

Geleneksel Medyanın Dönüşümünde Bilişim Teknolojilerinin Rolü: “Gazetelerde Artırılmış Gerçeklik ve QR Kod Uygulamaları”

Ali Özcan ¹

¹ Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Bilişim Anabilim Dalı
ali.ozcan@marmara.edu.tr

Özet: İletişim teknolojilerinde yaşanan baş döndürücü gelişmeler geleneksel medyayı, özellikle de basılı gazeteleri dönüşmeye zorlamaktadır. Gazetelerin üretim süreçleri, okurlara sunulması ve okuyucunun da tüketim eğilimleri bu dönüşümden ister istemez etkilenmektedir. Tirajları günden güne azalan basılı gazeteler sahip oldukları varlıklarını sürdürebilmek için, bir yandan bütün içeriklerini dijital ortamda okuyucuya sunarak burada kendine yer edinmekte, diğer yandan tirajlarını artırabilmek ve yahut en azından sahip oldukları okuru kaybetmemek için bilişim teknolojilerinin getirdiği yeniliklerle bütünleşmenin arayışı içerisinde. Bu bağlamda QR Kodu ve Artırılmış Gerçeklik uygulamaları bazı gazeteler tarafından hayata geçirilmiştir. Bu çalışma kapsamında uygulamaların, gazetelerin içerisinde buldukları açmazlara bir çözüm ya da alternatif olup olmadığı sorusu QR Kod ve Artırılmış Gerçeklik uygulamalarını kullanan birer gazete üzerinden tartışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Geleneksel Medya, Bilişim Teknolojileri, Artırılmış Gerçeklik, QR Kod.

Abstract: Dizzying advances in communication technology forces traditional media, especially press, to turn . Journal production process , being presented to readers and consumption trend of readers are inevitably be affected by the transformation. Newspapers that daily decline circulation not only submit its own index to place itself on digital area, but also try to integrate innovation by information technologies for increasing circulation and to not lose its readers. In this context, QR Codes and Augmented Reality applications have been implemented by some newspapers . In this study, the question is that applications are solution or not of the dilemma that newspapers are in will be discussed over Türkiye and Zaman newspapers that use QR Code application.

Key Words: Traditional Media, Information Technologies, Augmented Reality, QR Code

1. Giriş

Yaygın pek çok gündelik nesne bilgisayar teknolojisiyle donatılmıştır. Teknolojik ilerlemede yaşanan baş döndürücü gelişmeler toplumu ve sosyal hayatı etkilemekle kalmayıp, büyük dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Yeni teknolojiler yeni insanı, yeni insan yeni bir dili ve yeni bir dil de yeni bir kültürü yaratmıştır. Bu süreçte geleneksel olarak ifade edilen her şey ister istemez kendini teknolojiyle bütünleştirme yoluna gitmiş ya da yok olmaya yüz tutmuştur. Toplumsal hayatın her alanında yaşanan bu dönüşüm medya sektöründe en üst düzeyde gerçekleşmiştir. Enformasyon ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, toplumun bilgiye erişiminde yeni alışkanlıkları ortaya çıkarmıştır. Artık insanlar, bilgiye erişmekte gazete, radyo ve televizyon yerine çağın en önemli iletişim aracı olarak ifade edilen interneti kullanmaktadır. Bu durum geleneksel medya olarak ifade edilen gazete, radyo ve televizyonun toplumdaki konumunu derinden sarsmaktadır. Özellikle de gazeteler bu dönüşümünden en çok etkilenen medya türü olmuştur. Gazetelerin tirajları günden güne düşmeye, gazeteciler işlerini kaybetmeye ve geçmişi çok eskilere dayanan toplumun yaygınlığını kazanmış gazeteleri yeni enformasyon ve iletişim araçları ile rekabet edemeyecek duruma gelmiştir. Ortaya çıkan bu durum geleneksel medyanın ve özellikle de gazetelerin bir dönüşüm içerisine girmesini zorunlu bir hale getirmiştir. Geleneksel

gazeteler, toplum içerisinde sahip oldukları mevcut konumlarını koruyabilmek, yeni enformasyon ve iletişim araçları özelinde internet karşısında varlıklarını sürdürebilmek için yeni bir arayış içerisine girmiştir [1].

