**PSPR WYCOFUJE SWOICH PRZEDSTAWICIELI Z REPR**

**Walne Zebranie Członków PSPR zdecydowało o rezygnacji z dalszego udziału w Radzie Etyki Public Relations. Organizacja podejmowała od 2019 r. rozmowy ze Związkiem Firm Public Relations (drugim z założycieli Rady), w zakresie niezbędnej reformy tego branżowego ciała oraz zbudowania nowego regulaminu, nakładającego na nie dodatkowe obowiązki. PSPR uznawało, że nowe rozwiązanie może dać członkom Rady szersze możliwości aktywnego działania na rzecz polskiego PR. Intencją PSPR było podniesienie jej rangi, nadanie potencjału realnego wpływu na środowisko, a także rozwiązanie praktycznych problemów REPR. PSPR zamierza nadal pracować nad własnymi projektami w kierunku standaryzacji etycznej i promowania dobrych praktyk.**

- *Etyka tworzy fundament branży. Jest drogowskazem dla kolejnych pokoleń PR-owców. Jeśli ten obszar nie jest objęty szczególną troską przez ekspertów branżowych, może być postrzegany jako relikt przeszłości czy idealna wizja świata, nieużyteczna dla praktyków* - mówi Luiza Jurgiel-Żyła, prezeska PSPR. - *Prośba o audyt działań REPR była jedną z pierwszych, które otrzymaliśmy bezpośrednio po wyborze w ubiegłym roku. Podeszliśmy do tego systemowo, tak, jak do projektu, który trzeba gruntownie przeanalizować i poddać ewaluacji. Po rozmowach zarówno z członkami Rady dwóch kadencji, członkami PSPR, jak i naszym partnerem, Związkiem Firm Public Relations - na temat konieczności i kształtu reform, dotarliśmy do momentu, w którym według nas projekt REPR powinno się zamknąć, bo jego niefunkcjonalność nie służy branży, a PSPR nie może i nie chce firmować projektów, które są iluzoryczne* i bez perspektyw - dodaje Jurgiel-Żyła.

W związku z brakiem postępów w negocjacjach z ZFPR, które zaproponowało rozważenie części postulatów reformy, ale dopiero od kadencji zaczynającej się w 2022 roku, 29 czerwca br. Walne Zebranie Członków PSPR podjęło decyzję o cofnięciu swojej legitymacji dla Rady Etyki Public Relations i anulowało mandaty swoich przedstawicieli w Radzie, upoważniające do udziału w jej pracach. Nastąpiło to po otwartych na dialog negocjacjach z władzami ZFPR, długich wewnętrznych konsultacjach w Stowarzyszeniu oraz dyskusji podczas Walnego Zgromadzenia Członków. Prace nad reformą i propozycją nowego regulaminu Rady koordynował członek zarządu PSPR, Cyprian Maciejewski.

- *W mojej opinii, a jak się okazało, również większości członków głosujących na walnym zgromadzeniu naszej organizacji, nie możemy w obliczu braku reform dalej uwierzytelniać Rady szyldem PSPR, ponieważ nie jest ona celem samym w sobie. Zbieraliśmy uwagi, wnioski z kilku kadencji funkcjonowania REPR i najwyższa pora uczciwie przyznać, że Rada się polskiej branży PR w praktyce na niewiele zdała... To wypadkowa wielu okoliczności i bynajmniej nie chodzi o obarczanie kogokolwiek winą. To nic nie zmieni. Uważam jednak, że jako środowisko powinniśmy znacznie więcej od siebie wymagać i lepiej się organizować wokół naszych wyzwań. Jesteśmy daleko w tyle pod tym względem za branżami komunikacji marketingowej i reklamy, a także - niektórymi - doradztwa biznesowego. REPR jest jednym z przykładów. Małymi krokami, ale chcemy to zmieniać. Już poza Radą* - zapewnia Maciejewski.

