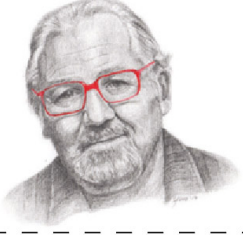
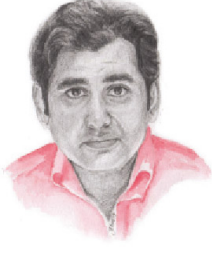




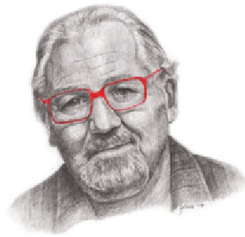
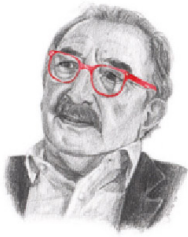
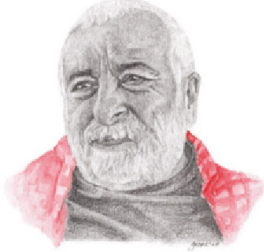
2



REKLAM USTALARI



Editörler:
Müge Elden & Murat Çelik



**DETAY
YAYINCILIK**

Editörler:
Müge Elden & Murat Çelik

REKLAM

USTALARI 2

DETAY
YAYINCILIK

Ankara, 2017

DETAY YAYINLARI : 870

1. Baskı : Kasım 2017

ISBN : 978-605-2323-24-3

Yayıncı Sertifika No : 13188

Matbaa Sertifika No : 26649

© **Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.**

Her hakkı saklıdır. Yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Dizgi : Detay Yayıncılık

Kapak Tasarım : Zehra Atabey

Resimleyen : Zehra Atabey

Baskı ve Cilt : Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi

1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

Kütüphane Bilgi Kartı

Editörler: Müge Elden ve Murat Çelik

Reklam Ustaları 2, 1. Baskı

ISBN: 978-605-2323-24-3, xii + 588 sayfa, kaynakça var, dizin yok



GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ

DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.

Adakale Sokak No: 14/1-5 Kızılay/ANKARA

Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42

Web: www.detayyayin.com.tr • e-posta: detayyay@gmail.com

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
------------	-----

1. Bölüm	Nesim İzidor Barouh ve Yakup Barouh:
	Reklam Sektörünün Ebedi Tanıkları..... 1
	<i>Müge Elden – Murat Çelik</i>

2. Bölüm	Eli Acıman:
	Reklamcılığa Değen Usta El 45
	<i>Zöhre Akyol</i>

3. Bölüm	İhap Hulusi Görey:
	Resmi, Reklama Dâhil Etmek 81
	<i>Zehra Atabey</i>

4. Bölüm	Süheyl Gürbaşkan:
	Türkiye’yi Sinema ve Televizyon Reklamları ile Tanıştıran
	Eşsiz Bir Girişimci..... 101
	<i>Mehmet Tokatlı</i>

5. Bölüm	Ersin Salman:
	Kelimelerle Oynamayı Seven Reklamcı 133
	<i>R. Ayhan Yılmaz - İlknur Atasoy</i>

6. Bölüm	Ege Ernart:	
	Türk Reklamcılığında Dil Devrimi.....	165
	<i>Funda Savaş Gün - K. Nazlım Tüzel Uraltaş</i>	
7. Bölüm	Hakkı Pınar Kılıç:	
	“Doğru Reklam İçin Tüketiciyi Dinle; Tüketiciyi Anlamıyorsan Reklam Yapma”	213
	<i>Funda Savaş Gün - K. Nazlım Tüzel Uraltaş</i>	
8. Bölüm	Nazar Büyüm:	
	Hikâyesi Olan İşler Yapmak ve Fark Edilmek.....	249
	<i>R. Ayhan Yılmaz - Çağlar Genç</i>	
9. Bölüm	Faruk Atasoy:	
	Reklamcılıkta Yöneticiliğin Kurucusu, Bir Marka Mimarı ve Strateji Uzmanı.....	281
	<i>Rengin Küçükertoğan - Benian Kalafatoğlu</i>	
10. Bölüm	Atilla Aksoy:	
	Reklam, Marka ve Pazarlamanın Sınırlarını Aşan Bir Usta	311
	<i>Nurhan Babür Tosun - Alparslan Nas</i>	
11. Bölüm	Haluk Mesci:	
	Enerjisi Hiç Bitmeyen Bir Reklam Yazarı.....	343
	<i>Sema Misci Kip</i>	
12. Bölüm	Jeffi Medina:	
	“Doğruluk Şarttır, Yaratıcılık Bir Sonuçtur”	371
	<i>Gonca Köse</i>	