İçinde buldukları bu açmazdan çıkmak, tirajlarını artırmak ya da en azından mevcut varlıklarını sürdürüp ayakta kalmak için gazeteler bilişim teknolojilerinin sunduğu imkanları kullanma yoluna gitmektedir. Bu uygulamaların başında Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality (AR)) ve Hızlı Yanıt Veren Kod (Quick Response Code (QR)) uygulamaları gelmektedir. Bilişim teknolojilerinin kullanımına dayalı olarak gerçekleştirilen bu uygulamalarla ‘etkileşimli gazete’ oluşturarak okurlara sunulmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde QR Kodu ve Artırılmış Gerçeklik uygulamalarıyla ilgili olarak tarihsel perspektif dikkate alınarak yapılan çalışmalar, dünya genelinde bu yönde geliştirilen projeler ve yazılımlar ile uygulamanın ne olduğu ve sağladığı imkanlar üzerinde durulacaktır. QR Kodu ve Artırılmış Gerçekliğin kullanım alanları genel hatlarıyla ifade edildikten sonra iletişim ortamlarındaki uygulamalarına değinilecektir. Son olarak QR Kod ve Artırılmış Gerçeklik kullanan gazetelerin uygulamalarındaki nihai hedeflerine değinilerek, okuyucuların bu hizmetlere ne derece ilgili olduğu ifade edilmeye çalışılarak; mevcut duruma ilişkin tespitlerin yanı sıra geleceğe dönük öngörülerle her iki

uygulamanın basılı gazeteciliğin içinde bulunduğu açmazlardan çıkabilmeleri adına bir alternatif olup olmayacağı sorgulanacaktır.

2. Bilişim Teknolojilerinin Geleneksel Medyada Kullanımı

Geleneksel medyanın geleceği üzerine yapılan tartışmalarda hiç kuşkusuz bilişim teknolojilerinin kullanımı ana eksenini oluşturmaktadır. Medyadaki dönüşümün kaynağı olarak görülen bilişim teknolojileri, kullanılan araçlardan üretilen içeriğe kadar bütün boyutlarda kendisini hissettirmiştir. Teknolojideki değişime uyum sağlamaya çalışan geleneksel medya araçlarından gazete, internetin yaygınlaşmasıyla birlikte öncelikle çevrimiçi ortamda kendi web sitelerini oluşturmuş, kağıt üzerindeki içeriklerini olduğu gibi bu sitelere taşıyarak okuyuculara sunmuştur. Ancak çevrimiçi ortamlarda içerik tüketiminin ve özellikle de etkileşimli ortamın söz konusu olması gazeteleri yeni uygulamaları hayata geçirmeye zorlamıştır. Artırılmış Gerçeklik ve QR Kod uygulamaları bu noktada medya için geliştirilmese de gazetelerin okurlarıyla arasındaki bağı kuvvetlendirmek için hayata geçirdikleri uygulamaların başında gelmektedir.

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) 2009 Faaliyet Raporu'na göre Türkiye'de 62,8 milyon mobil abonesi varken 7,1 milyon mobil internet kullanıcısı bulunmaktadır [2]. BTK'nın 2012 Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü Üç Aylık Pazar Verileri Raporu'na göre Türkiye'de 65,8 milyon mobil telefon abonesi varken 34,9 milyon mobil internet kullanıcısı bulunmaktadır[3]. Bu raporlar Türkiye'deki mobil internet kullanıcı sayısının birkaç yıllık süreçte ulaştığı rakamsal büyüklüğü ortaya koymaktadır. Bireyler haber takibi, sosyal ağ kullanımı ve çevrimiçi oyun uygulamalarını yoğun bir şekilde mobil telefon üzerinden gerçekleştirmektedir. Mobil telefon uygulaması olan Artırılmış Gerçeklik ve QR Kod'un gazetelere entegre edilmiş olması bu noktadan hareketle büyük önem taşımaktadır.

2.1. Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality (AR))

Artırılmış Gerçeklik, dolaylı çevrenin katma değerlerle zenginleştirilmesini temsil etmektedir [4]. Artırılmış Gerçeklik, gerçek dünya üzerine sanal materyallerin düşürülmesini sağlayan, 2000'li yıllarda son kullanıcıya kadar ulaşan bir teknolojidir. Bu uygulamanın kullanım alanlarını sınırlamak oldukça güçtür. Yeni bir teknoloji olmasından dolayı geliştiricilerin ilgi odağı haline gelmesine neden olmaktadır. Bu da her gün Artırılmış Gerçekliğin farklı bir alanda kullanılmasına ya da farklı alanlarda kullanıma açılmasına sebep olmaktadır.

