



MICHAEL KUYUCU

michael@michaelshow.net

Basın, Eurovision'da sınıfta kaldı

Son birkaç yıldır özellikle bizim basınımızda Eurovision şarkı yarışmasını aşığılama ve küçük görme modası başladı. Buna ben şahsen bir anlam veremiyorum. Bu alanda bir kitap yazdığım için konu gündeme geldiği zaman araştırmalarım için basını tek tek tarıyorum. Özellikle bir kesim entelektüel görünümlü popülist yazarlarının aşığılayıcı ve Eurovision şarkı yarışmasını küçük gören yazılarını okuyor ve şaşırıyorum. Eurovision şarkı yarışmasından, son 8 yılda üç kez sonuncu olan ve her yıl 200 bin pound para yatıran İngiltere bile nefret etmezken, bu yarışmadan başta tanıtım olmak üzere pek çok konuda nemalanan Türkiye'nin bir kısım basını neden böyle yapıyor anlamıyorum. Her yıl bu yarışma yayınlandığında, TRT (TV1) reytinglerde birinci oluyor, bu yıl TRT AGB'den çıktığı için kaçınıcı olduğunu göremedik ama eminim bu yıl da reytinglerde birinci olmuştur. Bu yarışmaya Türkiye her yıl yaklaşık 400 bin TL harcıyor. Bu 400 bin TL ile yapılan ülke reklamı ise en az bunun 10 katı.

Son yarışmada büyük bir başarı elde eden 170 puan toplayarak ikinci olan maNga'yı da tebrik ediyor ve meraklılarına Eurovision şarkı yarışmasına yönelik bazı ekonomik bilgiler vermek istiyorum.

Yarışmaya ev sahipliği yapan ülkelerin bu yarışmaya harcadıkları para rekor seviyelerde :

2005 Kiev (Ukrayna): 22 milyon avro

2006 Atina (Yunanistan): 5.5 milyon avro

2007 Helsinki (Finlandiya): 14 milyon avro

2008 Belgrad (Sırbistan): 9.3 milyon avro

2009 Moskova (Rusya): 30.3 milyon avro

Eurovision şarkı yarışmasında oy kullanan ülkelerin kullandığı toplam oy sayısı ise şöyle:

2004: 7.182.875

2005: 6.555.305

2006: 8.540.324

2007: 8.778.480

2008: 8.825.527

2009: 10.680.682

Bu tabloyu biraz açmak gerekirse 2009 yılında yarışma sırasında yapılan oylamada kullanılan toplam 10,680,682 oyun 6,162,749 adeti SMS, 4,517,933 adeti telefon çağrısı ile gerçekleşmiş.

» Türkiye'den yarışmanın final ve yarı final gecelerinde her yıl ortalama 90 ile 100 bin kişi oy kullanıyor. Örnek vermek gerekirse 2007 yılında sadece final gecesinde Türkiye'den 83 bin 769 adet oy kullanılmış.

» 2010 yılında yapılan yarışmayı sadece yayınlayan ve hiçbir katılım heyecanı yaşamayan Avustralya'da 200 binin üzerinde kişi oy kullandı. Bu oylamada 44 bin 163 oy alan Türkiye, Avustralya kıtasının birincisi oldu.

» Avrupa kıtasının ratinglerine bakacak olursak 2010 yılındaki yarışma Yunanistan'da yüzde 72.5'lik bir 'share' alarak 3.763.000 kişi tarafından izlendi. Almanya yüzde 61.6'lık bir 'share' yakaladı ve yarışmayı 15 milyon kişi izledi. Yarışmayı en az önemseyen ve sonuncu olduğu için kan kusan İngiltere'de bile yarışmayı oylama sırasında 7.827.000 kişi izledi. Bu izlenme oranlarını alt alta topladığınızda yarışmayı her yıl ortalama 120 milyon kişinin izlediği ortaya çıkıyor.

Yukarıdaki veriler bu yarışmanın öyle aşığılanacak hatta küçük görülecek bir yarışma olmadığına en somut kanıtı. Dünyanın en büyük müzik ve sanat etkinliği olan bu yarışmada maNga'nın yakaladığı başarıyı bir kez daha alkışlamak istiyorum. Biri onların ışığını eleştirdi, diğeri koreografideki robotu, biri şarkıyı beğenmedi, öbürü duruşlarını...

Burada bence Türkiye basınının da kendisini sorgulaması gerekir. Neden mi? Çünkü Türkiye'nin son beş yılda Eurovision'a katılan sanatçılar arasında en az haber olanı maNga oldu. Aksine en büyük başarıyı da onlar elde etti. Aynı şey Sertab Erener'in birinciliğinde de yaşanmıştı. Bence Türkiye basını maNga'nın bu ikinciliğinde sınıfta kaldı. Sanırım bacak, sutyen ve dedikodu peşinde koştuğu sürece sınıfta kalmaya devam edecek.