

SIMAY ATTILA ENDRE, WEI YULING: Mi a reklám etikai felelőssége? – Rövid szakirodalmi áttekintés a felelősség és önszabályozás kérdéseiről

Absztrakt

A vállalatok felelős működése napjainkban egyre inkább előtérbe kerül, amely kihatással van a marketing működésére is. Így a hagyományos profitcélok mellé a társadalmi elvárások miatt egyre többször belép az etikai felelősség kérdése is a marketing döntések mérlegelésékor. A marketing funkció kapcsán a különböző érintett csoportokkal történő kapcsolattartásra, törődésre szolgál a public relations (PR), illetve szintén az etikai felelősség részét képezhetik a vállalatok társadalmi felelősségvállalását (CSR) kifejező különböző programok. A társadalmi elfogadottság növelését szolgálhatják a szakmai etikai standardok is, amelyek az etikai kódexekben öltenek testet. Az önszabályozás fontos dokumentuma Magyarországon a Reklámetikai Kódex, amely kijelöli azokat az alapvető morális normákat, szabályokat, amelyekhez a marketing szakma gyakorlóinak igazodni szükséges. A Reklámetikai Bizottság pedig állásfoglalásokat hoz panaszok felmerülése esetén.

Kulcsszavak: CSR, PR, felelősség, önszabályozás

Abstract

The responsible operation of companies is becoming more and more important nowadays, which also has an impact on the operation of marketing. Thus, in addition to traditional profit goals, the issue of ethical responsibility is increasingly being considered when marketing decisions are made due to social expectations. Related with the marketing function, public relations (PR) can be used to maintain relationships with the various stakeholders, and various programs could express the corporate social responsibility (CSR) as an integral part of ethical responsibility. Professional ethical standards can be embodied in codes of ethics, which could increase social acceptance. An important document of self-regulation in Hungary is the Hungarian Code of Advertising Ethics, which sets up the basic moral norms and rules to which practitioners of the marketing profession must comply. The Advertising Ethical Committee issues resolutions in case of complaints.

Keywords: CSR, PR, responsibility, self-regulation

SIMAY ATTILA ENDRE
PhD, egyetemi adjunktus,
Budapesti Corvinus Egyetem,
attila.simay@uni-corvinus.hu

WEI YULING
PhD hallgató, Budapesti
Corvinus Egyetem,
yuling.wei@uni-corvinus.hu