

KİŞİSEL BİR DÜNYA MODELİ: İNERAKTİF TELEVİZYON YAYINCILIĞI

AN INDIVIDUAL MODEL OF THE WORLD: INTERACTIVE TELEVISION BROADCASTING

Ali Murat KIRIK¹

Özet: Çağımızda teknoloji çok hızlı bir biçimde gelişim gösterirken, başta televizyon olmak üzere birçok kitle iletişim aracı bu teknolojik gelişmelerden olumlu bir şekilde etkilenmektedir. Teknolojik gelişmeler televizyon yayıncılığına farklı standartlar kazandırmıştır. Bu standartların en yenisi ve en kapsamlısı interaktif televizyon teknolojisidir. İnteraktif televizyon uygulamaları, sayısal televizyon yayıncılığı aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan interaktif televizyon ve sayısal televizyon yayıncılığı arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Öte yandan; interaktif televizyon teknolojisi internet uygulamalarından da yararlanarak git gide daha büyük gelişmeler göstermekte ve kapsama alanını genişletmektedir. İnteraktivite olgusunun iletişim alanına etki etmesi ile birlikte interaktif televizyon yayıncılığı ortaya çıkmıştır. Giderek kapsamını arttıran yeni medya olgusu aracılığıyla çizgisel iletişim sürecinin interaktif bir sürece dönüşmesi beklenmektedir. Literatür taraması yöntemi kullanılarak hazırlanan bu çalışmada interaktif televizyon yayıncılığının geldiği nokta tespit edilmeye çalışılmış ve interaktif televizyon yayıncılığının sunduğu hizmetlerle birlikte yayıncılığın çehresinin değişeceği sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: İnteraktivite, Çoklu ortam, Sayısal Televizyon, İnternet, Yeni Medya

Abstract: Mass media communications and in particular TV broadcasting are beneficiaries of the fast development of technology in our era. The technological developments, brought with them new standards to television broadcasting. The most recent of which and the most encompassing one is the Interactive Television. The application of Interactive television is achieved by making use of digital television broadcasting. As such there is a strong connection between Interactive Television and digital television broadcasting. Interactive Television however owes its rapid development also to its deployment over the Internet. In fact, Interactive Television came into being as a result of interest in interactivity in communications offered by Internet. The linear communications model of the media is expected to transform itself into an interactive model. This study, conducted as a search of the relevant literature, has the aim of establishing the present position of Interactive Television broadcasting. The result of the study shows that Interactive Television broadcasting, with the services it offers will change the looks of television broadcasting.

Keywords: Interactivity, Multimedia, Digital Television, Internet, New Media

1 1Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü

GİRİŞ

Günümüze değin birçok kitle iletişim aracı gelişim göstermesine rağmen televizyon gerek görsel, gerekse de işitsel yönü nedeniyle hep bir adım önde yer almıştır. Özellikle internet ve bilgisayar teknolojisindeki köklü değişimler televizyon yayıncılığının çehresinin değişmesine neden olmuştur. Buna ek olarak sayısal ses ve görüntü teknolojilerinin televizyona entegre edilmesi, yayıncılığın farklı bir bakış açısına kavuşmasını sağlamıştır. Teknolojik gelişmelerin ard arda yaşanmasıyla birlikte geleceğin yayın standardı olan interaktif televizyon teknolojisi ortaya çıkmıştır.

Her ne kadar internet teknolojisine büyük önem atfetmek yerinde olsa da diğer kitle iletişim araçlarını ikinci plana atmak doğru olmayacaktır. Çünkü iletişim alanında meydana gelen her türlü değişim başlangıçta insanoğlu tarafından şaşkınlıkla karşılanmıştır. Bununla birlikte, her yeni buluş eski buluşun değer kaybetmesine neden olmuştur. Örnek vermek gerekirse radyo o dönem için çok önemli bir buluşken televizyonun icadıyla birlikte sese dayalı bu kitle iletişim aracı popülaritesini kaybetmiştir. İnternete rağmen televizyonun önemini kaybetmemesi teknolojik bakımdan kendini sürekli yenilemesinden kaynaklanmaktadır. Zengininden fakirine, gencinden yaşlısına hemen hemen herkes televizyon izlemektedir. İnteraktivite olgusunun televizyon yayıncılığında kendisini açık bir şekilde göstermesi ile birlikte tamamen bireyin temel alındığı bir yayın sistemi oluşmaya başlamıştır. Bu çalışmada kapsamlı bir literatür çalışması yapılarak interaktif televizyon yayıncılığının hizmet ve uygulamaları aktarılmaya çalışılacak ve televizyon teknolojisinin geleceğine yönelik çıkarımlarda bulunulacaktır.

