



ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС  
В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ

# ПРОЕКТ ЭТИЧЕСКОГО КОДЕКСА В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ

*Версия от 15 сентября 2014 года*

Контакты:

[press-secretary@fhv.ru](mailto:press-secretary@fhv.ru)

+ 7 (495) 937-31-31

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ .....	2
ДЕКЛАРАЦИЯ ЭТИЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ.....	3
ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ.....	4
1. Общие положения .....	4
2. Профессиональные принципы ведения бизнеса (стандарты делового поведения) .....	4
3. Принципы взаимоотношений между Участниками коммуникаций .....	5
4. Принципы взаимоотношений Участников коммуникаций со своими сотрудниками .....	6
5. Принципы взаимоотношений Участников коммуникаций со СМИ .....	6
6. Принципы этичных коммуникаций в социальных медиа .....	7
7. Принципы взаимоотношений Участников коммуникаций с органами государственной власти .....	8
8. Процедуры по вводу Кодекса .....	8
9. Разрешение споров и конфликтов, связанных с применением Кодекса .....	9
10. Заключительные положения .....	10
ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ .....	11

# ДЕКЛАРАЦИЯ ЭТИЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

## **Принимая настоящий Кодекс, Мы – участники коммуникаций:**

- I. Убеждены, что профессионалы, работающие в сфере коммуникаций, обязаны разделять этические принципы ведения коммуникаций*
- II. Согласны с тем, что одного соблюдения законов недостаточно для того, чтобы вести этические коммуникации*
- III. Осознаем, что соблюдение норм и деловой этики необходимо, но недостаточно для того чтобы быть этическим участником коммуникаций*
- IV. Уверены, что ни одна организация не может существовать в отрыве от общественных ценностей*
- V. Признаем, что этические коммуникации являются неотъемлемой частью культуры здорового общества*
- VI. Убеждены, что этические коммуникации основываются на профессионализме участников коммуникаций и их уважительном отношении друг к другу*
- VII. Утверждаем, что основная цель участников этических коммуникаций – принесение пользы для Общества*
- VIII. Принимаем как должное определенные ограничения, связанные с ведением этических коммуникаций*
- IX. Обязуемся при трактовке данного Кодекса следовать не только букве, но и духу его положений*
- X. Устанавливаем для себя высокие принципы и идеалы этического поведения в сфере коммуникаций*
- XI. Понимаем, что общество несовершенно, и готовы быть теми, кто задает тон и доказывает, что этичность и профессиональный успех совместимы*

# ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ

## **1. Общие положения**

- 1.1. Основной целью настоящего Этического кодекса (далее – «Кодекс») является содействие созданию в России цивилизованного сообщества профессионалов в сфере общественных связей и коммуникаций, а также способствование ведению этических коммуникаций.
- 1.2. Настоящий Кодекс распространяется на профессиональные организации, ассоциации, объединения, их членов, а также на других участников коммуникаций, признавших и ратифицировавших данный Кодекс (далее – «Участники коммуникаций»).
- 1.3. Профессиональная деятельность в области общественных связей и коммуникаций является общественно значимой, что подразумевает признание и принятие на себя Участниками коммуникаций обязательств действовать в общественных интересах. Участники коммуникаций осознают свою высокую социальную ответственность перед обществом, принимают и обязуются выполнять требования Кодекса.
- 1.4. Настоящий кодекс устанавливает положения, которых обязуются придерживаться Участники коммуникаций при ведении своей профессиональной деятельности.
- 1.5. Участники коммуникаций должны стремиться соблюдать правила добросовестной конкуренции при осуществлении своей деятельности и не причинять ущерб репутации, положению и экономическим интересам друг друга в результате ненадлежащего поведения, в том числе недобросовестных методов ведения бизнеса.

