

AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI İLE DİJİTAL DERGİCİLİK

Hüseyin KAZAN
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
kazan.hsyn@gmail.com

ÖZ

Medyanın dijitalleşmesi ve yeni medya ortamlarının artması ile birlikte yayın süreçlerinde, yayınların içeriğinde hızlı bir değişim ve dönüşüm yaşanmaktadır. Bu dönüşüm özellikle gazete ve dergilerde kendini göstermektedir. Dergilerin sayısallaşması ve tamamen dijital ortamlarda yayınlanması gazetelere nazaran daha hızlı gerçekleşmektedir. ‘Doğuştan dijital’ neslin internet ve mobil cihazlarla adeta bütünleşmesinden dolayı dijital içeriklere uyum sağlamaları zor olmamıştır. Sürekli olarak mobil cihazlarla yaşayan doğuştan dijitaler dijital ortamlarda dijital içerikleri geleneksel medya içeriklerine oranla daha çok takip etmektedirler. Bu içeriklerin başında da dijital dergiler gelmektedir. Cep telefonu, iPad, tablet ve sosyal ağlardan kolayca ulaşılabilen dijital dergiler yayıncı, oyuncu ve reklamveren açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Literatür taraması yapılarak hazırlanan “Avantajları ve Dezavantajları ile Dijital Dergicilik” isimli bu çalışmada geleneksel dergicilikten dijital dergiciliğe dergiciliğin dönüşümü, dijital dergiciliğin avantajları ve dezavantajları ele alınmıştır. Makale, dijital dergicilikle ilgili ulusal çalışmaların son derece yetersiz olmasından dolayı dijital dergicilik konusunda yapılacak geniş kapsamlı çalışmalara katkı sunmak amacıyla hazırlanmıştır.

Anahtar kelimeler: *dergi yayıncılığı, dijitalleşme, dijital dergicilik, dijital ortamlar, yayıncılık*

DIGITAL MAGAZINE WITH ITS ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

ABSTRACT

With digitalizing of media and increasing of new media environment, it has been fast changes and transformation in the process of publishing process and their content. This transformation arises especially in magazines. Digitalizing of magazines and their publishment in the digital world totally occur faster when compared with newspaper. Because of “Natural Born Digital Generation’s integration with the internet and mobile devices, their adaptation to digital contents haven’t been difficult for them. The Natural Born Digital Generations living with mobile devices at all the time have been following digital content in the digital environment more than traditional media content. Digital magazines are at the forefront of these contents. Digital magazines easily accessible from mobile phones, iPads, tablets and social networks provide important opportunities for publishers, performers and advertisers. It is studied the transformation of digital magazine from traditional magazine and the advantages and disadvantages of digital magazine in this study. Because of insufficiency of national studies in respect of digital magazine this article is studied in order to contribute wide ranging studies in this area.

Keywords: *magazin publishing, digitization, digital journalism, digital media, publishing*

GİRİŞ

İletişim teknolojilerindeki gelişim medya ürünlerini geliştirmekle kalmamış aynı zamanda bu ürünleri de dönüştürmüştür. İletişim ortamlarının gelişen teknolojiyle birlikte genişlemesi mecraların çoğalmasını sağlarken medya ürünlerinin ulaşılabilirliğinin artmasına da olumlu katkı yapmıştır. Özellikle internet ağının genişlemesi internet kafelerin yerini her evde internet bağlantılı bilgisayarlara bırakması iletişimde devrim sayılabilecek önemli gelişmelerdir. İletişim teknolojilerindeki bu hızlı

gelişim bununla da sınırlı kalmayıp akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte internete cep telefonları üzerinden de ulaşılmıştır. Bireyler dizüstü bilgisayarlar, masaüstü bilgisayarlar ve tabletlerden sonra nerdeyse bağımlı yaşadıkları cep telefonları ile günün 24 saati internete bağlı hale gelmişlerdir. Bunun olumlu sonuçlarının yanı sıra olumsuz sonuçları da bulunmaktadır. Bunu hem birey hem de dijital endüstri açısından ele almak gerekmektedir.

Bireylerin 365 gün 24 saat akıllı cihazlarla dünyadan haberdar olmaları haber alma ihtiyacının karşılanması ve kişisel ihtiyaçların giderilmesi açısından olumlu sonuçlar verirken bireyin sürekli olarak enformasyona maruz kalması açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Sürekli olarak daha fazla kazanma arzusunda olan şirketler yazılı, görsel ve işitsel mecraların ötesinde dijital medyayı da aktif biçimde kullanarak bireylere ulaşma çabası vermektedir. Cep telefonlarına gelen mesajlar ve bir tıkla internet sitesi üzerinden ayağınıza kadar gelen mağazalar tüketim kültürünü artırmaktadır. Birey sürekli olarak çeşitli mecralar tarafından enforme edilmektedir. Nitekim bu durum rahatsızlık boyutuna varınca, yapılan yasal düzenleme ile kullanıcıların cep telefonlarına şirketler tarafından mesaj gönderilmesi izne bağlanmıştır.

