



# МЕДИА ЭТИКА

Жас мамандардың тәжірибесінен

Қоғаммен байланыс орнату,  
шындыққа қол жеткізу





### **Дәрістің негізгі терминдері**

**EPR** – (ағылш. Enterprise Resource Planning, өнеркәсіп ресурстарын жоспарлау) – еңбек ресурстарын, қаржылық менеджмент пен активтерді басқарудың өндірістік интеграциясын ұйымдастыру.

**Индустриялық революция** – аграрлық қоғамнан индустриалдық өндіріске өту. Экономика саласына жаңа биіктерге көтерілетін түбегейлі өзгерістер енгізу.

### **Оқиға: қоғаммен байланыс бөлімінің әрекеті**

Джон қоғаммен байланыс бойынша кеңес беретін, кеңес беру тобының дамуы мен оңтайлануын қамтамасыз ететін жұмыс істеген. Бұл топ фокус-топ сияқты жұмыс істейді, яғни белгілі бір қалалық азаматтармен жүздесіп, оларды не мазалайтыны жайында сұхбаттасады. Бұндай топтар химиялық, көмір, ядролық, мұнай және басқа да энергетикалық сала өнімдерін өндіретін, соған орай ауаның ластануы және қауіпті қалдықтар секілді экологиялық проблемалары басым қалаларда белсенді жұмыс істейді. Топтың мақсаты, өндірістің қай саласы болмасын, өндіріс ошақтары мен қоғам мүшелерінің арасындағы өзара түсіністік пен сенім орнату. Сөйтіп, бұл топ қоғамда беделді адамдармен тілдесіп, қоғамдағы әртүрлі пікірлерді сарапқа салады. EPR фирмасы АҚШ-тың шығыс өңіріндегі таулы аймақта орналасқан, шағын отбасылық компания. Оның клиенттері де әртүрлі: электр энергиясынан бастап, химиялық, көмір, жанармай өндіретіндерге дейін. Джон және оның командасы қоғамдағы мүдделі топтарды тауып, жергілікті компания өкілдерімен кездесу ұйымдастырады. Негізгі мақсат – энергия өндіруші компания жұмысының ашықтығын және қоршаған ортаға айтарлықтай зиян келтірмейтінін тұрғындардың санасына жеткізу, қақтығыстардың деңгейін азайтып, сенімділік тудыру және болашақта тұтануы мүмкін шиеленістердің алдын алу. Кітапшада көмір индустриясын қорғайтын коммерциялық емес ұйымның жарнамасы берілген. Осы кітаптың мақсаты үшін біз оны «Көмір Қорғау Тобы» (КҚТ) деп атайық.

### **Тығырық: Бейтарап болу**

Джон мен Джейн журналист болғандықтан, Джекиге өз наразылықтарын білдіреді. Джеки бұған дейін ешқандай қауымдастықтың мүшесі болмаған. Олар ұйымның қоғамдағы беделін жақсарту үшін бәріне барады. Осы себептерге байланысты PR тәжірибеден өтушілер этикалық нормаларды біліп, үйреніп, сақтап, өз мамандықтарына нұқсан келтірмеуі тиіс. Сонымен қатар, қоғамға қызмет етеміз деген сөздеріне берік болуы керек еді. Ол көмір өндіретін аймақта, дәлірек айтқанда АҚШ-тың оңтүстігінен еді, демалысын көбінде сол жақта өткізетін. Қоғаммен байланыс саласының қызметкерлері кейде бұл саладан мүлде хабарсыз немесе машина бамперіне әлдебір ұйымның жарнамасы жазылған кітапшаны жапсырып кетудің нюанстарын түсіне бермейтін адамдармен жұмыс істеуге тура келеді. Мұндай кітапшалар әртүрлі географиялық аумақтардағы жүріп жатқан жұмыстардың барысына қарай әртүрлі мағынада жасалады, көбіне тұрғындардың наразылығын төмендетуді мақсат етеді. Сонымен, бұл жағдай Джон мен Джейн үшін қандай дилемма тудырды? Әрине, негізгі міндет – ненің дұрыс, нені бұрыс болғандығын айқындау үшін кімнің моральдық компасын пайдалануға келіп тіреледі. Джекидің мораль негізі – өзін жарнамалату мақсатында оған мол қаржы ақша төлеп отырған компанияны сипаттау болатын. Екінші жағынан, Джон мен Джейннен машиналарында олардың клиенттеріне бәсекелес ұйымның жарнамасын жапсырып жүруін сұрап тұр. КҚТ-ның жарнамасын машинаға жапсыру – көмір индустриясын жақтағанмен бірдей және басқа да көмір өндіретін компаниялардың көзқарасын жоққа шығарумен бірдей. Бір жағынан, Джон да, Джейн де өздеріне ақы төлейтін компанияларға бейтарап болуға уәде берді ғой. Енді сол уәделеріне моральдық тұрғыдан адал болып қалуы керек. Байланыс саласының кәсіби қызметкерлері үшін осындай дилеммалар кезінде этикалық кодекстер біздің мінез-құлқымыз бен шешім қабылдау процесін айқындай алады. Нормалар белгілі бір бағытты көрсетеді.



