

ETKİLEŞİMLİ TELEVİZYON GELENEKSEL TELEVİZYONA KARŞI: TELEVİZYON İZLEYİCİSİ NE İSTER?*

Birgül Taşdelen ** - Mehmet Kesim ***

ÖZET

Televizyonun etkileşimli hale gelmesi yayıncılık alanında büyük bir değişim olarak değerlendirilmektedir. Teknolojinin etkisiyle televizyon izleme kültüründe gözle görülür bir dönüşüm yaşandığı ve izleme kültürünün vazgeçilmez ögesi olan izleyici kavramının da bu dönüşümün etkisi altında olduğu kabul edilmektedir. Bu da etkileşimli ortamlara katılan bireyin, iletişim süreci üzerindeki tepkilerini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, dijital medyanın aracılık ettiği bu yeni eğilimler vasıtasıyla televizyon yayıncılığının değişen yapısını değerlendirmektir. Bu bağlamda çalışmada kullanıcıların kendilerini yeterince ifade edebileceği yeni sunum biçimleri ve bu sunum biçimlerin televizyon izleyicisine sunduğu hizmetler üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, etkileşimlilik, etkileşimli TV, televizyon izleyicisi

INTERACTIVE TELEVISION VERSUS TRADITIONAL TELEVISION: WHAT DOES TELEVISION AUDIENCE WANT?

ABSTRACT

Interactive television is considered to be an impressive change in the field of broadcasting. It is accepted that there has been an apparent evolution in our watching culture due to technological developments and the audience, which is the most indispensable item of this culture, is under the effect of this transformation. This, by the way, helps us to understand the reflections on who joins in interactive media. The aim of this study is to evaluate the changing structure of the television broadcasting through these new trends directed by digital media. In this sense, we are going to emphasize new presentation styles through which the user can explain himself better and the services offered to television audience.

Keywords: Television, interactivity, interactive TV, television audience

GİRİŞ

20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren telekomünikasyon ve yayıncılık alanında yaşanan gelişmeler iletişimin doğasını da değiştirmiştir. İletişim sürecinde yer alan kaynak, ileti, hedef, kanal, geri bildirim ve gürültü unsurları yaygınlaşan ve erişim hızı sürekli artan teknolojik yeniliklerin etkisiyle değişime uğramaktadır.

* Bu çalışma Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu'na kabul edilen 1402E028 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.

** Araş. Gör., Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

*** Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi

İletişim sürecinin edilgen bireyleri, kendilerine iletişim aracı üzerinde hissedilebilir bir kontrol ayrıcalığı tanıyan iletişim biçimlerine yönelmişlerdir.

Bilgi ve iletişim teknolojisindeki hızlı ve köklü değişimler sadece teknolojik boyutta değil, toplumsal boyutta da etkili olmaktadır. Sayısal teknolojideki gelişmelerin, telekomünikasyon ve kitle iletişim alanında kullanılması özellikle internetin dünyada yaygınlaşması sonucunda toplumsal yaşam, değişimlerin etkisinde kalmıştır. Yeni toplumsal yapı bu değişimin etkisiyle bilgi-iletişim çağı olarak adlandırılmaktadır (Özçağlayan 1998: 24-25). İspanyol sosyolog ve şehir bilimcisi Manuel Castells'e (2005: 2-3) göre; etkileşimli bilgisayar ağları yeni iletişim biçimleri ve kanalları yaratarak, hayatı şekillendirirken, aynı zamanda hayat tarafından da şekillendirilmektedir. Yeni teknolojilerin kullanım merkezleri arasında ne denli yakın bir ilişki varsa, toplumların dönüşümünün de o denli hızlı olduğunu ileri sürmektedir. İngiliz Sanayi Devrimi'nin yol açtığı toplumsal evrilmenin teknoloji tabanını buhar teknolojisi oluştururken, bugünkü enformasyon toplumu adı verilen dünyanın teknoloji tabanını da etkileşim ve etkileşimli olma terimleri üzerine şekillenen enformasyon teknolojisi oluşturmaktadır. Uydu teknolojisinin bilgisayar teknolojisi ile birleşmesi, sayısal (dijital) teknolojinin iletişim alanına girmesi, ardından fiber optik teknolojisi ve lazer teknolojisinin yayın sistemleri, telefon, faks ve diğer haberleşme alanlarında kullanıma başlanmasıyla birlikte yayıncılığın çehresi (yapısı) tamamen değişmiştir (Durmaz 1999: 1). Bu gelişmeler televizyon yayıncılığın (geleneksel) yapısını değiştirerek, televizyon yayıncılığında diğer medya ortamlarının da eşgüdümlü olarak kullanılabilirdiği bir platform haline gelmesini sağlamıştır. Yapısal anlamdaki en önemli değişim ise televizyonun artık etkileşimli bir hale gelmesidir.

Çalışmada, etkileşimlilik ve televizyon kavramının çerçevesi çizildikten sonra televizyon yayıncılığının değişen yapısı ve etkileşimli televizyonun izleyicisine sunduğu hizmetler üzerinde durulacaktır.