13. Bölüm	Nesteren Davutoğlu:	
	Reklamcılığı Hayat Kadar Büyük Yapan Reklamcı.....	405
	<i>Burak Amirak</i>	
14. Bölüm	Haluk Sicimoğlu:	
	Araştırma Departmanından Stratejik Planlamaya Giden Yolculuk	425
	<i>Ebru Uzunoğlu</i>	
15. Bölüm	Oğuzhan Akay:	
	On Parmağında On Marifet Bir Usta	461
	<i>Nevzat İnan</i>	
16. Bölüm	Alinur Velidedeoğlu:	
	Benimle Şarkımı Söyle!	491
	<i>Aşina Gülerarslan Özdengül</i>	
17. Bölüm	Serdar Erener:	
	Yaratıcılığı Sorgulayan Genetik Mutant	515
	<i>İçten Duygu Çallı - Işıl Karpat Aktuğlu</i>	
18. Bölüm	Karpat Polat:	
	İnsan Doğasını ve Basitliği Reklama Ustalıkla Taşıyan Bir Reklamcı	555
	<i>R. Gülay Öztürk</i>	
Sonnotlar		587

Reklam Ustaları 2, reklamcılıkta iz bırakmış usta isimlerin yaşamları ve deneyimleri üzerinden Türk reklamcılığının tarihsel serüvenine ortak olmamıza katkı sunan bir kitap. Sayfalar arasında gezindikçe Türk reklam tarihinin ilkleri, hafızalara kazınan reklam kampanyaları, elde edilen büyük başarılar ve aşılan zorluklar karşımıza çıkıyor.

Müge Elden ve Murat Çelik'in editörlüğünü yaptığı kitapta, ülkemizde iletişim alanında eğitim veren 11 saygın üniversiteden 23 farklı yazar, Türk reklamcılığının gidişatını şekillendiren reklam ustalarından N. İzidor Barouh, Yakup Barouh, Eli Acıman, İhap Hulusi Görey, Süheyl Gürbaşkan, Ersin Salman, Ege Ernart, Hakkı Pınar Kılıç, Nazar Büyüm, Faruk Atasoy, Atilla Aksoy, Haluk Mesci, Jeffi Medina, Nesteren Davutoğlu, Haluk Sicimoğlu, Oğuzhan Akay, Alinur Velidedeoğlu, Serdar Erener ve Demir Karpat Polat'ı kaleme aldı.

Reklam Ustaları 2, ilk kitap gibi, öncelikle reklamcılığa ilgi duyanlar, reklamcı olmak isteyen öğrenciler ve de reklamı araştıran akademisyenler için temel başvuru kaynağı niteliğinde bir çalışma. Ama aynı zamanda, Türkiye'de reklamın etkili bir araç ve reklamcılığın ise bir meslek olarak kabul edilmesinde önemli katkıları bulunan ustalara ve daha nicelerine bir "teşekkür" kitabı.



DETAY YAYINCILIK

Adakale Sokak No: 14/1 Kızılay-ANKARA
Tel: 0312. 434 09 49 • Faks: 0312. 434 31 42
web: www.detayyayin.com.tr
e-posta: detayyay@gmail.com

Sertifika No: 13188



online satış: www.detayyayin.com.tr



----- 10. Bölüm -----

Atilla Aksoy: **Reklam, Marka ve Pazarlamanın Sınırlarını Aşan Bir Usta**

Nurhan Babür Tosun

Prof. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Reklamcılık ve Tanıtım Bölümü

Alparslan Nas

Arş. Gör. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Reklamcılık ve Tanıtım Bölümü

