

Türkiye'de her 100 yetişkinden 15'i TV yarışmacısı olmaya çalışıyor

İSTANBUL - Türkiye'de televizyon izleyicisinin yıllardır vazgeçemediği programların başını yarışmalar çekiyor. Hele bir de bol ödüllü yarışma ünlü bir tip tarafından sunulunca reytingleri salıyor. İstanbul Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odası'nın (İSMMMO) 'Hayaller Yarışıyor' başlıklı araştırmasına göre, televizyonlarındaki yarışma programlarına ilgi artıyor, her 100 yetişkinden 15'i yarışmacı olmak istiyor. İSMMMO'dan yapılan yazılı açıklamada yer verilen araştırmaya göre, Türkiye'de yaklaşık 2.5 milyon insan yarışma programlarına yarışmacı olmak için başvurdu ve sırada bekliyor.

Diziler ise azalıyor

Türkiye nüfusunun yarısından fazlasının (yüzde 60) 18 yaşın üstünde olduğu ve yarışmalara katılabilmek için 18 yaşından büyük olma şartının arandığı dikkate alındığında, Türkiye'de her 100 yetişkinden 15'inin televizyonlarda yarışmacı olmak istediği ortaya çıkıyor. TV kanallarının istatistikleri, izlenmesi ve sunucuların verdiği demeçlerin bire bir görüşmelerle desteklenmesiyle hazırlanan araştırmaya göre, ekonomik kriz nedeniyle televizyon dizilerinin sayısında azalma olmasına rağmen, gündün güne yeni yarışma programları ekranlarda yayımlanıyor.

Dokuz kanalda 12 tane

Dokuz ulusal kanalda halen 12 yarışma programı sürerken, 2009 yılında mevcutlara 'en az' beş yeni yarışma programının daha katılması bekleniyor.

Daha çok yeni olan bu hafta atv'de başlayan Ahmet Çakar'la Zor Karar (Var mısın yok musun'u) çağrıştıran para dağıtan yarışma) bu çalışma dışında tutulmuştur. Bu arada Fox TV Tadında Aşk Var, Star TV Rap Star'a hazırlanıyor. Show TV ise İlle de Roman Olun'u ve Acun Ilıcak'ın imzasını taşıyan 'Survivor'ı yeniden ekranlara getirmeye hazırlanıyor.

Sunucu 50 bin lira alıyor

Yarışma programları birbirinden farklı biçim ve konularda yapılırken genel kültür, bilgi, yetenek ve eğlence yarışmalarına son olarak da macera yarışmaları eklendi. Yarışmaları, genellikle 'sanatçılar', 'oyuncular' gibi ünlü kişiler sunuyor. Program sunucularının bölüm başına aldığı ücretin, 30 ila 50 bin TL arasında olduğu belirtiliyor.

Dizilerin bölüm başına maliyeti, 100 ila 300 bin TL arasında değişirken, yarışma programları ise dizilerin 4'te biri maliyetlerle ya-

yor. Yapım maliyetleri daha düşük olsa da, 'iyi tutan' ve 'bol reyting alan' yarışmaların özellikle reklam gelirlerinin dizilerle başa yarıştığı gözleniyor.

Medya Takip Merkezi'nin araştırmasına göre, geçen yıl aralık ayı boyunca 12 TV kanalındaki yarışmalara, 192 bin 998 saniye reklam verildi. Yerli diziler, haberler, müzik-eğlence programları ve yerli sinemalardan sonra en çok reklam alan program, yarışmalar oldu.

500 bin lira kazanıyor

Özet ve tekrarları hariç en az 80 dakika olan bir yarışmaya ortalama 30 dakikalık (yarım saat) reklam alınıyor. Reklam tarifeleri kanallara göre farklılık gösterse de, prime time'da (saat 20.00 ila 23.00 arası) yayımlanan reklamların saniye fiyatı 200 ila 400 TL arasında değişiyor. Ortalama saniyesi 300 liradan hesaplandığında, 30 dakikalık (1800 saniye) bir reklam karşılığında bir yarışma kanalına 540 bin TL kazandırıyor.

'Var Mısın Yok Musun' yarışmasının vermeyi taahhüt ettiği büyük ödülü her akşam reklam gelirinden rahatlıkla karşıladığını da söylemek mümkün. Yarışmaların ödül ve yapım maliyetleri yarım saatlik bir reklam geliriyle rahatlıkla karşılanabilirken, kimi zaman bu yarışmanın aldığı reklam 50 dakikayı bile buluyor.

