

BASILY YAYINCILIKTA DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE MOBİL İLETİŞİM CİHAZLARINA YANSIMASI

Gültekin AKENGİN¹

Prof. Dr., Ankara Hacıbayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bileşik Sanatlar Anasanat Dalı, gultekin.akengin@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5399-2731

Hakan MAZLUM²

Arş. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, Hakan.mazlum@gop.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8374-2509

Akengin, Gültekin ve Hakan Mazlum. "Basılı Yayıncılıkta Dijital Dönüşüm ve Mobil İletişim Cihazlarına Yansıması". ulakbilge, 52 (2020 Eylül): s. 1047–1056. doi: 10.7816/ulakbilge-08-52-07

ÖZ

Son zamanlarda teknolojinin hızla gelişmesiyle beraber hayatımıza dahil olan yeni kavramlardan biri de dijital yayıncılıktır. Dijital içerikli materyallerin çeşitlenmesi, içeriklerin farklı platformlarda üretilmesini sağlamış, yeni iletişim ortamlarının oluşmasına olanak tanımıştır. Dijital okuryazarlığın önem kazandığı günümüzde mobil yayıncılık olarak karşımıza çıkan bu yeni iletişim ortamı kullanıcılara yüksek kalitedeki görüntüler, sesler, hareketli grafikler, erişilebilirlik, etkileşim gibi imkan sunmasının yanı sıra taşınabilirliği, erişilebilirliği, yüksek çözünürlüklü ekranları ve bilgisayar özelliklerinin telekomünikasyon sistemleri ile desteklenerek her an internet erişiminin sağlanması bakımından mobil yayıncılık için hazırlanan yayın ve içerikler önem arz etmektedir. Bu araştırmada dijital yayıncılığın mobil cihazlara yansıması konusu çerçevesinde, yayıncılık sektöründeki dijitalleşme ile gelen yenilikler, yayıncılığın günümüzde ulaştığı konumu ve boyutları ve mobil yayıncılık arasındaki etkileşim konu olarak ele alınmıştır. Yayıncılık sektörü ve yayıncılık sektöründeki değişimin en somut biçimde görünürlük kazandığı dijital yayıncılık ve mobil iletişim bu nedenle çalışmanın ana ekseninde yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yayıncılık, dijital yayıncılık, mobil yayıncılık, mobil cihazlar, mobil içerik

Makale Bilgisi:

Geliş: 12 Mayıs 2020

Düzeltilme: 14 Haziran 2020

Kabul: 21 Haziran 2020

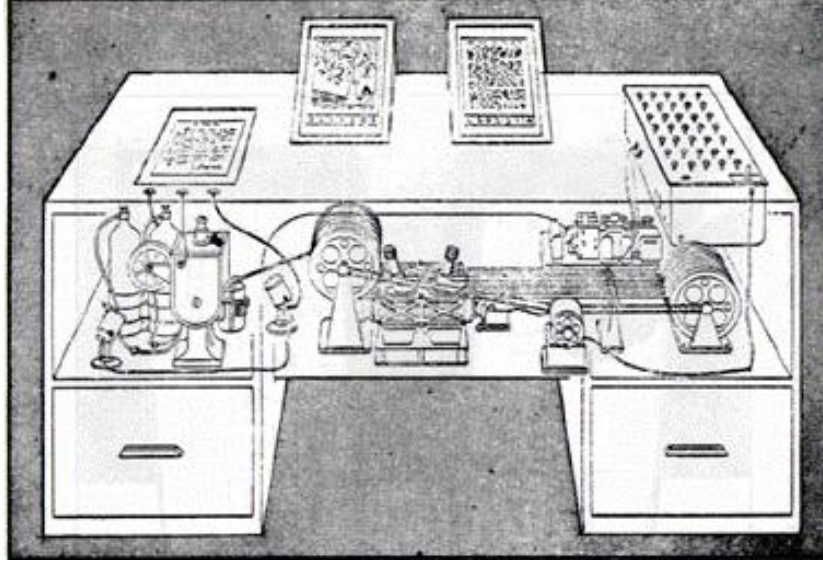
Giriş

Tarih boyunca insanoğlu etrafındaki olayları anlama ve başkalarına aktarma çabası göstermiştir. Mağara duvarlarındaki betimlemeler zamanla yüzeylere aktarılmış, iletişim sisteminin gelişmesi ile bu betimlemeler yerini ilk başta çeşitli maddelere, sembollere daha sonra harflere bırakmıştır. Bu gayretin nedeni insanoğlunun bilgi edinme ve edindiği bilgileri başkalarına aktarma çabasıdır. Bu çaba matbaanın bulunuşunu ve daha sonra yayıncılığın oluşumunu tetiklemiştir. Yazının icadıyla yayıncılığın ilk adımları atılmış ve kağıdın bulunmasıyla basılı yayıncılık kayda değer bir gelişime kazanmıştır (Ağır, 1997: 7). İnsanoğlu ilk olarak yazılı, işitsel ve son olarak görsel yayıncılık ile tanıştığı bilinmektedir (Erol, 2009: 3). Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerin günlük yaşantıya entegre olması ile birlikte ihtiyaç duyulan bilgiye anlık olarak ulaşabilmektedir. Mobil iletişim teknolojileri olarak adlandırabileceğimiz bu alan kullanıcının hareket halinde bilgi ve içerik ortamına erişebilmesini ve bu ortamda işlemler yapabilmesini mümkün kılmaktadır. Bu pratikliğin etkisi yayıncılık alanında da görülmektedir. Yayıncılık sektörü artık dijitalleşmiş, mobil cihazların taşınabilirliği, erişilebilirliği, yüksek çözünürlüklü ekranları, donanımlarına entegrelenmiş sensörleri ve bilgisayar özelliklerini bir arada küçük, pratik ve kolay kullanımları sayesinde birçok yayıncının mobil yayıncılığa yönelmesini sağlamıştır. Mobil içerik ve yayıncılık kullanıcılar açısından yeni ufuklar vadetmekte; sadece metin, ses ve görüntü olanakları değil etkileşimi, hareketli, erişebilir, harekete duyarlı ve anlık olarak yorumlanabilir, paylaşılabılır içerikler sunmaktadır.

Yayıncılık Kavramı ve Yayıncılıkta Dijitalleşme

Yayıncılık; iletinin, bilginin veya herhangi bir içeriğin yayına uygun formatlarda düzenlenip, tasarlanması, yasal prosedür işlemlerinin yapılarak basım yolu ile çoğaltılması ve pazarlanması sürecini kapsayan bir endüstridir. İnsanların bilgi edinme ve tecrübelerini başkalarına ve gelecek kuşaklara aktarma gayretinden meydana gelen yayıncılık, elde edilen bilginin kuşaklara aktarma faaliyetlerini tanımlar (Ağır, 1997: 3). Basım yoluyla üretilen gazete, dergi, kitap gibi ürünlerin okurlara sunulmasına yayıncılık denilmektedir (Gülsoy, 1999: 421). Bu tanımlar sadece basılı yayıncılığı tanımlamaktadır. Teknoloji alanındaki yaşanan gelişmeler günümüzde yayıncılığa farklı ortamlar ve boyutlar kazandırmışlardır. Günümüzde yayıncılık dijital ortamların sunduğu imkanlarda da yararlanmaktadır. Dijital yayıncılığın tanımı yıllara göre farklılıklar göstermektedir. Schauder 1994 yılında dijital yayıncılığı bilgileri bilgisayara dayalı depolama araçları olan diskler aracılığıyla dağıtım ve arşivleme olarak, bilgisayar destekli oluşturulan, güncellenen bilgilerin seçilmiş izleyici gruplarına sunulması (Schauder, 1994: 71) şeklinde tanımlarken, Zack 1996 yılında bilgisayar tabanlı bilgi teknolojileri kullanılarak işlenebilen ve dijital bir formatta saklanan dokümanlara dayandırmaktadır. Bir belgeyi dijital olarak temsil etmek için bilgi teknolojisinin tasarım mimarisine entegre edilmesini sağlayan oluşumdur (Zack, 1996: 76) olarak tanımlamaktadır. Tonta ise 2000 yılında belgelerin veya içeriklerin sanal ortamlar veya ağlar üzerinden arşivlenmesi, dağıtılması ve bu belgelere ulaşılmasını tanımlamaktadır (Tonta, 2000: 89). Ertürk'ün 2016 yılında yaptığı tanıma göre internet erişimi gerektiren ve mobil cihazlarda ya da bilgisayarlarda görüntülenmeye yönelik e-dergi, e-gazete, e-kitap, ePub, blog, Podcast, mobil ve PDF benzeri uygulamaların yanı sıra tür açısından internet erişimi gerektirmeyen disk ortamları ve yazılımlar gibi görüntülenmeye yönelik etkileşimli yayınlar; dijital yayınları okumak için gerekli olan e-okuyucular; dijital yayınların dağıtımını kapsayan çevrimiçi internet siteleri ve sadece e-kitap yayınlamayı amaçlayan yayınevleri yayıncılık sürecinde yer almaları açısından dijital yayıncılık kapsamında ele almıştır (Ertürk, 2016: 6). Tanımlamalardan anlaşılacağı üzere dijital yayıncılıkta teknoloji önemli bir faktördür. Dolayısıyla dijital yayıncılık için, dijital ortamda oluşturulan belgelerin, içeriklerin veya bilgilerin yine dijital ortamda yayınlanması olarak tanımlanabilir (Ay, 2016: 19). Örneğin 500 yıllık geçmişi olan masaüstü yayıncılık (Vural, 2009: 210), klasik matbaa sistemleri ile devam etmekte iken dijital yayıncılık dijital ortamda çoğaltılmakta, arşivlenmekte ve yayınlanmaktadır (Ay, 2016: 19). Dijital yayıncılığı tanımlarında farkların oluşu onu oluşturan fikirlerde ve tanımının yapıldığı tarihlerde sahip olunan teknolojilerde aranabilir. Dijital yayıncılık tarihinde ilk olarak e-kitap fikrine öncülük eden fikir, 1945 yılında Vannevar Bush'un "The Atlantic Monthly" adlı dergide yayımlanan bilgi toplumunun birçok yönünü öngören "Düşünebileceğimiz gibi" (As We May Think) adlı makalesiyle ortaya attığı teorik bilgisayar tasarımı olan "Memex" den bahsedilebilir (Görsel 1). Bush'un düşlediği okuyucu bilgisayar tasarımı, kullanıcıların kitaplarını, mesajlarını, fotoğraflarını veya kayıtlarını yükleyebilecekleri ve güncelleyebilecekleri dipnot ekleyebilme, sayfa

