

تبلیغات بازرگانی باید اخلاق آفرین باشد

سخنرانی دکتر محسن اسماعیلی، رئیس دانشکده حقوق دانشگاه امام صادق (ع)

بسم الله الرحمن الرحيم

پیش از هر چیز برگزاری همایش را در ایام میلاد مبارک امام رضا(ع) به فال نیک می‌گیریم و امیدواریم که این همزمانی به برطرف شدن بخشی از دغدغه ما و شما در این زمینه کمک کند. سپاسگزاری می‌کنیم از همه کسانی که برای این هم‌اندیشی زحمت کشیده‌اند، از جمله مدیران اجرایی و اعضای هیأت علمی و هیأت داوران و شورای سیاست‌گذاری که در شکل‌گیری این محفل آموزشی سهیم بودند.

حقیقت این است که تبلیغات بازرگانی در دنیای امروز، به عنوان پدیده چندجانبه‌ای شناخته می‌شود و علی‌رغم ظرفیت‌هایی که در خود دارد، موافقان و مخالفان را به بحث واداشته و هرکس با نگاه خاص خود به این موضوع، تلاش کرده دغدغه‌های خود را بیان کند. مخالفان و منتقدان تبلیغات بازرگانی که البته بیشتر دغدغه فرهنگی و اجتماعی دارند، زیادند اما به هر حال آنچه انکارناپذیر است، این است که تبلیغات بازرگانی به عنوان یک واقعیت غیرقابل انکار در دنیای امروز خودنمایی می‌کند و ما چه بخواهیم و چه نخواهیم این صنعت رو به رشد است. از نظر نوع ارایه تبلیغات و رسانه‌هایی که بدین‌منظور به کار گرفته می‌شود و از هر نظر دیگری که فکر کنیم، نمی‌شود چشم خود را به این واقعیت بزرگ دنیا ببندیم، مخصوصاً این‌که دیده‌ایم و شنیده‌ایم و تحقیقات میدانی و محلی هم به ما نشان داده است که تبلیغات بازرگانی تنها دارای آثار اقتصادی و تجاری نیست. آنچه امروز مورد بحث و تأکید ماست هر دو جنبه است، ولی تبلیغات تنها در این بخش اثرگذار نیست و در بخش‌های مختلف زندگی جمعی و حتی خانوادگی ما اثرگذاری وسیعی دارد که باعث شده مدیران، متفکران و سیاست‌گذاران جامعه بشری نتوانند تأثیرات زیاد