

İYİLEŞTİRME KURAMI BAĞLAMINDA GELENEKSEL TV'DEN IPTV'YE DÖNÜŞEN İZLEYİCİ TERCİHLERİ: LİTERATÜR ÜZERİNE TEORİK BİR İNCELEME

Recep BAYRAKTAR

ÖZ

Medya ekosistemini anlamaya yönelik çabalara katkı sağlayan teknolojik determinizm medyadaki gelişmeleri nedensellik ilişkisi üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Bu nedensellik olgusu kendisinden önceki medyumu değişime uğratan yeni araçların genel hareket noktalarını saptamaya yönelik ilkeler ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda geliştirilen iyileştirme kuramı medya ekosistemini anlamlandırmak için kapsamlı bir çerçeve sunar. Bu çalışmada, televizyon yayıncılığının iletim biçimleri olan karasal yayıncılık, kablolu yayıncılık, uydu yayıncılığı ve internet yayıncılığı ile ortaya çıkan dönüşümler hem televizyon yayıncılığı hem de izleyici tercihleri açısından literatüre dayalı olarak teorik bir çerçeveden ele alınmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, televizyon yayıncılığının ve izleyici tercihlerinin günümüzdeki durumunu betimleyici bir yaklaşımla ortaya koyabilmek için iyileştirme kuramı çerçevesinde ilgili literatür taranmıştır. Literatürde, televizyon yayıncılığı alanında meydana gelen iyileştirmeler neticesinde izleyici tercihlerinde çeşitliliğin arttığı, izleyicilerin özel ilgilerine yönelik bir yayıncılık türünün geliştiği ve etkileşimli uygulamalar ile izleyicilerin daha dinamik bir izleme süreci içerisine girdikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İyileştirme Kuramı, Sosyal TV, IPTV, İzleyici, Literatür

IN THE CONTEXT OF REMEDIATION THEORY FROM TRADITIONAL TV TO IPTV TRANSFORMING AUDIENCE PREFERENCES

ABSTRACT

Technological determinism, which contributes to efforts to understand the media ecosystem, tries to explain the developments in the media through the causality relationship. This causality phenomenon sets out the principles for determining the general starting points of new vehicles that change the medium before it. The remediation theory developed in this direction provides a comprehensive framework to make sense of the media ecosystem. In this study, transformation of television broadcasting that take shape terrestrial broadcasting, cable broadcasting, satellite broadcasting and internet broadcasting were evaluated with a theoretical study based on literature in terms of both television broadcasting and audience preferences. In this scope, in order to reveal the current state of television broadcasting and audience preferences, various findings were obtained with a descriptive approach within the framework of remediation theory. As a result of the remediation in the field of television broadcasting in the light of the findings, it has been concluded that the diversity of the audience choices increased, a broadcasting type has developed for the special interests of the audience and the audience entered into a more dynamic watching process with interactive applications.

Keywords: Remediation Theory, Social TV, IPTV, Audience, Literature

·Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, recep.bayraktar@atauni.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6285-8059.

Makale Geliş Tarihi: 11.03.2020

Makale Kabul Tarihi: 25.03.2020.

GİRİŞ

20. yüzyılda iletişim teknolojileri alanındaki gelişmeler ile birlikte bu teknolojik araçların toplumsal olarak benimsenip çoğalması ve hayatın her alanına nüfuz etmesi bu araçların toplumsal yapı üzerinde belirleyici oldukları düşüncesini ortaya çıkarmaktadır. Bu kapsamda geliştirilen görüşler teknolojik determinizm olarak ifade edilmektedir.

Teknolojik determinizm teknolojinin özerk bir şekilde toplum üzerinde belirleyici etkileri olduğunu varsayan bir yaklaşımdır (Mutlu, 1998: 328). Teknolojik determinist anlayışa göre toplumsal değişim ve dönüşümün motor gücü teknolojidir. Teknolojik determinist anlayışın öncü isimleri Harold Adams Innis ve Marshall McLuhan'dır.

Innis ve McLuhan gibi düşünürler iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimlerin ve gelişmelerin insanların düşüncelerini ve toplumsal örgütlenme biçimlerini şekillendirdiğini ifade ederler (Yaylagül, 2014: 69). Innis iletişim teknolojilerinin siyasal ve ekonomik süreçlerde belirleyici olduğunu ve iletişim sistemlerinin uzamsal ve zamansal ilişkileri biçimlendirdiğini söylemektedir. Ona göre teknolojinin belirlediği bilgi teknolojileri iktidarın bir toplumda bölüşülmesini sağlar. Innis tarih boyunca iki tür toplum biçimine neden olan iki tür medya biçiminin var olduğunu ve bunların uzamsal ve zamansal iletişim şeklinde işlediğini öne sürer. Uzamsal iletişim matbaa ve elektronik iletişim neticesinde ortaya çıkan, yayımcı ve belli bir bölgenin denetimine yol açan bir iletişim türüdür. Zamansal iletişim ise sözlü kültürlerin ve el yazmaların hâkim olduğu küçük toplulukların ve geleneksel toplumların iktidar anlayışlarını şekillendiren ve destekleyen iletişim biçimidir. Uzamsal iletişim merkezileştirmeyi amaçlarken; zamansal iletişim bölümlenmeyi hedeflemektedir (Mattelart ve Mattelart, 2003: 141). Innis'e göre medya sadece toplumla bağlantı kuran bir araç değil; aynı zamanda toplumsal dokuyu belirleyen bir teknolojidir (Carey, 1967: 5). Benzer şekilde McLuhan'ın teknolojik determinist anlayışında teknolojiyi merkeze koymakta ve diğer bütün etmenleri ona bağlı kılmaktadır (Güngör, 2018: 182). McLuhan'a göre iletişim teknolojileri sadece insanların ne düşüneceklerini değil; aynı zamanda nasıl düşüneceklerini de belirlemektedir (Uzun, 2017: 109).

Araç mesajdır söylemini ortaya koyan McLuhan (1994: 7-8) herhangi bir medyanın içeriğinin kendisinden önceki medyada bulunduğunu ifade eder. Örneğin yazının içeriği sözdür ve yazı kendisinden önceki bir medyum olan sözün karakteristik özellikleri üzerinde temellenir. Benzer şekilde yazılı kelime de basılı medyanın içeriğidir. Basılı medya da kendisinden önce bir medyum olan yazılı kelimenin genel karakteristik özellikleri üzerinde konumlanır.