Yayıncılık sektörü yıllardır dijital ortamda faaliyet göstermektedir. Genel kullanıcı için programlamadaki pek çok önemli gelişmenin yanında dijital işlemler yoluyla içerik üretimi de gelişmiştir. Dijital ortam uzun süredir bilgiyi işlemenin esas yöntemi olmuştur. Basılı ürünler de internet ortamında kullanıcıların hizmetine sunulmak için dijital üretim metotlarını kapsayacak şekilde dönüşüme uğramaktadır. Yayıncılığın bazı sektörleri bu yolda diğerlerinden daha hızlı ilerlemiştir ve dijital ürünleri gerçek anlamda geliştiren ilk sektör bu olmuştur (Hall, 2014:23). Bireyselleşmenin artması ve internet teknolojilerinin hızla gelişmesi basının da dönüşümünü sağlamıştır. Geleneksel basın kan kaybederek kendini korumaya devam ederken beraberinde dijital ortamlarda da kullanıcıya ulaşma çabası vermektedir. Gazeteler internet siteleri üzerinden haberleri, son dakika gelişmelerini takipçileriyle paylaşmaktadırlar. Hatta bazı gazetelerin internet siteleri basılı gazetesinden daha büyük rağbet görmektedir. Radikal Gazetesi basılı hayatına son vererek sadece internet sitesi ve sosyal medya ağı üzerinden takipçilerine ulaşmaktadır. İngiltere'nin önemli yayın organlarından The Independent The Guardian, The Daily Telegraph gazeteleri ve The Economist dergisi internet sitesi üzerinden ücretsiz olarak kullanıcıya hizmet vermektedir. Burada ücret konusunun altını çizmek gerekmektedir. Bazı gazete ve dergiler internet sitelerinde kullanıcıya içeriğe ulaşması için ya ücretli üyelik ya da ücretsiz üyelik şartı getirmektedir.

Dergilerin dönüşümü gazetelere oranla daha hızlı olmaktadır. Bir kısım dergiler basılı olarak çıkmaya devam ederken eski sayılarını da internet sitelerine yükleyerek kullanıcının elektronik olarak rahatça ulaşmasını sağlamaktadır. Bunun yanında geleneksel dergiden dijital dergiye dönen dergilerle birlikte sadece dijital olarak kurulum dijital olarak yayın hayatına devam eden dergiler bulunmaktadır.

DİJİTALLEŞME

Dijital kavramı kısaca bilgisayar dili olarak tanımlanmaktadır. Dijital dilin gelişimi 19. yüzyıla dayanmaktadır. Matematikçi Gootfried Wilhelm'in 0 ve 1 değerlerinden oluşan aritmetik sistemi keşfetmesiyle dijital dilin temelleri atılmıştır. Dijital dilde her harfin, sembolün bir kodu vardır ve yapılan tüm işler bu dildeki kodlamalar ile gerçekleştirilmektedir. Günümüzde bilgisayarlar, mobil cihazlar, internet ve ağ tabanlı pekçok alanda dijital dil kullanılmaktadır. (İspir, 2015:5). Dijitalleşme, yeni iş modelleri geliştirmek, bilgi, şirket kaynakları ve dijital teknolojileri yeni kombinasyonlarla birleştirerek benzersiz müşteri deneyimleri oluşturmak, yeni ürün ve hizmetleri uygulamaya koymak ve şirket kaynaklarını çok daha etkin kullanmak için teknolojiyi bu kaynaklara uygulamaktır. (Accenture Dijitalleşme Endeksi Türkiye Sonuçları, 2015:12). Eğitimden sağlığa, Spordan sanayiye iletişim teknolojilerinden medyaya varana kadar hayatın her alanında kaçınılmaz bir süreç olan dijitalleşmenin beraberinde getirdiği avantajlar ve dezavantajlar bulunmaktadır. Etkileşim, her ortamda aynı kaliteyi sağlama, yüksek hizmet standartı, ürün ve hizmetlerin güvenilirliği, daha geniş kitlelere daha kısa sürede ulaşma imkânı, analog sistemlere göre daha ucuz olması, çoğaltma ve kopyalama süreçlerinde yüksek kalite standartı sağlanması, depolama ve arşivleme kolaylığı, özellikle medya metinlerinde çoklu ortam sağlanması dijitalleşmenin başlıca avantajları arasında yer almaktadır. BT sistemlerinin çökmesi sonucu verilerin kaybedilmesi, siber saldırılar yoluyla hizmetlerin çalınması ve

kesintiye uğraması, BT altyapılarının istenen seviyede yaygınlaşmaması, dijital teknolojinin büyük maliyetler gerektirmesi dijitalleşmenin dezavantajları arasında yer almaktadır. Dijitalleşmenin dezavantajları dijital dönüşümün tamamen sağlanmasıyla birlikte minimum seviyeye inmesi öngörülebilir.

DİJİTAL DERGİCİLİK

Dijital dergi basılı derginin Portable Document Format (PDF) olarak bilgisayar ortamına aktarılıp paylaşılmasından öte, derginin dijital ortamda tasarlanması, içeriğinin oluşturulması, paylaşılması, etkileşimli olması, basılı kopyasının olmaması ve internet, cep telefonları, özel ağlar, iPad veya diğer dijital cihazlardan ulaşılabilir olmasını (Silva, 2011:301) gerektirmektedir. Burada interaktif vurgusunun altını çizmek yararlı olacaktır. Dijital dergiyi geleneksel dergiden ayıran en önemli özellik dijital dergi okurlarının dijital içerikle kolaylıkla iletişim kurabilmesi (özellikle alışveriş odaklı haberlerde), içeriğe yorum yapabilmesi ve aynı platform üzerinden derginin yazarları ve editörleriyle iletişim kurabilmesidir.

Josh Gordon etkileşim kavramını bir adım daha ileri taşıyarak “İnteraktif Dijital Dergi”ye dikkat çekmektedir. Gordon, dijital dünyada yaşamak için tasarlanan dergilere ilk örnek olarak Winding Road'un yayıncısı Tom Martin'in Mart 2008'de blogunda yayınladığı içeriği göstermektedir. İlerleyen süreçte biçim, platform, reklam modeli, düzen, hikâye atamaları, zamanlama, fotoğrafçılık, maliyet yapısı bakımından Winding Road sayısallaştırılmış dijital dergi ile etkileşimli dijital dergi arasındaki farkı net olarak ortaya koymaktadır. (Gordon, 2011:5) Gordon “İnteraktif Dijital Dergi”yi dijital dergiden ayıran üç özelliğe vurgu yapmaktadır.

- İnteraktif dergiler, okuyucuların değil, çevrimiçi okuyucuların dikkatini çekmek ve diğer dergilerle rekabet etmek için tasarlanmıştır.
- Etkileşimli dergiler sadece tek yönlü içerik dağıtımı için değil okuyucular ve dergi arasında kolay etkileşim sağlamak için tasarlanmıştır.
- Etkileşimli dijital dergiler, okuyucuların etkileşimde bulunabileceği reklamları içermektedir.

Teknik imkânlar, yazılımsal farklılıklar, tasarımsal tercihler ve içerik uygulamalarına göre farklılıklar göstermekle birlikte en yaygın olarak kullanılan dijital dergi çeşitleri beş kategoride sınıflandırılmaktadır.

- Basılı halde olmayan dijital dergiler
- Salt dijital dergiler
- Dergi sürümlerinin iPad, Android veya iPhone uygulamaları
- Baskı sürümlerinin PDF kopyaları
- Kindle veya Sony eReader uygulamaları. (Silva, 2011:301)

Geleneksel dergicilikten dijital dergiciliğe dergiciliğin dönüşümü ise 1990'lerden günümüze kadar devam eden bir sürecin ürünüdür. İnternetin yaygınlaşması ve iletişim ortamlarının dijitalleşmesi elektronik ortamları cazibe merkezi haline getirmektedir. Bu da beraberinde üreticinin tüketiciye ulaşması için bu ortamları kullanmasını bir anlamda zorunlu kılmaktadır. Tabletlerin ve akıllı telefonların yaygınlaşması üreticiye önemli mecralar sunmaktadır. Bireyler günün her saatinde mekân ayrımı olmadan internete bağlı bir tablet veya akıllı bir cep telefonu ile dijital verilere rahatlıkla ulaşmaktadır. Özellikle Apple ürünlerinin büyük bir prestije sahip olması App Store'daki uygulamalara ilgiyi de artırmaktadır. Kullanıcılar buradan indirdikleri uygulamalarla ücretli ve ücretsiz çok sayıda degiye ulaşma imkânına sahip olmaktadır. Aynı şekilde Android işlemciye sahip cep telefonu kullanan kullanıcıların Google Play üzerinden de dijital içeriklere ulaşabilmektedirler. Dünyada dijital dergiciliğin gelişim süreci 2000 sonrası Türkiye'de de 2005 sonrası olurken elektronik dergiciliğin yayın geçmişi 1990'lı yıllara kadar gitmektedir.