Қоғаммен байланыс мәселелері әлі де жетілдіре түсуді қажет етеді. Себебі тағылымдамадан өтушілер әуелгі кезеңде тәжірибенің жеткіліксіздігінен көптеген қателікке бой ұрады. Индустриялық революция кезінде қоғаммен байланыс өкілдерінің қызметі шарықтау шегіне жетіп, зор пайдаға кенелді. Сол кезде ірі компаниялар жұмысшылары мен тұтынушыларының көзқарастарына мән бермей, қоғаммен байланыс өкілдерімен бірге жемқорлыққа батты. Газеттерде бұл туралы кеңінен жазыла бастады. Соған жауап ретінде фирмалар қоғаммен байланыс сарапшыларын жалдап, жағымсыз оқиғаларды жою міндетін тапсырды. Бұл жағдай медиа агенттіктің құрылуына түрткі болды.

### **Ой құралы: PRSA Мүшесінің кәсіби құндылықтар туралы мәлімдемесі**

Американың Қоғаммен байланыс ұйымы (PRSA) 1948 жылы құрылды. 1954 жылы осы саланың имиджін жақсарту мақсатында, «өзін кәсіби, шынайы, нақты, адал және қоғам алдындағы жауапкершілікті мойнына алып», этикалық нормаларын енгізді. Жоғарыда келтірілген оқиғаны мысалға ала отырып, PRSA-ның этикалық нормаларын, соның ішінде PRSA Мүшесінің Әмбебап Құндылықтарын талдай отырып, Джон мен Джейннің жағдайына бірнеше шешімдер табуға болады.

1. Қорғау: «Біз өзіміз жауапкершілікке алған адамдарды қорғай отырып, қоғамға қызмет етеміз. Біз нарықта идеялар, дәлелдер мен түрлі көзқарастарды ұсына отырып, қоғамды толық ақпараттандыруды қамтамасыз етуге тиіспіз». Мұнда Джон мен Джейн кімді қорғауы тиіс: машинасына клиентінің жарнамасын жапсыруды талап ететін басшысын ба, Джон мен Джейн бейтараптықты уәде еткен қоғам ба (CAP)?

2. Адалдық: «Біз қоғаммен байланыс кезінде өкілдік ететін тараптар мүддесін қорғай отырып, нақтылық пен шындықтың ең жоғарғы стандарттарын ұстанатын боламыз. Джон мен Джейн CAP-тың негізгі қызметкері болғандықтан, басқа клиенттеріне шынайы болу үшін дилеммаға тап болды.

3. Экспертиза: «Біз арнайы білім мен тәжірибені жауапкершілікпен қолданамыз әрі соны талап етеміз. Біз барлық салада кәсібилікті, үздіксіз кәсіби дамуды, зерттеуді және білімді жетілдіреміз. Біз кең аудитория мен мекемелер арасында өзара түсіністік пен сенім орнатып, оларды жақындастыруға тырысамыз». Жоғарыдағы екі адам, компанияны құрушы әрі үйлестіруші Джон мен Джейннің мақсаты – әртүрлі энергетикалық компаниялардың біреуін басқалардан артық қою емес, керісінше өзара қарым-қатынасын жақсарту.

