

Alın verin kendi canınızdan vazgeçin; ekonomiye can verin!

İçeriği Yazan: [zeynep.akal](#) [1] Zaman: Pzt, 07/09/2009 - 18:56

Yazar: Zeynep AKAL

Yazının Yazıldığı Tarih: 7 eylül 2009



'Alın verin ekonomiye can verin' sloganıyla duyduğumuz reklâm kampanyasına eleştiri;

Reklâm kampanyalarının amacı; hepimizin bildiği gibi insanları belli konularda bilgilendirmek yâda bazı şeylere dikkatlerini çekmektir. Ama insan beyninin öyle bir mekanizması vardır ki buna **'algıda seçicilik'** diyorlar. Yani insan sadece ilgili olduğunu görüyor.

Takıldığım olay bir reklâm kampanyası; düşünüyorum da bundan önce de bazı vitrinlerde gördüğüm bir reklâm kampanyası vardı. TOBB 'in **'kriz varsa çarede var'** adlı kampanyasıydı. Bu kadar değerli çizerimiz, karikatüristimiz varken; lise ödevi tadında hazırlanmış afişlerdi bunlar. Gülümseyen insanlar alışveriş yapıyorlardı resimde. Görmüş olanlar çoktur; mesajı da açık ve düşündürücüydü aslında... **'eve kapanma pazara çık!'** saklama paralarını diyor ey zengin Türkiye harca gönlünce...

Gelelim benzer dediğim şu reklâm kampanyasına; bu sefer hazırlayanlar Türkiye reklâm konseyi. **Ne kadar da tatlı görünüyordu Meliha Okur çiçekçi kıyafetlerinin içinde.** Hâlbuki kendisi iyi bir ekonomisttir. Sabah haberlerinde iç açıcı olmayan ekonomimizi çok hoş bir üslupla dile getirir hep, hatta inanırsınız bir programının ismi de **'doğruyu söyle'**

Sosyal Medya: [Facebook](#) | [Twitter](#)

idi. Çiçek alın diyor, ellerine diken batarak toplayanda kazansın diyor. **Ama zaten halk alışık ellerine batanlara, el yakanlara.** O ayrı ama asıl soru şu; yahu burada kime ne mesajı veriyorsunuz? **Alan zaten alıyor çiçeğini koyuyor masasına...**

Bu reklâm hangi kesime hitap ediyor? Memura mı? İşçiye mi? öğrenciye mi? Hepsi birer ev ekonomisi uzmanı olmuş ev hanımlarına mı?

Gazeteyi açtığımda gördüm ki tam sayfa reklâm verilmiş. Ciddi bir beklenti olmalı o zaman, bu kadar bütçeye değmeli... **Ama reklâmın verildiği sayfanın hemen yanında ki sayfada memura verilmesi öngörülen komik zam haberinin olması ne kadar manidar değil mi?** O zaman okuyucu şunu mu çıkartmalı bu iki sayfadan; **'devletimin bana verdiği dokuz lira parayla gideyim en ucuzundan bir buket çiçek alayım, masama koyayım' ...**

Şimdi bunu yapmak için iki sebebi olur insanın; birincisi alacağı çiçekler öyle büyük öyle ihtişamlı olmalı ki etrafını görmemeli insan. Yaklaşan **"kış zamlarını", "elektrik zammını", "okul alışverişini", "harç zammı" yinelenir mi tedirginliğini, "ramazan pidesinin bile genel alım gücünün"** üstünde olduğunu görmemeli insan... Bu bir sebep olabilir çiçek almak için. Ya da çiçekleri koyduğu vazoya bakarak bir bardak soğuk su içerek **'ben aranızdan ayrılıyorum'** diye başlayacak mektubunu düşünmesine de sebep olabilir, malum kredi kartı borcundan doğan ölüm oranları ciddi boyutlarda...

Tablonun gerçeği şu; sen al bir çiçek akşam yemeklik bekleyen hanımın hem şaşırırsın hem üzülsün. Yemek beklediği gibi çıkmayan çocuklar asileşsin. Çözüm arasın farklı arayışlara girsin toplum üzülsün. Veresiyesini alamayan kasap, bakkal üzülsün. Çalışıp çalışıp, onca sene emekten sonra yine olduramayan, hesabı denkleştiremeyen babalar üzülsün. Bunun yanı sıra sevinenleri saymıyorum uzun uzun.

Şimdi bana kalırsa kime hitap ettiği belli olmayan reklâmın bu bölümü için şöyle yorum yapılabilir; **hadi alın verin ekonomiye can verin...**

'varda mı almıyoruz?' dediniz galiba, olsun efendim o zaman kendi canınızdan vazgeçin!

Zeynep AKAL

iletisim@politikadergisi.com [2]

Yorumlar

Tebrikler

İçeriği Yazan: Gökhan DAĞ Zaman: Salı, 08/09/2009 - 18:33

Güzel bir yazı olmuş elinize sağlık. Söz konusu reklamlarda boy gösterenler ekonomiye öyle veya bu şekilde etki eden kişiler. Ekonominin bu hale gelmesinde de az veya çok parmakları var. Örneğin biri Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Eski Başkanı, biri ekonomi profesörü, biri yazar biri de bilmem ne başkanı. Bu kadar kolay olmamalı reklamlarda bunları söylemek. Demek ki bu reklamlarda böyle saçma sapan şeyleri söylemek için yüklü miktarda para aldılar.

