

## TELEVİZYON REKLAMLARINDA BAZI TEKNİK ÖZELLİKLER

Yrd. Doç. Hasan Sami YAYGINGÖL

Televizyon reklamlarında cıngıl ve dans hedef kitle üzerinde mesajın hatırlanmasını sağlayıp reklama bir canlılık katmaktadır. Bu etkiyi en iyi reklam müziklerinin oluşturması bakımından bunun bazı avantajları da vardır. Televizyon reklamlarında reklam müziği kullanmanın avantajı, reklamın radyoya da kaydırılıp kampanyanın hem televizyonda hem de radyoda birlikte yürütülmesini sağlamasıdır. Bu şekilde radyo reklamları televizyon reklamlarına işitsel olarak destek sağlamış olmaktadır. Belirli bir ürün için ekranda görünen bir sanatçı başka bir ürün için inanırlılığını yitirebilir. Bu bakımdan reklam müziği seslendiren sanatçılar, başka reklamcılar içinde iş yapabilmek için, kameradan uzak durmak isterler.

Reklamlar genellikle altmış, otuz, yirmi ve on saniyelik olarak hazırlanır ve gösterilir. Maliyet artışlarından ve TV yayın organlarının özel fiyat uygulamasından vazgeçmelerinden sonra 60 Sn'lik reklamların popülerliği azalmıştır. Kısa süreli reklamlar genellikle daha uzun reklamların kısaltılmış bir biçimidir. Bu tür reklamlar belirli bir görüşe dayanan veya tanımlanan, uyarlanan (Versiyon) reklamlar olarak adlandırılmaktadır.

Bazı ülkelerdeki yerel reklamlar, ülke çapındaki TV sistemlerinde yayınlanan reklamlara göre daha ucuz olmaktadır. Bu tür reklamlar daha uzun gibi görünebilirler, çünkü teknik olarak daha

amatörce yapılmışlardır. Genel olarak hangi ülkede olursa olsun reklam sunmanın temelde üç yolu bulunmaktadır:

### 1— Film

Film reklam için en elevrişli araçtır. Film stüdyoda üretildiği gibi, daha gerçekçi olması bakımından, doğal yerleşim ortamında da çekimi yapılabilir. Gerçek ortamda yapılan filmler stüdyoda üretilenlere göre daha pahalıya malolur.

Yerinde gerçek ortamda çekilmiş filme mali gücü yetmeyen reklamcılar stok filmlerden satın alır ve bunu stüdyo filmleri ile birleştirebilirler.

Renkli filmlerin boyutu hemen her zaman 35 mm dir. Ancak bazı reklam filmleri 16 mm olarak üretilmektedirler. Çünkü, 16 mm lik filmler taşınabilir kameralarla kolayca çekilmekte, daha fazla realizm sağlamak ve reklamdaki çok haber duygusu uyan-dırmaktadır.

Ancak daha görsel bir çekicilik elde etmek isteyen firmalar 35 mm lik filmleri fazladan masraf yapmaya değer bulmaktadır. Bu firmalar genellikle gıda veya seyahat firmaları olmaktadır.

### 2— Band

Video bandı filme göre daha avantajlıdır. Video bandının en büyük avantajı ise, üretim, banyo gibi ikinci bir işlemi gerektirmemesidir. Üretimci veya ajans önceden yapacaklarını planlar ve derhal çekim uygulamalarına geçer, gerektiği takdirde yeni çekimlerde yapabilirler. Son zamanlarda piyasaya çıkan kayıt aygıtları, kare kare düzeltme yapılmasına olanak sağlamaktadır.

Ancak yerinde çekimler ve animasyon konusundaki çizgi filmler hala üstünlüğünü korumaktadır. Film tekniğinde reklam kopyesi çıkarmak ve bunları çoğaltmak, band tekniğinde kopye çıkartmaktan daha ucuzdur.

### 3— Canlı Çekim

Bunu yerel olarak üretilen bazı reklamlarda görmekteyiz. Ancak canlı hareketli resim, tıpkı band çekimlerinde olduğu gibi günümüzde daha çok reklamlarda kullanılmaktadır. Reklamın TV'ye ilk uygulandığı günlerde canlı çekim tek yoldu. Uygulama sırasın-

da çalınan bir kapının açılmaması veya köpeğin önüne çekim sırasında koyulan mamanın köpek tarafından yenmemesi gibi aksilikler sorun yaratmaktaydı.

Gecenin geç saatlerinde gösterime alınan sohbet çekimleri veya ülke çapında tüm TV sistemlerinde gösterilecek haberler daha önceden band'a kaydedildiği için çekim sırasında canlı olarak programa giren doğal görüntüler de banda kaydedilmektedir. Yerel reklamlar için canlı yayın, genellikle elle çizilen bir kaç resmin, bir biri ardından kaydırılmasıyla veya kamera karşısındaki bir kişinin ürün hakkında konuşması biçiminde olmaktadır.

Canlı yayının yapılacağı yere cihazların ve diğer aletlerin taşınması ve yerleştirilmesi, taşıma masrafları, ses stüdyosu kiralari büyük kadro giderleri, malzeme ve oyunculara ödenen ücretler, havadaki meteorolojik olarak oluşan değişimler, canlı çekim tekniği ile yapılan reklamların maliyetini oldukça artırır. Bu gibi sorunlar nedeniyle animasyon tekniği yavaş yavaş geliştirilmekte, hatta sinema filmleri dahi yapılmaktadır. Dolayısıyla çizgi filmlerin canlı yayın araçlarına göre bazı avantajları olmaktadır ve bu avantajlar giderek artıyor gibi gözükmektedir. Burada yaratıcılık faktörü nedeniyle 60 Sn.lik filmlerin yerini 30 Sn.lik veya daha kısa metrajlı yapımlar almaktadır.

## KAYNAKLAR

- Roy Paul Nelson, *The Design Of Advertising*, 5.B. (USA: Wm.C. Brown Publishers), 1985.
- Runyon, Kenneth E, *Advertising*, 2.B. (Columbus: Charles E. Merrill Publishing Co.), 1984.
- S.W. Dunn and A.M. Barban, *Advertising*, (Hindsdale, Illinois: The Dryden Press.), 1974.