Atilla Aksoy, 1980’li yıllardan günümüze Türkiye’de reklamcılık sektörüne yön vermiş isimlerden biri olarak pek çok başarılı işe imza atmıştır. Uzun yıllar Bilgi Üniversitesi Reklamcılık Bölümü koordinatörü olarak sektörel çalışmalarını bir akademisyen kimliğiyle de bütünleştiren Aksoy, yayınlanmış olan iki kitabıyla reklamcılığa dair kuramsal bakış açıları da getirmiştir. Aksoy’un yazını, temel olarak yazarın reklamcılık sektöründeki deneyimlerinden hareketle sorunsallaştırdığı çeşitli konuları aktarıyor olsa da, bununla birlikte yazarın marka ve pazarlama olgularını da detaylıca ele aldığı gözlemlenmektedir. Reklam, marka ve pazarlamayı tüketiciyle kurulan iletişim sürecinde bir bütün olarak değerlendiren Aksoy, bu süreçte tüketici merkezli olunması ve tüketiciyle bir monolog yerine diyaloga girilmesi bağlamında, sektöre yeni boyutlar katacak argümanlar öne sürmektedir. Başarılı bir reklamcı olmasının yanı sıra, Açık Radyo ve Tarih Vakfı’nın da kurucu üyesi olan Aksoy, reklamcılık mesleğini entelektüel bir vizyonla gerçekleştiren bir reklam ustasıdır.

Aksoy, Türkiye'nin reklam kampanyalarının hazırlanması sürecinde "Akdeniz ve Fazlası" sloganını kullanmış ve Türkiye'nin geleceğini Akdeniz pazarında görmüştür. Zeytin İskelesi reklamlarıyla da Aksoy, Kuzey Ege kökenli ve Akdeniz havzasındaki zeytinyağı ürünleri arasında doğal bir lezzete sahip olması nedeniyle pazarda ciddi bir atılım yapabilecek bir ürünün tanıtımını yapmakta ve ürünle tüketiciler arasındaki toplam iletişim sürecinin yönetilmesinde etkin olmaktadır. Aksoy'un Zeytin İskelesi reklamlarıyla yakalamış olduğu başarı, onun reklamcılık kariyerindeki deneyimiyle olduğu kadar, ürünle olan ilgisi ve bağlantısıyla da yakından ilgilidir. Balıkesir'de yaptığı bir konuşmada 30 yıldır zeytinyağı üzerine çalışmalar yaptığını belirten Aksoy, dünyanın en güzel ve en kaliteli zeytinyağının Balıkesir'de yapıldığını ifade etmektedir (www.balikesirpolitika.com, 2010). Zeytin ağacının Balıkesir'in küresel ölçekte markalanması bağlamında kullanılması gereken son derece önemli bir imaj olduğunu belirten Aksoy, dünyanın en kaliteli zeytinyağına ev sahipliği yapan bir ilin mutlaka markalaşması gerektiğini dile getirerek, gerek ürün pazarlaması gerekse kent markalaması bağlamında yol gösterici olmaktadır.

Sonuç Yerine

Atilla Aksoy, 1980'lerden günümüze Türkiye'de reklamcılık sektöründe öne gelen isimlerden biri olarak, sektöre yön vermiş reklam ustalarından biridir. Bu inceleme yazısında detaylıca tartışıldığı gibi Aksoy'un kitap çalışmaları, onun aynı zamanda reklam, marka ve pazarlama alanlarına yapmış olduğu kuramsal katkıyı da gözler önüne sermektedir. 1998 ile 2010 yılları arasında Bilgi Üniversitesi Reklamcılık Bölümü koordinatörlüğü yapan Aksoy, reklamcılık sektöründeki deneyimlerini akademik alana aktarmış, reklamcılık disiplini de pek çok öğrencinin yetişmesini sağlamış ve bu açıdan reklamcılığın gerek sektörel gerekse akademik geleceğinde önemli bir pay sahibi olmuştur. Aksoy'un reklam, marka ve pazarlama üzerine görüşleri, Türkiye'deki sektörün mevcut durumuna eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmakta ve yerleşik yaklaşımları sorgulayarak sektöre bir yön vermeyi amaçlamaktadır. Reklamcılığın yalnızca bir reklam yapımı sürecinden ibaret olmayıp, aynı zamanda tüketicinin markayla temas noktalarını yönetmesi gereken bir misyona sahip olması, Aksoy'un sektöre yönelik getirmiş olduğu çarpıcı bakış açılarından biridir. Ayrıca, reklamcılığın tüketiciye belirli bir ürün veya hizmetin tüketilmesi noktasında bir monologa girmek yerine, bir diyalogu amaçlaması gerektiği de Aksoy'un sektör ve tüketici ilişkisine dair vurgularından bir diğeridir. Reklam, yalnızca bir ürün promosyonunu tüketicilere duyuran bir araç olmak yerine, Aksoy'un bir anlam mozaiki olarak değerlendirdiği markaya ilişkin değerleri taşıyan bir aracı olmalıdır. Aksoy'un düşüncesinde reklam, marka ve pazarlama tüketiciye bir vaatte bulunan, tüketicinin yaşamına değer katan bir işleve sahip olmalı; reklamcı tüketiciyle girdiği diyalogda markanın imajını tüketiciyle birlikte gerçekleştirmelidir. Sektörel çalışmaları kapsamında Türkiye'nin ve İstanbul'un markalanması bağlamında da son derece önemli çalışmalar yapan Aksoy, özellikle Türkiye'nin 2000 Olimpiyat Adaylığı Tanıtım Direktörü ve 2006 yılı tanıtım sorumlusu olarak gerçekleştirmiş olduğu reklam kampanyalarıyla ülkenin tanıtımında etkin rol oynamıştır. Aksoy, reklamcılığa yaptığı kuramsal ve sektörel katkıların yanı sıra, toplumsal konularda yaptığı çeşitli çeviriler ve Açık Radyo ile Tarih Vakfı'nın kurucu üyelerinden biri olarak entelektüel bir vizyon ortaya koymuştur. 27 Mart 2017 tarihinde hayata veda eden Atilla Aksoy, ömrünün son gününe kadar WORKS ajansında kurucu ortak olarak çalışmalarını sürdürmüş ve Zeytin İskelesi başta olmak üzere çeşitli kampanyalarla başarılı işlere imza atmıştır. Yönelttiği sorular ve geleneksel reklamcılık anlayışına meydan okuyuşuyla Aksoy, Türkiye'de reklam sektörüne yön vermeyi başaran reklam ustalarından biri olmuştur.

