



akademia

DEĞİŞEN TELEVİZYON PLATFORMLARININ İZLEYİCİYE SUNDUĞU SEÇENEKLER

Özet

Teknoloji alanındaki gelişmeler sonucunda enformasyon toplumu dediğimiz internet ve bilgisayar teknolojilerinin ön planda olduğu bir toplumsal yapı ortaya çıkar. Bu yapı içerisinde enformasyonun kolay ve hızlı paylaşımıyla iletişim teknolojileri de gelişmeye başlar. Manuel Castells'in de belirttiği gibi toplum, daha akışkan, dinamik bir yapıya ağ toplumuna dönüşür.

Bu toplumsal dönüşüm ve gelişen teknolojiler sayesinde televizyon alanında yeni bir yayıncılık anlayışı oluşur. Sayısal yayıncılıkla özellikle izleyiciye çok fazla imkan sunulmaktadır. IPTV, web TV, pay TV olarak adlandırılan televizyon sistemleri hayatımıza girdi. IPTV, şifreli veya şifresiz radyo, televizyon, veri kanallarının, depolanan video, ses ve veri içeriklerinin IP (internet protokol) paketlerine dönüştürülerek geniş bant erişim teknolojileri (Xdsl,fiber..) üzerinden son kullanıcıya yayınlanmasındır (Taşçı ve diğerleri, 2011). Ayrıca bu yeni televizyon yayıncılığı, izleyiciyi ön plana çıkaran etkileşimli bir anlayıştır.

Bu çalışmada, sayısal televizyon yayıncılığının izleyiciye sunduğu imkanlar ve seçenekler incelendi. Çalışmada literatür taraması ile birlikte kuramsal temel oluşturulup değişen izleyici kavramına da değinildi.

Anahtar Kelimeler:Sayısal Yayıncılık, İzleyici, IPTV

The Options That With Changing Television Platforms Offer to the Television Audience

Abstract

As a result of technology development, information society is occurred. Communication technology is developed by to share information easily and fast. According to Manuel Castells, society has been transformed more fluid and dynamic network society.

Through this social transformation and new technologies in the field of television broadcasting, new broadcasting concept is occurred. Especially tv audience has many opportunities with digital broadcasting. Television systems called IPTV, web TV, pay TV has come into our lives. IPTV, encrypted or unencrypted radio, television, data channels, the stored video, audio and data content of the IP (Internet protocol) packets converted to broadband access technologies (xDSL, fiber ..) and with this broadband technologies tv broadcasting regains audience (Taşçı and others, 2011). This new TV systems is interactive.

In this study, digital broadcasting options and opportunities was examined. Theoretical basis was occurred and changing audience with digital broadcasting was addressed.

Key words: Digital Broadcasting, Audience, IPTV

GİRİŞ

İnternet ve bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi, enformasyonun önem kazanmasıyla ağ toplumu diye tanımladığımız yeni bir yapı ortaya çıktı. Ağ toplumunu ilk ortaya atan düşünürlerden biri Manuel Castells'dir. Castells (2013), ağ toplumunu ağa dayalı bir toplumsal yapı, dengesini bozmaksızın yeniliklere gidebilecek son derece dinamik açık bir sistem olarak tanımlar.

Çalışmanın kuramsal çerçevesini Castells'in ağ toplumu düşünceleri ve kullanımlar doyumlar yaklaşımı oluşturur. Bu toplumdaki gelişen televizyon yayıncılığı ve bu yayıncılığın izleyiciye sunduğu seçenekler anlatılır.

Ağ toplumuna televizyon yayıncılığı açısından bakarsak, görsel-ışitsel teknolojilerin gelişmesiyle birlikte yayıncılık anlamında yeni oluşumların gerçekleştiği görülür. Bir frekandan sadece bir televizyon kanalının yayın yaptığı analog yayıncılık sistemi yerini sayısal yayıncılığa bırakır. Sayısal televizyon yayıncılığındaki gelişmeler; televizyon yayıncılığını da çeşitlendirir. Günümüzde farklı yapısal özelliklere sahip karasal sayısal televizyon yayıncılığı, sayısal kablo yayıncılığı, sayısal uydu yayıncılığı, web tv, IPTV gibi uygulamalar dikkat çeker (Kandemir,2013,2).