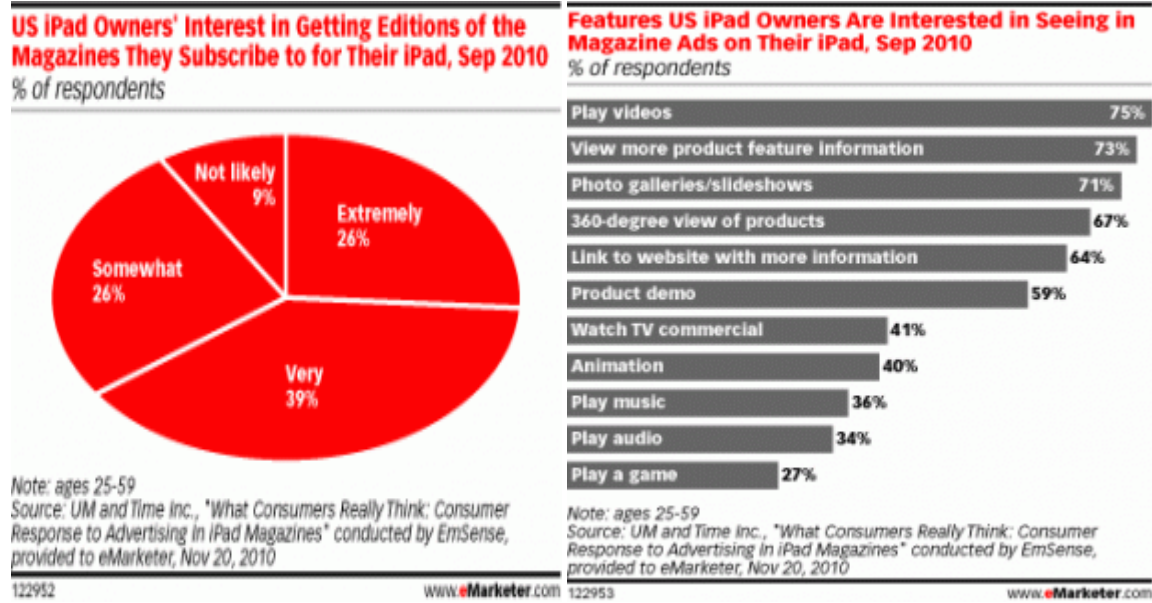
Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler sonucunda 1980'li yılların başında yoğun olarak kullanılmaya başlanan e-posta mesajları, e-yayıncılığın ilk örneklerindedir. 1990'ların başında

CD-ROM'ların e-yayıncılıkta kullanılmaya başlamasıyla yeni bir dönem başladı. Bilgilerin arşivlenmesi, dağıtılması ve saklanması mümkün hale geldi (Eby, 2015:77) Özellikle kütüphanelerde CD-ROM'lar aktif olarak kullanılmaya başlandı.

Elektronik dergi yayıncılığı açısından 1990'lı yıllar dönüm noktası olarak düşünülmektedir. Özellikle İnternet'in yaygınlaşması ve internetteki çeşitli tarayıcıların geliştirilmesi elektronik yayıncılığın gelişiminde önemli rol oynamıştır (Besimoğlu, 2007:19). İlk yaygın internet tarayıcısı olan Netscape Navigator ile daha sonra Microsoft'un geliştirdiği İnternet Explorer arasında 90'lı yıllarda yaşanan tarayıcı rekabetini İnternet Explorer kazanmıştır. (Erorta, 2015:105). Bu gelişim beraberinde elektronik dergilere yönelik olarak yapılan proje ve araştırmaların artmasını sağlamıştır. Birçok kurum, yayınevi, dernek ve vakıf bu tarihlerde bu türde projeler yürütmüş ya da desteklemiştir. Yürütülen projeler genellikle basılı yayınların elektronik versiyonlarının üretilmesi, elektronik dergilerin oluşturulması, arşivleme çalışmaları, standartların geliştirilmesi ve farklı yayıncılık modelleri vb. oluşturulmasına yöneliktir. Bu girişimler içinde en çarpıcı olanı 1992 yılında sadece elektronik ortamda yayınlanan Online Journal of Current Clinical Trials adlı hakemli dergidir. Derginin en önemli özelliği kuşkusuz sadece elektronik ortamda yayınlanmış olmasıdır (Besimoğlu, 2007:19). Bu dergiyi başka dergiler izlemiş ve elektronik devrim ivme kazanarak devam etmiştir. 1994-1995 yılına gelindiğinde Institution of Electrical Engineers tarafından Electronics Letters Online adında dergi yayınlandı. 2004 yılında Google, Kuzey Amerika ve Avrupa'daki üniversitelerle iş birliği yaparak, basımı tükenmiş ve yeni basımı yapılmayan yayınları dijital hale getirerek herkesin kullanımına sundu. 2010'lu yıllardaysa Personal Dijital Assistans, tablet bilgisayarlar, İPAD, cep telefonları vb. ortamlar (Eby, 2015:77) dijitalleşmenin hızlanmasını ve dijital ürünlerin yaygınlaşmasını sağladı. Özellikle İPAD dijital yayınlar için cazibe merkezi haline geldi.

21. yüzyılın ilk yıllarında medya dijital faksları dağıtmaya başlamıştır. 2006 yılında dergilerin orijinal baskı versiyonları PDF biçiminde dağıtımı yapılmıştır. Bu dağıtım indirilebilir mobil içerik ve YouTube yoluyla yapılmıştır. 2007 yılında ilk olarak yalnızca sayfa çevirme teknolojisine dayanan dijital dergiler (MonkeyMag veya JellyFish) yayın hayatına başlamıştır. 2008 yılından bu yana sayısal dergi satışı konusunda sanal mağazaların en büyüğü konumunda olan Zinio (Silva, 2011:301) dijital dergilerin yaygınlaşması ve kullanıcıya ulaşması noktasında önemli bir işlev görmektedir.