Neden sonuç ilişkisinin hâkim olduğu teknolojik determinist yaklaşımda icat edilen bir aracın aslında kendisinden önceki bir araçla bağlantısı olduğu gözükmektedir. Belli gereksinimler neticesinde geliştirilen bir medyum

kendisinden önceki başka bir aracın bazı karakteristik özelliklerini içerisinde barındırmaktadır. Medyada ortaya çıkan bu durum herhangi bir aracın içeriğinin başka bir araç olduğu anlamına gelmektedir. Bu kapsamda medyalar arası bir nedensel ilişkinin olduğu öne çıkmaktadır. Bu nedensel ilişkiyi iyileştirme kavramı altında değerlendiren kişilerin başında Paul Levinson gelmektedir.

Levinson, *The Soft Edge* adlı kitabında insanların medyada belirli iyileştirici unsurları geliştirdiğini ifade eder. Levinson, iyileştirme olgusunu açıklamak için pencere örneğini gösterir. Örneğin iklim koşullarından ve dışarıdaki insanlardan korunmak için duvarları icat eden insanlar; zamanla bu duvarlardan dışarıya bakmanın tek yolunun da bu duvarlara bir delik açmanın olduğunu anlarlar. Duvarlara bu delikleri açan insanlar sonrasında buradan yağmurun ve soğğun içeriye sızdığını görünce de yeni bir icat olan pencereyi geliştirirler. Bu kapsamda Levinson tüm teknolojik icatların aslında bir değiş tokuş süreci içerisinde gerçekleştiğini ifade eder (1997: ix, 6).

Nedensel bir ilişki içerisinde açıklanmaya çalışılan iyileştirme kuramını aslında bir medyanın kendisinden önce başka bir medyada bulunan belli karakteristik özellikleri kullanarak daha işlevselci bir özelliğe bürünmesi şeklinde tanımlamak mümkündür.

Benzer ifadeleri Bolter ve Grusin'in 2000 yılında kaleme aldıkları *Remediation: Understanding New Media* adlı kitaplarında da görmek mümkündür. Bolter ve Grusin'e göre, hiçbir medyum ya da medya olayı kendisinden önceki diğer medyadan izole bir şekilde işlememektedir. Yeni bir medya eski medyanın yeniden biçimlendirdiği unsurlardan oluşur. İyileştirmenin amacı kendisinden önceki medyayı yeniden biçimlendirmek ve iyileştirmektir. Her bir yeni medyum seleflerinin hatalarını onarmak ya da eksikliklerini telafi etmek için seçilir. Genel olarak eski medyumun kullanıcıları yeni bir medyum ortaya çıkmadan önce eski medyumun eksikliklerinin farkına varmazlar. Bu bağlamda sanal gerçeklik, interaktif televizyon ve World Wide Web gibi yenilikler yerlerine geçtikleri eski medyumların yetersizliklerini iyileştirirler. Yetersizlik aracısızlığın eksikliği olarak ortaya çıkar. Örneğin fotoğraf tablodan, film fotoğraftan ve televizyon filminden daha aracısız olarak ortaya çıkar. Sonuç olarak yeni bir medyum eski medyumunu içine alarak iyileştirir. İyileştirme eski medyumunu bütünüyle unutturmazken; yeni medyum eski medyumun onaylanan özellikleri üzerinde ilerleme kaydeder. Böylece iyileştirme şeffaf aracısızlığı destekler (2000: 15, 56-60).

Bolter ve Grusin'e göre (2000: 21), medyada iyileştirmenin itici gücü aracısızlık ve hiperaracılıktır. Aracısızlık (2000: 70-71) şeffaflıktır; aracın ve temsilin yokluğudur. Aracısızlık doğrudan nesnelerin bilindiği şekliyle izleyicileri nesnelerin mevcudiyeti ile baş başa bırakmaktadır. Aracısızlık, medyumun kendisini ortadan kaldırdığı bir durumdur ve medyumun ortadan kalktığını

izleyicilere hissettirmektir. Medya deneyiminin gerçek bir deneyim olduğunda ısrar eden hiperaracılık ise dünyanın bilgisinin medya ile kazanıldığına yönelik bir izleyici kabulü oluşturmaktadır. Aracısızlık ve hiperaracılık medyada izleyicilere gerçek ve duygusal bir deneyim sunmayı amaçlar. Kusursuz gerçek bir imaj oluşturmak için (2000: 6-9) aracısızlık hiperaracılığa bağımlıdır. Örneğin bir olayın temsilinde bilgisayarda oluşturulan üç boyutlu grafikler, haber sunumlarında ekranda akan metinler, fotoğraflar ve grafikler temsil edilenlere gerçek ve duygusal bir etki kazandırmak için oluşturulan hiperaracı unsurlardır.

Bolter ve Grusin'in geliştirdiği aracısızlık ve hiperaracılık ikiliği medyada gerçekliğin temsilinde duygusal ve otantik bir deneyim oluşturmayı amaçlar. Bir yanda şeffaf bir gerçeklik için bütün aracı unsurları ortadan kaldırmayı amaçlayan aracısızlık bulunurken; diğer yanda gerçekliğin temsilinde birçok multimedya ve hipermedya uygulamalarını kullanan hiperaracılık ortaya çıkmaktadır. Böylece medyada iyileştirme kavramını medyanın kendi gerçekliğini yeniden ele alıp aracılık ve hiperaracılık olgularıyla yeniden biçimlendirdiği bir süreç olarak nitelendirmek mümkündür. Bu kapsamda bu çalışmada günümüz televizyonu ve izleyicileri açısından ortaya çıkan iyileştirmelerin izleyici tercihlerinde ne tür dönüşümler oluşturduğu, Bolter ve Grusin'in iyileştirme kuramı altında geliştirmiş oldukları aracısızlık ve hiperaracılık kavramları ile ele alınacaktır.

1. GELENEKSEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Televizyon, Yunancada uzak anlamına gelen 'tele' ve Latince görme anlamına gelen 'visio'sözcüklerinin birleştirilmesiyle oluşur. Bu kapsamda televizyon sözcüğü uzaktakini görme anlamına gelmektedir (Temel Britannica, 1990: 135).

