

Карабалаева Д.Э.
PR этикасы мен құқықтық нормаларының өзекті мәселелері

Karabalaeva D.E.
PR standards of ethics and legal issues

Карабалаева Д.Э.
Актуальные проблемы права и этики в PR

Мақалада PR саласын қадағалаудың әлемдік тәжірибесі, Ресейдегі PR саласын бақылаудың ерекшелігі және этикалық нормаларының өзекті мәселелері қарастырылды.

Түйін сөздер: PR, халықаралық құқық, әдеп, әдеп кодексі.

In article questions of the international practice of supervision of PR and topical issues of upgrade of ethical standards in PR of Russia and Kazakhstan are considered. The author also researches world practice of regulation of activities a publicity move of specialists and aspects of international law in this sphere.

Key words: PR, international law, ethics, ethical code.

В статье рассматриваются вопросы международной практики надзора за PR и актуальные вопросы модернизации этических норм в PR России и Казахстана. Автор также исследует мировую практику регулирования деятельности пиар специалистов и аспекты международного права в этой сфере.

Ключевые слова: PR, международное право, этика, этический кодекс.

**PR ЭТИКАСЫ МЕН
ҚҰҚЫҚТЫҚ
НОРМАЛАРЫНЫҢ
ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

Мемлекеттің негізгі әрі маңызды міндеттерінің бірі – азаматтар мен заңды тұлғалардың іс-әрекеттерін бағыттау мен қадағалау. Қоғаммен байланыс және PR саласы да осылардың қатарына енеді. Демек мемлекет PR-шаралардың жекелеген азаматтар мен жалпы қоғамның құқықтары мен көзқарастарын қандай да бір қысым немесе кері әсерін тигізбеуі тиіс.

PR-мамандар өз кезегінде өздерінің кәсіби компетенцияларының шегі мен көлемі жайлы түсініктері мен ұғымдары айқын болғаны жөн. Сондай-ақ, құқық пен этиканың өзара байланысын ескеру қажет. Көптеген іс-әрекеттер этикаға жатпайтын және заңсыз ретінде қаралса, кейбірі әбден заңды, бірақ мүлдем этикаға қайшы болуы мүмкін. Осылайша, PR-маман шешім қабылдай отырып, іс-қимыл жоспары туралы нақты жағдайды талдауда тек құқықтық аспектілерді ғана емес, этикалық факторларды да ескеруі қажет.

Жалпы іскерлік қарым-қатынас және кәсіпкерлік жүйесінде, PR жұмысы ең алдымен, құқықтық нормалармен реттеледі. Бұл нормаларда PR-кәсіпорынның кәсіпкерлік субъектісінің басты бағыттары ретінде қарастырылады. Тұтастай алғанда, PR қызметі мынадай шарттарды айқындайды:

- талаптар жалпы заңнама субъектісіне-шаруашылық қарым-қатынастар;
- фирмалардың ережелері мен жарғылық құжаттарын; жалпы міндетті бөлімнен олар көрсетуі тиіс публік рилейшнз ерекшелігін немесе бұл сәйкестендіруге болатын қызмет түрін, сол жарнама және содан туындайтын белгілі бір қиындықтар қарым-қатынаста, айталық, салық қызметтері;
- жұмыс бөлімдерінің, басқармаларының және басқа да PR-құрылымдардың ішіндегі фирманың (ұйымның) немесе ведомстволардағы регламенттер. Мұнда негізінде PR және басқару принциптерін қарастырудың жалпы тәсілдерді керек. Фирма қызметкерлері және барлық бөлімшелердің құқықтары мен міндеттері, олардың өзара іс-қимылдары мен схемалары, жалпы жүйедегі фирманың (кәсіпорынның) орны, ролі;
- нормативтік актілер бойынша жекелеген және аралас салалар. Мысалы, ұстамдылық, жарнама немесе баспасөздегі материалдарды білу керек, олардың құқықтық шектері және компанияның акцияларын осыны ескере отырып жоспарлау

қажет. Сонымен қатар, жұмыс барысында PR-мамандар ерекше шарттар туындайтын сипаттағы осы сала объектілерін ескеру керек және ерекше көңіл бөлгені жөн. Әрбір PR-маман өзі қызмет ететін кәсіпорын мен мекеме басшылыққа алатын негізгі заңдар мен нормативтерді жетік білуі тиіс.

Мәселен клиникада жұмыс істейтін маман денсаулық сақтау саласының заңдары мен құқықтық нормаларын білуі керек. Ал жекелеген салалар бойынша (химия немесе спорт, ақпараттық технологиялар) жұмыс істейтін маман нақты саланың заңдарын жан-жақты меңгергені абзал.

