

MEDYANIN DEĞİŞİM EKSENİNDE BİR YAZILI MEDYA - SANAL MEDYA KARŞILAŞTIRMASI

Necati YALÇIN (*)

Özet

Teknolojik alanda meydana gelen değişimlerin baskısı sonucunda pek çok alanda görülen değişim gereksinimi medyada da değişimin sinyallerini vermektedir. Bu bağlamda yazılı medya üzerinde sanal medyanın bir ağırlığından söz etmek yanlış olmayacaktır. Her iki medya ortamında yapılacak karşılaştırmalar medyanın geleceği hakkında bir takım ipuçlarına erişilmesine katkı sağlayacaktır. Makalede yazılı medyanın yok olmaktan çok sanal medya ile zenginlik kazanarak yoluna devam edeceği savunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Teknoloji, değişim, genel ağ, yazılı medya, sanal medya, e-okuyucu.*

A Comparison Between Traditional and Digital Medias in the Media's Chancing Axis

Abstract

The need of chancing which can be seen in many fields transmits some signals also in the media as a result of pressure of changing in field of technology. Regarding this, it would not incorrect issuing the effect of digital media over the newspapers. Comparisons on both media types will lead the readers to get some clues as to the realizing media's future. In the article not the pause or cut but the richness and the persistence will be faced in the future of newspaper is being discussed.

Key Words: *Technology, change, Internet, newspaper, digital media, e-reader.*

*) Dr., KHO Öğretim Elemanı
(e-posta: nyalcin@kho.edu.tr)

Giriş

Değişim gereksinimi her alanda değişmeyen etken olarak hissedilmektedir. Teknolojinin kendisinden daha etkin değişim gücü olmadığına inandığı uzmanlara göre geleceğin tarihi, teknoloji sayesinde yeni baştan yazılacaktır (Golding, 1998: 802). Bu değişimin medyadaki yansımaları ne olacaktır? Değişimin etkisiyle yazılı basın, genel ağ gazeteciliği olarak da adlandırılabilir sanal basının gerisinde mi kalacaktır? Yazılı ve sanal medyanın birbirini olumlu olarak etkilemesi ne derece mümkündür? Bu ve benzeri soruların yanıtlarının arandığı bu çalışma, öncelikle ele alınan sektöre ait rakamlara yer verilerek başlatılabilir: ABD basın sektöründe gazete satışlarının bir önceki yıla kıyasla yüzde 7,1 oranında düştüğü tespit edilmiştir. Diğer taraftan gazetelerin reklâm gelirlerinde de durum yine aynı yönde olmuş ve azalma aynı dönemde yüzde 17 olmuştur.

Günümüzde en yaygın kabul gören halkla ilişkiler yaklaşımı “yaratıcı iletişim çözümleri üreten yapılar”dır (Göksel ve Yurdakul, 2002: 325). Bu düşünceden hareketle gazeteden genel ağ gazeteciliğine kayan okuyucu sayısının artmaya devam ediyor olması da dikkat edilmesi gereken diğer bir noktadır. Birinci olarak gazete satışları veya reklâm gelirlerindeki düşüş, ikinci olarak da yazılı medyadan uzaklaşan bir kitlenin varlığının tespiti; sanal ve yazılı medyanın yeni iletişim çözümleri elde etmede iyi analiz edilmesi gereken iki nokta olarak görülmektedir. Çok sayıda reklâm verenin genel ağ üzerinden çok daha geniş müşteri potansiyeli görmesi yazılı basından sanal dünyaya reklâm akışını hızlandırdığı gözlemlenmektedir. Reklâm gelirlerinin önemli bir gösterge olduğunu kabul ederek göz atılacak son rakamlar, yazılı medyada gazete satışlarında ve reklâm gelirlerinde ciddi düşüşlerin yaşandığını ortaya koyması sonucunda medyanın geleceğine ilişkin farklı görüşler ortaya konulmaya başlamıştır.

1. Medyanın Geleceğini İlişkin Öngörüler

Genel ağın etkisini göstermeye başladığı dönemler olan 1990’lı yıllarda yapılan medyanın geleceğinin tartışmalarında O’Sullivan, Dutton ve Rayner daha çok insanın teknolojik yatırım yapması gerekliliğinden söz ederken bunu yerine getiren medya kuruluşlarının daha güçlü olacaklarını belirtmektedirler (O’Sullivan, Dutton ve Rayner, 1998: 278). Yine aynı yıllarda Brian Winston teknolojiyi destekleyenlerle kültürü destekleyenlerin teorilerinin iyi anlaşılmasına ve gelişmeleri takip etmede teorilerin önemine işaret ederek dünyayı anlamada her iki açıdan da dikkatle inceleme yapılması gerektiğini vurgulamaktadır (Marris ve Thornham, 1999: 801).

Genel ağın yaygın bir şekilde kullanıldığı günümüzde yirmi yıllık bir gazeteci, kendisiyle yapılan ve “*Şimdiki medya yıkılmaya mahkûm*” başlığıyla yayınlanan söyleşide sanal basından doğrudan söz etmemekte ancak gazetecinin dünyayı takip etmesi gerektiğini ve gelişmeleri içselleştirmesi gerektiğini belirtirken aksinin de aslında söz konusu olmadığını vurgulamaktadır (Haber Türk: 31.05.2009). Çeşitli gazetecilerin fikirlerinin yorumlanmadan aktarıldığı ve medyanın yapısının tartışıldığı bir başka haberdeyse farklı görüşlerin “değişim” ortak paydasında toplandığı göze çarpıyor. Örnek vermek gerekirse; haberdeki iki ayrı fikri savunan gazetecinin Türkiye’de en ilerici hamlelerin yayınlandığı

ve önderliğinin yapıldığı yerin medya olduğu veya eski tip gazeteciliğin ömrünü tamamladığı ve medyanın toplumun gerisinden giderek geciktirilemeyeceğini belirtmektedir (Milliyet: 30.05.2009).