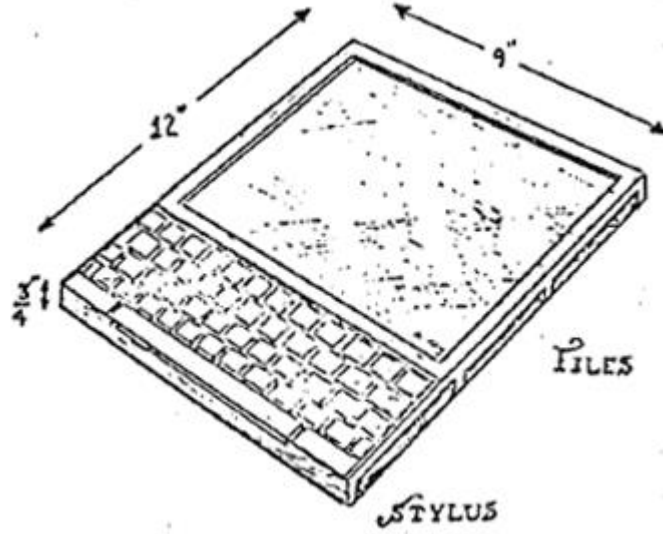
çevirebilme ve kategorilendirebilme gibi bir kitabın işlevselliğine sahiptir. Fakat, Memex bir elektronik okuyucudan ziyade, kategorilendirmeye yaptığı vurgu sebebiyle daha çok dosya yönetim dizgesidir (Henke, 2001: 11).



Görsel 1: Memex, Vannevar Bush'un 1945 tarihli "Düşündüğümüz Gibi" (As We May Think) makalesinde tanımladığı varsayımsal elektromekanik cihaz.