4. Тәуелсіздік: «Біз клиенттерімізге объективті түрде кеңес береміз. Біз өз әрекеттерімізге жауаптымыз. Джон мен Джейн көптеген энергетика компаниялары мен CAP-ға қызмет етеді. Бір компанияның жарнамасы жапсырылған машинамен жүру басқа компаниялардың беделін төмендетіп, олардың объективті бола алмағандығын танытар еді».

5. Лояльдылық: «Біз өз клиенттерімізге адалмыз. Сөйте тұра қоғамдық мүддеге қызмет ету міндетімізді де ұмытпаймыз». Мұнда Джон мен Джейн бейтарап бола отырып, қоғамға мүддеге қызмет ете білген. Сондай-ақ, бұл жағдайдағы қоғам дегеніміз – олар қызмет ететін CAP қауымдастығы.

6. Әділеттілік: «Біз клиенттерімізге, жұмысшыларға, бәсекелестерімізге, қатарластарымызға, тасымалдаушыларға, медиа және жалпы қоғамға әділ болуға тырысамыз. Біз барлық пікірлерді құрметтейміз және еркін көзқарастарды қолдаймыз». Джекидің біреудің машинасына жарнама жапсырып кетуі оның өз ойын еркін білдіруі десек те, Джон мен Джейн үшін ол әділдік емес. Олардың әділдігі энергия компаниялары мен жалпы қоғамға бейтарап көзқарасы арқылы танылады.

### **Шешім: этикалық кодекстің ұсыныстары**

Джон мен Джейн болған жай туралы Джекимен сөйлесуге келіседі. Сұхбат барысында Джейн өз көзқарасын былай білдірді: бір компанияның жарнамасы жарияланған машинамен



қоғамдық жиналыстарға бару, біріншіден, оның бейтараптық бағытына қайшы келеді, екіншіден, өзге үлескер компаниялардың түсінбеушілігін тудырады. Джон Джейннің ойына толық қосылатынын білдірді. Джон өз ойын былай білдірді: «Біз үлескерлерге берген уәдемізді машинаға жарнама қою арқылы бұзып отырмыз. Компаниялардың жарнасы төленгендіктен, біз бейтарап болуға міндеттіміз. Машинамызға бір компанияның жарнамасын жапсырып алсақ, онда біз қалайша бейтарап бола аламыз?». Американың Қоғаммен байланыс ұйымының (PRSA) Этика Кодексіне қосымша ретінде 2015 жылы қабылданған «Американың Қоғаммен байланыс ұйымының (PRSA) Ережелер Кодексі» этикалық дилеммаға алып келген себептерді тізіп бере алады.

Джон мен Джейн клиенттермен арадағы сенімнің бұзылмауына мүдделі. Сондықтан шиеленісті болдырмау арқылы қоғаммен сенімді байланыс орнатып, клиент пен жұмыс берушінің көзқарасына қарай әрекет ету керек. Ал Джекиге кейбір ұйымдардың арасында бұрыннан шиеленіс бар екенін ескерту керек. Бейтарап болу үшін Джон өзі куә болған басқа да этикалық кодекстерді еске түсірді. «Мен сол уақытта Қоғамдық Қатысушы Халықаралық ұйымының (IAP2) мүшесі болған едім. Оның этика кодексі мынадай: Шешім шығару процесінде қақтығысқа қатысқандарды да, қатыспағандарды да қорғаушыларды қолдаймыз. Кодексте тиісті шешім бойынша үлесі бар кез келген тұлға, топ, ұйым немесе саяси объект үлескер ретінде саналатыны көрсетілген Джон мен Джейннің көзқарасы тұрғысынан Джеки бұлар сияқты қоғамдық жұмыстың отымен кіріп, күлімен шығып жүрген жоқ және бұлардың дилеммасын терең түсінетін немесе бағалайтын жағдайда емес. Мұны Джон былай түсіндірді: «Энергетика компаниялары арасындағы қақтығыстардан алыс жүрген адам болғандықтан, ол өз компаниясын жақтап шығады». Джеки Джон мен Джейннің машинадағы жарнаманы алып тастау туралы өтінішіне құлақ аспады, орындағысы келген жоқ. Джон мен Джейн Джекидің EPR-дің басшыларының бірі ретінде ол компанияның машинасына не жапсырса да өз еркінде екенін жақсы біледі. Оның үстіне, әңгіме басталмай жатып үзілді, Джеки өз дегенінен қайтар емес. Джейн екеуіміз оны: «Компания осы әрекеті арқылы өзін тұтынушыларының алдында жағымсыз тұрғыдан танытты, бұның соңы өзге топтардың бізден теріс айналуына әкеп соғуы мүмкін» деп біраз үгіттеуге тырыстық.

