

## СОЦИАЛНАТА ПОЛЗА ОТ ЕТИКАТА В PR

Докторант Милена Янкова

Югозападен университет „Неофит Рилски” – Благоевград, Правно-исторически факултет

Катедра „Връзки с обществеността”, yankova\_milena@swu.bg

**РЕЗЮМЕ:** Доклада разглежда някои аспекти на професионалната етика в ПР сферата. Дефинирани са понятията етика и public relations и е анализирана връзката между тях. Разгледана е ролята на етичните норми в подкрепа на механизмите, които благоприятстват диалога и мирното разрешаване на конфликти. Отделено е внимание на легитимността и социалната полезност на Public relations и жизненото им значение за поддържане на диалог в обществото.

*Ключови думи:* професионална етика, public relations, взаимно разбиране

**ABSTRACT:** The report considers some aspects of professional ethics in Public Relations. Defined are the terms ethics and public relations, and is analyzed the relationship between them. It is analyzed the role of ethics in favor of mechanisms that promote dialogue and peaceful resolution of conflicts. Attention is paid to social legitimacy and utility of Public relations and vital importance to the maintenance of dialogue in society.

*Keywords:* ethics, public relations, mutual understanding

---

Сферата на етиката (или моралната философия) включва систематизиране, защита и препоръчване на концепции за правилно и неправилно поведение.<sup>1</sup> Етичното поведение предполага действията да се основават на морални ценности, приети като норми на обществото.

Етичният кодекс на PR специалистите в България, приет от БДВО, в частта обмен на информация гласи: „*Стимулирането на свободен обмен на достоверна, точна и*

---

<sup>1</sup> <http://www.iep.utm.edu/ethics/>

*навременна информация е от съществено значение за обслужването на публичния интерес и за изграждане на компетентно мнение и вземане на решение в демократичното общество.”<sup>2</sup>*

Ефективната комуникация между организациите и обществеността, както и между самите организации е в основата на демократичния процес, на който се основава българската политическа система. Етичните публични отношения са от обществен интерес, а демократичния процес е тясно свързан със свободното движение на идеи и мнения.

### **Социалната полза от етичен PR**

Етичният кодекс, приет от Международната асоциация за връзки с обществеността (IPRA), която обедини и замени трите си предишни етични кодекса, легитимира връзките с обществеността, като ги свързва с основните човешки потребности в демократичния процес.

Практикуващите връзки с обществеността трябва да:

1. Спазват принципите на Устава на ООН и Всеобщата декларация за правата на човека;
2. Действат с честност и почтеност по всяко време, така че да се осигури и запази доверието на хората, с които практикуващият влиза в контакт;
3. Да се стремят към нравствени, културни и интелектуални условия за диалог, и признаване правата на всички заинтересовани страни да обосноват твърденията си и да изразят своите становища. (Етичен кодекс на IPRA)<sup>3</sup>

По този начин ясно са установени легитимността и социалната полезност на Public relations и жизненото им значение за поддържане на диалог в обществото. Но тази легитимност е валиден само в рамките на етичната практика.

Ефективното управление на отношенията между организациите допринася за общото благо. Социалната полза от PR се увеличава когато: 1) поощрява свободната и етична конкуренция на идеите, индивидите и институциите на пазара на общественото

---

<sup>2</sup> [http://bdvo.org/bdvowp/wp-content/uploads/2012/02/Ethical-code\\_BG1.pdf](http://bdvo.org/bdvowp/wp-content/uploads/2012/02/Ethical-code_BG1.pdf)

<sup>3</sup> <http://www.ipra.org/secciones.php?sec=1&subsec=3>

мнение; 2) разкрива източниците и целите на съществените опити за въздействие и 3) придържа се към високи стандарти на поведение.<sup>4</sup>

Оттук произтича и важноста за спазването на адекватни етични норми за професионално поведение. Необходимо е не само да защитим своите клиенти, но и да сме сигурни, че нашата практика е в съответствие с обществения интерес. Отношения, които насърчават свободния поток на информация и имат за цел да хвърлят светлина върху обсъжданите въпроси са законни и етични. Обществените отношения, които имат за цел да потискат становищата или да смушават дебати са незаконни и неетични.

ПР специалистите се ангажират: *„да изграждат и поддържат доверие в отношенията с целевите публики и обществото чрез предоставяне на коректна и изчерпателна информация; да се придържат към честност и обективност в общуването; да защитават достоверността и да гарантират прозрачността на информацията; да не разпространяват заблуждаваща или невярна информация, както и лични данни; да реагират адекватно за коригиране на недостоверна информация.“*

От гледна точка на отношенията с клиенти и работодателите, ПР специалистите следва: *„да работят за изграждане на доверие в отношенията с клиенти и работодатели; да защитават интересите на своите работодатели, служители и клиенти; да съблюдават принципите на поверителността на информацията; да предоставят професионални услуги, основани на задълбочено познаване на бизнес средата; да създават реалистични очаквания за крайните резултати; да избягват действия и ситуации, които биха предизвикали конфликт на интереси.“*<sup>5</sup>

Специфичната цел на PR е постигане на взаимно разбиране, реализиране на организационните цели и служба на обществения интерес. Редът, по който тези три цели се постигат, е значим. Необходимо е да се постигне взаимно разбиране на първо място, за да бъдем в състояние да реализираме организационните цели. Едното не може без другото. Това е в интерес както на организацията, така и на обществото.

