



## **Polska Karta Przejrzystości Relacji**

Karta ta nie stanowi zbioru zasad postępowania w każdej sytuacji ale mówi o pewnych wartościach i zasadach podstawowych, a przez to ogólnych. Chcemy, żeby komunikowała ważność zachowania etycznego, ważność pewnych wartości, jak prawość, godność, zaufanie, uczciwość i otwartość we wzajemnych relacjach. Dlaczego media i agencje public relations powinny wspólnie przyjąć Kartę Przejrzystości Relacji? Po pierwsze, Karta mówi pracownikom, że nasze organizacje i firmy traktują na tyle poważnie swoje wartości i standardy postępowania, by publicznie o nich świadczyć. Po drugie, mówi klientom, czytelnikom i wszystkim zainteresowanym, czego mogą oczekiwać od współpracy z naszymi organizacjami. Karta mówi wprost: "To są moje relacje z Tobą."

Karta Przejrzystości zgodna jest z Kodeksem Etyki Polskiego Stowarzyszenia Public Relations, który aprobować i stosować musi każdy członek PSPR. Wierzymy, że media, klienci i wszyscy zainteresowani przyjmą Kartę tak, jak uczyniło to PSPR. Członkowie Stowarzyszenia oczekują, że dziennikarze i inni dostawcy materiałów redakcyjnych przestrzegać będą następujących zasad:

### **Materiał redakcyjny**

Materiał redakcyjny ukazuje się w wyniku redakcyjnej oceny zaangażowanych w to dziennikarzy, a nie w wyniku płatności w gotówce lub w naturze przez zainteresowanych lub w wyniku transakcji barterowej (kompensaty) z zainteresowanymi stronami.

### **Identyfikacja**

Materiał, który ukazuje się w wyniku bezpośredniej lub pośredniej płatności w gotówce lub w naturze lub w wyniku transakcji barterowej ma zostać wyraźnie zidentyfikowany jako materiał reklamowy lub jako płatny materiał promocyjny.

### **Intencje**

Dziennikarz nie może w jakikolwiek sposób sugerować, że publikacja materiału redakcyjnego może zależeć od czegokolwiek innego niż jego wartość dziennikarska.

### **Udostępnianie próbek**

Możliwe jest przekazywanie, użyczanie lub udostępnianie próbek produktów lub usług dziennikarzom - wówczas gdy do relacji dziennikarskiej niezbędne jest przetestowanie, używanie, zapoznanie się, spróbowanie danego produktu lub usługi dla obiektywnej opinii o danym produkcie lub usłudze. Czas niezbędny do próbowania powinien zostać z góry ustalony a wszelkie użyczone produkty powinny zostać zwrócone a usług zaprzestane po zakończeniu próby.

### **Sformułowanie polityki**

Media powinny przygotować dokument formułujący politykę przyjmowania upominków bądź otrzymywania produktów lub usług po obniżonych cenach przez dziennikarzy i innych pracowników mediów. Od dziennikarzy i innych pracowników mediów powinno się wymagać, aby zapoznali się i przyjęli tą politykę. Dokument dotyczący polityki w tym zakresie powinien zostać udostępniony kontroli publicznej.

#### Definicje

Materiał redakcyjny - oznacza publikację w prasie lub publikację elektroniczną; transmisję radiową, telewizyjną, internetową lub inną.

Dziennikarz - oznacza osobę tworzącą materiał redakcyjny.

Źródło: <http://www.polskipr.pl/o-stowarzyszeniu/karta-przejrzystosci-relacji/>