

### مقدمه:

انجمن بین المللی واقف است که استانداردهای واقعی حرفه روابط عمومی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است و تحت تأثیر آئین و سنن محلی، برحسب آنچه از لحاظ تجاری و مالی اخلاقاً قابل قبول است، قرار دارد. با افزایش سریع قابلیت‌ها و ارتباطات فوری جهانی، ضرورت وجود اخلاقیات روز به روز اهمیت بیشتری می‌یابد.

توسعه جامعه اقتصادی اروپا، منتج به آگاهی بیشتر از استانداردهای روابط عمومی در کشورهای عضو شده است. رشد و گسترش روابط عمومی حاکی از آن است که هم اکنون بسیاری از مردم مستقیماً تحت تأثیر فعالیتهای روابط عمومی قرار گرفته‌اند.

آنها نه فقط به دنبال استانداردهایی خوب و عالی در کشور خود، بلکه در هر جایی که ممکن است به روابط عمومی مربوط شود، هستند. آنها به واقع در صورت فقدان این استانداردها و مذاکرات و ارتباطات تجاری، دچار نگرانی می‌شوند.

وظیفه ملی و بین المللی موسسات ملی این است که به اعضای جامعه خود، در هر جایی که ممکن است حضور داشته باشند، استانداردهای خدماتی، حقوق و مصونیتی را ارائه نمایند که عدالت و روابط عمومی اخلاقی خواستار آنند.

بطور کلی در سراسر جهان بین المللی مورد قبولی از سازمانهای ملی روابط عمومی وجود ندارد. نزدیکترین به آن انجمن بین المللی روابط عمومی است که البته ما اجتماعی از افراد هستیم.

شاید به این دلیل است که به نظر می‌رسد انجمن بین المللی روابط عمومی با هوشیاری هر چه بیشتر از اکثر مسائل و اصول اخلاقی، ضرورت اقدامات و فعالیتهای و امکان ارائه راه حل‌ها آگاه است.

با این وجود، انجمن بین المللی روابط عمومی و در واقع افراد انجمن تا حدی برای پیش رفتن در این مسیر با محدودیتهایی روبرو است. این احتمال وجود دارد که موضوع آشتی توسط اعضای Ipra و هیئتهای دیگر در سراسر کشور دوباره مطرح شود به طوری که بتوان چارچوبی را طرح ریزی کرد که موجب افزایش هر چه بیشتر وجهه و اعتبار روابط عمومی شود و در عین حال هم این اطمینان داده شود که مراجعین می‌توانند با اطمینان خاطر به شاغلین و متخصصان در سراسر جهان درباره حفظ برترین استانداردهای اخلاقی اعتماد کنند. Ipra برای حمایت و پشتیبانی از این مفهوم باید هر آنچه در توان دارد انجام دهد.

این نظرات و عقاید می‌توانند شروعی برای تحقیقات آشکار در این رشته باشند. باید تلاش کنیم تا درباره آنچه واقعاً در مورد اصول اخلاقی و مقررات روابط عمومی در حال حاضر در سراسر جهان روی می‌دهد، بیشتر بدانیم.

این اولین گزارش است.

هربرت ام . لوید

انجمن بین المللی روابط عمومی

کمیته استانداردهای حرفه ای

بخش اصول اخلاقی و مقررات

## اولین گزارش

۱- طبق دستورالعمل شورای انجمن بین المللی روابط عمومی، یک پروژه تحقیقاتی در زمینه اعمال ضوابط اخلاقی در کشورهای مختلف به اجرا گذارده شده است.

۲- در نوامبر ۱۹۷۱، نامه زیر به تمامی دبیران انجمن های شایسته روابط عمومی و موسسات، در هر کجا هستند ارسال شد.

کمیته استانداردهای حرفه ای

بخش مقررات و اصول اخلاقی

## همکاری گرامی

اقدامات بسیاری در زمینه ایجاد ضوابط اخلاقی روابط عمومی به عمل آمده است. مرحله بعدی بررسی نحوه اجرای این ضوابط و ترویج نظارت موثر بر عملکرد روابط عمومی خواهد بود. احتمال آن وجود دارد که مهمترین فعالیت روابط عمومی در ۱۰ سال آینده، اطمینان یافتن از به اجرا درآمدن دقیق و جدی اصول اخلاقی باشد.

