



MUSTAFA KÖKER - LONDRA

Meslek gereği, günlük hayattaki hemen her gelişmeye ilgilenmek gibi sorumluluğu var gazetecilerin. Sosyal konulardan, siyasete, ekonomiden medyaya kadar toplumu ilgilendiren hemen her konu, kamu adına bu sorumluluğu yüklüyor gazeteciye.

Son günlerde Türkiye medyasında gündeme gelen '**Tabloid**' ve '**Berliner**' boyutta gazete girişimi, bu tarz gazeteciliğin merkezi İngiltere'de yaşadığımız için doğal olarak ilgi alanımıza giriyor.

Referans gazetesi deneyimi ile Türk medyasına farklılık getiren genç gazeteci **Eyüp Can**'ın projesi olan **Yeni Radikal** gazetesi girişiminden söz ediyorum.

Doğan Grubu bünyesinde yayınlanan **Referans** ve **Radikal** gazetelerinin birleşmesiyle 17 Ekim 2010 tarihinde çıkacağı belirtilen **Yeni Radikal** **The Guardian** boyutunda okuyucularına ulaşacağı açıklandı. gazetesinin

Medyada yenilik ve değişim konusunda çok uzun ve köklü tecrübeye sahip Britanya gazetelerinden söz edelim önce.

Tabloid gazeteciliğin merkezi olarak bilinen İngiltere'nin en ciddi gazetelerinden **The Guardian**, yayın politikaları aynı olmasa da, habercilik açısından yakın kulvarda olduğu **The Independent** ve **The Times** gazetelerinin tabloid boya geçişi sonrası ciddi okuyucu kaybetmiş, böylelikle 2005 yılında tabloid ile broadsheet arası bir boyut olan

'Berliner'
i seçmek zorunda kalmıştı.

Gazetenin editörü Alan Rusbridger şekil değişikliğini, "bilgisayar çağında hala basılı kelimeleri tercih edenlere tamamen renkli gazete sunacağız" sözleriyle özetlemişti.



The Guardian yeni boyutu ile o yıldan bu yana, 'bulvar gazeteciliği' olarak bilinen, magazin ve sansasyonel haber gazetelerini çağrıştıran tabloid gazetelerden daha büyük, ama toplu taşıma araçlarında okunabilecek kadar daha rahat boyutta ulaşıyor okurlarına.

Yaklaşık 190 yıllık bir tarihi olan The Guardian'a bu boyut değişikliği o günün rakamlarıyla yüz milyon sterline mal oldu.

Çünkü değişiklik sadece boyutuyla sınırlı kalmadı; yazı karakterinden, matbaa makinalarına; kadın ve gençlere hitab eden renkli sayfalarına kadar yaptığı değişikliklerle, '**Yaşlı gazetesi**' imajını geride bıraktı.

The Guardian'ın formatını yenilemesi medya dünyasında '**Son yarım yüzyılın en radikal değişikliği**' olarak tanımlanmıştı. Bu biçim değişikliğiyle The Guardian'ın yeni yüzyılı ve yeni kuşağı yakaladığını hatırlatan **Alan Rusbridger**, yapılan yenilikleri, "**asıl önemli olan bunu bir gazetenin özünden, yani haberlerimizden, vizyonumuzdan ve ideallerimizden ödün vermeden yapıyoruz... Bir gazetenin özü; Haberleri, vizyonu ve idealleri...**" diye savunuyordu.

'**Ciddi gazete**' tanımlaması içinde yer alan **The Independent, The Times** ve **The Guardian**, okur kaybetmemek ve '**interaktif çağa ayak uydurmak**' gerekçesiyle ebatlarını küçültmek zorunda kaldılar. Halen günlük olarak sadece **Daily Telegraph** ile **Financial Times** büyük boyutlarda okurlarına ulaşıyor. **Financial Times**'ı iş dünyasının dünya çapında referans gazetesi olarak ayrı tutacak olursak, sadece **Daily Telegraph**, broadsheet diye tanımlanan büyük boy gazete olmaya devam ediyor.

Britanya, daha çok göze hitabeden sansasyonel ve magazin haberciliği öne çıkaran tabloid gazetelerin en çok okunduğu ülke aynı zamanda. Bu tarzı en iyi yansıtan **The Sun** gazetesinin 3 milyondan fazla sattığını, bunu **Daily Mirror, Daily Mail, Daily Express** gibi diğer tabloid gazetelerin takip ettiğini hatırlatırsam bu ülkede tabloid gazetelerin etkinliği daha iyi anlaşılır.

Geçen yüzyılın ilk yarısından itibaren kullanılmaya başlanan tabloid formatın tutulması, genellikle metro, otobüs ve tren gibi toplu ulaşım araçlarında kolay okunurluğa bağlıyor.

Kıta Avrupası ülkelerinde daha çok '**Berliner**' olarak bilinen **The Guardian**'ın formatı tercih ediliyor. Fransa ve Almanya'da Broadsheet ve Tabloid arası boyuttaki gazetelerin biraz farklı formatını İspanya ve İtalya'da da görmek mümkün.

Sözü yeniden Türkiye'ye getirmek istiyorum... Geçmişte yaşanan birkaç başarısız girişim dışında Türkiye'de ciddi medya kuruluşları **Tabloid** ve **Berliner** boyuta hep mesafeli durdular.

Bu mesafeli duruşta, gazetenin boyutuyla birlikte etkinliğinin de küçüleceği endişesi de var tabii. Bu kompleksin eşiği, **Haber Türk** gazetesi deneyimiyle biraz aşılmış olsa da, Türk medyası tabloid sözcüğüne hala yabancı.

Eğer tutarsa, önümüzdeki hafta **The Guardian**'ın tercih ettiği '**Berliner**' boyutunda okurlarına ulaşmaya hazırlanan **Yeni Radikal gazetesi 'küçük gazete'** kompleksini Türkiye'de kırmış olacak.

Belli başlı büyük gazetelerin gündeme bile getirmediği Tabloid ya da Berliner boyutta gazete girişiminin altında, "**artık böyle gitmez**" diyen **Eyüp Can**'ın imzası olacak.

Ekonomi gazeteciliğine '**Referans**' deneyimiyle farklılık getiren **Eyüp Can**, eğer **Yeni Radikal**'i de Bab-ı Ali'ye -İki Telli mi demeliydim?- kabul ettirebilirse bana göre Türk medyasının zafer kazanmış Donkişot'u olacak.

"**Donkişot**" ifadesini özellikle kullanıyorum çünkü "**Türkiye'de tabloid gazete tutmaz**" anlayışının gerisinde '**küçük gazete**' kompleksinin yattığına inananlardanım.

Aşılması zor görünen bu kompleksi aşma girişiminde bulunan **Eyüp Can**, bu anlamda **Don Kişot** 'luk yapmaktadır elbette.

Çünkü açtığı “**savaş**” yel değirmenlerine karşıdır. Bence, kazanan ilk Don Kişot da o olacaktır.

kokermustafa@gmail.com