Demek ki neymiş, bunlar çıkıp saçmalarsa, bunlara inanan bireyler saçmalar, o bireyler saçmalarsa da toplum saçmalar. Saçma sapan bir şey işte.

Ekonomiye can vermek lazım, evet; ama ekonomiye böyle can verilmez. Tüm suçlu elini cebine atmayan daha doğrusu atamayan halk mıdır?

Bir sakız almakla ekonomiye can verileceği düşünülüyorsa bakın sakız satışlarına, araştırın. Sakız satışları Türkiye'de hiçbir zaman düşme eğilimi göstermez. Keza simitte öyle. Öyle olsaydı adım başı simit sarayları açılır mıydı?

Ekonomiye can vermek meğerse ne kadar kolaymış. Bu reklam ekonominin geleceğini aslında çok iyi göstermiştir. Baksanıza eski başkan simitçi, oyuncakçı olmuş, ekonomist bakkal, yazar çiçekçi. Alın size benden bir ekonomi dersi. Saçmalamayın, saçmalatmayın.

!!!

İçeriği Yazan: SevdaEĞER Zaman: Çar, 09/09/2009 - 10:21

Beceriksiz işbirlikçi yandaşı eşi-dostu kayırma eksenli ekonomi politikasının vebalini, sevimsiz tuzu kuruların reklamları yordamıyla gariban halkın sırtına yık. Ne ala memleket.

Alın işte. Uzman olmayı, profesör olmayı, bakan, başbakan olmayı, ülke yönetmeyi bir şey mi sandınız? Bu kadar basit işte.

Lafa bakın da hizaya geçin. Neymiş;

Alacakmışım-verecekmişim ekonomi düzelecekmiş. Ne vermişler ki ne istiyorlar diye sorulur aslında ama kime, umursayan mı var? Utanmadan insanların cebindeki son kuruşa kadar göz dikip pişkince 'verin' diyebiliyorlar.

Amac yastık altındaki altını-parayı açığa çıkarmaksa; pençelerini emekçinin ensesinden çekip, tarikatçıların döviz-altını nerelerde, muhafazakar geçinen yandaşların yatırımları nerelerde bir onlar meydana çıksın da görelim.

Ama nerde. Bir ala memleket. Gücü yeten yetene.

Alalım,verelim....

İçeriği Yazan: Okur Zaman: Per, 10/09/2009 - 18:32

Reklam neyi ifade ediyor anlamış değilim.İlk önce eskiden ilkokullarda yapılan yerli malı haftalarını anımsar gibi olduysam da,sonra baktım ki YERLİ MALI ibaresi geçmemekte.Amaç ekonomiye canlılık

vermek ise, öncelikle ekonominin CAN DAMARI olan İŞSİZLİK adına bir reklam yapsalar ya. Zira İŞSİZ olan biri ne alabilir, ne de verebilir. En azından CAN veremez. Zira bu gidişle zaten CAN vereceği, bir insanda da 2 CAN olmayacağına göre ekonomiye CAN veremeyeceği gün gibi aşikar. Reklamı yapan kişilerin kimliği, mali durumları beni ilgilendirmez. Ancak eğer yanlış hatırlamıyorsam RTÜK haklı bir gerekçe ile abartılmış reklamlara izin vermemektedir. Örneğin; bir çamaşır tozu reklamını ele alalım. ŞU KADARCIK DETERJAN İLE DÜNYALAR KADAR ÇAMAŞIR YIKAYABİLİRSİNİZ şeklinde yapılan bir reklam, RTÜK tarafından yapılan bilimsel incelemeler sonunda yasaklanmaktadır. Ki; bence çok doğru bir harekettir de. Peki bu reklama nasıl müsaade etmişler. Acaba reklamı yapan firmanın < :):> > yukarılarda bir tanıdığımı varmış. Çiçek, Oyuncak ve Ekmek almak için öncelikle bir iş'in veya bizim ülkemizde olduğu gibi MUHTEŞEM BİR EMEKLİ AYLIĞIN olması lazım. Bunlar olmayınca zaten Oyuncakçı, Simitçi, Ekmekçi amcalar ile Çiçekçi Teyzeler zaten veresiye vermezler. Verseler de, onların dediği gibi EKONOMİ veresiye ile canlanmaz. Bu durum o zaman TAŞIMA SU İLE DEĞİRMEN ÇEVİRMEYE benzer. Ben fırından ekmeği veresiye ile, fırıncı Uncudan UN'u veresiye ile, Uncu da Buğday'ı çiftçiden veresiye ile alırsa, burada HÜKÜMET neyi alacaktır. Sanırım oda parayı IMF'den veresiye ile alacaktır. Saygılar.....Ali Murat Bahadır....

Kaynak URL (19/04/2024 - 18:21 tarihinde yazdırıldı):

<http://www.politikadergisi.com/okur-makale/alın-verin-kendi-canınızdan-vazgecin-ekonomiye-can-verin>

Bağlantılar:

[1] <http://www.politikadergisi.com/pd-uye/zeynepakal>

[2] <mailto:iletisim@politikadergisi.com>