Çalışmanın başında da belirtildiği gibi her alanda olduğu gibi değişim gereksinimin medyada da kendisini gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu aşamada değişimin nasıl olacağı tartışmanın temel konusunu oluşturmaktadır.

Rupert Murdoch, gazetede kâğıdın tamamen bırakılmasının 10–15 yıl sonra gerçekleşeceğini, buna alışma sürecinin de iki-üç yıl kadar süreceğini iddia etmektedir (McInnes: 03.06.2009). Gazetenin sanal sürümünün üç tipte okuyucuya sunulabileceğini değerlendirdikleri belirten *Murdoch*; herkesin ulaşabileceği türden haberler, abone olanlar için detaylandırılan sayfalar ve yüksek kalite hizmet olarak adlandırılacak özel finansal haberler içeren sayfalarda özel abonelere yönelik hizmeti düşündüklerini belirtmektedir (Luft: 17.11.2008). Gazeteciliğin sadece ölü ağaçlara yazmak olmadığı, genel ağ adresleri ve e-postalar gibi araçlarla okuyucuya özel haber ve reklamların verilmesi gibi hizmetlerin verilebilmesi bu konuda başka bir yorumdur (Luft: 17.11.2008).

Philip Meyer son gazetenin basım tarihini 15 Nisan 2043 olarak vermektedir (Lipnack: 12.02.2009). Meyer, verdiği son tarihe kadar da gazetelerin yaşamak için yeniliklere mutlaka ayak uydurması gerektiğini, bunun için de önemli değişikliklere imza atılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Meyer, gazetecilerin de bir satıcı olduğundan hareketle, raf ömrü bir gün olan bir ürünü pazarladıkları saptamasını yaparak, güncel kalabilmenin ne derece önemli bir özellik olduğunu vurgulamaktadır (Meyer: 27.01.2010).

Medyanın geleceğine ilişkin öngörülerin ikinci ve son bölümünde, bu yazının da savunduğu fikir olan, sanal dünyanın yazılı medyanın sonunu değil destekleneceğini iddia eden görüşler yer almaktadır. Gazeteci Şermin Terzi'nin "Medya Nereye Koşuyor" isimli araştırmasında (Terzi: 01.02.2010) çeşitli gazetecilerin görüşlerine yer verilmiştir. Radyo karşısında gazetenin, televizyon karşısında radyonun bitmediğini belirten Gazeteci Nuri Çolakoğlu, yeniliklerin karşısında eskinin evrim geçirip yeni yaşam alanını yarattığını ve hayatını sürdürdüğünü belirtmektedir. Genel ağda video tüketiminin artmasının filmlerin sonunu getirmediği gibi, dizilerin de genel ağdan kolayca izlenebilmesinin televizyonu öldürmeyeceği şeklinde benzer karşılaştırmalar yapan yayın yönetmeni Pelin Özkan, genel ağın ve sanal mecraların o kadar da büyük bir tehdit olarak görülmemesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Bir başka gazeteci ve yayın yönetmeni Fatih Çekirge, mobil habercilik, diz üstü habercilik ve WEB TV kavramlarının hayatımızda yer alacağını vurgularken diğer taraftan da yazılı basının ağırlığının devam edeceğini belirtmektedir. Haberlerin verilmiş tarzındaki değişikliğin 1960'larda çıkan "yeni gazetecilikle" ilgili olduğunu belirten diğer bir gazeteci Serdar Turgut, yazılı ve sanal medya arasında zorunlu bir uzlaşma olacağından yana fikir ileri sürerken her ikisinin de "nasıl yaparız da birbirimizi destekleyerek bir arada yaşarız" sorusuna yanıt aramak zorunda kalacaklarını belirtmektedir.

Yukarıdaki çalışmada yer alan gazetecilerden çok farklı düşünmeyen akademisyenler de (Prof.Dr. Yasemin İnceoğlu ve Prof.Dr. Haluk Gürgen) genel ağ ile bir değişimin

yaşandığını vurgulamaktadırlar. Gürgeç, insanın haber alma ihtiyacıyla doğru orantılı olarak habere ihtiyacın da bitmeyeceğini yazılı medyanın ana malzemesi kâğıdın işlev değiştirerek azalacağını belirtmektedir. Değişen koşullara uygun tepkinin öncelikle değişimin önemli öğelerinin iyi tanınmasıyla gerçekleşeceği tartışmaya gerek olmayan bir gerçektir. Değişen koşullarda değişimin en önemli kaynağı olan bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve genel ağı yüksek hızla günlük yaşama girişi tarihsel bir süreçte incelemeye devam edilebilir.

2. Genel Ağın Yükselişi

Genel ağın yükselişinin tarihsel sürecinin bilgisayarın kullanımıyla başladığından hareketle önce bilgisayarın iş dünyasına girişine göz atılması yararlı olacaktır. İş dünyasında ilk bilgisayar kullanımı 1954 yılında gerçekleştirilmiştir (Lucas, 1978: 6). Bu tarihe kadar bilgisayar kullanımı sadece, A.B.D. ve İngiltere'deki bazı üniversitelerle kısıtlıydı (Pannell, Jackson ve Lucas, 1985: 1). A.B.D.'de bilgi çağı başlangıcı olarak kabul edilen tarım ve üretimin hala önemli olduğu 1957 yılında gazeteciler de bilgi işçileri olarak pazarda yerlerini almaktaydılar (Senn, 2004: 13).

