Doç. Dr. Michael Kuyucu
michaelkuyucu@gmail.com

Zap Dünyası

YENİ BİR MÜZİK DERGİSİ DOĞDU

Müzik ile ilgili basılı olarak yayınlanan dergileri çok önemsiyorum. Maalesef artık müzik ve diğer temalarda yayınlanan dergi sayısı çok az. Onun için bir dergi duydum mu heyecanlanıyorum. 1 Temmuz'dan itibaren Müzik On Air adında bir dergi yayınlanacak. Dergi paralı satılmayacak ama fiziki olarak dağıtılacak. Dileyen abone de olabilecek. İlk sayıda kapak İrem Derici, Murat Boz'unda posteri varmış. Hey gidi günler dedim, eskiden posterli dergiler vardı. Ne günlerdi onlar. Dilerim bu müzik dergisi başarılı olur ve müzik medyası büyür. Çünkü Türkiye'de müziğin bu kadar da rezil durumda olmasının en önemli nedenlerinden biri de adam gibi bir müzik medyasının olmaması. Dergi ile ilgili detayları merak edenler www.muzikonair.com'a tıklayabilir.

Listelere girmek için para teklif ediyorlar

Önce besteleriyle müziğin mutfağında yer alan daha sonra adım adım yorumcu kimliğini göstermeye başlayan ve 2019 yılında yayınladığı "Rivayet" adlı şarkısı ile müziğin vitrininde gözükmeye başlayan Yılmaz Taner, pop müzik dünyasına göndermede bulundu.

Yılmaz Taner, "'Rivayet' benim için güzel bir iş oldu. Yani hep iş deyince üzülüyorum aslında ama iyi bir üründü. İnsanların gönlüne, kalbine ulaştık. 1,5 ayda bu geri dönüşü almak her şarkı için kolay değildir Listelerde olmak, müzik kanallarının Top 40, Top 20 listelerinde olmak kolay değil. Zaman zaman para bile teklif ediliyor bunlar için biliyoruz sektörde neler olduğunu biliyoruz. Ama bizim her şeyimiz A'dan Z'ye organik. İsteyen kurum isteyen kim varsa yani Türkiye Cumhuriyeti'nde kim varsa araştırabilir. O yüzden de onunla gurur duyuyorum. Kendi şarkım olduğu için gurur duyuyorum." diyerek pop müzikte yaşanan sahte YouTube izlenme tartışmalarına farklı bir boyut getirdi.

DAB+ Digital Audio Broadcasting

DAB RADYOCULUĞU BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR

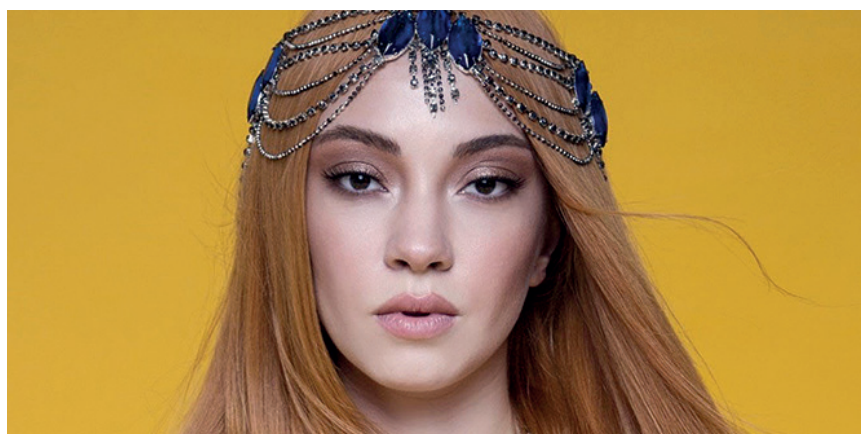
WorldDAB'ın yayınladığı son piyasa raporuna göre 2017 yılında sayısı 65 milyon olan Avrupa ve Asya Pasifik bölgelerindeki amatör tüketici ve otomotiv DAB/DAB+ alıcı sayısı 2018 sonunda 75 milyona yükseldi. FM yayınlarının yavaş yavaş tarih olmaya başladığı dünyada hızla yükselen Dijital Audio Broadcasting (DAB) yani dijital karasal yayıncılık ile ilgili Avrupa Birliği de boş durmuyor. Avrupa Birliği, tüm Avrupa ülkelerinin 2020 yılının sonuna kadar tüm yeni üretilen otomobillerin DAB sinyallerini alacak şekilde alıcılar içermesini kararlaştırdı. Bu konuda Norveç bir liderlik yaparak dünyada FM bandını kapatan ve tamamen DAB Radyoculuğuna geçen ülke oldu.