### **Необходимостта от поддържане на диалог**

---

<sup>4</sup> Кътлип, С., Сентър, А., Бруум, Г. Ефективен PR, ROI Communication, 2010, 141 стр.

<sup>5</sup> Етичен кодекс на ПР специалистите в България

Взаимното разбиране не означава взаимно приемане или взаимно съгласие. Създаването на доверие и разбиране, означава, че и двете страни знаят точно какви са мненията, идеите и целите на другата страна. Взаимното разбиране може лесно да съжителства с фундаменталното несъгласие. Ролята на PR е не да помири страните (но разбира се, е най-желаният резултат), това, което е от жизненоважно значение е и двете страни да знаят точно какво другата страна отстоява. Важно е и ефективните комуникационни канали (диалога) да бъдат отворени. Защото, когато несъгласието по даден въпрос се случва в контекста на открита, честна и почтена комуникация, е възможно да се работи за разрешаването на конфликти, както и да се обсъдят компенсаторни мерки. Но ако несъгласието се случва в контекста на недобросъвестност и укриване на информация, то тогава негативните последици ще се размножават в каскада от неразбиране и недоверие, което ще води след себе си разруха. И проблемите започват именно тогава, когато лицата спрат да говорят по между си.

В дългосрочен план в интерес на клиента е диалогът да има предимство пред конфликта, дори и в ситуации, в които интересите са диаметрално противоположни. Или казано по друг начин, и за победителите, и за губещите, дипломатията е винаги за предпочитане пред войната. В този ред на мисли, ако разширим гледната точка и я приложим към взаимодействията между организациите навсякъде в обществото, става ясно, че механизмите, които благоприятстват диалога, мирното разрешаване на конфликти и изграждането на стабилни индивидуални и колективни мнения са благоприятни за обществото като цяло.

### **Носителят на етиката е самият PR специалист**

Ново проучване сред 30 висши специалисти по връзки с обществеността в САЩ и Австралия в ролята им на „организационна съвест“, показва, че те определят себе си като "независим глас" в организацията, а не като "затънали в нейната гледна точка или политика".<sup>6</sup> Участниците в проучването заявяват, че говоренето по чувствителни етични въпроси изисква смелост. Някои от тях са уволнени или понижени след отказ да направят нещо очевидно неетично или при отказ да включат невярна информация в съобщение за пресата. От решаващо значение за работата им е здравата връзка с юридическите съветници на организациите, заявяват комуникаторите. Специалисти по

---

<sup>6</sup> Marlene S. Neill, Minette E. Drumwright. **PR Professionals as Organizational Conscience.** *Journal of Mass Media Ethics*, 2012; 27 (4): 220

връзки с обществеността, които предоставят етични съвети на висшето ръководство са поне толкова ревностни в служба на обществения интерес, колкото и към своите задължения към организациите им, а понякога дори и повече, заключава изследователя от университета Бейлър.<sup>7</sup> Което е препратка към триъгълника на процеса на етично вземане на решение на Кътлип, Сентър и Бруум<sup>8</sup>, където намерението, достойнството, уважението и дълга следва да бъдат съобразени с всички засегнати от конкретно решение групи, като в основата на пирамидата е обществото, а на върха е специалистът по комуникации, етичното ядро на организацията.

В интерес на клиента е не само да постигне организационните си цели, но и да го направи в климат на взаимно уважение и разбиране, дори и ако едната или и двете страни не са доволни от крайния резултат. Бихме направили лоша услуга на своя клиент или организация, които представяме, като следваме стратегия, основана на измама, лъжи и отказ от диалог, където печалбите са за сметка на социалната хармония. Тези стратегии несъмнено биха генерирали краткосрочни положителни резултати. Но в дългосрочен план те неизбежно ще доведат до загуба на доверие, с всички негативни последици, произтичащи от него.

Българските PR специалисти следва да се придържат към подписания от тях професионален етичен кодекс, в който са залегнали основните функции и принципи на Public relations. Ако следват и позволяват практики, които са в противоречие с интересите както на клиентите, така и на обществото ще подкопаят доверието в самите себе си и в професията Public Relations.

---

<sup>7</sup> <http://www.baylor.edu/mediacommunications/news.php?action=story&story=126460>

<sup>8</sup> Кътлип, С., Сентър, А., Бруум, Г. Ефективен PR, ROI Communication, 2010, 138 стр.