

## DR. MICHAEL KUYUCU

michael@michaelshow.net



### Altın yumurtlayan tavuk: Televizyon

**T**elevizyonda her gün yüzlerce reklam izliyoruz, gerçeği izliyor muyuz o tartışılır,sadece bakıyoruz , yada dinliyoruz. Reklamlar geliyor , geçiyor, o anda herkes ilgilendiği işe dalıyor ve reklamlar bitince takip ettiği programı izlemeye devam ediyor.Bunu artık herkes iyi biliyor ki televizyon mecrasında her geçen gün yayınlanan reklamların cazibesi ve izlenilirliği düşüyor. Bir gün öyle bir şey olacak ki ,bu reklamları kimse takmayacak bile. Buna rağmen reklam veren ısrarla alternatif mecralar yerine televizyon mecrasına reklam vermeyi ısrarla tercih ediyor.Bunun sonucunda televizyon devasal bir ekonomik gücü olan bir mecraya dönüştü. Bu işin ekonomisi büyüdükçe de işin rantsal kısmı da büyüyor ve beraberinde pek çok tartışma ve kavgayı da doğuruyor.Televizyon mecrası bir nevi altın yumurtlayan tavuğa

dönmüş durumda.

Bunlardan bir tanesi şu sıralar Ogün Sanlısoy ile Nil Karaibrahimgil arasında yaşanıyor. Nil bir GSM şirketi için yaptığı “Hayat paylaşınca güzel” adlı jingle’ından dolayı Ogün ile mahkemelik oldu. Ogün Sanlısoy bu jingle’in kendisine ait olan bir şarkıdan alıntı yapılarak bestelendiğini iddia etti ve Nil Karaibrahimgil’e 101 bin liralık tazminat talepli bir dava açtı. Ogün , bu jingle’in 2010 yılında bestelediği ve telif haklarını “Ben” adlı albümünde yer alan “Avunmak Zor” isimli bestesinden alıntı olduğunu iddia ediyor.

İstanbul Nöbetçi Fikri Sınai Haklar Hukuk Mahkemesine başvuran Ogün Sanlısoy , Nil ve GSM operatöründen avukatı vasıtasıyla 100 bin lirası manevi , bin liralık bölümü de maddi olmak üzere 101 bin liralık tazminat talep etti. Reklamlar değerli olunca reklam filmlerinin üretimlerinde kullanılan materyaller de değerli oluyor.Reklam spotları değeri çok yüksek rakamlara ulaşıyor, bazen film tadında bir hikayesi olan , yada bir solistin seslendirdiği konser tadında reklam spotları bile çıkıyor karşımıza.Geçen yıl Cem Yılmaz’ın başrol oynadığı bir bankanın reklam spotu film gibiydi, bu günlerde Murat Boz yine bir bankanın kredi kartının reklamını konser alanında söylediği şarkı ve ona çekilen kliple tanıtıyor. Kısaca televizyon mecrası reklam pastasından müthiş bir şekilde faydalanıyor. Bu televizyon çalışanlarını zengin ederken diğer mecraların reklam harcamalarından aldığı payın da her geçen gün azal-

masına sebep oluyor.Bugün reklam pastasından en büyük dilim artışlarını yaşayan mecra internet , yani internet reklamcılığı her geçen gün büyüyor. Büyüyor ama diğer mecraları küçültüyor. Televizyon 2010 yılında reklam harcamalarından % 55.85 pay alırken, 2011 yılında bu payını % 56.66 ya çıkarttı. 2012 yılının ilk altı ayında bu rakam % 56.76’ya çıktı. Kısaca televizyon mecrası aldı başını gidiyor, internet zaten dünyanın yükselen yıldızı , burada olan radyo mecrasına ve yazılı basına oluyor. Bu mecra hak ettiğinin altında reklam payı alıyor ve küçülme sürecine giriyor.

Peki bu toplum bu kadar televizyon mu izliyor diyebilirsiniz, gerçekten de izliyor mu ? Maalesef ki evet, toplumun tek eğlence aracı televizyon oldu diyebiliriz. Sinema, gece çıkmaları,konserler, radyo dinletileri ve diğer eğlence türleri ekonomik sebeplerden dolayı popüleritelerini yitirdi. Her şeyin yerini televizyonlar aldı. İş böyle olunca da her yüz liralık reklamın 56 lirasını televizyon almaya başladı. Geri kalan 44 lira ise yazılı basın, radyo, internet ,sinema, outdoor gibi mecralara gidiyor.Peki televizyon mecrası bu kadar parayı hak ediyor mu ? Bu kalitesizliği ile, bu aptal kutu görünümü ile kesinlikle “hayır” , ama tartışılması gereken asıl konu şu: TV’nin rakibi olan mecralar ne yapıyor ? Yani bu mecradan ilgiyi toplamak adına bir şey yapıyor mu ? Bana sorarsanız hiç kimsenin hiçbir şey yaptığı yok, herkes kaderine yenilmiş gibi orta sahada top çeviren futbol takımı gibi gidip geliyor.