Çalışmanın birinci bölümünde, sayısal televizyon yayıncılığı anlatıldı. Bu yayıncılığın televizyon alanında getirdiği yenilikler açıklandı. İkinci bölümde, IP TV ve web TV arasındaki farklar belirtilerek bu sistemlerle birlikte izleyiciye sunulan yenilikler detaylandırıldı.

“Kullanımlar ve Doyumlar” Yaklaşımı Doğrultusunda İzleyicinin İhtiyaçları

Sayısal televizyon yayıncılığının getirdiği yeniliklerle birlikte geleneksel televizyon izleyicisi de değişir. Geleneksel televizyon izleyicisi, televizyon tarafından iletilen mesajları alan pasif bir izleyicidir.

Televizyon yayınlarında meydana gelen değişimlerle izleyicinin aktif olduğu, çift yönlü bir iletişim meydana gelir. Yani alıcı aldığı mesajlara geri bildirim yapabilir. Kaynak ve alıcı arasında bir etkileşim oluşur.

“Kullanımlar ve Doyumlar” yaklaşımı işlevselci perspektiften bakarak izleyicinin televizyonu neden izlediği sorusuna cevap arar. Bu soruya verilen cevapta, izleyicilerin televizyonu bazı ihtiyaçlarını tatmin etmek yani bir fayda sağlamak amacıyla kullandıkları ifade edilir. Bu yaklaşımın önde gelen isimlerinden Dennis McQuail ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmalar sonucunda televizyonun “faal” izleyicilerinin araç sayesinde karşıladıkları ihtiyaçları aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır (Aydın,2007,121):

- Oyalanma, kaçış, günlük hayatın sıkıntılarından uzaklaşma, eğlenme
- Kişisel ilişkiler yani televizyon dolayısıyla başkalarıyla iletişim kurmak, yalnızlık duygusunun hafiflemesi
- Kişisel kimlik, program içeriğiyle izleyicinin kendi yaşamı arasında bağ kurması, olası sorunlarla ilgili bilgi edinme ve varolan değerlerin pekiştirilmesi
- Gözetim altına alma, dünya olaylarından haberdar olma, bilgilenme

İzleyiciler belirli türden kitle iletişim araçlarını tüketmek ya da kullanmak suretiyle bu ihtiyaçlarını karşılayabileceğini düşünür. Bu onu belli televizyon programlarını seyretmeye, belirli dergi makalelerini okumaya iter (McQuail, Windahl, 1993, 112).

Yeni iletişim teknolojileri, izleyicinin yukarıda saydığımız ihtiyaçlarına daha hızlı cevap verir. Sayısal iletişim teknolojileri sayesinde izleyicinin ihtiyaçları tek bir araçla karşılanabilir hale gelmiştir.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı izleyicilerin kendi gereksinimlerine göre iletişim araçlarını ve içeriklerini seçtiklerini ve kendi etkilerini kendileri aradığı görüşünü, kısaca “aktif

izleyici” savını getirir. Buna göre insanlar basit bir şekilde davranma yerine çevrelerine etki yapan aktif ajanlar olarak kabul edilir. Bu ajanlar etkinlikleri seçme yolları arasından amaçlarına uygun tercihler yapma gücüne sahiptir (Alemdar, Erdoğan,2003, 188).

Günümüzde bu aktif izleyiciler, enformasyona internet ve bilgisayar teknolojileri sayesinde kolayca ulaşır. İhtiyaçlarını gelişen iletişim teknolojileri doğrultusunda hızlıca gideren aktif izleyicilerden oluşan bu topluma Castells’in tanımıyla ağ toplumu denir. Bu toplumda zamansal süreçte teknolojiyi kullananlar ile üretkenler arasındaki fark ortadan kalkar (Çımrın, 2011: 68).

