

لزوم ایجاد نظام اخلاق حرفه‌ای در تبلیغات بازرگانی

بی‌تا شاه منصور، عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

Bitashahmansouri@yahoo.com

چکیده:

یکی از مفاهیم شایع در فلسفه اخلاق، مفهوم مسئولیت است. مسئولیت به معنای در معرض بازخواست بودن است و با وظیفه و تکلیف ملازم است. این وظایف و مسئولیت‌ها باید در پرتو اخلاق حرفه‌ای که یکی از عواملی است که نقش حیاتی در شایستگی و بایستگی حرفه‌ها دارد، تحقق یابد. اخلاق حرفه‌ای دربرگیرنده مجموعه‌ای از احکام ارزشی، تکالیف رفتار و سلوک و دستورهای برای اجرای آنهاست. صنعت تبلیغات، با توجه به پیشینه تاریخی و نیز مبانی فلسفه اجتماعی خود از اصول کاری و اخلاق حرفه‌ای خاص برخوردار است و این مهم جایگاه ارزشمندی را در این حرفه به خود اختصاص داده است.

مقاله حاضر پس از بیان تعاریفی از اخلاق، لزوم و ضرورت آن در حیات بشری، صنعت تبلیغات و حوزه‌های مربوط به آن؛ اهمیت پایبند بودن به اصول و قواعد اخلاق حرفه‌ای در مسائل و موضوعات مختلف این صنعت را متذکر و به شناخت و آگاهی هرچه بیشتر پاره‌ای از مهمترین وظایف و مسئولیت‌های صاحبان کالا و خدمات و همچنین پدیدآورندگان و مؤلفان تبلیغات در پرتو اخلاق حرفه‌ای کمک می‌کند و به عنوان راهنمای کاری آنها، موجب شناخت عموم جامعه از فعالیت‌هایشان را فراهم می‌سازد.

کلید واژه‌ها: اخلاق حرفه‌ای، تبلیغات، نظام‌نامه اخلاقی

مقدمه:

نسل آینده ما به چه می‌اندیشد؟ آیا فرزندان ما به رویاهای خود می‌اندیشند که امروز به آنان القا