AVRUPA DAB YAYINCILIĞINA HIZLI GEÇİŞ YAPIYOR

Fransa Haziran 2020'den itibaren tüm araba radyolarının DAB+ dijital radyo donanımlı olmalarını zorunlu kılan bir yasa çıkardı. Birleşik Krallık'ta radyoda dijital dinleme oranı yüzde 56.4'e yükselirken ve tüm dijital dinlemenin üçte ikisi DAB olmuş, üçte biri ise FM. DAB Asya, Orta Doğu ve Afrika'da da önemli bir yükseliş görüyor. Özetle yavaş yavaş FM bandından yapılan yayınlar dünyada tarih olmaya doğru gidiyor. Türkiye bu konuda henüz somut bir şey yapmadı. Bir ara Avrupa Birliği ile flört ettiğimiz bir dönemde oradaki uyum yasalarına uymak adına TRT bir test DAB yayınına başlamıştı. Ondan bir adım ileri gidemedik. Maalesef bu konuda biraz geri kaldı. Avrupa yavaş yavaş FM bandından ayrılırken Türkiye'de radyoculuğun hala FM bandından yapılmaya devam etmesi ve DAB adına bir şey yapılmaması kötü. Üç beş sene sonra yurt dışından gelen otomobillerde FM bandını görmezsek şaşırmam. Nasıl ki pat diye CD çalarlar otomobil radyolarından çıkartıldıysa hiç şakası yok FM bandı da aynı şekilde otomobil radyo alıcılarından çıkartılırsa bakalım ne yapacağız.

ECE SEÇKİN İLE ENRICO IGLEASIAS'IN MEGAPROJESİNDEN ÇIKAN SONUÇ

Geçtiğimiz akşam televizyonlardaki siyasi laklardan daralıp müzik kanalı Powertürk'ü açtım. Dönem dönem klipleri izlemek ve piyasa ile ilgili bilgilenmek adına müzik televizyonlarını izliyorum. Bu konuda en iyi bilgiyi Powertürk'ten alıyorum. Çünkü çok güzel bir özet sunuyor, bir iki saat izlediğinizde Türkiye'de neyin hit olduğunu anlayabiliyorsunuz. Gerek görüntü kalitesinin HD olması gerekse ses kalitesi beni etkiliyor. Ses sisteminde izlediğinizde televizyonunuzu en iyi ses kalitesini bu kanaldan alabiliyorsunuz. Böyle olunca ben de izliyorum genelde o kanalı. Tam o kanala dalmışken bir şey oldu hatırlamıyorum şu an, ama kanalı zapladım, karşıma Dream Türk çıktı. Bir kız boş boş konuşuyordu, tam zaplamak üzereyken kızımız Ece Seçkin ile Enrico Igleasias'ın ortak projesinin klibini anons etti kanal. Şu klibi bir izleyeyim dedim.



MEGA PROJE

Bu projeyi mega proje olarak pazarlamışlardı. Şarkının adı 'Nos Fuimos Lejos' idi. Şarkının projesini pazarlarken Ece'nin ekibi "Global anlamda ilk adımını 'Nos Fuimos Lejos' şarkısı ile atan Ece Seçkin, Enrique Iglesias'ın proje fikrini kendisine sunması üzerine önce bir şaşkınlık yaşadığını ve sonra büyük bir heyecan ve istekle teklifi kabul ettiğini dile getiriyor. 'Nos Fuimos Lejos' şarkısı Enrique Iglesias, Ece Seçkin ft. El Micha eşliğinde kliplendi. Enrique Iglesias'ın 17 milyon 700 bin aboneli YouTube sayfasında yayınlanan klipteki dans performansları ve enerjileri ile müthiş bir uyum içerisinde olan Ece Seçkin ve Enrique Iglesias, dünya müzik listelerinde zirveye oynayacak." sözleriyle pazarlamıştı.