1960 yıllar iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin birbirine yaklaştığı yıllar olarak dikkat çekicidir. Bunun sonucunda bilgisayarlara uzaktan erişimi sağlayan oluşturulmasına zemin hazırlanmıştı (Bensghir, 1996: 36). Bu yıllarda A.B.D. Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu'ndaki (DARPA: US Defense Department Advanced Research Projects Agency) araştırmacılar tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Castells, 2005: 7). İnternetin TCP/IP protokolüne oturtulmasıyla gelişim süreci hızlanmış, sonunda herhangi bir merkezden kontrol edilemeyen, elektronik bariyerleri aşarak birbirleriyle sızsız biçimde bağlantı kurabilen binlerce özerk bilgisayar ağından oluşan bir ağ mimarisi oluşmuştur (Senn, 2004: 8–9). Ayrıca 1970'li yıllarda teleks kullanan ülke sayısı 154'e ulaşmış bulunmaktaydı (Bensghir, 1996: 36).

1980'lerde dijital sistemler devreye girmiştir. Telefon santralleri dijitalleşirken, CD, dijital televizyon gibi ürünler piyasaya çıkmaya başlamıştır. Dijital teknoloji sayesinde sadece ses ve görüntü kalitesi artmakla kalmamış, aynı zamanda bilgi depolama, işleme ve değişimi de büyük gelişim kaydetmiştir (Vural, 2002: 5–12). İletişim alanında bugün ulaşılan ilerlemede, iletişim tekniklerindeki gelişmelerin ürünü olan araçların büyük payı olmuştur (Bensghir, 1996: 36).

World Wide Web (www) adı verilen ağ, 1989 yılında keşfedildiğinde genel ağ gerçek anlamda küresel bir hale gelmiştir. Genel ağ kullanıcı sayısı 1996 yılında yirmi milyonken, 2000 yılında üç yüz milyonu aşarak bilgisayar ağı, küresel ve yatay iletişimin temelini oluşturmuştur. Çok farklı alanlarda kendisini gösteren genel ağ, *Chiapas'taki Zapatistaların* liderinin ormanın derinliklerinden dünyayla ve medyayla iletişimini sağlamasına olanak tanımıştır (Castells: 7). Günümüze, gelindiğindeyse genel ağ, önceki tahminleri yanlış çıkarmaya devam ederek yayılma hızını arttırarak sürdürmektedir. Örneğin sadece ABD'de iki yüz milyonun üzerinde kullanıcı olması bir dünya rekoruyken Çin, üç yüz milyona yakın bir rakama ulaşarak dünyada en çok kullanıcı sayısına ulaşmıştır.

Genel ağ kullanıcı sayısının dünyadaki artışına paralel olarak Türkiye’de de 26,5 milyon kişi gibi küçümsenmeyecek rakamlara ulaştığı göz önüne alındığında yazılı basın da tartışılan değişimin sanal ortamın ağırlıklı kullanımına yönelmeyi içermesi gerektiği düşünmek yanlış olmayacaktır. **Tablo 1 Rakamlarla Genel Ağ Kullanıcısı**, genel ağ kullanıcı sayılarının ülkelere göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 1: Rakamlarla Genel Ağ Kullanıcısı (milyon)

#	Ülke	Nüfus 2009 Tahmini	Kullanıcı sayısı	Nüfusa oranı	2000-2009 arası büyüme	Dünya nüfusuna oranı
1	Çin	1,338,612,968	360,000,000	26.9 %	1,500.0 %	20.8 %
2	A.B.D.	307,212,123	227,719,000	74.1 %	138.8 %	13.1 %
3	Japonya	127,078,679	95,979,000	75,5 %	103.9 %	5.5 %
16	Türkiye	76,805,524	26,500,000	34.5 %	1,225.0 %	1.5 %
Dünyadaki toplam kullanıcı sayısı		6,767,805,208	1,733,993,741	25.6 %	380.3 %	100.0 %

Kaynak: -----, -----, “Top 20 Countries with the Highest Number of Internet Users”, <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>, February 2, 2010.

Tablo 1’de verilen rakamlara ek olarak İnternet kafe, cep telefonu veya el bilgisayarı gibi cihazlar yoluyla genel ağ kullananların da toplam rakama eklenmesi durumunda dünyadaki toplam kullanıcı sayısının bir hayli artacağı tahmin edilebilir.

3. Genel Ağ İçinde Medya

Genel ağın önlemez yükselişinin medya açısından yansımalarına işaret olarak 1990 yıllarda medyanın sanal ortamda mutlaka yer alması gerekliliği ortaya konulmuştur (O’Sullivan, Dutton ve Rayner, 1998: s. 212). Bugün her yazılı medyanın sanal ortamda yer alıyor olması kaçınılmaz bir sonuç olarak okuyucular tarafından ilgiyle takip edilmektedir. Kullanıcı rakamı her geçen gün büyüyen kitle üzerinde yapılan bir araştırma, medyanın genel ağdaki durumuna ilişkin genel bir fikir vermektedir: Bir araştırma şirketi olan *the comScore World Metrix* tarafından yapılan bir araştırma genel ağ kullanıcılarının en çok ziyaret ettiği on adres içinde iki gazete bulunmaktadır.

Türkiye’de ulusal yayın yapan yirmi sekiz gazetenin İnternet siteleri incelendiğinde tamamında, gün içinde gelişen olaylara paralel olarak yazılı baskıdan güncellemelerle farklılıklar oluştuğu tespit edilmiştir. Sanal baskılarında “son dakika” kayan satırlarında en son gelişmeleri duyuran gazeteler sadece bu özellikleriyle bile yazılı baskının çok ötesine geçebilmektedirler. Gazeteler “e-“, “video” veya “tv” gibi uzantılarla sanal baskılarını teknolojik olarak destekleyerek yazılı baskıda yapılması mümkün olmayan haber verme biçimini kullanmaktadırlar.

