

Dr. Mustafa Yılmaz*

Türkiye’de Metro Gazeteciliği

Özet

Küreselleşme birçok alanda olduğu gibi iletişim sahasında da çeşitli değişim ve dönüşümlere yol açtı. Son yıllarda görölen en büyük yenilik ise ücretsiz gazetelerin ortaya çıkışı ve hızla büyümesi, gazetelerin internet üzerinden okunuşundaki artış ile gazetelerin kompakt ya da bulvar gazetesi biçiminde yani tabloid boyutta yayımlanmaya başlaması oldu. Bu makalede de dünyada ücretsiz gazetelerin ortaya çıkışı ve gelişimi, metro gazeteciliği diye adlandırabileceğimiz bu medya türünün Türkiye’deki yansımaları incelenmiştir.

şubat 2008’de yayım hayatına başlayan Gaste adlı ücretsiz gazete Türkiye’de bu alandaki ilk ürün olma niteliğini taşıyor. Bu çalışmada Gaste’nin içerik özellikleri, gazeteğe yöneltilen eleştiriler ve Türkiye’de yeni oluşmaya başlayan ücretsiz gazete piyasasında başlanan rekabet ortaya konmaya çalışıldı.

Anahtar Kelimeler

Metro Gazeteciliği, ücretsiz gazeteler, Gaste

* Karadeniz Teknik Üniversitesi
İletişim Fakültesi
mustay78@hotmail.com

Abstract

As in many other fields, globalization has led to various changes and transformations in communications. The biggest change of recent years has been the emergence and the rapid expansion of free newspapers, the increase in the internet readership of newspapers, and the trend towards compact or tabloid-sized newspapers. This article examines the worldwide rise and expansion of free newspapers and the reflections of this type of journalism, which may be called “metro journalism”, in Turkey.

The free newspaper Gaste, which started publication in February 2008, is the first publication in this category in Turkey. This study explores the contents of Gaste, criticisms directed at the paper, and the ongoing competition in the newly emerging free daily newspaper market in Turkey.

Key Words

Metro journalism, free newspapers, Gaste

Giriş

Dünya Gazeteler Birliği'nin (World Association of Newspapers - WAN) Mayıs 2005'de Güney Kore'nin başkenti Seul'de yapılan toplantısında, 215 ülkeyi kapsayan bir araştırmanın raporu yayımlandı. Raporda 2004 yılında ücretsiz gazetelerin dağıtımında önemli bir artış meydana geldiği açıklandı. Böylece küresel sürecin etkisiyle uluslararası medya kuruluşlarının gelişmekte olan ülkelerdeki potansiyeli çok daha fazla dikkate almaları öngörüsü ortaya kondu (Pazarbaşı, 2007: 207). Gerçekten de bu alandaki büyüme hızla devam etti ve daha önceki çok ciddi olmayan girişimleri bir kenara koyduğumuzda Şubat 2008'de Türkiye'de ilk ücretsiz gazete olan *Gaste* yayım hayatına başladı. Bu girişim konuya ilişkin tartışmalara ve yeni bir pazar olan ücretsiz gazete piyasasında da rekabete yol açtı. *Gaste*'nin yayımlanmaya başlamasından on gün sonra bu kez Doğan Grubu *20 dk* adıyla ücretsiz bir gazeteyi okuyucuyla buluşturdu. Bu basılı ürünler gerek içerikleriyle gerekse sahiplik durumları ve tabloid formlarıyla çok çeşitli eleştiriler almaya devam ediyor.

Ücretsiz Gazetelerin Ortaya Çıkışı

Metro gibi insan yoğunluğunun fazla olduğu yerlerde ücretsiz olarak dağıtılmaya başlanan gazeteler bu tür yayımcılığın ortaya çıkmasına neden oldu. Pers Anders Anderson, Robert Braunerhielm ve Monica Anderson'un bir yatırım şirketi olan Kinnevik Group'un Başkanı Jan Stanbeck'in "Daha önce bu hiç yapıldı mı?" sorusuna "Hayır" yanıtını alması ve Stanbeck'in "Hadi onu yapalım" söz-

leriyle hayata geçirdikleri ücretsiz gazete "*Metro*" ilk defa Şubat 1995'de İsveç'in başkenti Stockholm'de metro önlerinde dağıtılmaya başlandı (http://www.metro.lu/about/metro_history). Kolay ve hızlı okunabilir bir formda hazırlanan gazetenin içeriği büyük uluslararası haber ajanslarından (AFP, Reuters, AP) gelen kısa haberlerin sayfaya yerleştirilmesiyle oluşturulmaktaydı. *Metro* bir sayısının okunması için 19,5 dakikanın yeterli olduğunu savunmaktaydı. Tabloid formda olduğu için kolayca taşınabilen ve okunabilen gazetede bol renk kullanılmasına rağmen boyalar iz bırakmıyordu. "*Metro*" sayılarının beyaz bir elbise üzerinde hiçbir leke bırakmayacağını garanti ediyordu (Pazarbaşı, 2007: 206). İlk çıktığı yıllarda alaya alınan gazete 200 bin tirajdan 8 milyon 700 bin tiraja sadece 12 yıl içinde ulaştı. *Metro*, dört kıtada 23 ülkede 100'den fazla şehirde 19 dilde yayımlanıyor. Günde 23,1 milyon kişinin takip ettiği gazetenin okuyucularının yüzde 51'i bayan, yüzde 74'ü 49 yaşın altında, yüzde 40'ı 18-35 yaş arasında, yüzde 82'si ise öğrenci ya da çalışıyor (http://www.metro.lu/about/metro_facts).

Metro'da 400 kadrolu gazeteci ve serbest muhabir görev yapıyor. İnsan yoğunluğunun fazla olduğu; caddelerde, metroda, tren istasyonlarında, otobüs duraklarında, perakende mağazalarında, üniversitelerde, yüksek okullarda, hava alanları ve otellerde dağıtımı yapılıyor (<http://www.metro.lu/about/distribution>). Dünya üzerinde 54 ülkede 245 ücretsiz gazete yayımlanıyor, bu gazetelerin toplam tirajı 41,6 milyon, tüm dünyada yayımlanan ücretsiz gazetelerin yüzde 25'i *Metro International*'e bağlı. Avrupa'da yayımlanan gazetelerin yüz-

de 25'i ücretsiz dağıtılıyor (Metro Annual Report, 2007: 2). Ücretsiz gazete piyasasında en yoğun rekabetin yaşandığı ülkelerin başında İngiltere geliyor. *Metro International*'dan bağımsız olarak Mart 1999'da kurulan *Associated Newspapers Grubu*'na bağlı ücretsiz "Metro" gazetesi ilk önce Londra'da okurla buluştu. Daha sonra İngiltere'nin 16 büyük kentinde de haftanın her günü 1,3 milyon adet dağıtılmaya başlandı. *Metro* dünyanın en büyük ücretsiz gazetesi ve İngiltere'nin en büyük dördüncü gazetesi (<http://www.metro.co.uk/about>). *Metro*, *Daily Mail* ve *Evening Standard*'ın sahibi *Associated Newspapers*, Ağustos 2006'da *London Lite* adında bir başka ücretsiz gazete daha çıkardı (<http://www.thelondonlite.co.uk/advertising/about.html>). 400 bin tirajlı bu gazetenin yayımlanmaya başlaması medya devi Rupert Murdoch'ı harekete geçirdi. Murdoch'ın *News Corporation* şirketinin İngiltere ayağı olan ve *The Times*, *The Sunday Times*, *The Sun* gibi çok satan ve önemli gazetelerin sahibi *News International Group*, *The London Paper* adlı gazeteyle Kasım 2006'da ücretsiz gazete piyasasına girdi. Başlangıçta 400 bin tiraja sahip olan *The London Paper* Mart 2008'de 500 bin tiraja ulaştı (http://www.thelondonpaper.com/advertising/circulation_traffic.html). Ücretsiz gazetelerin ortaya çıkması basın hayatına hareketlilik ve rekabet getirmesinin yanında ücretli gazetelerin tirajlarında da önemli düşüşlerin görülmesine yol açmıştır. 1999'da İngiltere'de yayımlanmaya başlanan *Metro*, iki ünlü İngiliz tabloidine, *Sun* ve *Mirror*'a, yüzde 4 okur kaybettirmiştir. Yine İsviçre'nin Almanca konuşulan bölgesinde yayımlanmaya başlanan ücretsiz "20 Minuten" popüler *Blick* gazetesinin okurlarının yüzde

14'ünü ele geçirmiştir (Pazarbaşı, 2007: 206).