1.İNTERAKTİVE VE İLETİŞİM KAVRAMINA BAKIŞ

İnteraktivite; İngilizce kökenli olup “Interaction” sözcüğüne karşılık gelmektedir. İnteraktivite birçok bilim dalında kullanılan bir sözcüktür. Fizik biliminde interaktivite; “iki ve ya daha fazla sistemin birbirini etkilemesi” anlamına gelmektedir. Sosyal psikolojide ise “grup içinde bulunan ferdin durumundan doğan etkileri bu ferdin faaliyeti açısından ele alan sosyal psikoloji bilginlerinin incelediği fenomenlerin tümü” şeklinde tanımlanmaktadır. İnteraktivite; diyalektik felsefenin de temel kavramlarından biridir. Felsefe biliminde interaktivite; çeşitli felsefik görüşlerden etkilenme anlamına gelmektedir. (Meydan Larousse 1992: 432)

Yeni iletişim ortamlarının gelişim göstermesiyle birlikte interaktivite kavramı ön plana çıkmıştır. Bu ortamlarda izleyici/alıcı kesinlikle pasif durumda değildir. Aksine ortamın içeriğini değiştirebilme özelliğine sahiptir.

İnteraktivite sürecinde her öge birbiriyle ilişkili ve belli ölçüde birbirinden bağımsızdır. Bundan dolayı interaktivite bağlamında gerçekleşebilecek bütün faaliyetlerin kendine özgü sonuçları bulunmaktadır. İnteraktivite sürecinde geri bildirim (feedback) çok etkin bir konumdadır. Alıcı, belirli bir kaynak tarafından iletişim araçları aracılığıyla kendisine gönderilen iletileri geri bildirim yoluyla tekrardan kaynağa iletebilmektedir. Bu iletim, klasik iletişim sürecinden farklı olarak kaynağın da alıcıdan etkilenmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla etki süreci kaynak ve alıcı arasında karşılıklı bir boyut kazanmaktadır. Yani alıcı aynı zamanda kaynak durumuna geçebilmektedir.

İnteraktivite kavramı ilk olarak eğitim ve öğretim amaçlı kullanılmıştır. 1950-1960'lı yıllarda öğrencilerin davranışları ve çalışmaları araştırılmış, bu araştırmalar sonucunda; öğrencilerin konuları algılamada pasif kaldıkları anlaşılmıştır. Bu soruna çözüm aranmaya başlanmış ve iletişim sürecinde interaktivitenin önemi ortaya çıkmıştır.

İletişim ve interaktivite arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkiye değinmeden önce iletişim kavramını irdelemek yerinde olacaktır. Genel bir ifadeyle iletişim; dil aracılığıyla haberleşme, ilişki kurma ve bir konuşmacıyla ondan yanıt bekleyen bir dinleyici arasındaki sözlü alış-veriştir. İki kişi arasındaki sözlü alışverişin gerçekleşebilmesi için etkileşime gerek yoktur; ancak etkileşimin meydana gelmesi için iletişim mutlaka suretle şarttır.

İletişim kavramına yönelik farklı bakış açılarına rastlamak mümkündür. “İki ya da daha çok kişi arasında bir anlaşma, düşünsel açıdan bir yakınlaşma oluşmasını sağlayan ve karşılıklı konuşmaya dayalı bir ilişkidir.” Bu tanımdan anlaşılacağı gibi iletişimde karşılıklı diyalog çok önemlidir. Günümüzde bilgi akışı genellikle kitle iletişim araçları ile gerçekleşmektedir. (Büyük Larousse 1986: 5634) Radyo, televizyon, kişisel bilgisayar, telefon... v.b. yaygın şekilde kullanılan kitle iletişim araçları arasında yer almaktadır.

1.1. İLETİŞİM SÜRECİNDE İNTERAKTİVİTENİN ROLÜ

İletişim süreci, “Tek Yönlü İletişim” ve “Çift Yönlü İletişim” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Tek yönlü iletişimde yalnızca kaynaktan gönderilen ileti karşı tarafa aktarılırken çift yönlü iletişimde buna ek olarak alıcı aktarılanlara yönelik geri bildirim (feedback) yapabilmektedir. “Çok Yönlü

İletişim” süreci ise interaktivite aracılığıyla meydana gelmektedir. Çok yönlü iletişimde alıcı kaynak, kaynak da alıcı durumuna geçebilmektedir. Günümüzde yaşanan iletişim çağı ise giderek interaktivite çağına dönüşmektedir. (Iuppa 2001: 2-5)

İletişimin sadece kişilerarası bir olgu olduğu düşünülmemektedir. Ancak kitle iletişim araçları sayesinde iletişim, kişilerarası bir olgu olmaktan çıkmıştır. (Erdoğan 2002: 12-19) Kitle iletişim araçları aracılığıyla iletileri gönderenler bireylerdir. Bu nedenle kitle iletişim araçlarını ve bireyleri birbirinden ayırmak doğru olmayacaktır.

