

## Dijital Ekonominin İletişim Endüstrileri Üzerine Etkileri, Değişen Tüketici Tercihleri Ve Yeni Bir İzleyici Kültürünün Doğuşu

**Yrd. Doç. Dr. Serhat BAŞTAN**

*Celal Bayar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Manisa*

### **ÖZET**

*İletişim endüstrileri sayısallaşan ve birleşen gelişmiş bir teknolojik altyapının üzerine oturmaktadır. Bu altyapıdaki teknik gelişmeler radyo, televizyon ve internet yayıncılığı, sinema, haber toplama ve yayma ile telekomünikasyon gibi değişik alanlarda faaliyet gösteren şirketlerin sektörlerarası yeni hizmet türlerine yönelmelerini sağlamaktadır. Ayrıca yeni iletişim araçlarıyla ilgili kullanıcı tercihlerindeki değişiklikler, iletişim teknolojileri ve endüstrileri arasındaki birleşmeleri teşvik etmektedir. Diğer taraftan, iletişim alanındaki gelişmeler de kullanıcı tercihlerini etkileyerek, yeni bir izleme kültürünün doğmasına yol açmaktadır. Bu teorik temelde bu çalışmayla, iletişim alanının değişik teknolojik ve ekonomik boyutları üzerinde bir inceleme yapılmakta, teknolojik ve endüstriyel gelişmelerle tüketici tercihlerinin değişmesini kapsayan öngörülerde bulunmaktadır.*

***Anahtar Kavramlar:** Dijital radyo ve televizyon, bilgisayar teknolojisi ve internet, telekomünikasyon, dijital ekonomi, endüstriyel birleşmeler, içerik entegrasyonu, yeni izleyici tercihleri.*

### **Effects Of Digital Economy On Communication Industries, Changing Consumer Preferences And The Birth Of A New Audience Culture**

### **ABSTRACT**

*Communication industries are based on digitalized and merged modern technological infrastructures. Technical improvements in this infrastructure have been impelling the proactive firms, which are running in the fields of radio and television broadcasting, internet publishing, movies, news gathering and distribution, telecommunication, towards new genre of inter-sectoral services. Changing in preferences of user concerning new communication media have also been encouraging convergence among communication industries. Besides, advancements in the field of communication have been bringing about the birth of a new audience culture through influencing preferences of the users. This study that framed by said theoretical basis reviews different technological and economic aspects of the communication landscape and forecasts regarding the technological and industrial developments and changing in consumer preference.*

***Key Words:** Digital radio and television, computer technology and internet, telecommunications, digital economy, industrial convergence, integration of content, new audience preferences.*

### **Giriş**

Kitlesele ölçekte enformasyon dağıtımının ve bilgi paylaşımının, günümüz toplumlarının temel yaşam çevrelerine nüfuzu giderek daha fazla sayıda akademik ilginin ve tartışmanın iletişim sektörü üzerine odaklanmasına yol açmaktadır. Bu tartışmaların tekno-karşıtlık veya tekno-tarafgirlik halinde dile getiriliş biçimleri, bazen çağımızın temel sorunlarının irdelenmesinde insanı özne olmaktan çıkarmaktadır. Genellikle teknoloji tutkunluğu ile karşıtlığı arasında gidip gelen

düşünce tarzlarının, çevremizi saran araçların, kullanıcıların tercihlerinden bağımsız olarak hiçbir yarar sağlamayacağını veya zarara yol açmayacağını önemsememeleri hayret vericidir. Halbuki iletişim endüstrilerinin değişmesiyle bu endüstrilerin çıktılarını izleyen kitlelerin tercihlerinin değişmesi arasında doğrudan bir ilinti bulunmaktadır. İletişim teknolojilerindeki ve sektörlerindeki gelişmelerle izleme kültürünün karşılıklı etkileşimi, çağımızın bilgi edinme ve haberleşme etkinliklerini şekillendiren ana eksenini oluşturmaktadır. Yoksa sadece iletişim teknolojilerindeki ilerleme yaşamlarımızı tek başına değiştirmemektedir.

Gelişmesi 1950'lerden beri süren, ancak özellikle son on-onbeş yılda aniden yaygınlaşan dijital elektronik bilgi işleme, iletme ve saklama araçları; kitle iletişim, telekomünikasyon ve bilişim endüstrilerinin birbirlerine yaklaşmasına ve bu sektörler arasındaki sınırların belirginliğini yitirmesine neden olmuştur. Dijital radyo ve televizyon, dijital video, internet, mobil iletişim gibi teknolojilerin popülerliği sayesinde bu endüstrilerin birkaçının üstünde veya arasında faaliyete ilgi gösteren girişimlerin sayısı hızla artmıştır. Serbest pazar sistemlerinin doğası ve yoğunlaşan rekabetin yol açtığı yeni arayışlarla bu ürünleri kullanan kitlelerin ilgileri, yenilikçi ekonomi politikalarını ve üretim stratejilerini teşvik etmiştir. Böylece tüketici tercihlerinin endüstrileri, endüstrilerin teknolojileri, teknolojilerin de tüketici tercihlerini etkilediği sürekli bir döngü, içinde bulunduğumuz dönemin iletişim alanına bugünkü biçimini vermiştir. Gelecekte de bu döngünün, geleneksel olarak kitle iletişim, telekomünikasyon ve bilişim olmak üzere üçe ayrılmış olan iletişim sektörlerini birbirine daha da yaklaştırarak süreceği tahmin edilmektedir.

Bu çerçevede bu çalışmayla, önce iletişim endüstrilerini etkileyen teknolojik gelişmelerin geçmişi gözden geçirildikten sonra, iletişim endüstrilerinin bugünkü durumunun bir analizi yapılmaktadır. Ardından da bu teknoloji-endüstri ilişkisine bağlı olarak izleyici/kullanıcı/tüketici profiline iletişim araçlarıyla yeni etkileşim biçimleri irdelenmektedir. Böylece eğlence, haber arama-alma ve iletişim süreçlerine katılım davranış kalıplarının teknoloji kökenli genel hatları çizilmektedir. Her ne kadar konuların temel başlıkları radyo, televizyon ve internet gibi elektronik kitle iletişim teknolojileri, endüstrileri ve izleyicileri üzerine odaklansa da; iletişim alanının iç içe geçmişliği nedeniyle, konu içerikleri, diğer iletişim alanlarını dikkate alacak şekilde işlenmek zorundadır. Bu durum, kitle iletişim endüstrisiyle diğer iletişim endüstrileri arasındaki sınırların yok oluşunun bir yansıması olarak değerlendirilmelidir.

## **I. İletişim Endüstrilerini Etkileyen Teknolojik Gelişmeler**

Son yıllarda iletişim alanı radikal değişikliklere konu olmaktadır. İletişim sektörü iletişimin farklı uygulama biçimlerini kapsayacak şekilde telekomünikasyon, yayıncılık ve enformasyon teknolojileri olmak üzere geleneksel bir bölümlenmeyle üçe ayrılmaktadır. Bu sektörel ayırım sadece kullanılan farklı teknolojilerden değil, politik ve düzenleyici müdahaleler ile ekonomik kaygılardan da kaynaklanmaktadır. Bugün sayısallaşma, ses ve video kodlama teknikleri, bilgisayarlaşma ve genişbantlı iletim altyapıları gibi

teknolojik yenilikler sektörel sınırları aşan hizmet dağıtımını mümkün hale getirmiştir. Bu durum yeni politik ve hukuki düzenlemeleri zorunlu hale getirmekte ve iletişim sektörlerindeki mevcut düzenleyici çerçevenin yeniden düşünülmesi ve tasarlanması gerekliliğini ortaya koymaktadır (Tadayoni ve Skouby, 1999: 176). İletişim hizmetlerinin birbiriyle içiçe geçmesini, hukuksal ve endüstriyel anlamda yeni bir düzenleyici çerçevenin oluşturulmasını takip eden yeni koşullar, doğrudan kültürel etkiler oluşturacak bir dönemin başlangıcını tetikleyecektir.

