

ARAÇ ÜZERİ REKLAMCILIK-ARAÇ GIYDİRME

Esmâ Süldür ZEREN*

GÜNÜMÜZDE İLETİŞİM

İletişim, kurgusal ve pratik boyutlarıyla insanın yaşamının her alanını kuşatan bir olgudur. Psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji, siyaset bilim, sinema, edebiyat, müzik ve diğer bir çok çalışma alanın yanı sıra yüksek teknoloji ile iç içe geçmiş bir bilim ve sanat dalıdır. İletişim, teknolojik araçlar sayesinde bir yandan kitlesel, öte yandan bireysel nitelik taşıyor karmaşık bir örüntüdür.

İletişim kısaca, duygu, düşünce ve bilgilerin her türlü yolla, başkalarına aktarılması işidir. Dilimizde haberleşme, iletişim, bildirişim gibi kavramlarla da ifade edilmektedir. İletişim gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan yada insan gurubu / kitlesi arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alış verişi olarak tanımlanabilir. Bütün iletişim biçimleri doğumundan ölümüne kadar hayatın önemli parçalarını oluştururlar.

İletişim Kurma Nedenleri

İletişim insanlar için yaşamsal bir eylemdir. İletişim beş temel amaca yönelik olarak gerçekleşir.

- a) Varolmak
- b) Haberleşmek
- c) Paşlaşmak
- d) Etkilemek ve yönlendirmek
- e) Eğlenmek ve mutlu olmak
- f) vd.

* Yrd. Doç. Esmâ Süldür ZEREN S.D.Ü. GSF Grafik Bölümü

Grafik İletişim

Grafik görsel olarak algılanan şeylerle,yani görüntülerle ilgili bir kavramdır. İletişim ise her türlü bilginin insanlar arasındaki alışverişidir.Bu durumda grafik iletişim görüntülerden oluşan bilgilerin değiş-tokuşu olarak tanımlanabilir.

Grafik iletişimde grafik süreci yaratıcı görme ve tasarım,yaratıcı düşünme ile gerçekleşir.Toplum yaşamının bir parçası olan grafik olgusu ile iç içedir.

Bir mesajın açık,ekonomik ve estetik bir yolla iletilmesi,grafik iletişimin başlıca amacı ve başarı kriteridir.Her grafik unsur mesajın etkisini arttıracak biçimde tasarlanmalıdır.

TASARIM

Tasarım bilgi edinme sürecidir. Çünkü duyumsal tasarım ile zihinsel tasarım daima birbirlerini etkiler.Tasarlama eylemi,oluşturulacak yapının organizasyonu ile ilgili her türlü faaliyeti içine almaktır.Tasarım belirli bir amaç gözetilen yaratıcı bir eylemdir.

Uygulamalı tasarım dallarını üç ana başlıkta toplamak mümkündür.

Endüstri tasarımı, Çevre tasarımı, Grafik tasarım

Grafik tasarım genel olarak okunan ve izlenen görüntülerin tasarımından sorumludur.

AÇIK HAVA REKLAMCILIĞI

İngilizce “açık hava” anlamına gelen outdoor, aynı zamanda bir reklamcılık terimi; meca olarak açık havanın kullanıldığı reklamları kapsıyor. Tabelacılıkla, binaların üzerine boya ile yapılan dev reklamlarla ve araç üzeri reklamlarla başlayan açık hava reklamcılığı, son bir kaç yılda, özellikle yabancı reklam ajanslarının sektördeki ortaklıklarıyla çok hızlı bir gelişim göstermiştir.

Açık hava reklamlarını en çok kullananalar, dağıtım zinciri olan ve doğrudan tüketiciye ulaşmak isteyen firmalardır. Modern anlamdaki açık hava reklamcılığı Türkiye’de uzun yıllar ihmal edilmiştir. Açık havanın meca olarak özel

bir yerinin olduğu süphesiz küçümsenemez ve hiç bir mecra başka bir mecranın yerini tutamaz. Çünkü televizyonun, yazılı basının hepsinin farklı etkileri vardır ancak, bütün mecralar bir bedel ödeyerek, bir efor harcayarak izlenmektedir.Yani tüketicinin kendi iradesiyle izlediği reklamlardır. Yalnızca outdoor bunun dışındadır.Sokağa çıktığımız anda açık hava reklamlarıyla karşılaşmaktayız.

