

Nurgül Eryıldır Günay / [nurguleryildir@gmail.com](mailto:nurguleryildir@gmail.com)

(kelebeğin  
fırtınası)



## Dikkat Türk Telekom reklamı çıkabilir!

Güzel ülkeme bahar geldi. Yakında havalar iyice ısınmaya başlayacak, dört bir yanımızı da soğuk içecek reklamları saracak. İşte bu nedenle şimdi biraz sıcak içecek reklamlarına göz atalım istiyorum. Ama önce sıcak, soğuk demeden en sağlıklı olanı suyla başlayalım, sonra da kendimizi diğer sıvıların akışına bırakalım.

Annemin deyimiyle "zayıflama doktoru" trend tanımıyla "yaşam koçu" Prof. Dr. Osman Müftüoğlu Sırma Su'yun yeni reklamıyla karşımızda. Reklam filminde suyun sağlığımız için ne kadar önemli olduğu hoş ve huzur veren bir şekilde anlatılmış. Çocuklar için tasarlanmış mavili, pembeli yeni şişelerine de bayıldım (Daha önce var mıydı bilmiyorum, varsa da ben görmemişim). Osman Hoca çok uzun zamandır medyada sağlıklı yaşamla ilgili önerilerde bulunuyor ama dikkat ettiyseniz TV'lerdeki sabah kuşağı gedikli ot-çöp uzmanları gibi ukalalıklar yapmıyor. İşaret parmağını sallayarak "hııııı sakın ha, bunları yemeyin, şunları içmeyin yoksa çok fena olur" dediğini hiç duymadım. Hep kendine özgü nazik, beyefendi tavrıyla karşısındaki azarlamadan, aşağılamadan ve en az bunlar kadar önemli olan "abartmadan" yapıyor işini. Atıyorum "zencefile, kuzu kulağını kaynatıp 10 dakika sütün içinde beklettikten sonra sabahın ilk ışıklarında kalkıp için, bakın karaciğeriniz ilk günkü gibi pırıl pırıl olacak" gibi acaip tavsiyelerde bulunmuyor. Sanıyorum O'nu diğerlerinden farklı kılan, güven veren özelliklerin başında bu tarzı geliyor. Sonuç olarak Osman Müftüoğlu'nun sağlıklı olmak için su için önerisi bende Sırma Su olarak karşılığını buldu. Bundan sonra su alırken Sırma Su'yu da tercih edeceğim. Ayrıca söylemeden geçemeyeceğim Hülya Koçyiğit de zarafetiyle bu reklama çok yakışmış. Bu reklamda kalsın, hatta mümkünse Turkcell'li reklamı artık son bulsun. Zira anne rolündeki reklamı tam bir facia. Ahmedim nerdesin sözünü duymaktan içime fenalık geldi valla. İmdaaaatt diye bağırasım geliyor. Laf aramızda annesinin sıkboğazlığı yüzünden Ahmed okumak için İstanbul dışını özellikle tercih etmiştir diye düşünmüyor değilim :)

Eskiden varoşların, ezilmişlerin, sonraları elitlerin,

sosyetenin velhasıl hepimizin sevgisini kazanmış büyük bir ustayı Müslüm Gürses'i kaybettik. Ve genelde olduğu gibi kaybettikten sonra aslında zannettiğimizden daha fazla sevdiğimizi fark ettik. Hastanede tedavi gördüğü süre boyunca Çaykur Müslüm Gürses'li reklamlarına aralıksız devam etti. Bu vesileyle biz de her gördüğümüzde "inşallah iyileşir" diye iyi dilekelerimizi tekrar ettik. Olmadı ne yazık ki bu dünyadan ayrıldı. Şimdi aklıma şu soru takıldı: Bundan sonra Çaykur Müslüm Gürses'li reklamlara devam ederse, bu davranış etik olur mu? Devam etmeli mi, yoksa durdurmalı mı? Devam ederse acı bir olaydan bile ticari kazanç sağlama peşinde olan bir marka durumuna mı düşer? Yoksa sevilen bir sanatçının anısına saygı için bir süre daha reklamlara devam eden bir marka olarak mı algılanır. Ben ikincisi gibi düşünenlerdenim. Çaykur Müslüm Baba'lı reklamlara devam etsin. Bu dünyadan ayrılmasına henüz alışamadık, ekranlardan bari hemen ayrılmasını. Diğer bir çay markası olan Obaçay'ın Emel Sayın'lı reklamının ikinci filmi de geçtiğimiz günlerde yayına girdi. Çay Tiryakileri Cemiyeti üyesi kadınlar bir evde toplantı yapıyor ve iyi bir çayın hangi özelliklere sahip olması gerektiğini anlatıyorlar. Burada bardaklar dikkatimi çekti. Benim bildiğim çay tiryakileri ince belli küçük bardaklarda çay içerler. Ama buradaki bardaklar büyük boy ve kalın belli. Açıkcası bu tiryakilik bana pek inandırıcı gelmedi. Şunu da tam anlayamadım. Bir sürü kadın güzelce giyinmiş, kuşanmış çoktan evlerinden kalkıp gelmiş. Kahvaltı sofrası görmediğimiz için muhtemelen öğleden sonra 5 çayına gelmişler. Çaylar, kekler, sohbetler kıyamet kopuyor, ama Emel Hanım sabahlıkla zili çalıyor. Sanatçılar geç kalkar mantığı heralde. Doğu çay reklamlarına gelince onlar bu ara biraz hız kesti galiba. Eskisi kadar yoğun karşımıza çıkmıyor. En güzel çay Doğu Çay sizden yeni bir hamle bekliyoruz.

