

## **ПОЗИЦИЯ** **на Комисията по етика на БДВО**

**Относно:** етичен казус във връзка с предоставяне на мултимедийно устройство iPod Touch на журналисти от страна на „ОТ-ДО Консулт“, агенция на Телевизия НВО

Със свое решение от 30.08.2010 г. Комисията по етика на Българското дружество за връзки с обществеността (БДВО) се самосезира по повод съмнения за наличие на неетична практика в реализираната от ОТ-ДО консулт кампания „Създаване на НВО клуб“, с която агенцията е взела участие на конкурса PR Приз 2010. Това решение беше продиктувано от възникналите съмнения от страна на PR специалисти, изразени по време на откритото представяне на кампанията и след това, както и по повод публикация в сп. Sign Café, (бр. 6 / 2010), в която се засяга този въпрос.

Първоначалното предположение е, че разглежданата практика влиза в противоречие с частта „Отговорност към утвърждаване на професията“ от Етичния кодекс на PR специалистите в България. В нея се казва, че комуникационните специалисти „...насърчават прояви на висок професионализъм и морал“ и „работят за прозрачен и социално отговорен бизнес“.

### **Компетенции на комисията**

Съгласно правилата за работа на Комисията по етика на БДВО, тя може да взима решения със съответните последици по казуси, за които е сезирана от членове на организацията. Тъй като в случая става въпрос за самосезиране, Комисията изразява единствено позицията си за етичността на случилото се, съобразно Етичния кодекс на PR специалистите в България и добрите примери и практики в областта на професионалните комуникации.

### **Процедура**

При обсъждането на възможността за самосезиране, с писмо от 27.07.2010 г. Комисията по етика поиска от съпредседателите на БКВО (организатор на PR Приз 2010) проектът „Създаване на НВО клуб“, с който ОТ-ДО консулт са кандидатствали на конкурса. Той беше официално предоставен на 09.08.2010 г. Комисията се обърна към ОТ-ДО консулт с молба за позицията на агенцията по етичния казус, както и за някои допълнителни материали. Позицията беше получена на 04.10.2010 г. В хода на разглеждане на казуса с цел по-доброто му изясняване беше направено и проучване за това какво представлява споменатия НВО ТВ гайд.

### **Акценти от проекта и становище на агенцията**

В проекта „Създаване на НВО клуб“ се отбелязва, че членовете на клуба са „10 ключови журналисти, редактори и главни редактори, които са лидери на мнение и уважавани професионалисти“. Членовете на клуба са получили по едно мултимедийно устройство iPod Touch, заредено с пилотни епизоди и цели сезони на сериали, както и програма, чрез която имат постоянен достъп до специално създадена папка на сървъра на НВО, където компанията редовно качва видео материали, прессъобщения, снимки и т.н. По-нататък е отбелязано: „...публикации не закъсняха. Същата седмица списание „Блясък“ публикува цяла страница, посветена на сериала [„Истинска кръв“] и актьорите. Последваха поредица от материали, интервюта и цели радио предавания...“.

В писмото си ОТ-ДО Консулт посочват, че проблемът е възникнал като „по-скоро въпрос на лоша интерпретация на казуса, отколкото целенасочено погазване на етичните норми“.

Подробно е представена идеята и реализацията на инициативата „НВО клуб“, разяснени са концепцията, бекграундът и механизмът на неговото функциониране. Отбелязано е, че целта на клуба „не е дадена група от автори да получават текстове и съответно да ги публикуват, а по-скоро избрани автори да създават текстове, които всъщност НВО публикуват“, като са цитирани конкретни имена на автори. Необходимостта от предоставянето на подобно устройство на журналисти е обоснована с опасения от по-нататъшно (пиратско) разпространение на филмите, което според агенцията е и изискване на централата на НВО. В писмото е отбелязано, въпросният iPod Touch „...не е притежание на авторите, то им се предоставя с приемо-предавателен протокол, но без прехвърляне на собствеността върху тях“. В обобщение е отбелязано, че „...НВО клуб беше замислен не като средство за генериране на публикации, а като проект за създаване на общност по интереси от хора, които като лидери на мнение могат да работят в полза на задълбоченото разбиране на един продукт, а това е много различно от размяна на подаръци с цел публикации...”

### Мотиви

Комисията по етика приема, че нарушение на етичните норми и принципи би имало, ако (1) въпросните мултимедийни устройства iPod Touch се подаряват на журналисти, срещу което (2) агенцията (или клиентът) очакват позитивни публикации или репортажи, свързани с телевизионния канал. В комуникационната практика се срещат подобни по същество корупционни взаимоотношения, които вредят на имиджа на PR професията и на възможността потребителите да правят свободен и информиран избор.