ARAÇ ÜZERİ REKLAMCILIK

Araç Üzeri Reklam :

Araç üzeri reklamcılık hareket halindeki araçlara veya ortak bölgelerdeki terminaller ve hava alanlarına monte edilen ürünlerden oluşur. Araç üzeri reklamcılık reklam mesajlarını yeni bir anlayışla pek çok araçla şehirlerin bir ucundan bir ucuna taşıyan Outdoor-Açık hava reklamcılığının en dinamik parçasıdır. Yaşanılan çevreyi değiştirip güzelleştiren araç üzeri reklam, mesajını iletme görevini başarıyla yaparken, hayata yeni bir renk ve canlılık katmaktadır. Araştırmalara göre insanlar, araç üzeri reklamlardan %92 oranında etkileniyor bu tür reklamı beğeniyor ve reklamı yapılan ürünlerin tüketimi için harekete geçiyorlar.¹

Grafik tasarım, günümüzün yorgun, dalgın izleyicisinin mesaja ilgisini çekebilecek yeni ve denenmemiş yollar araştırma ve bulma sürecidir. Grafik tasarımda yaratıcılık, önceden birbirleri ile hiçbir ilişkisi olmayan kavram ve görsel unsurlar arasında bağlantılar kurma yeteneği olarak özetlenebilir. Araç üzeri reklamcılık, mesajların etkili olarak bir kitleye iletilmesi için seçilen en yeni araçlardan biridir.

Araç Üzeri reklamlar çok yüksek bir görünürlüğe sahiptirler. Araç üzeri reklamcılıkta; hem hedef kitle hem de mecra hareket halinde olduğu için, mesajı ulaştırmak istenen insan sayısında geometrik bir artış söz konusudur. Hareket halinde olan bu reklamlar sürekli göz önünde bulunurlar.

¹ Media Cat, Aylık Pazarlama İletişim Dergisi (Dışarıya Çıkış) Yıl:5, Sayı:37, Ankara, Şubat 1998 S:52

Açık hava reklam türlerinden hiçbirisi tek başına istenilen hedefe ulaşamaz. Televizyon, radyo, araç üzeri reklamlarla destekli bir çalışma ile sonuca varmak daha kolaydır. Bütün bu medyalar birbirlerinin destekleyicisi durumundadır.

Araç Üzeri reklamlar, Firmanın Kendi kurumsal kimliğinin yada ürünün tanıtıldığı en ekonomik iletişim yollarından birisidir. Araçların hedef kitlelerinin bulunduğu ortamlarda hareket halinde olmasından dolayı, erişimi en yüksek reklam mecrasıdır.¹

Araç Üzeri Reklamların Kullanım Alanları:

Sınırlamanın söz konusu olmadığı bu alanda her gün biraz daha gelişen teknik çözümlerlerin imkanları dahilinde reklamlar çok farklı araçlar üzerinde insanların karşısına çıka biliyor.²

Genel Olarak Araç Üzeri Reklamların Kullanım Alanları;

İç ve dış otobüs panoları

Otobüs kaplamaları(giydirmeleri)

Metro , demiryolu panoları

Havaalanı panoları

Kamyon cephesi panoları

Taksi panoları

Sonuç olarak "Araç giydirme" "Araç Üzeri Reklamcılık" Bu gün dünyanın birçok ülkesinde başarı ile uygulanmaktadır.

Ülkemizde de çeşitliliği ve teknoloji açısından dünya standartlarını yakalayan, yaratıcılıkta da çok yol alan araç üzeri reklamcılık sektöründe hızlı bir gelişim yaşanmaktadır.

Türkiye de kurulan baskı sistemleri ile araç üzeri reklamcılıkta geçmişte çok zor olan kullanımlar artık çok kolay uygulanabilir hale gelmiştir.

Araç - üzeri reklamcılığı etkisi doğrudan doğrudur. Kimse işe, eve, alışverişe, okula, gezmeye yada herhangi bir yere gitmek için sokağa çıktığında

¹ Magma, Outdoor Magazine, (Macig'den sizlere süper fırsatlar), Sayı:6 İstanbul, Nisan 1999 S:3

² Sign Graphic, Aylık açık hava reklam dergisi (açık hava reklamcılığı) İstanbul, Aralık, 2000 S:9

araç üzeri reklamlardan kaçamaz. Araç üzeri reklamlarda açık seçik göze çarpan, herkesi etkileyen bir anlatım dili vardır.

KAYNAKÇA

- Becer Emre, (1997). İletişim ve Grafik Tasarım, 1. Baskı, Dost Kitabevi, Ankara.

- Asher Mustafa, Reklamcılık Bilgileri ders Notları

- Erkmen Bülent, Hazırlanmamış Bir Grafik Sözlüğünden Bazı Alıntılar

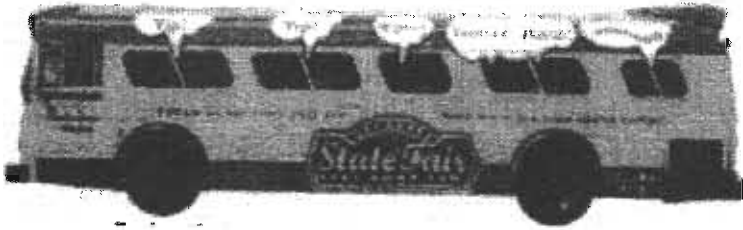
Araçüzeri Reklam Örnekleri :



Şekil 1 – Ticari araç üzeri reklam



Şekil 2 – Ticari araç uzeri reklam



Şekil 3 – Otobüs uzeri reklam



Şekil 4 – Otobüs uzeri reklam



Şekil 5 – Otobüs üzeri reklam



Şekil 6 – Otobüs üzeri reklam