1.2. İNTERAKTİVİTENİN ÖNEMİ

İnsani ilişkiler toplumsal yapının temelini oluşturmaktadır. Toplum yapısı ve toplumsal kuramlar bu ilişkiler sayesinde düzenlenmektedir. İnsan sosyal bir varlık olduğu için grup içerisinde yaşamak zorundadır. Grup halinde yaşamının getirdiği bazı sorumluluklar mevcuttur. Ancak ve ancak sorumluluklarını yerine getiren birey grup içerisinde barınabilmektedir. Topluluk içerisinde yaşayan bireyler birbirlerinden etkilenmektedir. (Kongar 1995: 82)

İnteraktivite olgusu yaşamın her alanında kendisini göstermektedir. Günlük hayatta da interaktiviteye ihtiyaç duyulmaktadır. Alışveriş yaparken, telefonla konuşurken, çevreyle sohbet ederken interaktivite süreci kendisini var etmektedir. (Hilf 2012) İnteraktivite çeşitli şekillerde yaşanmaktadır. İnteraktiviteye gerek duyulmasının en temel sebebi; iki nesne arasında karşılıklı ilişkinin yaratılmasıdır.

İnteraktivite toplumsal değişme ile sınırlı kalmayarak teknolojik değişmeyi de beraberinde getirmektedir.

Teknoloji içinde yaşadığı toplumdan bağımsız olmamakla birlikte bir o kadar geniş bir kapsama sahiptir. Teknoloji olgusu içinde; icatlar, keşifler ve bunların topluma mal edilme süreci yer almaktadır.

2. ANA HATLARIYLA İNTERAKTİF TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Kişilerarası iletişimin sınırlı ve kopuk olması bireylerin birbirlerini daha az tanımalarına neden olmakta ve hayatı derinden etkilemektedir. İnteraktif televizyon tam da bu gelişmelerin yaşadığı bir ortamda meydana getirilmiştir.

2000’li yıllarda yaşanan teknolojik dönüşümle birlikte televizyon yayıncılığının çehresi değişmeye başlamış ve televizyon internet teknolojisiyle sıkı bir şekilde ilişkiye girmiştir. İzleyiciler, izlediklerini tartışabilme, paylaşabilme ve tekrardan izleme fırsatı yakalamışlardır. Özellikle yeni medyanın yaratmış olduğu değişim ve gelişim süreci içerisinde internet temel dayanak noktası olmuştur. (Özsoy 2011: 125) Yakınsama aracılığıyla kitle iletişim araçlarının tümü internet teknolojisinden faydalanmaya başlamıştır.

İnteraktif televizyon; insanların evlerinde, gece ve gündüz, günün her saatinde yayınları takip edebileceği, uzaktan kişisel profillerini oluşturabileceği, onları neyin motive ettiğini, neyin kızdırdığını, kendilerini nasıl hissettiklerini, kısaca insanların neler yaptıklarını bilecek yepyeni bir televizyon teknolojisidir. İnteraktif televizyon teknolojisi internetin sunmuş olduğu birçok hizmet ve uygulamayı eksiksiz bir biçimde kullanıcılarına sunabilmektedir. İnteraktif televizyon uygulamalarının birçoğu kişiye özel olduğu için bireysellik ön plana çıkmaktadır. (Odaman 2007: 114) Günümüzde dünya geneline bakacak olursak interaktif televizyon modelinin

yedi başlık altında incelendiği görülmektedir. Bu modeller; Wink, RespondTV, Worldgate, WebTV, Open TV, LiberateTV ve CommerceTV ’dir.

İnteraktif televizyon yayıncılığında önem arz eden en önemli unsur ise Java teknolojisidir. Java teknolojisi, televizyon yayıncılarının izleyicilere daha etkili yayınlar sunmasına olanak tanımaktadır. Java teknolojisini destekleyen interaktif televizyon, kullanıcıların kendi istek ve beğenilerine göre şekillenmektedir. Java programlama diliyle hazırlanan ilk televizyon Philips tarafından üretilmiştir; ancak bu televizyon tam olarak interaktif uygulamalara yönelik yapılmamıştır. (Kırık 2010: 46) İnteraktif televizyon çok yeni bir model olduğu için bütün üreticiler bu teknolojiyi daha hızlı geliştirmek için birbirleriyle sürekli rekabet etmektedir.

