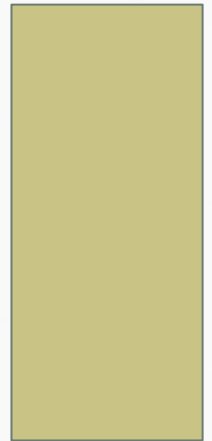


КОДЕКСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ СПЕЦИАЛИСТА ПР

ОБЗОРНЫЙ АНАЛИЗ



**КОДЕКС ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ
МЕЖДУНАРОДНОЙ АССОЦИАЦИИ ПО СВЯЗЯМ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(КОДЕКС ИПРА). ПРИНЯТ В ВЕНЕЦИИ 1961Г.**

- **В отношениях с клиентами** пиарщик должен поддерживать честные отношения с первыми, сохранять конфиденциальность предоставляемой ему информации.
- Член ИПРА не должен унижать своей деятельностью достоинства клиентов, принимать ценные вознаграждения за свои услуги от кого бы то ни было без согласия нанимателя,
- соразмерять гонорар с достигаемыми результатами.

- **В отношениях с коллегами** член ИПРА не должен вредить профессиональной репутации другого члена, а также стремиться создавать конфликтные ситуации на фоне конкуренции.
- **В отношении к требованиям к профессиональным качествам** Международная ассоциация выделяет лишь одно, но самое главное - честность, личная и профессиональная.

- **правила отношений со СМИ**, по которым член ИПРА должен действовать в интересах общества и отдельной личности, а также правдиво информировать о деятельности организации, в которой он работает.
- Член ИПРА не должен своей деятельностью наносить ущерб репутации СМИ и преследовать свои цели или скрытые цели нанимателя.

ВЫВОД

- кодекс достаточно систематизирован, содержит в себе правдивую информацию и может по праву считаться Международным кодексом профессионального поведения.

**ЛИССАБОНСКИЙ КОДЕКС
(ЕВРОПЕЙСКИЙ КОДЕКС ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ПОВЕДЕНИЯ В ОБЛАСТИ PR - КОДЕКС СЕРП)
ПРИНЯТ В ЛИССАБОНЕ В 1978 (ДОП.1998)**

- В отличии от кодекса ИПРА наряду с критериями отношений с клиентами, со СМИ и коллегами **присутствуют такие положения как общие профессиональные обязанности и обязанности по отношению к своей профессии.**
- В требованиях к профессиональным качествам помимо соблюдения честности **необходимо высказывать интеллект и лояльность.** Также деятельность должна вестись открыто, а работник PR должен уважать практику и правила других профессий.

- По данному кодексу специалист по связям с общественностью при необходимости **имеет право воспользоваться платной услугой, предоставляемой СМИ с соблюдением всех правил.**

В отношении с клиентами

- работник PR должен, открыто заявлять о своих правах и интересах, противостоящих интересам его клиента, предупреждать о возможных нарушениях принципов настоящего Кодекса.
- Специалист по связям с общественностью не должен навязывать услуги какой-либо организации с целью собственной выгоды, гарантировать количественные результаты.

По отношению к своей профессии пиарщик

- не должен портить репутацию своей профессии и Национальной Ассоциации в целом,
 - активно содействовать распространению информации о Кодексе,
 - сообщать о нарушениях Кодекса.
-
- **Важным аспектом является то, что любой допустивший нарушение Кодекса сам является нарушителем этого Кодекса.**

ВЫВОД

В данном кодексе, по сравнению с Кодексом ИПРА, наиболее подробно раскрыты основные пункты, тем самым можно сказать, что Кодекс СЕРП является гораздо более понятным и доступным.

**АФИНСКИЙ КОДЕКС (КОДЕКС ИПРА И СЕРП).
БЫЛ ПРИНЯТ ГЕНЕРАЛЬНОЙ АССАМБЛЕЕЙ ИПРА В
АФИНАХ В МАЕ 1965Г.**

В ЭТОМ ЖЕ ГОДУ АФИНСКИЙ КОДЕКС ПРИНЯТ ЕВРОПЕЙСКОЙ КОНФЕДЕРАЦИЕЙ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ - СЕРП (SERP). В АПРЕЛЕ 1968Г. В НЕГО БЫЛИ ВНЕСЕНЫ НЕКОТОРЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ. ЭТОМУ КОДЕКСУ ОБЯЗАНЫ СЛЕДОВАТЬ КАК ЧЛЕНЫ ИПРА, ТАК И ЧЛЕНЫ СЕРП.

Данный кодекс имеет совершенно другую структуру и делится не по типу отношений, **а** **принципу обязательств.**

Согласно кодексу, член ИПРА и СЕРП стремится способствовать личностному развитию человека, создать благоприятные условия общения, не уронить честь и достоинство своей профессии, уважать человеческое достоинство.

- Также член ИПРА и СЕРП берет на себя обязательства честно исполнять свои обязанности и воздерживается от дезинформирования общества и использования «махинаторских» методов и способов в своей деятельности.

ВЫВОД

Данный Кодекс включил в себя все пункты и принципы предыдущих двух Кодексов и поэтому носит ни сколько разъяснительный, сколько обобщающий характер.

РИМСКАЯ ХАРТИЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ХАРТИЯ ИКО).

ПРИНЯТА В РИМЕ В 1991Г

Структура Кодекса включает в себя деления, как по типам отношений, так и по типу обязательств.

Отношения со СМИ и представителями других профессий

- Фирма - член Ассоциации должна уважать интересы общества,
- предоставлять проверенную информацию,
- знать и уважать кодекс поведения других профессий,
- сохранять конфиденциальность предоставляемой информации,
- не влиять на правительственные органы.

В отношении с клиентами

фирма - член Ассоциации должна информировать о собственных финансовых интересах и не устанавливать такие показатели, как количество проработанных часов и старшинство задействованного персонала.

Запреты, вводимые Римской хартией в точности повторяют все запретные положения, присутствующие в рассмотренных выше Кодексах.

Отношения с коллегами

- член Ассоциации должен придерживаться точности и правдивости информации и проводить презентацию своих услуг по своей инициативе и по просьбе клиентов, не нанося ущерба репутации других членов Ассоциации.

В данной Хартии, несмотря на полное повторение положений с другими Кодексами, наблюдается наиболее удобное структурирование.

ХЕЛЬСИНСКАЯ ХАРТИЯ

ПРИНЯТА В ХЕЛЬСИНКИ В 1997

Адресована всем профессионалам в области «Связи с общественностью», а также преподавателям, исследователям и студентам. Хартия дает определение понятию качества в «паблик рилейшнз», а также характеризует профессию «паблик рилейшнз» как свод знаний, исследований, этических правил и контроль за их исполнением.

Данная хартия является дополнением к уже существующим Кодексам ИПРА, СЕРП и ИКО.

**ДЕКЛАРАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ЭТИЧЕСКИХ
ПРИНЦИПОВ В ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(ДЕКЛАРАЦИЯ РАСО).
ПРИНЯТА В 1994**

В данной декларации отсутствует такой пункт как взаимоотношения со СМИ, а также требования к личностным качествам работников.

Данная декларация провозглашает следующие принципы и нормы своей профессиональной и этической деятельности:

- не вредить репутации организации и личности,
- придерживаться правдивости информации и при разрешении конфликтных ситуаций обращаться в этическую комиссию РАСО,
- открыто заявлять о противоречиях интересов,
- избегать конкуренции в отношении с коллегами.

Данная декларация наиболее точно раскрывает профессиональные принципы и принципы взаимодействия с различными структурами.