DÜŞÜŞTE OLAN DÜNYA STARI STRATEJİSİ

Klibi alacaklı gözle izledim, şarkı, proje filan fena gelmedi bana. Ama bir şey dikkatimi çekti. Projenin klibinde Ece ile Enrique nerdeyse hiç yan yana gelmemiş. Ece başka yerde, Enrique başka yerde. Yönetmen iki alakasız görüntüyü almış ve tek bir klip yaratmış. Bunu şarkıda da yapmışlar. Yani şarkının Ece tarafından söylenecek bölümleri yollanmış ve Ece kendisine düşen bölümü seslendirmiş. Şarkıda sırıtmadı ama klip bence biraz garip olmuş. Enrique Iglesias'ın en azından bir ortak görüntüde olmasını beklerdim. Klipte sanki iki ayrı görüntü alınmış ve bir kolaj yapılmış. Bu kadar mı zor bir dünya sanatçısının bir Türk solistle bir araya gelerek bir klip çekmesi. Kaldı ki bu dünya starı da düşüşte olan, yani öyle eskisi gibi zirvede olan bir star da değil. Belli ki ekibi Türk pazarına seslenmek üzere böyle bir proje yapmış. Adettir dünya starları global starlıklarını kaybetmeye başladıktan sonra son olarak üçüncü dünya ülkelerini, Arap ülkelerini ve Çin gibi Uzakdoğu ülkelerini hedef pazar olarak seçerler ve oraya yönelirler. Muhtemelen Enrique'nin de ekibi böyle düşünmüş ve Türkiye'ye yönelmiş. Ece Seçkin'i seçmiş. Bence Ece'yi seçmesi yerinde bir karar olmuş. Ama proje bana çok baştan savma geldi. Klip hiç olmamış. Enrique dışarda Ece ise iç mekanda. Ne renk uyumu var ne de konu bütünlüğü sanki bir amatör iletişim fakültesi öğrencisinin dönem ödevi projesi gibi kalmış.

BU KLİP OLMAMIŞ

Projenin dijital yansımalarına baktım. Şarkının klibi Descemer Bueno'nun YouTube kanalında yer alıyor. Yayınlandığı 6 Haziran tarihinden benim baktığım 28 Haziran tarihine kadar 3 milyon 491 bin kez izlenmiş. Bueno'nun 67 bin abonesi var. Bu kadar aboneye fena bir rakam değil. Klibi Enrique Iglesias'ın Youtube kanalında göremedim. Neden o kanala konulmamış anlamadım. 17 miyon 800 bin abonesi olan kanalda Ece'nin olması ona ciddi bir avantaj getirebilirdi. Ama konmamış klip. Bu biraz dünya starı bana göre eski dünya starı olan Enrique Iglesias'ın ve ekibinin bu projeye gösterdiği ciddiyeti de gösterdi. Bu proje Ece Seçkin adına güzel bir olay ama şunu da söylemek istiyorum, bence iş öyle pazarlandığı gibi değil. Dünya starları maalesef Türkiye ve Türk yorumcular için ölüp bitmiyor. Ancak böyle baştan savma projelerle bir tutam bal veriyorlar gönlümüze. Adam daha Ece ile aynı klipte oynamaya bile tenezzül etmemiş. Başlarım ben öyle projeye. Maalesef müziğimiz de sanatçımızda dünyada çok geride. Neredeyse yok denecek kadar geride. Bu nasıl düzelir bilmiyorum? Ama bu biraz da Türkiye'nin özellikle batıdaki itibarı, imajı ve konumu ile ilgili bir durum. Biz Türkiye olarak çok "doğu doğu doğu" dedik. Sanırım bunun da etkisi var. Batıda zaten zayıftık şimdi hiç yokuz. Bu nasıl toparlanır fikrim yok ama spordan sanata aklınıza gelen her konuda batıda yokuz. Bu konuda büyüklerimiz bir şey yapmalı ve rotayı yine batıya çevirmeli. Ben, doğunun Amerika'sı olacağımıza, Batının mütevazı, çağdaş, modern ve kaliteli ve en güçlü Müslüman ülkesi olmayı tercih ederim.