Sayısal Televizyon Yayıncılığı

Analog ve sayısal olmak üzere iki tür yayıncılık sistemi vardır. Son yıllarda gerçekleşen teknolojik gelişmelerle birlikte ülkemizde sayısal yayıncılığı yaygınlaştırmak için alt yapı çalışmaları yapılmaktadır.

Analog tv yayını, ses ve hareketli resim karelerinin analog işaretler vasıtasıyla iletilmesine denir. Yayın sinyalinin genişliği ve frekansındaki değişimler, gönderilen sinyalin taşıdığı bilgiyi gösterir. Sayısal tv yayıncılığında ise birden fazla verici aynı kanaldan yayın yapabileceğinden, frekans spektrumunu kullanımında büyük tasarruf sağlanır. Yayın neredeyse hiç bozulmadan iletilebilir ve kopyalanabilir. Sayısal tv yayıncılığı, daha kaliteli ses ve görüntü sunar. Spektrumun çok daha fazla program kanalını taşıyabilecek durumda olması ile artan kapasite, geniş bant internet hizmetlerine ya da cep telefonları için mobil TV hizmetlerine ayrılabilir. Elektronik Program Rehberi (EPG), Etkileşimli TV gibi hizmetlerin sunumuna imkan tanır (Karaoğlu,2011,4-10-11).

Analog iletişim teknolojisiyle karşılaştırarak, sayısal iletişim teknolojisinin yayıncı ve izleyiciye getirdiklerini şöyle sıralayabiliriz (Durmaz,2012 akt. <http://tvteknolojileri.blogspot.com.tr/2012/01/dijital-televizyon-yayincilg.html>);

- Daha kaliteli ses ve görüntü getirmiştir.
- Uydu üzerinden ve kabloda yapılan yayınların, taşıdığı kanal kapasitesini artırmıştır. Uydu aktarıcısından (transponder), sadece 1 analog TV yayını yapılırken, dijital teknoloji aynı aktarıcıdan daha kaliteli olarak, 4 ayrı TV kanalı yayını yapılmasını sağlamış ve bu da 4 kat daha fazla izleyici ve 4 kat daha düşük maliyet getirmiştir.
- Analog yayında atmosferik şartlardan (belirli zamandaki güneş patlamaları, şimşek vb...) ve iletim ağı hatlarından dolayı oluşan parazitlerin, gürültülerin giderilmesi mümkün olmamasına karşın, dijital yayın teknolojisinde her türlü parazit ve gürültü giderilerek çok daha temiz ve hatasız iletişimi sağlamak mümkündür.
- Dijital yayıncılık teknolojisinin kendi yapısının doğal bir gereği olarak etkileşimi (interactivity) ve karşılıklı veri iletimini getirmektedir.
- Dijital yayıncılıkta kullanıcılara, izleyiciye yönelik (izleyicinin tercihine bağlı olarak) trafik, hava durumu, borsa, spor bilgileri,
- teletext ya da altyazı şeklinde gönderilirken, istenilirse birden fazla altyazılı olarak da bir film izlettirebilmektedir.
- Farklı programlar farklı kullanıcılara, izleyicinin kendi isteği doğrultusunda verilebilmektedir. Böylece izleyiciler belli bir ücret karşılığında belli bir programı satın alabilmektedir.
- İzleyici herhangi bir futbol karşılaşmasını, saha içindeki herhangi bir kameradan isteği doğrultusunda izleyebilmektedir. Bir filmi başka planlardan izleyebilmesi de mümkündür. Bu şekilde izleyiciye farklı açılardan da ortam gösterilebilmektedir.

Sayısal yayıncılık konusunda ülkemiz Avrupa'nın kabul ettiği DVB (Digital Video Broadcasting) sistemini tercih etmiştir.