Televizyonun gelişmesi birçok teknolojik alanla ilintilidir. Başta elektrik, sonrasında telgraf, telsiz, telefon, fotoğraf, sinema ve radyo alanlarındaki gelişmelerin neticesinde ortaya çıkan televizyon olgusu hem toplumsal anlamda hem de teknolojik anlamda önemli bir dönüşüme sebep olmaktadır. Teknolojik determinist anlayış içerisinde değerlendirilebilecek bu durum başta elektriğin bulunması, ardından elektrik iletimi ile mesaj göndermeye olanak tanıyan telgrafın, sonrasında ise ses aktarımı için geliştirilen telsiz, telefon ve radyonun icadı ile görüntünün de elektrik iletimi sayesinde uzağa taşınması fikrine ön ayak olur.

Bu kapsamda 1873 yılında İrlandalı telgrafçı Andrew May ışık dalgalarını elektrik sinyaline dönüştürmeyi başarır (Tekinalp, 2011: 13). May'ın bu buluşundan yaklaşık on yıl sonra Alman bilim insanı Paul Nipkow'un geliştirdiği 'Döner disk' adlı aygıt sayesinde bir görüntünün taranarak başka bir yere aktarılması sağlanır. Nipkow'un mekanik tarama şeklinde tanımlanan döner disk buluşu 1920'li yıllardan sonra birçok bilim insanı tarafından daha net görüntüler elde edebilmek için geliştirilmeye çalışılır. 1923 yılında Amerikalı bilgin Jenkins ve 1925 yılında da İngiliz Logie Baird döner diski kullanarak ilk deneme yayınlarını

gerçekleştirirler. 1936 yılında Baird tarafından yapılan denemeler sonucunda daha net görüntüler elde edilir. Böylece 1936 yılında elektronik tarama tekniği kullanılarak ilk düzenli televizyon yayını İngiltere de gerçekleşir (Aziz, 2013: 46-49).

İlk yayınların karakteristik özelliği bir noktadan birçok noktaya aktarılan yayıncılık biçimidir. Günümüzde bu yayıncılık türü geleneksel yayıncılık olarak ta nitelendirilmektedir. Geleneksel yayıncılık radyo ve televizyon sayesinde geniş coğrafyalardaki kitlelere ulaşma olanağını yakaladı (Srivastava, 2002: 2). Geleneksel televizyon yayın sistemlerini karasal yayıncılık, kablolu yayıncılık ve uydu yayıncılığı şeklinde sıralamak mümkündür. Günümüzde ise kitle iletişim alanında önemli değişiklikleri meydana getiren başlıca etkenler iletişim sürecinde bilgisayar ve internet teknolojilerinin kullanılıyor olmasıdır. Bu iki unsur günümüz geleneksel medya ve yeni medya ayrımının temel sacayağını oluşturmaktadır. Bu çalışmada geleneksel televizyon yayıncılığı ile ifade edilen dönem yayıncılıkta internet öncesi iletim biçimlerinin kullanıldığı zaman dilimini kapsamaktadır. Televizyon yayıncılığının başlangıç yıllarında yayıncılık iletim türü karasal yayıncılık şeklinde gerçekleştirilmekteydi. Bu yayıncılık türünde ses ve görüntü elektro manyetik dalgalar-frekanslar aracılığıyla televizyon alıcılarına iletilmektedir. Bu dönemde frekans aralıklarındaki belirli sınırlılıklar televizyon kanallarının çeşitliliğini sınırlayan bir faktördür. Ayrıca karasal televizyon yayıncılığında yayınların iletimi coğrafik koşullara bağlıdır. Frekansların yayılım özelliklerinden dolayı vadi ya da her tarafı gökdelenle kaplı kentsel bir ortamda yaşayanlar için televizyon yayınlarına ulaşmak mümkün değildir. Bu durum kablolu yayıncılığın gelişmesindeki başlıca etkidir.

İlk kablolu televizyon uygulamaları 1949 yılında Amerikada Pennsylvania bölgesinde gerçekleştirilir. Dağlık bir yapıya sahip olan bu bölgede bir grup televizyon satıcısının gayretiyle oluşturulan bu sistemde yüksek bir dağın tepesine yerleştirilen büyük bir antenden evlere televizyon yayınlarını ulaştırmak için kablolar çekilir. Oldukça verimli bir yöntem olan bu uygulama hızlı bir şekilde Amerika da yaygınlaşır. Başlangıçta ulusal yayınları izletmek için başlatılan bu yöntem 1970'li yıllarda çok daha farklı bir boyuta taşınır. Normal yayınlarda bulunmayan film, spor ve müzik gibi yayınlar abonelik yöntemi ile izleyicilere aktarılır. Bu yöntem paralı televizyon-Pay TV uygulamasının gelişmesine olanak tanır (Tekinalp, 2011: 124-125).

Tecimsel yayıncılığın egemen olduğu Amerika da kablolu televizyon uygulaması birçok rekabeti beraberinde getirmektedir. Daha fazla abone ve reklam geliri elde etmek için girişimciler izleyicilerin özel ilgilerine yönelik programlar oluşturmaya çalışırlar.

Ayrıca bireyselleşme ile birlikte de televizyon içeriklerinde değişim yaşanır. Daha fazla bireyselleşen izleyicinin talepleri doğrultusunda tematik kanal adı verilen ve sadece belirli konular etrafında yayın yapan kanallar ortaya çıkar. Bu kanallar

haber, belgesel, müzik, spor, çizgi film ve sinema gibi yayın türlerinde ve tematik yayıncılık bağlamında yayın yapılar (Kırık, 2010: 91-92).

Özel ilgilere yönelik çeşitlilik iyileştirme kuramı açısından bir aracısızlık örneğidir. Daha fazla temsilin sunulduğu bu süreçte izleyiciler için medya deneyimlemesi kendi ilgilerine bırakılmakta ve izleyicilere daha şeffaf bir gerçeklik fırsatı sunulmaktadır. Televizyon yayıncılığında çeşitliliğin artmasını sağlayan diğer bir uygulama ise yayıncılıkta uydu sistemlerinin kullanılmasıdır.

Somut anlamda iletişim alanında kullanılan uyduların başında 1957 yılında Sovyet Birliği tarafından uzaya fırlatılan Sputnik 1 adlı uydu bulunmaktadır. Sonrasında ise Amerika ve Avrupa ülkeleri tarafından uzaya fırlatılan uydular gelmektedir. Bu uydular arasında TELSTAR adındaki iletişim uydusuyla Amerika'dan Avrupa'ya ilk canlı televizyon yayını gerçekleştirilir (Aziz, 2013: 70).