1. TELEVİZYON VE ETKİLEŞİMLİLİK

Televizyon yayıncılığı 20. yüzyılda başlamıştır ve bu yüzyılın sonuna kadar da televizyon, bilgi üreten merkez ve bilgi alan çevreden oluşmaktadır. Hiçbir geri besleme kanalının yer almadığı geleneksel televizyon yayıncılığında yayıncı ve izleyici arasında tek yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu şekilde televizyon ağı merkezi bir hiyerarşik yapı sürdüren hegomanik bir medya sistemidir. Bu yapıyla televizyon özel amaçlara hizmet eden bir makine olarak rol oynarken, kitleler de pasif izleyiciler olarak tanımlanmaktadır.

Geleneksel televizyon yayıncılığı, zamanında ve fonksiyonel bir geri beslemeye izin vermemektedir. Analog yayıncılıktan sayısal yayıncılığa doğru yaşanan geçiş seyircinin içerik üzerinde daha fazla denetime sahip olmasını sağlayan bir iletişim platformu sunmaktadır. Bu bağlamda etkileşimlilik, iletişim sürecinde

güçler dengesinin değişmesiyle yakından ilişkilidir. Merkezden çevreye doğru olan bilginin üretim ve dağıtım kontrolü etkileşimlilikle çevrenin kendi istediği enformasyona ulaştığı bir yapıya doğru dönüşmektedir (Pearce 1997: 244). Böylece doğal olarak etkileşimliliğin ezber bozan bir tarafının olduğu düşünülmektedir.

İletişim bilimleri açısından önemli bir yer tutan etkileşimlilik (interaction) kelimesi, inter “arasında” ve action “hareket etme ya da etkileme” anlamına gelen iki kavramdan oluşmakta ve karşılıklı hareket etme, birbirini etkileme anlamında kullanılmaktadır (Varey 2004: 141). Bu bağlamda etkileşim, iletişim süreci içerisinde alıcının kaynaktan gönderilen iletileri/bilgiyi kontrol etme olanağına sahip olduğu çok yönlü bir süreçtir. Bu süreçte kaynak alıcı rolüne, alıcı da kaynak rolüne geçebilmektedir. Yeni iletişim araçlarının temel özelliklerinden birinin etkileşimlilik olduğunu ifade eden Lister ve arkadaşları (2009: 21-22), sabit ve tek yönlü akışı sağlayan geleneksel medya araçlarının aksine, iletişim ortamları üzerinde kontrol imkanı tanıyan etkileşimli medya araçları sayesinde katılımcının hangi öğelerin ekranda gösterileceği veya hangi yolların izlenebileceği konusunda seçimler yapabileceği ve böylece katılımcının tercihleriyle oluşmuş benzersiz bir sonucun elde edilebileceğini belirtmektedir. Etkileşimli medya ile kullanıcıya yeni özgürlükler sunulmaktadır. Böylece etkileşimli medya geleneksel televizyon yayıncılığında hayal edilmesi mümkün olmayan yollarla kullanıcısının verimini arttırmaktadır.

Etkileşimlilik olgusunun yayıncılık alanına girmesi ile birlikte göndericiler ve alıcılar arasındaki farklar neredeyse tamamen ortadan kalkmakta, her iki grup da içerik üzerinde kontrol sahibi olabilmektedir. Dijital televizyon yayıncılığının sağlamış olduğu en büyük olanak olan etkileşim, televizyonun da farklı şekilde konumlanmasına ve kullanılmasına neden olmaktadır. İçeriğin kontrolü yayıncıdan katılımcı seyirciye doğru kaymakta, isteğe bağlı yayın (VOD-Video on Demand), elektronik mektuplaşma, elektronik program akışı ve program seçimi, elektronik ticaret, izle ve öde (pay-per-view), kişisel kayıt sistemi (PVR-personal video recorder), ev bankacılığı, elektronik gazete, interaktif reklamlar, internet ve eğitim hizmetleri gibi yöntemler (O'Driscoll 2008: 10, Srivastava 2002: 79-80) katılımcıların içeriğin akış yönüne ve zamanlamasına müdahale edebilmesini sağlayarak, haber alma, eğlenme, katılma ve sosyal bir ilişkiye dahil olma şeklindeki kullanıcı deneyimlerinin bir parçası olmaktadır. Böylece katılımcılar bir taraftan televizyon yayın akışını izlerken, diğer taraftan her seferinde kendi eylemleriyle değişen bir içerikle karşılaşmaktadır. Daha geniş bir perspektiften yorumlanacak olursa, televizyon izleme ve dinleme deneyimlerimiz sayısal sunum ve televizyon yayıncılığının etkileşimli olma özelliğinin etkisi altında yeni bir iletişim yürüncesine doğru evrimleşmektedir. Dijital medyanın aracılık ettiği bu yeni eğilimler vasıtasıyla kullanıcıların kendilerini yeterince ifade edebileceği, kendi

medya menülerini bireysel olarak oluşturabilecekleri ve enformasyon akışına kendilerinden de bir şeyler katabileceği yeni sunum biçimleri ortaya çıkmaktadır.

2. ETKİLEŞİMLİ TELEVİZYON KAVRAMI

Etkileşimli televizyonu tanımlamaya ve kavramlaştırmaya yönelik çabaların tümü, geleneksel medyadan farklı olarak önemli ölçüde medyanın katılımcısına çok boyutlu iletişim süreci ve geniş bir teknolojik uygulamalar sunabilme özelliğine sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bazı tanımlar televizyonun teknik özellikleri üzerine odaklanırken, bazıları da televizyonu sosyal ve kültürel olgu olarak ele almaktadır. Bazıları ise televizyonu endüstri ya da ticari bir pazar olarak tanımlamaktadır.

Etkileşimli televizyon; televizyon izleyicisinin etkin olduğu, neyi, ne zaman ve nasıl izleyebileceği üzerinde kontrol sağlayabildiği, ileti akış yönünü ve iletişim rollerini değiştirebildiği gelişmiş bir televizyon izleme deneyimidir. İletişim teknolojilerinin en belirgin özelliği hem donanım (hardware) hem de (yazılım) özelliklerine sahip olmasıdır (Grant ve Meadows 2010: 3). Jensen ve Toscan (1999: 16) da etkileşimli televizyonu "hardware ve software özelliklerine sahip iki yönlü televizyon" şeklinde tanımlamaktadır. Donanım özelliği göz önüne alındığında etkileşimli televizyon, iki yönlü iletişime olanak sağlayan ve katılımcısına elektronik program akışı ve program seçimi, elektronik ticaret ve reklam gibi seçenekler sunan bir medya sistemi ya da teknolojidir. Etkileşimli televizyonun yazılım özelliği ise katılımcıya daha geniş çaplı bir kontrol imkanı ve doğrudan giriş ve dönüt alma deneyimi sağlamaktadır. Bu tanımda etkileşimlik, aracın sahip olduğu özelliklerle iki yönlü iletişim, seçim, üretim, kontrol, giriş ve dönüt gibi çevrimiçi interaktif servisler sunarak katılımcının aktif bir şekilde içeriğe dahil edilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Etkileşimli televizyon melez bir kavramdır. Televizyonun yanında telefon hattı, internet hattı ve set-top-box gibi daha fazla cihaz ve teknolojiler içermektedir. Bu kavramsal çerçeve içinde, Kim ve Shawhney'e (2002: 221) göre interaktif medya tarafından sunulan yeni bir eylem özgürlüğü olarak tanımlanan etkileşimlilik, birbirini takip eden dört elementten oluşmaktadır:

1. İletilebilirlik: Ortam üzerinden çeşitli iletişim biçimlerine ulaşılabilmesi. Bir-çok, çok-çok, çok-bir iletişim gibi.
2. Esneklik: Bir birey veya grup tarafından ses-veri-görüntü aktarımı için ortamın esnek kullanımı.
3. Programlanabilirlik: Enformasyon üretim ve dağıtım platformu olarak ortamın kullanımı.
4. Yaratıcılık: Katılımcının kendi iletisini oluşturabilme potansiyeli.

Bu özellikleriyle etkileşimli medya önceden hazırlanmış paket programlar sunan kanallardan çok daha fazlası anlamına gelmektedir. Etkileşimli medya, kullanıcı-sına bilginin üretimi ve değişiminde kontrol sahibi olmasına olanak tanıyan iletişim araçlarının çeşitli katmanlarıyla birlikte bir iletişim platformu sunmaktadır. Etkileşimli televizyon yayıncılığı ilk defa Amerika'da gerçekleştirilmiş olsa da, dünyanın en büyük etkileşimli televizyon program üreticisi İngiltere'dir (Harris 2006: 136). Gawlinsky'e (2003: 3-13) göre bunun temel nedeni İngiltere'de etkileşimli uygulamalar için gerekli olan sayısal televizyon yayıncılığının yaygınlaşmasıdır. İngiltere'de etkileşimli televizyon uygulamaları 1990'lı yıllarda BBC tarafından geliştirilen "red buton - kırmızı düğme" aracılığıyla başlamaktadır. 20. yüzyılın son çeyreğinde başlayan etkileşimli televizyon denemeleri Fransa, İngiltere İspanya ve Almanya gibi birçok Avrupa ülkesine, daha sonra da tüm dünyaya yayılmıştır.

Etkileşimli televizyon yayıncılığı ile izleyicinin merkezi bir enformasyon üreticisi tarafından sunulan ses, veri ve görüntü içeriklerini izlemek yerine istediği içeriği dilediği zamanda izleme özgürlüğüne kavuşması, televizyon endüstrisini de televizyonun hayatımızdaki rolünü de kökten değiştirmektedir. Günümüzde televizyon mobil televizyon yayıncılığından IPTV'ye kadar uzanan bir çeşitlilikte hem dağıtımçı hem de tüketici olmaktadır. 2006 yılında yapılan DCITA raporuna göre, geleneksel medya servislerinin yüzyıllık tarihine yeni dijital teknolojilerin ortaya çıkardığı yeni oyuncular, içerikler, servisler ve dağıtım platformları ile meydan okunmaktadır.

Geleneksel televizyon izleyicilerine göre daha etkin bir konumda yer alan kullanıcı, içerikleri paylaşarak, içerikten seçimler yaparak programın anlatı akış yönünü etkileyebilmektedir. Harris'e (2006: 133) göre kullanıcının sürecin ortak üreticisi haline gelmesi, etkileşimli TV'nin geleneksel televizyonun yerini alması için gereken teknolojik ilerlemenin gerçekleşmiş olduğunun ifadesidir.

3. ETKİLEŞİMLİ TV'NİN SUNDUĞU OLANAKLAR

Çağımızda televizyon yayıncılığının dünyanın en büyük enformasyon ve eğlence altyapılarından biri olduğu göz önünde bulundurulduğunda televizyonun etkileme gücü diğer kitle iletişim araçlarına oranla oldukça yüksektir. Bu yoğun etki izleyicileri tamamen "pasif" bir televizyon izleme eylemi içerisine itmekteydi (Kırık 2010: 50).

Geleneksel televizyon izleyicisi ekran önünde tamamen pasif değildir. İzleyicinin hangi kanalı izleyeceğine karar vermesi, izlerken kanalları değiştirme şansına sahip olması ya da ekrandaki sunumlardan hoşlanması veya hoşlanmaması şeklindeki tutumlar geleneksel televizyon karşısındaki izleyici için interaktif boyutlardır. Ancak bu etkileşim özellikleri geleneksel televizyonu etkileşimli televiz-

yon olarak çağırılmak için yeterli değildir. Etkileşimli televizyon sisteminin yapısı ve işleyişi geleneksel televizyon anlayışından oldukça farklıdır.

Altay'a (2008: 92) göre televizyon yayınlarında dönüşüme olanak sağlayan geniş bant teknolojisi ile bireysel ihtiyaçlara cevap verebilecek içeriklerin sunulmasını mümkün hale getiren etkileşim televizyon yayıncılığı, televizyonu kişiselleştirilmiş bir iletişim aracına dönüştürmektedir. Eğlence ve iletişim servislerini, birçok mobil olmak üzere farklı yeni cihazlarda birleştiren etkileşimli TV video içeriğinin kişiselleştirilmesini sağlayarak, içeriklere herhangi bir yerde ve zamanda erişilebilmesini mümkün kılmıştır.

1950'li yıllardan 2000'li yıllara kadar geçen sürede sayısal televizyon yayıncılığında meydana gelen gelişmeler ve bununla birlikte internet teknolojisinde yaşanan geniş çaplı gelişmeler yepyeni bir sistemin gelişmesine yardımcı olmuştur. Bu teknolojiye dünya genelinde ise Etkileşimli Televizyon adı verilmektedir. Televizyon standartlarının ve donanımlarının teknolojik olarak ilerlemesi ve edilgen medyanın içine etkileşimliliği getiren internet, video, 3D grafik gibi diğer platformlarla birlikte etkileşimli televizyon yayıncılığı ortaya çıkmıştır. Bachmayer (2010: 76) etkileşimli televizyonu geleneksel televizyon yayıncılığın yeni interaktif bilgi ve iletişim teknolojileri ile bir araya gelmesi olarak tanımlanmaktadır. 1990'lardan itibaren elektronik iletişim teknolojileri ile bilgisayarların iletişim alanında yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte televizyon yayıncılığı da önemli bir değişim ve dönüşüm sürecine girmiştir. Geleneksel medyadaki kitle iletişim süreci, internet ile birlikte etkileşimin etkisiyle değişime uğramıştır. İnternet teknolojisi, gösterdiği hızlı gelişim aracılığıyla, geleneksel yayıncılığın hem biçim hem de içerik açısından sorgulanmasında önemli bir rol üstlenmiştir.

Televizyon standart ve donanımların teknolojik olarak ilerlemesi ile birlikte etkileşimli televizyon tek-yönlü-iletişim anlayışı yerine iki-yönlü-iletişim akışını da beraberinde getirmiş ve televizyon yayıncılığında yeni bir dönemin açılmasını sağlamıştır. Etkileşimliliğe izin veren yeni iletişim teknolojileri telefon, internet ve televizyon teknolojilerini birleştirerek eşzamanlı olarak tek kaynaktan tüm iletişim ihtiyaçlarının karşılanmasına olanak sağlamaktadır.

Etkileşim seçenekleri doğrultusunda yapılandırılan televizyon programları kullanıcıların bireysel tercihleri doğrultusunda yönlendirilmektedir. Damassio (2004: 142), kullanıcıya sunulan etkileşim uygulamalarına ait bu tercihleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Kullanıcı katılımı
- Çok kanallı iletim
- Zaman atlamalı yayın

- İçeriğin bireyselleştirilmesi
- Kullanıcı – kullanıcı etkileşimi
- Kullanıcı – içerik etkileşimi
- İsteğe bağlı içerik

Kullanıcı katılımı: Katılımcı izleyici, içerik düzenleme sürecine dahil olmalıdır. Katılımcıya maç skorlarının gösterimi, farklı kamera açılarından seçim yapma, yarışma programlarına yarışmacı olarak katılma gibi olanaklar tanınmasıyla katılımcı içeriğe kendi zevklerini katarak kendi izleme üslubuyla devam edecektir.