İBB ADAYLARININ DİJİTAL KARNESİ

23 Haziran Pazar günü İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı seçildi. 8 milyon 868 bin 664 kişinin sandık başına gittiği seçimin kazananı Ekrem İmamoğlu oldu. MEZO Dijital Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Nabat Garakhanova'nın ve Dijital Pazarlama Danışmanı Haydar Özkömürcü'nün yapmış olduğu araştırmaya göre Ekrem İmamoğlu'nu başarıya götüren en büyük etkenlerden biri dijitali doğru ve aktif kullanması oldu. Yayınlanan araştırmanın analizini ve bulgularını inceledim. Oldukça ilginç veriler var. Meraklısına MEZO Dijital'in bu raporundan bazı kısa bilgiler derledim:

■ Ekrem İmamoğlu, ilk seçim kampanyasında kendi fotoğraflı görsellerini kullanırken, ikinci kampanyada illüstrasyon ve siluet görseller kullanmaya başladı. Bu kullanım değişikliğini şöyle yorumlamak mümkün: Fotoğraflı görseller duygusal bağ kurmaya daha yatkın içeriklerdir. Bunun yanında illüstrasyon ve siluet görseller daha kurumsal ve ikonik kullanımlar olduğundan duygusal bağ kurmayı zorlaştırır. İmamoğlu için "İkinci kampanyada duygusal bağ kurmayı bıraktı" demek yanlış olmaz.

■ İlk seçim kampanyasında Ekrem İmamoğlu, semt semt, kapı kapı gezerek çalışma yaptı. Binali Yıldırım ise daha çok salon toplantıları ve mitinglerde yer alıyordu. İkinci kampanyada adaylar yer değiştirdi. İmamoğlu salonlara ağırlık verirken, Yıldırım sokağa indi.

■ Adayların bir araya geldiği canlı yayın sırasında Twitter'da Yıldırım'ın iletişim ekibi oldukça aktifti. Her cevaptan sonra Tweetler atıyorlardı. İmamoğlu'nun iletişim ekibi canlı yayın sırasında bu tür bir çalışma yürütmedi.

■ Sanılanın aksine Ekrem İmamoğlu'nun Binali Yıldırım'a göre ikinci seçimde de daha fazla rakip stratejisi yürütmüş. Bu ne demek? Binali Yıldırım'ın dijitale yansıyan tüm söylemlerini analiz eden araştırma şirketi, Yıldırım'ın yüzde 84 oranla kendisinden bahsederken, sadece yüzde 16 oranında rakibinden bahsetmiş. Ekrem İmamoğlu ise yüzde 65 oranında kendisinden bahsederken, yüzde 35 oranında Binali Yıldırım'dan bahsetmiş.

■ Youtube önceki seçimlere oranla çok daha yoğun olarak kullanıldı. Hatta adaylar dijitale ayırdıkları toplam bütçelerinin 1/3'ünü Youtube'a ayırmış. Ancak adayların Youtube kampanyalarında da ciddi bir fark olarak öne çıkan asıl şey, Binali Yıldırım kendi resmi kanalının dışında onlarca farklı kanala da reklam vermiş olması. MEZO Dijital, Ekrem İmamoğlu kampanyasının dijitaldeki medya satın alma bütçesinin yaklaşık 3 milyon TL'ye mal olduğunu, Binali Yıldırım kampanyasının dijitaldeki medya satın alma bütçesinin ise yaklaşık 6 milyon TL'ye mal olduğunu tahmin ediyor.

■ Her iki aday, iki kampanyada da gençlere çok seslendi. İlgilerini çekecek birçok hamlede bulundu ama birebir gençler ile soru-cevap formatında bir çalışma yapmadı.