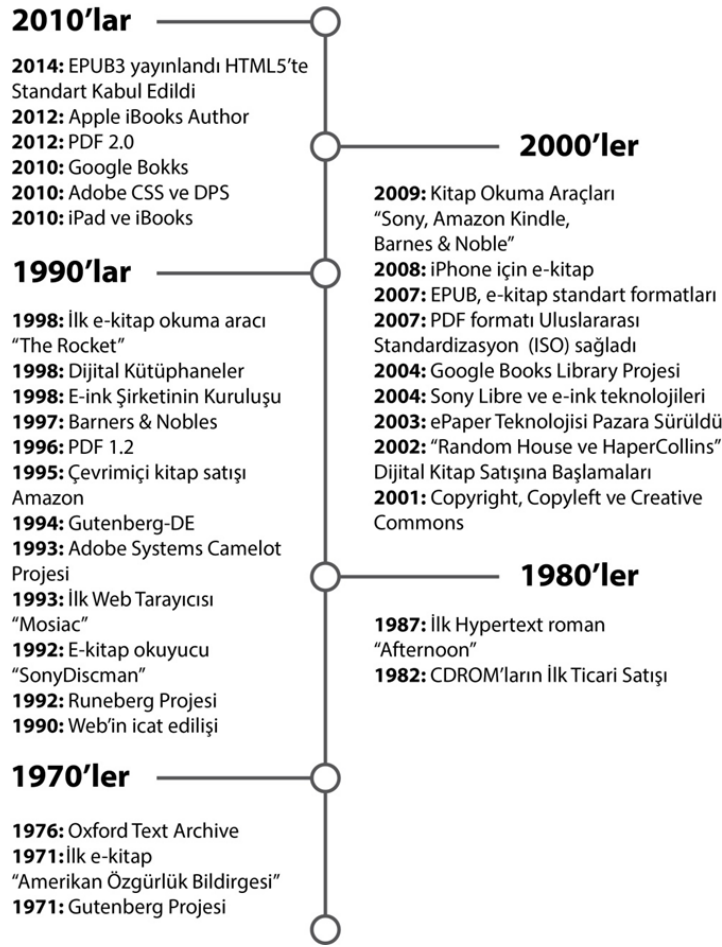
Vannevar Bush'un bağıntılı metin için düşlediği teorik bilgisayarı ardından Douglas Engelbart, 1962 yılında "NLS" olarak adlandırdığı ilk bağlantılı metin dizgesini geliştirmiştir. Bağlantılı metin kavramı ise, Ted Nelson tarafından 1963 yılında bulunarak "doğrusal olmayan yazma veya okuma" olarak tanımlanmıştır (Johnson, 1996:11-12). İnternet ağı oluşturmak için adımların atıldığı 1969 yılında ise Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı ulusal güvenlik için teknolojiler üreten DARPA'yı (Defense Advanced Research Projects Agency, Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Ajansı) kurmuştur. Amerika'nın birçok üniversitesinden bilim insanlarının çalıştığı proje, internetin temelini atan bilgisayarlar arası bir ağı oluşturulmuştur (Yedig ve Akman, 2002: 13). Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı'nın İleri Araştırma Projeleri Ajansı (ARPA) tarafından kurulan ARPANET (kısaca İleri Araştırma Projeleri Ajansı Bilgisayar Ağı) internetin teknik temeli olmuştur (Wikipedia ARPANET, 2020).

Memex, NLS ve DARPA Proje Ajansı dijital yayıncılık için birer adım olmuştur. Dijital yayıncılık fikrinin filizlendiği nokta "Dynabook" projesidir (Görsel 2). 1968 yılında Alan Kay tarafından oluşturulan "taşınabilir etkileşimli kişisel bilgisayar" konsepti olan Dynabook, kablosuz olarak bilgiye ulaşılabilme amacıyla tasarlanması planlanmıştır (Wilson, 2001). 1972 yılında Adele Goldberg ile yazdığı ve Dynabook projesini tanımladığı "Personal Dynamic Media" adlı makalenin yayınlamasının ardından proje Xerox Palo Alto Araştırma Merkezi'nde (PARC) temelleri atılan grafik kullanıcı arayüzü gibi unsurları ve yazılım dili olan Smalltalk desteği ile somutlaştırmıştır (Kay ve Goldberg, 1977: 31-33). Alan Kay projesi üzerinde çalışılırken tüm bilgisayarların geleceğini icat etmiş, sadece dizüstü bilgisayarlar değil, PDA (Personal Digital Assistant) olarak adlandırılan "Kişisel Sayısal Yardımcı", oyun konsolları ve akıllı telefonlar, kitap büyüklüğünde, pille çalışan, renkli grafik ekranına sahip portatif ağ bağlantılı bir bilgisayar olan KiddiComp' tasarlanmıştır (Richards, 2008).



Görsel 2: Alan Kay'ın 1972 makalesinde Dynabook'un orijinal illüstrasyonu.