Teknolojik gelişmeler ile birlikte eğitim, askeri güvenlik, tasarım, spor, sağlık, gibi birçok alanda Artırılmış Gerçeklik kullanılmaya başlanmıştır. Güncel kullanım alanları arasında boş bir arazide

yapılacak binanın modelinin gösterimi, eskiden aynı arazide bulunan binanın gösterimi, hayatın oyunlaştırılması anlamında fiziksel alanlardaki sanal nesnelerin toplanmasına ve puan alınmasına dayalı oyunlar gibi uygulamalar da vardır [5].

Artırılmış Gerçeklik; gerçek dünyanın kamera ile görüntüsünün alınması sırasında, gerçek dünya üzerinde önceden belirlenmiş olan hedef noktalara, bilgisayarda yaratılmış olan materyallerin belli noktalarından bağlanması ve oluşan sonucun programlar vasıtasıyla yorumlanarak çıktı görüntünün eş zamanlı olarak alınmasıdır. Mobil cihazların yüksek performanslı ve mobil oluşları Artırılmış Gerçeklik uygulamalarının bilgisayardan mobil cihazlara doğru kaymasına sebep olmuştur [6].

Artırılmış Gerçeklik ve sanal gerçeklik ortamları sık sık aynı kategori içerisinde ifade edilmesine rağmen aslında birbirinden farklı kavramlardır. Artırılmış Gerçeklik, gerçek dünya görüntüleri üzerine sanal nesnelerin eklenmesiyle oluşturulan ortamlardır. Artırılmış Gerçeklik ortamlarında sanal ve gerçek nesnelerin eş zamanlı birlikteliği sağlanır. Sistem gerçek zamanlı çalışarak gerçek ve sanal nesneler arasında etkileşim sağlar. Artırılmış Gerçeklik ortamı öğrenme etkinlikleri, gerçek ortamlarda uygulanırken sanal gerçeklik ortamı etkinliklerinin tamamı sanal ortamlarda yapılmaktadır [7].

Artırılmış Gerçeklik, yaygın olarak sanal gerçeklik diye adlandırılan sanal ortamların bir çeşididir. Artırılmış Gerçeklik bir kullanıcının algısını ve gerçek dünya ile etkileşimini geliştirir. Sanal nesnelere tarafından iletilen bilgiler, kullanıcının gerçek dünya görevlerini gerçekleştirmesine yardımcı olur.

Artırılmış Gerçeklik, sanal nesnelerin gerçek dünya ile birleştirilmesi ya da üzerine bindirilmesiyle kullanıcının gerçek dünyayı görmesine izin verir.

Artırılmış gerçeklik ile üretilen sahnelerin tamamında şu üç özellik bulunur:

- Gerçek ve sanal bir aradadır.
- Gerçek zamanlı ve interaktif.
- Sahneler üç boyutlu olarak algılanır [8].

2.1.1. Gazetelerde Artırılmış Gerçeklik Uygulamasının Kullanımı

İçerik tüketiminin çoğunlukla çevrimiçi ortamlara kaydığı günümüz koşullarda basılı yayıncıların okurları ile iletişime geçmek ve onlar açısından içeriklerini cazip kılabilmek için yeni ve etkileşimli yollara gereksinimi vardır. Artırılmış Gerçeklik teknolojileri, çevrimiçi ve dışı dünyaları bir araya getirmekte, basılı yayıncıların içine adeta hapsediği tek taraflı konuşmayı diyaloga çevirmek için bir alternatif sunmaktadır [9].

Gazete ve dergi başta olmak üzere basılı olan yayınlarda yer alan resimlerin üzerine akıllı telefonun kamerası tutulduğunda tıpkı Harry Potter filmindeki canlı gazeteler gibi basılı yayınlar interaktif bir hale dönüşmektedir. Dünya genelinde Artırılmış Gerçeklik uygulamalarında son dönemde dikkate değer bir artış