Uzun yıllar enformasyon işleme işi bilginin dijital kodlara (0 ve 1'lere) indirgenmesini sağlayan tekniklerle gerçekleştirilirken, enformasyon ileme işi eski analog<sup>(\*)</sup> yöntemlerle sürdürülmüştür. Bu temel farklılık, radyo ve televizyon yayıncılığı ile enformasyon teknolojilerinin tarihi seyrinin 1990'lı yılların sonuna kadar farklı kulvarlarda akmasına yol açmıştır. Bugün yayıncılık, dijital ses yayını (digital audio broadcasting-DAB) ve dijital video yayını (digital video broadcasting - DVB) tekniklerinin geleneksel analog yayın tekniklerinin yerini almasıyla hızlı bir şekilde sayısallaşmaya başlamıştır. Kayıt, kurgu ve iletim araçlarından kullanıcıların evlerindeki alıcılara kadar bütün üretim zincirinin tam sayısallaşmasının önümüzdeki 15 yıla kadar tamamlanacağı tahmin edilmektedir (Tadayoni ve Skouby, 1999: 176). Bu hızlı geçişin temel nedeni, bilgisayar ve enformasyon teknolojilerinin bilgi işlem süreçlerinde sağladıkları esneklik, kesinlik, yüksek nitelikli sonuç ve düşük maliyet avantajlarının iletişim alanında da uygulanabilir hale gelmesidir. Böylece bilgisayar, telekomünikasyon ve elektronik kitle iletişim sistemleri, aralarındaki sınırların netliğini kaybetmesiyle, iç içe geçmiş dijital enformasyon ağlarının oluşturduğu tek bir potada erimeye başlamıştır. Çok yeni tekniklerde neyin bilgisayar, neyin telekomünikasyon ve neyin elektronik kitle iletişim sistemleri ile ilgili olduğunu tanımlamak giderek zorlaşmaktadır. Sözelimi, İnternet üzerinden gerçekleştirilen streaming video yayınları, dijital televizyon ve radyo yayınları ile her iki alanda da kullanılan MPEG video sıkıştırma tekniklerinin hangi sektörlerle ait olduğunu kestirmek çok güçtür. Bu yüzden söz konusu alanlarla ilgili sistematik bir düşünme biçimi ve gerçekçi bir yaklaşım geliştirmek için önce eski üçlü ayrımı bir kenara bırakmakta yarar vardır. Temelde klasik ayrımın üç alanında da elektromanyetizmanın keşfinin ve etkin kullanımının başladığı dönemlerde birleşen ortak bir geçmiş bulunmaktadır. Bunlardan bilgisayarların bilgiyi işleme biçimlerinin (dijital yöntemler) gösterdiği temel teknolojik farklılık, günümüzde aynı işlem biçiminin diğer iki alan tarafından da yaygın olarak kullanılmaya başlamasıyla ortadan kalkmıştır.

1920'li yıllarda Matematikçi Alan Turing'in teorik olarak betimlediği, düşünen bir makine (Evrensel Turing Makinesi) yapma fikri, İkinci Dünya Savaşı

---

(\*) Analog (örneksel), kaynağındaki biçimiyle kaydedilebilen, saklanabilen, işlenebilen ve iletilebilen bilgidir. Dijital bilgi 0 ve 1 rakamlarının kombinasyonları ile tanımlanırken, analog bilgi bir elektrik akımı gibi sürekli değişen sinyaller tarafından oluşturulur. Dolayısıyla dijital bilgide sadece 0 ve 1'ler, analog bilgide ise sayısız ara değerler bulunmaktadır. Sonuç olarak, dijital tekniklerle bilgi işlemek ve iletmek kolay ve esnek, analog tekniklerle zor ve hantaldır.

yıllarında ilk şifre çözme aygıtlarıyla hayat bulmaya başlamıştır (Penrose, 1997: 40). Savaş yıllarının zorlu koşulları, bugünkü bilgi ve iletişim ağlarının geliştirilmesinde teorik ve uygulamalı çalışmaları güdülemiştir. Hemen savaşın ardından gelen Amerikan ev elektroniğine, iş ve ofis araçlarına dönük talepler ile telekomünikasyon şebekelerinin geliştirilmesi arzusu, 1947 yılında ilk transistörün bulunmasını sağlamıştır. Telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar transistörü ilk önce telefon anahtarlama sistemlerinde kullanmaya başlamıştır. Sony'nin taşınabilir hafif radyosu sonradan bu önemli buluşun ilk ticari uygulaması olmuştur. Ardından transistör, vakum tüplerin kısa çalışma ömürlerinden ve sınırlı kapasitelerinden kaynaklanan nedenlerle elektronik bilgisayarların ömrünü ve hesaplama gücünü arttırmak üzere başka bir uygulama alanı daha bulmuştur. 1956'da ilk transistörlü bilgisayarın ortaya çıkışının ardından, bilgisayarların boyutları adım adım küçülmeye başlamış ve sonunda gelişen hesaplama güçleri ile pratik hale gelen özellikleri sayesinde büyük ölçekli araştırma merkezlerinden ve askeri tesislerden çıkarak, bankalar ve sigorta şirketleri gibi ticari alanlara doğru yayılmıştır.

Kumdan çok yüksek ısıda elde edilen silikon hammaddesi ile yeniden tasarlanan transistörler, giderek hem daha fazla sayıda işlem yapabilecek elektronik devre içermeye başlamış, hem de ucuzlamıştır. Katı hal fiziğinin silikon çiplerin yarı-iletken özelliklerini kullanarak mekanik devrelerin işini elektrona aktarmayı başarması, belki de yirminci yüzyıl'ın ikinci yarısındaki en önemli teknolojik sıçramalardan biridir. 1950'lerin sonlarında modern mikroçiplerin atası olarak kabul edilen entegre devreler geliştirilmiştir. Entegre devreler, rezistör, kondansatör, amplifikatör gibi bir dizi elektronik bileşeni bir silikon parçası üzerinde birleştirmiştir. Sonuç, elektrik devrelerinin daha da ufalması olmuştur ki, bu, transistörün neden olduğu küçülme ile birlikte giden çok değerli bir başka teknik ilerleme olarak kabul edilmektedir (Reinecke, 1992: 44).

Entegre devrelerde kullanılan bileşen ve katmanların giderek daha küçük hacimlerde ve daha çok sayıda bir araya getirilmesi ile elde edilen bu gelişmeye mikrominyatürleşme denilmektedir. Mikrominyatürleşme, çip teknolojisinin ürünlerinin fiyatını yıldan yıla düşürmüştür; diğer yönde artan bileşen sayısı, entegre devrelerin ve mikroçiplerin işlem hızını yükseltmiştir. Bu gelişme, günümüzün en önemli mikroçip üreticilerinden biri olan Intel firmasının kurucusu Gordon Moore'a, 1965'te dile getirdiği Moore Yasası için ilham vermiştir. Moore, bir entegre devre içindeki bileşen sayısının 1959'dan 1965'e kadar her yıl ikiye katlanarak geliştiğini gözlemiş ve bu gelişmenin ilerleyen yıllarda da süreceğini ileri sürmüştür. On yıl sonra, daha karmaşık çiplerde ikiye katlanma oranının iki yılda bir gerçekleşeceğine dair yeni bir formülasyonda bulunmuştur. Bugün değişkenlik göstermekle birlikte ortalama olarak 18 ayda bir, mikro işlemcilerin içindeki bileşenlerin ikiye katlandığı gözlenmektedir (Ayres ve Williams, 2004: 4). Bugün masalarımızı süsleyen kişisel bilgisayarların merkezi işlem ünitelerinde ortalama 42 milyon bileşen bulunmaktadır. Mikrominyatürleşmenin bir sonucu olarak, birden çok kullanıcının paylaştığı büyük merkezi bilgisayar sistemleri ile başlayan bilgisayarın donanım macerası, bugün bir ağa bağlı kişisel ya da

masaüstü bilgisayar kullanımı yönünde evrimleşmiştir (Cotton ve Oliver, 1998: 131). Ayrıca güç tüketim talepleri azalan ve boyutları küçülen yapılar sayesinde, dizüstü ve palm book gibi yeni türden kişisel bilgisayarların kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır.

Bilgisayar donanımındaki gelişmelerle yazılım alanındaki yenilikler de paralel gitmiştir. Hatta bazı durumlarda yazılımlardan kaynaklanan donanım talepleri, bilgisayar bileşenlerinin geliştirilmesinde endüstriyel bir itici güç olmuştur. Örneğin, üç boyutlu bilgisayar oyunlarının donanımsal yüksek performans gereksinimi grafik işlemcilerin, hızlı hafıza çiplerinin, yüksek kapasiteli depolama araçlarının ve nitelikli monitörlerin geliştirilmesinde belirleyici faktörlerin başında yer almıştır. İşletim sistemi ve uygulama yazılımlarının işlevsel yeteneklerindeki artış, büyük ölçüde yazılım geliştirme dillerindeki evrime bağımlı olarak seyretmiştir. İlk bilgisayarlar makine dili denilen kodlama sistemleri ile programlanmışlardır. Ardından sembolik assembler dilleri ile FORTRAN (1957), ALGOL (1958), COBOL (1960) ve BASIC (1964), C (1972) gibi yüksek düzey diller geliştirilmiştir. Bu dillerden bir kısmının nesne tabanlı programlamaya doğru geçişi ile bilgisayar ile kullanıcısı arasında görsel etkileşim sağlayacak grafik arayüzlerin tasarımı esneklik kazanmıştır. Bu aşama çok önemlidir. Çünkü grafik arayüzlü program tasarımlarının yaygınlaşması, kişisel bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasını da tetikleyen en önemli unsurlardan birisi olmuştur. Bugün geliştirilen platformdan bağımsız programlama dilleri, sadece belirli türdeki donanım standartları için değil, farklı bilgisayarlar veya bilgisayar benzeri aygıtlar arasında veri iletişimi, web bağlantısı ve ortak çalıştırılabilir programlar geliştirmek için önem kazanmaya başlamıştır. Yazılım dillerinin bu evrimi ofis otomasyonundan multimedya kadar on binlerce uygulama yazılımının geliştirilmesine ve sürekli güncellenerek yeni işlevlerle donatılmasına olanak vermiştir.