Tablo 2: Sanal Baskılardaki Teknolojik Destek

Teknolojik desteğe verilen isim	Sanal Gazete
<i>e-gazete</i>	Akşam, Birgün, Cumhuriyet, Ortadoğu, Sabah (habereskop), Star, Türkiye
<i>.com uzantısı</i>	Hürriyet (Max.com), Milliyet, Vakit (Vaktim.com)
<i>Video veya TV başlığıyla görüntülü haber bağlantısı</i>	Bugün, Haber Türk, Milliyet (Web Tv), Radikal, Takvim, Vatan (Video Haber), Vakit, Yeni Şafak (Web Tv)
<i>Multimedya</i>	Milli Gazete, Zaman
<i>Haber hattı</i>	Posta
<i>Online</i>	Zaman

Kaynak: Ulusal yayın yapan 28 gazetenin İnternet sitesi incelenmiş ve Tablo 3’ün “Sanal Gazete” sütununda yer alan gazetelerin genel ağ sayfaları kaynak olarak alınmıştır, 20 Ocak 2010.

Sanal medya güncellemelerle daha sabah saatlerinde yazılı baskısından farklı bir hale gelmektedir. **Tablo 2 Sanal Baskılardaki Teknolojik Destek**, sanal baskılara sağlanan teknolojik desteğin gazetelere göre dağılımı göstermektedir. **Tablo 3’e** “Son dakika” veya “Güncel” gibi başlıklarla Teknolojik destek olarak eklenebilecek farklılıklar, bu iki başlığın bütün sanal gazetelerde yer alması nedeniyle tabloya dâhil edilmemiştir.

4. Sanal Medyanın Yaygınlaşmasında Kullanılan Cihazlar

Genel ağın tartışılmaz bir biçimde yaygınlaşmasının ardından günlük yaşama giren cihazlardan bu yazının konusuna giren e-okuyucu (e-kitap veya e-gazete okuyucu olarak da adlandırılabilir) cihazlar da piyasadaki hareketliliğin bir göstergesi olarak çeşitlerini hızla arttırmaktadırlar. Sanal kitap, gazete, dergileri okumayı sağlayan bu cihazlar, 1997 yılında kurulan E-Ink Corporation (<http://www.eink.com/>) tarafından geliştirilen ve ekranların adeta gerçek kâğıtları andırmasını sağlayan e-mürekkep (e-ink) veya elektronik kâğıt (electronic paper) teknolojisini kullanılmaktadır. Taşıma kolaylığı, güneş ışığından etkilenmeyen ekran aydınlatması ve uzun pil ömürleri, cihazların en avantajlı yönleri olarak sıralanabilir.

El bilgisayarı olarak da adlandırılan ve tek farklılığı e-mürekkep teknolojisini kullanmamak olan Kişisel Sanal Yardımcı (Personal Digital Assistant – PDA) da e-okuyucu olarak adlandırılabilir. El bilgisayarlarının e-okuyucu olarak kullanımının gazete okumada özellikle boyutlarından dolayı yaygın olmaması nedeniyle bu çalışmada daha fazla değinilmeyecektir. Cihazların son yıllarda önemli artışlar gösterdiği, **Tablo 3 E-okuyucular** incelenerek anlaşılabilir. Aynı tablonun 2010 Ocak ayında hazırlandığı göz önüne alındığında ilk ayda kullanıma giren cihaz sayısının üç olması dikkat çekicidir.

Tablo 3: E-okuyucular

	Üretici Firma	Model	Çıkış Yılı
1	<i>Apple</i>	İPad	2010
2	<i>Condor Technology Associates</i>	eGriver Touch	2010
3	<i>italica GmbH</i>	Paperback	2010
4	<i>Condor Technology Associates</i>	eGriver	2009
5	<i>Sony</i>	Reader Daily Edition PRS-900	2009-12
6	<i>Barnes & Noble</i>	nook	2009-11
7	<i>Iriver</i>	Story	2009-10
8	<i>Sony</i>	Reader Touch Edition PRS-600	2009-08
9	<i>Hanvon</i>	N516[1]	2009
10	<i>Hanvon</i>	N518[2]	2009
11	<i>Hanvon</i>	N526[3]	2009
12	<i>Hanvon</i>	N520[4]	2009
13	<i>PocketBook</i>	PocketBook 301	
14	<i>Sony</i>	Reader Pocket Edition PRS-300	2009-08
15	<i>Bookeen</i>	Cybook Opus	2009-08
16	<i>Elonex</i>	eBook	2009-07
17	<i>Endless ideas</i>	BeBook Mini (Hanlin V5 clone)	
18	<i>Endless ideas</i>	BeBook One (Hanlin V3 clone)	
19	<i>Interead</i>	COOL-ER	2009-06
20	<i>Samsung</i>	Papyrus	2009-06
21	<i>Amazon</i>	Kindle DX	2009-06
22	<i>Amazon</i>	Kindle 2	2009-02
23	<i>Foxit Software</i>	eSlick	2009
24	<i>Sony</i>	Reader PRS-700	2008-10
25	<i>Sony</i>	Reader PRS-505	2008
26	<i>iRex Technologies</i>	Digital Reader 1000	2008
27	<i>Jinke</i>	Hanlin V5	2008
28	<i>Amazon</i>	Kindle	2007
29	<i>Bookeen</i>	Cybook Gen3	2007
30	<i>Jinke</i>	Hanlin V3	2007
31	<i>Sony</i>	Reader PRS-500	2006
32	<i>Jinke</i>	Hanlin V2	2006
33	<i>iRex Technologies</i>	iLiad	2006
34	<i>Sony</i>	Librié	2005

Kaynak: Tablonun hazırlanmasında ağırlıklı olarak http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_e-book_readers adresinden yararlanılmıştır.

