

ΕΞΕΛΙΞΙΣ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΣ

Τοῦ κ. ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΘΕΟΦΙΛΟΠΟΥΛΟΥ

Γενικοῦ Διευθυντοῦ τῆς Διαφημιστικῆς Ὀργανώσεως «Ἀλέκτωρ»

Ἡ ἐμπορικὴ διείσδυσις καὶ ἐπιτυχία ἐνὸς προϊόντος εἰς τὴν ἀγορὰν εἶναι, ὑπὸ τὸ σύγχρονον πρῶτα τῆς ἰδιωτικῆς οἰκονομίας καὶ εἰδικώτερον τοῦ Μάρκετινγκ, ἀποτέλεσμα πολλῶν παραγόντων καὶ ἐνεργειῶν, ὅπως τῆς καλῆς τιμῆς τοῦ προϊόντος, τῆς ποιότητός του, τῆς ὀργανωμένης διαθέσεώς του, τῆς σωστῆς καὶ ἐπιμελημένης συσκευασίας του, τῆς ἐμπορικῆς προωθήσεώς του καὶ τῆς διαφημίσεως τούτου. Ὅλες αὐτὲς οἱ δυνάμεις πρέπει νὰ ἐργάζωνται ἁρμονικὰ καὶ συστηματικὰ διὰ τὴν ἐπίτευξιν τοῦ μοναδικοῦ στόχου : τῆς ἐπιτυχίας τοῦ προϊόντος. Αὐτὴ εἶναι ἡ ὀρθὴ καὶ σύγχρονος φιλοσοφία τῆς ἰδιωτικῆς οἰκονομίας τῶν ἐπιχειρήσεων.

Βεβαίως, ὁ τομεὺς τῆς διαφημίσεως, ὅσον αἱ οἰκονομίαι τῶν κρατῶν καθίστανται συνθετώτεροι, διαδραματίζει ἀκόμη μεγαλύτερον ἔργον καὶ ἡ ἀποστολὴ του καθίσταται πλέον ἀξιολόγος καὶ ἀπαραίτητος. Ἄρκει ν' ἀναφερθῆ ὅτι εἰς τὴν Ἀμερικὴν δαπανῶνται πλέον τῶν 18 δισεκατομμυρίων δολλαρίων τὸ ἔτος διὰ διαφήμισιν, ἐνῶ εἰς τὴν Εὐρώπῃν τὸ ποσὸν τοῦτο ὑπερέβη τὰ 6 δισεκατομμύρια δολλάρια καὶ εἰς τὴν Ἑλλάδα ὑπολογίζεται ὅτι κυμαίνεται εἰς τὰ 17 ἑκατομμύρια δολλάρια.

Ἡ ἀλματώδης αὐξήσις τῆς ἐντάσεως καὶ τοῦ ὄγκου τῆς διαφημίσεως εἶναι ἀποτέλεσμα τῶν τελευταίων μεταπολεμικῶν ἐτῶν, γεγονός τὸ ὁποῖον μαρτυρεῖ ἀπεριφράστως τὸν ἀναπόσπαστον δεσμόν, πού συνδέει τὴν ἐξέλιξιν τῶν οἰκονομικῶν τῶν κρατῶν μὲ τὴν ἐξέλιξιν τῆς διαφημίσεως. Καὶ εἰς τὴν Ἑλλάδα, ὁμολογουμένως, ὑπάρχει μία ἀξιόλογη ἐξέλιξις καὶ ἀνάπτυξις τῆς διαφημίσεως, τόσον ἀπὸ πλευρᾶς ὄγκου, ὅσον καὶ ἀπὸ πλευρᾶς ποιότητος.