Bugün televizyon ve radyo yayıncılığının önemli ölçüde bilgisayar temelli kurgu, grafik ve yayın sistemlerine bağlı hale gelmesinde, yukarıda irdelenen donanım ve yazılım teknolojilerindeki kapasite ve yetenek artışlarının rolü belirleyici olmuştur. Ses ve video verileri, yakın geçmişe kadar bilgisayar endüstrisinin üretebildiği donanım ve yazılım sistemlerinin işleyemeyeceği kadar büyük hacimli veri işleme, depolama ve iletme kapasitelerine ihtiyaç duymuştur. Ancak 1990'lardan sonra, hareketli görüntülerle sesin bilgisayar teknolojisi ile kolayca işlenebileceği teknikler (video sıkıştırma, yüksek hızlı ve kapasiteli diskler ile işlemciler, gelişmiş video işleme programları gibi) yaygınlaşmıştır. Teknolojik koşullar elverdikten sonra, radyo ve televizyon yayıncılığı üretim sistemlerinde bilgisayar temelli tekniklerin esnekliğinden ve yüksek nitelikli çıktılarından yararlanmak istemiştir. Geleceğin yayıncılığının kabaca video ve ses halinde bir bilgisayar verisi kaydetme, işleme ve dağıtma etkinliği olarak betimlenmesi iddialı bir öneri olmayacaktır.

Diğer taraftan telekomünikasyon sektörü, radyo ve televizyon yayıncılığından daha önce mikrominyatürleşme devriminden yararlanan başlıca sektör olmuştur. Örneğin düşük güç tüketimi ve hafif donanımlar üretme imkanı

veren katı hal devreleri olmadan, iletişim uydularının üretilmesi ve yörüngeye yerleştirilmesi mümkün olamazdı. Sadece uyduların değil, bütün telekomünikasyon ekipmanlarının daha ucuz, kapasiteli ve küçük olarak üretilmesi bu teknolojik yenilikler serisinin bir sonucudur. Bunlara ek olarak kablo, mikro dalga ve fiber optik gibi iletim tekniklerinin gelişmesi, bugünkü küresel iletişim sisteminin sinir ağlarının oluşmasını sağlamıştır. Atlantik ile Büyük Okyanus'a döşenen kıtalararası kablolar iletişim uydularıyla birlikte küresel bir ekonomik sistemin ana arterlerini oluşturmuştur. Telekomünikasyon sistemlerinin evrimindeki son aşamada mobil iletişim sistemleri yer almaktadır. Temelde sesin dijital veri paketçiklerine dönüştürülerek iletimine ve alımına dayanan cep telefonlarının yaygınlaşmasının ardından, bu telefonların birer bilgisayar terminali haline dönüştürülerek, interaktif çoklu medya uygulamalarına ve ses dışı data paylaşımına uyumlu hale geldiği gözlemlenmektedir. Cep telefonlarının gelecekte, bugünkü dizüstü bilgisayarların temel işlevleri ile dijital televizyon iletilerinin izlenmesi işlevini birleştiren bir multimedya ortamına dönüşeceği öngörülmektedir.

Telekomünikasyon sektöründe yaşanan bu gelişmelerin yayıncılık sektörü üzerinde doğrudan iki etkisi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, radyo ve televizyon istasyonları arasındaki yayın öncesi video ve ses alış verişinin telekomünikasyon iletim sistemleri aracılığıyla gerçekleştirilmesiyle ilgilidir. Uzak coğrafi mekanlardan haber içeriklerinin yayıncı kuruluşların merkezine aktarımı, ya karasal link istasyonları ya da iletişim uydularıyla gerçekleştirilen uplink-downlink bağlantıları ile sağlanmaktadır. Ayrıca bant genişliklerinin elverdiği ölçüde kablolu iletim sistemleri radyo ve televizyon istasyonları arasındaki veri alış verişine destek olmaktadır. Telekomünikasyon iletim sistemlerinin eski analog teknikler yerine giderek sayısallaşması ile birlikte radyo ve televizyon sinyallerinin de dijital olarak bu araçlarla taşınması bir gereklilik haline dönüşmüştür. İkinci etki, radyo ve televizyon istasyonlarının yayın ağı ile ilgilidir. Yine aynı iletim teknikleri aracılığıyla izleyiciye/dinleyiciye ulaştırılacak sinyaller radyo ve televizyon verici istasyonlarına taşınmaktadır. Dolayısıyla bir ülkedeki telekomünikasyon ağının karakteri önemli ölçüde o ülkedeki radyo ve televizyon yayın ağlarını da etkilemektedir. Örneğin, Hindistan'ın zorlu ve büyük coğrafi yapısı nedeniyle, yersel sistemler bütün ülkeyi kaplayacak şekilde televizyon yayınlarına uzun yıllar olanak vermemiştir. Bunun üzerine 1960'lı yıllarda Hintli bilim adamı Dr. Vikram Sarabbi, ulusal çapta bir uydudan televizyon yayın sisteminin ülkenin ekonomik ve sosyal gelişmesini destekleyebileceğini ileri sürmüştür. Sarabbi'nin girişimleri ile 1968'de Hindistan'ın ulusal iletişim uydusu grubu (NASCOM) kurulmuştur. Hindistan, 1975-76 yıllarında NASA'nın desteği ile uydudan doğrudan televizyon yayını (Direct Broadcasting Satellite-DBS) denemelerine başlamış ve 1982 yılında da ilk uydusuna sahip olmuştur. Bu girişimin doğal bir sonucu olarak uzun yıllar Hindistan televizyon yayıncılığının temel karakterini doğrudan uydudan yayın oluşturmuştur (Contractor ve Diğerleri, 1988: 131-132). Bugün biraz farklı olmakla birlikte benzer bir gelişme Türkiye'de de yaşanmaktadır. Dijital

televizyon yayıncılığının yaygınlaşmasına koşut olarak, yayınların uydudan doğrudan izlenmesi için konut ve iş yerlerindeki çanak antenlerin sayısı hızla artmaktadır. Türkiye'deki girişimlerin farkı, sürecin kamusal bir inisiyatif ile değil, ticari kaygılar ile başlamış olmasıdır.

Televizyon yayıncılığı, başlangıçtan video bandın icat edildiği 1956 yılına kadar, sinema sektöründe kullanılan pelikül filmlerle kayıt ve stüdyodan canlı yayın tekniklerine dayanmıştır. İletim faaliyetleri ise yakın zamana kadar (ve hatta bir ölçüde günümüzde de) analog tekniklerle yürütülmüştür. Sinema filmleri ile çalışmak pahalı ve teknik açıdan zordur. Canlı yayınlar ise kısıtlayıcıdır. Video bantın icadı ile elektronik yöntemlerin kayıt ve kurgudaki esnekliğinden yararlanma imkanı doğmuştur. Ancak yine de 1990'lı yıllara gelinceye kadar neredeyse tamamıyla analog yöntemlere bağımlı olan televizyon yayıncılığı çok pahalı stüdyo, kamera, video okuyucu/kaydedici, yayın ağı ve diğer ekipmanlar için yatırım yapabilecek sınırlı sayıda girişimciye açık bir alan olarak kalmıştır. Radyo yayıncılığı nispeten daha kolay olmakla birlikte, benzer zorlukları yaşamıştır. Japon kamu yayın kurumu NHK'nin 1972 yılında büyük yatırımlar yaparak başladığı yüksek tanımlı bir televizyon standardı geliştirme çabası, 1980'li yıllarda Avrupa Birliği ve ABD'nin katılımıyla giderek dijital ilkelerle çalışan bir televizyon sistemi geliştirme yarışı haline dönüşmüştür. Bilgisayar teknolojisinin görüntü ve ses işleme kabiliyetindeki dramatik gelişme de bu sürece eklenince, eski analog sistemlerin terk edilerek dijital ses ve video yayıncılığı fikri güçlü bir destek bulmaya başlamıştır. Ancak teknolojik değişimdeki asıl itici güç veri sıkıştırma teknolojilerindeki umulmadık hızlı gelişme olmuştur. İyi kalitede bir televizyon resminin bakır kablo ile iletilebilmesini mümkün hale getirebilecek şekilde bant genişliklerinden tasarruf etmeye dönük teorik yaklaşım, video verilerini oluşturan her bir bilgi ünitesinin daha az yer kaplayacak biçimde ifade edilmesi temeline dayanmaktadır. Bu amaçla geliştirilen veri sıkıştırma algoritmaları ile dijital televizyon yayını mevcut iletim altyapılarından taşınabilir hale gelmiştir. Sonuçta bu gelişme, televizyon endüstrisini analog teknolojilere olan bağımlılıklarını tekrar gözden geçirmeye ikna etmiştir (Ayres ve Williams, 2004: 9). Böylece 1990'lı yılların sonunda artık video verileri dijital olarak bantlara kaydedilebilir, internet üzerinden dağıtılabilir, dijital paketçikler halinde set üstü dijital-analog çeviriciler aracılığıyla evlerde izlenebilir ve bilgisayar hard diski, CD, DVD gibi depolama araçlarında saklanabilir hale gelmiştir.