Türkiye'de Ücretsiz Gazeteler Dönemi

Türkiye de ücretsiz gazeteyle 11 Şubat 2008'de tanıştı. *Metro* gazeteciliğinin fikir babası İsviçli Pelle Anderson'un üst düzey yöneticiliğini (CEO) yaptığı "Gaste" adlı hafta içi beş gün yayımlanan ücretsiz gazete, bu alanda bir ilki oluşturuyor. Yayın sahibinin Free News İletişim Ticaret Anonim Şirketi olduğu belirtilen *Gaste*'nin künyesinde tüzel kişi temsilcisi olarak Lale Hürrem Şenay, sorumlu yazı işleri müdürü olarak da Vedat Diriker gösteriliyor. İstanbul Ticaret Odası'ndaki sicil kaydına göre de 31 Ocak 2008'de kurulan 500 bin YTL sermayeli şirketin ortakları Pelle Evert Anderson, Ahmet Pandır, Zuhale Elver, Rengin Keresteci, Neşet Murat Dörtbudak, Mehmet Alp Erkaya (Özkan, 2008).

Gaste ilk sayısında; her zaman ücretsiz olacaklarını, herhangi bir dini ya da politik bir grupla ilgileri olmadığını herhangi bir grubun sözcüsü de olmadıklarını ileri sürüyor. Yerel, ulusal ve uluslararası haberler içeren, tabloid boyutta, tamamen renkli ve ortalama 32 sayfalık İstanbul'daki en büyük gazete olduklarını ifade eden ücretsiz gazetenin genç, iyi eğitilmiş ve geleneksel basına oranla daha fazla kadın ve daha fazla şehirli bir okuyucu kitlesini hedeflediği, İstanbullular için günlük aktivitelere de rehber olacak bir nevi İstanbul şehrinin gazetesi olmayı amaçladıkları belirtiliyor. İstanbul'da dağıtılan gazetenin en fazla yüzde 50'sinin reklamdan oluşacağı da kaydediliyor ([71](http://www.Gaste.biz/in-</p>
</div>
<div data-bbox=)

dir.php?ay=2). *Gaste*, Ipsos KMG adlı kamuoyu ve pazar araştırma şirketine “*Gaste* Okur Oranları ve Profili” adlı bir araştırma yaptırmıştır. 13, 15, 19, 20, 22, 26, 27, 29 şubat ve 4, 5 Mart 2008 tarihlerinde İstanbul’un belirli merkezi noktalarında tesadüfi örnekleme yöntemiyle ve yüzyüze görüşme tekniği ile yapılan araştırmada *Gaste* okurlarının yüzde 47,9’unun kadın 52,1’inin ise erkek olduğu yine aynı sonucun ücretli gazete okuyucularında da elde edildiği görölmüştür. *Gaste* okuyucularının yüzde 69,7’sinin 18-44 yaş aralığında olduğu ücretli gazetelerin okurlarının ise 64,6’sının aynı yaş diliminde olduğu görölmüştür. Dolayısıyla *Gaste*’nin daha genç bir nüfus tarafından okunduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya göre *Gaste* okurlarının dörtte birinin düz lise mezunu olduğu, beşte birinin ilkokul, yine beşte birinin üniversite mezunu olduğu görölmektedir. Ücretli gazetelerin okurlarının ise dörtte birinin üniversite, yine dörtte birinin düz lise mezunu oldukları görölmektedir. İlkokul mezunlarının oranı ise yüzde 15,8 olmaktadır. Araştırma bulgularına göre ücretli gazete okuyucularının nisbeten daha eğitilmiş oldukları sonucuna varmak mümkündür. *Gaste* okurlarının yüzde 67,3’ü ücretli çalışanlardan yüzde 8,8’i ise öğrencilerden oluşmaktadır, ücretli gazete okurlarının ise yüzde 53,3’ü ücretli çalışan yüzde 8,9’u öğrencidir. Bu bulgulara göre, *Gaste*’nin daha çok çalışan ve öğrenciler tarafından okunduğu görölmektedir (<http://www.Gaste.biz/reklam/>).