■ Sosyal medya analizlerinde iki adayın da Instagram yerine Twitter çalışmalarına ağırlık verdiği görüldü. Özellikle kullanıcı sayısı ve hedefleme konusunda daha elverişli olan Instagram'ın neden tercih edilmediğinin mantıklı bir açıklaması yok. Bunu şahsen ben de merak ediyorum. Instagram özellikle kadınlarda ve gençler de çok etkili bir mecra. Bu hedef kitlede zayıf olan Yıldırım'ın ekibi dijital medyayı tam hakkı ile kullandı diyemem.

■ Sosyal medya reklamlarına bakıldığında bazı kampanyalarda, "+18 tüm İstanbullular" gibi bir hedef kitle tercih edilmiş. 50 yaşındaki seçmenlere öğrenci akbil vaadi ya da Beylikdüzü'nde oturan bir seçmene Pendik'te yapılacak bir merkezi göstermek gibi segmentasyona tabi tutulmamış reklamların sayısı da oldukça fazlaydı. Bu her iki adayın sosyal medya planlamalarında hedef kitler konusunda biraz zayıf kaldığını ve özellikle sosyal medyada tıpkı ana akım medyada olduğu gibi herkese seslenmeyi tercih ettiklerini gösteriyor.

Üniversitede tercih dönemi temmuz ayında başlayacak. Yine üniversiteler hummalı bir çalışmaya başlayacak ve müşteri, pardon (!) öğrenci toplamaya çalışacaklar. Tabii ki her paralı eğitim veren üniversite aynı değil. İşin akademik yönüne de değer veren üniversitelere de var. Bunlardan bir tanesi de Üsküdar Üniversitesi. Çünkü sahibi bir iş adamı değil, bir eğitmen. İş böyle olunca tabii ki öğrencilere birer müşteri gibi değil bir öğrenci gibi bakıyor. Bu üniversitenin kurucu ve rektörü Psikiyatrist Prof. Dr. Nevzat Tarhan, meslek seçiminin gençlerin yetenek ve ilgi alanları doğrultusunda yapılması gerektiğini belirterek meslek seçiminde kullanılan kariyer testinin kişinin kişisel özelliklerine uygun alanları ortaya çıkardığını söyledi. Prof. Dr. Nevzat Tarhan, adaylara masa başında tercih konusunda uyarıda bulunarak tercih edilecek üniversitenin mutlaka ziyaret edilmesi gerektiğini kaydetti.

ÜNİVERSİTENİN UZMANLIK ALANI ÖNEMLİ

Nevzat Tarhan meslek seçimi ile ilgili üniversite adaylarına bir çağrıda bulunarak Meslek seçiminde tercih edilecek üniversitenin uzmanlık alanı, akademik kadrosu, altyapı ve uygulama olanaklarının önemli olduğunu ve mutlaka göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtti. Prof. Dr. Nevzat Tarhan, "Mesleği nerede öğreneceğiniz önemli. Bunun için de her üniversitenin ya da mesleği öğreneceğiniz kurumun amiral gemisi vardır. Bazı meslek ve alanlarda çok iyidir. Akademik kadrosu iyidir, kimi sağlıkta ön plandadır kimi davranış bilimlerinde örneğin psikolojide hem alt yapı hem de akademik kadro anlamında ön plandadır. Genetik ya da biyo-mühendislikte iyidir. İletişimde teori ve pratik olanakları sunmada çok iyidir. Adaylar seçmek istediği alanda en iyi olan kurumları araştırmalıdır" dedi. Buna yürekten katılıyorum, üniversiteler akademisyen seçerken hiç onun neler yapabileceğine bakmıyor. Bu akademisyenin yayınları var mı, sektör deneyimi var mı? Bunlar çok önemli şeyler. Paralı eğitim veren bir vakıf üniversitesini tercih etmek istiyorsanız paranızı sokağa atmamak için mutlaka ama mutlaka üniversitenin akademik kadrosuna hocalarına bakın. Kampüsü de boş verin, binayı da boş verin. Satın mı alacaksınız kampüsü? Orada sizin satın alacağınız bilgi. Bu bilgiyi de öğrencilere sadece akademisyenler yani üniversitenin hocaları verecek. Buna çok dikkat edin.