بر این اساس از من خواسته شده است که اطلاعات لازم را جمع آوری و درباره معیارهای مربوط به این رشته که در سراسر جهان توسط هیئتهای ملی روابط عمومی پذیرفته و برگزیده شده اند، گزارش تهیه کنیم.

من دو نسخه از یک پرسشنامه کوتاه را نیز ضمیمه نامه می کنم، سپاسگزار خواهم شد اگر یکی از آنها را تکمیل کنید و در ظرف چند روز آینده- نه چند هفته یا ماه برای من بفرستید.

تشکر مرا به خاطر شرکت و ارسال سریع پاسخ هایتان بپذیرید.

دوستدار شما ، هربرت ام . لوید

۳- همراه این نامه یک پرسشنامه کوتاه نیز به قرار زیر ارسال شده است.

کمیته استانداردهای حرفه ای

بخش مقررات و اصول اخلاقی

۱- آیا شما ضوابط اخلاقی را پذیرفته اید؟

اگر پاسخ شما بلی است، یک کپی از آن را ارسال کنید.

۲- آیا در آخرین گزارش سالیانه شما اشاره ای به اصول اخلاقی شده است.

اگر جواب بلی است، لطفاً یک نسخه از آن را ارسال کنید.

۳- چه کسی مسئول اجرای اصول اخلاقی است؟

دبیر انجمن ملی؟ یک عضو؟ یک کمیته؟ لطفاً بطور مبسوط توضیح دهید. و اگر یک فرد است لطفاً نام

و آدرس او را بنویسید.

۴- آیا دولت شما ضوابط اخلاقی را به رسمیت شناخته است؟ بلی/ خیر

اگر جواب بلی است لطفاً یک نسخه از مدرک بازشناسی یا اظهار نظر مربوطه را ارسال کنید.

۵- آیا شما برای اجرای ضوابط اخلاقی شیوه و یا آئین نامه خاصی دارید؟ بله/ خیر

اگر جواب بلی است یک نسخه از آن را ارسال کنید.

۶- آیا در طی سه سال گذشته اقدام انضباطی برای اعضای هیئت ملی شما به عمل آمده است؟ بله/

خیر اگر پاسخ بلی است لطفاً بیشتر توضیح دهید.

الف- تاریخ      ب- ماهیت      ج- نتیجه      د- مجازات

۷- آیا در کشور شما روابط عمومی به خاطر اصول و رفتار غیر اخلاقی مورد انتقاد قرار گرفته

است؟ اگر پاسخ بلی است، لطفاً بیشتر توضیح دهید.

الف- تاریخ ب- ماهیت انتقاد ج- از طرف چه کسی د- اقدام به عمل آمده توسط هیئت ملی شمار

۸- آیا شما هم اکنون پیشنهادات تحت بررسی برای اجرای بهتر ضوابط اخلاقی در دست دارید؟ بله/

خیر

۹- اظهار نظرات کلی که فکر می کنید می تواند مفید و ثمر بخش باشد.

۴- دبیران انجمن ها و موسسات روابط عمومی در ۴۶ کشور نامه فوق و پرسشنامه را دریافت

کردند

۵- پاسخها از کشورهای زیر دریافت شدند:

استرالیا- کانادا- دانمارک- فنلاند- فرانسه- یونان- هنگ کنگ- ایتالیا- کنیا- لبنان- مالتا- هلند-

نروژ- پاناما- پرو- فیلیپین- پرتغال- رودزیا- افریقای جنوبی- اسپانیا- سوئد- سوئیس- مصر-

بریتانیا- امریکا و ونزوئلا

۶- تحلیل پاسخها

۱- ۸۲ درصد از کشورهای پاسخ دهنده، رسماً ضوابط اخلاقی حرفه ای را پذیرفته اند. در اکثر

موارد، آنها نظام نامه Athens (آتنز) را چون کماکان معتبر است و یابه عنوان یک مدل با برخی

تغییرات محلی، برگزیده اند. بقیه هم بالاخره نوعی از مقررات و ضوابط را پذیرفته اند. در بسیاری از

کشورها، اعضا برای ورد و پذیرش در این حرفه باید تعهد نامه ای مبنی بر پیروی از ضوابط و مقررات

را امضا کنند.

