

YAYINCILIĞIN MİLENYUMLUK SERÜVENİ

Ertuğrul ÇİMEN

*Khas kütüphane ve
dokümantasyon daire başkanı*

Dünyadaki hızlı değişim sanayide, sağlıkta, tarımda, teknolojiye kendisini gösterdi. İletişim teknolojilerinde yaşanan değişimi ise 'devrim' olarak tanımlamak -sanırım- abartılı bir yaklaşım olmaz. 90'lı yıllarla birlikte tüm dünyada bilgisayar kullanımı hızla artmaya başladı. Bu sektörde faaliyet gösteren firmalar yeni uygulamalar ve teknolojiler geliştirmek için soluksuz bir yarışa girdiler.





Bilişim teknolojisinin değişiminden en çok etkilenen sektörlerin başında ‘yayıncılık’ ve ‘iletişim’ sektörleri geliyor. İnternetin giderek yaygınlaşması yayıncıları faaliyetlerini gözden geçirmeye, hizmetlerini elektronik ortama aktarmaya, yeni ürünler geliştirmeye ve yeni bir yayıncılık anlayışı tasarlamaya zorladı. Artık yayınevleri, bu sektörün hakim ve etkin aktörleri olamama tehlikesiyle karşı karşıya olduklarının farkındalar.

Günümüzün elektronik yayıncılık ve yeni medya anlayışı hemen hemen herkesin aslında bağımsız bir yayıncı rolü üstlenebileceği gerçeğini ortaya koyuyor. Bireylerin sosyal ağlar üzerinden yaptıkları bilgi paylaşımı ve kullandıkları elektronik iletişim kanallarının etkisini, son aylarda yaşanan ve iktidar değişikliklerine neden olan toplumsal hareketlerde çok net bir biçimde gördük. Artık ‘21.yüzyılın yayıncılık yaklaşımı’ ile karşı karşıyayız.

Yaşanan hızlı gelişim süreci ‘elektronik yayıncılık’, ‘dijital yayıncılık’ ve ‘yeni medya’ gibi kavramların literatüre girmesine neden oldu. Günümüzde elektronik yayıncılık artık çok fazla kullanılmayan bir kavram olmak yolunda hızla ilerlerken, yerine dijital yayıncılık ve yeni medya kavramları daha çok tercih edilir hale geldi.

Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların geliştirdikleri yeni yazılımlar ve araçlar gelişim sürecinin öngörülenden çok daha hızlı yaşanmasını tetikledi. Elektronik kitap okuyucuların yanısıra iPod ve iPhone gibi akıllı telefonlar ve akıllı bilgisayarlar dijital yayıncılığın gelişimini hızlandırmakla kalmayıp, metin ve multimedya dosyalarının sosyal ağlar üzerinden anında paylaşılmasına olanak sağladı. Bu süreç, aynı zamanda insanların bilgiye erişim ve erişim sağladıkları bilgiyi kullanım alışkanlıkları üzerinde de pek çok değişikliğe neden oldu.

Bireysel ve kurumsal yeni medya aktörlerinin en çok üzerinde durdukları bir başka konu ise, insanlığın kültürel mirasını oluşturan ve geleneksel yöntemlerle üretilmiş yayınların, sanat eserlerinin dijital ortama aktarılması faaliyetleri. Bu çalışmaların odağında kültürel mirasın daha çok erişilebilir ve daha iyi korunabilir olmasını sağlamak gayreti yer alıyor.

YENİ MEDYA YENİ ROLLER

Teknolojik evrime bağlı olarak yayıncılık anlayışı basılı kaynaklardan görsel-işitsel kaynaklara ve son olarak sanal ortama uzanan bir değişim geçirdi. Basılı kaynaklar yalnızca dağıtılabılırken, görsel-işitsel kaynaklar iletilebilirlik özelliğine kavuştu, sanal ortam ise karşılıklı etkileşime olanak sağladı. Bu süreç beraberinde toplu iletişimden bireysel iletişime geçiş için fırsat yarattı.

Şöyle ki; kitaplar, dergiler, hatta radyo ve televizyon tüm hedef kitleye hitap eden değiştirilemez ve kişiselleştirilemez bir formatta. Oysa akıllı telefonlar, bilgisayarlar ve bu aygıtlar üzerinden sunulan hizmet ve ürünler değiştirilebilir ve kişiselleştirilebilir özelliklerine sahip. Yeni nesil cihazların kullanımı kişiselleştirmenin ötesinde etkileşim sağlama fırsatını da sunuyor.

Yeni medya uygulamalarının temelinde, yüksek hızda iletişim ve etkileşim, hareket serbestisi, kişiselleşme, çok sayıda ve yüksek kalitede görsel işitsel içerik kullanabilme olanağı yer alıyor. Bu fırsatların yanında özellikle ticarileşme, yeni medya anlayışının ve yaklaşımının bir diğer önemli unsuru. Saniyelerle ölçülen teknolojik gelişim yeni nesil cihazları üreten firmalar için daha geniş ticari olanaklar sunuyor.