Bölüm Kaynakçası

AKSOY, Atilla (2007), **Yeni Reklamcılık**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

AKSOY, Atilla (2010), **Yoksa Siz Hala... Reklam, Marka ve Pazarlama Üzerine Düşünceler**, İstanbul: Works.

AKSUNGUR, Aslı Gündoğdu (2008), **Turizmde Markalaşma ve Tanıtma Faaliyetlerinin Önemi: İspanya ve Türkiye'nin Karşılaştırmalı Analizi**, Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.

- ANDERSEN, Kenneth E. (1971), **Persuasion: Theory and Practice**, Boston: Allyn & Bacon.
- ARAS, Y. (2006, Ocak 7), "Türkiye öksürse verem oldu diye yargılanan bir ülke", <http://www.milliyet.com.tr/2006/01/07/pazar/paz04.html>, Erişim Tarihi: 20.03.2010.
- ARGIN, Burak (2009, Nisan 6), "23. Reklamcılar Tahtaya & Atilla Aksoy", <http://burakargin.blogspot.com.tr/2009/04/23-reklamclar-tahtaya-atilla-aksoy.html>, Erişim Tarihi: 20.03.2015.
- ASHWORTH, G. Gregory John (1990), **Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning**, London: Belhaven Press.
- BARTHES, Roland (1975), **The Pleasure of the Text**, R. Miller, (Çev.), New York: Hill and Wang.
- BAUMANN, Zygmunt (2005), **Work, Consumerism and the New Poor**, New York: Open University Press.
- BAYINDIR, H. (2009), Taze Gelin, **Forbes**, Eylül, ss. 154-155.
- BENJAMIN, Walter (1968), "The Storyteller: Reflections on Nikolai Leskóv", H. Arendt (Düz.), **Illuminations** içinde, H. Zohn (Çev.), New York: Harcourt, Brace & World.
- BETTINGHAUS, Erwin P. (1987), **Persuasive communication**, 4th Ed, New York: Holt, Rinehart & Winston.
- ERGU, Elif (2006, Ocak 15), "Türkiye'nin tanıtımı bu yıl ondan soruluyor", <http://www.gazetevatan.com/turkiye-nin-tanitimi-bu-yil-ondan-soruluyor-68676-ekonomi/>, Erişim Tarihi: 20.03.2015.
- GÜRBİLEK, Nurdan (2011), **Vitrinde Yaşamak: 1980'lerin Kültürel İklimi**, İstanbul: Metis.
- HODGE, Robert; KRESS, Gunther (1988), **Social Semiotics**, Cambridge: Polity.
- MOILANEN, Teemu; RAINISTO, Seppo (2008), **How to Brand Nations, Cities and Destinations**, Palgrave Macmillan.
- ÖNCÜ, Ayşe (2013), "İstanbulcular ve Ötekiler: Küreselcilik Çağında Orta Sınıf Olmanın Kültürel Kozmolojisi", Çağlar Keyder (Düz.), **İstanbul: Küresel ile Yerel Arasında** içinde, İstanbul: Metis.
- ÖZKAN, Pelin (2004), **Hayatımız Reklam - Türkiye'nin Reklam Ustalarıyla Söyleşiler**, İstanbul: MediaCat Kitapları.
- ÖZSOY, Eda (2006, 20 Ocak), "Türkiye tanıtımında yeni dönem", <http://www.turizmdebusabah.com/haberler/turkiye-tanitiminda-yeni-donem--24892.html>, Erişim Tarihi: 20.03.2015.
- PERLOFF, Richard M. (2010), **The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century**, New York&London: Routledge.
- SAYAR, S. (2006, Mart 3), "Kültür Bakanlığı eleştirilen tanıtım filminden memnun!!!", <http://www.halklailis.com.tr/yazi.php?id=1601&baslik=Kultur%20Bakanligi%20elestirilen%20tanitim%20filminden%20memnun>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2015.
- SHERRY, John F. (2005), **Brand Meaning. Kellogs on Branding** içinde s. 40-69, (Ed.) Alice M. TYBOUT ve Tim CALKINS, NJ: Wiley and Sons.
- SMITH, Marry John (1982), **Persuasion And Human Action: A Review And Critique Of Social Influence Theories**. Belmont, CA: Wadsworth.
- VAN LEEUWEN, Theo (2005), **Introducing Social Semiotics**, New York: Routledge.
- YU, Jim (2014, Ocak 29), "Go Beyond Advertising and into Storytelling", http://www.huffingtonpost.com/jim-yu/go-beyond-advertising-and_b_4683818.html, Erişim Tarihi: 20 Mart 2015.
- _____, ____ (2014), "Açıkhavada Yeni Bir Dönem: Türkiye'nin Açıkhava Mecrası Ölçümleniyor", <http://www.stroer.com.tr/medya/haberler/haber/Acikhavada-yeni-bir-donem-Turkiye-Acikhava-Mecrası-Olcumleniyor---Copy>, 20.03.2015.