İnteraktif televizyon, bütün çevrimiçi servisleri (elektronik program akışı ve program seçimi, elektronik mektuplaşma, elektronik ticaret, elektronik reklâmlar, internet erişimi v.b.) televizyon alıcısı üzerinden bir demet halinde izleyicilere sunmaktadır. (Srivastava 2002: 2) Bu demet sürekli bir gelişim ve değişim halindedir.

İnteraktif televizyon modelinin yararlandığı en büyük kaynak internettir. İnternet hizmetleri bilgisayar modemleri aracılığıyla alınmaktadır. Günümüzde birçok eve internet teknolojisi girmiştir. İnternete bağlanan herkes sanal ağ içerisinde yer almaktadır. İnternet teknolojisinin desteğiyle interaktif televizyonun yeni bir ağ oluşturmasına gerek kalmamıştır. İnteraktif televizyon, hizmetlerini alıcılara iletirken doğrudan internet ağlarından faydalanmaktadır. Video on demand (VoD) teknolojisi ve interaktif televizyon programları, internet teknolojisi sayesinde rahat bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. (Simpson & Greenfield

2007: 2) Dosya paylaşımı, internet ortamında sörf, elektronik posta gönderimi, bankacılık hizmetleri v.b. interaktif televizyon aracılığıyla kullanıcılara sunulabilmektedir.

İnteraktif televizyon diğer teknolojik araçlara orna daha yavaş gelişme göstermektedir. Her yayın içeriği ve her program interaktif televizyon modeline uygun değildir. (Gawlinski 2003: 35) Özel donanımlar aracılığıyla interaktif programlar üretilebilmektedir. Cihazların üretilmesi, alınması ekonomik açıdan çok masraflı olduğundan interaktif televizyon teknolojisinin gelişim göstermesi zaman almaktadır.

İnteraktif televizyon kavramını açıklarken bu teknolojinin ticari boyutu da asla unutulmamalıdır. İnteraktif televizyonla amaçlanan bir diğer nokta, internetteki ticaret anlayışının çok üstünde bir çevrimiçi market anlayışıdır. (Morris ve Chaigneau 2005: 1) İnteraktif televizyon özel şebekelere ihtiyaç duymaktadır. İnteraktif uygulamaların tek ve standart bir şebeke üzerinden dağıtımının yapılması gerekmektedir. Aksi takdirde uygulama ve hizmetler arasında uyum sorunları meydana gelmektedir.

İnteraktif televizyon teknolojisinde en önemli etmenlerden bir diğeri de geribildirimdir. Geribildirim olmadıktan sonra kaynağın etkilenmesi ve bilgilenmesi söz konusu olamamaktadır. İngiltere'deki Freeview sistemi, interaktif televizyon modeline örnek olarak gösterilebilmektedir. Ancak bu tarz yayınlarda geri dönüş yolu bulunmamaktadır. Bundan dolayı izleyiciler televizyon programlarına aktif olarak katılamamakta, oylamalarda yer alamamakta, ürün sipariş edememektedir. Dolayısıyla interaktivite çok sınırlı kalmaktadır. Freeview'de izleyici sadece farklı kamera açılarıyla yayınları izleyebilmektedir.

2.1. İNTERAKTİF TELEVİZYONUN ÖĞELERİ

İnteraktif televizyon yayıncılığının yapılabilmesi için beş öğenin eksiksiz bir biçimde bir arada bulunması gerekmektedir. İnteraktif televizyon uygulamaları hazırlanırken izleyicilerin zevk ve beğenileri bilinmemektedir. Bu nedenden dolayı hazırlanan uygulamaların tümü farklılık göstermektedir. İnteraktif televizyonun öğeleri ise şunlardır:

- Yayınları alacak izleyici,
- Televizyon seti,
- Yayınları iletici şebeke ve platform,
- Set top box (Set üstü kutusu)
- İnteraktif yayın üretim araçları (Gawlinski 2003: 35–37)

İnteraktif televizyon hizmetlerinin set üstü kutusu aracılığıyla takip edilebilmesi için internete erişimi sağlayan dış ağ bağlantısı (external network connection) gerekmektedir. Ekipman özelliklerinden dolayı interaktif televizyon yayıncılığının maliyeti de bir o kadar yüksektir. Sistemin meydana getirilmesi, uygulamaların oluşturulması ve verilerin yüklenmesi yüksek maliyetli olduğu kadar zaman alıcıdır.

İnteraktif televizyon modeli tamamen sayısal bir temele oturtulmuştur. Analog televizyon yayıncılığı interaktif televizyon modeline uygun değildir. Sayısal televizyon yayıncılığında program kapasitesi çok daha fazladır. (Simpson & Greenfield 2007: 1) Bununla birlikte görüntüler MPEG-2 ya da MPEG-4 (Moving Pictures Experts Group) sıkıştırma standartlarıyla gönderildiği için kullanılan alan miktarı minimum seviyededir.