Dijital yayıncılığın gelişmesine katkı sağlayan Memex, NLS ve DARPA Proje Ajansı, Dynabook farklı birçok fikir tasarım ve araç üretimi olmuştur. Fakat asıl kayda değer gelişmeler 1980'lerin başında itibaren başladığı söylenebilir. Corrado Pettenati, e-postalar aracılığıyla ilk dijital yayınların görsel içermeyen düz metinler şeklinde oluşturulduğunu belirtmiştir (Pettenati, 2001: 1). 1980'lerin başında CD-ROM'un (Compact Disc Read-Only Memory) ilk kez piyasaya sürüldüğü dönemde dergilerin, kitapların, ansiklopedilerin ve gazetelerin dağıtımı düşük maliyetli, kaliteli görseller barındırması ve uzun ömürlü olması gibi avantajlarından dolayı CD ile yapılmıştır (Pettenati, 2001: 1). Daha sonraki yıllarda geliştirilen projeler, Web'in (World Wide Web, Dünya Çapında Ağ) icadı, e-kitaplar, e-kitap formatları, e-okuyucular, dijital kütüphaneler, mobil cihazlar, yazılım ve donanımlar kısacası yayıncılık adına atılan tüm adımlar yayıncılıkta dijitalleşmenin önünü açmıştır (*Şekil 1*). Günümüzde ise dijital yayıncılık, mobil cihazlara yönelmiş durumdadır. Teknoloji ve telekomünikasyon sistemleri ile desteklenen akıllı telefon, tablet gibi mobil cihazlar üzerinden mobil yayıncılık olarak adlandırılan yeni bir yayıncılık sektörü olarak karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 1: Basılı yayıncılığın dijitalleşmesini sağlayan tarihi gelişmeler.

Mobil İletişim Cihazları ve Mobil Yayıncılık

Mobil terimi Türkçe karşılığı "hareketli, taşınabilir" dir (TDK Mobil, 2020). Bu terim günlük yaşantımızı kolaylaştırmak adına geliştirilen teknolojik cihazlar ile hayatımızda yer edinmiştir. Mobil iletişim ise mobil cihazlar vasıtasıyla yapılan iletişim türüdür. Tanımında da yer alan "mobil" terimi iletişimi hareketli ve taşınabilir yapmaktadır. Bunun yanı sıra mobil iletişimin özellikleri, mobil cihazların sahip olduğu taşınabilirlik, hareketlilik, küçük boyutluluk ve etkileşimlik olarak sıralanabilir (Alkaya, 2007: 3).

Kullanıcıların her durumda bilgiye erişebilmesini ve bu bilgilerle ilgili işlem yapabilmesini sağlayacak mobil çözümler oluşturmak amacıyla oluşturulan teknolojilerin tamamı mobil iletişim teknolojileri adı altında anılabilir (Ağan, 2010: 17). Kullanıcıların iletişim esnasında zamandan ve mekandan bağımsız olabildikleri hareket özgürlüğüne sahip oldukları bir iletişim şekli olan mobil iletişim, mobil internet ve mobil yaşam kavramlarıyla günlük yaşantımızda yerini almıştır. Bu ifadelerin temsil ettiği yaşam ve iletişim tarzı mobil internet ile oluşmuştur (Köroğlu 2002: 7).

İnsanın günlük yaşantısında yazılı ve sözlü iletişimde önemli bir teknoloji olan mobil iletişim cihazları artık sadece iletişim kurmak için değil, aynı zamanda bilişim, internet, telekomünikasyon, medya ve eğlence ortamlarındaki gelişimin merkezi konumunda olduğu söylenebilir. Yazılım ve donanım üreticileri, bilgi, içerik sunanlar ve kullanıcı grupları ile iletişim kuran topluluklar kısacası her yaştan kullanıcılar mobil medyanın

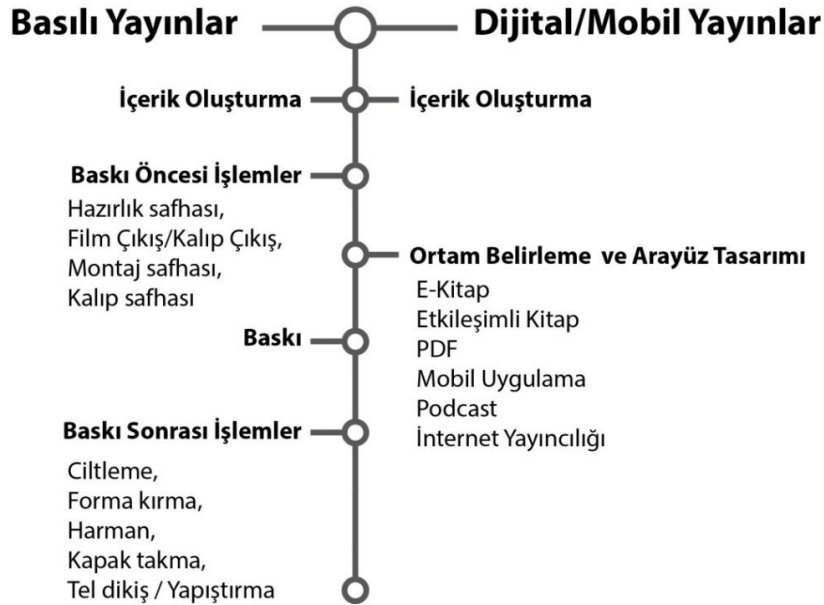
sunduğu olanaklardan yararlanmaktadır. Mobil yayıncılık, kullanıcılara internet erişimi gerektiren ya da gerektirmeyen içeriğin diledikleri anda ve yerde ulaşılabilmesini sağlayan bir ortamdır. Mobil araçların taşınabilirliği, erişilebilirliği, yüksek çözünürlüklü ekranları ve bilgisayar özelliklerini bir arada küçük, pratik ve kolay kullanımları sayesinde birçok yayıncının mobil yayıncılığa yönelmesini sağlamıştır.