- ___, ___ (2013), "Günümüz reklamcılığında marka değerinin önemi nedir?" [http://cevap.tv/gunumuz-reklamcili ginda-marka-degerinin-onemi-nedir/4424](http://cevap.tv/gunumuz-reklamcili-ginda-marka-degerinin-onemi-nedir/4424), Erişim Tarihi: 20.03.2015.
- ___, ___ (2012, Kasım 28), "Obama'ya da Gidecek", <http://www.milliyet.com.tr/-obama-ya-da-gidecek--galatasaray-1634003-skorerhaber/>, Erişim Tarihi: 20.03.2015.
- ___, ___ (2012, Eylül 27), "Roundtable'da açık hava sektörü buluştu.", <http://www.campaigntr.com/2012/09/27/21319/campaign-roundtableda-acikhava-sektoru-bulustu/>, Erişim Tarihi: 20.03.2015.
- ___, ___ (2011, Eylül-Ekim), "Works Ajansı'nın Kurulum Süreci", **Grafik Tasarım**, Sayı: 44, ss.70-71.
- ___, ___ (2010, Aralık 18), "Markalar Zengini Markasız Kent Balıkesir", <http://balikesirpolitika.com/detay2a.asp?id=9653&datakod=h15&yy=&kod=1>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2015.
- ___, ___ (2007, Mayıs 28), "Atilla Aksoy Wunderman'dan ayrılıyor.", <http://www.mediacaonline.com/atilla-aksoy-wunderman%C2%92dan-ayriliyor/>, Erişim Tarihi: 20.03.2015.
- ___, ___ (2005, Aralık 25), "Yeni sloganımız: Akdeniz ve fazlası.", <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=173940&tarih=25/12/2005>.
- ___, ___, Zeytin İskelesi reklamı, <https://www.youtube.com/watch?v=idU41FFsaFI>, Erişim Tarihi: 20.03.2015.
- ___, ___, Zeytin İskelesi reklamı, <http://works.com.tr/taxonomy/term/21#/node/62>, Erişim Tarihi: 20.03.2015.
- ___, ___, Zeytin İskelesi reklamı, <http://works.com.tr/taxonomy/term/21#/node/222>, Erişim Tarihi: 20.03.2015.