Çok kanallı iletim: Kullanıcının (açılır-kapanır diyalog pencereler, pop-up bağlantılar, ekranı ikiye bölerek eşzamanlı video izlemek ya da SMS aracılığıyla görüşlerini paylaşma gibi) farklı görsel ve işitsel bileşenlere sahip olan çoklu anlatıcılar üzerinden seçim yapmasını sağlayarak, kişisel tercihlerle oluşmuş benzersiz bir televizyon izleme etkinliğini elde etmesi olduğu düşünülmektedir.

Zaman atlamalı yayın: Etkileşimli televizyonun sahip olduğu kişisel video kayıt teknolojisi içeriğin yerel depolama aracına kaydedilerek istenildiği zaman izlenmesini sağlamaktadır.

İçeriğin bireyselleştirilmesi: Etkileşimli televizyonda anlatı menü seçimlik bir anlatıma sahip olduğu için içeriğin zamanı, hızı ve biçimi her defasında kullanıcının kararına göre şekillenmektedir. Kişiselleştirilebilirlik ve isteğe uyarlanma özellikleri etkileşimli ortamların yaygın ve dinamik öğeleridir.

Kullanıcı-kullanıcı etkileşimi: İki veya daha çok sayıdaki kullanıcının teknoloji aracılığıyla birbirleriyle etkileşim ve iletişim içerisinde bulunmasını içeren bir kavramdır. Etkileşimli televizyon uygulamalarında yayın akışı esnasında katılımcılar diğer katılımcılarla sohbet edebilmekte, elektronik postalarına bakabilmekte ve tartışma grupları gibi bir iletişim aracılığıyla ileti alış-verişinde bulunabilmektedirler (Galley 2004: 394).

Kullanıcı-içerik etkileşimi: Kullanıcının iletişim aracının sunduğu analog-sayısal belgeler, ekran arayüzü ve bunların üreticileriyle etkileşim içerisinde bulunmasını sağlayan hizmetleri içermektedir (Galley 2004: 394). Etkileşimli televizyon programlarında kullanıcı görsel ve işitsel içeriğe erişebilmekte ve içeriği düzenleyebilmektedir.

İsteğe bağlı içerik: Video on Demand-VOD (İsteğe Bağlı Görüntü) ve Music on Demand (İsteğe Bağlı Müzik) hizmetlerinde izleyici, istediği içeriği seçip izleyebilir/dinleyebilir ve başlatma, durdurma, duraklatma, geri sarma ve hızlı ileri

sarma komutlarını kendi yaparak içeriğin akışını kontrol edebilir (Kesim 2013: 33).

Geleneksel televizyon izleyicilerine göre daha etkin bir konumda yer alan kullanıcı, içerikleri paylaşarak, içerikten seçimler yaparak programın anlatı akış yönünü etkileyebilmektedir. Harris'e (2006: 133) göre kullanıcının sürecin ortak üreticisi haline gelmesi, etkileşimli TV'nin geleneksel televizyonun yerini alması için gereken teknolojik ilerlemenin gerçekleşmiş olduğunun ifadesidir.

Etkileşimli televizyon uygulamaları katılımcının kamera açılarını değiştirerek izlemelerine, oylama, istediği an programı durdurmalarına, oyunların skorlarını tahmin etmelerine, beğendikleri ürünün siparişini vermelerine ve oyun sırasında meydana gelen olaylara ilişkin yorumlar yapmalarına olanak sağlamaktadır.

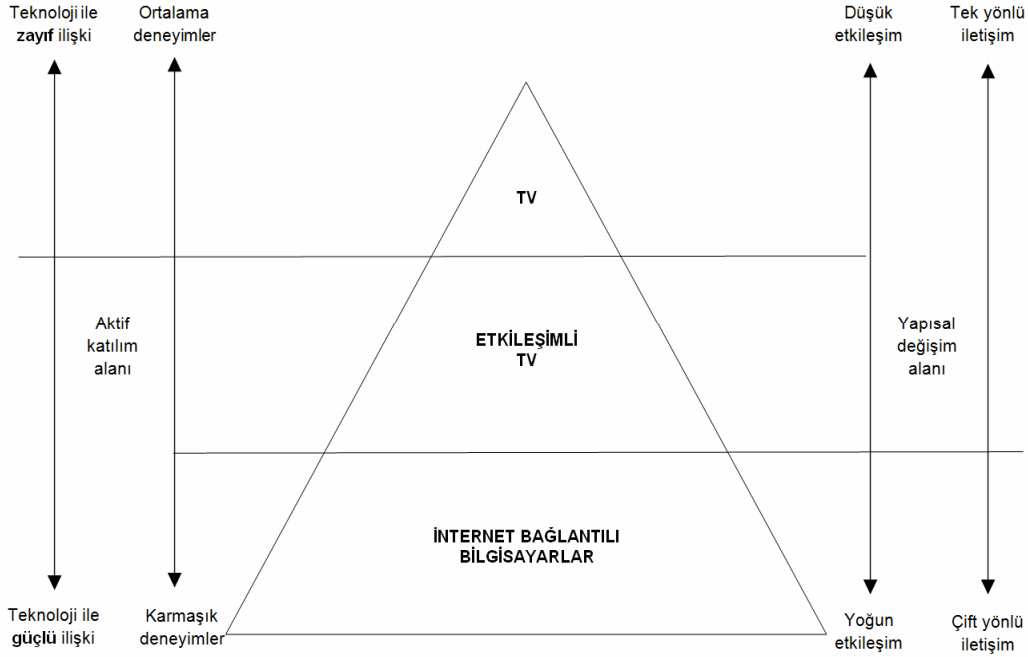
Cherry'e (1977: 112) göre yeni medyanın etkisi, kullanıcıya yeni eylem özgürlükleri sunup sunmadığına, eski kısıtlamaların kaldırılmasına ve insanların yenilikleri kullanarak yeni biçimde hareket edebilmesine bağlıdır. Televizyon yayıncılığında sayısallaşmanın, televizyon izleyicisine sağladığı en büyük kazanç etkileşimdir. Etkileşimli televizyon yayıncılığı ile birlikte izleyiciler pasiflikten çıkarak daha aktif bir sürecin içine girmektedir.

4. ETKİLEŞİMLİ TELEVİZYONUN AKTİF İZLEYİCİLERİ

Televizyonun etkileşimli hale gelmesi ile birlikte izleyici ve tüketici kavramları da değişime uğramıştır. Etkileşimli programlar aracılığıyla televizyon izleme eylemi köklü olarak değiştirmektedir. Napoli'ye (2011: 140) göre etkileşimlilik, yayıncı-içerik-izleyici ilişkisinde yeni bir gerginlik yaratmaktadır. Bu teknolojik değişim içerik sağlayıcı ve izleyici arasındaki ayrımı ağırlıklı olarak bulanıklaştırmaktadır. Etkileşimlilik olgusuyla geleneksel televizyonun edilgen izleyicisi, etkin bir rol üstlenen kullanıcıya hatta katılımcıya dönüşmektedir.

Yüzer ve Kurubacak (2006: 50) ve Rafaeli'ye (1988: 121) göre, etkileşimli televizyon karşısında bulunan bir kişiyi, geleneksel televizyon izleyicileri ve bilgisayar monitörü karşısındaki kullanıcılardan ayırmak için etkileşimli televizyon kullanıcısının aslında "katılımcı" olarak tanımlanması gerekmektedir. Çünkü seyirci terimi geleneksel televizyon ile özdeşleştirilir ve geleneksel televizyon izleyicileri programı yönlendirebilme şansına sahip değildir, kullanıcı terimi ise daha üst düzeyde bir etkileşim uygulaması içermektedir. Bilgisayar uygulamaları kullanıcı kavramını karşılayabilmektedir. Dolayısıyla etkileşimli televizyon üyelerinin "katılımcı izleyici" veya "katılımcı seyirci" kavramlarıyla tanımlanması etkileşimli televizyon uygulamalarına katılan üyelerin, etkileşimli süreç üzerindeki tepkilerini anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Geleneksel televizyon, etkileşimli televizyon ve bilgisayar aracılığıyla gerçekleştirilen etkileşimli uygulamalar arasındaki ilişki Şekil 1’de verilmektedir.



Şekil 1. Televizyon, Etkileşimli Televizyon ve Bilgisayar Arasındaki İlişki

Kaynak: Yüzer ve Kurubacak 2006: 51.

Şekil 1’e göre geleneksel televizyon izleyicisi etkileşimin en düşük düzeyinde yer almaktadır. İzleyici biçim veya içerik ile değil televizyon cihazı ile sadece açma, kapama, ses seviyesini ayarlama, görüntünün parlaklık, doygunluk, zıtlık gibi niteliklerini değiştirme veya kanal değiştirme biçiminde etkileşim içerisinde bulunmaktadır. Tek yönlü iletişimin etkinliğinin gerçekleştiği televizyon uygulamalarında teknoloji kullanımı da çok fazla bilgi gerektirmeyen, basit boyutta gerçekleşmektedir. Etkileşimli televizyon uygulamalarına gelindiğinde seyirci kontrolünün açma, kapama ya da kanal değiştirme gibi eylemlerle sınırlandırılmadığı daha yüksek düzeyli bir etkileşimi gerçekleştirdiği görülmektedir. Çift yönlü ileti akışına izin veren etkileşimli iletişimde seyirci geleneksel televizyona göre daha karmaşık kullanım deneyimi yaşamaktadır. En yüksek düzeyde etkileşimli iletişime izin veren teknoloji ise bilgisayardır. Kullanıcılarının içerik üzerinde çok güçlü bir şekilde kontrol sağlayabildiği cihazlar, aynı zamanda karmaşık yapıya da sahiptir. Bu nedenle kullanımı diğerlerine göre daha zor olabilmektedir. Geleneksel televizyon izleyicisi tek yönlü iletişim aracı olan televizyonda kanal değiştirme, televizyonu açma kapama gibi çok düşük düzeyde etkileşim içerisinde

bulunabilmektedir. Etkileşimli televizyon ile sağlanan etkileşim düzeyi daha yüksek olduğundan izleyici içeriğe, sunumun biçimine ve iletilerin akışına doğrudan katılma şansına sahiptir.

İletilerin tek kaynaktan biçimlendirilmesine dayalı olduğu geleneksel yayıncılıkta, izleyicinin eşzamanlı olarak anında geri bildirim yapmasına ve iletişim sürecine katkı yapmasına izin verilmemektedir. Bunun aksini sağlayacak etkileşimli televizyon yayıncılığında izleyici sunulan içerik üzerinde değişiklik yapma, programın olaylar kurgusunu yönlendirebilme gibi kontrollere sahip olarak programlar önünde daha aktif konumdadır.

Uzaktan kumanda aracılığı ile belli bir mesafeden izlenen ve izleyicisine oldukça kısıtlı etkileşim olanakları sunan geleneksel televizyonun aksine, etkileşimli televizyon kullanıcılarına bilgisayar, oyun konsolları, kişisel video kayıtları ve mobil cihazlar gibi dijital medya araçları ile daha geniş etkileşim olanakları sunmaktadır. Cauberghe ve De Pelsmacker (2006: 23) göre etkileşimli televizyon pasif, doğrusal ve eğlence odaklı izleyici anlayışından katılımcı, doğrusal olmayan, bilgilence ve talep eden çift yönlü iletişim yayıncılığına geçişi temsil etmektedir.

Bugünün kullanıcıları etkileşimli çoklu ortam araçları tarafından örülmüş bir ağda yaşamaktadır. Kablolulu veya kablosuz olarak birbirine bağlanmış çok sayıda yakınsak teknolojileri, kullanıcılarına iç içe geçen bu etkileşimli yapı üzerinde (televizyon izlerken bir taraftan da mailleri okumak gibi) çok yönlü uygulama seçenekleri sunmaktadır.

Televizyon izlerken elektronik postalara bakmak, sosyal ağlarda gezinmek ya da içerikle ilgili ek bilgilere ulaşmak şeklindeki artan davranışsal eğilimler kullanıcıyı geleneksel televizyonu izleme alışkanlığı olan 'geriye yaslanma' (leanback) modelinden, etkileşimli uygulamalar ile daha aktif bir izleme eylemini gerektiren 'öne eğilme' (leanforward) modeline dönüştürmektedir (Midgley 2008).

Televizyon yayıncılığında teknolojinin getirmiş olduğu dijital video kayıt cihazları (DVR), elektronik program rehberleri ve VOD gibi teknik olanaklar sonucunda televizyon ekranıyla gerçekleştirilen etkileşimli uygulamalar aile üyeleriyle birlikte paylaşılan izleme eylemi olmasının yanında, bireysel izleme deneyimlerinin gerçekleştirilebileceği ve yönlendirebileceği araçlar haline gelmiştir. Bu durum etkileşimli uygulamaların başarısını ve benimsenmesini arttırmaktadır.

Etkileşimli içeriklerde kullanıcı sadece bir içerik alıcısı olarak rol oynamamaktadır. Akış yayıncılığının sunduğu içeriklerin aksine, etkileşimli içerikler kullanıcısının katkılarını da anlatıya dahil ederek edilgen izleyicilerin aktif birer katılımcıya dönüşmelerini sağlamaktadır.

SONUÇ

Televizyon günümüzde sayısal dönüşümün etkisiyle katılımcının isteğine bağlı olarak yönlendirilebilen, doğrusal olmayan, bilgilenceyi (infotainment) ağırlıklı kullanılan, ortam içeriğinin kişiselleştirilebildiği çift yönlü iletişim platformu haline gelmiştir. Televizyon artık katılımcı izleyicinin kendi televizyon programını ya da içeriklerini kendi mini stüdyosunda oluşturabildiği, gerçek zamanlı olarak bir ağ ortamında bu içerikleri paylaşma olanağı bulabildiği enformasyon arama, eğlenme ve iletişim amacıyla kullandığı ve yönlendirdiği bir cihaz olarak konumlanmaktadır. Etkileşimli ortam için kullanılacak anlatı akışı; doğrusal olmayan süreçte kullanıcı tercihleriyle alternatif senaryoların desteklendiği, web tabanlı sistemler aracılığıyla içeriklerin üretilip, paylaşıldığı ve kullanıcının sosyal ve psikolojik arzularını dışa vurabildiği uygulamalar doğrultusunda tasarlanmaktadır. İletilerin tek kaynaktan biçimlendirilmesine dayanan soğuk yüzlü geleneksel televizyon izleme web tabanlı televizyon sistemlerindeki güncel trendlerle güçlendirilmekte ve kullanıcı dostu teknolojik uygulamalar ile sosyal iletişimi mümkün kılan izleme biçimine dönüşmektedir.