Dijital Yayıncılığın Mobil Yayıncılığa Dönüşümü

Dijital ortamda yayıncıların dönüşüm, yayınlama ve pazarlama alanında birçok seçeneği bulunmaktadır. Fakat yayıncıların kullanıcılara mobil ortamlara uygun formatta yayın üretebilmesi için üç seçenekten bahsedebiliriz; yayının e-kitap dönüştürmesi, yayını e-kitap olarak üretmesi ve yayının yazılımlaştırarak uygulama haline getirilmesidir.

- **E-kitap Dönüşümü:** Bu seçenekte basılı yayınlar taranarak veya fotoğraflanarak dijital ortama aktarılır. Dijital ortamda hangi platformlarda yayınlanacağı belirlenir ve e-kitap formatına dönüştürülür. Bu seçenek baskı maliyetlerinden dolayı basımı yapılan kitaplar için uygundur.
- **E-kitap üretimi:** Yayımlanması planlanan yayın dijital ortamda yazılımlar vasıtasıyla üretilmesidir. Yayınlar gerekli yazılımlar kullanılarak çoklu ortam materyalleri ve etkileşim ile desteklenebilir, zenginleştirilebilir.
- **Yazılımlaştırma:** Bu seçenek diğer seçeneklerde olduğu gibi bir planlama gerektirir. Yayının hangi platformlarda çalışabileceği planlandıktan sonra hangi işlevlerin (çoklu medya ortamları; animasyon, çizim, görüntü, grafik, metin, ses, videoların etkileşim; dokunma, hareket, ses komutları) olacağı çözümlenir, görsel tasarım yapılır ve tasarımın gerektirdiği ayrıntılar ve özellikler göz önünde tutularak kodlamaların, sınamanın ve kurma çalışmalarının yaşandığı gerçekleştirim süreci başlar. Kodlama işlemi gerçekleştirildiği sürede yazılımın hatalarının tespit edildiği, varsa bu eksikliklerin giderildiği, yeni eklentilerin yazıldığı bakım sürecine geçilir (Arifoğlu & Doğru, 2001, s. 16, 17).

Dijital veya mobil yayıncılık içerik, donanım ve süreçler açısından basılı yayıncılıkla oldukça benzer ve uyarlanabilir özelliktedir. Kitap, dergi, gazete, roman gibi metin ve görsel içeren yayınlarda içerik oluşturma, tasarım süreci gibi aşamalar basılı, dijital veya mobil yayınlarda benzerlik göstermektedir. Fakat basılı yayındaki matbaa süreci yani baskı öncesi ve baskı sonrası işlemler basılı, dijital veya mobil yayıncılık sistemleri arasındaki önemli farklardan biridir (Şekil 2).



Şekil 2: Basılı yayıncılık ve dijital/mobil yayıncılık süreçleri.

Diğer bir fark ise dijital veya mobil yayıncılıkta sunulan içeriklerdir. Bu içerikler mobil cihazlarda ve/veya yazılımlarında okunmak, dinlemek izlenmek ya da kullanılmak üzere hazırlanmış uygulama ortamıdır (Köroğlu, 2009: 51). Mobil içerikler kullanıcılara yüksek kalitedeki görüntüler, sesler, hareketli grafikler, erişebilirlik, etkileşim gibi ortamlar sunmaktadır. Her ne kadar aynı gibi gözükseler de dijital yayıncılık ve mobil yayıncılık arasında da farklar bulunmaktadır. Bu farklar ise mobil yayıncılığın avantajlarıdır. Mobil yayıncılıkta yayınların görüntülenmesini sağlayan akıllı telefon, tablet gibi mobil cihazlara entegre biçimde olan sensörlerle (pusula, jiroskop, ivmeölçer, yakınlık sensörü gibi) desteklenen harekete duyarlı içerikler ve mobil cihazların taşınabilirliği, erişilebilirliği, yüksek çözünürlüklü ekranları ve bilgisayar özelliklerini küçük, pratik ve kolay kullanılabilir şekilde başka bir donanıma gerek kalmadan bir arada bulundurmasıdır (Görsel 3).