## **2. Профессиональные принципы ведения бизнеса (стандарты делового поведения)**

- 2.1. Основными принципами ведения бизнеса Участниками коммуникаций являются: профессиональная компетентность, честность, объективность, должная тщательность, конфиденциальность и профессиональность поведения.
- 2.2. Участники коммуникаций осуществляют свою профессиональную деятельность на основе:
  - 2.2.1. понимания своего гражданского и профессионального долга перед обществом, государством, гражданами и организациями;
  - 2.2.2. соблюдения взятых на себя обязательств и стремления к предоставлению услуг высокого качества;
  - 2.2.3. максимальной прозрачности своей профессиональной деятельности при абсолютной надежности в сохранении конфиденциальной информации и сведений, полученных от своих контрагентов и деловых партнеров;

- 2.2.4. укрепления взаимодействия в сфере профессиональных коммуникаций;
  - 2.2.5. признания равенства участников коммуникаций, уважения их прав и законных интересов;
  - 2.2.6. установления и развития международных профессиональных связей на основе взаимоуважения, взаимопомощи и взаимовыгодного сотрудничества;
  - 2.2.7. проявления должной осмотрительности при сотрудничестве с юридическими и физическими лицами на предмет их деловой репутации.
- 2.3. В своей деятельности Участники коммуникаций исключают:
- 2.3.1. нарушение действующего законодательства, норм деловой этики и обычаев делового оборота;
  - 2.3.2. ущемление чьих-либо прав, законных интересов и достоинства;
  - 2.3.3. участие в незаконных и (или) безнравственных акциях, в социально опасных проектах и программах;
  - 2.3.4. распространение или угрозу распространения сведений, не соответствующих действительности (лживую и недостоверную информацию) и порочащих деловую репутацию других участников коммуникаций, контрагентов и деловых партнеров;
  - 2.3.5. применение или угрозу применения насилия и иных незаконных и (или) безнравственных способов ведения бизнеса или разрешения конфликтов;
  - 2.3.6. нарушение антикоррупционного законодательства Российской Федерации, основными требованиями которого являются запрет дачи взяток, запрет получения взяток, запрет коммерческого подкупа и запрет посредничества во взяточничестве. Участники коммуникаций, их аффилированные лица, работники или посредники не выплачивают, не предлагают выплатить и не разрешают выплаты каких-либо денежных средств или ценностей, прямо или косвенно, любым лицам, для оказания влияния на действия или решения этих лиц с целью получить какие-либо неправомерные преимущества или иные неправомерные цели;
  - 2.3.7. распространение и передача в любом виде третьим лицам конфиденциальной информации;
  - 2.3.8. использование незаконных и (или) безнравственных методов ведения конкурентной борьбы.

### **3. Принципы взаимоотношений между Участниками коммуникаций**

- 3.1. Взаимодействие и общение между Участниками коммуникаций должно строиться на принципах вежливости, доверия и взаимного уважения как в устных и письменных коммуникациях, так и в электронных коммуникациях, СМИ и Интернете.

- 3.2. Участники коммуникаций обязуются не размещать, не публиковать в общедоступных источниках и не доводить до сведения третьих лиц любую информацию, порочащую честь, достоинство и деловую репутацию других Участников коммуникаций (если эта информация не соответствует действительности, не проверена и не подтверждена), их должностных лиц и сотрудников, а также недостоверную и заведомо ложную информацию.
- 3.3. Участники коммуникаций обязуются не предпринимать действий, направленных на присвоение и дальнейшее распространение интеллектуальной собственности других Участников коммуникаций, даже если такие объекты находятся в публичном доступе.
- 3.4. Участники коммуникаций должны способствовать и принимать участие в инициативах, направленных на формирование высокопрофессиональной индустрии этических коммуникаций в России, повышение профессионального уровня специалистов в области коммуникаций, качества и эффективности коммуникационных кампаний.
- 3.5. При проведении тендеров, аукционов, торгов и использовании иных способов выбора своих контрагентов и бизнес партнеров обязуются обеспечить их выбор на условиях честной и здоровой конкуренции, соблюдения законодательства, принципов и положений настоящего Кодекса.