2.2. İNTERAKTİF TELEVİZYONUN HİZMET VE UYGULAMA DÜNYASI

İnteraktif televizyon yayıncılığı ses, görüntü ve veri hizmetlerini bir arada yürütmekle birlikte; geleneksel televizyon yayıncılığının çok ötesinde hem canlı hem de kişisel tercihlere göre oluşturulan program akışına olanak tanımaktadır. İnteraktif televizyon aracılığıyla oluşturulan yayın içeriği çok daha zengindir. Başka bir ifadeyle zamana bağlı olan anımsal kavramı interaktif yayıncılıkla yok olmaktadır. Televizyon ve internet teknolojisinin yakınsaması ile birlikte meydana gelen interaktif televizyon teknolojisi kullanıcıların beğenilerine yönelik çok kapsamlı bir hizmet yelpazesi sunmaktadır. Bu hizmetleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür. (Özarslan 2011: 3)

İnteraktif Reklâm Hizmeti: İnteraktif televizyonun reklâm hizmetleri internet reklâmıcılığıyla direk bağlantılı bir durumdadır. İnternet daha çok göze hitap ederken televizyon hem göze, hem de kulağa hitap etmektedir. Bundan dolayı interaktif televizyonun reklâm gelirlerinin internete kıyasla çok daha fazla olacağı açıktır. İnteraktif televizyon reklâmları aracılığıyla izleyiciler kontrol edilebilmekte ve kullanıcılara seçme hakkı tanınmaktadır. (Gawlinski 2003: 104)

İnteraktif Ticaret Hizmeti: Elektronik ticaret günümüzde daha çok internet üzerinden gerçekleştirilmektedir. Fakat sayısal interaktif televizyon setlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte ticaret interaktif bir boyut kazanmaya başlamıştır. İnteraktif ticaretin özellikleri şunlardır:

- İnteraktif ticaret kumanda aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

- İnteraktif ticaret izleyici profiline göre biçimlenmektedir.
- İnteraktif ticaret sayesinde kitle marketleri oluşmaktadır.
- İnteraktif ticaret yapılırken satılan ürünler hakkında daha detaylı bilgiler elde edilmektedir.
- İnteraktif ticaret güvenli, garantili, gizlilik ilkesine sadık olmaktadır. (Srivastava 2002: 95)

İnteraktif Bankacılık Hizmeti: İnteraktif televizyon aracılığıyla sadece geleneksel bankacılık işlemleri değil; interaktif televizyona yönelik farklı işlemler de gerçekleştirilebilmektedir. (Gawlinski 2003: 127) Program satın alma, çevrimiçi ücretli oyunlar oynama, televizyon üzerinden alışveriş yapma... v.b. gibi birçok seçenek interaktif banka şubesi aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

İnteraktif Eğlence Hizmeti: Televizyonun temel amaçlarından biri de izleyicileri eğlendirmektir. Bundan dolayı interaktif televizyon hizmetlerinde eğlencenin yeri çok büyüktür. İnteraktif televizyonun sunduğu eğlence hizmetleri daha çok oyun kanalları üzerinden gerçekleştirilmektedir. Kullanıcılar kumandalarının interaktif tuşunu kullanarak, gelen menüden interaktif oyunlar şikkını seçebilmekte ve oyun dünyasına adımlarını atabilmektedir.

İnteraktif İzle-Öde Hizmeti: İnteraktif televizyon Pay TV olarak bilinen izle-öde sistemini de bünyesinde barındırmaktadır. Kullanıcılar istedikleri filmleri, dizileri ve spor müsabakalarını satın alabilmektedir. Satın alma isteği öncelikle sunucuya gönderilmekte ve satın alınan içerik faturalandırılmaktadır. Bunun dışında kullanıcı spor müsabakalarını isterse değişik açılardan da izleyebilmektedir. Ayrıca

aboneler gösterimde olan filmleri de izleyebilme olanağına sahip olacaktır.

İnteraktif Spor Bahisleri Hizmeti: İnteraktif televizyon yayıncılığı hayatı daha da kolaylaştırmaktadır. Zamandan kazanım bu kolaylıklardan en önemlisidir. Özellikle günümüzde spor bahislerine rağbet oldukça fazladır. (Srivastava 2002: 98) Futbol, basketbol, at yarışı başta olmak üzere diğer spor dalları da toplumun geniş kesimi tarafından ilgi görmektedir. Kullanıcılar, interaktif televizyon aracılığıyla çevrimiçi bahislere katılabilecektir.