Sonuç olarak interaktif yayınlar geleneksel medyanın oluşturduğu norm ve pratikleri değiştirmektedir. Dijital medya ile birlikte yeni formatlar değişen izleyici ve yayıncı gereksinimlerine fazlasıyla cevap vermektedir. Dolayısıyla etkileşimli televizyon yayıncılığının başarıyla yaygınlaşabilmesi için, pasif bir izleyici konumundan aktif konuma geçen izleyici beklentilerini anlayarak izleyicilerin seçim yelpazesinin genişletilmesinin hedeflenmesi, yayınların giderek etkileşimli bir boyut kazanması amacıyla hizmet edebilmek için kişiye özel abonelik sistemlerin geliştirilmesini sağlamak ayrıca zamanı ve teknolojiyi doğru kullanabilmek gerekir.

KAYNAKLAR

Altay M (2008) Bugün Kullandığımız Televizyondan Daha Fazlası, İ. Yerlikaya (der), Birey Eksenli İnteraktif Yayıncılık IPTV, RTÜK ve TBD, Ankara, 91-107.

Bachmayer S, Lugmayr A ve Kotsis G (2010) Convergence of Collaborative Web Approaches and Interactive TV Program Formats, International Journal of Web Information Systems, 6(1), 74-94.

Castells M (2005) Ağ Toplumunun Yükselişi. Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum, Kültür, Ebru Kılıç (çev), Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Cauberghe V ve De Pelsmacker P (2006) Opportunities and Thresholds for Advertising on Interactive Digital TV: A View from Advertising Professionals, Journal of Interactive Advertising, 7(1), 25-40.

Cherry C (1977) The Telephone System: Creator of Mobility and Social Change, I de S Pool (ed), The Social Impact of Telephone, MIT Press, Cambridge, 112-126.

Damasio C, Celia Q ve Andre F (2004) Interactive Television Usage and Applications: The Portuguese Case - Study, *Computers & Graphics*, 28, 139-148.

Department of Communication, Information Technology and the Arts, Australian Government (2006) Meeting the Digital Challenge: Reforming Australia's Media in the Digital Age, www.archive.dcita.gov.au/__data/assets/pdf_file, erişim tarihi: 05.05.2013.

Durmaz A (1999) Dijital Televizyonun Teknik Temelleri, Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, Eskişehir.

Galley S J (2010) Interactivity-as-Product and Interactivity-as-Process, *The Information Society*, 20(5), 391-394.

Grant A E ve Meadows J H (2010) Communication Technology Update and Fundamentals, A E Grant ve J Meadows (eds), 12.bs, FocalPress, USA.

Gawlinski M (2003) Interactive Television Production, FocalPress, England.

Harris C (2006) Interactive Television, A E Grant ve J Meadows (eds), *Communication Technology Update*, FocalPress, Oxford, 132-143.

Jensen J F ve Toscan C (1999) Interactive Television: TV of the Future or the Future of TV?, Aalborg University Press, Aalborg.

Kesim M (2013) Etkileşimli Televizyon, T V Yüzer ve M E Mutlu (eds), *Yeni İletişim Teknolojileri*, A. Ü. Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 24-46.

Kırık A M (2010) Etkileşimli Televizyon, Anahtar Kitaplar, İstanbul.

Kim P ve Sawhney H (2002) A Machine-Like New Medium-Theoretical Examination of Interactive TV, *Media & Culture and Society*, 24(2), 217-233.

Lister M, Dovey J, Giddings S, Grant I and Kelly K (2009) *New Media: A Critical Introduction*, Routledge, London.

Midgley N (2008) Do You Lean Forward or Lean Back? www.telegraph.co.uk/news/2553850/Commentary-Do-you-lean-forward-or-lean-back.html, erişim tarihi: 14.08.2013.

Napoli P M (2011) *Audience Evolution*, Columbia University Press, New York.

O'driscoll G (2008) *Next Generation IPTV Services and Technologies*, Wiley Publication, Canada.

Özçağlayan M (1998) *Yeni İletişim ve Teknolojileri ve Değişim*, Alfa Yayınları, İstanbul.

Pearce C (1997) *The Interactive Book*, Macmillian Publishing, Indianapolis.

Srivastava H O (2002) *Interactive TV Technology and Markets*, Artech House, Norwood.

Rafaeli S (1988) Interactivity: From New Media to Communication, R P Hawkins, J M Wiemann ve S Pingree (eds), *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Process*, Newbury Park, Sage, 110-134.

Varey R J (2004) Informational and Communicational Explanations of Corporations as Interaction Systems, M Wiberg (ed), *Interaction Society: Theories, Practice and Supportive Technologies*, Information Science Publishing, USA, 139-170.

Yüzer V ve Kurubacak G (2006) The Dynamics of Interactive Television (ITV) in a Changing World, *International Communication Bulletin*, 41, (3-4), 48-60.