Ocak 2010'da piyasaya sürülen ilk elektronik kişisel okuma cihazı iPad pazardaki ilk kişisel tablet bilgisayarı değildir; Amazon Kindle ve diğer e-okuyucuların kullanımına sunulan cihazlar, özellikle de Birleşik Devletler'de, önemli derecede pazara girişi oluşturmuştur. Bununla birlikte, iPad'in yapabileceği şey, kişisel bilgisayarın işlevselliğini, tüketicilerin iPhone gibi diğer Apple ürünlerinden tanıdıkları sezgisel arayüzü ve Apple'ın hem dünyanın medyasını hem de mobil medyayı harekete geçirme yeteneğini birleştirmektir. Ayrıca kendi kullanıcı tabanını kullanarak yeni ürünlerini tanıtmaktır. (Flew, 2010:2). Apple bu konuda son derece başarılı olmuş ve kısa sürede iPad yaygınlık kazanmıştır. İpad hem kullanıcılar hem yayıncılar hem de reklamverenler için kısa sürede önemli bir pazarlama mecrasına dönüşmüştür. eMarketer'ın araştırması bu anlamda önemli sonuçlar vermektedir.



Basılı dergi içeriğinden daha fazlasını sunabilmenin avantajı ve bireylerin tüm eski sayılara bir iPad'den ulaşabiliyor olmalarının kazandırdığı deneyim son derece önemlidir. Bu platform internetin olmadığı her yerde eğer iPad'iniz yanınızdaysa daha önceden indirdiğiniz tüm dergi içeriğini çevrimdışı olarak gezme fırsatını sunmaktadır... (www.emarketer.com) Türkiye'de de İPAD'in kullanım oranının artmasıyla birlikte gazeteler ve dergiler bu ortam üzerinden kullanıcıya ulaşmaktadır. Her geçen gün İPAD üzerinden kullanıcıya ulaşan gazete ve dergi sayısı hızla arttı ve artmaya da devam etmektedir.

AVANTAJLARI İLE DİJİTAL DERGİCİLİK

Dijital dergiciliğin avantajlarını en iyi şekilde ortaya koymanın belki de en önemli yolu geleneksel diğer bir ifadeyle basılı dergi ile arasındaki farkları ortaya koymaktan geçmektedir. İlk ayırım geleneksel ortamda ve internet ortamında üretim ve dağıtım yapılmasıdır.

Yayımlarla internette var olmanın kendisi tek başına bir avantajdır. Sıradan bir diz üstü bilgisayar ve internet bağlantısı sayesinde dünyanın her yerinden ve 24 saat istenilen dergiye erişim imkânı bulunmaktadır. Bu kolaylık, web sayfalarının dinamik yapısı, dergi arşivinde arama yapabilme, referanslara ulaşabilme, içinde video, ses, gibi unsurlara yer verilebilmesi sayesinde, elektronikleşen ve dijitalleşen dergilerin yaygınlığı ve okuyucusunu (Özyurt, 2003:1) artırmaktadır. Geleneksel yayıncılık ile dijital yayıncılık arasındaki en büyük fark tüketicinin konumunun değişmesidir. Özellikle yeni medyanın getirdiği etkileşim ortamı ile "okur", "kullanıcı"ya dönüşmüştür.

2000'lerin ilk yıllarında herhangi bir metanın internette popüler olması aylar alırken günümüzde dakikalar içinde popüler olunabilmektedir. Bunun en büyük sebebi "doğuştan dijital"lerdir. 1985 öncesi doğanlara dijital göçmen, sonrası doğanlara "doğuştan dijital" denilmektedir. Doğuştan dijitaler cep telefonu ve internet ile iç içe büyümüşlerdir. Teknoloji onlar için yürümek gibi saydam bir histir. Hiçbir zaman kullanım kılavuzu okumayan bu nesil gösterge diline son derece hakimdir. (<http://www.sabah.com.tr/teknoloji/haber/2012/02/21/tabletler-dergicilik-icin-buyuk-firsat>).

Bu anlamda bu dijital kitle hemen her şeye yanlarından ayırmadıkları akıllı cihazlarla ulaşmaktadır. Günün her saatinde kullanıcının bu dijital verilere ulaşması mümkündür. Özellikle Türkiye gibi okumayı pek sevmeyen ve trafik sorunu nedeniyle vaktinin önemli bir kısmını yolda geçiren toplumlar için dijital içerik son derece cazip hale gelmektedir. Çok sayıda derginin ücretsiz olması da okuyucu cezbeden bir başka unsur olmaktadır. Basılı dergi gibi taşıma sorununun olmaması ve her istendiğinde rahatlıkla ulaşılabilir olması dijital dergiye avantaj sağlayan diğer bir unsurdur. Dergi yayıncısı açısından da daha masrafsız olması, daha zengin bir içerik oluşturma imkânı ve çok sayıda kullanıcıya

ulaşma avantajı önemli noktalar. Yayıncı açısından bir diğer önemli nokta da şüphesiz iyi bir reklam mecrası olması bakımından iyi gelir elde etmesidir.