#### **4. Принципы взаимоотношений Участников коммуникаций со своими сотрудниками**

Участники коммуникаций в отношениях со своими сотрудниками считают себя обязанными:

- 4.1. исключить любые проявления дискриминации по политическим, религиозным, национальным, гендерным и другим подобным мотивам при решении вопросов о приеме на работу, оплате труда и продвижении по службе;
- 4.2. уважать конституционные права и свободы своих сотрудников;
- 4.3. исключить сексуальные домогательства, любые иные притеснения, связанные с нарушением охраняемых законом интересов работников;
- 4.4. не воздействовать на своих работников с целью побуждения их к нарушению законодательства, общепринятых этических норм и делового этикета, пренебрежительному отношению к принципам и положениям настоящего Кодекса.

#### **5. Принципы взаимоотношений Участников коммуникаций со СМИ**

Участники коммуникаций в отношениях со СМИ считают себя обязанными:

- 5.1. строить свои отношения со СМИ на принципах вежливости, доверия и взаимного уважения;

- 5.2. соблюдать законы Российской Федерации о средствах массовой информации и рекламе, в том числе не инициировать размещение публикаций без пометки «реклама» в установленных законом случаях;
- 5.3. в каждом случае, при любых обстоятельствах и условиях предоставлять СМИ всестороннюю, объективную и исключительно правдивую информацию;
- 5.4. преднамеренно не публиковать, не размещать, иным образом не доносить до сведения третьих лиц посредством СМИ и других источников ложную или вводящую в заблуждение информацию;
- 5.5. не инициировать публикации под вымышленными и чужими именами, за исключением вымышленных персонажей, чья нереальность изначально очевидна всем участникам коммуникаций;
- 5.6. в каждом случае, при любых обстоятельствах и условиях действовать от своего имени, даже прибегая к услугам посредников и специализированных компаний, то есть не распространять анонимную информацию;
- 5.7. не заниматься какой-либо деятельностью, имеющей цель нанесения ущерба репутации СМИ, за исключением случаев защиты своих гражданских прав, деловой репутации, чести и достоинства своих сотрудников и клиентов;
- 5.8. не выплачивать, не предлагать выплатить и не разрешать выплаты каких-либо денежных средств или ценностей, прямо или косвенно, любым лицам, для оказания влияния на действия или решения этих лиц с целью получить какие-либо неправомерные преимущества.

## **6. Принципы этических коммуникаций в социальных медиа**

Участники коммуникаций в социальных медиа считают себя обязанными:

- 6.1. строить свои отношения со СМИ на принципах вежливости, доверия и взаимного уважения;
- 6.2. соблюдать законы Российской Федерации о соответствующих видах деятельности при проведении конкурсов, рекламных акций, розыгрышей призов и осуществлении других маркетинговых активностей;
- 6.3. при осуществлении коммуникаций в социальных медиа следовать их правилам и регламентам;
- 6.4. рассматривать создаваемые страницы и группы в социальных сетях как официальные площадки коммуникаций с целевой аудиторией;
- 6.5. не вводить в заблуждение любых третьих лиц в социальных медиа путем использования анонимных агентов влияния, действующих в интересах Участника коммуникаций;
- 6.6. не использовать в социальных медиа без необходимого разрешения продукты интеллектуальной собственности третьих лиц и их частную информацию;

- 6.7. не регистрировать и не вести аккаунты под вымышленными и чужими именами, за исключением вымышленных персонажей, чья нереальность изначально очевидна всем участникам коммуникаций;
- 6.8. не распространять в социальных сетях заведомо ложную или порочащую информацию;
- 6.9. уважительно относиться к собеседникам, читателям, конкурирующим организациям, любым группам лиц и сообществам;
- 6.10. корректно использовать русский и другие языки при осуществлении коммуникаций
- 6.11. не размещать публикации, содержащие рекламные материалы без пометки «реклама».

## **7. Принципы взаимоотношений Участников коммуникаций с органами государственной власти**

Участники коммуникаций считают себя обязанными:

- 7.1. строить свои взаимоотношения с органами государственной власти на принципах вежливости, доверия и взаимного уважения, соблюдать законодательство Российской Федерации и общепринятые этические нормы;
- 7.2. при взаимодействии с органами государственной власти всемерно противодействовать коррупции, в том числе внедрить на уровне своей корпоративной культуры и локальных нормативных актов полный запрет дачи взяток, запрет получения взяток, запрет коммерческого подкупа и запрет посредничества во взяточничестве;
- 7.3. при взаимодействии с органами государственной власти не выплачивать, не предлагать выплатить и не разрешать выплаты каких-либо денежных средств или ценностей, прямо или косвенно, любым лицам, для оказания влияния на действия или решения этих лиц с целью получить какие-либо неправомерные преимущества или иные неправомерные цели. Участники коммуникаций, их аффилированные лица, работники или посредники не должны осуществлять действия, квалифицируемые применимым российским законодательством, как дача / получение взятки, коммерческий подкуп, а также действия, нарушающие требования российского законодательства и международных актов о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем;
- 7.4. не осуществлять любые действия, преследующие антиобщественные цели, наносящие угрозу социальному и нравственному благополучию общества, способствующие терроризму, экстремизму, разжиганию национальной розни, вражды и ненависти.

## **8. Процедуры по вводу Кодекса**

- 8.1. Признание и ратификация настоящего Кодекса осуществляется путем его физического подписания исполнительным органом (руководителем), либо иным уполномоченным лицом профессиональной ассоциации и/или объединения.
- 8.2. Признание Кодекса членами каждой из профессиональной ассоциации и/или объединения осуществляется путем трехстороннего подписания сертификата,



подтверждающего, что указанный член принимает данный Кодекс и согласен с его требованиями, положениями и принципами. Сертификат подписывается с одной стороны: исполнительным органом (руководителем), либо иным уполномоченным лицом профессиональной ассоциации и/или объединения; со второй стороны: исполнительным органом (руководителем), либо иным уполномоченным лицом Комиссии по вопросам профессиональной этики; с третьей стороны: исполнительным органом (руководителем), либо иным уполномоченным лицом члена профессиональной ассоциации и/или объединения.

- 8.3. Сертификат подписывается в двух экземплярах, один экземпляр передается члену профессиональной ассоциации и/или объединения, признавшему Кодекс и согласному с его требованиями, положениями и принципами, второй экземпляр передается на хранение в Комиссию по вопросам профессиональной этики. Комиссия по вопросам профессиональной этики ведет реестр выданных сертификатов, каждый из сертификатов имеет свой уникальный порядковый номер.
- 8.4. Участники коммуникаций считают себя обязанными:
  - 8.4.1. Прилагать усилия для продвижения Кодекса с целью его правильного понимания и применения среди других Участников коммуникаций;
  - 8.4.2. Содействовать внедрению положений и условий настоящего Кодекса в корпоративную культуру и локально-нормативные акты Участников коммуникаций;
  - 8.4.3. Проводить мониторинг и осуществлять контроль за соблюдением положений настоящего Кодекса Участниками коммуникаций;
  - 8.4.4. Содействовать дальнейшему развитию норм Кодекса, в том числе предоставлять предложения по его актуализации, дополнению и изменению соответствующих требований.