DVB-S: TRT'nin Türkiye, Avrupa, Amerika, Avustralya'ya yönelik uydu yayınları DVB-S formatında 1999 yılından bu yana gerçekleşmektedir. Özellikle Avrupa ve Amerika'da 1990'lı yılların ortalarından itibaren bu yayın formatında uydudan yayınlar yapılmaya başlanmıştır.

Ülkemizdeki diğer tüm özel kanallar da uydudan bu formatta yayın yapmaktadır.

DVB-C: Avrupa'da ve ülkemizde TV yayınları kablo-TV şebekesi üzerinden sayısal olarak bu formatta yayınlanır.

DVB-T: Ülkemizde de, Avrupa'da olduğu gibi, karasal vericilerden sayısal yayın sistemi olarak DVB-T tercih edilmiş ve denemelere bu sistem ile başlanır (Pehlivanlı, 2010,35).

Türkiye'de sayısal yayıncılıkla birlikte uydu platformunda, internet üzerinden televizyon yayınları yapılmaya başlandı. IPTV (internet protokolü televizyonu), Web TV, Pay TV, Video on Demand (VoD) sayısal yayıncılık ile hayatımıza giren kavramlardır. Bu yayıncılıkla televizyon haricinde farklı mecralarda tv programları izlemek mümkün hale geldi.

IPTV ve İnternet (Web) TV Tanımı ve Özellikleri

1990'ların sonunda, düzenli TV sinyallerinin internet üzerinden yayını teknolojik olarak mümkünse de, standart video kalitesini tutturmak için gerekli olan yüksek aktarım kapasitesinden ötürü uzun vadede gerçekleştirilecek bir olasılık olarak görünüyordu. Başka bazı teknolojik bütünleşme biçimleri ortaya çıkıyordu. Bir televizyonun, hem bir bilgisayara hem de bir telefon hattına bağlı olduğu Web TV, aynı ekranın hem TV sinyallerini hem de internet hizmetlerini almasına imkan tanır; bu aslında birbirinden bağımsız iki ayrı teknolojinin kullanıcı dostu bir ortamda birleştirilmesidir (Castells, 2013,488).

İnternet ağının ve özellikle kullanıcıya ulaşan son uzantı hattının (last mile) bant genişliğinin artması, internete erişim olanaklarının artması, TCP/IP,HTTP ve HTML gibi standart protokollerin kullanımlarının yaygınlaşması, internetin ticarileşmesi ve veri sıkıştırma yöntemlerindeki gelişmeler sonucunda, internet üzerinden TV yayıncılığı yaygınlaşmaya başladı. Böylece sadece internet üzerinden izlenebilen TV yayınları ortaya çıkar (Dolanbay,İnal der. RTÜK,2008,109).

IPTV, internet temelli televizyon yayıncılığının yeni bir türüdür, internet protokolü ile yapılan televizyon yayınıdır. IPTV yayıncılığının en temel teknolojisi, IP protokolü üzerinden yayın yapan bir televizyon yayını platformu olması, televizyon programları ve içeriklerinin sayısal aktarım ile yine sayısal olan bir veri ağı üzerinden izleyicilere, abonelerine aktarılmasıdır. (Kandemir, 2013,19-20)

Kısaca IPTV internet veya veri ağlarından televizyon sinyallerinin taşınmasını sağlayan ürün olarak tanımlanabilir. IPTV kısaltmasının başındaki IP, internet protokolü anlamına gelse de insanların bir web sitesine bağlanıp TV seyredecekleri anlamına gelmemektedir. IPTV, güvenli kaliteli ve sıkı bir şekilde yönetilen kapalı bir ağ üzerinden gelişmiş TV servisi sunmak anlamına gelir (Taşçı ve diğerleri t.y., 3).