Bu tür cihazların kullanımı için gereken özel yazılımların ve uygulamaların her biri, üretici firmalar için yüksek kârlı bir ticaret ortamı sunuyor. Yeni medya ortamının ticari firmalara sağladığı

İNTERNETİ KÜTÜPHANECİLER BÜYÜTTÜ

İNTERNETİN YAYGIN KULLANIMI İLE BİRLİKTE KÜTÜPHANELERİN VE KÜTÜPHANECİLERİN ÖNEMİNİ KAYBEDECEĞİ İDDİA EDİLMİŞTİ. ANCAK İDDİA EDİLENİN AKSİNE ELEKTRONİK YAYINCILIĞIN VE DİJİTAL YAYINCILIĞIN, HEM DÜNYADA HEM DE TÜRKİYE'DE GELİŞMESİNE EN ÖNEMLİ KATKIYI YAPAN KURUMLARIN BAŞINDA KÜTÜPHANELER GELİYOR.

KÜTÜPHANECİLER BU SÜRECİN GELİŞİMİNDE ETKİN ROL ÜSTLENDİLER. İLK ELEKTRONİK KİTAP PROJESİ OLAN PROJECT GUTENBERG'İN BAŞLANGICINDAN GÜNÜMÜZE KADAR GEÇEN SÜREÇTE KÜTÜPHANECİLER ETKİN GÖREVLER ALDILAR, BU TÜR PROJELERİN İLK UYGULAYICILARI OLDULAR.

TÜRKİYE'DE KÜTÜPHANECİLER YAYINCILARDAN ÇOK DAHA ÖNCE YENİ YAYINCILIK ANLAYIŞIYLA İLGİLİ ULUSLARARASI GELİŞMELERİ TAKİP

ETTİLER, ELEKTRONİK YAYINCILIK ALANINDAKİ GELİŞMELERİN ÖNCÜLERİ OLDULAR. ELEKTRONİK VE DİJİTAL YAYINCILIK KAVRAMLARI TÜRKİYE'DE YAYINCILAR ARASINDA SON BİRKAÇ YILDA TARTIŞILMAYA BAŞLANMIŞ OLSA DA, ÖZELLİKLE ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANECİLERİ 1999'DA BU KONUDA İLK ADIMI ATMIŞLARDIR.

2000'DE KURULAN ANADOLU ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİ KONSORSİYUMU (ANKOS), TÜRKİYE'DE ELEKTRONİK KAYNAKLARIN KULLANIMI VE GELİŞİMİ KONUSUNDA BİR DÖNÜM NOKTASI OLDU. ANKOS, ELEKTRONİK VE DİJİTAL YAYINCILIĞIN GELİŞİMİNİ YAKINDAN TAKİP EDİP, BU KONUDA KÜTÜPHANECİLERİ, YAYINCILARI VE DİĞER PAYDAŞLARINI BİLGİLENDİRMEK ÜZERE PEK ÇOK ARAŞTIRMA VE YAYIN YAPTI. ANKOS GÖNÜLLÜLERİ TARAFINDAN HAZIRLANAN VE ULUSAL-ULUSLARARASI PLATFORMLARDA SUNULAN RAPORLAR BU ALANDA YAPILAN İLK ÇALIŞMALAR ARASINDA YER ALDI.

önemli bir avantaj ise maliyetlerin düşürülmesi olarak gösteriliyor. Bununla birlikte dijital yayıncılığın, kağıt kullanımını azaltacak olması nedeniyle daha çevreci bir yaklaşım olduğu savunuluyor.

Yeni medya geliştiricileri için var olan fırsatların yanında kullanıcılar için de yeni fırsatlar söz konusu. Kullanıcılar artık mekandan bağımsız, zaman sınırlaması olmaksızın, bilginin gücüne dayalı ve daha demokratik olduğu iddia edilen bir ortamda hizmet alıyorlar. Yeni medya ile birlikte çok yönlü, çok merkezli ya da merkezi olmayan, teknolojik, sosyal, politik bir iletişim ortamının varlığından rahatlıkla söz edebiliriz.

Elbette yayıncılık alanında yaşanan gelişim ve değişim yeni sosyal ve ticari fırsatlar sunmuş olmakla birlikte çözümlenmesi gereken yeni sorunların doğmasına da neden oldu.

Bu sorunların başında, bilginin güvenilirliği ve depolanması gereken bilginin her geçen gün artan, hatta katlanan hacmi geliyor. Etkileşimli ortam bireysel özgürlüğü artırırken beraberinde güvenilir bilgi sorununu getiriyor. Hatta kirlenmiş, doğruluğu kanıtlanmamış bilginin, güvenilir bilginin önüne geçme tehlikesi bulunuyor. Mevcut bilginin depolanması ve hizmete sunulması ise ayrı bir sorun olarak karşımızda duruyor. Çünkü mevcut bilginin standart ortamlarda saklanması ve standart yöntemlerle hizmete sunulması gerekiyor.