Dijital radyo ve televizyon teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak çeşitli ülkelerde geleceğe dönük senaryolar çerçevesinde yeni düzenlemeler yapılmaktadır. Örneğin, ABD'de düzenli dijital yersel televizyon yayınları 1997'de başlamıştır. Birleşik Devletler İletişim Yasası'na göre, 31 Aralık 2006'da, hanelerdeki alıcıların % 85'i dijital yayınlara uyumlu hale gelirse, eski analog yayınlara tamamen son verilecektir. Yayıncılara 1997 ile 2006 yılları arasında dijital yayına geçmeleri için frekans tahsisi yapılmıştır. Benzer bir uygulama Avustralya'da da sürmektedir. Avustralya'da 2008 yılında analog yayınlara son verilmesi planlanmaktadır. O zamana kadar yayıncılar

programlarını hem dijital, hem de analog olarak iletceklerdir. Bu döneme eş zamanlı yayın periyodu (simulcasting period) denilmektedir (Grünwald, 2001: 722). Eş zamanlı yayın periyodunu tamamlayan ülkelerde, radyo ve televizyon yayıncılığı, dijital ekonomi ile tam olarak bütünleşmiş olacaktır.

## **II. Dijital Ekonomi ve İletişim Endüstrileri**

‘Dijital ekonomi’ iletişim, telekomünikasyon ve bilişim alanlarındaki hızlı gelişmelerin tamamının ulaştığı son aşamayı betimleyen toparlayıcı bir kavramdır. Yarı iletken transistörler, entegre devreler, kişisel bilgisayarlar, işletim sistemleri, fiber optik kablolar, kablosuz ve mobil iletişim teknolojileri, ağ teknolojileri, iletişim uyduları gibi çok sayıda ve çeşitli bileşenin, dijital kodlara indirgenmiş iletler üzerinden paylaşılan bir yaşam biçimini ve aynı kodlarla yürüyen ekonomik ilişkileri destekleyecek şekilde, iç içe geçmeye başladığına şahit olmaktayız. Bütün bu bileşenler dijital ekonominin teknolojik altyapısını oluşturmaktadır.

Bundan otuz yıl önce, elektronik hesap makineleri, bütün dünyada kitle pazarlarına yayılmaya başlamıştı. Bugün, yaklaşık yarım milyar insan, enformasyon işleme kapasitesi olağanüstü derecede gelişmiş ve çok sayıda kitap, müzik ve video materyalini depolayabilecek makineler kullanmaktadır. Otuz yıl önce, uzak mesafeler arasındaki iletişim çoğunlukla posta taşıyıcıları ve sınırlı genişlikteki alanlarda kullanılabilen telefon aracılığıyla gerçekleştirilebilmekteydi. Bugün, dünyanın çoğu hacimli yazı, resim, ses ve video dosyalarını anında değiş tokuş edebilecek karmaşık iletişim ağları ile birbirine bağlanmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin ortaya çıkışı ve bu teknolojilere uyum süreçlerinin gelişim hızı hayret vericidir. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili yenilikler sadece iletişim değil; temel bilimler, mühendislik, imalat ve sistem entegrasyonu gibi başka alanlarda da sürmektedir. Teknolojik gelişmeye uyum ise, daha ileri süreçlere yatırım yapmak için gerekli gelirlerdeki düzenli artışı sağlayacak şekilde yeniliklerle eşanlı olarak gitmektedir. Birçok zengin ülkedeki kurumsal ve sosyal çerçeve, bilgi ve iletişim teknolojilerinde sürdürülebilir yenilik ve uyum süreçlerini teşvik etmek için yeniden biçimlenmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile desteklenen ürün ve hizmet üretimi ile dağıtımının çeşitli endüstriler üzerinde oynadığı bu önemli rol, ‘dijital ekonomi’ düşüncesinin doğmasına yol açmıştır (Ayres ve Williams, 2004: 2). Bu düşünce, ekonomik alanlarda olduğu kadar, siyasal, hukuksal ve kültürel alanlarda da yeni kurallar seti dönemine geçişin önermesi haline gelmiştir. Dijital ekonominin yakın geçmişinde üç temel özellik öne çıkmıştır. Bu özellikler yayıncılık sektöründe de belirgin bir şekilde gözlenmiştir. Bunlar; (1) deregülasyon ile pazar sisteminin liberalleşmesi ve artan rekabet, (2) sektörlerarası yatay ve dikey birleşmeler, (3) uluslararası ölçeğe yayılan tekelleşmedir.

1990’ların ortasından beri iletişim pazarlarındaki rekabeti iki ana oluşum derinden etkilemektedir: Birinci olarak, Schumpeter’in Öncü Yatırım Modeli’ne uygun olarak çok sayıda yeni firma ortaya çıkmıştır. American Online (internet



servis sağlayıcı ve elektronik medya), Yahoo! (internet arama motoru ve elektronik medya) ya da e-Bay (elektronik açık artırma ve satış servisi) gibi firmalar yenilikçi ürünler ve müşterilerine cazip avantajlar sunan hizmetler açısından dikkate değer ilk örneklerdir. İkinci olarak, bir ya da daha fazla iletişim pazarında uzmanlaşmış eski şirketler, yeni sektörler yöneldikleridir. Yakın zamanda Vivendi Grubu'nun (telekomünikasyon sektörü) Seagram/Universal'ı (medya/tüketici ürünleri) satın alması, bu gelişmeye verilebilecek iyi bir örnektir. Teknolojik gelişmelerden kaynaklanan yeni fırsatlar eski ve yeni şirketlerin rekabet yönünü belirlerken, endüstrilerin giderek bir noktada birleşmesine ve eski artı değer üretim zincirlerinin değişmesine yol açmaktadır. Teknolojik gelişmelere ek olarak, sözü edilen endüstriyel birleşmelerin arkasındaki deregülasyon ile talep bağlantılı pazar güdülerinin varlığı da şirketlerin yatırım kararlarını ve pazar stratejilerini belirlemede etkili olmaktadır (Wirtz, 2001: 490).

Deregülasyon, iletişim sektörlerinin serbest rekabet koşullarına göre yeniden düzenlenmesini anlatmak için kullanılan bir kavramdır. 1980'lerde, özellikle Avrupa'da kamu hizmeti tarzında yasal çerçeveye alınmış olan geleneksel elektronik kitle iletişim politikaları, neo-liberalizm olarak adlandırılan yeni bir ideolojik iklim tarafından yönlendirilmiştir. ABD ve birçok Avrupa ülkesi tarafından desteklenen neo-liberal ekonomik düşünce tarzı, devletin müdahale sınırlarının daraltılmasını ve bütün iletişim alanının pazar yapılarının yarışmacı bir yapıya açılmasını öneren bir doktrine dayanmaktadır. Böylece Avrupa'daki birçok devlet, 1920'lerden beri devlet yayıncılığı politikasının hakim olduğu kamu hizmeti modeline karşı bu doktrini desteklemiş ve uygulamaya geçmiştir (Bell ve Meehan, 1988: 71). Sonuç olarak, yıllar boyunca ABD hariç dünyanın birçok yerinde ve önemli ölçüde devlet denetiminde süregelen radyo ve televizyon yayıncılığı, 1980'lerin sonunda özel girişim alanına açılmaya başlamıştır. Telekomünikasyon sektöründe ise ABD de dahil, daha önce yasal monopollere verilmiş faaliyet ve kontrol mekanizmaları rekabetçi bir çerçevede yeniden düzenlenmiştir.

