



## Kodeks Wenecki

**Kodeks Wenecki przyjęty w 1961 roku precyzuje zobowiązania etycznego postępowania praktyków public relations na całym świecie.**

### **A. Uczciwość Osobista i Zawodowa**

1. Przez uczciwość osobistą rozumie się utrzymanie zarówno wysokich standardów moralnych, jak i reputację. Natomiast przez uczciwość zawodową rozumie się przestrzeganie zasad Konstytucji, a w szczególności Kodeksu w brzmieniu przyjętym przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Public Relations (IPRA).

### **B. Postępowanie względem Klientów i Pracodawców**

2. Członek ma obowiązek uczciwego postępowania względem klientów lub pracodawców, zarówno byłych, jak i obecnych.
3. Członek nie reprezentuje sprzecznych lub konkurencyjnych interesów bez wyrażenia zgody przez zainteresowanych.
4. Członek chroni tajemnice zarówno obecnych, jak i byłych klientów lub pracodawców.
5. Członek nie używa metod poniżających klienta lub pracodawcę innego członka.
6. Wykonując usługi dla klienta lub pracodawcy członek nie przyjmuje honorariów, prowizji ani innych wartościowych form uznania w związku z usługami zleconymi przez kogokolwiek innego niż jego klienta lub pracodawcę bez wyrażenia zgody klienta lub pracodawcy, danego po całkowitym ujawnieniu faktów.
7. Członek nie proponuje przyszłemu klientowi uwarunkowania honorarium lub innego wynagrodzenia od osiągnięć konkretnych rezultatów; nie podpisuje również żadnych umów o wynagrodzenie za efekty.

### **C. Postępowanie względem Otoczenia i Mediów**

8. Członek prowadzi działalność zawodową z poszanowaniem interesu społecznego i godności osobistej.
9. Członek nie angażuje się w praktyki, które zmierzają do korumpowania uczciwości kanałów komunikowania społecznego.
10. Członek nie rozpowszechnia świadomie fałszywych ani wprowadzających w błąd informacji.
11. Członek przy każdej okazji stara się wiernie reprezentować obsługiwaną organizację.
12. Członek nie tworzy organizacji mającej na pozór obsługiwać deklarowany cel, a w rzeczywistości nieujawniony specjalny lub osobisty interes członka, jego klienta lub pracodawcy, jak i nie wykorzystuje w tym celu istniejących

organizacji.

#### **D. Postępowanie względem Współpracowników**

- 13.** Członek nie szkodzi świadomie reputacji zawodowej ani praktyce innego członka. Jeżeli jednak dysponuje dowodami na nieetyczne, bezprawne lub nieuczciwe postępowanie innego członka, w tym naruszające niniejszy Kodeks, powinien poinformować o nich Radę Międzynarodowego Stowarzyszenia Public Relations (IPRA).
- 14.** Członek nie dąży w sposób świadomy do wypierania innego członka we współpracy z jego klientem lub pracodawcą.
- 15.** Członek współpracuje z innymi członkami w przestrzeganiu i wprowadzaniu niniejszego Kodeksu.

Źródło:

*Olędzki J., Etyka w polskim Public Relations. Refleksje badawcze, Warszawa 2009, s.186-187, tekst org. za ipra.com, tłum. Łukasz Przybysz.*