

# ALBÜMÜN 8'İNCİ TEKLİSİNİ YAYINLADI

Hala kulaklarımızda ve gönüllerimizde yer alan "Cesaretin Var mı Aşka" adlı klasik müzik dünyasına kazandıran Gülşay on şarkılık albümden dinleyici ile buluşan sekizinci teklisi "Kara Kutu"yu yayınladı. On şarkıdan oluşan ve her ay bir teklisinin yayımlandığı Beyaz Şarkılar'ın din-

leyici ile buluşan yeni teklisi "Kara Kutu" çok güzel romantik ve dramatik bir şarkı olmuş. Dinlemenizi tavsiye ederim. Eskiden yani plak, kaset, cdlerin olduğu dönemlerde albümleri bir defada yayınlardı bizde güzel bir albümse onu başa alır alırdınlardık ama şimdi devir değişti

her şey dijitalleşince albümlerin yayınlanma şekli de değişti. Gülşay bunun en güzel örneği. On şarkılık bir albümü her ay bir şarkısını dijital platformlara sunarak yayınlıyor böylece hem dijital dönüşüme ayak uydurmuş oluyor hem de müzik piyasasında da sürekli taze kalıyor.



# DİJİTAL MEDYA ANA AKIM TV'LERİ ÖLDÜRECEK Mİ?



birbirimize mesaj yollamak için buluşurduk ama Steve Jobs ve Apple'ın ortaya çıkarttığı akıllı telefonlar bunu tamamen değiştirdi ve bilgisayarların telefonların içine girmesine neden oldu. Bu, dijital dönüşümün kırılma noktası oldu. Geçen on yıllara bir de pandemi eklenince geleneksel medyanın adeta ipi çekildi. Bu ipi çeken kullanıcılar oldu ama çektiren de dijital medya ve akıllı telefonlar oldu.

## Televizyon Türkiye'de hala güçlü ama...

Dijital platformlar popülerliğini her geçen gün artırıyor. Buradan en büyük zarararı radyo ve yazılı basın mecraları gördü. Radyoların düşmanı Spotify ve YouTube olurken, yazılı basının da düşmanı dijital gazeteler, çevrim içi haber portalları ve tabii ki sosyal medya oldu. Televizyon da dijitalleşmeden ciddi yara gördü ama televizyon ülkemizde hala güçlü. Günlük ortalama televizyon izleme süresi doksanlarda bir ara beş, altı saati geçmişti şu an üç buçuk saate kadar geriledi. Bu üç buçuk saatlik izlenme de genelde akşam saatlerinde gerçekleşiyor.

Özellikle yaşı otuz beş ve üstü olan kitle televizyonu hala izliyor. Bu nedenle de diziler hala çok popüler ancak dizilerin başarı düzeyinde de düşüş var. Eskiden yayına giren dizide yetmiş, sekseni sezonu tamamlarken şimdi bu oran yarı yarıya düştü. Televizyonlarda çok ciddi bir dizi enflasyonu var. Bu dizi enflasyonunda kanallar da az reyting alan dizilerin hemen fişini çiyor. Çekmek zorunda çünkü reyting yoksa reklam çok pahalı bunun karşılığı da reklamdan geliyor, gelecekte de iş bitiyor. İşte dijitalleşme burada kendisini gösteriyor. Eskiden on, on beş sene önce TV kanallarında her gece iki tane dizi yayınlanırdı. Şimdi artık bir tek dizi var. Her akşam bir dizi yayınlanıyor televizyon kanalları sahaya tek forvetle çıkan takım gibi oldular. Artık çift santrafor olmuyor çünkü piyasa kaldırmıyor, çünkü reklam pastası gelale gibi dijitalle kayıyor. Tek santrafora düşen TV kanalları artık gol atmak zorunda. Her akşamı 20:00'de yaklaşık 24:00'e kadar tek diziyi geçiriyor televizyonlar. Önce özet, sonra reklamlar, uzayan dizi süreleri yine reklamlar, gelecek bölüm bilmem ne derken tüm akşamı tek diziyi yiyor televizyon kanalları. Reyting alabilen ana akım televizyon kanal sayısı da az.

Kanal D- Show TV- ATV - Star TV- Now - TV8 buna bir de TRT 1'i ekleyin. Yedi tane kanalın yayınladığı içerik veya diziler başanlı olabiliyor ve reklam alabiliyor. Piyasa daraldı. Reklam pastası hızla dijitalle kayıyor. Dizilerin maliyetleri artık milyon liralara aştı. Bunlar ana akım televizyon kanallarında da işlerin pek parlak gitmediğini gösteriyor. Bu daralma devam edecek. Bu maliyetleri piyasa karşılayamayacak ve ana akım televizyon piyasasında çan sesleri çalmaya devam edecek.

