

REKLAMIN SAVUNUSUNDA TOPLUMSAL BİR PERSPEKTİF¹

Barbara J. PHILLIPS²
Çeviren: F. Fulya TEPE³

ÖZET

Birçok eleştirmen çağdaş Amerikan toplumundaki bir kurum olarak reklam etiğini sorgulamıştır. Bu makalenin amacı reklama atfedilen üç olumsuz toplumsal trendi eleştirel olarak incelemektir. Bunlar: (a) tüketimin diğer toplumsal değerlerin üzerine yükselmesi, (b) toplumsal gereksinimleri gidermek için gittikçe artan bir şekilde ürünlerin kullanımı; ve (c) birey tüketicilerin gittikçe artan tatminsizliği. Bu açıklama, sözkonusu olumsuz trendlerin altında yatan nedenin reklam olmadığını; fakat daha geniş bir toplumsal faktör olan kapitalizm olduğunu tartışan bir reklam savunusu üretmektedir. Makalede, bu olumsuz toplumsal trendlerin kapitalist kökenlerine seslenen çözümler önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Reklam, Kapitalizm, Tüketim*

IN DEFENSE OF ADVERTISING: A SOCIAL PERSPECTIVE

ABSTRACT

Many critics have questioned the ethics of advertising as an institution in current American society. The purpose of this paper is to critically examine three negative social trends that have been attributed to advertising: (a) the elevation of consumption over other social values, (b) the increasing use of goods to satisfy social needs, and (c) the increasing dissatisfaction of individual consumers. This explanation yields a defense of advertising which argues that the underlying cause of these negative trends is not advertising, but a larger social factor – capitalism. Solutions that address the capitalistic roots of these negative social trends are suggested.

Keywords: *Advertising, Capitalism, Consumption*

¹ Orijinal başlığı "In Defense of Advertising: A Social Perspective" olan bu makale, *Journal of Business Ethics*, Cilt 16, sayfa 109-118, 1997'de yayınlanmıştır. Makalenin çevirisini yayınlama izni makalenin çevirmeni tarafından Springer'dan alınmıştır. Makaleye orijinal metinde bulunmayan anahtar kelimeler ve Türkçe özet eklenmiştir.

² University of Saskatchewan, Department of Management and Marketing, College of Commerce, Canada.

³ Öğretim Görevlisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi.