



Ekonomi ve Felsefe Toplantıları-127

Bir Hayalin Satılması: Güzellik Ürünü Reklamlarının Eleştirel Söylem Analizi

Arş. Gör. Betül BAYRAKTAR

Tüketim toplumunun bir parçası olan reklam, insanın kendi parasıyla satın aldığı hayâlidir esasında. Bu bakımdan reklam sadece ürünün satılması için kullanılan bir araçtan ziyade bir dürtü ve manipüle aracı olarak arzulan hayat tarzına işaret eder. Gelecek zamana atıf yapılan reklamlarda insanın sürekli bir ihtiyaç halinde olduğu vurgulanmıştır.

Kozmetik sektörü açısından bakıldığında güzellik ürünlerine ait reklamlarda kadına güzellik hayali vaat edilir. Kadın; güzelliği, gençliği ve çekiciliği sayesinde kendisine daha iyi davranılmasını bekler. Güzellik söylemini her gün yeniden üreten reklamlarda idealize edilen bir güzellik yer bulur. Kısacası bu tür reklamlarla üründen ziyade imge satılır.

Güzellik ürünü reklamlarıyla satılan imgenin değerlendirileceği “**Bir Hayalin Satılması: Güzellik Ürünü Reklamlarının Eleştirel Söylem Analizi**” adlı 127. Toplantımız **Arş. Gör. Betül BAYRAKTAR** tarafından gerçekleştirilecektir. Sunumda güzellik ürünü reklamlarının kadınları ikna etme metotları; eleştirel söylem analizi kapsamında tahlil edilecek, reklamın geleceğe atıf yaparak aslında ürün yerine güzellik hayâlini sattığı vurgulanmıştır.

Prof. Dr. Ahmet ULUSOY
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yer: İİBF Ek Bina 4.Kat / Seminer Salonu

Tarih: 24.03.2016

Saat: 14.30