Görsel 3: Birçok özelliği bir arada bulundurabilen mobil cihazlar.

Sonuç

Mobil cihazlarla geçirdiğimiz vakit göz önünde bulundurulunca dijital okuryazarlığın önem kazandığı günümüz koşullarında basılı yayıncılığın gitgide azaldığı aşîkârdır. Okuyucular kitapları, romanları, takip ettikleri dergi ve gazeteleri çevrimiçi olarak erişebilmektedir. Gelişen teknoloji ile günlük hayatımızda yer edinen akıllı cep telefonları, tablet bilgisayarlar gibi kullanıcılara yeni imkanlar sunan mobil ortamlar, mobil yayıncılığın daha çok yaygınlaşmasına, dijital içerikli materyallerin çeşitlenmesine, içeriklerin farklı platformlarda üretilmesine ve yeni iletişim ortamlarının oluşmasına olanak tanımıştır.

Basılı yayınlara göre daha kolay ve ucuz olarak erişebilen mobil yayınlar, mobil ortamların sunduğu mobil erişim sayesinde kullanıcıların yanı sıra yayıncıların da tercih ettiği bir platform haline dönüşmüştür. Mobil yayıncılar ise kullanıcılar tarafından tercih edilme ve pazarda yer edinme endişelerinden dolayı mobil yayınları hareketli, etkileşimli ve mobil cihazlara entegre edilmiş bazı sensör imkanları ile farklı içeriklerde, ortamlarda, platformda ve özelliklerde sunabilmektedirler. Mobil yayıncılığın tercih edilmesindeki diğer bir etmen ise basılı yayınların tek yönlü, e-kitapların iki- yönlü bir etkileşim sunabilirken mobil yayıncılık için hazırlanan yazılım destekli yayınlar ve içerikler çok yönlü etkileşim sağlayabilmektedir.

Mobil yayıncılık ortamında yayıncılık ve içerik açısından donanımlardan sonraki önemli olan konu ise yazılımlardır. Mobil yayıncılıkta yazılımlar kullanıcıların yayını ve içeriği kolay bir şekilde anlamlandırmasını sağlayabilecek kullanıcı dostu arayüzü sunmaktadır. Fakat bu noktada yayıncılık ve yazılım firmaları mobil yayıncılık ortam standartları ile yüzleşmek durumuna kalır. İçeriğin veya yayının hangi mobil işletim sistemi veya ne tür etkileşim ile kullanıcılara sunulacağı belirlenmelidir.

Sonuç olarak basılı yayıncılık ortamından farklı olarak dijital / yayıncılık etkileşim ortamı sunmaktadır. Bu etkileşim ortamı mobil cihazlara yansıması ise mobil yayıncılıkta dinamik bir yapıya sahip oluşudur. Bu dinamik yapı mobil yayıncılıkta içerik üretimi ve tüketimi açısından ele alındığında hem kullanıcılara hem de yayıncılara yeni fırsatlar sunabilmektedir. Fakat bu fırsatlar doğru bir şekilde değerlendirilmelidir. Kullanıcılar tarafından kullanılması ve tüketilmesi kolay olan arayüz tasarımları, düşük ücretler, kısa süren yüklemeler, yeni bir cihaz, uygulama, yazılım veya platform üretilmeden araştırma ve geliştirmesi çalışmaları ve saha araştırmalarının yapılması üretilecek olan yayın veya içeriğin kullanıcılar tarafından tercih edilmesini sağlayacaktır.

