

ეთიკა და მისი ამაღლების მნიშვნელობა საზოგადოებრივ
ურთიერთობებში

ანა დარჯანია

გვანცა გიგაური

თამარ ხუნდაძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად*

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო პროგრამა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

განაცხადი

“ვაცხადებ, რომ ნაშრომი „ეთიკა და მისი ამაღლების მნიშვნელობა საზოგადოებრივ ურთიერთობებში“ წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც არ არის ნაშრომში მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად”.

ანა დარჯანია

გვანცა გიგაური

თამარ ხუნდაძე

15/06/2022

აბსტრაქტი

წინამდებარე ნაშრომი შეეხება ეთიკისა და მისი მნიშვნელობის ამაღლების საჭიროებებს საზოგადოებრივ ურთიერთობებში. განხილულია თუ რა გავლენას ახდენს პიარის ეთიკა კომპანიის, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტის თუ ზოგადად ამ სფეროს იმიჯზე, ასევე პიარ ეთიკის მიმართ სფეროს წარმომადგენლების დამოკიდებულება. საკითხის აქტუალობის განსაზღვრის მიზნით საკითხები დამუშავებულია საერთაშორისო წყაროებზე დაყრდნობით. განხილულია, როგორც ლოკალური ასევე საერთაშორისო ორგანიზაციების მაგალითები, პრაქტიკები და გამოცდილებები, შეფასებულია ეთიკის განვითარების ეტაპები მათს სამუშაო გარემოში. ვენისა და ათენის კოდექსების მიხედვით, გაანალიზებულია საქართველოში არსებული მდგომარეობა ეთიკის მიმართულებით. ნაშრომში იხილავთ ცნობებს ეთიკის პირამიდისა და პიარში მისი პრაქტიკულად გამოყენების შესახებ.

საკვლევი თემიდან გამომდინარე, გვსურდა შეგვესწავლა თუ რა გავლენას ახდენს ეთიკის სტანდარტები სამიზნე ჯგუფებთან ურთიერთობაზე და როგორ განსაზღვრავს იგი კომპანიებისა და ზოგადად საზოგადოებრივი ურთიერთობების სფეროს იმიჯის.

მუშაობის პროცესში ნაშრომის მიზნიდან გამომდინარე, ჩავატარეთ კვლევა, რათა შეგვესწავლა 50-მდე კერძო თუ საჯარო დაწესებულებებში, ბიზნესსა და სხვა სამიზნე სეგმენტებში არსებული ეთიკის ნორმები და მისი მნიშვნელობა. ასევე გვსურდა განგვესაზღვრა საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯერების თეორიული ცოდნა საკითხთან დაკავშირებით და დაგვედგინა იყენებენ თუ არა ისინი პიარ ეთიკის სტანდარტებს სამუშაო პროცესში.

შედეგების გაანალიზების მიხედვით, დადგინდა, რომ კომპანიები საქართველოში აწყდებიან ეთიკურ ხარვეზებს, მათ არ აქვთ თეორიული ცოდნა პიარ ეთიკის შესახებ და პრაქტიკაშიც არ არის დანერგილი.

საძიებო სიტყვები: ეთიკა, ეთიკის კოდექსი, ეთიკური ნორმები, ეთიკა და პიარი, ეთიკის გავლენა მომხმარებლებთან ურთიერთობის დროს, ეთიკის პირამიდა.

Abstract

The present paper addresses the need to increase ethics and its importance in public relations. The role of PR ethics in determining a company's image, public relations specialists' or the field's image in general, as well as the representatives of the field's stance on the topic of PR ethics. To determine the urgency of a problem, it is discussed using worldwide sources. We analyzed examples, practices, and experiences of both local and international organizations. We assessed the stages of PR ethic development in their environment. The current situation in Georgia in terms of ethics is examined using the Vienna and Athens Codes. The pyramid of ethics and its practical application in the public relations are discussed in the article.

We wanted to know how ethical standards affect customer relationships and how they define the image of firms and the profession of public relations in general based on the research topic. We conducted a study to investigate the present status of ethical norms in up to 50 commercial and governmental organizations, businesses, and other target sectors for the purpose of the paper, in order to determine the theoretical understanding of public relations managers on the subject and its implementation.

After analyzing the data, a clear picture of the country's situation emerged. What kinds of ethical issues does the company have in its operations, and how do the company's public relations managers view the relevance of ethical standards.

According to the findings, companies in Georgia have ethical issues, lack theoretical knowledge of PR ethics, and do not put it into practice.

Keywords: Ethics, Code of Ethics, Ethical Norms, Ethics and PR, Impact of Ethics in Costumer Relationships, Pyramid of Ethics.

მადლობა

მადლობა კვლევაში ჩართულ სამოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტებს, რესპოდენტებს, რომლებმაც მონაწილეობა მიიღეს კითხვარის შევსებაში. ასევე განსაკუთრებული მადლობა სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელს, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორ თორნიკე გურულს.