Tablet yayıncılığı reklamcılık alanı için de son derece avantajlı bir yayıncılık türüdür. Kullanıcılar reklamı sadece görmüyor, yayıncı interaktivite ile birlikte kullanıcının etkileşime geçmesini hedeflediği için kişilerin tepkisini anında ölçerek reklam verenlere bildirebilmektedir. Hazırlanan reklamlar etkileşimli hazırlandığı için kullanıcının reklamı görmemesi veya atlama mümkün reklamlarla bütünleşmemesi mümkün değildir. Bu açıdan reklam verenler için de çok avantajlı bir alan tablet yayıncılığı. Bu anlamda zengin içeriklerle donanmış viral reklamlar da çok etkileyici <http://www.medyadernegei.org/dergi-yayinciliginin-gelecegi/> sonuçlar verebilmektedir.

Dijital dergilerin avantajlarını “erişebilirlik”, “kullanılabilirlik”, “etkileşim”, “yayılabirlik”, taranabilirlik, çoklu ortam, maliyet, arşivleme, istatistiklendirme ve raporlama şeklinde ifade edebiliriz.

Erişebilirlik: Dijital dergilere zaman ve mekân sınırı olmadan internet bağlantısının ve sayısal cihazların olduğu ortamdaki ulaşmak mümkündür. Okuyucular çevrimiçi ve çevrimdışı olarak dergiye ulaşabilir, internete bağlıyken dergiye indirebilir ve daha sonra internet erişiminin de olmadığı ortamlarda dergiye okuyabilirler. Fiziksel olarak ağırlığının bulunmamasından dolayı da dijital dergiye erişim geleneksel dergiye oranla daha yaygın ve daha kolaydır.

Kullanılabilirlik: Ücretsiz dijital dergilere web tarayıcılarının destekliyi niteliğinden dolayı herkes tarafından rahatlıkla ulaşılabilir. Ücretli dijital dergilere abone olunması sonucunda kullanıcıya tanımlanan şifre ve kullanıcı bilgileri ile ulaşılabilir.

Çoklu ortam: Dijital ve elektronik dergiler, animasyon, sanal gerçeklik, interaktif 3D görüntü, referanslara yönlendirme, yorumlara bağlantılar, gezinti destekleri (yazıtablo-figür ve bibliyografik unsurlar) sağlamaktadır. İnternetin en önemli özelliği olan “hipermetin” özelliği, e-dergilerin de başka referanslara yönlendirilmesinde önemli bir araç olarak görülmektedir. (Gürcan & Demiray, 2005:6).

Taranabilirlik: Arama motorları sayesinde anahtar kelimeler kullanılarak dijital dergilerin içeriğine ulaşılabilir. Akademik çalışmalarda çalışma yapılan konularda tarama yapılarak dijital dergilerin konuyla ilgili içeriklerinden faydalanılarak hem kullanıcılara kaynak sağlanır hem de dijital derginin popülerleşmesine katkıda bulunulur.

Etkileşim: Dijital dergide derginin interaktifliği sağlayan yapısı sayesinde kullanıcı ile yayıncı, kullanıcı ile içerik (linkler, e-ticaret siteleri vb.) ve kullanıcı ile diğer kullanıcılar arasında iletişim kurup etkileşim sağlanmaktadır. Kullanıcılar dergideki haberlerin, makalelerin, videoların altına yorum yapabilmekte, diğer kullanıcılarla aynı haberlerin altına yorum yaparak tartışma platformu oluşturmakta, reklamı yapılan ürünlerin sitesine bağlantılı linklerle ulaşarak alışveriş yapma imkânına sahip olmaktadır.

Arşivleme: Dijital dergilere zaman kısıtlaması olmadan ulaşılabilen ve eski sayıları indirilerek okunabilmektedirler. Dergilerin sitelerinde eski sayıları yer aldığından dolayı kullanıcılar geriye dönük olarak bu dergilere ulaşarak okuyamadıkları sayıları inceleme ve arşivleme imkânına sahip olmaktadır.

Yayılabirlik: Dijital dergilerin içeriğinin oluşturulmasından sonra, dergi son şeklini alınca vakit kaybetmeden okuyucuyla buluşmaktadır. Geleneksel dergilerde zaman alan basım süreçleri dijital dergilerde olmadığı için dijital dergiler daha hızlı şekilde yayına hazır hale gelerek geleneksel dağıtım süreçleri içermeden internet üzerinden kullanıcıya ulaştırılmaktadır. Kullanıcılar da mail yoluyla ve sosyal ağlar aracılığı ile birbirleriyle dergiye paylaşabilmektedirler.

Maliyet: Dijital dergilerde sayfa ve baskı sayısı sınırlaması olmadığı için geleneksel dergilerde artan maliyetler dijital dergilerde sabit kalmaktadır. Dağıtım maliyeti olmadığı için geleneksel dergilere

oranla daha avantajlı bütçelendirme yapılmaktadır. Dergilerin çoğunluğu ücretsiz olduğu için kullanıcıların tercih etmesinde de önceliğe sahip olmaktadır.