'Sektörlerarası' etkileşimlerin ve tekelleşme eğilimlerinin oluşmasına uygun koşullar, deregülasyonun olumsuz etkileri olarak ortaya çıkmıştır. Pazarların liberalizasyonunu ve serbest rekabet koşullarını oluşturmayı hedefleyen deregülasyon, sayısallaşan teknolojilerin iletişim altyapılarında sağladığı birleştirici katkıyla birlikte, sektörlerarası geçişler, devralmalar, yatay ve dikey birleşmelerle sonuçlanmıştır. Bugün telekomünikasyon, yazılım geliştirme, sinema, radyo ve televizyon yayıncılığı, basım gibi birçok iletişim sektöründe faaliyet gösteren çeşitli organizasyonlar, içerik üretim ve dağıtım etkinliklerini birleştirme ihtiyacı hissetmektedir. Bu organizasyonlar, sinema filmlerinin üretim ve dağıtımından, radyo ve televizyon yayın ağlarının işletilmesine ve telekomünikasyon hizmetlerine kadar değişik alanlardaki etkinlikleri multimedya kümelenmeleri oluşturacak şekilde birleştirme stratejileri izlemektedir. Film, televizyon ve müzik yapımcılığı gibi alanlara yayılmış olan Sony, yakın geçmişte Columbia-Tristar'ı satın alarak endüstriyel birleşmenin ilk örneğini vermiştir. Sony'nin dışında AOL-Time-Warner, Vivendi-Universal, Viacom (Paramount,

MTV), Disney (ABC TV), News Corp. (20th Century Fox), Bertelsmann olmak üzere altı ayrı ve büyük uluslararası kümelenme daha ortaya çıkmıştır. Bu grupların hepsi de basın ve televizyon içerik üretimi ile uğraşmaktadır. Vivendi hariç hepsinin TV istasyonları ağı vardır; Bertelsmann hariç hepsinin kablolu televizyon ve film stüdyosu varlıkları bulunmaktadır; Vivendi ve News Corp. hariç hepsinin radyo yayın ağı bulunmaktadır. Üçünün devasa eğlence parkları (theme park), Vivendi ve AOL'un internet portalı vardır. Birkaç yıl önce General Electric NBC'yi satın almış, ancak 2003'ün sonlarında Vivendi-Universal ile birleşme kararı almıştır. Diğer taraftan, bir zamanların bağımsız televizyon ağlarının ve sinema stüdyolarının çoğu bu kümelenmeler tarafından yutulmuştur (Ayres ve Williams, 2004: 18). Bu birleşmelerin sonuçta iletişim alanında tekellere yol açacağı ve neo-liberal doktrininin tam rekabet koşullarını sağlama yerine, sınırlı sayıda sektörel aktöre dayalı aksak ve kusurlu bir ekonomik sistem üreterek, başarısız olacağı yönünde güçlü kanaatler bulunmaktadır.

İletişim endüstrilerindeki tekelleşme eğilimini güçlendiren nedenlerin en başında, görece olarak karlı olan bu sektörlerde yapılan yatırımların, önemli oranda büyük sermayeye gereksinim duyması yer almaktadır. Piyasaya girişte karşılaşılan büyük sermaye gereksiniminin yanı sıra, üretim ve dağıtımın yüksek maliyetleri, yoğun rekabet, buna karşın reklamcılık gelirlerinin sınırlı olması, iletişim sektöründe faaliyet gösteren organizasyonlar arasındaki yatay ve dikey birleşmeler, hükümetlerin yanlış politikaları ve nihayet enflasyon gibi genel ekonomik koşullardaki olumsuzluklar tekelleşmeyi arttıran unsurlardır (Söylemez, 1997: 39). Neo-liberal doktrini eleştirenlere göre, iletişim endüstrilerininin tekelleşmeye yatkın yapıları deregülasyon ile ortaya çıkan kontrolsüz ortamda, büyük yatırımcıların lehine işlemektedir. Deregülasyon tekelleşme yönelimlerini hızlandıran bir katalizör işlevi görmektedir. Üstelik tekelleşme, uluslararası ölçekte genişleyerek ulusaşırı, tek yanlı, tekelci bir kültürel kontrol endüstrisi haline dönüşmektedir.

İngiliz Sosyolog Anthony Giddens, tekelleşmenin uluslararası boyutunu şu şekilde betimlemektedir (2000:407-409): Televizyon programları ve filmleri geniş uluslararası pazarlarda bu kültür endüstrisininin sınırlı sayıdaki aktörü tarafından satılmakta, yüz milyonlarca insan bu programları ve dizileri izlemektedir. Uluslararası haber akışının tamamına yakını, Reuters, Associated Press, United Press International ve Agence France-Presse olmak üzere 4 kuruluş kontrol etmektedir. Amerikan kaynakları, televizyon programlarının, filmlerinin, reklamlarının ve elektronik iletişimin değişik biçimlerinin üretim ve dağıtımına egemendir. Pek çok ülkede hükümetler, kendi sinema sanayilerini destekleseler de, hiçbir ülke konulu filmler ihracatında ABD ile rekabet edebilecek durumda değildir. Dünyadaki en büyük on reklam şirketinden dokuzu Kuzey Amerika'dadır. Kanada, Almanya, Fransa, İngiltere ve Avustralya'daki büyük reklam ajanslarının yarısı Amerikan kökenlidir. Devletlerin ve büyük şirketlerin bağımlı oldukları, bilgiyi iletmek için kullanılan elektronik kanallar üzerindeki Amerikan etkisi oldukça güçlüdür. Bankacılık, dünyadaki parasal işlemler, bazı televizyon ve radyo yayıncılığı türleri için artık vazgeçilmez olan

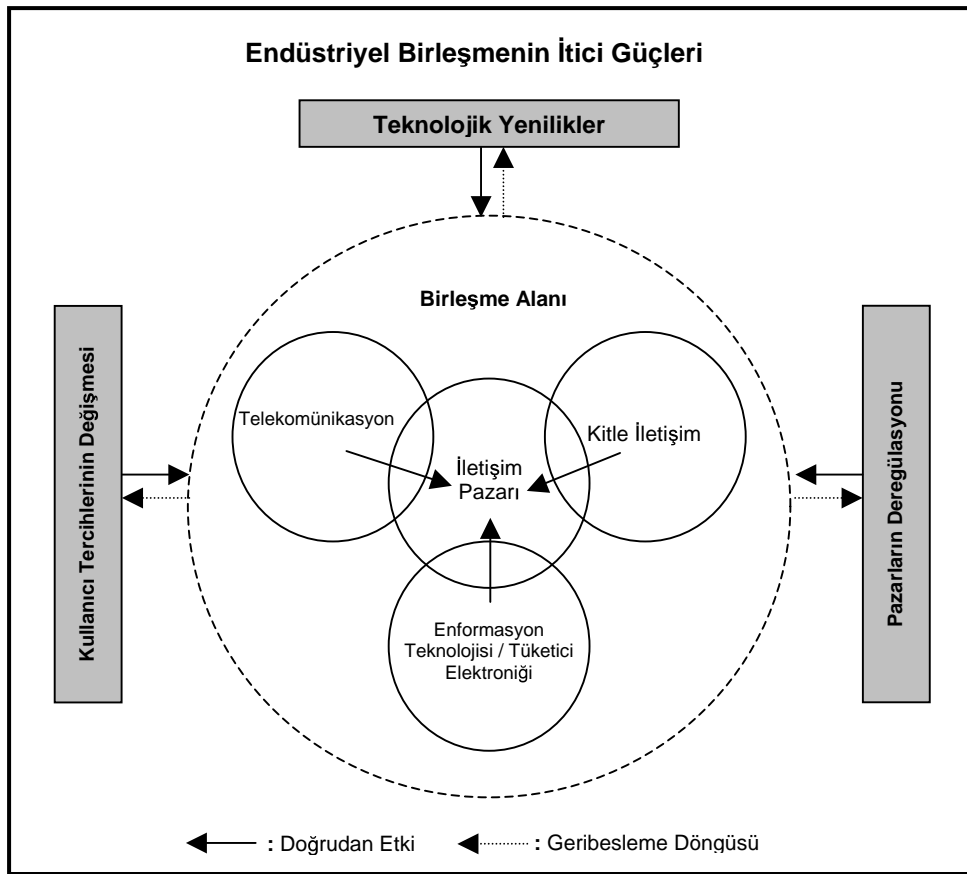
telekomünikasyon linkleri çoğunlukla Amerikalı ellerdedir. Dünya üzerindeki veri tabanlarında bulunan bütün bilgilerin onda dokuzunun Amerikan Hükümeti ile ABD'deki öteki kuruluşların erişimine açık olduğu tahmin edilmektedir. Sanayileşmiş ülkelerin, özellikle de ABD'nin, iletişim araçları üretim ve yayılımındaki üstün konumu pek çok gözlemciyi, iletişim araçları emperyalizminden söz etmeye yöneltmektedir. Sonuç olarak, dijital ekonominin büyük ölçüde Amerikan kültür endüstrisinin etkisi altında ve medya kümelenmeleri oluşturacak şekilde yeni bir biçimlenme sürecine girdiği ileri sürülebilir. Bernd Wirtz, bu biçimlenme sürecinin günümüzde ulaştığı duruma ilişkin üç temel eğilime vurgu yapmaktadır (2001: 493):

**i.** Büyük telekomünikasyon şirketleri diğer şirketleri satın alarak daha da büyümektedir.

**ii.** Kitle iletişim şirketleri internet sektörüne doğru genişlemektedir.

**iii.** İnternet sektöründe göreceli olarak yeni şirketler arasında giderek artan sayıda birleşmeler yaşanmaktadır.

Bu bölümde betimlenen endüstriyel dönüşümün itici güçlerini ve bu güçlerin etkileşimlerini aşağıdaki şekilde gözlemlemek mümkündür:



Kaynak: (Wirtz, 2001:493).