Gaste, bilgi veren ve önyargısız içeriğe sahip olduğunu ileri sürmekte; yerel, ulusal, dünya haberleri, ekonomi, spor, eğlence, kültür sanat konularında en taze

günlük içeriğe sayfalarından ulaşılabileceğini ifade etmektedir. Bizim yaptığımız çalışma da Türkiye’nin ciddi anlamda ilk ücretsiz gazetesi olan *Gaste*’nin içeriğini hangi tür haberlere ne oranda yer verdiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışmamız 11-15 şubat 2008, 25-29 şubat 2008, 10-14 Mart 2008, 24-28 Mart 2008, 07-11 Nisan 2008 tarihlerinde *Gaste* adlı ücretsiz gazetenin 25 sayısının incelenmesiyle gerçekleşmiştir. Bu sayılarda hangi tür haberlere ne kadar yer verildiği araştırılmıştır. 11-15 şubat 2008 tarihleri arasında yayımlanan ilk beş sayısında *Gaste*’nin toplam 660 haber 460 da fotoğrafa sayfalarında yer verdiği görölmüştür. Bu zaman diliminde gazetede ortalama günde 132 haber ve 92 fotoğraf yer almaktadır. Bunların 75’i iç haber 10’u dış haber 24’ü de spor haberi olmaktadır. İç haberlerin ortalama 25’i magazin, 22’si kültür sanat, 14’ü ekonomi, 9’u sağlık, üçü polis adliye, ikisi siyaset, biri ise eğitim konulu haberlerden oluşmaktadır. İstanbul’u konu eden haberler ise 23’ü bulmaktadır. Gazete bu dönemde 32 sayfadan oluşmakta reklam ve ilanlar 10 tam sayfayı kaplamaktadır.

25-29 şubat 2008 tarihleri arasında incelenen beş sayısında ise toplam 605 haber, 435 de fotoğraf yer almaktadır. Bu dönemde gazetede günde ortalama 121 habere ve 87 fotoğrafa yer verilmiştir. Bu haberlerin 78’ini iç haberler, 10’unu dış haberler, 20’sini spor haberleri, 13’ünü de İstanbul haberleri oluşurmaktadır. 78 iç haberin 27’si magazin, 23’ü kültür sanat 12’si ekonomi, 8’i sağlık, dördü polis adliye, ikisi siyaset ikisi de eğitim konudur. Gazetenin sayfa sayısı bu dönemde 32’den 28’e düşmüş, reklam ve ilan-

ların kapladığı alan da 10 tam sayfadan 8 tam sayfaya gerilemiştir. 10-14 Mart 2008 tarihleri arasında *Gaste*'de toplam 652 habere yer verilmiş 476 da fotoğraf kullanılmıştır. Günde ortalama 130 haberin yer bulduğu gazetede 95 fotoğraf da okurlara sunulmuştur. Bu zaman aralığında günde ortalama 82 iç habere, 10 dış habere, 22 spor haberine ve 16 İstanbul konulu habere yer verilmiştir. İç haberlerin 28'ini magazin haberleri, 26'sını kültür sanat haberleri, 14'ünü ekonomi haberleri, 9'unu sağlık haberleri, üçünü polis adliye yine üçünü siyaset, birini de eğitim haberi oluşturmaktadır. Bu dönemde 28 sayfalık gazetenin 7,5 sayfası reklam ve ilanlara ayrılmıştır.

24-28 Mart 2008 tarihleri arasında yayımlanan *Gaste*'nin beş sayısında toplam 667 haber, 486 da fotoğraf yer almaktadır. Günde ortalama 133 haber, 97 fotoğraf kullanılmıştır. 84 iç haber, 10 dış haber, 21 spor haberi, 18 de İstanbul konulu haber sayfalarda yer bulmuştur. İç haberlerin 28'i magazin haberlerinden, 25'i kültür sanat, 13'ü ekonomi, 9'u sağlık, 5'i polis adliye, ikisi siyaset biri de eğitim haberinden oluşmaktadır. Bu zaman diliminde gazete 28 sayfa çıkmaya devam etmektedir ancak reklam ve ilanların kapladığı alan 7 tam sayfaya düşmüştür. 07-11 Nisan 2008 tarihleri arasında ise *Gaste*'de toplam 700 haber, 98 de fotoğraf yer almıştır. Günde ortalama 87 iç haber, 10 dış haber, 22 spor haberi ve 21 İstanbul haberi okuyucuyla buluşmuştur. İç haberlerin 28'i magazin, 25'i kültür sanat, 17'si ekonomi, 9'u sağlık, 6'sı polis adliye, ikisi siyaset haberi. Bu beş günlük süre içinde de gazetede reklam ve ilanlara ayrılan yer azalarak 6 tam sayfaya düşmektedir. Nitekim ça-

lışmamızın zaman aralığında olmayan 16 Nisan 2008 tarihli sayı 24 sayfa yayımlanacaktır. Böylece yayım hayatına başladığı 11 Şubat 2008 tarihinden 16 Nisan 2008'e kadar geçen sürede gazete dörtte bir oranında küçülecek, günde ortalama 10 tam sayfa yer kaplayan ilan ve reklamlar ise 6 tam sayfalık bir alana kadar gerileyecektir.