İstatistiklendirme ve raporlama: Teknolojik avantajlar sayesinde dijital dergilerde kullanıcıların hareketleri istatistiklendirilerek rapor haline getirilebilmektedir. Dergiyi ne kadar kullanıcının ziyaret ettiği, kullanıcıların hangi haberleri ne kadar okuduğu, hangi sayfada ne kadar kaldığı, sayfaların içerisine yerleştirilen linkler ve reklamlar aracılığı ile alışveriş tercihlerinin ne kadar yönlendirilebildiği rakamsal verilere dökülebilmektedir. Günlük, haftalık, aylık, altı aylık ve yıllık olarak elde edilen istatistik veriler anlamlandırılarak derginin içerik ve pazarlama stratejisi yeniden yapılandırılabilir. Dijital derginin avantajlarını bu alanda önemli bir deneyime sahip olan Alan Rutter'ın tespitleri ile bitirelim.

Vogue, GQ, Wired ve Vanity Fair gibi dergilerin İngiltere tablet versiyonları editörlüğünü yapan, gazeteci ve dijital medya danışmanı Alan Rutter, dijital dergilerin basılı dergilere (veya kendilerinin basılı versiyonlarına) kıyasla artılarını şu şekilde sıralamaktadır:

- Multimedya kullanım işlevleri (Haberin videoyla veya ses kaydıyla zenginleştirilebilmesi)
- Yarattığı etkileşim fırsatları (Slayt gösterileri, oyunlar vs.)
- Bağlantı özellikleri (Sitenin yorumları ve güncellemeleri gösterebilmesi, okuru sosyal ağlardaki profillere götürebilmesi)
- Pazarlama yöntemleri (Dijital dergiler sosyal medyada, farklı pazarlama yöntemleriyle ve akıllı telefon uygulamalarıyla -Newsstand gibi- pazarlanabiliyor).
<https://londranotlari.wordpress.com/tag/dijital-dergicilik/>

DEZAVANTAJLARI İLE DİJİTAL DERGİCİLİK

Dijital derginin avantajları olmakla birlikte belli noktalarda dezavantajları da bulunmaktadır. Fakat dijital derginin dezavantajları avantajlarının yanında son derece basit kalmaktadır. Dijital dergiye ulaşmak içine bilgisayara, tablete veya akıllı cep telefonuna sahip olma gereği bulunması ve bunların da internete bağlı olması gerekmektedir. Hemen herkesin en azından bir cep telefonuna sahip olması bu durumu dezavantaj olmaktan büyük ölçüde çıkarmaktadır. İnternetin giderek ucuzlaması ve kullanıcısının artması da dezavantajı minimize eden önemli bir etkidir. Sektörün henüz yeni sayılabilecek bir sektör olması, gelişim sürecinin henüz tamamlanamaması ve yeterince yaygınlaşmaması diğer dezavantajlardır.

Yayıncıların bir kısmının henüz internet sitesinin dahi olmaması ya da olanların bir kısmının sitelerinin başarısız ve kullanışsız olması bunun yanında henüz dijital dergiciliğe adım atmamış yayıncıların bulunması önemli sorunlardır. Dijital yayınların son derece dinamik ortamlar olması ve sürekli bir gelişim içinde olması avantajın yanında dezavantajı ve ekstra maliyeti de beraberinde getirmektedir. Uygulamaların, dijital altyapının ve görsel tasarımın sürekli olarak gelişim ve dönüşüm içinde olması dijital dergilerin teknik altyapıdan tasarımına kadar sürekli olarak geliştirilmesini ve değiştirilmesini gerektirmektedir. Bu hem ekstra zaman hem de ek maliyettir.

Dijital ortamların hackerlar tarafından saldırıya uğrayıp çökme riski taşıması güvenlik açısından diğer bir risktir. Dijital dergilerle ilgili son bir nokta da okuyucu alışkanlıkları ve arşivleme sistemi ile alakalıdır. Teknoloji çağından önce doğan eski kuşak olarak nitelendirilebileceğimiz 80 öncesi kuşak dijital devrimle barışık profil çizmemektedir. Dijital kuşağın kolaylıklarından faydalanma çabası yanında geleneksel alışkanlıklarından da vazgeçmek istemeyen bu kuşak gazetede olduğu gibi dergiyi dokunarak, sayfalarını çevirerek, koltuğunun altında gittiği yere götürerek okumak arzusundadır. Hem geleneksel hem de dijital dergide arşivleme olanağı olmasına rağmen geleneksel alışkanlıkların bir tezahürü olarak basılı dergileri arşivlemek ve istenildiği zaman çıkarıp okumak dijital dergiye oranla daha avantajlıdır. Dijital derginin göz yorması basılı dergiye nazaran bir diğer dezavantajdır. Tüm bunlara rağmen özellikle Türkiye'de geleneksel dergiciliğin ayakta zor durması avantajları bakımından dijital dergiciliği bir adım daha öne çıkarmaktadır.