İnteraktif e-Devlet Uygulamaları: İnteraktif televizyonun alt yapısı e-devlet uygulamalarına olanaklı bir durumdadır. İnteraktif televizyonun alt yapısı sayesinde tüm seçmenlerin çevrimiçi bir şekilde yerel, bölgesel ve ulusal bütün seçimlerde oy kullanabilmeleri mümkündür. Bu sistemde seçmenlere merkez tarafından bir seçmen numarası ve şifresi gönderilebilmekte ve kişisel kumandalar aracılığıyla gönderilen numara ve şifre girilmektedir. Daha sonra gelen menüden seçim yapılmaktadır. İnteraktif oy kullanma hizmetinin artıları çok fazladır. Hizmetin en büyük artısı verileri sisteme teker teker girme derdinin ortadan kalkacak olmasıdır. Kullanılan oylar direk olarak veri tabanına gönderilebilecektir. (Srivastava 2002: 98) Bununla birlikte interaktif televizyona sahip seçmenler evlerinden çıkmadan oylarını kullanabilecektir. Ayrıca verilen şifre ve seçmen numarası sayesinde herhangi bir karışıklık yaşanmayacaktır.

3.İTERAKTİF TELEVİZYON VE İNTERNET BİLEŞKESİ

İnternet, günümüzde “bilgisayar ağlarının ağı” olarak adlandırılmaktadır. Milyonlarca insan internetin oluşturduğu sanal evrende buluşmaktadır.

Bu açıdan internet hem sosyolojik bir olgu hem de teknolojik bir fenomen durumuna gelmiştir. Yatırımcılar, psikologlar, sosyologlar, araştırmacılar yeni medya çağında internete daha fazla ilgi göstermeye başlamış ve internet Türkiye’de de gündem oluşturur bir hale gelmiştir. (Tutar, Yılmaz, Erdönmez 2004: 195) Sürekli olarak yeni kullanıcıların katıldığı internet evreninde yeni programlar ve yeni iletişim sistemleri sürekli ivme kazanmaktadır. Kullanıcılar internetin ticari boyutuyla birlikte aynı zamanda satıcı ve alıcı durumuna gelebilmektedir.

Özellikle Türkiye koşulları göz önüne alındığında çağın fenomeni olan internetin tıpkı alkol, sigara ve kumar gibi bağımlılık yarattığı açık bir şekilde görülmektedir. Her yaştan her kesimden insan internet bağımlısı olabilmektedir. İnternet başında harcanan zamanın inkâr edilmesi, günde birçok defa elektronik posta gelip gelmediğine göz atılması, yapılması gereken işler olduğu halde internetin başından kalkılmaması bağımlılık göstergelerinden sadece birkaç tanesidir. İnternet bağımlıları, internette geçirdikleri zaman konusunda çevresindekilere yalan söyleme eğilimi göstermekte ve internet arkadaşlıklarına daha fazla önem vermektedirler. İnternet bağımlısı olan çoğu kullanıcı internette değilken bile sürekli olarak internet ortamını düşünmektedir. İnternet bağımlılığı yeme-içme alışkanlıklarını da köklü bir biçimde değişikliğe uğratabilmektedir. İnternet bağımlısı kullanıcı daha çok hazır ve pratik yemekler yemek ve yediklerini çiğnemediği yutma gibi kötü alışkanlıklar kazanmaktadır. (Dinç 2010: 24) İnternet bağımlılığı özellikle gençlerde sıklıkla görülen bir durumdur.

Yeni medya internet alt yapısı üzerine oturtulmuştur. Yeni medya bireylerin çalışma, eğlence, düşünme

ve yaşam biçimlerini değiştirmektedir. Kitle iletişim araçlarının yeni sıfatını alması ise tamamen internet teknoloji ve yakınsama aracılığıyla gerçekleşmiştir. Yeni iletişim teknolojileri çağımızda giderek gelişme göstermektedir. (Aytekin 2012: 103) Bu sayede televizyon video, metin, internet, bilgisayar hizmeti veren interaktif bir mecraya dönüşmektedir. Ses, görüntü ve verinin tek bir kaynaktan gönderilmesi internet teknolojisi aracılığıyla gerçekleşmektedir.

İnternet, interaktif olarak iletişim sağlamaktadır. McMillan ve Downes, bireylerin çift yönlü iletişim aracılığıyla mesajlara etki-tepki verdiklerini belirtmiş ve var olan iletişim ortamının bir mekân hissi uyandırdığında interaktivite oranının arttığını ifade etmiştir. (Birsen 2005: 69) Tam da bu noktada interaktif yayıncılığının çok yönlü iletişime olanak sağladığını hatırlamak yerinde olacaktır.

İnteraktif televizyon modeli, internet teknolojisi üzerine oturtulmuştur. İnternet, kaynağı alıcı, alıcıyı da kaynak yapan çok önemli bir teknolojidir. (Kırık 2010: 33–36) İnternet tabanına oturtulmuş olan interaktif televizyon yayıncılığının sunduğu hizmet ve uygulamaların sürekli ivme kazanacağı açıktır.

