

REKLAMCILIK VE MÜZİK

Dr. İlhan Sami ÖZULU



© Copyright 2023

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ye aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN

978-625-399-287-3

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Kitap Adı

Reklamcılık ve Müzik

Yayıncı Sertifika No

47518

Yazar

İlhan Sami ÖZULU

ORCID iD: 0009-0003-7052-4061

Baskı ve Cilt

Vadi Matbaacılık

Bisac Code

MUS000000

Yayın Koordinatörü

Yasin DİLMEN

DOI

10.37609/akya.2720

Kütüphane Kimlik Kartı

Özulu, İlhan Sami.

Reklamcılık ve Müzik / İlhan Sami Özulu.
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2023.

104 s. : tablo. ; 195x275 mm.

Kaynakça ve Ekler var.

ISBN 9786253992873

1. Müzik.

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Günümüzde en çok gelir getiren sektörlerden biri olarak kabul edilen reklamcılık, kitle iletişiminin geniş olanaklarından yararlanmaktadır. Kısaca “bir mal veya hizmeti kitle iletişim araçları yardımıyla bir bedel karşılığında geniş halk kitlelerine duyurarak satışları artırmayı amaçlayan faaliyetlerin tümü” diye tanımlayabileceğimiz reklamcılık; aynı zamanda radyo, televizyon ve basının en büyük finans kaynağını oluşturmaktadır. Bir başka deyişle, reklamcılık ile radyo-televizyon yayıncılığı çok yakın ilişki içerisindedir.

Yirminci yüzyılda kitle iletişim araçlarındaki önemli gelişmeler, reklamların çok geniş kitlelere ulaşabilmesine yol açmıştır. Radyo ve televizyon programlarını bir süre izleyecek olursak, tahminimizden de çok sayıda reklam ile karşılaşırız. Bu da bize, radyo-televizyon yayıncılığında reklamların ne kadar büyük bir yer tuttuğunu göstermektedir. Yayınlanan bu reklamların büyük kısmını ise, müzikli reklamlar oluşturmaktadır. Radyo-televizyon reklamcılığında müziğin kullanımı çok yaygın olup, önemi ise son derece büyüktür. Günlük yaşamda her gün (farkında olmasak da) yüzlerce reklam müziği duymaktayız.

Reklamcılık konusunda Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa ülkelerinde akademik düzeyde eğitim verilmesine ve bu konuda birçok eser yayınlanmasına karşın, ülkemiz bu açıdan fakir sayılabilir. Özellikle konumuz açısından önem teşkil eden radyo-televizyon reklamcılığı ve reklam müzikleri alanında Türkiye’de yayınlanmış kaynak bulmakta büyük güçlüklerle karşılaşılmaktadır. Bu yüzden ben de reklamcılığın vatanı diyebileceğimiz Amerika Birleşik Devletleri’nde bu konuda yayınlanmış kaynaklardan faydalanma yolunu seçtim.

Türk reklamcılığına müzikal yönden bilimsel bir yaklaşım getirebilmesi amacıyla hazırladığım bu kitaptaki yardımları için Prof. Dr. Durali Yılmaz’a ve eşim Deniz Özulu’ya teşekkürü borç bilirim.

Dr. İlhan Sami Özulu

Washington, D.C.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
--------------------	----------

BÖLÜM 1

REKLAM ve REKLAMCILIK

1. Reklamın Tanımı	3
2. Reklamcılığın Sınıflandırılması	6
a. Duyurulacak Kişiye Göre	6
b. Reklam Sahibine Göre	6
c. Araçlara Göre.....	6
d. Amaca Göre	6
3. Reklamcılığın Tarihçesi.....	6
a. Reklamcılıkta İlk Adımlar.....	7
b. Modern Reklamcılığın Doğuşu.....	8
4. Reklamın Amacı ve Fonksiyonları	9
5. Reklamcılık Araçları.....	11
6. Reklamcılık Teknikleri.....	15
7. Reklamın Yaratılması	16
8. Reklam Kampanyaları.....	18
9. Reklam Bütçesi	20
10. Reklamın Etkileri	21
11. Dünyada Reklam Ajansları.....	23
12. Türkiye’de Reklamcılığın Gelişimi.....	25
13. Türkiye’de Reklam ve Sektörler	28
14. Reklamcılık Ödülleri.....	29
a. Uluslararası Ödüller	30
b. Amerikan Ödülleri.....	30
c. Türk Ödülleri.....	30