Tablonun incelenmesi sonucunda bazı üretici firmaların (örnek olarak Sony) birden fazla (2005 yılından itibaren yedi kez) farklı ürünleri (Librié ve Reader PRS-500 gibi) pazara sürdüğü veya aynı ürünün üç yıl içinde altı sürümünün çıkarıldığı görülmektedir. Eskiyle yeninin birleştirilmesine güzel bir örnek olarak, sanal gazetenin sayfalarının çevrilerek okunmasını sağlayan bir özelliğin olması vurgulanmaya değer bir ayrıntıdır.

5. Yazılı ve Sanal Medya Karşılaştırması

Yazılı ve sanal medyanın farklı konular üzerinde değerlendirmeleri yapılacak olursa ilginç sonuçlara ulaşılmasına olanak sağlamaktadır. Karşılaştırmalar aşağıda verilen başlıklarla sınırlandırılmıştır. Başlık sayısının arttırılması sayesinde daha zengin sonuçlara ulaşılabileceği bu noktada belirtilebilir.

Karşılaştırmada kullanılan başlıklar; içerik, tutundurma, kullanım kolaylığı, maliyet, makineler ve insan kaynakları olarak hazırlanmıştır. Aşağıdaki **Tablo 4 Yazılı Medya-Sanal Medya Karşılaştırması** tablosu, yapılan tüm karşılaştırmaların bir özeti niteliğindedir.

Tablo 4: Yazılı Medya-Sanal Medya Karşılaştırması

	Yazılı Medya	Sanal Medya
İçerik		
Güncelleme	Nadir veya yok	Sıkça olası
Okuyucu fikrinin yansıtılması	Kısıtlı	Kısıtlama sadece içerik uygunluğuyla sınırlı
Hareketli görüntü desteği	Yok	Bağlantılarla sınırsız derecede
Arşiv desteği	Yok	Yıllarca öncesine dek söz konusu
Tutundurma amaçlı ödül dağıtımı		
Cazip malzeme dağıtımı	Var	Var
Bedel	Var	Yok
Kullanım kolaylığı		
Taşınabilirlik	Uygun	Cihaz yardımıyla olası
Alışkanlıkların etkinliği	Genelde avantajlı	Yeni nesil için olası
Erişim	Çeşitlilik açısından sınırlı	İnternet olması durumunda neredeyse sınırsız
Biçim	Okuma ve/veya görme	Okuma ve/veya görmenin yanında dinleme ve/veya izleme olanaklarının sunulması

Maliyet		
Okuyucu yönünden	Genelde bir bedel ödenmesi gerekiyor	Genelde bedelsiz
Medya sahibi yönünden	Kağıt ve geniş çalışan ağının ücretleri	Genel ağ desteği ve daha dar çalışan ağının ücretleri
Makineler		
	Medya kuruluşunun baskı makineleri ve taşıma araçlarına gereksinimi var	Kullanıcının genel ağ erişimi sağlayabilen e-okuyucu, bilgisayar, cep telefonu, el bilgisayarı vb araçlarına gereksinim var
İnsan kaynakları		
Yazar/Editör	Yazarın üstünlüğü söz konusu	Okuyucunun kaynağının çoğalması söz konusu
Destek birimleri	Muhataplar baskıdan dağıtıcıya değin geniş bir yelpazede dağılım gösteriyor	Yazarlardan operatöre uzanan daha dar bir profil söz konusu

a. İçerik

Bugün Türkiye’de yayınlanmakta olan ulusal gazetelerin tamamı için, çoğunun genel ağ adresi gazete adıyla aynı isimde olmak üzere sanal sürümlerine ulaşmak olası bir durumdur. Genel ağ sitesinde sürekli güncellenen sanal gazeteler akşam saatlerinde oldukça değişmiş olarak okuyuculara hizmet vermeye devam etmektedir. Bir sonraki gün basılacak gazete ilerleyen saatlerde yaşanan değişimlerle, genel ağ sayfalarında şekillenmektedir.

Olağanüstü bir durum olmadıkça gazetelerin gün içinde ikinci baskı yapmaları söz konusu değilken, tam tersi bir durum olarak aynı gazetenin İnternet’teki sayfasının gün içinde değişiklik olmadan kalması söz konusu değildir.

Okuyucunun sesine yer verme konusunda yazılı basın oldukça kısıtlı kalırken, sanal ortamda her haber için okuyucuların karşılıklı tartışmalara girebilecek ölçüde bir kendini ifade edebilme özgürlüğü ve kolaylığı kazandığına rastlanabilmektedir. Hatta okuyucunun önceki yorumları da arşivlenerek okuyucu görünüşü farklı bir biçimde şekillendirilmiş olmaktadır.

Sanal ortamdaki gazeteler, hareketli görüntü desteğini arkasına alarak yazılı basının önüne geçebilmektedir. Aslında sanal ortamda öne geçen unsurların vurgulanmaya başlamasıyla yazılı basının geride kalma nedenleri de bir anlamda ortaya çıkmaktadır. Görüntü konusunda geniş fotoğraf veya video dosyalarına erişim sağlanabilmesi olanakları yine sanal ortamın avantajları arasında sayılabilirler. Bir köşe yazarının o günkü yazının yanında yıllarca öncesine varan oranda önceki yazılarına ulaşılabilme olanağı önemli bir üstünlük olarak değinilebilecek bir noktadır.