**JAKIE PROBLEMY I POTRZEBY DOSTRZEGA PSPR?**

Stowarzyszenie wskazywało szereg zastrzeżeń, które przesądziły o tym, że dalsze funkcjonowanie Rady Etyki Public Relations w obecnej formule (bez reformy, która została zablokowana przez ZFPR) było pozbawione uzasadnienia. Były to między innymi:

* brak realnego zapotrzebowania na rozpatrywanie skarg i zgłoszeń w trybie zbliżonym do sądu koleżeńskiego (od lat nie wpływają do Rady wnioski od firm lub osób prywatnych, a średnia [orzeczeń i opinii](https://repr.pl/informacje) o zjawiskach wydawanych z inicjatywy organizacji branżowych lub własnej inicjatywy Rady to 1,5 orzeczenia lub opinii rocznie),
* Rada bez przyjętych wniosków jest wręcz "regulaminowo" nieaktywna i niewidoczna, po prostu w praktyce nie istnieje dla środowiska,
* brak osobowości prawnej REPR sprawia, że w razie pozwu o zniesławienie odpowiedzialność osobistą ponosi każdy z jej członków,
* Rada powinna wydawać jednoznaczne opinie / orzeczenia, czytelne, możliwe do praktycznego zastosowania, jasno pokazywać co jest niedopuszczalne, a co dopuszczalne, a także rekomendować co w danej sytuacji czy zjawisku jest wskazane jej zdaniem; obecnie bywa z tym różnie, regulamin temu nie sprzyja,
* Regulamin REPR w praktyce okazał się mało precyzyjny i dający szerokie pole do interpretowania (wynikających z niego obowiązków, przyjmowania i procedowania wniosków lub odmowy); zgłoszono do PSPR konkretny przykład takiej uznaniowości interpretacji regulaminu Rady prowadzącej do odrzucenia wniosku (co nie znaczy, że Rada nie miała argumentów, ale sytuacja była dyskusyjna i co dobitnie pokazało, że regulamin nie jest wystarczająco ostry);
* Rada nie posiada wystarczająco czytelnej i precyzyjnej procedury przyjęcia wniosku, a także standardu komunikacji z wnioskodawcą, co pokazała praktyka,
* Potencjał intelektualny, ekspercki, doradczy Rady jest dotąd wykorzystywany w bardzo małym zakresie dla dobra branży, praktycznie jedynie w zakresie wsparcia jej funkcjonowania,
* REPR nie jest pełną reprezentacją branży, gdyż w latach 2006-2016 delegaci agencyjni stanowili min. 80% (przy 9-osobowym składzie), a potem 60% (przy 5-osobowym składzie),

Mając na uwadze powyższe Polskie Stowarzyszenie Public Relations w obecnej sytuacji dostrzega znikomy wpływ Rady na rozwój branży i jakość jej funkcjonowania w praktyce.

Dr hab. Dariusz Tworzydło, prof UW., były prezes PSPR i honorowy członek organizacji podsumowuje decyzję PSPR w sposób następujący: *Według wielu członków PSPR, Rada Etyki w obecnej formule nie wypełnia swojej roli. Czytelność, jednoznaczność, wskazywanie zachowań nieetycznych, wyznaczanie standardów, a także edukowanie branży to oczekiwania i cele, które jak wskazali członkowie PSPR nie były realizowane. Decyzja Walnego Zgromadzenia PSPR jest zatem wynikiem analizy powyższych przesłanek. Wskazywano, iż jakikolwiek podmiot mający stać na straży etyki w PR musi być aktywny, zaś efekty jego działania powinny stanowić wsparcie dla budowy etycznej świadomości branży. Mam nadzieję, że decyzja podjęta przez PSPR będzie prowadziła do poszukiwania nowej formuły, nowej drogi w dialogu o wartościach takich jak etyka* - mówi Tworzydło.