Kıtalararası televizyon yayıncılığını başlatan uydu teknolojisi ile birlikte izleyiciler çanak antenler aracılığıyla dünyanın farklı ülkelerindeki yayınlara ulaşma fırsatını yakaladılar. Bu durum bir taraftan yayıncılık alanında çeşitliliği artırırken; diğer taraftan yayıncılığın ticari anlamda uluslararası bir boyut kazanmasına olanak tanır. İzleyiciler açısından bu gelişme ise artan çeşitliliği ve sınırlı sayıda ulusal sınırlar içerisindeki yayınlardan azat edilmeyi sağlar.

Geleneksel televizyon yayıncılığının başlıca ögesi akıştır. Williams (2003: 72) yayıncılık sistemlerinin art arda sıralanan bir akıştan oluştuğunu ifade eder.

Akış için gerekli olan bir program çizelgesi gereklidir. Televizyon yayıncılığında programların belli bir mantık içerisinde sıralanması (Scheduling) kavramı ile ifade edilmektedir.

Belirli programlara belirli izleyici kümesinin çekilebilmesi ve televizyon yayınlarının günlük hayatın akışına uygun olarak düzenlenip yayınlanması geleneksel yayıncılığın temel ögesidir. Bu sayede belirli programlar belirli saat dilimlerinde yayınlanıp hedef izleyici kümesine ulaşılmaya çalışılır. Burada zamansallık olgusu çok önemlidir. Programların yayınlanma mantığı (scheduling) ne tür programların ne zaman yayına sunulacağını belirleyen bir unsurdur ve önemli olan düzenlilik ve tekrardır. Örneğin bir program düzenli bir şekilde günün belirli saat dilimlerinde ya da haftanın belirli günlerinde yayınlanır (Kaplan, 1992: 28-29). Bu bağlamda Lacey (2002: 197) programlamanın mantığını günün herhangi bir saatinde yayıncılar arasındaki hedef izleyicinin paylaşımını maksimize etmek şeklinde açıklar.

İzleyici sayısı ve reklam ikiliği sonucunda daha fazla izleyiciye ulaşmak isteyen televizyon yayıncıları izleyicilerin televizyon izleme sürelerini belirli kuşaklara ayırırlar. Örneğin bu durum daha çok kadın izleyicilerin televizyon izledikleri saatler olarak sabah kuşağı ve genel izleyicilerin televizyonu en fazla izledikleri saatler olarak da prime time olgusunu ortaya çıkarır. İzleyici açısından geleneksel televizyon yayıncılığı belli bir zaman ve mekân talep etmektedir. Belli bir akışa

dâhil olmayı gerektiren bu durum akış içerisinde istenilen bir programın izlenmesi için o an televizyon karşısında bulunmayı gerekli kılmaktadır. Geleneksel televizyon yayıncılığında canlı yayın ve bant yayın olarak gerçekleştirilen akış izleyicinin zaman ve mekân içerisinde sınırlandırılmasına ve farklı kanallarda yayınlanan sevdiği programları kaçırmaya neden olmaktadır. Böyle bir olumsuzluğu ortadan kaldıracak önemli gelişme ise video kaydetme teknolojisi alanındaki yeniliklerle gerçekleşir.

İlk olarak 1950'li yıllarda kullanılmaya başlanan video teknolojisi 1970'li yıllarda piyasaya sürülen Betamax ve VHS videokasetleri sayesinde insanlar tarafından ev içi kullanımına açıldı (Tekinalp, 2011: 25-26). Artık izleyicilerin istediği bir programı kaydetmesine olanak tanıyan bu gelişme bir programın, filmin ya da dizinin sürekli başa sarılarak izlenebilmesini, ileri geri sarılabilmesini ve istenilen anda durdurulabilmesini sağladı. Böylece izleyiciler televizyon yayınlarındaki akıştan belli bir özerklik kazandılar.

2. TELEVİZYON YAYINCILIĞI ALANINDA İNTERNET VE SONRASI

İletişim alanında 20. yüzyılın önemli gelişmeleri arasında başta internet teknolojisi gelmektedir. Alışveriş, reklam, yayıncılık gibi olguları etkili bir biçimde dönüşüme uğratan bu teknoloji 21. yüzyılın en önemli bir mecrası olma özelliğini taşımaktadır.

Yaygın bir ifadeyle ağların ağı olarak tanımlanan internet sayesinde veri, ses, müzik ve video gibi sayısal verilerin aktarımı sağlanmaktadır. Başta askeri amaçlar için geliştirilen internet sayesinde bilgisayarlar arası iletişim kurmak mümkün hale gelmektedir. 1957 yılında Sovyetler Birliği'nin Sputnik 1 adındaki insanlı uydusunu uzaya fırlatmasının ardından Amerika, Soğuk Savaş dönemi içerisindeki bu zaman diliminde güdümlü füzelere karşı sistemler geliştirmeye başlar. Bu kapsamda Amerika başlangıçta İleri Araştırma Projeleri Ajansı'nı (ARPA) kurar. Sonrasında ise bu ajansı İleri Savunma Projeleri Ajansı (DARPA) olarak yeniden biçimlendirir. Amerika Savunma Bakanlığı 1963-83 yıllarını kapsayan süreçte araştırmalar için bu ajansa 500 milyon dolar yardımda bulunur. Yapılan çalışmalar sonucunda ilk bilgisayar ağı ARPANET kurularak 1990'lı yıllara kadar bu ağ sisteminde genellikle askeri amaçlar için çalışmalar yapılır. Sonrasında ARPANET devre dışı bırakılarak bilgisayarlar arası ağ sistemi INTERNET adını alarak başta Amerikan üniversitelerinin ardından ise sivil kullanıcıların erişimine açılır (Geray, 2003: 20-21).

Teknolojik dönüşümlerin izleyiciler açısından çeşitli sonuçlar doğurduğunu ifade eden Yılmaz'a göre (2009: 310) her bir yeni teknoloji ile birlikte bir taraftan medya kullanımında yeni ilişkiselikler ortaya çıkmakta; diğer taraftan izleyiciler açısından zihinsel olarak yeni açılımlar gelişmektedir.

