

# **EUROPEJSKI KODEKS POSTĘPOWANIA ZAWODOWEGO PUBLIC RELATIONS**

przyjęty 16 kwietnia 1978 roku podczas zgromadzenia ogólnego International Committee of Public Relations Consultancies Association w Lizbonie, poprawiony przez zgromadzenie ogólne w Lizbonie 13 maja 1989 roku

## **Rozdział 1**

Kryteria i standardy zawodowe dotyczące pracowników public relations zobowiązujących się do przestrzegania niniejszego Kodeksu

1. Każdy członek krajowego stowarzyszenia public relations, przyjęty do danego stowarzyszenia na mocy obowiązujących w nim zasad, uważany jest przez niniejszy Kodeks za pracownika public relations i jako taki podlega jego postanowieniom.

## **Rozdział 2**

Ogólne zobowiązania zawodowe

2. W ramach wypełniania obowiązków zawodowych pracownik public relations zobowiązuje się do przestrzegania zasad zawartych w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, w szczególności zasad wolności wypowiedzi i wolności prasy, wynikających z praw jednostki do informacji. Pracownik public relations zobowiązuje się także do działania zgodnego z interesem publicznym, nie szkodzącego godności i czci osoby ludzkiej.

3. W trakcie wypełniania obowiązków zawodowych pracownika public relations muszą cechować uczciwość, rzetelność intelektualna i lojalność. W szczególności zobowiązuje się go do nie- wykorzystywania komentarzy czy informacji, które zgodnie z jego wiedzą i doświadczeniem, są nieprawdziwe lub mogą wprowadzić odbiorcę w błąd. W tym samym duchu zobowiązuje się go do unikania stosowania, nawet przypadkowego, metod pracy sprzecznych z niniejszym Kodeksem.

4. Działania pracownika public relations muszą być otwarte i w sposób oczywisty identyfikowalne oraz nie budzić wątpliwości co do swego charakteru. Nie mogą one pod żadnym pozorem wprowadzać w błąd osób trzecich

5. W kontaktach z przedstawicielami innych zawodów oraz innych dziedzin komunikacji społecznej pracownika public relations obowiązuje przestrzeganie zasad i praktyk odpowiednich dla tych zawodów, jeśli są one zgodne z jego własną etyką zawodową. Pracownik public relations musi respektować zarówno kodeks postępowania zawodowego rodzimego stowarzyszenia public relations, jak też prawa obowiązujące w kraju, w którym w danym momencie wykonuje swoje zawodowe obowiązki. Pracownik public relations zobowiązany jest do powstrzymania się od reklamowania własnej osoby podczas pełnienia obowiązków zawodowych.

## **Rozdział 3**

Szczegółowe zobowiązania zawodowe

**WOBEC KLIENTÓW BĄDŹ PRACOWNIKÓW**

6. Pracownik public relations nie może reprezentować sprzecznych bądź konkurencyjnych interesów, chyba że zainteresowane strony - klienci lub pracodawcy - wyrażą na to zgodę.

7. W ramach wykonywania swoich obowiązków pracownik public relations jest zobowiązany do zachowania dyskrecji. Winien skrupulatnie przestrzegać tajemnicy zawodowej, w szczególności zaś nie wolno mu ujawniać żadnych poufnych informacji uzyskanych od swoich klientów lub pracodawców, byłych, obecnych lub potencjalnych, bądź też wykorzystywać takich informacji bez wyraźnego upoważnienia z ich strony.

8. Pracownik public relations, którego interesy są sprzeczne z interesami klienta lub pracodawcy, zobowiązany jest do bezzwłocznego ujawnienia tego faktu.

9. Pracownikowi public relations nie wolno polecać swojemu klientowi lub pracodawcy usług jakiegokolwiek organizacji, z którą jest związany interesem finansowym, komercyjnym lub innym, bez uprzedniego ujawnienia takiego faktu.