Маманға қойылатын негізгі шарттарды және кәсіпорынның шаруашылық-құқықтық формаларын анықтап алғаннан кейін ғана PR-маман өз жұмысын қолға алуына болады. Өз кезегінде бірқатар құқықтық құжаттар рәсімделуі қажет. Атап айтқанда келісімдерді, шарттарды және басқа да құжаттарды дайындау. Бұл тізбекте болашақтағы әріптестік жайлы хаттама дайындау керек. Екі тарап та бір-бірін ештеңеге міндеттемейді, тек кәсіби және іскерлік қарым-қатынас пен жұмысты жүзеге асыру шараларының заңдық негіздемесі декларация формасында көрсетеді.

Тараптардың өзара келісім-шарты заңмен қорғалып және оның орындалуы міндеттеледі. Сенімді келісім – бұл фирманың мүддесіне негізделі отырып, қолданыстағы заңнамаға сәйкес және оның қатаң орындалуын қамтамасыз ететін, тараптардың міндеттемелері айқын құжат. Бұл үшін болашақтағы келісімнің мақсаты мен маңызды аспектілерін нақты анықтап алған жөн.

Болашақта орындалатын операцияның мінсіз моделін жасап алып, сосын жалпыдан жалқыға қарай, яғни кезеңдері мен түйіні мен аражігін, қадамдарын анықтап, қауіп-қатерлер мен тәуекелдердің алдын алу қажет. Әріптестер жайлы мейлінше көп білу қажет: құрылтайшы құжаттары мен фирманың тіркеу жөніндегі куәлігімен танысып, құрылтайшылар мен акционерлердің жарғылық қорларының мөлшеріне, фирманың орналасуы мен кеңсесінің заңды мекен-жайына назар аударған жөн. Шартта әрбір әріп, әрбір үтірдің мәні бар. Екі ұшты ой беретін, айқын емес сөйлемдерге сөз тіркестеріне жол беруге болмайды.

Өйткені кәсіпкерлік тәжірибеде біржақты артықшылықтарға негізделген құжаттарды (күпиялылық туралы келісім туралы шарт, ноу-хау беру немесе пайдалану, тауар таңбасының құқығын), қасақана енгізуге жол бермеу керек.

PR үдерісінде жүзеге асатын интеллектуалды меншікті (концепциялар, зерттеулер, оқу жоспарлары, жобалар мен тың идеялар) мейлінше қорғап, бәсекелестер қолданып кетуінен сақтану керек. Ол үшін әр өнімді тіркеп, заңды лицензия алып отырған абзал. Әріптестер компаниялар келісімшарт мәтінін мейлінше қысқартуға, кейбір маңызды пункттерді көрсетпеуге тырысады. Даулы мәселе туындағанда оны шешу қиынға түседі.

Заңгердің қатысуынсыз ешқандай келісімшартқа қол қоюға болмайды. Заңгер танысып, түсіндіріп шыққасын, келісімшарт мәтінімен редакторлар жұмыс істеу қажет. Құжаттар мәтіні сауатты әрі логикалық қатесіз жасалуы қажет. Азаматтардың жеке өміріне қол сұқпаушылық жайлы құқықтық нормалардың PR-қызметінде үлкен маңызы бар. БАҚ-қа жалған ақпарат беруге қатысты заңнамалық актілер мейлінше қызығушылық тудырады. Егер қандай да бір жағымсыз ақпарат қоғамдық тұлғаға қатысты болса, іс күрделеніп кетеді. Жалпы азаматтардың жеке өміріне қол сұғушылық заңмен қорғалады.

PR-қызметі үшін маңызды заңнамалық аспектінің бірі – авторлық құқықты қорғау туралы заң. Егер автор материалы жарияланса немесе тіркелсе, авторлық құқықты қорғау туралы заң авторлар құқығын тікелей және автоматты түрде қорғайды. Авторлық құқықты қорғау туралы заң әртүрлі категориядағы шығармаларға қатысты. Олар: әдеби шығармалар, музыкалық шығармалар (ондағы мәтініне), драмалық шығармалар (ондағы музыкалық сүйемелдеулер), пантомимдер мен хореографиялық қойылымдар, көркем, графикалық және мүсін жұмыстары, кинофильмдер мен аудиовизуалды шығармалар, дыбыстық жазбалар т.б. Заң олардың иесіне эксклюзивті құқығын жаңғыртуға және өкілеттік бермеуге, басқа да шығармаларын жаңғыртуындылар дайындауға, авторлық шығармаларын көпшілікке көрсетуге, қаламақы талап етуге құқық береді.