В тази връзка в областта на корпоративните комуникации един подарък може да се смята за подкуп само когато се вземат предвид *очакванията на даващия* и *намеренията на получаващия*, независимо от това дали те са изрично договорени или са по подразбиране. Един подарък за журналист (материален или под формата на предоставяне на ексклузивитет или услуга) показва отношение от страна на компанията и в определени ситуации може да бъде предпоставка за позитивно отразяване. Но предпоставката не е гаранция – тя възниква, когато е налице гласна или негласна конвенция между страните. Въпросът за приемливата цена на един подарък за журналисти също е проблематичен. Въпреки някои отделни регламентации, може да се каже, че *границата*, над която може да се определи, че един подарък в ПР е „прекалено скъп“, е *размита*. Всичко зависи от това доколко самият подарък е масов, какво е събитието, кои са получателите, какви са възможностите на компанията и т.н.

При преценката каква е ролята на въпросното устройство iPod Touch в случая са взети предвид няколко факта. На първо място, въпреки че ОТ-ДО консулт отбелязват, че то се предоставя с протокол, в проекта на агенцията и в писмото не е експлицитно отбелязано какво се случва с него, ако даден журналист престане да бъде член на медийния НВО клуб. Комисията по етика приема, че то не се връща, а в случая идеята за прехвърляне на собственост е неприложима или е употребена неточно. На второ място, въз основа на проучването и на получените разяснения може да се приеме, че устройството служи за *предаване на информация* от компанията към журналистите. И в случая неговата роля не се изчерпва с акта на самото му предоставяне, а то може да бъде ползвано от съответния журналист за продължителен период от време с цел НВО да поддържа *регулярна връзка с него*. И макар че вероятно може да бъде ползвано и за други дейности, целта на кампанията очевидно е поддържането на контакт и периодично предоставяне на информация – в противен случай на журналистите може да се предостави каквото и да било друго. Поради това в случая iPod Touch е нещо повече (или малко по-различно) от един традиционен (скъп или евтин) подарък за журналисти. Близки до тези функции биха

изпълнявали например и USB стик, DVD, специална компютърна програма и други – това са носители на информация, които компанията може да използва при комуникацията си с медиите. А в случая съмненията от етично естество са предизвикани повече от *цената на устройството, а не от неговото предназначение*. В този смисъл с достатъчна степен на сигурност може да се твърди, че устройството благоприятства позитивното отразяване, но причина за това може да бъде не цената, а практическата му приложимост.

На трето място трябва да се вземе предвид, че става въпрос за публикации за филми, които въпреки че се излъчват по НВО, са *отделен интелектуален продукт*, който може да бъде или да не бъде харесван от съответния журналист, без това да оказва кой знае какво влияние (положително или отрицателно) върху имиджа на телевизионния канал. Поради всичко това директната връзка между въпросния iPod Touch, авторите на рецензии на филми, самите публикации и клиента е обградена от много условности.

#### **Позиция**

Предвид проекта на агенцията, направеното проучване, становището на ОТ-ДО консулт и като се има предвид цитираната част „Отговорност към утвърждаване на професията” от Етичния кодекс на PR специалистите в България, Комисията по етика приема:

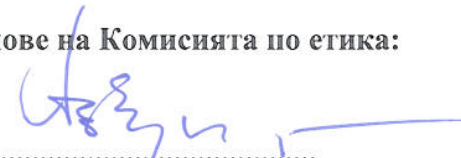
**В разглеждания етичен казус няма нарушение на етичните принципи, тъй като според събрания фактологичен материал въпросното мултимедийно устройство изпълнява повече функциите на комуникационен канал (канал за получаване на информация), а не толкова на подарък в абсолютно чиста форма.** Комисията по етика не може еднозначно да установи наличието на пряка връзка между предоставянето на въпросния iPod Touch и последващи позитивни публикации за НВО.

#### **Препоръки**

Комисията по етика изразява своето убеждение, че едни от най-важните предпоставки за професионализъм и етичност в комуникациите са откритите и прозрачни взаимоотношения с журналистите, което да осигури оптималното спазване на интересите както на компаниите, така и на потребителите. В този смисъл Комисията по етика насърчава практиките, които залагат на целесъобразността и насочеността към ефективен диалог между представителите на медиите и на компаниите и едновременно с това са ефективни и финансово обосновани решения, в съгласие с етичните норми на професията.

25.10.2010 г.

#### **Членове на Комисията по етика:**

  
.....  
д-р Александър Христов – председател

  
.....  
Елица Наумова – член

  
.....  
Мила Миленова – член