### Іс-әрекет құралы: Сіздің таңдауыңыз не?

Джекидің мәмілеге келмейтіні белгілі болды, енді Джон мен Джейн бұл этикалық дилемманы қалай шешуі керек? Егер сіздің жұмыс берушіңіз сізге этикаға сай келмейтін бір жұмыс тапсырды делік, сіз қандай әрекетке барар едіңіз? Осы жағдайды ескере отырып, Джон мен Джейннің мәселесін шешуге болатын жолдарды қарастырайық.

1. Өз ұйымыңыздың білімін жетілдіріңіз. Джон мен Джейн PRSA және IAP2-нің этикалық кодексіне Джекиге көрсетіп, машинаға компания жарнамасын жапсырудың этикалық нормаға сәйкес келмейтінін түсіндірді. Бұл жағдайда Джеки өзі басшылыққа алатын этикалық кодексіне көлденең тартып, өзіне ақша төлейтін компанияға, яғни CAG-қа деген адалдығын дәлелдеуге тырысуы мүмкін.

2. Тапсырманы орындауға қарсылық. Джон мен Джейнге көмір индустриясының жарнамасына қарсы шығушылардың ісіне мүлде араласпай, мәселені өз жайында қалдыруына болады. Бірақ бұл өздері қызмет ететін CAP-дың талаптарына қайшы келеді. Мұндай жағдайда бұл шешім сәл келіңкіремейді.

3. Тапсырма ауыстыруды сұрау. Бұл жағдайда Джон мен Джейн CAP-дың энергия индустриясынан бас тартып, басқа тапсырма сұрауына болады. Егер бұл компанияның үлескерлері көп болса, онда Джон мен Джейнді осы жұмысты істеуге немесе басқа үш таңдауды жасауға мәжбүрлейді.

4. Тапсырманы қабылдау. Джон мен Джейн тапсырманы қабылдап, бір компанияны екіншісінен артық көріп, оның нәтижесі не боларын соңынан байқап көреді. Тапсырманы орындау ештеңе айтпау дегенді білдірмейді. Өз қарсылығыңызды тапсырманы қабылдау барысында білдіру керек. Егер тапсырма беруші қарсылығыңызды елеусіз қалдырса, онда қандай таңдау жасау керектігін шешу керек.



## Соңы: келісімге келу

Джон мен Джейн төрт таңдаудың қайсысын таңдайтынын таба аласыз ба? Жауабы: САГ-тың жарнамасы жапсырылған машинаны айдауға қарсылық танытады, бірақ өз жұмыстарын ары қарай жалғастырып, Джекиге жұмыс істеуін тоқтатпайды. «Мен ол машинаны энергия индустриясында істейтін өзге клиенттеріме мініп бармаймын. Өзімнің жеке машинама немесе жалға алған көлігіммен барамын», – дейді Джон. Кейде бизнесте бұлықтың жағдайлар кездесіп жатады, мұндайда келісім мүмкін болған жерге дейін жасалады. Джон мен Джейн өз құндылықтарына-ұстанымдарына зиян келмейтіндей таңдау жасады. Аристотель этикалық мінез-құлық – сенім немесе мінез-құлық екеуінің шегі арасындағы тепе-теңдікке ұмтылудың нәтижесі деп баға берген.

Қазақстандық PR секторында этикалық тепе-теңдік пен шындыққа қол жеткізу кейстеріне тоқталсақ.