BÖLÜM 2**RADYO TELEVİZYON ve MÜZİK..... 31**

1. Radyo – Televizyon Yayıncılığı	31
2. Radyo – Televizyon Reklamları	32
3. Radyo–Televizyon Reklamlarının Olumlu, Olumsuz Yanları.....	34
a. Televizyon Reklamlarının Olumlu Yanları.....	34
b. Televizyon Reklamlarının Olumsuz Yanları.....	34
c. Radyo Reklamlarının Olumlu Yanları.....	34
d. Radyo Reklamların Olumsuz Yanları	34
4. Çeşitli Ülkelerde Radyo-Televizyon Reklamlarının Yayın Süreleri	35
5. Türkiye’de Radyo Reklamlarının Türleri.....	35
a. Küçük İlanlar (Direkt Spot).....	35
b. Programlı Reklamlar	36
c. Özel, Tanıtıcı Programlar	36
6. Türkiye’de Radyo-Televizyon Reklamcılığın Gelişimi.....	36
7. Müziğin Tanımı ve Radyo – Televizyondaki Yeri.....	37
8. Reklam ve Müzik İlişkisi	41
a. Müzikten Kaçınmak	42
b. Daha Çok Müzik Kullanımı.....	42

BÖLÜM 3**REKLAM MÜZİKLERİ..... 43**

1. Reklam Müziğinin Tanımı.....	43
2. İlgili Kişiler	45
3. Kullanılan Kavramlar	46
4. “Jingle”ın Tanımı ve Türleri	47
5. “Jingle”ın Yapısı	47
a. Melodi.....	48
b. Ritm.....	48
6. Reklam Müziklerinin Kaynakları	48
7. Müzik Türünün Önemi	49
8. Sözleri Notalandırmak.....	50
9. Melodinin Yazılışı.....	51
10. Vokalleri Yazarken Dikkat Edilecek Noktalar.....	52

11. Sürenin Saptanması	53
12. Tempo Değişim Cetveli	55
13. Orkestrasyon	56
14. Ön Prodüksiyon	58
15. Müzik Prodüksiyonu	59
16. Ses Kayıt Stüdyosu	60
SONUÇ	63
KAYNAKLAR	65
EKLER	67