Geleneksel televizyon kanalları ve ana akım televizyonlarda çanlar çalıyor daha da fazla çalacak ama abonelik sistemiyle çalışan dijital televizyon platformlarında da çanlar çalacak çünkü onların da iki büyük rakibi var: Netflix ve YouTube. Tüketiciler özellikle gençler Netflix'e çok alıştı her on gencin abartmıyorum sekizinde Netflix aboneliği var. Bir diğer rakipse YouTube çünkü o beleş. Her türlü içeriği bedava izleyebiliyorsunuz. İki bin otuzlu yıllardaki televizyon piyasası çok ilginç olacak. Burada bence en

## LEZZET ÖDÜLLERİ 2024 SAHIPLERİNİ BULDU

Gıda sektörü Türkiye'de son yıllarda çok ciddi bir büyüme gösteriyor. İnsanlar hem bir temel ihtiyaç olarak hem de bir sosyalleşme aracı olarak gastronomiye çok önem vermeye ve harcamalarının ciddi bir kısmını bu alanda tüketmeye başladılar. Ülke genelinde yapılan gıda tüketimi ile birlikte gastronominin popülerliği daha da arttı, artıyor ve artmaya da devam edecek. Eğitim kurumları da bu alanda çok ciddi yatırımlar yaparak sektöre katkıda bulunuyor. Gastronomiye en çok önem veren üniversitelerden biri İstanbul Galata Üniversitesi. Kendine has özel bir tarz geliştiren bir butik üniversite olan ve bunu her geçen gün geniş kitlelere kabul ettiren Galata Üniversitesi gastronomi eğitimine çok ciddi bakıyor. Bu alanda verdiği eğitim için çok ciddi bir alt yapı kuran üniversite aynı zamanda sektöre de çok önem veriyor. Bunun en somut örneklerinden biri geçtiğimiz Cuma günü yapılan "Lezzet Ödülleri-24" adlı ödül töreni.

"Lezzet Ödülleri-24" adlı ödül töreninde Galata Üniversitesi öğrencilerinin anketle belirlediği on dokuz farklı alanda gastronominin en iyileri bir araya geldi. Töreni bende izleme fırsatı buldum. En beğenilen şef ödülünü Refika Birgül aldı. Aralarında Karaköy Güllüoğlu, Sultan Ahmet Köfecişi, Rumeli Hisan Iskele, Sütiş, Rumeli Balıkçısı, Kaşibeyaz gibi önemli markaların yer aldığı kurumlara çok özel ödüller aldı. Kurumların hepsi törene katılıp ödülleri patronaj seviyesinde aldılar. Yapılan konuşmalarda dikkatimi çeken bir şey de bu kurumların neredeyse tamamının bu mesleği aileden gelen meslek olarak yapmaları. Kimisinin üçüncü, kimisinin beşinci kuşak temsilcisi geldi törene ve bu mesleği dedelerinden devraldıklarını dile getirdi. Geçmişte usta-çırak ilişkisine göre gelişen bir alan olan gastronominin bir üniversite ile buluşması çok güzel bir olay olmuş. Bugüne kadar çok sayıda medya, müzik ve benzeri alanda yapılan ödül törenine gittim ama ilk kez bir lezzet ödül törenine şahitlik ettim. Gastronomi gelecekte daha da gelişecek bu net. Bu ödül töreni sayesinde görüldü ki Galata Üniversitesi gibi gastronomi alanında iddialı bir eğitim veren ve bu alanda kendisini geliştiren eğitim markaları gelecekte daha da öne çıkacak.



karlı olan tematik televizyon kanalları olacak. Haber kanalları, belgesel kanalları, spor kanalları. Bunlar özel içerik sundukları ve bu özel içerikleri de daha düşük maliyetlerle kotardıkları için ayakta kalmayı başıracak. Dijital televizyon platformları ise Netflix ile mücadeleye devam edecek. Burada benim merak ettiğim Exxen ve Gain gibi yerli platformların sonu ne olacak? Bunlar eğer yabancı bir yatırımcıya satılırsa ömürleri daha uzun olur ama yerli kalırlarsa işleri çok zor çünkü rakiplerinin hepsi Amerikalı dev şirketler. Yani özetle 21 Kasım 2030 yılında Dünya Televizyon Günü çok farklı bir atmosferde kutlanacak.