Televizyon yayıncılığı açısından internetin kullanımı beraberinde birçok olanaklar getirir. Günümüz televizyon kanalları yayınları için bu mecraı kullanarak izleyicilere yeni imkânlar sağlamaktadırlar. İnternetle birlikte iyileştirilen yayıncılık alanı başta şeffaf gerçekliğin deneyimlenmesi için birçok hiperaracılık örneği ortaya koymaktadır. Bu kapsamda ele alınacak yayıncılık türleri İnternet TV, Sosyal TV ve IPTV'dir.

İnternet TV, internet üzerinden web uygulamaları aracılığıyla ve çeşitli televizyon kanallarını yakınsayan teknolojiler sayesinde bilgisayarlar, televizyonlar, tabletler ve cep telefonları ile izlenebilmesidir. İnternet TV olgusuyla birlikte tek bir internet sitesi üzerinden debirçok televizyon kanalının yayınlarına canlı olarak ulaşmak mümkün hale gelmektedir. İnternet TV'de önemli olan faktör internet servis sağlayıcılarının sunmuş olduğu hız seviyesidir. Çünkü hız seviyesine göre görüntü kalitesi elde edilmektedir. Kaliteli bir görüntü elde edebilmek için geniş bant internet teknolojisine sahip olmak gereklidir.

İnternet TV kamuya açık internet özelliğini kullanmaktadır. Sağladığı avantajların başında dünyanın herhangi bir yerindeki televizyon kanalının yayınlarına internet üzerinden ulaşılması gelmektedir. Olumsuz yanı ise internet hızına bağlı olarak yayınlarda gecikme ya da kesilme olmasıdır (O'driscoll, 2008: 3).

İzleyici açısından televizyon yayınlarının internetten izlenebilmesi ev ve aile merkezli televizyon izleme edimini değişikliğe uğratmış durumdadır. Yayınlarla ulaşmak için geleneksel iletim biçimlerine (karasal yayıncılık, kablolu yayıncılık ve uydu yayıncılığı) zorunluluğu ortadan kaldıran bu gelişme bireysel anlamda ev içi ya da ev dışı ortamlarda televizyon izlemeye kolaylık getirmektedir.

Bu kapsamda yeni izleyici artık gittiği her yerde kendisini evinde hissetmekte, aktif bir şekilde kimliğini yenilemekte ve görsel kâşif olarak karşımıza çıkmaktadır (Yılmaz, 2009: 96). Bilgisayarların, tabletlerin ve cep telefonların devreye girdiği izleme sürecinde sadece tek bir internet bağlantısının olması herhangi bir televizyon kanalına ulaşmayı olanaklı hale getirmektedir. Özellikle web 2.0 uygulamalarının internet mecrasında yaygınlaştığı 2000'li yıllardan sonra ise yayıncılık alanında izleyici ve yayıncılar açısından önemli gelişmeler ortaya çıkar. Başta internette blogların, vikilerin ve sonrasında sosyal ağların yaygınlaştığı bu dönem etkileşimli uygulamaların yükselişine denk gelir. Bu etkileşimli ortamların televizyon yayıncılık alanına yansıyan önemli bir uygulama alanı ise Sosyal TV'dir. Sosyal TV web'in interaktif doğasını kullanmaktadır. İyileştirme kuramı açısından daha fazla aracısızlığı sağlayan Sosyal TV olgusu izleyicilerin televizyon temsillerine yönelik sorgulayıcı bir tavır geliştirmesine olanak tanımaktadır.

Bu bağlamda Arrojo'ya göre (2015: 36), Sosyal TV televizyon yayıncılık alanında ki görsel-işitsel içeriklere aktif bir şekilde yorum yapmak ve katılmak için teknolojik araç olarak interneti kullanan insanların etkileşimli bir mecrasıdır. Bu

mecra genellikle sosyal ağlar üzerinden işler ve çoğunlukla özerk bireyler tarafından kullanılır.

Örneğin Sosyal TV uygulamalarında bir izleyici televizyon da izlediği herhangi bir program hakkında o programın sosyal medya hesapları üzerinden yorumlar yapabilir ve o programı izleyen diğer insanlarla etkileşime geçebilir. Bu kapsamda geliştirilen ikinci ekran uygulamaları da izleyicilere büyük kolaylıklar sağlar. İkinci ekran olgusu televizyon izlerken ikinci bir cihaza göndermede bulunur. İnternete bağlı bir cep telefonu sayesinde kullanılan bu tür uygulamalar günümüz izleyicisini televizyon izlerken dinamik bir süreç içerisine çekmektedir. Aslında izleyiciler burada izledikleri programla birlikte sosyal bir aktivitenin içerisine girmiş olurlar. Bu sayede programa izleyici açısından bir sadakat oluşur. Örneğin izlenen program bir canlı yayın ise ve Instagram, Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformlarından programa gönderilen mesajların canlı yayın esnasında moderatörler tarafından okunması ya da popüler bir dizinin takipçilerinin diziyi izledikleri an itibariyle diğer izleyicilerle etkileşimde bulunmaları bu sadakati geliştiren unsurlardır. Katılımcı bir kültürü ortaya çıkaran bu uygulamalar izleyiciler nezdinde de bir hayran kültürünün gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bu durumun farkında olan birçok programcı ya da yapımcı yayın öncesi izleyici yorumlarını dikkate alarak oluşturacakları içeriklere ya da senaryolara kendi izleyici kitlelerinin beklentilerini göz önünde tutarak da değişiklikler yapmaktadırlar. Bu gelişme geleneksel televizyon yayıncılığındaki önceden belirlenmiş programlama mantığını da değişime uğratmaktadır. Artık yapımcılar oluşturdukları televizyon içeriklerini web uygulamaları ile uyumlu olabilecek şekilde düzenlemektedirler. Sosyal TV ile birlikte yayıncılar açısından kendi niş izleyicilerinin taleplerini saptamaları kolaylaşır. Yayıncılıkta ve izleyicide gerçekleşen bu dönüşüm günümüz aktif izleyici tezini de destekler niteliktedir.