Endüstriyel birleşme aynı zamanda kendisini ortaya çıkaran itici güçleri de değiştirmektedir. İletişim pazarında yaşanan gelişmeler bir geri besleme döngüsü aracılığıyla yeni teknolojik gelişmeleri harekete geçirmekte ve yeni hukuksal düzenlemeler yapmayı zorunlu hale getiren yeni koşullara zemin hazırlamaktadır. Kullanıcı tercihlerinin değişmesi ile iletişim endüstrilerinde yaşanan gelişmeler arasında da karşılıklı bir etkileşim bulunmaktadır.

### **III. Tüketici Tercihlerinin Değişmesi ve Yeni Bir İzleme Kültürünün Doğuşu**

İnternette sörf yapmak ve Web Tv izlemek, gazetelere internetten bir göz atmak, alış-veriş sitelerinden bir şeyler satın almak, şifreli kanallara abone olmak, cep telefonundan resimli mesaj göndermek, bilgisayardan televizyon izlemek, uydu kanallarını takip etmek, internetten film ve müzik indirmek, ev sinema sisteminde film izlemek gibi eylemlerle yeni tanıştık. On yıl önce bunların birçoğundan haberdar değildik. Cep telefonlarımızın, bilgisayarlarımızın, otomatik ödeme talimatlarımızın yaşamlarımızdan çekiliverdiğini, çanak antenlerin balkon ve çatılardan söküldüğünü, para çekme makinelerinin kaldırıldığını, ekranlarda tek kanallı kamusal televizyon yayınının kaldığını zihnimizde canlandıralım. Bu imgelem ile izleme ve enformasyon elde etme kültürümüzün çok kısa süre içinde nasıl değiştiğini kolayca anlamak mümkündür. Bu kültürün, geçmişte değiştiği gibi, gelecekte de değişeceğine dair güçlü kanıtlar bulunmaktadır. Sayısallaşan elektronik kitle iletişim tekniklerinin eski köklerinden tamamen kopmaya başladığı karmaşık bir süreç içinde bulunduğumuzdan, yeni bir izleme kültürünün doğuşuna pek farkında olmadan eşlik etmekteyiz. Bugün izleme kültürü açısından nitelik değiştiren kitlelerin iletişim gereksinmelerini karşılama yöntemlerinde 4 temel eğilim belirgin hale gelmektedir.

#### **A. Görsel ve İşitsel İletilerin Teknik Niteliklerine İlişkin Beklentilerin Yükselmesi**

Sadece yayın endüstrisinin yüksek kaliteli ses ve görüntü talepleri değil, kullanıcıların giderek yükselen görsel ve işitsel zevk çıtası, dijital radyo ve televizyonun geliştirilmesine yön vermiştir. Geleneksel radyo ve televizyon ile ilgili yayın standartları 1950'li yıllara dayanmaktadır. O günden bugüne evlerdeki televizyon setlerinin ekran çözünürlüğü, ekran görünüm oranı ve ses kalitesi ile ilgili temel ölçülerde herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Dünya birbirinden bağımsız üç televizyon yayın sistemine (PAL, SECAM ve NTSC) bölünmüştür. Bunların her biri, diğeriyle uyumsuzdur ve günümüzde izleyicileri görsel ve işitsel izleme beklentilerini karşılamak açısından artık sınıra dayanmıştır. Bu temel standartlar aynı kalmakla birlikte, alıcı cihazların işlevlerinde (teletext ve uzaktan kumanda aletinin eklenmesi gibi) ve bileşen ile malzeme tasarımlarında (mikroelektronığın yeni ürünlerinin alıcılarda kullanılması gibi) bazı geliştirmeler yapılmıştır. Mevcut standartlar çerçevesinde ses ve görüntü kalitesini arttıracak iyileştirmeler yapılmıştır. Ancak daha yüksek çözünürlüklü ve geniş ekranlı bir televizyon standardı geliştirme yönündeki talepler her geçen yıl artmıştır. 1972

yılında Japonya’da başlatılan bir yüksek tanımlı televizyon (High Definition Television - HDTV) standardı geliştirme çalışması, bugünkü dijital televizyon teknolojisinin temelini oluşturmaktadır.

Yüksek tanımlı televizyon, 1000 yatay satırdan fazla çizgiden oluşan ve 16:9 görüntü oranına sahip gelişmiş bir televizyon teknolojisidir. Daha keskin resimlere, CD kalitesinde çevresel sese, dijital olarak iletilen sinyallerin alınmasına dayanmaktadır. Böylece hayalet görüntü, karlama, renk dağılması gibi iletiyi bozan teknik gürültüler en aza indirilmiştir (Zong ve Bourbakis, 2001: 546).

Sinema izleme zevkinin özel mekanlara aktarılması tutkusu, bir taraftan gelişmiş televizyon standartlarının tasarımını harekete geçirmiş, diğer taraftan optik dijital görüntü ve ses saklama medyaları ile bunları okuyan cihazların yaygınlaşmasına yol açmıştır. Yakın geçmişe kadar CD-ROM ortamında dağıtımı yapılan görsel ve işitsel içerik, bugün artan miktarda veri tutma kapasitesine sahip DVD ortamında dağıtılmaktadır. İlki eski VHS bantların görüntü kalitesini verebilen MPEG-1 veri sıkıştırma standardını kullanırken, ikincisi bugün yayıncıların görüntü ve ses kalitesini de destekleyen MPEG-2 veri sıkıştırma standardını kullanmaktadır. Aynı yöntem ve teknikleri kullanan bilgisayar teknolojisinin olanaklarının çoklu medya ortamına uyarlanmasıyla, nitelikli ses ve görüntü izleme beklentileri, giderek yayılan bir toplumsal talep haline dönüşmüştür. Bilgisayar hard disklerinde çok sayıda müzik parçasının ve filmin saklanabilmesi, internet üzerinden video ve ses dosyası paylaşımı, izleme kolaylığı ve çevresel ses (surround sound) efektlerinin sinema salonlarından çıkarak bilgisayar destekli yöntemlerle evlerde de uygulanabilmesi, izleyicilerin/kullanıcıların beklenti düzeylerini sürekli yukarı çekmektedir.

#### **B. İletişim Kanallarının Kişiselleşmesi**

İletişim kanallarının kişiselleşmesi kavramıyla izleyicisi ‘hedef kitle’ olarak belirlenmiş geleneksel yayıncılık anlayışı yerine; izleyicisi ‘hedef bireyler’ haline gelmiş ve kendileriyle sözleşme yapılabilen ya da kendilerine etkileşimli hizmetler sunulabilen bir tarzın gelişimi anlatılmak istenmektedir. İletişim kanallarının kişiselleşmesine, enformasyon ve iletişim enstrümanlarının çeşitlenmesi ve etkileşimli hizmetlere uygun hale gelmesi yol açmıştır. Bir ağa bağlanabilen mobil telefonların, bilgisayarlar aracılığıyla internet erişiminin, şifreli ve ödemeli televizyon kanallarının yaygınlaşması bu duruma örnek olarak verilebilir.

İletişim kanallarının kişiselleşmesiyle, ağlanmış enformasyon ve iletişim platformlarına ilgi yoğunlaşmıştır. Bu ağlanmış altyapılar aracılığıyla tümleşik hizmet ve ürünlere olan talebi karşılamak üzere, iletişim endüstrileri sistematik çözümler üretmeye başlamıştır. Kullanıcılar, telekomünikasyon, elektronik kitle iletişim ve bilgisayar alanlarının ilgisi içinde yer alan sektörlerarası hizmetleri talep etmeye başlamıştır. Dolayısıyla iletişim kanallarının kişiselleşmesi, aynı zamanda teknolojik ve endüstriyel dönüşümün itici kuvvetlerinden biri haline gelmiştir. Sözgelimi, genişbantlı ve hızlı internet bağlantısına dönük talebin artışı, hem bilgisayar yazılım ve donanım geliştiricilerini, hem de telekomünikasyon

altyapısına donanım verenleri yeni çözümler aramaya itmiştir. İnternet'in sağladığı benzer hizmetlere televizyon setleri aracılığıyla da ulaşma arzusu, web TV teknolojisinin geliştirilmesi fikrini tetiklemiştir. Diğer taraftan, ses ve video dosyalarının dağıtımı ile gelişen internet üzerinden görsel ve işitsel iletişim, iletim bant genişliklerinin elverdiği ölçüde akan video (streaming video) hizmetlerine doğru evrimleşmeye başlamıştır. Kullanıcı tercihlerinin, bu ve benzeri türden sektörlerarası ürünlere yönelmesi nedeniyle, iletişim pazarları üst üste binmiştir. Önceleri birbirinden bağımsız yaşanan iletişim pazar birimlerindeki rekabet, pazarlararası bir rekabete dönüşmüştür.

