

Enstitüsü	: Sosyal Bilimler
Ana bilim dalı	: İletişim Tasarımı
Programı	: İletişim Tasarımı
Tez danışmanı	: Doç. Dr. Bülent Küçükerođan
Tez türü ve tarihi	: Yüksek lisans – Şubat 2009

KISA ÖZET

AÇIKHAVA REKLAMCILIĞINA İMGESEL YAKLAŞIM: TASARIM ETKİ DÜZEYLERİ İNCELEMESİ

Açikhava reklamcılığın tanımının, çeşitlerinin, güçlü ve zayıf yönlerinin açıklandığı bu çalışmada; Açikhava reklam tasarımlarının diğer mecraların tasarımlarına oranla farklı özelliklere sahip olduğu konusunda durulmuştur. Göstergebilimsel ve imgesel yaklaşımların, Açikhava reklam tasarımlarına kazandırdığı anlam, çeşitli kampanya örnekleriyle açıklanmıştır. Ayrıca farklı imgesel yaklaşımlarla donatılmış tasarımların nasıl bir etki düzeyi yaratacağı konusunda bir anket çalışması yapılmıştır.

Tasarım-etki düzeyleri incelememizden çıkan önemli sonuçlardan biri: en çok akıllarda kalan, fark edilen açikhava reklam, tasarımlarının karışıklıklardan uzak, son derece sade olarak tasarlandığı gerçeğidir.

Anahtar sözcükler: Açikhava reklamcılığı, imgesel yaklaşımların ve gösterge bilimin Açikhava reklam tasarımlarının etki düzeylerine sağladığı katkılar.

University : İstanbul Kültür University
Institute : Institute of social sciences
Department : İletişim Tasarımı
Programme : İletişim Tasarımı
Supervisor : Doç. Dr. Bülent Küçükerdoğan
Degree awarded and date : MA – February 2009

ABSTRACT

AN IMAGINATIVE APPROACH TO OUTDOOR ADVERTISING. ANALYSIS ON DESIGN – IMPACT LEVELS

This study which explains strong and weak aspects of Outdoor Advertising; specially points out the design differences between Outdoor Advertising and all other advertising channels.

The meaning of design which is enriched by semiology and imaginative approach, has been explained with several campaign examples.

A questionnaire work realized to show, how an imaginative approach and design creates an impact level.

As a result of design-impact level study, one of the important facts is that, simple and pure designs are memorable and noticed more than complex ones.

Keywords: Outdoor Advertising, contribution of semiolog and imaginative approaches on the impact level of aoutdoor advertising designs.