QR Kod uygulamasının kullanıcılar açısından 2 şekilde kullanımı söz konusudur. Kullanıcıların oluşturulmuş olan bir QR Kodu açımlayarak kodun kendisine şifrelenmiş olan enformasyona ulaşması veya dışarıdaki bir sunucuda bulunan gerçek enformasyona erişmesi birinci kullanım uygulamasına örnek teşkil etmektedir. Bir mobil telefon ve QR Kod okuyucu uygulama (application) olmadan insanların QR Kodu el yordamıyla açılması mümkün değildir. Dolayısıyla QR Kodun deşifre edilebilmesi için akıllı bir telefona ve o telefona yüklenmiş olan bir QR Kod okuyucu uygulamaya ihtiyaç vardır. Akıllı telefonlar sahip oldukları dâhili kamera vasıtasıyla tarama işlemini veya fotoğraf çekme işlemini gerçekleştirdikten sonra cihaza yüklenmiş olan uygulama, kodu deşifre ederek içeriği kullanıcının cihazının ekranında görüntülenmesini sağlar. Kullanıcılar QR Kodun fotoğrafını çektikten sonra telefonlarına yüklenmiş olan kod okuyucu uygulama vasıtasıyla mesajı açılar, görüntüler, kullanır veya enformasyonu kendi telefonuna kayıt edebilir. QR Kodun kendisi enformasyon içerebileceği gibi dışarıdaki bir sunucuda bulunan gerçek enformasyona erişim için referans (URL) da verebilir. Kullanıcılar açısından QR Kodun ikinci kullanım şekli, kullanıcının ihtiyaçlarına yönelik olarak QR Kod oluşturucu bir yazılım vasıtasıyla kendi QR Kodunu oluşturmasıdır. Çevrimiçi ortamda çok sayıda web sitesi bu tür kodları oluşturmak ve çıktılarını almak için ticari olmayan kullanımlara destek vermektedir. Kullanıcılar QR Kod oluşturabilir ve oluşturdukları QR Kodun bilgisayar çıktılarını alabilir. Bu işlem için ücretli web siteleri ve/veya ücretsiz QR Kod oluşturan web siteleri kullanılabilir [16], [17].

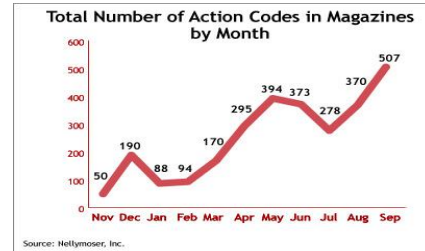
2.2.1. Gazetelerde QR Kod Uygulamasının Kullanımı

Gazetelerde QR Kod kullanımı ile beraber gazete sayfaları ile mobil web sayfaları arasında bir köprü oluşturulur. Dolayısıyla QR Kod, kullanıcılarına sahip olduğu etkileşim özelliğini kullanabilme imkânı sunar. Böylece gazete okurları, gazetelerde yer alan içeriğe ilişkin daha detaylı enformasyona ulaşabilmek için çevrimiçi ortamda yer alan web sayfalarına dolaysız anında erişim imkânını elde eder. Gazete okurları, geleneksel gazete sayfalarına yerleştirilmiş olan QR Kodları, akıllı telefonları ile tarayarak yayımlanan bir habere ilişkin en son gelişmelere, haberin arka planına, bir olayın, bir davanın geçmişine süratle ulaşabilir; köşe yazarları ile iletişim içerisine girebilir ya da herhangi bir reklam veya ticari bir kampanya ile ilgili detaylara çevrimiçi ortamda anında, istediği zamanda ve istediği yerde ikinci bir işleme gerek kalmaksızın erişebilir. Böylece gazete okuyucusu, geleneksel gazetesinden kopmadan da QR Kodlar vasıtasıyla istediği yerde ve zamanda, kontrol tamamen kendisine ait olmak üzere istediği içeriğe ilişkin web sayfalarına bağlanabilir. QR Kodların gazetelerde kullanılmasının, gazete okuyucularına getirdiği diğer önemli bir

kazanım ise gazete okuyucularının akıllı telefonlarını kullanmak suretiyle zamana ve mekâna bağlı kalmaksızın, gazetelerinden de vazgeçmeden ilgili içeriğe çevrimiçi ortamda süratle dolaysız olarak ulaşmasıdır. Bu durum günümüzün gelişmelerine uygunluk arz etmektedir.

Akıllı telefon ve mobil İnternet kullanımının dünya genelinde hızla yaygınlaşması ve akıllı telefonların gazete sayfalarına yerleştirilen QR Kodları okuyabilmeleri, gazetelerin kaderini değiştirebilir.

Gazetelerde QR Kod kullanımı, gazetelerin en önemli gelir kalemi olan ilan ve reklam gelirlerinin artmasını sağlayabilir [18]. Basılı medya QR Kodların sıkça kullanıldığı alanlardan birisi olarak dikkat çekmektedir. Bu konuda yapılan bir çalışma QR Kodlarının 2011 yılında basılı medyada kullanımının ne kadar arttığını gözler önüne sermektedir. Nellymoser şirketi tarafından yapılan araştırmaya göre ABD’de yayın yapan en popüler 100 dergide yer alan QR Kodların sayısında yılın başından Eylül ayına kadar % 476’lık bir artış görülmüştür. Ocak ayında dergilerde toplam 88 kod yayınlanırken, Eylül ayında bu rakam 507’ye çıkmıştır. Bununla beraber 2011 yılının ilk çeyreğinde yayınlanan toplam QR Kodu sayısı 252 iken, yılın üçüncü çeyreğinde bu rakam 1155’e fırlamıştır.