Кейбір категориядағы материалдар авторлық құқықты сақтау туралы заңмен қорғалуға жатпайды. Олардың қатарына қысқа лозунгтар, жалпы көпшілікке ортақ ақпарат көздерінен алынған ақпараттар (күнгізбелер мен тізімдемелерден, сөйлеген сөздердің мәтіндерінен үзінділер). Сондай-ақ ескі бұрын болған идеялардың жаңғыртылып, түрлендірілуі, жаңа заманға сәйкестендіріліп өңделуіне авторлық құқық сақталмайды.

Жаңа тұрпаттағы ескі идеяға рұқсат берілген, тіпті кейде ұсынылады. Әлемде негізінде жаңа

идеялар тым аз, ескі идеялар заман талабына сай жаңа тұрпатқа енеді, ұсынылады. PR-маман компанияның концепциясын жасағанда ескі үлгілерді негізге алса, авторлық құқықты қорғау мәселесіне алаңдамауына да болады. Ғаламтор сөз бостандығына қатысты заңнамаға жаңа өлшемдер енгізді. Қазіргі заң компанияларға бұрын тіркелген сауда маркаларын дәлме-дәл қайталайтындарын тіркеуге тыйым салады. Бірақ «киберкеңістік» түрнұсқадан сәл ғана ерекшелігі бар сауда маркаларын тіркей беруге мүмкіндік беріп отыр. Кәсіпорынның сайтын ғаламтордан оның атымен іздейтіндерін біледі. Содан олар нақтыланған «есімді» сатуға кіріседі немесе сайтты компания қызметін жандандыру үшін пайдаланады. Ғаламтор заңнамалық мәселелерге толы. Ғаламтордың күн сайын өзгеруіне байланысты мәселелер күрделене түсуде. Бүгінгі заңнамалар ертең ескіріп немесе түрлі жағдайларға сәйкес қалмай қалуы әбден мүмкін.

PR саласындағы заңдық аспектілер құқықтық байланыстар арқылы да негізделуде. Мәселен агенттіктер мен тұтынушылар арасында, жұмыс берушімен қызметкерлер арасындағы құқықтық нормативтік құжаттар мен келісімшарттар тараптар арасында заңнамалық аспектілерді қалыптастыруда. XXI ғасырда PR мен құқық арасындағы байланыс үдеді.

PR секілді шығармашылық салада туындайтын мәселелерді шешуде заңнамалық нормалар жеткіліксіз болатын жағдайлар да. Біріншіден, кез келген кәсіби үдерісте кездесетін күрделі мәселелер түйінін шешуге барлық заң кепілдік бере алмайды. Екіншіден, бұл қызметке қарағанда құқықтық нормалар ертеректе туындады және қалыптасты.

Сондай-ақ PR тәжірибесінде көзделген мақсат пен этикалық құралдар арасында қарама-қайшылық жиі туындайды. Алға қойған мақсат пен адами құндылықтар мәселесінде бірқатар жағдайлар орын алады. PR құрылымдар мен жалпы PR-ға деген тұтынушылардың және қоғамның сенімнің маңызы өте зор. Сондықтан PR саласы этикалық нормаларды ескермеуіне болмайды.

С. Блэктің ойынша PR тек этикалық нормаларға негізделіп, шынайы құралдармен жүзеге асқанда ғана табысты болмақ [1]. PR мақсаты жалған немес күмәнді тәсілдерді қолданғанда ешқашан сәтті жүзеге аспайды. PR-ды көлеңкелі істі қолдау үшін пайдалануға болмайды. Қоғам жағымды қабылдайтын, шынайы ақпаратқа негізделген PR әлеуметтік үйлесімділікті қалыптастыруға және дамытуға ықпал етуі

қажет. Барлық этикалық нормалар бірқатар элементтерден тұрады. Алдымен жалпы және өркениетті ортада адамның (оның мамандығына байланысты емес) өзін-өзі ұстау жағдайы. Сосын норма шеңберіне кәсіби принциптері мен стандарттары негізіндегі кәсіпкерлік этикасымен байланыстыруға болады.