2009 жылы Ұлттық университеттің қоғаммен байланыс мамандығы алғашқы түлектері дипломдарын алып, үлкен нарыққа бет түзеді. 30 студент арасынан бүгінде PR саласында кәсіби қызметте жүргендер бар. Солардың ішінде ерекшесі – «Мәскеу мұз айдыны» PR менеджері атанған шәкірт туралы айтсақ. Студенттік аудиторияда PR теориясына қызығатындар сияқты ол да сұрақ қоятын. Ерекшеленбейтін. Мәскеуге дейінгі жұмыс тәжірибесі Алматыда басталды. Ресейде ең табысты мұз айдындарының бірін жасау үшін креативті стратегиясын құра білген PR маманы көптеген шағын фирмаларда қызметтер атқарды. Ол косметика, тауарлар, қызметтер бойынша PR практикасының алғашқы сабақтарын үйренді. Оның орындаған ең үлкен жобасы да қолтаңбасы да – мұз айдынын жасаудағы PR қызметі.

Достық Плаза. Осы топтағы студенттер қатарында талпынысы мен білімі жоғары қыз болды. Ол PR нарығында өзіндік амбициясын жоғары қоя білді. Оның студенттік байқаулардағы жұмыстары елдегі провайдер компания өздеріне қажет деп санап, кеңесші ретінде шақырды. PR саласында оның табысты жұмысы Алматыдағы Достық Плаза сауда орталығының клиенттермен жұмысын басқару.

Банк секторына жұмысқа кірместен бұрын келесі кейіпкеріміз ақпарат агенттігі мен ірі телеарнаның веб-редакциясында қызмет жолдарынан өтті. Ол өзін әрдайым ең жақсы PR маманы болуы тиістігін айтатын. Банк секторында оның коммуникациялық стратегиясы бүгінде ең танымалы. Ол қазір клиенттер мен тұтыну қызметі ең көп саналатын ірі банктің баспасөз қызметін басқарады.

Қоғаммен байланыс орнату, шындыққа қол жеткізу, қиянаттың көрініс табуы туралы дәрісімізді қорытындылай келе, этикалық дилеммалар көбінде мамандарға өз жолын таңдауға мүмкіндік береді. Сол мүмкіндік олардың өмір бойы PR-ға деген кәсібіне деген адалдық траекториясын сызып береді.

## Өзіндік жұмыстар тапсырмалары

1. Джон мен Джейннің жағдайын сіз басқаша шешер ме едіңіз?
2. PRSA мен IAP Этика Кодексіне шолу жасаңыз.
3. Сіз Джеки мен оның қызметкерлері арасындағы шиеленісті шешуде қандай әдіс ұсынасыз?
4. Джекидің әрекетін қалай қорғайсыз немесе қорғай аласыз ба?
5. Сіз клиент пен қоғамның сұранысын қанағаттандыру үшін өзіңіздің жеке көзқарасыңызбен компромиске келе аласыз ба?
6. Сіздің шешіміңіз жоғарыда келтірілген этикалық нормаларға қайшы келе ме?
7. Егер Джон мен Джейн машинадағы жарнамаға саяси себептерге байланысты өз еріктерімен қарсы шықса, сіз қандай шешім айтар едіңіз?



### Бақылау жұмыстары

1. Жарнаманы жеке көлігіңізге жапсырыңыз десе, не жауап бересіз?
2. Этикалық дилеммалар туралы не білесіз?
3. Қоғаммен байланыс саласында тәжірибеден өтушінің жетекшісімен этикалық қақтығысы туралы мысалдар келтіріңіз.
4. Этикаға қатысты әртүрлі зерттеу, пікірлер, әмбебап көзқарастар мен мәселелерді қарап шығып, одан өзіңізге керекті құнды мәліметтерді атаңыз.

### Дереккөздер

1. <https://www.prsa.org/AboutPRSA/Ethics/CodeEnglish/index.html>.
2. <https://www.prsa.org/index.html>.
3. <http://www.ereleases.com/prfuel/public-relations-ethics-bad-reputation/>.
4. <http://www.prsa.org/intelligence/prjournal/documents/2015v09n01bowen.pdf>.
5. <http://www.imdb.com/title/tt0427944/>.
6. <http://www.amazon.com/Thank-You-Smoking-A-Novel/dp/0812976525>.