Βασικὴ αἰτία τῆς ἐξελίξεως αὐτῆς ὑπῆρξεν, ἀναμφισβητήτως, ἡ ἄνοδος τῆς οἰκονομίας τῆς χώρας μας, διὰ τῆς ὁποίας ἐπετεύχθη ἡ διεύρυνσις τῆς ἀγοραστικῆς ἰκανότητος τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ, ἡ ὁποία καὶ ἀποτελεῖ τὴν ἠνωδόχον πηγὴν τῆς διαφημίσεως. Ἄλλοι σημαντικοὶ λόγοι εἶναι : α) Ἡ ἐκμηδένισις τῶν ἀποστάσεων μεταξὺ τῶν διαφόρων κρατῶν, μὲ ἀποτέλεσμα τὴν εὐκολωτέραν ἀνταλλαγὴν γνώσεων μεταξὺ τῶν εἰδικῶν καὶ ἀσχολουμένων εἰς τὸν τομέα αὐτόν, β) ἡ περαιτέρω κατανόησις ἐκ μέρους τῶν ἐπιχειρηματιῶν τοῦ σοβαροῦ ρόλου τῆς διαφημίσεως, γ) ἡ εἰσοδος ξένων ἐπιχειρήσεων εἰς τὴν Ἑλλάδα μὲ νέα συστήματα, δ) ἡ ἀνύψωσις τῆς βιομηχανίας μας καὶ τοῦ ἐμπορίου, ε) ἡ στεχνικὴ καὶ ποιοτικὴ ἐξέλιξις τῶν διαφόρων διαφημιστικῶν μέσων καὶ στ) ἡ στε-

λέχουσιν τῶν ἐπιχειρήσεων μὲ μορφωμένα καὶ ἐπιστημονικῶς ἐξειδικευμένα στελέχη.

Τὸ γεγονός, ὅμως, τοῦτο τῆς συνεχοῦς ἐξελίξεως τῆς διαφημίσεως ὑπογραμμίζει τὴν σημαντικὴν, ἀλλὰ καὶ ὑπεύθυνον ἀποστολὴν τῶν ἐπιχειρήσεων, αἱ ὁποῖαι διαχειρίζονται τὰ διάφορα διαφημιστικὰ κοινῶτα. Δι' αὐτὸν τὸν λόγον εἶναι ἀναπόφευκτον, ὅπως καὶ ἡ διαφήμις δέχεται ἐπανειλημμένως ὀριμεῖαν κριτικὴν, τόσον ἐκ μέρους τῶν διαφημιζομένων, ὅσον καὶ ἐκ μέρους τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ. Πολλοὶ ἀποδίδουν τὴν κριτικὴν αὐτὴν—ὡς μὴ φανῆ παράξενον—εἰς αὐτὴν ταύτην τὴν τεραστίαν ἐπιτυχίαν τῆς διαφημίσεως.

Ἀνεξαρτήτως τῆς αἰτίας τῆς προκαλοῦσης τὴν κριτικὴν αὐτὴν, τὸ γεγονός παραμένει, ὅτι ἡ διαφήμις, δυστυχῶς, λόγω τῆς φύσεώς της εἶναι ἐπιρρηπὴς καὶ ἐπιδεικτικὴ κριτικῆς. Δὲν θὰ ἦτο ἄστοπον νὰ ὑπενθυμίσωμεν, ὅτι ὅλα σχεδὸν τὰ ἐπαγγέλματα ὑποφέρουν ἀπὸ πλευρᾶς ἠθικῆς, ἀκόμη καὶ τὰ καθαρῶς ἐπιστημονικά, ὅπως τὸ ἱατρικόν, τὸ δικηγορικόν, ἢ καὶ... τὸ θρησκευτικὸν ἀκόμη.

Δὲν θὰ ἔπρεπε, ἐπομένως, νὰ μᾶς ξενίσει μία κριτικὴ περὶ τῆς ἠθικῆς τῆς διαφημίσεως, ἐνὸς τομέως, δηλαδὴ, τῆς ἐπιχειρηματικῆς ζωῆς στενωῶς ἀπτομένου θεμάτων ἀρκετὰ δυσκόλων καὶ ἐπιβαλλόντων ἐλευθερίαν καὶ πρωτοτυπίαν σκέψεως καὶ δράσεως. Τὸ θέμα, ὅμως, εἶναι τί γίνεται ἀπὸ τῆς πλευρᾶς τῶν διαφημιστῶν εἰς τὸ νὰ ἐξεύρουν νόμους καὶ κανόνας, τοὺς ὁποῖους θὰ πρέπει νὰ ἀκολουθοῦν κατὰ τὴν ἐνάσκησιν τοῦ ἐπαγγέλματός των, οὕτως ὥστε νὰ περιορίσουν εἰς τὸ ἐλάχιστον τὰς δυνατότητας δυσαρέστου κριτικῆς.

