প্রতারণা করা। (vii) দ্রব্যের অপর্যাপ্ত ও অসম্পূর্ণ পরীক্ষা করা।

৪.১.৫ নৈতিক বিজ্ঞাপন (Ethical Advertising)

বিজ্ঞাপণ হল এমন একটি বিপণন যোগাযোগ যার মাধ্যমে খোলাখুলিভাবে অনুমোদিত অব্যক্তিগত তথ্য একটি দ্রব্য, সেবা বা ধারণা বিক্রি বা উন্নয়ন করায়। বিজ্ঞাপনদাতারা হল ব্যাবসায়িক প্রতিষ্ঠান যারা তাদের দ্রব্য বা সেবা বাজারে বিক্রি করতে চায়। কিন্তু বিজ্ঞাপন সবসময় এমন তথ্য বা সংবাদ দেয় না যা সকলের কাছে সমানভাবে গ্রহণযোগ্য হবে। এই অনৈতিক এবং অসৎ মূল্যবোধ আত্মনিয়ন্ত্রণ, খরিদ্দারদের নিয়ন্ত্রণ এবং সরকারের দ্বারা নিয়ন্ত্রিত হয়। অনেকে বলেন যে কিছু বিজ্ঞাপন সামাজিক মূল্যবোধের অবমূল্যায়ন করে। সরকার বিভিন্ন উপযুক্ত আইন ও নিয়মকানুনের প্রয়োগের মাধ্যমে অনৈতিক বিজ্ঞাপনকে রোধ করার জন্য উল্লেখযোগ্য ভূমিকা নিয়ে থাকে। ভালো বা নৈতিক বিজ্ঞাপন সমাজে দৃষ্টান্ত হয় এবং সামাজিক শিক্ষা প্রদান করে। যদিও বিজ্ঞাপন বিভিন্ন কারণে সমালোচিত হয় তথাপি সামাজিক বিজ্ঞাপনের পক্ষে অনেক মন্তব্য করা যায়। এর সুবিধাগুলি হল—

(ক) ইহা মানুষের সামাজিক ও সাংস্কৃতিক আচরণকে উন্নত করে।

(খ) সমাজের কল্যাণসাধনের ইহাকে একটি হাতিয়ার হিসাবে ব্যবহার করা যায়।

(গ) ইহা মানুষের আর্থিক অবস্থার উন্নতিতে সাহায্য করে থাকে।

(ঘ) ইহা মানুষের কাজের সুযোগ তৈরি করে এবং ভালোভাবে জীবনধারণ করতে সাহায্য করে।

(ঘ) ইহা মানুষকে সন্তুষ্টিবিধানের নতুন পথ দেখায়।

(ঙ) সামাজিকভাবে স্বীকৃত বিজ্ঞাপন মানুষের পক্ষে মঙ্গলময়।

(চ) ইহা পরিবার পরিকল্পনা যা দেশের জন্য একটি বড় প্রয়োজন তা প্রচার করতে সাহায্য করে।

(ছ) ইহা মানুষকে বিভিন্ন রোগ যথা কর্কট রোগ, AIDS সম্পর্কে সচেতন করে।

(জ) কীভাবে ইহার চিকিৎসা হবে সে সম্পর্কে মানুষকে সজাগ করে।

অনৈতিক বিজ্ঞাপন (Unethical advertising) : এগুলি হল :

(ক) যখন কোনো কারবারি প্রতিযোগি বা বিকল্প দ্রব্যের অবমূল্যায়ন করে।

(খ) দ্রব্যের মূল্যের উপর যখন মিথ্যা ও ভুলনির্দেশকারী তথ্য দেয়।

(গ) যখন ইহা অনৈতিক হয়।

(ঘ) যখন ইহা পণ্যের পার্শ্ব প্রতিক্রিয়া সংক্রান্ত তথ্য গোপন করে বা ভুল তথ্য বিতরণ করে।