

SPIS TREŚCI

Wstęp	13
I. Filozofia public relations	21
1.1. Spiralna demokratyzacja komunikowania	21
1.2. Definicje – omnibusowe public relations	27
1.3. Normy etyki zawodowej i funkcje kodeksów etycznych PR	35
II. Świadomość i refleksja etyczna członków ZFPR	41
2.1. Opinie respondentów:	41
2.1.1. Czy PR w Polsce jest etyczny?	42
2.1.2. Identyfikacja zachowań negatywnych i ich źródeł	45
2.1.3. Zasady rzetelności zawodowej i tzw. „czarny PR”	48
2.1.4. Rola Rady Etyki Public Relations i „grzechy główne” polskiego PR	53
2.1.5. Lista kontrolna zachowań etycznych i pułapki zawodowe	64
2.2. Konkluzje	66
III. Wymagania i uchybienia etyczne w opinii PR-owców niezrzeszonych w ZFPR – raport z badań środowiskowych	71
3.1. Uczestnicy kontrolnej grupy badawczej i założenia metodologiczne	71
3.2. Definicja public relations	72
3.3. Profesja PR-owca	78
3.4. Rodzaj czynności podejmowanych przez firmy PR w Polsce	81
3.5. Społeczna odpowiedzialność public relations	84
3.6. Rola etyki w biznesie i public relations	86
3.7. Umiejętności warsztatowe vs etyka zawodowa	89
3.8. Mechanizmy kontroli i przeciwdziałania nieuczciwym praktykom PR	92
3.9. Public relations a dziennikarstwo i media	95
3.10. Podsumowanie opinii kontrolnej grupy badawczej	99
IV. Komentarze znawców zawodu do raportu z badań środowiskowych	103
4.1. Wiesław V. Uziębło	103
4.2. Piotr Czarnowski	103

4.3. Gerard S. Abramczyk.	106
4.4. Ewa Hope.	107
4.5. Anna Adamus-Matuszyńska.	109
4.6. Krystyna Wojcik.	110
4.7. Vadim Makarenko.	120
4.8. Wojciech Szelaąg.	122
 V. Dezyderaty i sugestie.	 125
5.1. Bilans świadectw etycznych.	125
5.2. Syndrom „moralnej niecnoty”.	134
5.3. Profesjonalizm w public relations.	144
 Literatura.	 149
 RÉSUMÉ	
1. Preface.	155
2. Definitions of public relations.	156
3. Balance of ethical testimonies in Polish PR.	158
4. The syndrome of „moral non-virtue”.	167
5. Professionalism in public relations.	177
 Aneksy. Materiały źródłowe:	
(I). Kodeksy etyki zawodowej wybranych organizacji public relations: .	182
1. Karta Deklaracji Sztokholmskiej ICCO.	183
2. Kodeks Brukselski.	184
3. Kodeks Wenecki.	186
4. Kodeks Ateński.	188
5. Globalny Protokół o Etyce w Public Relations.	190
6. Francja:	192
6.1. Kodeks Deontologiczny Rad ds. Public Relations Syntec/UDA.	192
6.2. Karta wykonywania zawodu „doradztwo lobbingowe”. ...	195
7. Litwa: Kodeks Etyki Litewskiego Stowarzyszenia Specjalistów Public Relations.	196
8. Niemcy:	198
8.1. Kodeks Postępowania Agencji Pleon.	198
8.2. Siedem obowiązków członka DPRG (Niemieckiego Stowarzyszenia Public Relations.	201

9. Polska:	203
9.1. Kodeks Etyki Polskiego Stowarzyszenia Public Relations wraz z Polską Kartą Przejrzystości Relacji	203
9.2. Kodeks Dobrych Praktyk Związku Firm Public Relations	205
10. Ukraina: Kodeks Etyki Zawodowej UAPR	210
11. Stany Zjednoczone Ameryki: Kodeks Etyczny Członków Amerykańskiego Stowarzyszenia Public Relations 2000	214
12. Turcja: Kodeks Etyki Zawodowej TUHID	221
13. Wielka Brytania:	222
13.1. Kodeks Postępowania CIPR	222
13.2. Przewodnik CIPR dotyczący mediów społecznych.	245
(II). Szczegółowe wyniki badań kwestionariuszowych 25 firm należących do ZFPR	258
(III). Ankieta wykorzystana w badaniach	276