Kaynaklar

- Ağan, M. (2010). Mobil Reklamlar Ve Tüketicinin Mobil Reklamları Kabulünü Etkileyen Faktörler, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Ağır, A. (1997). Elektronik Akademik Dergi Yayıncılığı ve Bir Model Çalışması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Alkaya, A. (2007). Mobil Kanallar Yoluyla Pazarlama İletişimi Süreci ve Üniversite Öğrencilerinin Mobil Pazarlamaya İlişkin Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir
- Arifoğlu, A., Doğru, A. (2001). Yazılım Mühendisliği Yöntemler Metodolojiler CASE Ortamları Günün Teknolojisi. Sas Bilişim Yayınları: Ankara.
- Ay, R. (2016). Görsel İletişim Tasarımında Dijital Yayıncılık, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi: Kütahya.
- Erol, A. (2009). Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Yayıncılık, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Isparta.
- Ertürk, M. (2016). Mobil Araçlara Yönelik Dijital Yayın Tasarımı ve Sakarya Üniversitesi İçin Bir Uygulama, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü: Ankara.
- Henke, H. (2001). Electronic Books and ePublishing: A Practical Guide for Authors, Springer Publishing: İngiltere.
- Johnson, S. (1996). Electronic Publishing Construction Kit, John Wiley&Sons, Inc.: Kanada.
- Kay, A. ve Goldberg, (1977). Personal Dynamic Media,10 (3), Mart 1977, s. 31-41.
- Koroğlu, O. (2002). Mobil İletişim, Etkileşimli Yayıncılık ve Türkiye’deki Uygulamalar, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Pettenati, C. (2001). Electronic Publishing At The End Of 2001, World Scientific, https://www.worldscientific.com/doi/epdf/10.1142/9789812776464_0076, Erişim Tarihi: 18.08.2020.
- Richards, M. (2008). Why The iPhone Makes 2008 Seem Like 1968 All Over Again, <https://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/computing-and-ict/information-and-communication-technologies/why-the-iphone-makes-2008-seem-1968-all-over-again>, Erişim Tarihi: 17.11.2020.
- Tonta, Y. (2000), Elektronik Yayıncılıkta Son Gelişmeler, Bilgi Dünyası, Cilt:1, Sayı:1, ss.89-132.
- Vural, A. (2009), Adım Adım Yayıncılık (Kendi Kendine Yayıncılık), Elit Kültür Yayınları, İstanbul.
- Wikipedia ARPANET (2020). <https://en.wikipedia.org/wiki/ARPANET>, Erişim Tarihi: 17.08.2020.
- Wilson, R. (2001). Evolution of Portable Electronic Books, <http://www.ariadne.ac.uk/issue29/wilson>, Erişim Tarihi: 17.08.2020.
- Yedig, S. ve Akman, H. (2002). İnternet Çağında Gazetecilik, Metis Yayınları: İstanbul.

GÖRSEL KAYNAKÇA

Görsel 1: Memex, Vannevar Bush'un 1945 tarihli "Düşündüğümüz Gibi" (As We May Think) makalesinde tanımladığı varsayımsal elektromekanik cihaz. <https://history-computer.com/Internet/images/memex.jpg>, Erişim Tarihi: 17.08.2020.

Görsel 2: Alan Kay'ın 1972 makalesinde Dynabook'un orijinal illüstrasyonu. <https://i1.wp.com/pangaro.com/designconversation/wp-content/uploads/screenshot-2017-09-16-12-16-44.png?resize=340%2C435>, Erişim Tarihi: 18.08.2020.

Görsel 3: Birçok özelliği bir arada bulundurabilen mobil cihazlar. <https://kamilmehmetozkan.com/2013/11/25/neden-mobil-yayincilik/>, Erişim Tarihi: 19.08.2020.

DIGITAL TRANSFORMATION IN PRINTED BROADCASTING AND ITS REFLECTION ON MOBILE COMMUNICATION DEVICES

Gültekin AKENGİN, Hakan MAZLUM

ABSTRACT

With the rapid development of technology recently, one of the new concepts that has been included in our lives is digital publishing. The diversification of digital content materials has enabled the content to be produced on different platforms and has enabled the creation of new communication environments. In today's world where digital literacy is gaining importance, this new communication environment, which is emerging as mobile broadcasting, provides users with opportunities such as high quality images, sounds, motion graphics, accessibility, interaction, as well as portability, accessibility, high resolution screens and computer features supported by telecommunication systems. Publications and contents prepared for mobile publishing are important in terms of providing. In this research, within the framework of the reflection of digital publishing on mobile devices, the innovations that come with digitalization in the publishing sector, the position and dimensions of publishing today and the interaction between mobile publishing are discussed. Digital publishing and mobile communication, where the changes in the broadcasting sector and publishing sector become visible in the most concrete way, are therefore at the main axis of the study.

Keywords: Publishing, digital publishing, mobile publishing, mobile devices, mobile content