

## DİJİTAL DÖNÜŞÜM REFAKATİNDE ALTERNATİF BİR İLETİŞİM POLİTİKASINI YENİDEN DÜŞÜNMEK

Serhat KAYMAS<sup>1</sup>

### Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1040186

*Kavramsal Makale*

*Makale Geçmişi:*

Geliş 22.12.2021

Düzeltilme 27.02.2022

Kabul 15.04.2022

*Anahtar Kelimeler:*

*İletişim ve Kültür Politikası,*

*İnternet,*

*Yakınsama,*

*Küresel Kültürel Akış,*

*Talebe Bağlı Video İzleme Platformları.*

### ÖZ

Bu çalışma, ulusal medya ekosistemleri üzerinde yükselen platform yayıncılığı dönemine dair alternatif bir iletişim ve kültür siyasası modelinin nasıl gelişebileceğini tartışmayı amaçlamaktadır. Karşılaştırmalı bir iletişim ve kültür siyasası analizi ile ekonomi politigin eleştirisi yöntemlerini kullanan çalışma, Türkiye örneğinde platform yönetişimine dair bir dizi alternatif öneri getirmektedir. Platformların medya ekosistemi içerisindeki yükselişi refakatinde, ulusal düzeyde iletişim ve kültür politikalarında bir dizi güçlü yapısal değişimin gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye’de de özellikle küresel pandemi sürecinin gölgesinde Türk izleyicisinin yoğun bir ilgi gösterdiği söz konusu küresel platformlara dair bir model önerisi geliştirmenin anlamlı olduğu bu çalışma içerisinde öne sürülmektedir. Küresel kültürel akış dikkate alındığında, medya ekosisteminin yeni oyun kurucusu olan platformların yerel kültür üreticileri için bir dizi olumlu katkısının olduğunu çözümleyen çalışma içerisinde, küresel ve yerel diyalektiği kültürel akış üzerinden değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda çalışma boyunca, çoğulcu ve çok sesli bir iletişim ve kültür politikasının alternatif bir yönetişim eliyle nasıl düzenlenebileceğine dair somut öneriler geliştirilmiştir.

## RECONSIDERING AN ALTERNATIVE COMMUNICATION POLICIES IN ACCOMPANIED BY DIGITAL TRANSFORMATION

### Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1040186

*Conceptual Research*

*Article History:*

*Received* 22.12.2021

*Revised* 27.02.2022

*Accepted* 15.04.2022

*Keywords:*

*Culture and Communication*

*Policies,*

*İnternet,*

*Convergence,*

*Global Cultural Flows,*

*Video on Demand Platforms.*

### ABSTRACT

This study has aimed to open a discussion on the possibilities and restrictions of alternative communication and cultural policies under the hegemony of platform broadcasting era which is rising on the national media ecosystems. In this sense, the present study employed a comparative communication and cultural policy analysis and criticism of political economy. After the comprehensive analysis of the opportunities of alternative communication and cultural policy options, the present study offers a number of alternative proposals for platform governance, specifically, in the case of Turkey. Considering the global cultural flow, the present study analyses that the platforms, which are the new playmakers of the media ecosystem, have a number of positive contributions to local cultural producers, and the global and local dialectic is evaluated through the cultural flow. In this direction, concrete suggestions have been developed throughout the study on how a pluralistic and polyphonic communication and cultural policy can be regulated by an alternative governance.

Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırladığını taahhüt eder.

<sup>1</sup>Doç. Dr. Hacettepe Üniversitesi İletişim Bilimleri Bölümü, ahmetserhat.kaymas@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4096-1546.

Alıntılar için/ Cite as: Kaymas, S. (2022), Dijital Dönüşüm Refakatinde Alternatif Bir İletişim Politikasını Yeniden Düşünmek, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31 (1), 145-161.

## GİRİŞ

*Hiçbir şeyin olduğu gibi kalmaması için her şey değişmeli*  
(Horvat, 2021, s.161)