Şekil 3: Geçen yılın Kasım ayından, geçtiğimiz Eylül ayına kadar dergilerde yer alan QR kodlarının rakamları.

Eylül ayında en popüler 100 Amerikan dergisinde yer alan 507 QR Kodunun, 482’si reklamlarda kendilerine yer bulmuş. Bunun dışında kalan 25 kod ise içerik geliştirmek için editöryal olarak kullanılmış [19].

Türkiye’de ise basılı medyada QR Kod kullanımı her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Yaygın ve yerel basında QR Kod kullanım örneklerini görmek mümkündür. Türkiye gazetesi Mayıs 2012’de başlattığı QR Kod uygulaması ile basılı gazeteler arasında dikkati çekmektedir. Ayrıca yerel gazeteler de QR Kod uygulamasını okurlarına sunmuştur. Bunlar içinde dikkati çeken Konya’daki bölgesel Merhaba gazetesi Aralık 2012 itibarıyla QR Kod uygulamasıyla okurlarına hizmet etmektedir [20].

3. Artırılmış Gerçeklik ve QR Kod Arasındaki Fark

Başlangıç noktasında benzer bir kullanıcı etkileşim arayüzü sunan QR Kodları ile Artırılmış Gerçeklik uygulamaları kıyaslanabilir. Aradaki temel fark, QR

Kod tarayıcıların evrensel olması sebebi ile tüketiciler herhangi bir uygulamayı mobil iletişim donanımlarına kurduklarında etkileşime girebilirken, özellikle tanıtım amaçlı Artırılmış Gerçeklik kampanyalarında, sıklıkla kullanıcıların yeni bir uygulama indirmelerinin gerekmesidir. Bu durumda da kullanıcılara olumlu bir deneyim sunulamamaktadır [21]. Ancak Artırılmış Gerçeklik uygulaması ile herhangi bir QR Kod okutulmasına gerek kalmamaktadır. Haberin görseli ya da metnine akıllı telefon tutulduğunda ilgili videoya ulaşılabilir. QR Kodda ise kod okutulması zaman ve emek gerektirmektedir.

5. Basılı Gazetelerde Artırılmış Gerçeklik Uygulaması: Dijital Zaman Örneği

İnternette ilk yer alan gazete olma özelliğini taşıyan Zaman gazetesi, 'Dijital Zaman' olarak hayata geçirdiği Artırılmış Gerçeklik uygulamasını 4 Eylül 2012 tarihinden itibaren hayata geçirdi. Gazetenin haberine göre uygulama ilk iki günde App Store TR'deki 'haber' kategorisinde ilk sıraya yerleşti. Genel sıralamada ise üçüncü oldu. Dijital Zaman, kullanıcı puanlamasında 5 üzerinden 4,8 yıldız aldı. Yazılı basını dijitalle dönüştüren bu yeni teknolojiyi kullanmaya başlamak isteyenler 'Dijital Zaman' uygulamasını iPhone, Android yazılımlı telefonları ve tabletlerine ücretsiz olarak yükleyebiliyorlar. App Store ve Android Market'ten uygulamayı indirenler, Zaman'ın haberlerini ya da film fragmanlarını görüntülü olarak izleyebiliyor. Uygulama açıldığında telefon veya tabletlerinin kamera kadrajına, üzerinde 'DZ ikonu' bulunan haber ya da fotoğrafını alanlar okudukları metnin görüntülerine de anında ulaşabiliyor [22].



Şekil 4: Dijital Zaman uygulamasının aşamaları [23].

Zaman Gazetesi Dijital Medya Yayın Editörü İsmail Kavak, Artırılmış Gerçeklik uygulama fikrinin ortaya çıkışıyla ilgili olarak; insanların haber ihtiyacının altını çizerek, ister kağıt ister dijital ortamda önemli olanın bilginin insanlara ulaştırılması olduğunu belirtmektedir. Bu gerçekten hareket ederek arayışa girdiklerini aktaran İsmail Kavak, Artırılmış Gerçeklik uygulamasının, yazılı basın ile dijital medyanın

entegrasyonu için atılan ilk adım olduğunu, artık hayatımızın bir parçası haline gelen mobil cihazlar ve uygulamalar ile insanların okudukları haberlerin gazeteye basılmayan görüntülü unsurlarına da rahatça ulaşabildiklerini ifade etmektedir. Dijital Zaman uygulaması ile her hangi bir QR Kod okutulmasına da gerek kalmadığının altını çizen İsmail Kavak'a göre, Artırılmış Gerçeklik uygulamasıyla okurun haberin varsa görseli yoksa metnine akıllı cihazını tutması halinde ekranında özel perforeli olarak hazırlanmış videosuna ulaşabilmektedir.