**KLUCZOWE POSTULATY PSPR DLA RADY**

Zaproponowany przez Polskie Stowarzyszenie Public Relations nowy regulamin głęboko zmieniłby Radę z ciała biernego do programowo aktywnego i funkcjonującego na precyzyjnych zasadach. Jego główne założenia to:

* nadanie Radzie nowego charakteru - ciała doradczego dla organizacji branżowych i branży jako całości,
* zobligowanie Rady do regularnej, merytorycznej pracy dla branży, aktywnego wspierania jej nawet w przypadku braku zgłoszeń (wskazywanie istotnych zagadnień i spornych kwestii, opinie i rekomendacje, analizy, raporty definiujące wyzwania etc.)
* nowy priorytet - praktyczny wymiar opinii, orzeczeń, rekomendacji Rady
* wprowadzenie do regulaminu jednoznacznych zapisów rozstrzygających, że skład Rady nierealizujący swoich celów i bierny przez określony czas może zostać odwołany,
* wprowadzenie do regulaminu zapisów, które uszczegóławiają co powinna zawierać opinia / orzeczenie Rady,
* doprecyzowanie w regulaminie kto może zgłaszać wnioski, w jakiej roli i kontekście (nie trzeba być stroną sporu, można zwrócić się o rekomendację zanim podejmie się budzące dylematy działanie itp.),
* doprecyzowanie procedury przyjęcia wniosku, uzupełniania go i czasu jego procedowania, a także informowania zgłaszającego o oficjalnym przyjęciu wniosku do procedowania (lub odrzuceniu),
* poszerzenie składu Rady i jego zróżnicowanie (oczekiwany większy nakład pracy), dodanie także osoby bądź osób, które nie będą delegowane przez żadną z organizacji założycielskich,
* zrównanie liczby członków Rady delegowanych przez obie organizacje założycielskie,
* równa partycypacja obydwu organizacji założycielskich w kosztach funkcjonowania Rady i organizacji jej prac.

Propozycja nowego regulaminu Rady została w PSPR skonsultowana i dopracowana również z członkami Rady obecnej kadencji, delegowanymi przez Stowarzyszenie. *- Reforma REPR zaproponowana przez Polskie Stowarzyszenie Public Relations miała na celu m.in. zobligowanie Rady do większej aktywności, wprowadzenie rotacyjnego przewodnictwa w tym gremium oraz poszerzenie składu Rady w taki sposób, aby nie była zdominowana przez przedstawicieli któregokolwiek z podmiotów założycielskich - która to sytuacja wydaje się notabene wątpliwa - o ironio! - na gruncie samej etyki. W pełni poparłem ten projekt reformy* - mówi Wojciech Dąbrówka, członek REPR wybrany w 2019 roku

**EGZEKWOWANIE STANDARDÓW ETYCZNYCH TO WYZWANIE, Z KTÓRYM TRZEBA SIĘ ZMIERZYĆ**

Polskie Stowarzyszenie Public Relations jest w pełni świadome, że podnoszenie, a przede wszystkim egzekwowanie etycznych standardów w PR pozostaje wielkim wyzwaniem, podobnie jak wdrażanie szeroko rozumianych dobrych praktyk, które będą wzorcami do naśladowania dla firm, instytucji, agencji PR, a także indywidualnych specjalistów. Dlatego organizacja liczy, że obecna sytuacja stanie się katalizatorem i bodźcem do działania. Takowe deklaruje w swoich strukturach. Pierwszym poczynionym już krokiem jest utworzenie zespołu ds. nowego kodeksu etycznego PSPR, którego koordynatorem został Cyprian Maciejewski. Gremium pracuje nad samoregulacją adekwatną do współczesnych zjawisk dot. zarządzania relacjami, reputacją i komunikacją. Jednocześnie zespół buduje zręby zagadnień do dalszych prac standaryzacyjnych branży, nie tylko stricte etycznych, ale sprzyjających profesjonalizacji.

**KOMENTARZE EKSPERTÓW - CZŁONKÓW PSPR**

**Mateusz Witczyński** - członek rady nadzorczej PSPR

Tak jak podstawą bezpieczeństwa obywateli jest sprawny system sądowniczy, który nie tylko każe, ale też oddziela działania wątpliwe od pożądanych - tak, bez sprawnie działającego organu pełniącego podobną funkcję wewnątrz branży PR, trudno sobie wyobrazić budowanie jej reputacji. W dzisiejszej, trudnej i pędzącej rzeczywistości REPR powinna być sprawna, odważna, albo żadna. Nie ma bowiem dla branży nic gorszego, aniżeli Rada, która przez wybiórczość podejmowanych zagadnień uznana zostanie jedynie za narzędzie do realizacji własnych interesów przez organizacje członkowskie.

**Karina Stasiuk-Krajewska**, ekspertka w zakresie etyki PR

To na pewno ważna decyzja, jeden z istotniejszych momentów w rozwoju i ewolucji środowiska public relations w Polsce. Decyzja ta doprowadzi do zmiany struktury systemu samoregulacji. Mamy więc do czynienia z pewnego rodzaju kryzysem. Odchodzimy od modelu, w którym istnieją stowarzyszenia branżowe, ale jednak ostateczną instancją, autorytetem w obszarze etyki profesjonalnej jest instytucja nadrzędna, posiadająca wsparcie tych stowarzyszeń. Obecnie - realnie rzecz biorąc - odpowiedzialność za przestrzeganie i propagowanie norm etycznych oraz za edukację w tym obszarze przejęta zostanie głównie przez stowarzyszenia. To będzie bardzo trudne wyzwanie. Jak jednak świetnie wiemy, kryzys to także szansa na pozytywną zmianę. Wiele zależy więc teraz od tego, jakie działania w obszarze etyki podejmie Polskie Stowarzyszenie Public Relations. Wiem, że prace w tym zakresie trwają i mam nadzieję, że przyniosą oczekiwane efekty, których istotą jest budowanie wspólnoty profesjonalnych ekspertów public relations,a co za tym idzie - wzmacnianie wiarygodności i zaufania społecznego dla branży.

**Rafał Czechowski -** były prezes PSPR oraz były członek REPR, członek honorowy PSPR

Branża public relations i nasze środowisko zawodowe nie mogą sobie pozwolić na faktyczny brak ośrodka skupionego na kształtowaniu etycznych standardów profesji. Zmiany w sposobie funkcjonowania REPR, postulowane przez Zarząd PSPR, miały szansę aktywować i wzmocnić Radę. Bardzo żałuję, że zarządy organizacji założycielskich nie porozumiały się w tej kwestii, bo najistotniejszą cechą REPR, jako inicjatywy wspólnej trzech organizacji branżowych, była siła jej legitymacji. Było to szczególnie istotne w wypełnianiu przez REPR roli arbitra w kwestiach zachowań uczestników rynku, które budzą wątpliwości w wymiarze etycznym. Ta funkcja, w przeciwieństwie do działań neutralnych względem jakiegokolwiek podmiotu, wymaga możliwie najdalej idącej niezależności i swobody postępowania oraz silnego autorytetu.

**Wojciech Dąbrówka** - członek REPR obecnej kadencji

Koncepcja reformy przedstawiona przez zarząd PSPR uzyskała moje pełne poparcie, ponieważ postanowienia obecnego regulaminu REPR z jednej strony są nieostre, a z drugiej niewyczerpujące. W praktyce prowadzi to do uznaniowości w zakresie procedowania nad sprawami. Tymczasem zarówno branża PR, jak i podmioty zgłaszające sprawy do rozstrzygnięcia przez REPR powinny być pewne gwarancji proceduralnych. Inną sprawą, na którą też zwracałem uwagę, była potrzeba dostosowania Regulaminu REPR do zasad techniki prawodawczej, ponieważ obecna budowa tego aktu i zastosowana w nim systematyka postanowień nijak się ma do wymogów prawidłowej legislacji. Reforma REPR zaproponowana przez Polskie Stowarzyszenie Public Relations miała na celu również zobligowanie Rady do większej aktywności, wprowadzenie rotacyjnego przewodnictwa w tym gremium oraz poszerzenie składu Rady w taki sposób, aby nie była zdominowana ona przez przedstawicieli jakiegokolwiek podmiotu założycielskiego, co zresztą wydaje się wątpliwe - o ironio! - na gruncie samej etyki. To wszystko jest szczególnie istotne również w tym kontekście, że dotychczas wkład części składu Rady w formułowanie orzeczeń był niewielki, a zaproponowane przez PSPR zmiany stworzyłyby warunki do tego, by w pełni wykorzystać potencjał wszystkich członków REPR.