۲- اما، فقط ۲۷ درصد در آخرین گزارش سالیانه خود به ضوابط اخلاقی اشاره کرده بودند.

۳- مسئولیت اجرای اصول و ضوابط اخلاقی در بین گروههای ملی ۵۹ درصد و سایرین ۱۶ درصد

متفاوت است. در برخی از موارد نیز در انجمن های تازه تأسیس این کار هنوز در حال سازماندهی

است. در مورد سایر گروهها، برخی مرکب از اعضای روابط عمومی و یا غیر روابط عمومی هستند. این

جالب ترین مفهومی است که باید به دقت در مقیاس بین المللی مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد. در

هلند، کمیته انضباطی مرکب از چهار حقوقدان غیر عضو انجمن روابط عمومی هلند و چهار عضو انجمن

روابط عمومی هلند، تحت ریاست حقوقدانان است. دبیر کل کمیته فرد غیر عضو است.

در بریتانیا، کمیته انضباطی متشکل از متخصصان سرشناس همراه با یک ارزیاب حقوقی است. ارزیاب، حقوقدان برجسته ای است که توسط جامعه حقوقی انگلستان معضوب می شود. وظیفه او اطمینان یافتن از حکومت قانون و اجرای عدالت است.

گروههای تخصصی از کنار گذاشتن و چشم پوشی از نقش اعضای خود اکراه دارند بخصوص در موارد انضباطی و این همان حقیقتی است که از میزان اعتماد بی چون و چرای عمومی می کاهد. انتصاب افراد غریبه سرشناس برای کمک به حفظ ضوابط اخلاقی می تواند در اجرا و عملکرد درست روابط عمومی بسیار ارزشمند باشد.

۴- درباره موضع به رسمیت شناختن اصول و ضوابطی توسط اکثریت اعضا و گروههای کشورها به رسمیت شناخته می شود که بدانها پاسخ داده اند. در برخی از کشورها دولتهایشان نیز این اصول و ضوابط را به رسمیت شناخته اند که این خود یکی از مهمترین مواد توسعه و پیشرفت است. در برخی از کشورها، پذیرش و تأیید ضوابط بنابر مقررات معین حرفه ای و شغلی یک کار ملی است. به رسمیت شناختن هر نوع سند قانونی شرکتها توسط هیئت مربوطه طبق قوانین مدنی به ثبت می رسد. همچنین این موضوع ارزش مطالعات و تحقیقات بیشتر و دقیق تری را دارد.

برای اینکه بتوان تشخیص داد که برای کمک به روابط عمومی، متخصصان و شاغلان آن، چه میزان بازشناسی قانونی لازم است.

۵- ۴۲ درصد رویه ای نیمه قانونی برای اجرای ضوابط اخلاقی دارند.

۶- در ۱۶ درصد از کشورها در طی سه سال گذشته اقدامات انضباطی در مورد برخی از اعضای هیئتهای ملی به عمل آمده است. در کشورهایی که از نظر جغرافیایی بزرگ نیستند و یا تعداد شاغلین روابط عمومی در آنجا کم است، رابطه و آشنایی شخصی افراد شاغل و همکاران عامل مهمی در حفظ استانداردهای برتر اخلاقی بوده است.

در برخی موارد، از زمان ایجاد و تأسیس گروهها و هیئتهای ملی بیش از سه سال نمی گذرد. دلایل اعتراض و شکایت شامل انتقاد عمومی، جانشینی یک عضو، علائق و منافع نامشخص، اطلاعات غلط و عدم موفقیت در رعایت استانداردهای مورد قبول رفتار حرفه ای، می شود. جریمه های متعدد وضع شده نیز عبارتند از: اخراج، تعلیق و توبیخ، اقامه دعوا برای انجمن ها می تواند پرهزینه باشد. بازیابی چنین هزینه هایی نیز طبق قوانین مدنی دشوار است.

نظرات متفاوتی در مورد انتشار خلاصه مذاکرات و صورت جلسات وجود دارد. اما آنهایی که به نام گروه ملی برای دفاع و حمایت از مردم انتخاب می شوند، به نظر می رسد که برای روابط عمومی هم خوب و مناسب هستند.