IPTV ve web tv internet üzerinden yayın yaptıkları için sıkça karıştırılan kavramlardır. Web tv yani internet televizyonu, açık bir çerçevede birçok küçük ya da orta ölçekli pek çok sayıda video yapımcısı tarafından sunulan bir ortamdır. IP TV sistemleri dijital televizyon yayını ve seçimli video hizmetinin sağlanması içindir. IPTV'de yayın almak için STB (set top box) adı verilen cihazın bulunması şarttır. Web TV'den yayın almak için internet bağlantısının olması gerekir. İnternette açık bir server üzerinden görüntü aktarılır. Kalite, internet bağlantısının bağlantı kalitesiyle birebir ilişkilidir.Web TV'de hizmet kalitesi pek önemli değildir. Olan en iyi görüntü beklentisi vardır. IP TV'de ise kontrollü ve kapalı bir IP ağı söz konusudur (İnternet TV ile IPTV arasındaki farklar, http://www.derinev.com/internet/derinev-campus/iptv/internet-tv-ile-iptv-arasindaki-farklar_52.html).

IPTV ve web TV hizmetleri ile geleneksel televizyon izleyicisi değişerek daha aktif bir hale gelir. IPTV ile birlikte yayınları kaydetmeye başlayan izleyici için yayın saati kavramı

önemini kaybeder. İzleyici istediği tv programını istediği zaman izleyebilir. Başka bir deyişle televizyon yayıncılığında bireysellik ön plana çıkar.

Sayısal televizyon yayıncılığının diğer hizmetleri şöyledir;

Pay TV, Pay TV sadece belli bir yayın platformu içerisinde yer alan abonelere özel programlar (maçlar, sinema kanalları, tematik kanallar) sunmak için oluşturulmuş ücretli bir yayın sistemidir. Pay TV'nin en temel özelliği yayınların abonelere gönderilirken şifrelenmesidir. Bu şifreler günümüzde, genellikle uydu üzerinden hizmet yapan sayısal platformların abonelerinin dekoderlerinin (decoder) içinde bulunan akıllı kartlar aracılığıyla çözülebilir (Kırık,2010,110). Türkiye'de ilk Pay TV uygulaması, CINE 5 televizyonudur (Büyükbaykal, t.y, 25). Günümüzde Digtürk ve D-Smart kanallarını, Pay TV kuruluşları olarak niteleyebiliriz.

Elektronik Program Rehberi (EPG), Kısaca EPG olarak gösterilen Elektronik Program Rehberi, kullanıcılara yayın akışını ve yayın içeriğini bir menü şeklinde sunacaktır. EPG menüsünden satın almak istedikleri programlar ve uygulamalar hakkında daha detaylı bilgiler elde edebilecek ve seçimlerini buna göre yapacaklardır (Kırık, 2010,131).

VoD (Video on Demand-İsteğe Bağlı Video Hizmeti), Video on demand yani isteğe bağlı video hizmeti olarak bilinen VoD sisteminde spor müsabakalarından, haber yayınlarına, filmlere, oyunlara kadar pek çok hizmet kullanıcıların beğenisine sunulmaktadır. VoD servisleriyle sunulan hizmetlerde içerik tümüyle olmasa da kısmen seyircinin (kullanıcının) kontrolüne tabidir (Karakuş,Kırık,2013,67). Video on Demand servisinin ana bileşenleri, videoları depolayan ve erişimi sağlayan video sunucular, müşteri ile bağlantıyı sağlayan network ve son kullanıcıya ait olan set top box'tır. Bir video on demand müşterisi seyrettiği videoyu sanki kendi video cihazından seyrediyormuş gibi ileri geri dondurma gibi fonksiyonları yapabilmelidir (Dolanbay, İnal der. RTÜK,2008,49).

OTT(Over The Top TV), video içeriklerinin internet üzerinden son kullanıcıların çevrimiçi cihazlarına taşınmasına denir. IPTV'den farkı açık interneti kullanır. Bu nedenle görüntü kalitesi garanti altında değildir. Web TV'den farkı ise bilgisayar değil TV ekranından izlenir (Televizyonun Geleceği,OTT hakkında bilmek istediğiniz herşey, 2012, <http://www.btnet.com.tr/42533-televizyonun-gelecegi-ott-hakkinda-bilmek-istediginiz-hersey-konuk-yazar.html>).

Ek servisler, interaktif televizyon, internette dolaşma, kişisel video/program kaydı (Cep telefonu veya bilgisayardan da başlatılabilir), televizyon üzerinden diğer mecralarla mesajlaşma (diğer televizyonlar, cep telefonları, bilgisayarlar), program uyarıları ve alarmlar, televizyondan sesli veya görüntülü görüşme yapma imkanı, sesli veya görüntülü medya kaydı, içerik yükleme gönderme (Belirli bir izleyici kitlesi ile içerik paylaşma), dijital alışveriş, bankacılık,e-devlet, dijital geziler (Dolanbay, İnal der. RTÜK,2008,135).

IP tabanlı yayın yapan televizyon sistemi IPTV ya da pay TV'lerde önemli bir diğer imkan, abonelik bilgilerinin reklamverenlere ulaştırılmasıdır. Marmara Üniversitesi öğretim görevlisi Atif Ünal, Medya+ dergisine verdiği röportajında "Eğer bir IPTV servis sağlayıcımız varsa abonelerinizin hangilerinin televizyonunun açık olduğunu, hangi kanalı seyrettiğini görebilme imkanına sahipsiniz. Bu reytingin online, eş zamanlı alınabilmesi anlamına gelir." der.

SONUÇ

Sayısal televizyon yayıncılığının gelişmesiyle beraber bu alanda yeni yayıncılık anlayışları karşımıza çıktı. İnternet ya da internet protokolü üzerinden yayın yapmak mümkün hale geldi.

Kendi ilgi alanlarına göre yayın paketleri satın alabilen izleyici, aktif bir kullanıcı olur. Aynı zamanda bu aktif kullanıcı televizyon içeriklerini mobil cihazlardan izlemeye başlar. Böylelikle farklı iletişim cihazlarının tek bir cihazda birleşmesi, yöndeşme olarak adlandırılan sürece geçildi. İletişim, internet ve bilgisayar teknolojilerinin tek bir cihazda toplanmasına yöndeşme olarak adlandırılır. Teknolojik yöndeşme iletişim alanında üç boyutta gerçekleşir.

Bunlar altyapı, içerik/hizmet, donanım alanlarıdır. Sayısallaşma ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerle birlikte her türlü verinin aynı altyapı üzerinden aktarılması olanaklı hale gelmiş ve altyapılar arasında bir yakınlaşma gerçekleşmeye başlar. İçerik/hizmet bazındaki yöndeşme sürecinin de temelini sayısallaşma oluşturur. Sayısallaşma sayesinde aynı içeriğin farklı altyapılar aracılığıyla aktarılabilmesi ve aynı içerik üzerine temellenmiş farklı hizmetlerin verilebilmesi mümkün olur (Başaran, Geray,2005,262). Yöndeşme sayesinde yeni iletişim çağında izleyiciler cep telefonlarından, tablet bilgisayarlardan televizyon izlemek, internete girmek gibi pek çok olanağa sahiptir.

Sayısal TV yayıncılığının, televizyon izleme alışkanlıklarının yanında izleyiciye ve reklamverene sağladığı pek çok yarar vardır. Abonelik sistemi sayesinde izleyicinin ilgi alanlarının belirlenmesi ve reklamverenlerin hedef kitleye ulaşması daha kolay sağlanır. Böylelikle pazarlama alanında ürünlerin doğrudan alıcıya ulaşması mümkün olur. Sayısal yayıncılık ile izleyicinin istediği programı kaydedebilmesiyle izleyicinin eskisi gibi program saatinde televizyon başında olmasına gerek kalmaz. Zaman ve mekan bakımından esnek bir izleyici kitlesi oluşur.