## YEDİ MİLYON İLE GELİYOR!

Albümündeki şarkıları teker teker paylaşan bir diğer isim de besteci kimliği ile Türk pop müziğinde dikkatleri çeken bir müzik insanı: Murat Güneş. Müziğin mutfağından biraz da vitrinine geçmek isteyen ve bunu yaklaşık olarak sekiz yıldır ara ara kendi sesinden yorumladığı şarkılarla bunu devam ettiren Murat Güneş titizlikle hazırladığı ilk stüdyo albümünden şarkılarını müzik-severlerle paylaşmaya devam ediyor. Albümün beşinci teklisinin adı: "Yedi Milyon". Çok ilginç bir şarkı ismi olmuş. Murat Güneş'e bu şarkısının klibinde yakın zamanlarda Kızılıcak Şerbeti dizisindeki performansıyla dikkatleri üzerine çeken oyuncu Alara Bozbeş eşlik etmiş. Klibin sürprizi ise Güneş'in annesi. Annesi ve annesinin yakın arkadaşlarıyla çekilen sahneleri de klibe eklemiş ve bir aile klibi oluşturmuş.

dönüşmesine neden oldu. Televizyon izleme ve abonelik oranları düşerken, online platformlar yükselişe geçti. Tüm ürün, hizmet ve görsel tüketim malzemeleri parmaklarımızın ucunda dönen bir galaksiye evrildi. Bu durum tüketicilerin gündemlerinin her an farklı merceklerle kaymasına yol açarken, iş dünyasının da daha kişiselleştirilmiş, etkileşimli ve ölçülebilir pazarlama kampanyaları yapmasına kapı araladı. Görünen o ki bu değişim, daha çevik, yaratıcı ve baş kurmayı bekleyen dijital okuryazar topluluklarının oluşmasını da sağladı. Markaların böylesi büyük kitlelerle doğrudan iletişime geçebilmesi için iş ve medya dünyası arasında köprü görevi gören online PR servislerine önemli görevler düşüyor" diyor.

### Suçlu Apple!

Dijital medyada yaşanan dönüşüm artık bir rüzgârdan çok bir fırtınaya dönüşmüş durumda. Teknolojide yaşanan gelişmeler ve özellikle iPhone ile dünyayı saran akıllı telefonlar medyayı da baştan sonra değiştirdi. Yani tüm suç Apple'da. Eskiden telefonla sadece konuşmak ve

Kiye'de de geçerli. Günde 3,5 saatlik ortalama TV izleme süresine sahip olan Türkiye, 5 saate yakın televizyon başında kalan ABD gibi ülkelerin gerisinde şu an. Konu ile ilgili olarak Online PR Servisi B2Press'in Kurucu Ortağı Ediz Tokabaş, "Bu durum, medya başta olmak üzere, tüm iş dünyasının pazarlama kampanyalarına ve medya yatırımlarına da yön veriyor. 10 yıldır yüksek sesle konuştuğumuz dönüşüm sürecinde çok daha derin bir kırılma nokta: yaklaşıyoruz" açıklamasını yapıp

### Online platformlar yükselişte

Dünya genelindeki 5,2 milyar cisi bulunduğunu, ancak bu büyük TV'yi kullanma alışkanlıklarının adımlarla değiştiğini belirten Ediz Tokabaş, "Son yıllarda süratle yaygınlaşan dijital dönüşüm, tüketici davranışlarını kökten değiştirirken, geleneksel iletişim yöntemlerinin

michaelkuyucu@gmail.com

Prof. Dr. Michael KUYUCU

damgaweb@gmail.com



Her yıl 21 Kasım'da Dünya Televizyon Günü kutlanır. Dünyada televizyona ait özel bir gün olan Dünya Televizyon Günü geçtiğimiz hafta kutlandı. Kutlandı kutlanmasına ama televizyon izlemeye dair çizilen küresel tablo yayın kuruluşlarını kara kara düşündüren bir tablo oldu. Peki bu tablo nedir?

Geleneksel televizyonun popülerliği yerini hızla dijital medyalara alıyor. Araştırmalar hem ücretsiz yayın hem de ücretli TV izleyicilerinin 2023'e göre yüzde 26 azalırken, online yayın platformu üyelerinin yüzde 57 arttığını ortaya koyuyor. Üstelik TV başındakilerin üçte biri de bu cihazları online platformlara bağlanmak için kullanıyor. Küresel çapta ortaya çıkan bu tablo, Tür-