Εἰς διαφόρους χώρας τοῦ ἐξωτερικοῦ ἔχουν θεσπισθῆ εἰδικοὶ ἠθικοὶ κώδικες, μὲ σκοπὸν τὴν προστασίαν τοῦ κοινοῦ, τῶν διαφημιζομένων, τῶν διαφημιστικῶν μέσων, ἀλλὰ καὶ τῶν ἰδίων τῶν διαφημιστῶν. Ὑπάρχουν δὲ εἰδικὰ ἐπιτροπαί, αἱ ὁποῖαι κρίνουν περιπτώσεις παραπτωμάτων.

Εἰς τὴν χώραν μας, δυστυχῶς, δὲν ὑπάρχει οὔτε κάτι τὸ καὶ κατ' ἐλάχιστον ἴδιον· καὶ δι' αὐτὸν τὸν λόγον ὁ δρόμος εἶναι ἐντελῶς ἐλεύθερος δι' ἠθικὰς παρατυπίας ἐκ μέρους τῶν ἀσκούντων τὸ ἐπάγγελμα, ἀλλὰ ἐπίσης ἀνοικτὸς καὶ εἰς ἐκεῖνους, οἱ ὁποῖοι διέπονται ἀπὸ διαθέσιν εὐκόλου κριτικῆς.

Ἡ σύνταξις ἐνὸς ἐπαγγελματικοῦ ἠθικοῦ κώδικος εἶναι μία ἐργασία ἀρκετὰ σοβαρὰ καὶ ἀπαιτεῖ συνεργασίαν, σύμπνοιαν καὶ κατανόησιν, ὅχι μόνον μεταξὺ τῶν διαφημιστῶν, ἀλλὰ καὶ μεταξὺ ὅλων τῶν πλευρῶν τοῦ τριγώνου: Διαφημιῶνται—Διαφημιζόμενοι—Διαφημιστικὰ μέσα. Ἐπειδὴ, λοιπὸν, μία τοιαύτη ἐργασία παρουσιάζει ἰδιαιτέρον ἐνδιαφέρον ἐπιθυμῶ νὰ μεταφέρω, ἀπλῶς, μίαν σειρὰν διαφόρων «πιστεύω» ὅπως τὰ ἔζησαν καὶ τὰ ἐδέχθησαν οἱ ἐπαγγελματιῶν μερικοὶ ἐπιφανεῖς Ἀμερικανοὶ διαφημισταί.

Τὸ ἀκολουθούμενον «πιστεύω» τῶν διαφημιστῶν αὐτῶν δὲν ἐκφράζει κανὲν ἀπίσημον ἐπαγγελματικὸν ἠθικὸν κώδικα, ἀλλὰ ἀπλῶς ἀντανაკλᾷ τὰς ἀπόψεις ὀρισμένων διαφημιστῶν, σχετικῶς μὲ τὴν ἠθικὴν τοῦ ἐπαγγέλματος. Τὰ «πιστεύω» αὐτά, κατὰ τὴν γνώμην μου, εἶναι ἄκρως ἐνδιαφέροντα καὶ εἶμαι βέβαιος, ὅτι, τουλάχιστον, θὰ δώσουν λαβὴν εἰς τοὺς ἀσχολουμένους μὲ τὸ τόσον ἔξυπνον καὶ ἰδιόρρυθμον αὐτὸ ἐπάγγελμα, πού λέγεται διαφήμις, νὰ σκεφθοῦν ὀλίγον καὶ ν' ἀναλογισθοῦν τὸ παρὸν καὶ τὸ μέλλον. Νομίζω, ὅτι αὐτὸ καὶ μόνον εἶναι

Ένα σταθερό ξεκίνημα για σκέψεις, τουλάχιστον, που μπορούν να οδηγήσουν σ' ένα καλύτερο μέλλον, το όποιο προσδοκώμεν δλοι.

