

РЕГУЛЮВАННЯ ЕТИЧНИХ ПИТАНЬ У ЗВ'ЯЗКАХ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

REGULATION OF ETHICAL ISSUES IN RELATIONS WITH THE PUBLIC

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу

Кірносорова Марина Василівна

Здобувач бакалавріату Такахасі Юріка

Supervisor: PhD, Associate Professor Department of Marketing

Kirnosova Maryna Vasylivna

Bachelor Takahashi Yurika

Анотація: Етичні питання у зв'язках з громадськістю є важливим аспектом діяльності сучасних організацій. Дотримання етичних норм сприяє зміцненню репутації, підвищенню довіри з боку суспільства та забезпеченню сталого розвитку бізнесу. Розглянуто основні принципи етики у сфері зв'язків з громадськістю, їх вплив на корпоративну культуру та механізми регулювання етичних норм.

Ключові слова: етика, зв'язки з громадськістю, корпоративна соціальна відповідальність, репутація, регулювання.

Annotation: Ethical issues in public relations are an important aspect of the activities of modern organizations. Adherence to ethical standards contributes to strengthening reputation, increasing trust from the public, and ensuring sustainable business development. The main principles of ethics in the field of public relations, their impact on corporate culture, and mechanisms for regulating ethical standards are examined.

Keywords: ethics, public relations, corporate social responsibility, reputation, regulation.

У сучасному суспільстві, де інформація поширюється миттєво і має величезний вплив на громадську думку, етичні питання у сфері зв'язків з громадськістю відіграють ключову роль. Неправомірна або неетична комунікація може завдати значної шкоди репутації організацій, підірвати довіру громадськості та навіть призвести до правових наслідків [1]. Тому ефективне регулювання етичних питань у зв'язках з громадськістю є критично важливим для забезпечення чесної, прозорої та відповідальної інформаційної політики.

Етична поведінка у сфері зв'язків з громадськістю є фундаментом довіри між організацією та її цільовими аудиторіями. У сучасному інформаційному суспільстві, де споживачі та громадяни стають все більш обізнаними та вимогливими, чесність і відкритість у комунікації є не просто бажаними, а й необхідними. Фахівці із зв'язків з громадськістю щодня стикаються з етичними дилемами, пов'язаними з поширенням інформації, управлінням кризовими ситуаціями, взаємодією зі ЗМІ та використанням цифрових технологій. Маніпуляція даними, приховування важливої інформації, викривлення фактів, використання неправдивої реклами або поширення дезінформації можуть мати руйнівні наслідки для репутації організації та її відносин з громадськістю.

Відповідальний підхід до зв'язків з громадськістю не лише мінімізує ризики, але й сприяє формуванню позитивного іміджу, зміцненню лояльності клієнтів та партнерів, а також підвищенню довіри з боку суспільства в цілому. Організації, які демонструють високі стандарти етичної поведінки, частіше залучають інвестиції, отримують підтримку громадськості та досягають довгострокового успіху.

Для забезпечення дотримання етичних норм у сфері PR існує ціла низка механізмів регулювання, які можна умовно поділити на кілька категорій:

1. Професійні кодекси етики: одним з найважливіших інструментів регулювання є професійні кодекси етики, розроблені міжнародними та національними асоціаціями фахівців із зв'язків з громадськістю. Прикладами таких організацій є Міжнародна асоціація зв'язків з громадськістю (IPRA) та Товариство зв'язків з громадськістю Америки (PRSA). Ці кодекси встановлюють основні принципи професійної діяльності, такі як чесність, об'єктивність,

конфіденційність, справедливість та відповідальність перед суспільством. Вони слугують етичним орієнтиром для спеціалістів із зв'язків з громадськістю, допомагаючи їм приймати рішення у складних ситуаціях та уникати неетичних практик. Членство в таких організаціях часто передбачає зобов'язання дотримуватися кодексу етики, а порушення можуть призвести до виключення з асоціації та негативно вплинути на професійну репутацію.

2. Законодавче регулювання: у багатьох країнах існують законодавчі норми, які регулюють певні аспекти діяльності по зв'язкам із громадськістю. До них належать закони про рекламу, які забороняють неправдиву або оманливу рекламу, закони про захист персональних даних, що регулюють збір та використання особистої інформації, а також закони, спрямовані на протидію дезінформації та поширенню неправдивих відомостей. Порушення цих законів може призвести до значних штрафів та судових позовів. Законодавче регулювання встановлює мінімальні стандарти поведінки та забезпечує правові механізми для захисту споживачів та громадськості від недобросовісних практик у зв'язках із громадськістю.

3. Саморегулювання галузі: крім зовнішнього законодавчого регулювання, важливу роль відіграє саморегулювання галузі. Професійні асоціації та галузеві об'єднання розробляють власні стандарти та рекомендації щодо етичної поведінки. Вони можуть створювати незалежні комітети з етики, які розглядають скарги на дії фахівців по зв'язкам з громадськістю та виносять рішення. Саморегулювання дозволяє більш гнучко та оперативно реагувати на нові етичні виклики, що виникають у швидкозмінному інформаційному середовищі. Воно також сприяє підвищенню професіоналізму та відповідальності серед спеціалістів із зв'язків з громадськістю.

4. Внутрішні корпоративні стандарти: багато організацій розробляють власні внутрішні кодекси етики та стандарти поведінки для своїх відділів по зв'язкам з громадськістю та співробітників, які займаються комунікаціями. Ці документи враховують специфіку діяльності організації та її цінності. Вони можуть містити детальні інструкції щодо взаємодії зі ЗМІ, використання соціальних мереж, управління конфліктами інтересів та інших аспектів діяльності по зв'язкам із громадськістю. Впровадження таких внутрішніх стандартів сприяє формуванню етичної корпоративної культури та забезпечує єдиний підхід до комунікацій.

5. Освіта та навчання: підвищення етичної свідомості фахівців є ключовим елементом регулювання. Університетські програми із зв'язків з громадськістю та комунікацій, а також професійні тренінги та семінари повинні включати вивчення етичних принципів та розгляд конкретних етичних дилем. Навчання допомагає майбутнім та діючим спеціалістам краще розуміти етичні аспекти своєї роботи та приймати обґрунтовані рішення.

Незважаючи на існування різних механізмів регулювання, сфера зв'язків з громадськістю продовжує стикатися з етичними викликами. Швидкий розвиток цифрових технологій, поширення соціальних мереж та зростання обсягу інформації створюють нові можливості для неетичних практик, таких як поширення фейкових новин, використання ботів для маніпулювання громадською думкою та порушення конфіденційності.

У зв'язку з цим, актуальними є питання вдосконалення існуючих механізмів регулювання та розробки нових підходів. Важливими напрямками є:

- посилення міжнародної співпраці. Етичні проблеми у зв'язках з громадськістю часто мають транснаціональний характер, тому необхідна тісніша співпраця між міжнародними організаціями, урядами та галузевими асоціаціями для розробки спільних стандартів та механізмів контролю;

- адаптація до цифрової ери. Існуючі кодекси етики та законодавчі норми потребують адаптації до реалій цифрового середовища. Необхідно розробити чіткі рекомендації щодо етичного використання соціальних мереж, штучного інтелекту та інших нових технологій у зв'язках із громадськістю;

- підвищення відповідальності за порушення. Запровадження більш жорстких санкцій за порушення етичних норм може стати додатковим стимулом для відповідальної поведінки. Важливо забезпечити ефективне правозастосування та притягнення до відповідальності осіб, які вдаються до неетичних практик;
- розвиток критичного мислення у громадськості. Підвищення медіаграмотності та розвиток критичного мислення у споживачів інформації є важливим фактором протидії дезінформації та маніпуляціям;
- стимулювання етичної корпоративної культури. Організації повинні активно працювати над створенням етичної корпоративної культури, яка заохочує чесність, прозорість та відповідальність у всіх аспектах діяльності, включаючи зв'язки з громадськістю.

Регулювання етичних питань у зв'язках з громадськістю є багатограним процесом, що має постійний розвиток. Воно включає в себе професійні кодекси етики, законодавчі норми, саморегулювання галузі, внутрішні корпоративні стандарти та освітні ініціативи. Дотримання етичних норм є не лише моральним імперативом, але й стратегічною необхідністю для забезпечення довгострокового успіху організацій та підтримки довіри громадськості. У сучасному інформаційному суспільстві, де репутація є одним з найцінніших активів, ефективне регулювання етики у зв'язках з громадськістю стає все більш важливим завданням. Подальший розвиток та вдосконалення механізмів регулювання, а також підвищення етичної свідомості фахівців та громадськості, є ключовими факторами для забезпечення чесною, прозорою та відповідальною комунікації.

Список літератури

1. Гаруст Ю. В., Мельник В. І. Правоохоронні органи на захисті економічної безпеки України: адміністративно-правовий аспект: монографія. Суми : видавничо-виробниче підприємство «Мрія», 2019. 256 с.