## **9. Разрешение споров и конфликтов, связанных с применением Кодекса**

- 9.1. Любые споры и конфликты, связанные с должным применением Участниками коммуникаций положений настоящего Кодекса подлежат разрешению Комиссией по вопросам профессиональной этики.
- 9.2. Любой Участник коммуникаций, являющийся членом профессиональной ассоциации и/или объединения, признавшей и ратифицировавшей указанный Кодекс, вправе, в случае выявления нарушений Участниками коммуникаций принципов и положений Кодекса, возникновения спора или конфликтной ситуации, связанных с применением Кодекса, инициировать созыв Комиссии по вопросам профессиональной этики.
- 9.3. Заседание Комиссии по вопросам профессиональной этики проводится исключительно в очной форме.
- 9.4. По результатам заседания Комиссия по вопросам профессиональной этики принимает решение по рассмотрению и разрешению конфликтной ситуации и спора, связанных с

должным применением настоящего Кодекса. Решение по повестке дня заседания Комиссии по вопросам профессиональной этики принимается простым большинством голосов.

- 9.5. Решение Комиссии по вопросам профессиональной этики по рассмотрению и разрешению конфликтной ситуации и спора носят рекомендательный характер. Решение Комиссии по вопросам профессиональной этики может быть опубликовано любой из профессиональных ассоциаций и/или объединений, признавшей и ратифицировавшей Кодекс, на их официальных сетевых ресурсах.
- 9.6. Решение Комиссии по вопросам профессиональной этики может являться основанием для исключения соответствующего участника коммуникаций из профессиональной ассоциации и/или объединения, членом которой он является. Исключение соответствующего участника коммуникаций из профессиональной ассоциации и/или объединения осуществляется в соответствии с решением, порядком и регламентами, действующими в соответствующей ассоциации и/или объединении, признавшей и ратифицировавшей Кодекс.

## **10. Заключительные положения**

- 10.1. Положения Кодекса являются базовыми, поскольку не представляется возможным установить этические требования, распространяющиеся на все ситуации и обстоятельства, с которыми могут столкнуться Участники коммуникаций в ходе осуществления ими профессиональной деятельности.
- 10.2. Репутация и будущие успехи Участников коммуникаций зависят не только от требований законодательства, но и выполнения высоких этических стандартов. Настоящий кодекс является свидетельством приверженности Участников коммуникаций принципам цивилизованных и этичных коммуникаций и ведения профессиональной деятельности.
- 10.3. Участники коммуникаций безусловно признают и обязуются в ходе профессиональной деятельности придерживаться положений настоящего Кодекса.
- 10.4. Настоящий кодекс может пересматриваться и совершенствоваться.
- 10.5. С электронной версией настоящего Кодекса можно ознакомиться в Интернете на сайтах [www.prcoe.ru](http://www.prcoe.ru), [www.prcodeofethics.ru](http://www.prcodeofethics.ru).
- 10.6. Настоящая редакция Кодекса вступает в силу с момента его утверждения.
- 10.7. Настоящий кодекс будет опубликован в периодической прессе после подписания.

# ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

**Анонимный агент влияния** – лицо, систематически в корыстных целях действующее в интересах и по заданию другого лица, скрывающее свою истинную личность, интересы и намерения.

**Безнравственный** – нарушающий принципы нравственности, морали; противоречащий правилам морали.

**Незаконный** – нарушающий закон, права.

**Коммуникации** – профессиональная сфера деятельности, связанная с созданием, обменом, размещением и распространением информации посредством различных каналов и инструментов.

**Общественные ценности** – объекты, явления, их свойства, а также абстрактные идеи, воплощающие в себе общественные идеалы и выступающие как эталоны должного.

**Обычаи делового оборота** – сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе.

**Социально опасный** – опасный для общества, вредный в социальном отношении.

**Участники коммуникаций** –

- коммерческие организации – профессиональные участники коммуникаций;
- коммерческие организации, имеющие в своем составе подразделения, обеспечивающие коммуникации;
- органы государственной власти и некоммерческие организации (ассоциации, объединения, фонды), осуществляющие профессиональную деятельность и участвующие в коммуникациях;
- индивидуальные предприниматели и физические лица, осуществляющие профессиональную деятельность и участвующие в коммуникациях.

**Этичный** – соответствующий правилам этики и моральным принципам.