KAYNAKLAR

- ALİ, Filiz - Müzik ve Müziğimizin Sorunları, Cem Yayınevi, İstanbul 1987.
- APEL, Willi - Harvard Dictionary of Music (Second Edition), The Belknap of Harvard University Press, Massachusetts 1972.
- ARDLEY, Neil - Music - An Illustrated Encyclopedia, Fact on File Inc., New York 1986.
- BALLE, Francis; EYMERD, Gerard - Yeni Medyalar (Çeviren: M. Selami Şakiroğlu), İletişim Yayınları-Cep Üniversitesi Serisi, İstanbul 1991.
- BASKERVILLE, David - Music Business Handbook - A Career Guide (Third Edition), The Sherwood Company, Denver, Colorado 1982.
- BAŞARAN, İ. Eren - Ses Frekans Tekniği, Milli Eğitim Bakanlığı Devlet Kitapları - Etüd ve Programlama Dairesi Yayınları No: 48, İstanbul 1981.
- BERGENDORFF, Fred L.; SMITH, Charles H.; WEBSTER, Lance - Broadcast Advertising and Promotion - A Handbook for Students and Professionals, Communication Arts Books - Hasting House Publishers, New York 1983.
- BİRDOĞAN, Nejat - Notalarıyla Türkülerimiz, Özgür Yayın Dağıtım, İstanbul 1988.
- BROWNE, Donald R. - International Radio Broadcasting - The Limits of the Limitless Medium, Preager Publishers, New York 1982.
- ÇALIŞIR, Feridun - Sözlüklü Çalgı Bilgisi, İş Matbaacılık ve Ticaret, Ankara 1969.
- ÇELEBİOĞLU, Emel - Tarihsel Açıdan Evrensel Müziğe Giriş, Üçdal Neşriyat, İstanbul 1988.
- ÇÖMLEKÇİ, Necla - Reklam Masraflarının Tesirleri ve İstatistik Metodlarla Tesbiti, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını No: 91-50, Ankara 1971.
- DARBAZ, Feridun - Temel Bilgilerle Beraber Tonal-Modal-Ölçü ve Biçim Bakımından Türk ve Batı Müziği, Musiki Kültür Derneği Yayınları No: 1, İstanbul 1973.
- DOLAN, Robert E. - Music in Modern Media Technique in Tape, Disc and Film Recording-Motion Picture and Television Scoring and Electronic Music, G. Shrimer Inc., New York 1968.
- DONALD Jack Mac; HOLSOPPLE Curtis R. - Handbook of Radio Publicity and Promotion (Third Edition), Tab Books, Blue Ridge Summit, Pennsylvania 1991.
- ERDAMAR, Bengül - Radyo Programcılığı, Der Yayınları, İstanbul 1992.
- EROL, İsmail Lütfü - Batı Klasik Müziği - Dinleyici İçin Notlar, Öteki Müzik-Açı Yayıncılık, Ankara 1991.
- ERTUĞ, Hasan Refik - Radyo İşletmeciliği Meseleleri, İ.Ü. Yayın No: 504, İktisat Fakültesi Yayın No: 54, Gazetecilik Enstitüsü Yayın No: 1, Güven Basımevi, İstanbul 1951.
- European Broadcasting Union - Advertising on Radio and Television, European Broadcast Union Legal and Administrative Series Monograph No: 4, Geneva 1966.
- EVANS, Elwyn - Radio - A Guide to Broadcasting Techniques, Barrie and Jenkins Ltd., London 1977.
- FIELD, Stanley - Professional Broadcast Writer's Handbook, Tab Books, Blue Ridge Summit, Pennsylvania 1974.
- FINKELSTEIN, Sidney - Müzik Neyi Anlatır (Çeviren: M. Halim Spatar), Kaynak Yayıncılık, İstanbul 1986.
- GAINES, J. Raleigh - Modern Radio Programming, Tab Books, Philadelphia 1973.
- GILLIS, Don - The Art of Media Instruction, Crescendo Book Publications, Dallas, Texas 1973.
- GÖKSOY, A. Erdal - Eleştirel Caz Tarihi, İmge Yayıncılık, İstanbul 1984.
- GÖZE, Ayferi - Siyasal Düşünceler ve Yönetimler, Beta Basım, İstanbul 1989.
- Güneş - Ansiklopedik Büyük Sözlük, Arkın Kitabevi, İstanbul.
- GÜNGÖR, Nazife - Arabesk - Sosyokültürel Açıdan Arabesk Müzik, Bilgi Yayınevi, İstanbul 1990.
- HAGERMAN, William L. - Broadcast Advertising - Copywriting, Focal Press, Boston, Massachusetts 1990.
- HEIGHTON, Elizabeth J.; CUNNINGHAM, Don R. - Advertising in the Broadcast and Cable Media (Second Edition), Wadsworth Publishing Company Inc., Belmont, California 1984.
- HETTINGER, Herman S. - A Decade of Radio Advertising, Arno Press and The New York Times, New York 1971.
- HOFFER, Jay - Radio Production Techniques, Tab Books, Blue Ridge Summit, Pennsylvania 1974.
- İÇEL, Kayıhan - Kitle Haberleşme Hukuku, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul 1990.
- KARMEN, Steve - Through the Jingle Jungle - The Art and Business of Making Music for Commercials, Billboard Books, New York 1989.

