

MIĘDZYNARODOWY KODEKS ETYKI PUBLIC RELATIONS

przyjęty 11 maja 1965 roku podczas zgromadzenia ogólnego Centre Europeen des Relations Publiques (CERP) w Atenach

Świadomi faktu, iż wszystkie kraje członkowskie Organizacji Narodów Zjednoczonych zobowiązały się przestrzegać Karty ONZ, która potwierdza "wiarę w podstawowe prawa człowieka, w godność i wartość osoby ludzkiej", oraz tego, że szanując własny zawód, pracownicy public relations zobowiązują się uznawać zasady, o których mowa jest w Karcie ONZ, i przestrzegać ich, świadomi faktu, iż oprócz praw, osoba ludzka ma nie tylko fizyczne czy materialne potrzeby, ale także potrzeby natury intelektualnej, moralnej i społecznej, i że prawa człowieka przynoszą jednostkom korzyść tylko wtedy, gdy potrzeby te są w podstawowym stopniu zaspokojone, świadomi faktu, iż w ramach wykonywania obowiązków zawodowych i w zależności od tego, jak obowiązki te są spełniane, pracownicy public relations w sposób znaczący mogą przyczynić się do zaspokojenia potrzeb intelektualnych, moralnych i społecznych, świadomi również faktu, iż wykorzystanie technik umożliwiających jednoczesne dotarcie do milionów ludzi daje pracownikom public relations możliwości, które winny być ograniczone ścisłym przestrzeganiem kodeksu moralnego, niżej podpisani członkowie stowarzyszeń public relations deklarują niniejszym, iż akceptują jako swój kodeks moralny zasady poniższego Kodeksu Etyki. Jednocześnie zobowiązują się do tego, że gdyby w świetle dowodów dostarczonych Radzie okazało się, że którykolwiek z członków poniższych stowarzyszeń złamał zasady Kodeksu w trakcie wykonywania obowiązków zawodowych, będzie on uznany za winnego poważnych naruszeń i zostanie odpowiednio ukarany.

W związku z powyższym, każdy z członków stowarzyszeń public relations, będących sygnatariuszami Kodeksu Etyki, dołoży wszelkich starań w celu:

1. Wspierania działań na rzecz osiągnięcia warunków moralnych i kulturalnych umożliwiających osobie ludzkiej pełny rozwój oraz wykorzystanie jej niezbywalnych praw, określonych przez Powszechną Deklarację Praw Człowieka;
2. Ustanowienia dróg i sposobów komunikacji, które poprzez zabezpieczenie swobodnego przepływu informacji, pozwolą każdemu członkowi danej społeczności czuć się należycie poinformowanym oraz dadzą mu poczucie własnego zaangażowania, odpowiedzialności i solidarności z innymi członkami tejże społeczności;
3. Respektowania w trakcie wykonywania obowiązków zawodowych zasad moralnych wynikających z Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka;
4. Poszanowania i stania na straży godności ludzkiej oraz uznawania prawa każdej jednostki do własnego osądu;
5. Tworzenia moralnych, psychicznych i intelektualnych warunków do prawdziwego dialogu oraz uznania prawa zainteresowanych stron do wyrażania własnych opinii;
6. Ugruntowania świadomości każdego członka stowarzyszenia, iż ze względu na wykonywany zawód, jego zachowanie, także prywatne, ma wpływ na odbiór całej profesji przez opinię publiczną;

7. Nakłaniania go tego, aby zawsze i w każdych okolicznościach zachowywał się tak, aby zasłużyć na zaufanie osób, z którymi się styka. Pracownicy public relations zobowiązują się do:

8. Działania, niezależnie od okoliczności, w sposób, dzięki któremu reprezentowane byłyby interesy wszystkich zainteresowanych stron, zarówno interesy pracodawcy, jak i interesy klientów i adresatów działań;

9. Uczciwego wykonywania swoich obowiązków, bycia lojalnym wobec swoich klientów i pracodawców, zarówno byłych, jak i obecnych, unikania języka, który mógłby prowadzić do dwuznaczności bądź nieporozumień.

Pracownicy public relations powstrzymają się od:

10. Podporządkowywania prawdy jakimkolwiek innym wymogom;

11. Rozpowszechniania informacji, które, zgodnie z ich wiedzą i doświadczeniem, nie są oparte na sprawdzonych czy sprawdzalnych faktach;

12. Brania udziału w przedsięwzięciach, które byłyby nieetyczne i przynosiłyby szkodę ludzkiej czci i godności;

13. Wykorzystywania technik i metod manipulacji mających na celu wywołanie podświadomych zachowań, których jednostka nie jest w stanie sama kontrolować, a zatem nie może ponosić za nie odpowiedzialności.