PR маманы – шындыққа негізделген, шынайы ақпаратты халыққа жеткізуші. Пиар маманының мінез-құлқы мен әдебінің жоғары дәрежеде болу маңыздылығы оның атқаратын қызметі мен үнемі қоғаммен байланыста болуымен анықталады. PR маманының атқаратын функциялары: жазу машығы, шешендік өнер, БАҚ-пен қарым-қатынас және зерттеу жүргізіп, сараптама жасай алу [2]. Этикалық нормалар шеңберінде маркетингтік қарым-қатынас орнатып, тұтынушымен, мемлекетпен, қоғаммен, инвесторлармен кәсіби білікті қарым-қатынас жасауға бейімді болғаны жөн. PR-ға қатысты заңдарды ғана емес компанияның кәсіби саласына қатысты заңдар мен қызметкерлердің корпоративтік этикасы мен құқықтарын талдап, сараптай білсе, PR шараларды жүзеге асыруда туындыға жағдаяттардан шығу жолдарын кәсіби тұрғыда жоғары деңгейде шешілуіне құзыретті бола алады. PR маманы алға қойған мақсаттарды жүзеге асыруда PR шаралар идеяларының тың әрі тартымды болуы және оны ұйымдастырудағы нәтижелерге қол жеткізе алады. Медиамен жұмыс жасау барысында БАҚ-тың бағыты, аудиториясы, қамтитын тақырыптары мен саласын ескеріп, PR жоба мақсатына жетуде тиімділігін қарастыра білген жөн. PR – жобаларды жүзеге асыру үшін жобаның фирмалық стилі, яғни логотипі, папкалар, буклеттер әзірлеу, жобаны сүйемелдеумен айналысатын журналистер «командасын» дайындау, презентациялық акцияны әзірлеп, өткізу, соның ішінде баспасөз-конференциясы, мұнда мақсатты аудитория алдында жобаны «алға жылжыту» жұмыстары жүргізу, көрмеде ақпараттық модульді әзірлеу, журналистердің жобаға қатысты өңірлерге сапарын ұйымдастыру (баспасөз-туры), «дөңгелек үстел» форматындағы кездесу ұйымдастыру (мұнда жобаның негізгі мәселелері талқыланады, оған қызығушылық танытқан тараптар мен жобаның тікелей қатысушылары, сұрақтарға жауап берушілер келеді), жобаны жүзеге асыру үшін келісімге қол қою секілді нақты жұмыстарды ұйымдастыру әдістемесін меңгеру маңызды.

Қоғаммен байланыс саласы бойынша Халықаралық Ассоциацияның кәсіби мінез-құлық Кодексі 1961 жылы Венецияда Халық-

аралық ассоциацияның бас ассамблеясында қабылданған. Бұл кодекс ассоциацияның барлық мүшелеріне міндетті болып табылады. Аталған кодекс негізгі үш бағытқа негізделді. Бірінші, **жеке және кәсіби адалдық**. Жеке бастың адалдығын жоғары адамгершілік қағидалары мен жақсы беделді сақтау деп түсінуіміз керек. Кәсіби адалдыққа конституцияны, ережелерді дәл осы кодексті сақтау жатады. Екінші, **тұтынушылар мен қызметкерлермен қарым-қатынас**. Үшінші, **қоғаммен және БАҚ-пен байланыс**. IPRA мүшесі өзінің кәсіби қызметін қоғамның мүддесімен сәйкестендіріп және тұлғалардың мәртебесіне сыйластықпен қарай отырып жүргізуі керек [3].

Ресейде PR саласына қатысты тікелей заң жоқ. Бұл дегеніміз аталған сала қадағаланбайды

деген сөз емес. «Жарнама туралы», «Ақпарат, ақпараттандыру және ақпаратты қорғау» туралы заңдарды негізге алатын ресейлік PR қоғамдық пікірге ықпал ету үшін түрлі – БАҚ-қа ақпараттық хабарламалар жіберуден бастап, жекелеген тұлғаларды сендіріп, нандырып, сұқбаттасуға шақыру секілді шараларға еркін бара алады. Оларды ешқандай шектеу қойылмаған. Тек мамандардың шығармашылық ұсынысына байланысты. PR маманның негізгі қызмет алаңы – ақпарат. Ол елдің Ата заңы азаматтары мен заңды тұлғаларының «заңды жолмен ақпаратты еркін іздеуге, алуға, беруге, таратуға» [4] кепілдік береді.

Ресейде қазіргі этика нормалары шеңберінен шықпайтын PR мамандары да, этика мен құқықтық нормаларды белшесінен басып жүре беретіндері кездеседі.

Әдебиеттер

- 1 Аги У, Кэмерон, Олт и др. Самое главное в PR – «Питер», 2004.
- 2 Василенко, Пиар крупных российских корпораций. – М., 2002.
- 3 Меркулов Г. Правовое поле Publicrelations не пахано. – Советник, 2004.
- 4 Моисеев В.А. PR: теория и практика. «Питер», 2006.

References

- 1 Agha, Cameron, Ault and others., Samoa Main PR. – «Peter», 2004.
- 2 Vasilenko, PR krpwnix rossijskix Corporation. – M., 2002.
- 3 Merkulov G. legal field Publicrelations or paxano adviser, 2004.
- 4 Moiseyev V.A. PR: Theory and Practice. «Peter», 2006.