İletişim kanallarının kişiselleşmesi, teknolojik gelişmelere ve iletişim endüstrilerine yön vermekle kalmamış, yenilikçi şirketlerin ürünlerinden de etkilenmiş ve değişmiştir. Aslında deregülasyonun kökeninde de liberalleşen pazar koşulları aracılığıyla iletişim endüstrilerinin faaliyet alanlarında daha fazla yeni fırsatın keşfedilmesi fikri yatmaktadır. Tümüleşik bir iletişim pazarında radyo ve televizyon yayıncılığı ile bilgisayar temelli enformasyon ve telekomünikasyon hizmetlerinin iç içe geçmesi, kullanıcılarının beğenilerinin ve izleme kültürlerinin de yeniden şekillenmesine yol açmaktadır.

Kullanıcılar, kitle iletişim araçlarını izleme/dinleme/okuma, elektronik ticaret, bireysel iletişim hizmeti alma ve yazılım-donanım satışı gibi hizmetlerden tümleşik bir servis ağı ile yararlanmayı arzu eder hale gelmişlerdir. Çünkü çeşitli alanlara yayılmış olan şirketler, tüketicilerine paketler halinde cazip çoklu hizmetler önermektedir (Wirtz, 2001: 499). Çoklu hizmet paketleriyle müşterinin şirkete bir dizi hizmetveren-hizmetalan ilişkisiyle bağlanması anlatılmak istenmektedir. Bir internet servis sağlayıcıdan alınan bağlantı paketiyle, aynı zamanda o servis sağlayıcının e-mail hizmetlerinden de yararlanma hakkının elde edilmesini ya da kablolu televizyon şirketlerinin kablonet aracılığıyla hızlı internet bağlantısı önermelerini, bu duruma örnek olarak vermek mümkündür.

### **C. Tümüleşik İçeriğe ve Çeşitliliğine Doğru Kayan Tercihler**

İnternet yazı, resim, ses ve video şeklindeki iletilerin entegre olarak sunulabildiği ilk yaygın çoklu medya aracıdır. Kablolu TV, ADSL, dijital televizyon gibi araçlar aracılığıyla hergün daha çok insan internet'e bağlanmaktadır. 1Mbit/s veri indirme hızından daha büyük kapasitelere olan talep giderek yükselmektedir. Türkiye'de de kablolu TV ve ADSL ağları aracılığıyla yüksek hızlı bağlantılar yaygınlaştırılmaktadır. Düz yazı şeklinde enformasyon için, bu derece yüksek veri akış kapasitelerine gereksinim yoktur. Böyle kapasitelere olan talebin kökeninde, internet üzerinden çoklu medya uygulamalarına ve içeriklerine erişim isteği yatmaktadır.

Gelecekte radyo, televizyon ve gazete içeriği gibi tekli medya ürünlerinin, bu bağlantılar aracılığıyla 'tümüleşik bir çoklu medya yayını' olarak dağıtılacağı açıktır. Bugünkü popüler portal tarzı web siteleri içerik entegrasyonunun çekiciliğine vurgu yapan ilk örneklerdir. Bu siteler, bir havaalanındaki transit geçiş yeri gibi, her nereye seyahat ederseniz edin, içinden geçmeye mecbur olduğunuz bir terminali andırmaktadır. Ancak yine de günümüzdeki web yayınları büyük oranda geleneksel kitle iletişim araçlarının (radyo, televizyon,

gazete, dergi gibi) elektronik ortama kötü bir çevirisi gibidir. Bu yayınlarda çok az orijinal içerik üretilmekte ve nadiren değiştirilmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarındaki gibi, çoğunlukla doğrusal bir hikaye anlatımına sahiptirler. Bu mantık, web üzerinden ve normal yayın kanallarından dinleyicilerine aynı ses akışını sunan radyo istasyonları tarafından da aynen kullanılmaktadır. Bant genişliğinden kaynaklanan sınırlamalar nedeniyle, mevcut web yayınlarındaki video içeriğinin miktarı küçüktür. Hızlı web bağlantıları aracılığıyla televizyon yayın kalitesine yakın nitelikte video sunumu yapılabilir. Ancak yine de içerik entegrasyonu statiktir ve web sayfaları, daha çok metin ve fotoğrafları birleştiren gazete mizanpajlarına benzemektedir (Södergard vd., 1999: 1111-1113).

Bütün sınırlayıcı teknolojik yetersizliklere ve kısıtlayıcı yerleşik uygulamalara rağmen, tümleşik içerik sunumunu sağlamaya çalışan yayıncıları güdüleyen olgu, kullanıcıların internete gösterdiği yoğun ilgidir. Bu ilginin temel nedeni, entegre içerik sunumunun kullanıcıyı bir kitle izleyicisinden çok, bir birey olarak ele almasıdır. Birçok kaynaktan elde edilen bilgiler bir veri tabanında toplanmakta ve kullanıcının, aralarından seçim yapabileceği tasarımlar ile özgün bir şekilde birleştirilebilmektedir. Kullanıcı, aktif olarak istediği konuya, haber başlığına veya diğer türden biçimlendirilmiş iletiye tıklayarak erişebilmektedir. Ancak entegre içerik sunumu için geliştirilen metodlar (HTML dili ile yazılmış web sayfaları, Flash arayüzleri ve programları, aktif hizmet birimi sayfaları vs.) ve bunların uygulamaları aynı zamanda interneti ve çoklu medya içeriği sunumunu hayli karmaşık bir bilgi yığını haline getirmiştir. Bu bilgi yığını içine sızan kötü niyetli yazılımlar (pop-up scriptler, virüsler, trojanlar gibi) işi daha karmaşık hale getirmiştir. Dolayısıyla içerik entegrasyonu ile ortaya çıkan çeşitliliğin bir yan ürünü olarak, kullanıcıların, arzuladıkları içeriğe erişmelerini zorlaştıran ciddi bir bilgi kirliliğiyle karşı karşıya kaldıklarını söylemek mümkündür. Gelecekte video ve ses kodlarının çoklu medya içeriğindeki yoğunluğunun artmasıyla ve bu türden kodların kötü niyetli yazılımlardan etkilenmeye başlamasıyla sorun daha da büyüyebilir. Ancak bu zorluklara rağmen, izleme davranışının radyo ve televizyon benzeri yayınları da içerecek şekilde değişen çoklu medya yayınlarına doğru kaydığı gözlemlenmektedir.

#### **D. Etkileşimli İzleme/Yararlanma Davranışının Gelişmesi**

Geleneksel radyo dinleyicisi veya televizyon izleyicisi, iletişim aracıyla tek taraflı ve pasif bir ilişki içindedir. Kendisine sunulanı takip etmektedir. Bu, asimetrik bir iletişim biçimidir. Etkileşimli izleme ise (veya belki de bu kavramı 'etkileşimli yararlanma' olarak yeniden adlandırmak gerekmektedir) radyo veya televizyon aracılığıyla sunulan hizmetlerin kullanıcıyı da aktif hale getirmesi olarak ifade edilebilir.

Radyo ve televizyon yayıncılığının sayısallaşması, elektronik ticaret ve uzaktan alışveriş uygulamaları ya da talep üzerine video (video on demand) hizmetleri gibi yeni dijital ürün ve hizmetlerin ortaya çıkaracağı pazarlara uygun ana altyapıyı sağlamaktadır (Grünwald, 2001: 721). Dijital radyo ve televizyon, internet yayıncılığı ile iç içe geçtikçe, etkileşimli izleme davranışına imkan veren

birçok potansiyel yenilik doğmaktadır. Dijital yayıncılık, analog yayıncılığın senkronize ve gerçek zamanlı izleme zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Değişik türden dijital iletişim aracının birleşmesi, bugün radyo ve televizyon yayını olarak algılanan geleneksel bir noktadan çok noktaya (one-to-many) eş zamanlı dağıtım anlamındaki yayın formuna (broadcasting) bağımlı olma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Yayın formundan kaynaklanan eş zamanlı izleme davranışı yerine, talep eden izleyicilerin, arzuladıkları programa istedikleri zaman erişmelerini sağlayacak çoklu dağıtım formu (multicasting) yerleşmeye başlamaktadır.