İnteraktif televizyon gibi kitle iletişim araçlarına internet teknolojisinin entegre edilmesi sosyal paylaşım ağlarının cazibesini de önemli ölçüde arttırmıştır. Ayrıca bilgisayar tabanlı sistemlerin gelişim göstermesi, geleneksel medyanın giderek güç kaybı yaşamasına neden olmuş, yeni medyayı ön plana çıkarmıştır. Günümüzde taşınabilir, hareketli (mobil) her türlü kitle iletişim aracından sosyal paylaşım ağlarına erişim mümkündür. Bu sayede yaşamın hemen hemen her noktasında çevrimiçi kalabilmek ve sanal topluluklar arasında yer almak olanaklı bir duruma gelmiştir. (Köseoğlu 2006: 152) İnteraktif televizyonun internet tabanlı bir

teknoloji olması nedeniyle bilginin üretilmesi, çoğaltılması, saklanması ve aktarılması çok daha kolaydır. Sosyal paylaşım ağları ise bu yeni oluşumun tam merkezinde yer almaktadır. Bilginin eğlence ile desteklenmesi sosyal paylaşım ağlarının cazibesini arttırmış, yeni iş kollarının oluşmasına öncülük etmiştir.

Sosyal paylaşım ağları internetin etkisiyle merkezlessiz bir iletişim ortamı oluşturmaya başlamıştır. Sanal ortamın her bir noktasından farklı görüşler ve düşünceler ortaya çıkabilmektedir. Özellikle sosyal paylaşım ağlarında kaynak ve alıcı yer değiştirebildiği için birçok noktadan sınırsız bir bilgi akışı mevcuttur. (Akter 2009: 94) Sosyal medya uygulamalarına da yer verecek olan interaktif televizyon internet teknolojisinin gelişimiyle birlikte daha geniş kitlelere yayılabilecektir.

SONUÇ

Görsel ve işitsel yönü nedeniyle televizyon günümüzün en önemli kitle iletişim aracı olma özelliğini taşımaktadır. Çok yönlü iletişime imkân veren interaktif televizyonun gelişim göstermesiyle birlikte kullanıcılar adına zaman tasarrufu ve yayınlar adına da ekonomik kazanç meydana gelmeye başlamıştır. Zamanla dünyanın önde gelen yayıncıları interaktif televizyon teknolojisine yatırım yapmanın gerekli olduğu fikrine varmışlardır. Özellikle Avrupa'nın gelişmiş ülkelerindeki televizyon yayıncıları devlet desteğini yanlarına almışlardır.

İnteraktif televizyon yayıncılığı tamamen yeni bir teknoloji üzerine kurulmuştur. Alışlagelmiş geleneksel televizyon anlayışı ile hiçbir ilişkisi bulunmamaktadır. Aksine bu sistem kendine özgü bir yapıya sahiptir. İnteraktif televizyon yayıncılığının

ne zaman ve nasıl yaygınlaştırılacağı, tüketicilerin bu sistemi kabullenip kabullenmeyecekleri şu an itibariyle bir muammadır.

İnteraktif televizyon yayıncılığının büyük bir pazar oluşturabilmesi için yatırım miktarının artırılması gerekmektedir. Ayrıca bu sisteme talep oluşturulması şarttır. Yatırımcıların ise bu riski göze alıp almayacağı yakın gelecekte belli olacaktır. İnteraktif televizyon uygulamalarının büyük çoğunluğu ücretli olacağından dolayı bu sistem maddi açıdan toplumun her kesimi tarafından kullanılamayacaktır. Yatırımcılara düşen en büyük görev ise izleyicilere interaktif televizyon yayıncılığını tanıtmaları ve avantajlarını belirtmeleridir. Hatta doğrudan interaktif televizyona yönelik kapmayanların yapılması sistemi yaygın bir hale getirebilecektir.

Türkiye’de şu an itibariyle interaktif televizyon alanında en fazla ilerlemiş yayın kuruluşu Digitürk’tür. Digitürk’u web tabanlı yayıncılık yapan Tivibu isimli platform takip etmektedir. D-Smart ve Tele Dünya ise interaktif yayıncılık uygulamalarını henüz istenilen düzeyde sunmamaktadır. Digitürk; sayısal uydu yayıncılığı ve internet teknolojisini kullanarak interaktif yayınları kullanıcılara iletmektedir. İnteraktif televizyon tamamen sayısal teknoloji üzerine kurulu olduğu için görüntü kalitesi çok yüksektir ve verilerde kayıplar minimum düzeydedir. Bu sistem televizyona bağlanan ek cihazların sonunu getirmektedir. İzleyicilerin programları kayıt edebilmesi için video kayıt cihazlarına ihtiyaçları kalmayacaktır. İzleyiciler istediği programları istediği saatte izleyebilecek, istediği programları kaydedebilecek, programlar hakkındaki düşüncelerini bir kaynak gibi yayıncılara gönderebilecektir.

