

ENDER MERTER'DEN REKLAM SEKTÖRÜNÜN KRONOLOJİSİ

Aylin Löle

aylin.lole@platinonline.com

"İlginç insanlardır reklamcılar. Çoğu, mesleğine tutkuyla bağlıdır. Yetileri olan, görmekle bakmak arasındaki farkı bilen, heyecanlı ve entelektüel olurlar. Öncülük yapmayı, sektör için faydalı reklamcı yetiştirmeyi de bunların arasına sığdırırlar. Hani bir laf vardır, aslında hiç de anlamıyorum: "Hepimiz aynı gemideyiz." Ben onu, "Hepimiz aynı sahnedeyiz ve hep bir oyun oynuyoruz" diye söylüyorum. Senaryolar yazıyor, kimlikler yaratılıyor, kimimiz gülüyor, kimimiz ağlıyoruz. Ama durmuyoruz, durursak oyun biter, perde kapanır. Replikler ya bir pervaza ya da bir duvar kenarına uçup gider. İşte reklamcılık böyle bir şey, hatta yeni tanımlamasıyla; iletişim." Reklamcılık sektörünün duayenlerinden Ender Merter'in sadece 30 yıllık meslek yaşamına değil aynı zamanda 1976-2008 yılları arasındaki Türk reklamcılık tarihine de ışık tutan "Kriz Seven İletişimci Ender Merter" kitabında yer alıyor bu sözler...

Dile kolay, tam 30 yıldır bu sektörün içinde... "Sektöre girdiğim 80'li yıllardaki reklamcılıkla 21. yüzyıl başındaki iletişim dünyası arasında çok fark var. Anlayış tarzı, insan kaynağı, eğitim, küresellik, teknoloji, siyaset ve finansman işi değiştirdi" diyor Merter. Peki başka neler değişti? Merter, şöyle anlatıyor: "Yakın geçmişe bir dönecek olursak, daha geçenlerde Rusya'nın Boris Yeltsin'in kararsız liderliği altında komünizm sonrası acemilik yaşadığını, Avrupa'nın kendini toplayıp avro kullanmaya hazırlandığını, İngiltere'nin genç Başbakan Tony Blair ile yeni bir başlangıç yaptığını hatırlarız. ABD'de Bill Clinton yeniden başkanlığa seçilmişti. Saddam Hüseyin demir bir yumrukle Irak'ı yönetiyordu ve CNN, Usame bin Ladin'le bir röportaj yapmıştı. Ekonomik alanda, ABD dengeli bütçeye gidiyor, internet şirketlerinde yaşanan patlama hızını artırıyordu. Uzmanlar Çin'deki gelişmeye dikkat çekiyordu ve ham petrolün varili 25 dolardan azdı. Teknoloji dünyasında internet olayını, herkese heyecanla anlatıyorduk ama büyük şirketlerden çok, tüketicilere çekici gelen bir yenilik olarak yavaş ilerliyordu. Şirketleri bunu ciddiye almak gerektiği konusunda

ikna etmekte zorlanıyorduk. Cep telefonları çoğunlukla siyah ve ağırdı, ekranları tek renkliydi, video pazarında VHS kasetler hüküm sürüyordu, neredeyse bütün fotoğraf makinelerinde film kullanılıyordu ve Apple son günlerini yaşıyor gibi görünüyordu. Yakın geçmişten daha yakına gelince, 11 Eylül nedeniyle dünyanın alarma geçtiğini gördük. ABD, Afganistan'daki Taliban rejimini devirdi ve Irak'ı işgal etti. Saddam Hüseyin tehdidi ortadan kaldırıldı ama işgalci müttefik güçler kanlı bir iç savaşa girdi. İran yeni bir nükleer kapasite yaratmaya çalışmaktaydı... Ortalıkta ne Bush ne Blair kaldı. Usame bin Ladin ele geçmedi. Dünya, 2000'li yılların başındaki internet şirketleri batağından çıkıp ikinci nesil internet şirketleri patlamasına doğru gidiyor. Üretim kütesel olarak Çin'e kaymış ve Hindistan büyük batılı şirketlerin bilişim teknolojisi merkezi ve uzaktaki bir destek ofisi haline gelmiş durumda. Teknoloji alanında ise cep telefonları artık küçük ama güçlü birer moda aksesuarı. VHS bantları yerini DVD'lere bırakmış ve film kullanan fotoğraf makineleri de artık tarih olmuş durumda. İnternete gelince, hızlı ve daha da hızlanıyor, birçok şirket internetten büyük paralar kazanıyor ve internet telefonculuğu geleneksel telefon şirketlerinin gelirlerini tehdit ediyor. Son

on yıl boyunca, hep birlikte yaşadığımız değişikliklerin kapsam ve derecesinin daha önce benzeri görülmemiş türden olduğunu düşünmek çok çekici geliyor. Çekici ama belki de adil değil. Geçmişteki bu örnekleri hesaba katmadan sadece gelecek üzerinde düşünmemek gerekir. Eğer geçmiş iyi analiz etmezsek, girilen bu tünelde çıkış yolunu bulmada pilimiz yetmeyebilir. İşte ben de 80'li kuşağın bir temsilcisi olarak bu süreçte yaşadığım dönemi ortaya koymaya çalıştım. Bu sektöre gönül verenlere, gelecek kuşaklara bir kaynak, bir iz bırakmaya çalıştım..."

Sadece reklamcılık sektöründekiler için değil aynı zamanda Türkiye tarihini merak edenler için de Boyut Yayınları'ndan çıkan "Kriz Seven İletişimci Ender Merter" tam bir başucu kitabı... Aklınızda olsun...

