



Association of International Audiophile Publications

Zasady obowiązujące członków AIAP

(Revision 09-13-2021)

1. Członkowie AIAP zgadzają się, że nie będą angażować się w praktyki takie, jak prowadzenie testów w zamian za pieniądze („pay to play”). Oznacza to, że nie będzie wymogu *a priori*, że zanim recenzja danego produktu w piśmie członka AIAP zostanie autoryzowana, trzeba wykupić reklamę.
2. Podobna zasada obowiązuje w przypadku nagród – członkowie stowarzyszenia nie mogą w zamian za reklamę oferować nagród lub specjalnych przywilejów (np. zdjęcia na okładce). Na takie nagrody i szczególne uznanie trzeba zasłużyć sobie jakością produktów i *nigdy* nie mogą być one na sprzedaż.
3. Członkowie stowarzyszenia nie będą pisali artykułów (na przykład relacji z wystaw audio, wywiadów itd.) w zamian za płatne reklamy. Reportaże i wywiady muszą bazować na prawdziwym, szczerym zainteresowaniu tematem.
4. Recenzenci i ich wydawcy nie mogą negocjować zatrzymywania testowanych urządzeń jako „rekompensaty” za recenzję. Obniżka ceny dla dziennikarzy jest normalnym i znanym powszechnie sposobem na kupno danego produktu w cenie w której producent je sprzedaje swoim dystrybutorom i jest to działanie dopuszczalne. Cena takiego zakupu może być negocjowana, jednak transakcja powinna być nadzorowana przez redaktora naczelnego. Powinno się ustalić zasady – o ile ich jeszcze nie ma – aby zapobiegać odsprzedawaniu z zyskiem nabytych w ten sposób produktów lub zbyt szybkiego się ich pozbywania (na przykład powinien to być co najmniej rok od zakupu, po którym produkt może zostać odsprzedany). Członkowie AIAP są zobowiązani do nadzorowania swoich dziennikarzy i wymagania od nich stosowania się do etyki danego wydawnictwa oraz do tego, aby w razie konieczności ich dyscyplinowali – włącznie ze zwolnieniem z zajmowanego stanowiska.
5. Członkom AIAP zabronione jest branie udziału w *quid pro quo*. Dotyczy to obietnic pozytywnej recenzji w zamian za przekazanie produktu/pieniędzy/innych korzyści, ale dotyczy to każdego układu wymiany pomiędzy recenzentem i producentem/dystrybutorom. Członkowie stowarzyszenia zgadzają się na sprawowanie nadzoru nad swoimi dziennikarzami po to, aby upewnić się, że rozumieją oni, iż niedozwolone są żadne „prywatne umowy” oraz że żaden z członków nie uczestniczy w praktykach naruszających uczciwość recenzji lub że ingerują oni w publikowane materiały.
6. Za zawartość oraz wybrzmienie recenzji audio odpowiadają redakcje poszczególnych członków AIAP. Konstruktorzy, producenci, dystrybutorzy, a nawet organizatorzy wystaw *mogą* otrzymać kopię recenzji/reportażu przed ich ukazaniem się, z zachowaniem dyskrecji i zgodnie z polityką danego członka AIAP. Muszą mieć jednak na uwadze to, że udostępnienie artykułu służy jedynie sprawdzeniu poprawności informacji technicznych oraz faktów. W/w osoby lub firmy *nie są* upoważnione do zmiany brzmienia recenzji lub do jej napisania na nowo.
7. Dopuszczalne jest przyjęcie oferty producenta/firmy w związku z zapewnieniem transportu, zakwaterowania, wydatków lub kombinacji tych elementów, w związku ze specjalnym projektem lub podróżą, która jest naprawdę interesująca i korzystna dla czytelników. Przykładem może być wycieczka do fabryki, wywiad, relacja wideo lub podcast... Jest to dozwolone zgodnie z wytycznymi AIAP, pod warunkiem, że nie wpływa to w żaden sposób na wydźwięk relacji i że nie składa się żadnych obietnic ani oświadczeń dotyczących treści relacji oraz że nad tego typu umową redakcja ma nadzór. Takie szczególnie przypadki należy rozumieć jako oparte na dobrej woli i płynących z nich korzyściach dla czytelników na całym świecie. Wydawcy zgadzają się nadzorować tego typu wyjazdy i będą

edukowali swoich współpracowników, wskazując dozwolone granice i na czym polega ich odpowiedzialność.