Zaman gazetesi söz konusu uygulamanın alt yapısı için yurt dışından bir firma ile çalışmaktadır. Bu firma uygulamayı bazı reklam firmaları ile hayata geçirmiştir. Zaman gazetesinin bu alt yapıyı kullanmasının ardından firmanın beklentisinin ötesinde yoğun bir trafiğe sahip olduğunu anlatan İsmail Kavak, bunun üzerine önemli kuruluşlarla birlikte çalışma, partner olma teklifi aldıklarını ifade etmektedir. Gazetenin bugüne kadar yaptığı en önemli masraf kalemini televizyonlara verdiği reklamlar oluşturmaktadır.

Günlük olarak ortalama 15 haberde Artırılmış Gerçeklik uygulaması kullanan Zaman gazetesinde bugüne kadar (10 Aralık 2012 tarihine kadar) 1300 haberin videosunu dijital zaman ile okurlarına izletmiştir. Söz konusu uygulamayı günlük daha da artırmanın mümkün olduğu ancak insanların vakitleri ve internet kotaları göz önüne alınarak seçki yapılmaktadır.

Uygulama hayata geçirildiğinde App Store'da bir hafta boyunca tüm ve haber kategorilerinde en çok indirilenlerin başında yer alan artırılmış gerçeklik uygulamasını şu ana kadar (10 Aralık 2012 tarihi itibarıyla) App Store ve Android marketlerden toplam 80 bin kişinin akıllı cihazlarına indirdiği belirtilmektedir.

Gelinen noktada her şeyin planları dahilinde geliştiğini anlatan İsmail Kavak, başta otomotiv, iletişim firmaları olmak üzere bir çok şirket için Artırılmış Gerçeklik uygulamasının yeni bir reklam mecrası olduğunu da aktardı [24].

6. Basılı Gazetelerde QR Kod Uygulaması: Türkiye Gazetesi Örneği

Mayıs 2012'de QR Kod uygulamasını okurlarıyla buluşturan Türkiye gazetesi, bu hizmetini okurlarına 'Habercilikte Dijital Devrim' olarak duyurdu [25]. Gazete ilk dönemde sadece haberlere ait foto galeri için kullanmayı planladığı QR Kod uygulamasının alanını genişleterek, video gösterimi ve köşe yazılarının sesli okutulması gibi hizmetleri de hayata geçirdi. Gazetenin hedefleri arasında, QR Kod uygulamasıyla bütün gazetenin ve 40 yıl önceki arşivin günlük olarak QR Kod uygulamasıyla okura sunulması yer almaktadır. Gazete ayrıca geçmişte verdiği promosyonları da yeniden QR Kod uygulamasıyla okurların hizmetine sunmayı hedeflemektedir. Gazetenin Dijital Medya Sorumlusu Mehmet Koca,

QR Kod uygulaması için herhangi bir ücret ödemediklerini, bu alanda faaliyet gösteren bir şirketin referans olarak hizmeti kendilerine sunduğunu belirtti. Gazetede her gün ortalama 10-15 arası haberde, bütün köşe yazarlarının yazılarında ve bazı reklamlarda QR Kod uygulaması yapılmaktadır. Bugüne kadar (08/12/2012 tarihi) gazetede toplam 1032 QR Kod uygulaması yapıldığını aktaran Mehmet Koca, bu haberlerin ortalama 600 bin defa akıllı telefonlardan QR Kod ile okunduğunu belirtti. Koca, okurların haberleri QR Kod uygulamasıyla okuma oranının her geçen gün arttığını söyledi. QR Kod uygulamasının gazetenin satışına etkisi olup olmadığı konusunda Koca, uygulamayı gazetenin satışını artırmaktan ziyade dijital ortamda yer almak, marka değerini artırmak için hayata geçirdiklerini de ifade etti [26].