- KEITH, Michael C. - Radio Production Art and Science, Focal Press, Boston, Massachusetts 1992.
- LOCKHART, Ron; WEISSMAN, Dick - Audio in Advertising A Practical Guide to Producing and Recording Music, Voiceovers & Sound Effects, Frederick Ungar Publishing, New York 1982.
- LOESCH, K. Linford - A Banker's Road Map for Radio Advertising, The Bankers Publishing Company, Boston-Massachusetts 1968.
- LUEDETKE, Luther S. - Making America - The Society and Culture of the United States, Forum Series, United States Information Agency, Washington D.C. 1990.
- MARTIN, George - Making Music - The Guide to Writing, Performing and Recording, Pan Books, London 1983.
- Memo Larousse Ansiklopedisi, Aydın Kitaplar, İstanbul.
- MICHAELS, Mark; BRAIDER, Jackson - The Billboard Book of Rock Arranging (Blue Cliff Edition), Billboard Books, New York 1990.
- MILLER, Fred - Music in Advertising, Amsco Publications, New York 1985.
- MİMAROĞLU, İlhan - Elektronik Müzik, Pan Yayıncılık, İstanbul 1991.
- MİMAROĞLU, İlhan - Müzik Tarihi, Varlık Yayınları, İstanbul 1990.
- MURPHY, Jonne - Handbook of Radio Advertising, Chilton Book Company, Radnor, Pennsylvania 1980.
- OSKAY, Ünsal - Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş, Der Yayınları No: 94, İstanbul 1992.
- OSKAY, Ünsal - Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 316, Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları No: 2, Ankara 1971.
- REDEKOPP, Harold - Careers in Music, The Frederick Harris Music Co. Limited, Ontario 1986.
- ROBERTS, Ted E.F. - Practical Radio Promotions, Focal Press, Boston, Massachusetts 1992.
- ROBINSON, Sol - Radio Advertising - How to Sell It and Write It, Tab Books, Blue Ridge Summit, Pennsylvania 1974.
- Sabah-Oxford Ansiklopedik Sözlük, Yılmaz Yayınları, İstanbul 1990.
- SAYGILI, Neriman, Yabancı Ülkelere Yönelik Radyo Yayınları - Örnek: "Voice of America" (Doktora Tezi), İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 1991.
- SCHULBERG, Bob - Radio Advertising - The Authoritative Handbook, NTC Business Books, Lincolnwood, Illinois 1989.
- SHEMEL, Sidney; KRASILOVSKY, M. William, - This Business of Music (Fifth Edition), Billboard Publications Inc., New York 1985.
- STONE Jr., Al - Jingles - How to Write, Produce and Sell Commercial Music, Writer's Digest Books, Cincinnati, Ohio 1990.
- TABAKOĞLU, Vicdan - Bona ve Müzik Teorisi Notları, Vicdan Müzikevi, Ankara 1976.
- TEIXEIRA Jr., Antonio - Music to Sell By - The Craft of Jingle Writing, Berklee Press Publications, Boston, Massachusetts 1974.
- Tempo Dergisi - Sayı: 26, Hürriyet Dergi Grubu, İstanbul 1993.
- The Encyclopedia Americana - International Edition, Grolier Inc., 1991.
- The New Encyclopedia Britannica, The University of Chicago, Chicago 1990.
- The New Grove Dictionary of American Music, Mac Millian Press Ltd., London 1986.
- The United States Information Agency, The Role of the Media USIA, Washington.
- The United States Information Agency, Voice of America 1942 - 1992 / 50 Years of Broadcasting to the World / A Brief History, Washington 1992.
- TOKGÖZ, Oya - Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo-Televizyon Sistemleri, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 343, Ankara 1972.
- TURA, Yalçın - Türk Musikisinin Meseleleri, Pan Yayıncılık No: 7, İstanbul 1988.
- UYGUÇ, Ünal - Radyo-Televizyon Haberciliği, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayını No: 1, İstanbul 1987.
- UYGUÇ, Ünal - Radyo-Televizyon Programcılığı Ders Notları, İ.Ü. Yayını No: 3407, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayını No: 2, İstanbul 1987.
- ÜNSAL, Yüksel - Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri, ABC Kitabevi, İstanbul 1984.
- WEAD, Sydney W. - World Broadcasting Systems - A Comparative Analysis, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California 1985.
- WEISMANN, Dick - The Music Business - Career Opportunities and Self-Defense, Crown Publishers, New York 1990.
- WILLING, Si - How to Sell Radio Advertising, Tab Books, Blue Ridge Summit, Pennsylvania 1970.
- WOODWARD, Walt - An Insider's Guide to Advertising Music, Art Direction Book Company, New York 1982.
- World Book, World Book Inc., Chicago 1992.
- YENER, Faruk, Müzik Kılavuzu, Milliyet Yayınları, Bilim Kitaplığı No: 9, İstanbul 1976.