Gazetenin incelendiği 25 günlük süreç bir bütün olarak ele alındığında 3284 haber, 2348 de fotoğrafın bu zaman diliminde *Gaste*'nin sayfalarında yer aldığını görüyoruz. Yine bu süreçte, 2036 iç haber, 456 İstanbul haberi, 248 dış haber ve 544 spor haberi gazetede yer bulmuştur. İç haberlerin 679'u magazin, 604'ü kültür sanat, 351'i ekonomi, 221'i sağlık, 100'ü polis adliye, 54'ü siyaset, 27'si ise eğitim haberlerinden oluşmaktadır. Bu verilerden yola çıkıldığında, günde ortalama 131 haber ve 94 fotoğraf kullanıldığı görülmektedir. Günde kullanılan 131 haberin ortalama 81'i iç haber, 10'u dış haber, 22'si spor haberi, 18'i de İstanbul haberleri olmaktadır. İç haberlerin 27'si magazin, 24'ü kültür sanat, 14'ü ekonomi, 9'u sağlık, 4'ü polis adliye, ikisi siyaset ve biri de eğitim haberlerinden oluşmaktadır. İlk çıktığında 300 bini tirajı olan *Gaste*, Nisan ayından beri günde 500 bin adet basılmaktadır. Sırasıyla en fazla magazin, kültür sanat, spor, İstanbul, ekonomi, dış haberler, sağlık, polis adliye, siyaset ve eğitim haberlerine yer vermektedir. *Gaste*'de ayrıca hergün üç karikatür, üç bulmaca, bir köşe yazısı, burçların yer aldığı bir astroloji köşesi, ortalama 7 okurun görüşlerini dile getirdikleri okur köşesi, biri İstanbul dışı de ülkenin önemli yerleşimlerinde ki hava durumu tahmin raporlarının yer

aldığı kısımlar bulunmaktadır. Gazete-
de ünlülerin doğum günlerinin yer aldığı
ve özlü sözlere yer verilen tarihte bugün
tarzı bir köşe ile hergün değişik bir soru-
nun okuyucuya sorulduğu ve beş okurun
bu soruya verdikleri yanıtların yer aldığı
soru cevap köşesi bulunmaktadır.

Gaste'nin piyasaya çıkmasından 10
gün sonra Doğan Grubu, küresel ekono-
minin medya pazarındaki yeni trendine
kayıtsız kalamadı. Ücretsiz gazetelerin
20 dakikada okunabileceği yaklaşımına
atıfta bulunarak *20dk* adlı bir gazete ya-
yımlamaya başladı. 21 Şubat 2008'de ilk
sayısı okuyucuyla buluşan *20dk*'nın, Ge-
nel Yayın Yönetmenliği'ni Hürriyet Gaz-
zetesini Yazışmaları Müdürü Emre İskeçeli
yapıyor. İskeçeli hedeflerini ve yapmaya
çalıştıklarını şöyle özetliyor: "Bizim en
önemli hedefimiz, İstanbullulara şehrin
kargaşası içinde bir nefes olmak, işleri-
ne, okullarına giderken okumalarına katkı
sağlamak. İstanbullular ücretsiz ulaşan
bir gazeteye tepkili yaklaşırlar diye bek-
liyorduk; ama korktuğumuz olmadı. Ga-
zete, sabah 6:00'dan 11:00'e kadar ana ar-
terlerde, duraklarda ve şehir meydanla-
rında dağıtılıyor. '20 dk 120 haber' slo-
ganı ile gündemi özetliyoruz". *20dk Hür-
riyet* gazetesinin haber kanallarını kulla-
nabiliyor (Güray, 2008). Günde 300 bin
basılan ve dağıtılan gazete, yaygın med-
yada yer bulamayan şehir ilanlarını ya-
yımlamayı, kent ve dünya gündeminden
haberleri derin analizlere girmeden oku-
ra sunmayı amaçlıyor (Çambel, 2008)
20dk'nın Genel Yayın Yönetmeni İske-
çeli, kolay okunan, gündemi özetle vere-
bilen, genelde genç insanlara hitap eden
bir gazete olduklarını, hafta içi hergün 97
noktada okurla buluşan gazetenin tirajı-
nı 750 bine ulaştırmayı hedeflediklerini

söylüyor (Şarlıoğlu, 2008).