SONUÇ

İletişim teknolojilerindeki başdöndürücü gelişim hız kesmeden her geçen iletişim süreçlerine farklı bir boyut getirerek yoluna devam etmektedir. Her yeni teknolojik ilerleme iletişim süreçlerini zenginleştirirken yeni fırsatları da ve yeni mecraları da beraberinde getirmektedir. Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişle birlikte elektronikleşme ve son dönemde dijitalleşme yaşamın her alanında dönüşümü hızlandırdı. Spordan sanata, sağlıktan hizmet sektörüne, eğitimden medyaya kadar dijitalleşme hemen hemen bütün sektörlerde yaygınlık kazanmaktadır. Bu sektörlerin için de üretim süreçleri ve hizmet kalitesinin artmasında en çok dijital dönüşüme uğrayan sektörlerden biri şüphesiz medya sektörüdür. Kitle İletişim Araçları bütün yönleriyle teknolojiyi yakından takip etmeye ve dijital teknolojinin üstün avantajlarından faydalanmaya devam etmektedirler. Önümüzdeki dönemde teknolojideki hızlı dönüşüme ayak uyduramayan yayıncıların ayakta kalması mümkün görünmemektedir.

Dijitalleşmenin en çok etkilediği, dönüşüme uğrattığı ve yeni fırsatlar sunduğu yayıncılık türlerinden biri dijital dergilerdir. Dijital dergiler bu çağın bir ürünü olarak yerini aldı ve hızlı bir büyüme sürecinde... Dijital dergilerinin avantajlarının fazla olması bu dergiciliğin yaygın bir trend haline gelmesini sağlayacaktır. Web 2.0'ın sağladığı etkileşimlik ortamlar Web 3.0'la birlikte dijital dergiyi daha etkin, daha aktif ve daha kullanıcı dostu yaparak cazibe merkezi haline getirmeye devam edecektir. İlerleyen yıllarda dergilerin sayısı artarak, içeriği zenginleşecek daha da interaktif hale gelerek çok daha geniş kitlelere ulaşacaktır. Bununla birlikte geleneksel dergiler de kan kaybetmesine rağmen dijital ortamda da var olma kaydıyla yayın hayatlarını sürdüreceklerdir. Yazılım ve teknolojik olarak maliyeti düşük iş modellerinin henüz yaygın olarak üretiminin yapılamaması, dijital dergilerin henüz tam anlamıyla yaygınlık kazanamaması, teknolojiyle bütünleşemeyen 80 öncesi neslin geleneksel dergileri okumayı tercih etmesi ve geleneksel dergilerin yaygınlık olarak dijital dergilere nazaran hala açık ara önde olması dijital dergiciliğin sektöre egemen olması için minimum on yıllık bir sürece daha ihtiyacı olduğunu ortaya koymaktadır.

KAYNAKLAR

- Accenture Dijitalleşme Endeksi Türkiye Sonuçları. (2015). Türkiye Bilişim Vakfı, İstanbul.*
- Besimoğlu, Can. (2007) "Akademisyenlerin Elektronik Dergi Kullanımında Disiplinler Arasındaki Farklar", Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.*
- Demiray, U., & Gürcan, H. İ. (2005). Yayın Etiği Bağlamında Elektronik Yayınlarda Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 4(1), 5-10.*
- Flew, Terry. (15-16 November 2010). "What will the Apple iPad deliver for newspapers?". Creative Industries Faculty Queensland University of Technology Brisbane, Australia Paper presented to Communications Policy and Research Forum, Sydney.*
- Gordon, J. O. S. H. (2011). "The Case for Advertising in Interactive Digital Magazines: How the Next Generation of Digital Magazines is Succeeding as an Advertising Platform. Nextbook Media and VIVmag."*
- Hall, Frania. (2014) Dijital Yayıncılık, Profil Yayıncılık, Çeviri: Türkan Çolak, İstanbul.*
- Santos Silva, Dora. "The future of digital magazine publishing." Information Services & Use 31.3-4 (2011): 301-310.*
- Eby, Gülsün. (2015). "E-Yayıncılık", Yeni İletişim Teknolojileri, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, (76-103).*
- Erorta, Özöğüt, Özlem. (2015). "İnternet ve Kurumsal İletişim", Yeni İletişim Teknolojileri, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, (104-127).*
- Özyurt, Sercan. (2003). "Eelektronikleşme", Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık Ulusal Sempozyumu.*
- <http://www.sabah.com.tr/teknoloji/haber/2012/02/21/tabletler-dergicilik-icin-buyuk-firsat/> (Erişim Tarihi: 07.06.2015).
- <http://www.medyadernegi.org/dergi-yayinciliginin-gelecegi/> (Erişim Tarihi: 07.06.2015).
- <https://londranotlari.wordpress.com/tag/dijital-dergicilik/> (Erişim Tarihi: 07.06.2015).
- [\(www.emarketer.com / Erişim Tarihi: 07.06.2015\).](http://www.emarketer.com/)