8. Członkowie stowarzyszenia nie są upoważnieni do działania jako *de facto* firma marketingowa pracująca na rzecz producentów, projektantów, dystrybutorów lub sprzedawców. Przyjacielska, darmowa porada to jedna rzecz, zatrudnienie w roli sekretnego konsultanta – to coś zupełnie innego.

9. Członkowie AIAP będą się wystrzegali konfliktu interesów – zasada ta dotyczy również zatrudnianych przez nich dziennikarzy. Na przykład, recenzenci sprzętu nie mogą być płatnymi konsultantami w sprawach dotyczących urządzeń audio. Recenzenci nie powinni otrzymywać dodatkowych opłat z zewnątrz jako tzw. „influencerzy”, zarówno w social mediach, jak i ogólnie w internecie. Recenzenci nie powinni również wykorzystywać swojej pozycji członka AIAP, aby poprawić swoją pozycję w branży- na przykład, aby otrzymać lepsze stanowisko lub wyższą płacę.

10. Żaden z członków AIAP nie będzie wykorzystywał materiałów (takich jak zdjęcia i materiały wideo), które do niego nie należą, ani też nie będzie publikował materiałów bez zgody źródła publikacji/dziennikarza/artysty. Formalne relacje związane z udostępnianiem treści mogą być realizowane zgodnie z ogólnymi zasadami, a członkowie AIAP mają swobodę ścigania naruszeń swoich praw autorskich.

11. Z drugiej strony, członkowie AIAP rozumieją, że jest rzeczą normalną i pożądaną, aby między audiofilskimi projektantami, producentami, dystrybutorami i dealerami z jednej strony, a audiofilskimi redaktorami/recenzentami z drugiej nawiązywały się zawodowe przyjaźnie. Biorąc pod uwagę wspólną pasję do sztuki audio, takie przyjazne relacje są pożądane, ponieważ związek między producentami audio a redakcjami audio jest w oczywisty sposób związkiem symbiotycznym. Obie strony potrzebują siebie nawzajem, a czytelnicy wydawnictw audiofilskich na całym świecie korzystają z informacji i ocen płynących z takich produktywnych relacji... Zwłaszcza, że tak wielu audiofilów ma ograniczony dostęp do dystrybutorów audio high-end i tego typu pokazów. Aby działać w przyjazny sposób bez naruszania uczciwości recenzji, członkowie AIAP zgadzają się co do tego, że będą unikali sytuacji prowadzących do konfliktu interesów. Gwarantujemy zapewnienie odpowiedniego nadzoru redakcyjnego nad problemami, które mogą z tego typu kontaktów wynikać. W razie wątpliwości należy zastosować ogólną zasadę, że „pełne ujawnienie kontaktów i umów oznacza brak konfliktu interesów”. Na przykład, jeśli producent sponsoruje zwiedzanie fabryki, fakt ten należy określić w dołączonym do reportażu oświadczeniu. Jeśli projektant wnosi swój wkład w artykuł dotyczący projektowania produktów audio, jego udział powinien być jasno określony jako wstęp do artykułu... itd. W takich przypadkach powinna rządzić przejrzystość, pozwalająca uniknąć niejasnych sytuacji korupcyjnych lub zakulisowych umów.

Oprócz tych podstawowych zasad, członkowie AIAP mogą swobodnie prowadzić własną działalność gospodarczą i działać według własnego uznania.