Türkiye'de ücretsiz gazetelerin ya-
yım hayatına başlaması eleştirileri de be-
raberinde getirdi. En çok eleştiriyi alan-
sa *Gaste* oldu. *Gaste* hem sahiplik hem
de içerik açısından çokça eleştirildi. Ga-
zetenin künyesinde yayım sahibinin Free
News İletişim Ticaret Anonim Şirketi
olduğu belirtilse de Mart 2008'e kadar ik-
tidardaki Adalet ve Kalkınma Partisi'nin
(AKP) yedi yıl Merkez Karar ve Yöne-
tim Kurulu üyeliği yanında AKP'nin
Genel Başkanı ve Başbakan Recep Ta-
yip Erdoğan'ın danışmanlığını da ya-
pan Cüneyd Zapsu'nun ve ağabeyi Gey-
lan Abdülaziz Zapsu'nun gazetenin ger-
çek sahibi oldukları iddia edildi (Öz-
kan, 2008). Buna kanıt olarak da, geç-
mişte Zapsu ailesinin sahibi olduğu BİM
marketler zincirinin Operasyon Komite-
si Başkanlığı'nı yapan Vedat Diriker'in
Gaste'nin Sorumlu Yazışmaları Müdürü ol-
ması ve *Gaste*'nin Sanat Direktörlüğü'nü
Aziz Zapsu'nun oğlu Ömer Zapsu'nun
yapması gösteriliyor (<http://www.sol.org.tr/index.php?yazino=28544>). İleti-
şim profesörü Nurşen Mazıcı'nın eleştiri-
sini ise gazetenin adı ve içeriği üzerine;
"İlk başta baktığınızda 'gazete' yerine
'*Gaste*' yazılması konuya nasıl bir ciddi-
yetle yaklaştıklarını gösteriyor. Derinli-
ği olmayan haberlerle aynı oranda derin-
liksiz kitle yaratma planının bir parçası
olduğu çok açık. Çağdaş, aydınlık kafalar
yetiştirme gibi dertleri olmayan odak-
ların, kendi istekleri doğrultusunda yön-
lendirebilecekleri uyuşturulmuş kitleler
yaratılıyor" (Avcı, 2008). *Gaste*'ye yön-
eltilen eleştirilerden biri de "AKP'nin
İstanbul'a ilişkin kentsel dönüşüm başta
olmak üzere tasarılarının propagandasını
yaptığı". *Gaste*'de hem İstanbul Büyükşehir

hir Belediyesi'nin icraatlarından hem de İstanbul için AKP'nin öngördüğü kentsel dönüşüm gibi uygulamalardan övgüyle bahsedildiği ve bunu da fazla göz tırmalamadan yapma çabasının hakim olduğu iddia ediliyor (<http://www.sol.org.tr/index.php?yazino=28544>). Özkan ise; *Gaste*'nin şehir haberlerinde eleştiri üslubunu tercih etmediğini, İstanbul'un yönetsel sorunlarını konu etmeyen bir yayıncılık sergilediğini ileri sürüyor ve řu örnekleri veriyor: "Ceneviz Surları'nın altından metro geçecek, 90 müfettiş kayıt dışı işyeri arayacak, İstanbul trafiğine müfettişli çözüm, Kâğıthane Belediyesi'nden iki kitap, Aksaray Meydanı yayalara açılıyor, Yenikapı'ya müze yapılacak" (2008).

Gaste'nin Sorumlu Yazışleri Müdürü Vedat Diriker ise bu eleştiri ve iddialara şöyle yanıt veriyor: "Büyükşehir Belediyesi ya da yerel belediyelerin yanlış işler yaparlarsa yanlışlarını doğru işler yapmışlarsa doğrularını haber yapıyoruz. Vatandaşların şikayetlerini de dile getirebildikleri ve sorunlarla sorun çözücülerini bir araya getirecek bir platform olmayı da hedefliyoruz. Trafikten depreme, susuzluktan çevre sorunlarına, hayvan katliamından gecekondularına ya da Sulukule'ye kadar, 31 günlük kısa tarihimizde gururla dile getirebileceğimiz pek çok haber yaptık" (Şarlıoğlu, 2008). *Gaste*'nin çıkışında AKP Merkez Karar ve Yönetim Kurulu Üyesi Cüneyd Zapsu'nun yer aldığı bu nedenle *Gaste*'nin 2009 yılında yapılacak yerel seçimlerde propaganda aracı olarak kullanılacağı iddialarına ise Diriker, "Hiçbir politik grubun sözcüsü ve taraftarı olmayacaklarını, tarafsızlık çizgisini her zaman sürdüreceklerini" söyleyerek ya-

nıt veriyor. Doğan Grubu'na ait *Hürriyet* Yazışleri Müdürü Emre İskeçeli sorumluluğunda çıkarılan 20 dk için yapılan eleştirilerin odağında da 20 dk'nın üçüncü sayfa diye adlandırılan haberlere çok fazla yer vermesi bulunuyor. İskeçeli bu eleştirileri "20 dk'da siyasi haberlere yer verilmediği için adli haberler ön plana çıkmış gibi görünüyor. Ama spor, teknoloji, ajanda ve magazin sayfaları okuyucularımızdan çok övgü alıyor" diye yanıtıyor (Güray, 2008).

Ücretsiz gazetelerin piyasaya çıkması, ücretli gazetelerin tirajlarında düşme yaşanıp yaşanmayacağı tartışmasını da gündeme getirdi. *Star* Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Mustafa Karaalioğlu, bu tür gazetelerin rekabete katkı yapacağını ancak bu durumun ücretli gazeteleri kapatıracak derecede olamayacağını söylerken, *Posta* Gazetesi Yazışleri Müdürü Mehmet Coşkundeniz ise "Bizim halkımız para verip aldığı gazetenin daha kaliteli olduğunu düşünür. Kolay okunan bir gazetede çalışıyorum ve içeriği çok daha iyi olan gazetelere göre daha çok satıyoruz. Kolay okunmak her zaman ilgi çeker" (Güray, 2008) sözleriyle hem ücretsiz gazetelerin gelecek vaat ettiğini hem de ücretli gazetelerin kaliteli imajının bu rekabet ortamından zarar görmekten çıkmasını sağlayacağını ifade ediyor. Gerçekten de *Gaste* ve 20 dk yayımlanmaya başlandığından beri ücretli gazetelerin tirajlarında çok ciddi dalgalanmalar gözlenmiyor. *Gaste* adlı ücretsiz gazeteyi incelediğimiz zaman dilimi içerisinde sadece 18-24 Şubat 2008 tarihleri arasında *Star* Gazetesi'nin tirajında 28 bin 097 adetlik bir düşüş ve sonraki hafta 40 bin 960 adetlik bir yükseliş görülüyor. Sonraki haftalarda da bu gazetenin

tirajlarında dalgalanmalar yaşanmaya devam ediyor. *Star* Gazetesi 3-9 Mart 2008 tarihleri arasında 26 bin 515 adet, sonraki hafta da 43 bin 188 adet tiraj kaybına uğruyor. 17-23 Mart 2008 tarihleri arasında da 2 bin 103 adet gibi ufak bir düşüş yaşayan gazete, 24 Mart 2008'den 14 Nisan 2008'e kadar olan sürede tirajını 18 bin 464 adet artırıyor. Tirajlarda kayda değer bir değişim de 07-13 Nisan 2008 tarihleri arasında meydana geliyor. *Posta* Gazetesi 12 bin 754 adet okuyucu kaybına uğrarken, *Takvim* Gazetesi de 11 bin 190 adetlik bir okur kitlesini kaybediyor (<http://www.medyatava.com/tiraj.asp>). Ücretsiz gazetelerin ücretli gazetelerin tirajlarında çok önemli değişikliklere neden olmadığı görülüyor. Bu durum ücretsiz gazetelerin hafta sonu yayımlanmamasından veya bu gazetelerin kendi okur kitlelerini oluşturmuş olmalarından kaynaklanabilir.

Sonuç

Ücretsiz gazeteler İsvet'in metrolarında ilk kez ortaya çıktığı zaman çok ciddiye alınmamıştı. Ancak bugün, 54 ülkede 245 ücretsiz gazete yayımlanıyor, bu gazetelerin toplam tirajı 41,6 milyon, Avrupa'da yayımlanan gazetelerin yüzde 25'i ücretsiz dağıtılıyor. Türkiye'de de dünya medyasındaki bu eğilime daha fazla sesiz kalınmadı ve ilk ücretsiz gazete 11 Şubat 2008'de *Gaste* adıyla yayımlanmaya başladı. Dünyadaki benzerleri gibi tamamı renkli, tabloid boyutta yayımlanmaya başlanan gazete; sahipliği, içeriği ve iktidarın propaganda aracı olacağı iddialarıyla çokça tartışıldı. Yaptığımız incelemede *Gaste*'nin sırasıyla en fazla magazin, kültür sanat, spor, İstan-

bul, ekonomi, dış haberler, sağlık, polis adliye, siyaset ve eğitim haberlerine yer verdiği görüldü. *Gaste*'nin yayımlanmaya başlamasından on gün sonra ikinci bir ücretsiz gazete İstanbullularla buluştu. Doğan Grubu'nun 20 dk adıyla piyasaya sürdüğü gazete ise üçüncü sayfa diye adlandırılan haberlere çok fazla yer vermesi nedeniyle eleştirildi. Ücretsiz gazetelerin piyasaya çıkması, ücretli gazetelerde tiraj kaybının yaşanabileceğine dair tartışmaları gündeme getirdi. Ancak üç aylık bir zaman diliminde ücretli gazetelerin tirajlarında ciddi dalgalanmalar görülmedi. Türkiye'de medya alanına bir canlılık katan ücretsiz gazeteler, yakın gelecekte de çokça tartışılmaya devam edilecek. Bu gazetelerin özellikle seçim dönemlerinde nasıl hareket edecekleri, çıkar grupları karşısındaki tutumları, yaygın medyada yol açabilecekleri değişiklikler ilgiyle izlenecek.

Kaynakça

- "About Lite." (2008). <http://www.thelondonlite.co.uk/advertising/about.html> 20.04.2008
- Avcı, Onurkan (2008). "Halkı uyutma broşürü mü?" <http://www.birgun.net/bolum-56-haber-60907.html> 17.03.2008
- Çambel, Cengiz (2008). "Cüneyt Zapsu'nun sağ kolu *Gaste*'nin başında." http://www.bugun.com.tr/haber_detay.asp?haberID=15628 13.02.2008
- "*Gaste*." (2008). <http://www.Gaste.biz/indir.php?ay=2> 11.02.2008
- "*Gaste* Okur Oranları ve Profili." (2008). <http://www.Gaste.biz/reklam/>

05.03.2008

“Gazete Net Satışları.” (2008). <http://www.medyatava.com/tiraj.asp> 13.04.2008

“Getting the right news to the right place at the right time.” (2008). <http://www.metro.lu/about/distribution> 17.04.2008

Güray, Dilek Cihan (2008). “Bu *Gaste*’ler 20 dk’lık.” <http://cumaertesi.zaman.com.tr/?hn=5345> 15.03.2008

“Metro Annual Report.” (2007). <http://www.metro.lu/> 14.04.2008

“Metro Facts.” (2008). http://www.metro.lu/about/metro_facts 17.04.2008

“Metro’s Story How Metro created media history.” (2008). http://www.metro.lu/about/metro_history 17.04.2008

Özkan, Funda (2008). “Zapsu gazete pat-

ronu oldu.” [http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=247232&tarih=12/02/2008](http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=247232& tarih=12/02/2008) 12.02.2008

Pazarbaşı, Betül (2007). “Küreselleşme Sürecinin Medya Endüstrilerine Yansıması.” İletişim Yansımaları Gerçekler ve Uygulamalar. Vedat Demir ve Pınar Eraslan Yayınoğlu (der.) içinde. İstanbul: Anahtar Kitaplar.

şarlıoğlu, İpek (2008). “Bedava gazete baldan tatlı.” <http://taraf.com.tr/haberv.asp?HaberNo=3761> 27.03.2008

“Thelondonpaper Distribution.” (2008).

http://www.thelondonpaper.com/advertising/circulation_traffic.html 20.04.2008

“Zapsu İstanbul’u ‘bedavaya’ pazarlıyor.” (2008). <http://www.sol.org.tr/index.php?yazino=28544> 17.02.2008