Ülkemizde hazır kahveye ismini veren Nescafe, gençler, genç aileler, ofis çalışanları dışında, annelerimizin altın gününde de kendine yer açmayı planlamış. Üçü bir arada, ikisi yanyana derken, bu sefer de yeni ürünü Falcı'yla hazır Türk kahvesi olarak karşımıza çıktı. Falcı reklam filmi konusu özetle şöyle: Kalabalık bir "günde"

gelin, kaynana çekişmesinin kahveli sunumu, akıllı gelinin hazır Türk kahvesi Falcı'yı keşfetmesiyle Gelin:1 - Kaynana: 0 olarak sonuçlanıyor. Ama şöyle bir durum var. Benim annemin yıllardır yok "Kurtuluşkilerle altın günü", yok "yakındakilerle apartman günü", aman da uzaktakilerle "kebabçı günü" diye arkadaşlarıyla her ay bir sürü toplaşması olurdu. Bu toplaşmaların bizim eve denk gelen gününde, sabahtan akşama kadar evde temizlik yapılır, özel tabaklar, kristal bardaklar ortaya çıkarılırdı. Öğleden sonra başlayıp gece ikilere kadar falan da özel börekler, daha önce yapılmamış çörekler hazırlanır, pastalar, kısırlar sunulurdu. Gündüz gelen arkadaşlardan kalanları da akşam biz yerdik :) Öncesinde dokunmak bile kesinlikle yasaktı. Ama zaten hepsinden fazla fazla yapıldığı için akşam biz eve gelince de ziyafet devam ederdi. Buraya kadar herşey normal. Yani normal işte :) Bu günlerdeki yiyecekleri biliyordum ama içecekler konusunda pek fikrim yoktu. Ta ki annemler bunların üstüne bir de "kahve günü" icat edene kadar. Kahve günü şöyle oluyor, yakın civardaki arkadaşlar sabah 10 - 12 arası içlerinden birinin evinde toplanıp sadece kahve içiyor, sohbet ediyor ve sonra evlerine dağılıyorlar. Ama bu kahve gününde Türk kahvesi değil sütlü Nescafe içiyorlardı. Nereden mi biliyorum, bizim evdeki gün sırasında annem "bu nescafeyi nerden alıyorsunuz" diye sormuştu, ordan biliyorum. Böyle bir ikramda bulunmalarının sanıyorum şöyle bir nedeni vardı. Amaç her gün yenilen içilen şeylerin dışında farklı bir şey ikram etmek. Biz her gün işyerimizde Nescafe içerken onlar özel günlerinde içiyordu. Yani diyeceğim şudur: Hazır Türk kahvesi hedef kitlesi anneler, teyzeler değil, genç aileler olmalı.

Son bir reklamla yazımı bitirmek istiyorum. Geçtiğimiz ay bireysel emeklilikle ilgili yeni reklam filmleri de yayına girdi. Yapı Kredi Emeklilik taksici filmiyle sektördeki rakiplerine göre daha mütevazı davranmış. Taksi şoförü emekli olunca yelkenli yatlar, abartılı sosyal hayat yerine sahil kasabasında bahçeli bir ev hayal ediyor. Yıllarca arabasına binen müşterilerine bu hayalini anlatıp duruyor. On yıllar geçiyor, emeklilik günü geliyor ve görüyoruz ki ne sahil kasabasında ev, ne bahçeden toplanmış

domatesler var. Saçları bembeyaz olmuş taksici amcayla beraber biz de hüzünleniyoruz. Sonunda şöyle bir düşünceyle başka reklama geçiyoruz: Keşke emeklilik için her ay kenara biraz para koysaydı, ama olmadı işte. Kismet... Mutlu sonla bitmeyen, üzücü olaylar karşısında "Git bi elini yüzünü yıka açılırsın" geleneğinden gelen bir millet olarak bu durumda da kismet değilmiş diyerek olayı bağlayıp yolumuza devam ediyoruz. E ama asıl para biriktirmeye özendirme kısmı olacaktı bu reklamın, o nerde? Yok. Unutmamak lazım olumsuzluklar karşısında kader-kismet ikilisine havale eder geçeriz. Mutlu sonlar bizi daha fazla motive ediyor. Taksici amca sonunda hayalindeki hayata kavuşsaydı, biz de onun izinden gidebilirdik. Oysa şimdi aynı tas, aynı hamam devam ediyoruz.

Son dedim ama dergi yayına hazırlanırken reklam kuşaklarına düşen Türk Telekom fiber internet reklamını da yazmadan geçemedim. Ferhat Göçer'in farklı yorumuyla Memleketim şarkısı eşliğinde Türk Telekom elemanları her yere fiber optik kablo döküyor. Misafirperver köylüler ikramlarda bulunuyor. Çocuklar mutlu, yaşlılar hala umutlu falan her şey güzel giderken Ferhat Göçer öyle bir bağırarak şarkıya devam ediyor ki, izlerken koltuktan düşüyordum. Bu ne sestir yarabbi, bu ne haykırış. Kimse dememiş mi, ya abi bi dur, bi sakin ol. Kulağımın zarı patladı. Bu reklam çıktığı anda "lütfen cihazınızın sesini kısınız" gibi bir ibare falan olmalı. Hadi beni bırak, Telekom tırı karlı dağlardan geçiyor, adam avaz avaz şarkı söylüyor, çığ düşer mazallah.

Gelecek ay neşeli reklamlarda buluşmak üzere...

Not: Bu sayıdaki yazım, iyi günde, kötü günde hep yanımda olan canım annem için. Doğduğumdan beri yaptığı ve bundan sonra yapacağı bütün güzellikler için sonsuz teşekkürlerimle...