Bu süreçte yayıncılar, editörler, yazarlar, kullanıcılar ve diğer paydaşlar (basımevleri, dağıtım firmaları, reklam ve tanıtım firmaları) sektör içindeki yerlerini ve rollerini yeniden tanımlamak zorunda kaldılar. Örneğin yazarlar, diğer faaliyetlerden sağlanan finansal tasarrufun kendi yararlarına telif haklarının artırılması yönünde yansıtacağını öngörmüşlerdi. Ancak henüz bu yönde

belirgin bir etkiden söz etmek imkansız. Diğer paydaşlar ifadesi içinde yer alan basımevleri (matbaalar), dağıtım firmaları şu an için bu değişimden en olumsuz etkilenen gruplar olarak dikkat çekiyor. Hatta geleceğe dönük tahmin yürüten bazı uzmanlar matbaacılığı, yakın gelecekte yok olacak meslek grupları arasında gösteriyorlar.

Dünyada ve Türkiye'de uygulamada olan yasalar ve buna bağlı mevzuat bu yeni yayıncılık anlayışının taraflarının haklarını koruma ve yükümlülüklerini tanımlamakta yetersiz kalıyor. Yaşanan gelişimle birlikte pek çok kavramın (basım, yayım, dağıtım, paylaşım, kullanım vb.) yeniden tanımlanması gerekiyor. Çoğu ülkede yayıncılıkla ilgili gelişmelerin tamamını kapsayacak yeni mevzuat hazırlıkları yoğun bir biçimde devam ediyor.

Yayıncılık ve bu sektörü destekleyen bilişim -iletişim sektörlerinde son derece keskin bir rekabet yaşanıyor. Bu rekabet sonucunda bazı firmaların piyasadan tamamen çekilmeleri bazılarının da faaliyet alanlarını genişleterek büyümeleri bekleniyor. Rekabet ortamının en korkulan olası sonucu ise tekelleşmeye gidilmesi. 808 yılında yedi sayfa olarak tahta kalıplarla Çin'de basılan ve günümüzde British Museum'da sergilenmekte olan 'The Diamond Sutra' ile başlayan yayıncılık faaliyetleri, özellikle son 25 yıl içinde hızlı bir evrim geçirerek önce elektronik yayıncılık, ardından dijital yayıncılık ve nihayet 'yeni medya' faaliyetlerine dönüştü.

Bulduğumuz noktadan geleceğe baktığımızda; yayıncılığın çok daha teknolojik, çok daha kişiselleşmiş, çok daha etkileşimli, çok daha demokratik, çok daha yüksek ticari değere sahip olacağını tahmin edebiliyoruz; tahmin edemediğimiz ise bu evrim sürecinin bir sonraki halkasının ne olacağı. Sanırım bunu da hep birlikte yaşayarak öğreneceğiz.

TAHTA KALIPTAN E-KİTABA

- **808:** Yedi sayfa olarak tahta kalıplarla Çin'de basılan ve günümüzde British Museum'da sergilenmekte olan 'The Diamond Sutra' bilinen en eski basılı kitap olma özelliğine sahiptir.
- **1150:** Avrupa'da kağıt ilk olarak İspanyollar tarafından üretildi.
- **1450:** Johannes Gutenberg tipografi tekniği ile bir kitabın basılmasına olanak sağlayan sistemi buldu.
- **1455:** Matbaada 'Kırk İki Satırlı Kutsal Kitap' ya da diğer adıyla 'Mazarin Kutsal Kitabı' adlı ilk kitap basıldı.
- **1727:** İbrahim Müteferrika tarafından matbaada 'Vankulu Lügati' adlı ilk kitap basıldı.
- **1948:** Bilgisayar ilk kez kullanıldı.
- **1969:** ARPA (Advanced Research Project Agency) kuruldu ve internet kavramı olarak kullanılmaya başlandı.
- **1971:** İlk elektronik kitap projesi 'Project Gutenberg' başlatıldı.
- **1972:** Ray Tomlinson tarafından elektronik posta ARPAnet'e uyumlaştırıldı.
- **1972:** Telnet protokolü uzaktaki bilgisayarlara bağlanmayı başardı.
- **1973:** FTP protokolü internet siteleri arasında dosya transferine olanak sağladı.
- **1991:** www (world wide web) hipertextlere dayalı internet protokolü kullanılmaya başlandı.
- **1991:** İlk elektronik dergi basıldı.
- **1995:** amazon.com ilk on-line kitap satış portalı kullanıma açıldı.
- **1995:** Philips, Sony, Toshiba ve Panasonic firmaları tarafından ilk DVD-ROM üretildi.
- **1997:** Elektronik kağıt kullanılmaya başlandı.
- **2000:** Stephen King'in 'Riding the Bullet' adlı kitabı yalnızca elektronik formatta basıldı.
- **2004:** İlk elektronik kitap 'Sony Librie' kullanılmaya başlandı.