Günümüzde etkileşimli yayıncılık yeni bir olgu olarak düşünülse de aslında yayıncılar 1920'li yıllardan bu yana etkileşimli televizyon deneyimini geliştirmeye çalışırlar. Etkileşimli TV'nin basit bir örneği 1953 yılında CBS tarafından geliştirilir. *Winky Dink and You* (1953-1957) adlı çizgi film serisi bu anlamda önemli bir yere sahiptir. Bu programda televizyon ekranlarının önüne iliştirilen şeffaf bir plastik aksam ile çocukların televizyonla etkileşimi sağlanır. Örneğin, bu uygulamada çeşitli sorunların üstesinden gelmeye çalışan maceracı çizgi film karakteri Winky Dink'e yardım etmek için çocuklar ekran üzerinde çeşitli çizimler yaparlar (Srivastava, 2002: 81).

1990'lar boyunca etkileşimli televizyon uygulamaları ile dijital televizyon yayıncılığının verimliliğine odaklanılırken; günümüzde ise kişiselleşmiş etkileşimli anlatıların önem kazandığı bir dönem yaşanmaktadır. Televizyon endüstrisi artık yayıncılar tarafından izleyicilere içeriklerin gönderildiği bir anlayıştan uzaklaşarak; izleyicilerin arzu ettikleri içerikleri aldığı bir sürece işaret etmektedir (Taşdelen ve Kesim, 2020: 707)

Başta mektuplarla, sabit telefonlarla; internetin ortaya çıkışından sonra ise e-mail, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya uygulamalarıyla devam eden etkileşim süreci iletim anlamında telekomünikasyon, son kullanıcı teknolojileri anlamında ise televizyon, bilgisayar ve cep telefonu endüstrilerinin yakınsaması sonucunda ilerleme kaydetmektedir. Bu gelişmeler sonucunda yayıncı-izleyici etkileşimine ilaveten Sosyal TV ile yoğunlaşan izleyici-izleyici etkileşimi de ortaya çıkmaktadır. İyileştirme kuramı açısından değerlendirilebilecek bu gelişmeler hem içerikler üzerinde yayıncıların aracılığını azaltmaktadır hem de izleyicilere daha fazla hiperaracı nesnelere sunmaktadır.

3. IPTV YAYINCILIĞI

IPTV, şifreli ya da şifresiz televizyon yayınlarının ve depolanmış video içeriklerinin IP paketlerine dönüştürülerek geniş bant teknolojileri aracılığıyla izleyicilere sunan bir teknolojidir. Televizyon yayıncılığı günümüze kadar belli bir merkezden yayınlanıp izleyicilere haber, eğlence ve eğitim gibi içerikleri sunan doğrusal bir yayın aracı olarak ele alınırdı; fakat televizyon kanallarının IP paketlerine dönüştürülüp bir ağ üzerinden sunulması televizyonu artık sadece aktarılan yayınları alıp izleyicilere sunan bir araç olma özelliğinden çıkarır. Böylece televizyon geçmişte olmadığı kadar interaktif bir özelliğe bürünür (Taşkın, 2008: 40-41).

IPTV, televizyon yayınlarını, isteğe bağlı videoları (VoD) ve ses içeriklerini (VoIP) geniş bant ağları ile güvenli bir şekilde, yüksek kalitede sunan bir teknolojidir. IPTV genel anlamda televizyon kanallarını, filmleri ve isteğe bağlı videoları özel bir internet ağı üzerinden izleyicilere sunan bir terim olarak ifade edilirken; izleyiciler açısından IPTV standart ücretli TV servisi olarak gözükmektedir. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) tarafından yapılan tanımda ise IPTV, televizyon, video, ses, metin ve grafik gibi verileri IP temelli ağlarda güvenilir ve etkileşimli servis kalitesi koşullarıyla sağlayan multimedya servisi olarak adlandırılır (O'driscoll, 2008: 2).

Günümüzde teknolojik yakınsamalar sayesinde üç ekranı (televizyon, bilgisayar ve cep telefonu) birleştirmeye yönelik çabalar ve televizyon yayınlarını internet üzerinden daha net bir şekilde izlemeyi sağlayan geniş bant-fiber optik kablo teknolojileri teknolojik anlamda merkezileştirici etkileri ortaya koyarken; bu yeni gelişmeler izleyiciler açısından ise bölümlenmeyi beraberinde getirmektedir. Hiyerarşik bir örgütlenmeyle biçimlenen geleneksel televizyon yayıncılığının aksine bireysellik üzerine kurulu olan IPTV ise kişisel tercihler ile şekillenmektedir.

IPTV kişisel izleme deneyimi ve program akışı oluşturmayı olanaklı hale getirir. IPTV'deki Elektronik Program Rehberi (EPG) sayesinde akışta olan yayınların ya da sonrasında yayınlanacak olan programların saatlerini ekran üzerinden takip edebilmek, ileri tarihte yayınlanacak olan bir spor müsabakasını ya da özel bir

programı satın alabilmekve seçilen programları otomatik olarak kaydedebilmek mümkündür. Böylece herhangi bir program, yayınlandığı saat diliminde ya da arzu edilen başka bir zaman diliminde izlenebilmektedir (Günel ve Yıldız, 2008: 148).

Zaman ve mekân esnekliği sağlayan IPTV ile ofisinizde bilgisayar aracılığıyla izlemeye başladığınız bir programı, filmi ya da diziyi evinize giderken cep telefonunuzla, eve vardığınızda da televizyonunuzdan izlemeniz mümkündür. IPTV'de önemli özelliklerin başında isteğe bağlı video (VoD) uygulaması gelmektedir. İzleyicilere birçok avantajlar sağlayan bu uygulama ile artık günün her saatini prime time olarak geçirmek fırsatı ortaya çıkmaktadır. İstenilen içeriği istenilen zamanda izlemeyi olanaklı hale getiren VoD sayesinde izleyiciler hem çeşitlilik hem de zamansal ve mekânsal anlamda özerklik elde ederler.VoD uygulamalarını Zaman Kaymalı VoD (Near VoD), Anlık VoD (Instantaneous VoD), Canlı Etkileşimli VoD (Live Interactive VoD) ve Doğru Etkileşimli VoD (True Interactive VoD) şeklinde sıralamak mümkündür.

VoD sistemini en basit düzeyi olan Near VoD izleyicilere servis sağlayıcılarının belirlemiş oldukları saat dilimlerindeakışta olan ve belirli aralıklarla başlayan ücretli içeriklere ulaşmalarını sağlar (Durmaz, 1999: 345). Instantaneous VoD ise Near VoD'un tüm özelliklerinin yanında izleyicilere istedikleri ücretli içeriklerin başlama saatlerini kendilerinin tayin edebilmelerininve yayını durdurma, ileri-geri sarabilme özelliklerininisunar.