ETHICS IN POLISH PUBLIC RELATIONS. RESEARCH REFLECTIONS

CONTENTS:

Introduction.....	13
I. Philosophy of public relations.....	21
1.1. Spiral democratization of communication	21
1.2. Definitions – omnibus public relations	27
1.3. Norms of professional ethics and functions of codes of ethics in PR.....	35
II. Ethical awareness and reflexions of members of the Polish Public Relations Consultancies Association (PPRCA)	41
2.1. Opinions of respondents:.....	41
2.1.1. Is PR in Poland ethical?	42
2.1.2. Identification of negative behaviours and their sources	45
2.1.3. Principles of professional reliability and „dirty tricks” (so called „black PR”).....	48
2.1.4. The role of Public Relations Council of Ethics and the „cardinal sins” of Polish PR.....	53
2.1.5. Checklist of ethical behaviours and professional pitfalls.....	64
2.2. Conclusions.....	66
III. Ethical requirements and infringements in the opinion of PR specialists from outside PPRCA – report on environmental research	71
3.1. Participants of the research control group and methodological assumptions	71
3.2. Definition of public relations	72
3.3. Profession of a PR specialist.....	78
3.4. Type of activities undertaken by PR consultancies in Poland.....	81
3.5. Public relations social responsibility.....	84

3.6. The role of ethics in business and public relations	86
3.7. Workshop skills vis-à-vis professional ethics	89
3.8. Mechanisms of controlling and counteracting unfair PR practices	92
3.9. Public relations vis-à-vis journalism and media.	95
3.10. Sum-up of the opinions of the research control group	99
 IV. Comments of experts in PR profession concerning the report on environmental research.	103
4.1. Wiesław V. Uziebło	103
4.2. Piotr Czarnowski	103
4.3. Gerard S. Abramczyk	106
4.4. Ewa Hope	107
4.5. Anna Adamus-Matuszyńska	109
4.6. Krystyna Wojcik	110
4.7. Vadim Makarenko	120
4.8. Wojciech Szelaż	122
 V. Desiderata and suggestions	125
5.1. Balance of ethical testimonies	125
5.2. The syndrome of „moral non-virtue”	134
5.3. Professionalism in public relations	144
 Literature	149
 RÉSUMÉ	
1. Preface	155
2. Definitions of public relations.	156
3. Balance of ethical testimonies in Polish PR	158
4. The syndrome of „moral non-virtue”	167
5. Professionalism in public relations	177
 Annex. Source materials:	
(I). Codes of professional ethics in selected public relations organizations:	182
1. The International Communications Consultancy Organisation (ICCO) Professional Charter.	183
2. Code of Brussels	184
3. Code of Venice	186
4. Code of Athens	188

5. Global Protocol on Ethics in Public Relations	190
6. France:	192
6.1. Code of deontology of Syntec/UDA Public Relations Councils	192
6.2. Charter for professional „lobbing consultancy”	195
7. Lithuania: Code of Ethics of the Lithuanian PR Professionals Association	196
8. Germany:	198
8.1. Code of conduct of PLEON agencies	198
8.2. Seven duties of the DPRG member (German Public Relations Association)	201
9. Poland:	203
9.1. Code of Ethics of the Polish Public Relations Association along with the Polish Charter on Transparent Relations	203
9.2. Code of Good Practices of the Polish Public Relations Consultancies Association	205
10. Ukraine: UAPR's Code of professional ethics	210
11. The United States of America: Public Relations Society of America Member Code of Ethics 2000	214
12. Turkey: Code of professional ethics TUHID	221
13. Great Britain:	222
13.1. CIPR Code of Conduct	222
13.2. CIPR Social Media Guidelines	245
(II). Detailed results of questionnaire-based research among 25 Polish Public Relations Consultancies Association members	258
(III). Questionnaire used in the studies	276