5. Sonuç

Teknoloji, insan hayatının her alanında kendine yer edinmekte ve bu her geçen gün daha da genişlemektedir. Artık insan faaliyetleri teknolojiyle aracılanmış bir hale gelmektedir. Bu dönüşüm ister istemez geleneksel olan her yapıyı kendine entegre olmaya itmiş, dönüşüme ayak uyduramayanlar ise zaman içerisinde kaybolup gitmiştir. İnsanın sosyal hayatında önemli bir yer tutan haber alma işlevi bu dönüşümden en çok etkilenen faaliyetler arasında bulunmaktadır. Geçmişte haber kaynağı olarak gazete, tv ve radyoyu kullanan birey, internetin ortaya çıkışı ve haber içeriklerine bu ortamda daha rahat ulaşılabilmesi ile geleneksel medyanın yerine yeni medyayı tercih etmeye başlamıştır. Bilgi edinmekle kalmayıp insanlara etkileşim hizmeti sunan yeni iletişim teknolojileri, sadece insan hayatını değil kullandığı araçları da dönüştürmektedir. Yüzyıllardır devam eden ve bir insan alışkanlığı haline gelen gazete okuma da bu dönüşümden fazlasıyla etkilenmiştir. Gazetede bulunan bütün içeriklerin etkileşimli olarak internet ortamında yer alması gazeteleri bilişim teknolojileriyle entegre olmaya itmiştir. Etkileşimli gazete oluşturmaya dönük olan QR Kod ve Artırılmış Gerçeklik uygulamaları bunların başında gelmektedir. Daha yeni yeni yaygınlaşmaya başlayan bu özellikler, içerik üretenlere yeni fırsatlar, okurlara da yeni deneyimler sunmaktadır.

Gazeteciler, köşe yazarları, reklamcılar ve gazete sayfası tasarımcıları, gazetelerde yer alan içerikleri, görüntü, ses, video, animasyon ve arka plan seçenekleri ile daha da kuvvetlendirerek okurlarına dolaysız sunabilme imkânı bulabilmektedir. Gazete okuru ise gazetesini okuduğu esnada haber ile bütünleşmiş QR Kod ve Artırılmış Gerçeklik uygulamasını fark ettiğinde, arzu ettiği bir zaman diliminde ve yerde akıllı telefonu ile kodu ya da fotoğrafı taratarak deşifre edebilecektir. Böylece okur anında çevrimiçi web sayfalarına, gazetesinden vazgeçmeden de dolaysız olarak bağlanabilecektir. Kullanıcı, bir iletişim aracını bir başka iletişim aracının yerine koymadan, birbirlerini tamamlayan iki

ayrı iletişim aracı olarak kullanabilecektir [27]. QR Kod ve Artırılmış Gerçeklik ile hibrid bir yapıya sahip olan geleneksel gazetenin insanların dikkatini çekmesi planlanmaktadır. Bu sayede gazetelerin hem okurunu kaybetmemesi, dolayısıyla tirajının artması ya da düşmemesi, hem de yeni bir reklam alanı oluşturarak gelirlerini çoğaltabilmesi hedeflenmektedir.

Hızla yaygınlaşan akıllı telefon kullanımı, mobil telefonlar üzerinden gerçekleşen ses iletişiminin veri iletişiminin gerisinde kalmasına sebep olmuştur. Mobil telefonlar üzerinden gerçekleştirilen işlemlerin her geçen gün artması, mobil telefonlara dönük uygulamaların çeşitlenerek artmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda gazetelerin mobil telefonlara dönük uygulamaları göz ardı edilemeyecek kadar önemlilik arz etmektedir. Ancak gazetede yer alan içeriğin daha zenginleştirilmiş bir şekilde internet sitelerinde yer aldığı düşünülürse, gazetelerin uygulamalarının başarılı olup olmayacağını şu an için söylemek mümkün değildir.

Ayrıca Artırılmış Gerçeklik ve QR Kodları gazetelerde kullanmanın çok sayıda önemli getirisi olmasına rağmen, akıllı telefonlara ulaşılmasının zor olması göz ardı edilemez bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

6. Kaynakça

[1], [21], [27] Aktaş, Celalettin, "Hızlı Yanıt Veren Kod Aracılığıyla Geleneksel Gazete ile Yeni Medyanın Yakınsaması" Global Media Journal, Vol 3, no.5, (2012).

[2] *Bilgi teknolojileri ve iletişim kurumu 2009 faaliyet raporu*. Ankara: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Yayınları, (2009).

[3] BTK *Türkiye elektronik haberleşme sektörü: Üç aylık pazar verileri raporu*. Ankara: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Yayınları,(2012).

[4] Scherer, Eric, *Journalisme Augmente'en 10 Points*, <http://owni.fr/2010/11/07/le-%C2%AB-journalisme-augmente-%C2%BB-en-10-points/>, (2010).