Kısacası, yeni yayıncılık yeni bir izleyiciyi de karşımıza çıkarır. Aktif, etkileşimin üst seviyede olduğu, zaman kavramının ortadan kalktığı, internet ve mobil araçlar yardımıyla izleyicinin üretici olduğu bir süreç yaşanmaktadır.

Kaynakça

- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2003). Öteki Kuram. İstanbul: Erk yayınları
- Aydın, O. (2007). Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 11, 119-131.
- Başaran, F. ve Geray, H. (2005). İletişim Ağlarının Ekonomisi. Ankara: Siyasal.
- Büyükbaykal, C. (t.y.). Günümüzde Türkiye'deki Televizyon Yayıncılığının Genel Görünümü. Erişim Tarihi: 7.12.13, http://sbd.aydin.edu.tr/makaleler/cilt1sayi9/7_ceyda_ilgaz_buyukbaykal.pdf
- Castells, M.(2013). Ağ toplumunun yükselişi. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi yayınları.
- Coşar, Ö. (n.d). Etkileşimli Televizyon Uygulamaları. Erişim Tarihi: 7.12.13, http://www.emo.org.tr/ekler/e4b798b0961975c_ek.pdf
- Çımrın, F. (2011). Manuel Castells'i yeniden okumak: Küresel Ağ Hareketleri Yaklaşımının Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Erişim Tarihi: 28.12.13, <http://sosbilder.neu.edu.tr/wp-content/uploads/NEU-Journal-of-Social-Sciences-Vol.IV-No.2.pdf#page=65>
- Dolanbay, C. ve Ünal, V. (2008). Birey eksenli interaktif yayıncılık. İstanbul: RTÜK.
- Durmaz, A. (2012). Erişim tarihi: 01.06.14 Dijital Televizyon Yayıncılığı. aktaran <http://tvteknolojileri.blogspot.com.tr/2012/01/dijital-televizyon-yaynclg.html>.
- İnternet TV ile IPTV arasındaki farklar. Erişim Tarihi: 28.12.13 http://www.derinev.com/internet/derinev-campus/iptv/internet-tv-ile-iptv-arasindaki-farklar_52.html
- Kandemir, C. (2013). IPTV Yayıncılığının Sorunları ve Geleceği. İstanbul: Derin yayınları
- Karaoğlu, M. (2011). Dünya'da ve Türkiye'de Sayısal ve Karasal TV Yayıncılığı. (Uzmanlık Tezi). Ankara: RTÜK
- Kırık, M.A. (2010). Etkileşimli Televizyon. İstanbul: Yeni Medya
- Kırık, M.A. ve Karakuş, K. M. (2013). Sosyal Medya ve İnternet Teknolojisi ile Yöndeşen Televizyon Yayıncılığı: Sosyal TV. Erişim Tarihi: 7.12.13, http://www.academia.edu/4967493/Sosyal_Medya_ve_Internet_Teknolojisi_ile_Yondesene_Televizyon_Yayinciligi_Sosyal_TV
- Mc Quail, D. & Windahl S. (1993). İletişim Modelleri. Ankara: İmaj
- Medya+ .Medya Artı Pazarlama ve İletişim Dergisi. Türkiye'de IPTV. Sayı 3. İstanbul.
- Taşçı, O. ve Tekcan, T. A. ve Sunar. K. (t.y.). İletişim Teknolojilerindeki Gelişmelerde IPTV'nin rolü Televizyon Endüstrisi ve Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri. Erişim Tarihi: 7.12.13, http://www.emo.org.tr/ekler/3aaec9d64fb9866_ek.pdf
- Televizyonun Geleceği, OTT hakkında bilmek istediğiniz herşey. (2012). <http://www.bt.net.com.tr/42533-televizyonun-gelecegi-ott-hakkinda-bilmek-istediginiz-hersey-konuk-yazar.html>. Erişim Tarihi: 7.12.13