Ἡ σειρά τῶν ἠθικῶν αὐτῶν «πιστεύω» ἔχει ὡς ἑξῆς :

1) Πιστεύω, ὅτι ἡ καλὴ διαφήμισις δὲν ὠφελεῖ μόνον τὸν διαφημιστὴν καὶ τὸν καταναλωτὴν, ἀλλὰ εἶναι ἀναγκαῖα διὰ τὴν διατήρησιν μιᾶς δυναμικῆς οἰκονομίας, βασιζομένης ἐπὶ τῆς ἐλευθερίας τῆς ἐκλογῆς ἀγαθῶν καὶ ὑπηρεσιῶν καὶ διὰ τοῦτο εἶμαι δικαίως ὑπερήφανος διὰ τὸ ἐπάγγελμά μου.

2) Πιστεύω, ὅτι ὁ διαφημιστὴς καὶ ἡ ὀργάνωσις του εἶναι ὑπεύθυνοι διὰ μίαν διαφήμισιν τιμῶν, πληροφοριακὴν, ἐνδιαφέρουσαν καὶ ἐπωφελεῖ καὶ ὅτι αὐτοὶ οἱ σκοποὶ δὲν ἀλληλοσυγκρούονται.

3) Θὰ πράξω τὸ πᾶν, ὥστε ἡ διαφήμισις ν' ἀνταποκρίνεται εἰς τὰς ὑποχρεώσεις αὐτὰς καὶ θὰ ὑψώσω τὴν φωνὴν μου ὅποτεδῆποτε νομίζω ὅτι ἡ διαφήμισις παραγνωρίζει τὰς ὑποχρεώσεις αὐτάς.

4) Θὰ πράξω τὸ πᾶν διὰ νὰ πείσω τὴν κοινὴν γνώμην, διὰ τὴν πραγματικὴν ἀξίαν τῆς καλῆς διαφημίσεως καὶ νὰ ὑπερασπίσω τὴν ὑπεύθυνον διαφήμισιν ἐναντίον τῆς ἀνευθύνου ἐπιθέσεως.

5) Θὰ θέσω τὴν διαφημιστικὴν μου πείραν εἰς τὴν διάθεσιν ἐκείνων, οἱ ὅποιοι ἀσχολοῦνται μὲ κοινωφελεῖ ἔργα καὶ οὐδὲν ἐμπορικὸν ὄφελος ἀποκομίζουσι, ὅπως ἐπωφεληθοῦν αὐτῆς.

6) Τόσον εἰς τὴν ἰδιωτικὴν, ὅσον καὶ εἰς τὴν ἐπαγγελματικὴν μου ζωὴν, θὰ φέρωμαι τοιοῦτοτρόπως, ὥστε νὰ τιμῶ τὸ ἐπάγγελμά μου.

*
*
*

Ἡ ἠθικὴ θεμελίωσις τῆς διαφημίσεως εἶναι ἐπιτακτικὴ. Ἡ ἐξέλιξις της τὸ ἀπαιτεῖ. Ἡ προβλεπομένη συνέχισις τῆς ἐξελίξεως τὸ ἐπιβάλλει. Ἡ εὐθύνη διὰ τὴν ἠθικὴν κατοχύρωσιν τῆς διαφημίσεως βαρύνει καὶ τοὺς τρεῖς φορεῖς της τοὺς διαφημιστάς, τοὺς διαφημιζομένους καὶ τὰ διαφημιστικὰ μέσα. Τὰ ὀφέλη, τὰ ὅποια θὰ προκύψουν, θὰ ἀνήκουν καὶ εἰς τοὺς τρεῖς καί, ἄς μὴν ἀπατώμεθα, τὰ ὀφέλη θὰ εἶναι πολλὰ ἐκ τῆς εὐσυνειδήτου καὶ ἠθικῆς ἐνασχίσεως τῶν κληθέντων τῆς διαφημιστικῆς δεοντολογίας ἐντὸς τῶν πλαισίων τοῦ καλῶς ἐννοουμένου ἐμπορικοῦ ἀνταγωνισμοῦ.