Bol ödül dağıtan yarışmalardan olan 'Çarkifelek', bölüm başına 4 kuşakta yaklaşık 35 dakikalık reklam alıyor. Ana yarışmanın yanı sıra yarışmaların tekrar ve özel bölümleri de reklamlardan payına düşeni alıyor.

Yarışmaların ekonomisi

Araştırmaya göre, yarışmaların kendi içinde 'ciddi' bir ekonomisi bulunuyor. Yarışmacıların ve özel misafirlerin (yarışmacıların ailelerinin) yemekleri program yapımcısı tarafından karşılanırken, yarışmacıların yakınlarının stüdyoya getirilmesi için ulaşım masraflarından ikramlara kadar birçok unsur, yarışmaların 'görünmeyen' masraf kalemlerini oluşturuyor.

Yarışmalarda çok fazla dış çekim masrafı olmamasına rağmen, son yıllarda canlı yayın yapılması, yarışmaların maliyetlerini artırıyor.

Türkiye'deki televizyon yarışmalarının yüzde 90'ının yabancı formatlı olduğu gözlenirken, yurtdışına yarışmaların bölüm başına ödedikleri format ücreti, 5-10 bin TL arasında değişiyor.

Yarışma programları kimi zaman cast ajansları ile de çalışıyorlar. Kimi zaman yarışmacıların

İSMMMO'nun araştırmasına göre Türk halkı umudunu TV yarışmalarına bağladı. 'Var mısın, yok musun'a 1.4 milyon kişi başvururken, Çarkifelek'te bu sayı 500 bin. Yaklaşık 2.5 milyon yetişkin yarışmacı olmak için sırada bekliyor



bile bu ajanslardan sağlandığı ve bunlara belirli bir ücret verildiği belirtiliyor. Bilgi yarışmalarının 'görünmeyen' bir maliyet kalemi de yarışmalardaki soruların özel ekiplere hazırlanması oluşturuyor. Soru hazırlayan ve yarışma programlarına satan özel şirketler de var. Bazı yetenek ve çocuk yarışmaları dışındaki yarışmalara, 18 yaşından küçükler katılmıyor. Yarışmalara genellikle internetten belirli formları doldurularak başvuru yapılabilir. Yarışıp ödül almaya hak kazanırlar, ödüllerden doğan ÖTV, KDV, plaka vergisi, stopaj gibi her türlü vergileri kendilerinin karşılaması gerekiyor. (Radikal)

En çok reklam alanlar

Sıra	Program	Süre (sn)
1-	Yerli dizi	1.001.199
2-	Haber	721.121
3-	Müzik/eğlence	208.246
4-	Kadın	193.950
5-	Yerli sinema	193.895
6-	Yarışma	192.992
7-	Spor	186.654
8-	Aktüel	178.662
9-	Yabancı sinema	125.124
10-	Yol durumu	124.009

Not: MTM Medya Takip Merkezi'nin aralık ayında 12 TV kanalında yaptığı reklam ölçüm sonuçlarından derlenmiştir.

Arkan: Şans oyunu platformuna döndü

İSMMMO Başkanı Yahya Arkan, araştırma yapıldığına ilişkin değerlendirmesinde, yarışmaların çoğunlukla para kazandırmaya dönük olduğuna ve bu yönüyle ekranların birer 'şans oyunu platformu'na döndüğüne dikkatli çekti.

Ekonomik krizin, arayı da artırdığını, birbirinden farklı biçim ve konularda olsa da yarışmalarda maddi vaatlerin 'uçtuğunu' belirten Arkan, kanallar arasında rekabeti artıran yarışma programlarının ciddi bir reklam pastası olduğunu, son araştırmaların TV kanallarının daha az maliyetli yapımlara

yöneldiğini gösterdiğine işaret etti. Arkan, kriz ortamının, özellikle üretim üzerinden toplanan vergi kalemlerini azalttığını, ancak dolaylı vergiler ile şans oyunları üzerinden alınan İntikal Vergisi'nin arttığını kaydeden Arkan, yarışmalarda kazanılan ödüllerde de yüzde 10 İntikal Vergisi kesintisi bulunduğunu bildirdi. Yahya Arkan, "Televizyonlarda yayımlanan yarışmaların bir bölümü katılımcılarına 'şöhret' vaat ederken, önemli bir bölümü de para kazanabilme olanağı sunuyor. İnsanlar için birer umut kaynağı oldu" yorumunu yaptı.