Gazetenin arşivine ulaşılabilmesi, hatta anahtar kelime vererek arama yapılabilme olanakları sanal ortamı oldukça pratik ve güçlü kılan diğer bir özelliktir. Okuyucunun kısa bir sürede kendi kişisel arşivini oluşturmasıysa erişilebilen haber veya dosyaların indirilebilme özelliğiyle önemli bir kolaylık sağlamaktadır.

Sanal ortamın önemli bir avantajından söz ederek içerik bölümü kapatılabilir. Etkileşimli bir hizmetin sunuluyor olması hedef kitlenin ilgisinin anında tespit edilebilmesi gibi çok önemli bir kazancı ortaya çıkarmaktadır. Okuyucunun ilgisinin tespitinin ardından sadece haber açısından değil farklı ürünlerin de pazarlanması gibi olanaklara kavuşulabilmektedir. Okuyucu profilinin belirlenerek abone sistemi bile olmadan o cihazdan erişim sağlandığında önceki hizmetlerde özelleştirmelere gidilmesi söz konusudur. Sanal bir gazetenin hava durumunu verirken sadece okuyucunun en son oturumda seçtiği il otomatik olarak açılabilir. Sayfanın kişiye özel hale getirmesinin bir örneği olarak verilebilir.

b. Tutundurma amaçlı ödül dağıtımı

Yazılı ve sanal basın arasındaki ödül dağıtımını farkını da ortadan kaldırmak adına yazılı basında kuponla hedef kitleye cazip gelebilecek çeşitli armağan dağıtımının karşılığında sanal basında ödüllü yarışmalar göze çarpmaktadır. Sanal basında “tkla-kazan” türü yarışmalar sıkça rastlanan uygulamalardandır.

Sanal basında dağıtılan ödülü kazanmak için kullanıcının herhangi bir bedel ödemesinin gerekmemesi yazılı basın içinse kupon biriktirmek için bir gazetenin bir kupon anlamına gelmesi karşılaştırmada elde edilecek farklılıklardan birisi olarak vurgulanabilecek noktadır.

c. Kullanım kolaylığı

Kullanım kolaylığı başlığı altında ilk karşılaştırma taşınabilirlik konusunda yapılabilir. Katlanıp cebe konulabilecek kolaylıkta taşınabilen, ele alındığı anda okunabilen kâğıda basılı gazetelerin taşınma konusunda şimdilik avantajlı durumda olduğunu gösteriyor. Sanal medya, taşıma araçları olarak uçak veya kamyon gibi ulaşım araçlarına gereksinim duymazken genel ağ bağlantısı veya genel ağ erişimi sağlayabilen bir sisteme gereksinim duymaktadır.

Alışkanlıkların etkinliği göz önüne alındığında diz üstü bile olsa bilgisayar ekranının taşıma zorluğu veya cep telefonu gibi diğer cihazların ekranlarının son derece küçük olması sanal medyanın şimdilik dezavantajları arasında yer alıyor. İlerleyen günlerde kitap ile e-kitap arasında rekabete benzer bir durum yaşayan yazılı medya ve sanal medya, sanal medya hizmetinin farklı araçlarla da verilebilmesi durumunda bu artısını kaybedecek gibi görünmektedir.

E-okuyucular için uzun süreli okumalarda karşılaşılabilecek göz yorulmalarının önüne geçmek için özel bir teknolojiye yararlanılmaktadır. Çalışmanın yapıldığı tarihler artık e-okuyucular için esnek ekran cihazlarının devreye girdiği ve katlanabilir kullanımın önünün açıldığı dönem olarak kabul edilmektedir. Son döneme ait cihazlar, dokunmatik ekran özelliğinin bulunmasının yanında e-okuyucular kulaklık yardımıyla sesli olarak

dinlenebiliyor ve üç dört saatlik bir şarj sonrasında üç gün boyunca kesintisiz kullanılabilirler.

Yazılı medyaya abone olunarak getirilmesi söz konusudur. Genel ağ erişimin sağlandıkça zaman veya mekân kavramının öneminin kalmadığı sanal medya için sadece bir-iki yerel ya da ulusal değil dünya medyası okuyucunun hizmetine girmektedir. Doğrudan bir gazete veya basın ajansına bağlı olmaksızın sadece medya kuruluşlarına bağlantı yaparak aracı genel ağ sitelerinin de varlığından bu noktada söz edilebilir. Haber portalı olarak adlandırılabilen bu genel ağ siteleri tüm medya kuruluşlarına bağlantı yaparken içerinde en çok okunan veya izlenenleri ayrıca duyurarak kendisine özel bir sayfa da yaratabiliyorlar.

Hedef kitleyi sadece okuma veya görme yoluyla değil ayrıca dinleme veya dinleme biçimlerinden birini seçme rahatlık ve özgürlüğünü sağlama sanala ortamın avantajları arasında yer almaktadır.

d. Maliyet

Maliyet açısından karşılaştırmalı bir değerlendirme yapıldığında yazılı basının olmazsa olmazı kâğıt gereksiniminin getirdiği maliyetten söz edilebilir. Gazete kâğıdı maliyetinin içinde bulunulan küresel krizden etkilendiği göz önüne alındığında kâğıda bağımlılığın yazılı medyanın önemli bir dezavantajı olduğu sonucuna varılabilir. Ayrıca kâğıdın hammaddesinin ağaç olması çevre dengesi düşünüldüğünde, değerlendirme sonucunda sanal gazetenin üstünlük yakalaması sonucuna ulaştırıyor.

Yine maliyetler değerlendirmesi içinde tüketici açısından bakıldığında sanal gazetelerin çoğunun verdikleri hizmet karşılığında herhangi bir ücret talep etmemeleri buna karşın yazılı medyanın zaman zaman arttırmak zorunda kaldığı bir bedelle edinilebilirlikleri önemli bir farktır. Pazarda yüksek paya sahip olmasalar da ücretsiz olarak her zaman veya zaman zaman dağıtılan gazetelerin de olduğu bu noktada belirtilebilir.