İnteraktif televizyonun yayıncılık dünyası adına büyük bir çığır açacağı ortadadır. Ayrıca geniş hizmet yelpazesinin gençler ve özellikle çocuklar üzerinde bağımlılık yaratacağı çok açıktır. Bu hizmetlerin birçoğunun ücretli olması interaktif televizyon yayıncılığının olumsuz bir diğer özelliğidir.

Görüldüğü gibi sunacağı hizmet ve uygulamalar bakımından interaktif televizyon yayıncılığının çok önemli bir teknoloji olduğu açıktır. Günümüz itibariyle ulaşılan teknoloji bakımından interaktif televizyon yayıncılığı istenilen düzeyde görünmemesine rağmen, bu sistemin ara teknoloji olması ve interaktif televizyon yayıncılığında çok daha kapsamlı bir sisteme geçişin gerçekleşmesi olasıdır. İnteraktif televizyon yayıncılığının gelişebilmesi için gerek akademik gerekse de ticari çevreler tarafından önem verilmesi ve projeler üretilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AKTER, TUTKU** (2009). “Merkeziyetsiz Medya: İnternet ve Etik, I. Medya ve Etik Sempozyumu Bildiri Kitabı, Elazığ: Fırat Üniversitesi
- AYTEKİN, ÇİĞDEM** (2012). “Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciliği”, Yeni Medya ve... (ed. Deniz Yengin), İstanbul: Anahtar Kitaplar
- BİRSEN, HALUK** (2005). “İnternet Haberciliği ve Aktif İzler Kitle İlişkisi Çerçevesinde Etik Tartışmalar”, Selçuk İletişim Dergisi, Cilt 3, 4.Sayı

- BÜYÜK LAROUSSE** (1986). Cilt 11, İstanbul: Milliyet Gazetesi Yayınları
- DİNÇ, MEHMET** (2010). İnternet Bağımlılığı, İstanbul: Ferfir Yayıncılık
- ERDOĞAN, İRFAN** (2002). İletişimi Anlamak, Ankara: Erk Yayınları
- GAWLINSKI, MARK** (2003). Interactive Television Production, Oxford: Focal Pres
- HILF, WILLIAM HOMER**, (2012). “Beginning, Middle and End-Not Necessarily in That Order”, <http://www.cybertown.com/hilf.htm>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2012
- IUPPA, NICHOLAS** (2001). Interactive Design for New Media and the Web, Oxford: Focal Press
- KIRIK, ALİ MURAT** (2010). Etkileşimli Televizyon, İstanbul: Anahtar Kitaplar
- KONGAR, EMRE** (1995). Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği, İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları
- KÖSEOĞLU, ÖZGÜR** (2006). “Bilgi İletişim Teknolojilerinin Pazarlamaya Etkisi”, Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları (ed. Beril Akıncı Vural), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- MEYDAN LAROUSSE** (1992). Cilt 6, İstanbul: Sabah Gazetesi Yayınları
- MORRIS STEVEN & SMITH-CHAIGNEAU ANTHONY** (2005). Interactive TV Standards A Guide to MHP, OCAP, and JavaTV, Oxford: Focal Press
- ODAMAN, CEM** (2007). “İnteraktiviteli Televizyonculuk – 1”, Broadcasterinfo Dergisi, Sayı: 44
- ÖZARSLAN, YASİN** (2011). “Kişiselleştirilmiş Öğrenme Ortamı Olarak IPTV” Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi, Cilt 2, 2.Sayı
- ÖZSOY, AYDAN** (2011) Televizyon ve İzleyici (Türkiye’de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici), İstanbul: Ütopya Yayınevi
- SIMPSON, WES & GREENFIELD HOWARD** (2007). IPTV and Internet Video-Expanding the Reach of Television Broadcasting, Oxford: Focal Press
- SRIVASTAVA, HARI OM** (2002). Interactive TV Technology and Markets, Norwood: Artech House
- TAŞKIN, CEBRAİL** (2008). “IPTV Mimarisi ve Servisleri”, Birey Eksenli İnteraktif Yayıncılık IPTV (drl. İlhan Yerlikaya), Ankara: RTÜK-Türkiye Bilişim Derneği
- TUTAR, HASAN; YILMAZ, M.KEMAL; ERDÖNMEZ, CUMHUR** (2004). Genel ve Teknik İletişim, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım