



IPRA CODE OF CONDUCT/GEDRAGSCODE - Dutch

De in 2011 door de International Public Relations Association (IPRA) aangenomen Code of Conduct is een verklaring ten aanzien van het professioneel en ethisch gedrag van haar leden. Public Relations-beroepsbeoefenaren wereldwijd worden aanbevolen te werken in overeenstemming met deze Code of Conduct.

De Code onderschrijft de Code van Venetië (1961), de Code van Athene (1965) en de Code van Brussel (2007).

(a) MET INACHTNEMING VAN het Handvest van de Verenigde Naties, waarin wordt gesteld "opnieuw ons vertrouwen te bevestigen in de fundamentele rechten van de mens, in de waardigheid en de waarde van de menselijke persoon";

(b) MET INACHTNEMING VAN de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens (1948), in het bijzonder artikel 19;

(c) MET INACHTNEMING VAN het feit dat Public Relations, middels bevordering van de vrije informatiestroom positief bijdraagt aan de belangenbehartiging van alle belanghebbenden;

(d) MET INACHTNEMING VAN het feit dat de beoefening van Public Relations en Public Affairs in een essentiële democratische vertegenwoordiging ten opzichte van openbare instanties voorziet;

(e) MET INACHTNEMING VAN het feit dat professionele beoefenaren van Public Relations middels hun communicatievaardigheden beschikken over effectieve middelen ter beïnvloeding, die betoogd dienen te worden middels de naleving van een gedragscode voor professioneel en ethisch gedrag;

(f) MET INACHTNEMING VAN het feit dat communicatiekanalen als internet en andere digitale media kanalen zijn waarlangs onjuiste en misleidende informatie breed verspreid kan worden en onweersproken kan blijven, wat daarom de speciale aandacht van Public Relations professionals vereist, teneinde het vertrouwen en de geloofwaardigheid te bewaren;

(g) MET INACHTNEMING VAN het feit dat internet en andere digitale media speciale aandacht vereisen met betrekking tot de persoonlijke privacy van individuen, klanten, werkgevers en collega-beroepsbeoefenaren;

zullen beoefenaren van Public Relations:

1. (Inachtneming)

de grondslagen van het Handvest van de Verenigde Naties en de Universele verklaring van de rechten van de mens in acht nemen;

2. (Integriteit)

altijd eerlijk en integer handelen, met het doel het vertrouwen bij een ieder met wie de beroepsbeoefenaar in contact treedt te waarborgen en te behouden;

3. (Dialog)

trachten de morele, culturele en intellectuele voorwaarden voor dialoog tot stand te brengen en het recht van alle betrokken partijen te erkennen om hun standpunten uiteen te zetten en hun mening te uiten;

4. (Transparantie)

openheid en transparantie betrachten bij het vermelden van hun naam, hun organisatie en het belang dat zij representeren;

5. (Conflict)

alle professionele belangenverstrengelingen vermijden en eventuele belangenconflicten meedelen aan de betrokken partijen, mochten deze zich voordoen;

6. (Vertrouwelijkheid)

de vertrouwelijkheid van gegevens die zij hebben verkregen, respecteren;

7. (Nauwkeurigheid)

alle redelijke maatregelen nemen om zich te verzekeren van de waarheid en de nauwkeurigheid van alle verkregen informatie;

8. (Misleiding)

alle nodige maatregelen nemen om niet opzettelijk foute of misleidende informatie te verspreiden, met zorg vermijden dat dit onbedoeld gebeurt en, mocht het zich voordoen, zulk handelen terstond corrigeren;

9. (Bedrog)

geen informatie verwerven met behulp van bedrieglijke of oneerlijke middelen;

10. (Openbaarmaking)

geen organisatie oprichten of gebruiken om een geopenbaard doel te steunen, terwijl in werkelijkheid een verborgen belang wordt nagestreefd;

11. (Geldelijk gewin)

niet tegen betaling aan derden kopieën van documenten verkopen die zijn verkregen uit handen van openbare instanties;

12. (Beloning)

bij het verlenen van professionele diensten geen enkele vorm van beloning aannemen voor deze verleende diensten van anderen dan de opdrachtgever;

13. (Incentives)

direct noch indirect financiële of andere incentives aanbieden of verstrekken aan vertegenwoordigers van openbare instanties, media of andere belangengroepen;

14. (Beïnvloeding)

geen handelingen aanbevelen of ondernemen die een ongepaste invloed kunnen hebben op vertegenwoordigers van openbare instanties, media of andere belanghebbenden;



15. (Concurrenten)

geen opzettelijke schade toebrengen aan de reputatie van andere beroepsbeoefenaren;

16. (Oneerlijk verwerven)

niet de klant van een collega trachten te verwerven met behulp van bedrieglijke middelen;

17. (Medewerkers)

bij het aanstellen van personeel dat afkomstig is van overheid of concurrenten, handelen overeenkomstig de regels en voorschriften ten aanzien van vertrouwelijkheid zoals die gelden voor deze organisaties of instanties;

18. (Collega's)

deze Code in acht nemen met respect voor de medeleden van de IPRA en de Public Relations beoefenaren in de wereld in het algemeen.

IPRA-leden dienen, met de naleving van deze Code, de disciplinaire maatregelen van de International Public Relations Association ten aanzien van iedere overtreding van deze Code te aanvaarden en bij te dragen aan de handhaving hiervan.