Gazetenin hazırlanışından okuyucunun eline ulaşana dek zincir göz önüne alındığında dağıtım alanındaki insan kaynağı ve araç gereksiniminin tamamının getirdiği maliyet söz konusudur. Diğer taraftan sanal medyada bu çerçevede herhangi bir maliyet söz konusu değildir. Karşı taraftaki geniş çalışan ağına karşılık sanal medya için sistem ve sistem destekçilerinin bir maliyeti söz konusudur.

e. Makineler

Yazılı basının baskı aşamasında matbaadan okuyucunun eline geçene dek gereksinim duyulan makine ve araçlar, sanal dünyada bir anda boşa çıkmaktadır. Taşıma konusunda aracı kurumla sözleşmenin feshi ve taşımada kullanılan araçlara sahip olunması durumunda bile devrinin yapılabilme olanağının bulunması maddi açıdan önemli bir kayıp getiremeyebileceği düşünülürken, baskı makineleri gibi cihazlarda ciddi boyutlarda maddi kayıplar söz konusu olabilmektedir.

Diğer taraftan sanal medya, taşıma araçları olarak uçak veya kamyon gibi ulaşım araçlarına gereksinim duymazken sadece bir altyapı kurulumuna veya aracıya gereksinim

duymaktadır. Durumun kullanıcı açısından ele alınmasında; genel ağ bağlantısına ve genel ağ erişimi sağlayabilen e-okuyucu, bilgisayar, cep telefonu, el bilgisayarı türünde bir cihaza mutlak surette gereksinim duyulmasından söz edilebilir. Alışkanlıkların etkinliği göz önüne alındığında e-okuyucu veya diz üstü bile bir cihaz taşıma zorluğu veya cep telefonu gibi diğer cihazların ekranlarının son derece küçük olması gibi noktalar sanal medyanın dezavantajları olarak kaydedilebilir.

f. İnsan kaynakları

İnsan kaynakları açısından bir değerlendirme yapıldığında yazar veya editör açısından hâkimiyetin kaybedilmesi gibi tehlike gözüküyor. Yazarların eskisinden daha iyi çalışmak zorunda olduğunu belirtmek gerekiyor. Önceleri az sayıdaki editör haberi belirleyebiliyorken atlanılmış bir olay haber olmuyordu (Luft: 17.11.2008). Okuyucu genel ağ aracılığıyla hem çok fazla kaynaktan beslenebiliyor, hem de beğenisine hitap etmeyen noktada anında tepkisini iletecek güce sahip olmaktadır. Bazı okurların daha ileriye gidip konuyu kendi bloglarını yaratarak burada gündeme taşımaları da başka bir boyuttur.

Yazılı basının baskı aşamasında matbaadan dağıtımına dek insan kaynakları gereksinimi, sanal dünyada bilgisayar diline hâkim tasarımcı ve operatörlerle sınırlanacak boyutlarda değişmektedir.

Yazılı basının tamamen ortadan kalkması veya baskı sayısının önemli boyutlarda azalması durumunda insan kaynaklarında ciddi sıkıntıların çok boyutlu olarak yaşanma tehlikesi söz konusudur. Bu durumda maddi boyutun yanı sıra insani ve hukuki birtakım sorunlar, önlem alınmazsa karşılaşılabilecek sonuçlar olarak görülmelidir.

Sonuç

Değişimin kaçınılmaz olduğu günlük hayatta değişime direnç yerine değişimin yönünün doğru tespiti ve etkin hazırlık döneminin yaşanması herhangi bir medya kuruluşunun pazarda kendine yer bulmaya devam etmesini de sağlayacaktır.

Bu çalışmada vurgulanan teknolojik gelişmelerin dışında sosyal yaşantının getirdiği değişikliklerin yeni alışkanlıklara yansıtılarak yaşatılmasına da bir örnek verilebilir. Günümüzde özellikle büyük şehirlerde günlük yaşamın içinde ağırlığı her geçen gün daha fazla hissedilen alışveriş merkezlerindeki yaklaşımlar bu noktada ele alınabilir. Ülkemizde son yapılan alışveriş merkezlerinden birisinde (Kentpark Alışveriş Merkezi: www.kentparkavm.com.tr) cadde üzerindeki dükkânlardan alışveriş yapılıyor hissi uyandırılma çabası eski ve yeninin karışımına iyi bir örnektir. Bir cadde genişliğinde yapılan yürüyüş yolları, yol boyunca ışıklandırma yerine doğrudan güneş ışığından yararlanma, pek çok yolun kesiştiği meydan düzenlemeleri, yolun sağlıklı solları çiçek, hatta canlı ağaçlarla bezenmesi, yapay göletlerin alışveriş merkezi içi veya bitişiğine yerleştirilmesi gibi uygulamalar eski yeni karışımına veya alışkanlıklardan kolay vazgeçilemeyeceğine dair hazırlanacak bir listenin sadece birkaç maddesini oluşturmaktadırlar. Anılan alışveriş merkezinde eskiyi temsil eden bakkal, kasap, manav, esnaf lokantası, şarküteri, mantıcı ve yöresel mutfak gibi dükkânların da ayrıca oluşturulan ve pazar adı verilen bir köşede toplanması da verilen örneklere eklenebilir.

Çalışmada vurgulanılan teknoloji örneğine dönüldüğünde başka bir örnek verilebilir; gelişmiş ülkelerde siyah beyaz baskı makineleri uzun yıllar kaldırılamamıştır. Makine ve insan kaynağının ilişkisi sonucunda yazılı medyanın baskı şekli uzun bir sürede belirlenebilmiştir. Bu durum değişim için etmenlerin tahminler dışında geliştiğinin iyi bir örneğidir.