Live Interactive VoD uygulaması ise izleyicilerin canlı yayınlara müdahil olabilmelerine imkân tanır. Örneğin bu uygulamada televizyonüzerinden reklamı ve satışı yapılan bir ürünün izleyicilerin talepleri doğrultusunda onlara bu ürün hakkında detaylı bilgiler ve videolar iletilir. Ayrıca Live Interactive VoD uygulamasında izleyiciler kendi aralarında da etkileşimde bulunabilirler. True Interactive VoD uygulamasında ise izleyicilere bireysel ücretli içeriklerin sunulmasının yanında onlara izledikleri yayınları kontrol edebilme imkânları sağlanır. Örneğin bir spor müsabakasını ya da araba yarışını izleyen bir izleyici yayını kaydetme, durdurma, ileri-geri sarma özelliklerinin yanı sıra bu yayını farklı kamera açılarından da izleme olanağına sahip olur (Durmaz, 1999: 347-348). Kişisel bir izleme deneyiminin sağlandığı kamera tercihleri ile aracısızlığın arttığı ve şeffaf bir gerçekliğin çoğaldığı gözükmektedir.

İnternette bütünleşik yapıda olan IPTV için geliştirilen diğer bir özellik ise Walled Garden uygulamasıdır. Bu uygulama sayesinde bilgisayar ile internette yapılan birçok işlem televizyondaki ara yüzden yapılabilmektedir. IPTV servis sağlayıcıları tarafından düzenlenen Walled Garden ara yüzü ile hava durumundan, haberlere, bankacılık işlemlerinden çevrimiçi alışverişe kadar birçok özellik sunulmaktadır.

Walled Garden uygulamasında internet üzerinden gelebilecek herhangi bir virüs ya da siber saldırı gibi olumsuz durumlar da servis sağlayıcıları tarafından

engellenmektedir. Ayrıca bu uygulamada çocuklar için olumsuz içeriklere ulaşma konusunda da sınırlamalar getirilmektedir (Simpson ve Greenfield, 2009: 39-40).

Bu bağlamda IPTV televizyonun karşısına geçildiği her anda bireysel beklentilere yönelik içeriklere ulaşmayı ve standart kalitede bir iletim ile günün her saatinde istenilen cihazlarla (televizyon, bilgisayar, tablet, cep telefonu) ve interaktif özelliklerle televizyon izlemeyi olanaklı hale getirmektedir.

IPTV izleyicilerine başta hizmet garantisi koşuluyla

- Yüksek kaliteli görüntüler,
- Birçok televizyon kanalının yanı sıra Vod uygulamaları ile özel ücretli içerikler (film, dizi, spor müsabakaları vb.),
- EPG ile yayın akış bilgileri, takip edilen programlar için uyarı sistemleri ve video kayıt olanakları,
- Walled Garden ile güvenli web uygulamaları (e-mail, chat, video chat, video konferans, alışveriş- t-commerce, hava durumu takibi, bankacılık ve borsa işlemleri vb.),
- Televizyon yayınları ve web uygulamaları için ebeveyn kontrolü,
- Çevrimiçi oyunlar,
- İnteraktif izleyici görüşleri,
- Kişiyeye özel detaylı reklam deneyimleri sunmaktadır.

SONUÇ

İyileştirme kuramı kapsamında Bolter ve Grusin'in geliştirmiş oldukları aracısızlık ve hiperaracılık kavramları medya sunumlarında saf bir gerçekliği ortaya koymayı amaçlamaktadır. Aracısızlık ve hiperaracılık ile gerçeğe yaklaşan medya temsili izleyiciyi daha fazla cezbederek ilgiyi üzerinde barındırmaktadır. Bu açıdan bakıldığında yüzyıllardır gerçekliği iyileştirmeye yönelik çabaların aslında Laxcaus mağaralarındaki resimlerden Ortaçağ heykellerine, Rönesans tablolarından büyümlü fener gösterilerine; günümüzde ise katlanarak çoğalan videolardan grafiklere, sanal gerçeklik uygulamalarından artırılmış gerçeklik uygulamalarına kadar devam ettiği gözükmektedir. Bu bağlamda televizyon yayıncılığı alanında kusursuz bir şeffaf gerçeklik oluşturmaya yönelik çabaların iyileştirme kuramı çerçevesinde devam etmesi ve televizyon izleyicilerinin daha fazla gerçeklik beklentileri ile çeşitli aracısızlık-hiperaracılık uygulamalarının ortaya çıkması geleceğin teknolojilerinin sunacağı olanaklar ile şekillenecektir.

Doğrusal bir süreç olarak nitelendirilen televizyon yayınlarının ilk yıllarında dış dünyaya açılan en önemli pencere televizyon ekranlarıdır. Televizyon içerisinde,

eğitimden eğlenceye, haberden bilgiye birçok olguyu barındırmaktadır. İçeriksel anlamda çeşitliğin bu düzeyde olması izleyiciler açısından bu aracın çekiciliğini arttırmaktadır. Televizyon sayesinde başta canlı yayın olgusuyla uzaktaki yerlerin görüntüleriyle buluşan izleyiciler, anıdalık hissiyle ve dolayımlanmış gerçekliğin temsilinde o güne kadar ulaşılması mümkün olmayan bir sunumla karşılaştılar. Bu kapsamda televizyon yayıncılığı açısından canlı yayın olgusu Bolter ve Grusin'in aracısızlık kavramına örnek gösterilebilecek önemli bir unsurdur. Bu sayede televizyon kendisinden önceki hareketli görüntünün taşıyıcısı durumundaki sinemayı iyileştirmektedir. Bu iyileştirmeyi yaparken de sinemanın kurgusal dünyasının aksine o anda yaşanmakta olan ve kurgu ile aracılanmaya gerek duymayan daha aracısız şeffaf bir gerçeklik ortaya koymaktadır. Bu durum izleyicilerin ekrana yönelik eğilimlerini güçlendirmektedir. Daha fazla gerçeklik beklentilerinin karşılandığı bu aşamada televizyon yayıncılığı açısından bir sonraki gelişmelerin önü açılmaktadır. Birebir dış dünyayı deneyimlemek için uzamsal bağımlılıktan kurtulan ve zamansal anlamda da sınırlamalardan özerkleşen izleyiciler televizyondan farklı şeyler talep etmektedirler.

