie podmienok alebo pravidiel uvedených v tejto smernici sa v prípade zamestnanca považuje za porušenie pracovnej disciplíny a v prípade externého dodávateľa MS za podstatné porušenie príslušnej zmluvy, na základe ktorej je realizovaná spolupráca.