[5] Ricketts, C. (2010). "Layar to bring its augmented reality to one-third of global smartphones", venturebeat.com/2010/06/18/layars-augmented-reality-footprint-grows-to-one-third-of-global-smartphones, Aktaran: Köroğlu, Osman, "En Yaygın İletişim Ortamında Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları", XVII. Türkiye'de İnternet Konferansı,inet-tr.org.tr/inetconf17/bildiri/14.doc (2012).

[6] Tülü, M., & Yılmaz, M., "Iphone ile Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Eğitim Alanında Kullanılması" Akademik Bilişim Konferansı (2012).

[7] Abdüsselam, M. S., & Karal, H., Fizik Öğretiminde Artırılmış Gerçeklik Ortamlarının

- Öğrenci Akademik Başarısı Üzerine Etkisi: 11. Sınıf Manyetizma Dersi Örneği. *3rd International Conference on New Trends in Education and Their Implications*. Antalya: Pegem Academy Publishing (2012).
- [8] Ronald T. Azuma, "A Survey of Augmented Reality", <http://www.cs.unc.edu/~azuma/ARpresence.pdf>. Presence: Teleoperators and Virtual Environments, s.355-385, (1997).
- [9], [22] Köroğlu, Osman, En Yaygın İletişim Ortamlarında Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları, 17. Türkiye’de İnternet Konferansı, inet-tr.org.tr/inetconf17/bildiri/14.pdf (2012).
- [10] Yiğit, İsmail, Gerçeklik Zenginleştikçe Hayatlarımız Fakirleşecek mi?, <http://www.bilimkurguhaber.com/etiket/artirilmis-gerceklik/>, (2012).
- [11] Innovation Science, <http://inosci.blogspot.com/2012/05/popular-science-dergisi-artirlms.html>, (5 Mayıs 2012).
- [12] Ertem, C., & Uçkan, Ö., Wikileaks; Yeni Dünya Düzenine Hoş Geldiniz! İstanbul: Etkileşim Yayınları, (2011).
- [13] Susono Hitoshi, Shimomur Tsutomu, Using Mobile Phones and QR Codes for Formative Class Assessment, Current Developments in Technology-Assisted Education, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc>, s. 1005-1010, (2006).
- [14], [15] Okazaki, S., Li, H., Hirose, M., Benchmarking The Use Of QR Code In Mobile Promotion: Three Studies In Japan. *Journal of Advertising Research*, content.ebscohost.com/ContentServer.asp, 102-117. (2012).
- [16] QR Kodu Nedir ve Online QR Kodu Oluşturma Siteleri, http://www1.gantep.edu.tr/~bidb/index.php?option=com_content&view=article&id=153%3Aqr-kodu-nedir-ve-online-qr-kodu-oluturmasiteleri&catid=18%3Ahaberler&Itemid=26&lang=tr, (2012).
- [17] Shin, D. H., Jung, J., Chang, B. H., The psychology behind QR codes: User experience perspective. *Computers in Human Behavior*, (2012)., Aktaran: Aktaş, Celalettin, Hızlı Yanıt Veren Kod Aracılığıyla Geleneksel Gazete ile Yeni Medyanın Yakınsaması, *Global Media Journal*, Vol 3, no.5, 3 (2012).
- [18] Rouillard, Jose, Contextual QR Codes, The Third International Multi-Conference on Computing in the Global Information Technology, <http://qrcodethursday.files.wordpress.com/2011/03/contextual-qr-codes.pdf>, (2012).
- [19] Aksoy, Bahadır, QR Kodların Basılı Medyada Kullanımı Arttı, <http://sosyalmedya.co/qr-kodlar-basili-medya/>, (2011).
- [20] Merhaba Gazetesi, Merhaba Karekod Sisteminde, <http://www.merhabahaber.com/merhaba,-karekod-sisteminde-86531h.htm>, (2012).
- [23] Cihan Medya Haber Dergisi, Türkiye Zaman’ı İzlemeyi Sevdi, <http://medya.todayszaman.com/cihan-dergi/upload/pdf/2012/20120926.pdf>, (2012).
- [24] Kavak, İsmail, Zaman Gazetesi Dijital Medya Yayın Editörü, 10/12-2012 tarihinde mail ortamında kendisinden bilgi alındı.
- [25] Türkiye Gazetesi, Habercilikte Dijital Devrim, <http://www.turkiyegazetesi.com/haberdetay.aspx?newsid=15893#.ULoEd-Rg8vA>, (2012).
- [26] Koca, Mehmet, Türkiye Gazetesi Dijital Medya Sorumlusu, 08/12/2012 tarihinde gazete binasında yüz yüze görüşme yapıldı.