10. Pracownik public relations nie może zawierać z klientami lub pracodawcami umów, w których gwarantowałby osiągnięcie rezultatu uzależnionego od autonomicznych decyzji innych podmiotów.

11. Pracownik public relations może przyjmować wynagrodzenie za swoje usługi tylko w formie stałej pensji lub honorariów. W żadnym razie nie wolno mu przyjmować korzyści finansowych bądź rzeczowych uzależnionych od osiągnięcia efektów, na które będą miały wpływ decyzje innych podmiotów.

12. Pracownik public relations nie może przyjmować za swoje usługi wobec klienta czy pracodawcy żadnych korzyści finansowych od osób trzecich w formie bonifikat, prowizji lub wynagrodzenia w naturze bez zgody swojego klienta lub pracodawcy.

13. W przypadku gdyby wykonywanie obowiązków public relations mogło pociągnąć za sobą poważne naruszenie etyki zawodowej lub prowadziło do zachowań sprzecznych z niniejszym Kodeksem, pracownik public relations musi niezwłocznie podjąć działania zmierzające do poinformowania o tym swojego klienta lub pracodawcy. Pracownik public relations powinien następnie dołożyć starań, aby jego klient czy pracodawca działał zgodnie z niniejszym Kodeksem. Gdyby starania takie nie przyniosły żadnych skutków, pracownika public relations mimo to obowiązuje stosowanie się do postanowień Kodeksu bez względu na konsekwencje.

## WOBEC OPINII PUBLICZNEJ I MEDIÓW

14. Duch niniejszego Kodeksu i zasady zawarte w poprzednich punktach, w szczególności w punktach 2, 3, 4 i 5, implikują prawo pracownika public relations do uzyskiwania informacji i do dalszego ich rozpowszechniania, pod warunkiem że zachowa tajemnicę zawodową. Niniejszy Kodeks implikuje także poszanowanie praw i niezależności mediów.

15. Zabronione są jakiegokolwiek próby wprowadzenia w błąd opinii publicznej bądź jej przedstawicieli. Informacje muszą być przekazywane środkom masowego przekazu bezpłatnie i bez ukrytych korzyści majątkowych lub osobistych.

16. W wypadku gdyby konieczne stało się utrzymanie inicjatywy i kontroli rozpowszechniania informacji, pracownik public relations może, nie naruszając zasad

niniejszego Kodeksu, wykupić miejsce lub czas antenowy zgodnie z obowiązującymi prawem i praktyką odnoszącymi się do danej dziedziny.

#### WOBEC INNYCH PRACOWNIKÓW PUBLIC RELATIONS

17. Pracownik public relations nie może nieuczciwie konkurować z innymi pracownikami public relations. Nie wolno mu podejmować działań, które mogłyby szkodzić reputacji bądź interesom innego pracownika public relations, zgodnie z punktem 19b niniejszego Kodeksu.

#### WOBEC WŁASNEJ PROFESJI

18. Pracownik public relations powinien powstrzymać się od wszelkich działań, które mogłyby szkodzić reputacji jego własnej profesji. W szczególności nie wolno mu działać na szkodę rodzimego stowarzyszenia public relations, jego efektywnej pracy czy dobrego imienia poprzez złośliwe ataki bądź nieprzestrzeganie kodeksu czy regulaminu stowarzyszenia.

19. Za reputację zawodową odpowiedzialny jest każdy pracownik public relations. Ma on obowiązek nie tylko przestrzegać zasad niniejszego Kodeksu, ale także:

- a. upowszechniać treści Kodeksu w szerokich kręgach odbiorców;
- b. informować kompetentne władze dyscyplinarne o jakimkolwiek zauważonym przez siebie naruszeniu czy podejrzeniu naruszenia zasad Kodeksu;
- c. podejmować działania, które zapewniałyby wprowadzanie w życie postanowień przyjętych przez te władze oraz egzekwowanie nałożonych przez nie sankcji.