وضعیت امریکا جالب است. در طی ۳ سال گذشته در امریکا به ۱۸ پرونده رسیدگی شده است. آئین نامه ها برگزیده شده اند. همه موارد محرمانه هستند و نقض محرمانه بودن، بی خودی خود، تخطی از آئین نامه ها و ضوابط است.

تصمیمات انضباطی مانند اخراج، سانسور و تعلیق فقط تا حدی که اعضای جامعه به صورت رسمی مطلع شوند، به اطلاع عمومی می رسد. از یمانی که تعداد اعضا بالغ بر ۷۰۰۰ نفر شده است، این اطلاعیه

ها نسبتاً به صورت گسترده پخش می شوند. اطلاعیه های رسمی در مطبوعات منتشر نمی شوند. برای کمک به اجرای این اصول و ضوابط، دو وکیل استخدام شده اند. یکی از وکلای نماینده منافع جامعه است و به عنوان وکیل در هیئت بررسی شکایات انجام وظیفه می کند. وقتی هیئت بررسی شکایات قبل از هیئت منصفه دادگاه اتهامات را مطرح و به آنها رسیدگی می کند، این وکیل در نقش وکیل شاکی وارد عمل می شود.

جامعه روابط عمومی امریکا برای پاسداری و کنترل اصول و ضوابط در منطقه سالیانه متحمل هزینه ای بالغ بر ۱۰ هزار دلار می شود.

۷- در ۳۸ درصد از کشورها روابط عمومی ها به دلیل رفتار غیر اخلاقی مورد حمله و انتقاد واقع شوند. انتقادهای معمولاً در مقالات مجلات، گزارش روزنامه نگاران و نیز در برنامه های انتقادی تلویزیون شکل می گیرند. این امر در حال افزایش است. از یونان چنین گزارش شده است که این انتقادهای رسمی و نه علنی هستند. اما معمولاً بعضی اوقات روابط عمومی ها توسط اشخاص نادرست بخصوص در حرفه تبلیغات و روزنامه نگاری به خاطر رفتار غیر اخلاقی مورد انتقاد قرار می گیرند. برخی از دست اندرکاران تبلیغات امید دارند. که به این ترتیب بتوانند در خصوص نقش و وظایف حقیقی روابط عمومی در تماس هستند، خود از منافع و امتیازاتی برخوردار شوند. همچنین روزنامه نگارانی هستند که گمان می کنند تبلیغات کاملاً در حیطه کار و تخصص آنها است و در نتیجه به این وسیله سعی در بی اعتبار کردن روابط عمومی دارند. یک مدل شناخته شده در این زمینه آن است که روزنامه ها خود روابط عمومی و نه شاغلین و متخصصین منفرد را مورد حمله و انتقاد قرار می دهند. برخی از این جملات و انتقادهای از سوی خبرنگاران و مقامات دولتی صورت می گیرد. همراه با اطلاعیه های رسمی حاکی از اتمام و تبلیغات سازمانی از سوی برخی کمیته های ملی اقتصادی از ماهیت گمراه کننده و دفاعی گروههای اقتصادی قدرتمند و منتقدند.

گزارشهای امریکایی در اینجا هیچ نوع حمله یا انتقادی بر علیه حرفه روابط عمومی بطور کلی دیده نشده است. نمونه هایی وجود داشته که افرادی که خودشان را به عنوان یک فرد در روابط عمومی به حساب آورده و دسته بندی کرده اند از نظر رفتار اخلاقی شان مورد سوال واقع شده اند.

جامعه روابط عمومی امریکا برنامه مستمری را در زمینه آگاه سازی عمومی بر عهده گرفته است که در آن افرادی که در این حرفه متخصص هستند و افرادی که صرفاً از این نامه به عنوان یک توصیف خود خوانده از کاری که مطابق با شرایط و صلاحیت عضویت این جامعه هم نیست، استفاده می کنند، تفاوت وجود دارد. جامعه روابط عمومی امریکا برنامه مستمر را نیز برای آگاه سازی رهبران تجاری موسسات دولتی، جوامع حرفه ای و آکادمیک و بطور کلی عموم مردم به اجرا گذارده است.

نروژلیست سالیانه عضویت را برای روزنامه های پیشرو ارسال می کند و جلسات و سمینارهایی را به همراه دست اندرکاران رسانه های جمعی برگزار می کند.