Yeni hizmetler, interaktif yarışma tarzı katılımlı programlar, radyo dalgaları aracılığıyla internet erişimi ve televizyon ile web tipi içeriğin birlikte verilmesi de dahil olmak üzere, dijital teknolojinin gelişmiş özelliklerini kullanarak, çok noktadan tek noktaya (many-to-one), çok noktadan çok noktaya (many-to-many) ve tek noktadan tek noktaya (one-to-one) iletişimi tümleşik olarak sunma yönünde gelişmektedir. IBM Endicott's Digital Video Product Grubu tarafında 1999'da duyurulan yeni jenerasyon televizyon-bilgisayar çipi, yüksek çözünürlüklü dijital televizyon yayınlarının izlenmesi ile bilgisayar-internet işlevlerini birleştiren ürünlerin ilk örneklerindedir. Bu tür teknolojiler, bir taraftan televizyon izlerken, bir taraftan da televizyon programındaki bir ürünle ilgili enformasyona ekranda göz atma ve doğrudan program aracılığıyla satın alma gibi futuristik görünen hizmetlerin geliştirilmesini amaçlamaktadır. GSM mobil telefon şebekeleri aracılığıyla dijital televizyon yayınlarının izlenmesi ve geniş bantlı internet bağlantısının sağlanması; ses, metin, video ve grafik içeren interaktif multimedya mesajlarının alışverişini sağlayacak video e-mail sistemlerinin geliştirilmesi ve üç boyutlu görsel sanal gerçeklik uygulamalarının yaygınlaştırılması diğer futuristik görünen örneklerdir (Zong ve Bourbakis, 2001:553-555). Etkileşimli izleme/yararlanma alışkanlığının yaygınlaşmasına paralel olarak, bu konuyla ilgili teknolojik gelişme, yakın gelecekte, evlerdeki televizyon alıcılarını dijital bilgisayarlı platformlara dönüştürmeye doğru yönelmektedir. Nitekim son dönemlerde görünüm oranı ve çözünürlük değerleri arttırılan (plazma TV ve sinemaskop ekran gibi) yeni jenerasyon televizyon setlerinin iletişim ağlarına bağlanabilen web TV'ye dönüştürülmesi şeklindeki gayretler yeni durumun göstergelerindedir.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Hızlı teknolojik değişme modern endüstrilerin temel karakterlerinden biridir ve hemen her alanda gözlenebilmektedir. Ancak bu dönüşüm süreci, diğer hiçbir endüstride iletişim pazarlarında görülenden daha radikal değildir. Sayısallaşma aracılığıyla standart bir teknolojik temelde çeşitli iletişim araçlarının entegrasyonu, hem hizmet ve teknoloji üreten endüstrileri, hem de bu endüstrilerin tüketicilerini etkilemektedir. Kullanıcı talepleri de gelecekteki entegrasyonu teşvik etmekte üzere bu yönde oluşmaktadır.

Sayısallaşarak internetle birleşme yolundaki radyo ve televizyon yayıncılığı bu iletişim araçları entegrasyonun önemli bir boyutunu



oluşturmaktadır. Yakın gelecekte yüksek hızlı ağ bağlantı tekniklerinin yaygınlaşmasıyla uydudan, karasal link sistemlerinden ve kablodan yayın tekniklerine, interaktif hizmetleri içerecek şekilde internet üzerinden yayın da eklenecektir. Böylece bütün elektronik yayın tekniklerinin bileşik ve etkileşimli bir içerik sunumuna elverişli sistemler haline geleceği tahmin edilmektedir.

Dolayısıyla konu ile ilgili yetkili kamu kurumlarının ve bu alana ilgi gösteren özel girişimin, iletişim stratejilerini, teknolojik altyapı yatırımlarını ve mevzuata ilişkin düzenlemelerini bu endüstriyel ve teknolojik gelişmeleri doğru okuyarak planlamaları gerekmektedir. Özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçiş ile bilişim sektörüne geç uyum örneklerinde olduğu gibi, Türkiye'nin her seferinde gelişmenin çok gerisinden gelerek durumu kurtarma ve dağınlıklığı toplama alışkanlığı, iletişim sektörlerinin geleceğini planlama ve bilgi toplumu olma hedeflerine ulaşma yolundaki yanlış politikaların ürünüdür. Aynı hataları tekrarlamaması için Türkiye'nin dünyadaki dört ana gelişmeyi dikkatle izlemesi gerekmektedir:

- Aralarındaki teknolojik sınırların netliğini kaybetmesiyle, elektronik kitle iletişim, telekomünikasyon ve bilişim endüstrileri birleşmektedir.
- Bu iletişim endüstrilerinin tümleşik içerikleri ile etkileşimli hizmetlerine karşı kitlelerin ilgileri giderek artmakta, izleme biçimleri değişmekte ve etkileşime önem veren yeni bir izleyici kültürü ortaya çıkmaktadır.
- Tümleşik içeriğin ve çeşitli ürünleri içeren hizmet paketlerinin pazarlanması, geleceğin iletişim endüstrilerini şekillendirmektedir.
- Orijini oldukları ülkelerin sınırlarını aşan medya kümelenmeleri, uluslararası bir kültür endüstrisinin egemen güçleri haline gelmektedir. Bu durum Türkiye'yi de etkisi altına almaktadır.

Bütün bu gelişmeleri ülke lehine çevirecek şekilde elektronik kitle iletişim, telekomünikasyon ve bilişim sektörlerine dönük somut sonuçların alınabileceği uygulamalar başlatılmalıdır. Bu uygulamalar, Türkiye'nin yüksek hızlı ve yüksek kapasiteli iletişim ağıyla donatılmasını, yayıncılığın dijital teknolojilerin ve entegrasyonun gereklerine göre tekrar düzenlenmesini, iletişim sektörlerine yazılım ve donanım geliştirmek için bilim ve teknoloji politikalarının pragmatik ve yenilikçi bir anlayışla yeniden biçimlendirilmesini, toplumun her katmanının iletişim hizmetlerine erişimini kolaylaştıracak tedbirlerin alınmasını içermektedir. Bilgi toplumu olmanın anahtarı, söz konusu teknolojik ve endüstriyel yeniliklere hızla uyum sağlamak; iletişim teknolojilerinde, hizmetlerinde ve enformasyon elde etme yöntemlerinde yenilikler üretmektir. Günümüzde ekonomik ve kültürel üstünlükler iletişim ağları aracılığıyla üretilen ve paylaşılan enformasyon ile etkileşimli hizmetlerin nitelikleri tarafından belirlenmektedir. İletişim endüstrilerine atfedilen önem sadece bu sektörü değil, bilimsel ve teknolojik gelişmeden eğlenceye, imalattan haberleşmeye kadar

toplumsal yaşamın birçok alanını derinden etkilemektedir. Dolayısıyla iletişim sektörünün gelişimine özel bir önem vermek, bugünkü sınırları bilgi toplumu olgusuyla belirlenmiş olan çağdaşlığın gereği olarak düşünülmeli, buna uygun politikalar belirlenmeli ve uygulanmalıdır.

#### **KAYNAKÇA**

- AYRES, Robert U., Williams, Eric, (2004), "The Digital Economy: Where Do We Stand?", **Technical Forecasting and Social Change**, Vol.: 71, Issue: 4, Elsevier Science, North-Holland.
- BELL, Desmond, Meehan, Niall, (1988), "International Telecommunications Deregulation and Ireland's Domestic Communications Policy", **Journal Of Communication**, Vol. 38, No. 1, Oxford University Press.
- CONTRACTOR, Noshir S., Singhal, Arvind, Rogers, Everett M., (1988), "Metatheoretical Perspectives on Satellite Television and Development in India", **Journal Of Broadcasting And Electronic Media**, Vol. 32, Number 2, Broadcast Education Association, Washington DC.
- COTTON, Bob, Oliver, Richard, (1997), **Siber Uzay Sözlüğü**, (Çev. Özden Arıkan, Ömer Çendeoğlu), İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.
- GIDDENS, Anthony, (2000), **Sosyoloji**, (Çev. Hüseyin Özel), Ankara:Ayraç Yayınevi
- GRÜNWARD, Andres, (2001), "Riding the US Wave: Spectrum Auctions In the Digital Age", **Telecommunications Policy**, Vol.:25, Issues: 10-11, Elsevier Science.
- PENROSE, Roger, (1997), **Bilgisayar ve Zeka: Kralın Yeni Usu I**, (Çev.Tekin Dereli), Ankara: TÜBİTAK Yayınları.
- REINECKE, Ian, (1992), **Elektronüğın Büyüsü**, (Çev. Fatih Elmalı), İstanbul:İnsan Yayınları.
- SÖYLEMEZ, S. Alev, (1997), **Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneğı**, Ankara: Haberal Eğitim Vakfı Yayınları.
- SÖDERGARD, Caj, Aaltonen, Matti, Hagman, Sari, Hiirsalmi, Mikko, Jarvinen, Timo, Kaasinen, Eija, Kinnunen, Timo, Kolari, Juha, Kunnas, Jouka, Tammela, Antti, (1999), "Integrated Multimedia Publishing: Combining TV and Newspaper Content On Personal Channels", **Computer Networks**, Vol.: 31, Issues: 11-16, Elsevier Science.
- TADAYONI, Reza, Skouby, Knud Erik, (1999), "Terrestrial Digital Broadcasting: Convergence and Its Regulatory Implications", **Telecommunications Policy**, Vol. 23, Pergamon-Elsevier Science.
- WIRTZ, Bernd W., (2001), "Reconfiguration of Value Chains in Converging Media and Communications Markets", **Long Range Planning**, Vol. 34, Elsevier Science.
- ZONG, Li, Bourbakis, Nikolaos G., (2001), "Digital Video and Digital TV: A Comparison and the Future Directions", **Real-Time Imaging**, Vol.: 7, Issue: 6, Academic Press.