Televizyonun ilk yılları pasif izleyiciliğe göndermede bulunur. Daha genel ilgilere yönelik bir yayıncılığın gerçekleştiği bu dönemde televizyon akışına bağlı olan izleyici tek taraflı bir kaynak alıcı ilkesinin geçerliliği ile kendisine sunulanlarla yetinmek zorundadır. Etkileşimli unsurların geliştiği günümüz televizyonunda ise artık izleyiciler televizyonu izledikleri anda içerikten hareketle ikinci ekran sayesinde farklı platformlara ulaşabilmektedirler ve aktif bir izleme deneyimi yaşayabilmektedirler. Televizyon ekranıyla sınırlı kalan izleme deneyimini dönüşüme uğratan başlıca hiperaracı öğeler Sosyal TV uygulamalarıdır. İyileştirme kuramı bağlamında değerlendirilebilecek Sosyal TV gerçekliğin şeffaf temsilini sağlamada hiperaracılık kavramıyla da birebir örtüşmektedir. Sosyal TV televizyon izleme deneyimini hiperaracı unsurlar ile iyileştirmektedir. Böylece izleyiciler Sosyal TV ile birlikte dinamik bir deneyimleme neticesinde televizyon karşısında kendilerinin daha aktif olduklarını hissederek daha fazla aracısızlık ve daha fazla hiperaracı seçenekler elde etmektedirler.

Özel ilgileri karşılamaya yönelik çabayla gerçekleşen yayıncılık alanındaki artan çeşitlilik başta kablolu yayıncılık ve sonrasında ise uydu yayıncılığı ile izleyici tercihlerinin çoğalmasına neden olur. IPTV bu çeşitliliği internetle bütünleştirerek sınırları aşan bir seçenekler zinciri ortaya çıkarır. Artık televizyon tek taraflı bir izleme ediminin ötesinde izleyicilerin yapımcılarla, sunucularla ve farklı izleyici gruplarıyla etkileşime girdiği bir sürece işaret etmektedir.

Geleneksel televizyondan yeni nesil televizyona gelen süreçte birçok iyileştirmenin gerçekleşmesi başta pasif olarak vurgulanan izleyiciyi dönüşüme uğratarak daha aktif bir izleyicinin oluşmasına da katkı sağlamaktadır.

Bu kapsamda yeni nesil televizyonla birlikte;

- Zamansal ve mekânsal olarak sınırlamalar iyice silikleşir,
- Farklı cihazlarla bireysel izleme deneyimi sağlanır,
- İçeriksel çeşitlilik katlanarak çoğalır,
- İçerik kontrolü ve kişisel yayın akışı elde edilir,
- İçeriğe karşı daha fazla bağlılık oluşur,
- İzleme deneyiminin ötesinde internet sayesinde dış dünyayla bağlantı kurulur,
- İçeriklerden hareketle diğer izleyicilerle etkileşime geçilir,
- Katılımcı bir kültür oluşur,
- Şeffaf gerçeklik deneyimi artar.

KAYNAKÇA

- ARROJO, Maria Jose (2015). “Social Television as a New Relationship between Conventional TV and The Audience An Analysis of its Aims, Processes, and Results”. *International Journal of Social Science Studies*, 3(4), 37-49.
- AZİZ, Aysel (2013). *Radyo ve Televizyon Yayıncılığı (Giriş)*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- BOLTER, Jay David ve GRUSIN, Richard (2000). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- CAREY, James W (1967). “Harold Adams Innis and Marshall McLuhan”. *The Antioch Review*, 27(1), 5-39.
- DURMAZ, Ahmet (1999). *Dijital Televizyonun Temelleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayını.
- GERAY, Haluk (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- GÜNEL, Cenk ve YILDIZ, Mustafa (2008). “İnternet Hizmeti Olarak IPTV”. İlhan Yerlikaya, Coşkun Dolanbay, Veli Ünal (Ed.), *Birey Eksenli İnteraktif Yayıncılık IPTV* (ss. 145-154) içinde. Ankara: RTÜK-Türkiye Bilişim Derneği.
- GÜNGÖR, Nazife (2018). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- KAPLAN, Yusuf (1992). *Televizyon*. İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- KIRIK, Ali Murat (2010). *Etkileşimli Televizyon*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

- LEVINSON, Paul (1997). *The Soft Edge*. New York. Routledge.
- LACEY, Nick (2002). *Media Institutions and Audiences Key Concepts in Media Studies*. New York: Palgrave.
- MATTELART, Armand ve MATTELART, Michele (2003). *İletişim Kuramları Tarihi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- MCLUHAN, Marshall (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- MUTLU, Erol (1998). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları/ARK.
- SIMPSON, Wes ve GREENFIELD, Howard (2009). *IPTV and Internet Video: Expanding the Reach of Television Broadcasting*. Burlington: Focal Press.
- SRIVASTAVA, Hari Om (2002). *Interactive TV Technology and Markets*. Norwood: Artech House.
- O'DRISCOLL, Gerard (2008). *Next Generation IPTV Services and Technologies*. New Jersey: Wiley.
- TAŞDELEN, Birgül ve KESİM, Mehmet (2020). "User Central Content Design in the Age of Interactive Television". *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(1), 703-722.
- TAŞKIN, Cebrail (2008). "IPTV Mimarisi ve Servisleri". İlhan Yerlikaya, Coşkun Dolanbay, Veli Ünal (Ed.), *Birey Eksenli İnteraktif Yayıncılık IPTV* (ss. 39-61) içinde. Ankara: RTÜK-Türkiye Bilişim Derneği.
- TEKİNALP, Şermin ve UZUN, Ruhdan (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. İstanbul: Beta.
- TEKİNALP, Şermin (2011). *Karşılaştırmalı Radyo ve Televizyon*. İstanbul: Beta.
- TEMEL BRITANNICA. (1990). 17. cilt İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- UZUN, Ruhdan (2017). "Teknoloji Merkezli Yaklaşımlar". Erkan Yüksel (Ed.), *İletişim Kuramları* (ss. 106-130) içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- WILLIAMS, Raymond (2003). *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- YAYLAGÜL, Levent (2014). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara. Dipnot Yayınları.
- YILMAZ, Adem (2009). *Türkiye'de 1990 Sonrası Dönemde Özel Televizyon Yayıncılığı Bağlamında İzleyici-Televizyon İlişkisi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı.