سوئیس آئین نامه ای دارد که بر طبق آن یک کمیته محلی شرکت مرکب از نمایندگان مطبوعات، تبلیغات و انجمن های روابط عمومی کار رسیدگی به پرونده ها و دیگر موضوعات را بر عهده دارد. آنها دوبار در سال تشکیل جلسه می دهند و در این جلسات به مشاوره درباره موارد و پرونده های حقوقی

می پردازند.

چنانکه اصل کلی e، البته نه در بسیاری از دعاوی، به نظر می رسد که توسط گروههای ملی مورد نظر به عنوان یک وسیله دفاعی انتخاب شده است.

۸- ۲۷ درصد از کشورها هم اکنون اقدام به صرف وقت بیشتری در زمینه اصول و ضوابط اخلاقی و اجرای آنها کرده اند. کمیته های انضباطی بیشتری تأسیس می شوند. جریمه های وضع شده سخت تر و شدیدتر می شوند. در برخی موارد سعی می شود که در موارد جدی تر تخلف های کمتری صورت گیرد. تلاش دولتها بر این است که برای شاغلین و متخصصان روابط عمومی جایگاه قانونی شناخته شده ای بدست آورند. تا امکان اخراج افراد مختلف از این حرفه میسر باشد. برای نمونه، در ایتالیا خبرنگاران، حسابداران رسمی، مفسرین و مترجمین حرفه هایی که از نظر قانونی شناخته شده هستند و اعضای که نام شان در فهرست رسمی اسامی F.E.R.P.I است در تلاشند که توسط قانون پارلمانی حرفه روابط عمومی از نظر قانونی به رسمیت شناخته شوند.

به نظر می رسد که به رسمیت شناختن این حرفه کمک خواهد کرد تا افرادی که بدون صلاحیت و شرایط لازم مدعی اند خبره و کارشناس روابط عمومی اند، کنار گذاشته شوند. هلند جداً بر این نکته اصرار می ورزند که اجرای ضوابط و اصول اخلاقی با چاپ و اعلام مکرر حقایق در رسانه های گروهی درباره موجودیت آن، اجرای آن توسط کمیته انضباطی، نام و آدرس دبیر کل کمیته انضباطی و این حقیقت که شکایت و اعتراض هر عضوی از اعضای جامعه مطرح خواهد شد، افزایش خواهد یافت. هر چند که ضروری است اعضا در برابر عضوی که مخالف اصول و ضوابط است، برای جلب توجه شورا هم که شده اقدام لازم را به عمل آورند زیرا شورا ممکن است موضوع را با کمیته انضباطی مطرح کند و یا مطرح نکند و یا ممکن است به تنهایی اقدام لازم را درباره طرحها و ابتکارات خودش به عمل آورد.

توزیع نسخه جدیدی از اصول و ضوابط اخلاقی برای همه اعضا و همچنین گروههای مهم در خارج توصیه می شود. هر چند مشکل کلی اگرچه مردم از متهم کردن کسی همچنان باقی می ماند.

۹- پاسخهای دقیق به سوالات پرسشنامه نشان می دهند که استانداردهای حرفه ای، اهمیت و نفوذ متخصصان روابط عمومی و عموم مردم را افزایش می دهد.

تصور عامه مردم بر این است که اصول و ضوابط اجرایی نیز بسیار موثر و ثمر بخشی است. یونانیها معتقدند در جایی که اصول و ضوابط رسماً توسط دستگاههای دولتی یا نیمه دولتی که می توانند به نحو موثری متخلفین را مجازات کند، حمایت و پشتیبانی نشوند ارزش این اصول و ضوابط بیشتر نظری خواهد بود تا عملی. همچنین گفته می شود که رفتار اخلاقی در روابط عمومی در یونان عمدتاً بستگی به درستی و صداقت متخصصان منفرد دارد. البته بهتر است که برای تعیین جرم متخلفین و وضع جرائم، برخی هیئتهای ملی یا بین المللی موثر و کارآمد منصوب شوند.

کانادا گزارش می دهد که به خاطر هوشیاری و دقت مداوم اعضا در مورد نقض احتمالی اصول و ضوابط اخلاقی، به نظر می رسد که موقعیت فعلی با ثبات و پایدار باشد.