İçerikten insan kaynaklarına kadar ilgili olabilecek her konuda karşılaşılabilecekler ciddi bir şekilde analiz edilmelidir. Pazarda kalabilmenin önemli bir koşulu olan gelir gider dengesindeki işletme lehine farklılıkların, yani kazancın son derece önemlidir. Bu durum göz önüne alındığında değişime uyum sağlamadaki zamanlamanın, yapılacak hareketler kadar önemli olduğu görülecektir.

Yazıda değinilen örneklerden olan, televizyonun çıkışıyla radyonun sonunu getireceği düşüncesi gibi, fotoğrafın icadından 160 yıl sonra ufukta beliren bir düşman olarak görülen dijital fotoğraf makinesiyle ilgili bir noktaya dikkat çekilebilir. Genel ağ, tarayıcı ve görüntü işleme programları gibi teknolojik destekleri de alan dijital makineler, filmi ortadan kaldırma, karanlık odayı gereksiz kılma veya fotoğraf üretimindeki zorlukları yok etme gibi kolaylıklara imza atmaya kesin olarak aday olarak görülmekteydi. Çoğunluk tarafından daha çok dijital fotoğrafların tercih edildiği ve işleme safhasında yazılım programlarının her geçen gün yaygınlaştığı fotoğrafçılıkta günümüzde durum öngörülmediği gibi olmadı. Geçen zaman içinde fotoğrafçılıkta söz sahibi kalemlerin de kabul ettiği gibi gelen tüm yenilikler eskiyi yok etme yerine, eski fotoğrafçılara yeni ufuklar açtı. Sonuçta yeni bir soluk kazanan fotoğrafçılık, keşfedilmeye değer ustalık yolları açarak zengin bir birlikteliğe sahne oldu ve olmaya devam etmektedir. Bu noktada, yeniliklerin yerine konulduklarının kullanımına bireysel farklılıkları geliştirme olanağı sağladığı da vurgulanabilir.

Bu çalışmada sanal gazetelerin okunması sağlayan cihazlarda yazılı medyanın takipçilerinin ilgisini çekmeye yönelik hareketlerden söz edilmektedir. Çalışmanın konusuna giren sanal medyanın okunmasını yaygınlaştıracak e-okuyucu adı verilen cihazlarda sayfa çevirme özelliğinin bulunması, eski ve yeninin kaynaşarak ilerleme kaydettiğinin bir örneği olarak sonuç bölümünde vurgulanabilir.

Genel ağ yaratıcılarının bile genel ağın gelişiminin zaman ve boyutunu öngöremedikleri bilinen bir gerçektir. Gelişimi süren sanal ortamın geleneksel medya için bir tehdit olarak algılanmasının yerine teknolojiyle gelen yeniliklerin engel değil avantaj olduğu düşünülmelidir. Konunun ele alınmasında harcanacak özenin, kazancı arttırmada yeniliklerin katkıya çevrilmesine önemli katkıda bulunacağı şüphesiz bir gerçektir. Avantaj, özen veya kazanç gibi kavramların dikkatle irdelenmesi yeniliklerle keşfedilecek engin noktaların varlığının akıldan hiçbir zaman çıkarılmamasıyla doğru orantılıdır.

Kaynakça

Andaç, Şükrü. "E-kitap Savaşları", <http://teknoloji.milliyet.com.tr/e-kitap-savaslari/teknoloji>, Erişim Tarihi: 01.02.2010.

- Bensghir, Türksel Kaya (1996). Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim. Ankara: TODAİ.
- Castells, Manuel (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür–Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Golding, Peter (1998). “Worldwide Wedge: Division and Contradiction in the Global Information Infrastructure”. Media Studies – A Reader. Editör: Paul Marris ve Sue Thornham. 2. Baskı. Edinburg: Edinburg University Press Ltd.
- Göksel, Ahmet Bülent ve Nilay Başok Yurdakul (2002). Temel Halkla İlişkiler Bilgileri. İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Lipnack, Jessica. “Note to self: cancel subscription, April, 2043 - no, sooner”, www.endlessknots.netage.com/ Erişim Tarihi: 27.1.2010.
- Lucas, Henry C. JR (1978). Information Systems Concepts for Management. New York: Grolier Incorporated McGraw-Hill Inc.
- Luft, Oliver. “Rupert Murdoch: the Internet won’t Destroy Newspapers”. www.guardian.co.uk, Erişim Tarihi: 17.11.2008.
- McInnes, Kyle. “Rupert Murdoch’s predictions for newspaper on BlackBerry” <http://www.blackberrycool.com/>, Erişim Tarihi: 27.1.2010.
- Meyer, Philip. “Learning to Love Lower Profits”. <http://www.ajr.org/article.asp?id=1461>, Erişim Tarihi: 27.1.2009.
- O’Sullivan, Tim, Brian Dutton ve Philip Rayner (1998). Studying the Media – An Introduction. İkinci Baskı, Londra.
- Pannell, B.K., D.C. Jackson ve S.B. Lucas (1985). Introducing Microcomputers in Business. Suffok: Hodder and Stoughton Educational.
- Senn, James A. (2004). Information Technology – Principles, Practices, Opportunities. Üçüncü Baskı. New Jersey: Pearson Prentice Hall,.
- Vural, Beril Akıncı (2002). Information Communication Technologies and Change: Human Resources, Society and Organizational Perspective. İzmir: Ege University Communications Faculty Publications.
- “Yüzde 100 Arttı”, Haber Türk Gazetesi, 30.5.2009.