



ETİK DEĞERLER

“İçimizdeki töresel iyi özellikler, ne doğanın bir zorunluluğudur ne de doğaya karşı olmuştur, aksine onları kendimize katma yeteneği bizim doğamızda vardır ve ahlaki özelliklerimizi alışkanlık haline getirerek mükemmel duruma yaklaşıyoruz”

Aristoteles

Sıcak yaz günleri devam ediyor, bir seçimi daha geride bıraktık. Kimi üzülde kimi sevindi. Seçimler bitti dedikoduları hala sürüyor. Bu da geçecek. Pek çok şey gibi. Son yıllarda oldukça hızlı tüketiyoruz. Tükettikçe de tüketecek başka şeyler arıyoruz. Her gün, yeni bir iletişim bombardımanı ile başlıyor. Sabah gözümüzü açtığımız andan, yattığımız ana kadar pek çok mesaja maruz kalıyoruz. “Maruz” kalıyoruz evet!

Sizleri bilmem ama benim başım dönüyor bu hızla değişen mesajlardan, reklamcıların yarattığı orijinal fikirlerden. Çok basit, çok karışık, duygusal ya da çok agresif. Belli amaca, belli hedeflere yönelik. Hedeflerin pek çok olduğu söylene de bana göre tek hedef; daha çok satmak ve kar etmek. Neden daha çok kar elde etmek? Firma mı? Ülke ekonomisi yararına mı? Yoksa sadece kişisel çıkarlar adına mı? Tabii ki hepimizin yaşamaya, hatta çokook iyi yaşamaya, okumaya, çalışmaya, tatil yapmaya hakkı var. Ve tabii ki kazançlarımız bunu sağlamalı. Peki sadece bu kadar mı? Ya elde ettiğimiz kar istihdamı arttırmıyorsa ne kadar önemli? Ya da bizi mutlu etmiyorsa?

Peki, kazandıkça daha çok kazanma isteği içimizdeki dengelenemez hırsları açığa çıkarıyorsa? Kazanmak için nereye kadar, ne yaparız o zaman? Çoğumuzun “hayır canım bunu kimse yapmaz” dediğini duyar gibiyim. Ama çalışan insanlara, serbest piyasa ekonomisine, her gün uğradığımız mesajların hızına, aynı şirkette aynı amaç için çalışanların rekabetine, hatta öğrencilerin rekabetine, rakip firmadan personel ayartmaya çalışanlara baktığımda bunun nereye kadar doğru olduğundan emin olamıyorum.

Geçen gün gazetede bir haber okudum. Ünlü bir sanatçı bir kozmetik reklamında takma kirpik kullandığı için firmaya dava açılmış. Bu da beni son yıllarda oldukça gündemde olan bir konuya götürdü “etik değerler”. Etik, yeni bir kavram olmamakla birlikte bizim gündemimize yeni yeni giriyor. Ülkemizde her gün yeni bir örneği ile karşılaştığımız yolsuzlukla mücadele çalışmaları; toplumda bir “etik bilinci ve ihtiyacı” oluşmasına yol açıyor.

Sözlük anlamına baktığımızda; etik veya töre bilimi, yanlış doğrudan ayırabilmek amacıyla ahlâk kavramının doğasını anlamaya çalışır. Türkçe’de ahlak sözcüğü ile eş anlamlı olarak da kullanılır.

Profesyonel olarak etiğe baktığımızda ise, çalışanların, meslek dallarının da kurallarına uymak zorunda olduklarını görüyoruz. Bunlar da tarafsızlık, açıklık, mahremiyet, çıkar çelişkisi gibi kav-

ramlar getiriyor.Aynı şeyler, satış ve reklam sektöründe de dürüstlük, yanıltıcı karşılaştırmalar yapmama, fiyat, garanti ve servis konularında kabul edilmiş ortak kurallar olarak karşımıza çıkıyor.

Çamur at izi kalsın, ya da bugün o işi beğenmeyeyim de benim işim en iyisi görünsün mantığının artık çalışmadığı, teknolojinin ilerlediği, dünyanın parmaklarımızın ucunda olduğu, rekabetin çok hızlı ve sert yaşandığı günümüzde artık her şeyi denetleme şansı var. Hal böyle olunca da sanırım en zor iş biz reklamcılara düşüyor. Yaptığımız her işte ayarını çok tutturduğumuz bir terazi var, Demokles'in Kılıcı gibi başımızda. Müşteri çıkarları, toplum çıkarları, kendi çıkarlarımız... Kime ne kadar sorumluyuz? Müşterimize,yaşadığımız topluma, meslektaşlarımıza ne kadar?

Kişisel gelişimin, kişisel duruşun toplum duruşunu etkilediğini bilen sorumlu insanlar olarak herkesin bir an durup önündeki teraziyi düşünmesi dileğiyle...

İyi hafta sonları...