افریقای جنوبی می گوید که تأسیس انجمن مشاوران در دست اقدام است این انجمن تدابیر لازم را

برای هیئت دیگری که خود برای حفظ استانداردها یا خدمات برتر اختصاص یافته است، می اندیشد. در صورت اجرا کار جالبی خواهد بود. بریتانیا ممکن است در این مورد در موقع مقتضی برخی اطلاعات را در اختیار داشته باشد.

امریکا جمع بندی درستی از موقعیت ارائه می کند:

«اگر چه کسانی هستند که تصور می کنند شیوه های اجرای ما بی جهت پیچیده هستند، لیکن این شیوه ها در این میان در هر مرحله برای حفظ حقوق متهمین و دادن فرصت کافی به آنها برای ارائه ادله، در نظر گرفته شده اند. از آنجایی که ما به همه موارد نه به شهرت و اعتبار یک عضو بلکه شغل و نیز وسیله امرار معاش او می پردازیم، معتقدیم که حفظ و ادامه این موضوع بسیار مهم ضروری است.

## نتیجه گیریها و توصیه ها

اصول اخلاقی برای روابط عمومی و همه کسانی که بطور کلی برای مردم کار می کنند اهمیت بسیار زیادی دارد. توجه و آگاهی روز افزونی در مورد ضرورت به عمل آوردن اقدامات مقتضی، ترجیحاً از طریق انجمن های ملی مناسب، دیده می شود. هر چند بسیار از این انجمن ها اکراه دارند که وقت، توجه و منابع بیشتری به آنچه ظاهراً یک برنامه ناخوشایند است، اختصاص دهند.

انجمن بین المللی روابط عمومی (IPRA) احتمالاً تنها هیئت جهانی است که مشوق بی چون و چرای این اقدامات و فعالیتها است.

بر این اساس توصیه می شود که:

۱- IPRA یک گزارش سالیانه از ضوابط و اصول اخلاقی تهیه و آن را در اختیار اعضاء انجمن های ملی در سراسر جهان گذارد، اگر آنها درست بیندیشند. گزارش رانیز در رسانه ها منتشر می کنند.

۲- به کشورهایی که اصول اخلاقی و رفتاری را نپذیرفته اند، هر نوع کمک و انگیزه لازم برای پذیرش و اجرای این اصول و ضوابط داده شود.

۳- متخصصان و افراد شاغل باید ترغیب به شناخت اصول و ضوابط درست و مناسب شوند.

۴- باید تمهیدات لازم اندیشیده شود تا دولت حرفه روابط عمومی را به رسمیت شناسد، همراه با تضمین های متعاقب آن برای مردم و شاغلین

۵- در همه برنامه های آموزشی روابط عمومی و در تمامی مراحل تعلیم و تربیت، اصول و ضوابط اخلاقی باید لحاظ شود.

۶- همه کشورها باید ترغیب شوند که در هیئت داوری معتبری ترجیحاً با نمایندگان غیر حرفه ای و آئین نامه انضباطی کار را در زمینه اصول و ضوابط اخلاقی داشته باشند.

۷- در هر رویداد یا هر نوع اقدامات به عمل آمده بهتر است نمایندگان از مردم حضور داشته باشند.

۸- بر اساس نتیجه گیری از چنین اقداماتی، تبلیغ مناسبی از نتیجه باید ارائه شود.

۹- مقامات دولتی روابط عمومی باید ترغیب شوند که در گزارش سالیانه خود بخشی تحت عنوان اخلاقیات بگنجانند.

۱۰- برای حصول اطمینان از اعلام و حفظ اصول و ضوابط اخلاقی، باید جلسات منظمی بین شاغلین

و متخصصین روابط عمومی و نمایندگان رسانه ها و در جای مقتضی دولت، تشکیل شود.

مایلم مراتب تشکر و قدردانی خود را نسبت به تمامی همکارانم در سراسر دنیا که با همکاری و مساعدت ایشان امکان ارائه اولین گزارش میسر شد، اعلام کنم. امیدوارم که این گزارش برای همه مفید باشد.

هربرت ام . لوید

کارمند عالی رتبه روابط عمومی

مسئول بخش لندن

و رئیس سابق I.P.R

۲۵ دسامبر ۱۹۷۲