Bu çalışma, olabildiği ölçüde geniş bir perspektif içerisinde bakarak, platform yayıncılığı döneminde ulusal iletişim ve kültür politikalarına dair alternatif bir perspektif içerisinde bakan bir dizi öneri geliştirmeyi amaçlamıştır. Kültürel içeriğin, internet eliyle toplumun geniş kesimlerine iletilmesi yalnızca ve sınırlı olarak yayın standartlarındaki bir değişimi değil aksine bütüncül bir dönüşümü belirgin kıldığı bu bağlamda da iletişim ve kültür siyasasına dair bir dizi değişime yol açtığı henüz tartışmanın derinleştirilmesinin öncesinde belirtilmelidir. Çalışma boyunca, tam da böylesi bir kesit içerisinde bakarak, bilgi toplumu dönüşümü ve kapitalizmin değişen koşullarının kesitlerinde küresel medya ekosisteminin önemli bir bileşeni olarak yükselen platform yayıncılığını demokratik bir iletişim düzeni adına okumak, hiç değilse kendi içerisinde tutarlı bir dizi yanıt bekleyen kesitlerde alternatif bir okumayı gerekli kılmaktadır. Çoğulcu, çok sesli ve demokratik bir iletişim düzeni adına endişe verecek denli genişleyen yeni soru ve sorun alanları içerisinde bakarak tartışmayı amaçlamıştır. Çalışmanın odağında yer alan platformların<sup>1</sup>, kültürel içeriklerin üretim, dağıtım ve tüketim örüntülerini dönüştüren medya ekosisteminin yeni “aktörleri” olmasının yanı sıra, iletişim ve kültür politikaları gündemine de tutarlı yanıtlar bekleyen bir dizi soruyu kamu yönetişimine eklemlenmesi, bu çalışma içerisinde amaçlanan alternatif bir yönetim modelinin geliştirilebilmesi adına bir çağrı olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda çalışma; iletişim ve kültür politikalarının temel soru ve sorun alanlarına dair yeniden bir değer biçmek hem de söz konusu platformlar eliyle nasıl da yeni değerler dizisinin yer edindiğini görünür kılmak adına aşağıdaki sorulara kendi içerisinde tutarlı yanıtları aramaktadır. (a) dijital dönüşüm süreci içerisinde çoğulcu ve çok sesli bir medya düzeninin nasıl ve hangi koşullarda ele alınabileceği böylesi bir kesitin ilk sorusunu oluşturmaktadır. (b) kapitalizmin geç döneminde internet ve bileşen yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin kullanımındaki erişim öncelikli olmak üzere toplumun geniş bileşenleri arasında eşitliğin nasıl sağlanabileceği? (c) platformlarının genelinde olduğu gibi yayıncılık ile kurduğu bileşenin yalnızca ve sınırlı olarak, yeni bir iş modeli üzerine yükselen bir kültürel akış süreci olarak değerlendirilebilmesi olası mıdır? Aksine, böylesi bir dönüşümün Stuart Davis’in (2021, s. 9) de işaret ettiği üzere yerelleşme ve yerel içeriklerin küresel kültürel akışa eklemlenmesi gibi bir dizi strateji üzerinden yeni bir medya emperyalizmi dönemini mi başlattığı yönündeki bir tartışmanın, hiç değilse, alan yazın için tartışılmaya değer bir katkı olarak değerlendirilmelidir.

Çalışma boyunca tartışılacak söz konusu soruların aslında kamu yönetişimi içerisinde önemli bir gündemi oluşturduğu belirtilmelidir. Avrupa Birliği Görsel İşitsel Gözlemevi’nin (2019, s. 7) yakın dönemli araştırmasında yer alan bir değerlendirmesi bu doğrultuda bir örnek olarak verilebilir. Raporda yer aldığı üzere (2019, s. 7), platformlar içerisinde Avrupa Birliği üyesi olduğu ülkelerde üretilen filmlerin %62’si gibi görece olarak yüksek bir oranına erişim sağlanmasına rağmen, filmlerin ortalama olarak 4.7 gibi sınırlı ülkede gerçekleştirilmiş olması bir eşitsizlik olarak değerlendirilmektedir. Yukarıda da belirtildiği üzere, kapitalizmin geç döneminde platformlar aracılığı ile gerçekleştirilen küresel kültürel akışın henüz çoğulcu ve çok sesli bir medya ekosistemine dair bir umudu canlandırmadığı söylenebilir. Öte yandan, yaratıcı endüstriler ekosistemine dair siyasanın yükselişine koşut olarak tek başına gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru tek boyutlu bir kültürel akış sürecinden söz edilebilmesi olanaklı değilse de, platformlar aracılığı ile gerçekleşen kültürel akışlar döneminin koşulları içerisinde, kamu yönetişiminin yeniden ziyaret edilmesi bir diğer tartışma uzamını oluşturmaktadır. Böylesi bir kesit içerisinde bakıldığında, Türkiye’de yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri eliyle kurulan, popüler kültürün söylem repertuarından ödünç alındığında, medya sektörünün yeni “aktörleri” döneminin yukarıdaki tartışmaların gerçekleştirilebilmesi adına özel bir uğrağı oluşturduğu söylenmelidir. Gerçekten de, Türkiye’nin yeni medya ekosistemi içerisinde bir bakıma oldukça karmaşık bir bilmeceyi

<sup>1</sup> Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi’nin (2021, s. 3) yakın dönemli dijital ekonomi raporunda yer aldığı üzere Amerika Birleşik Devletleri ile Çin Halk Cumhuriyeti’nin ev sahipliğini yaptığı küresel ölçekteki “en büyük” platformların yanı sıra bu çalışmada yayın platformu olarak isimlendirilen yeni bir bileşimin medya ekosistemindeki yükselişi söylenmelidir. Bu doğrultuda, çalışma içerisinde tercih edilen “yayın platformu” teriminin temsil edildiği platformların birbirinden farklılaşan niteliklerine göre sınıflandırılabilmesi mümkündür. Bu doğrultuda, söz konusu platformların özellikle finansman modeli (SVOD; abonelik esasına dayanan talebe bağlı video izleme platformları ve AVOD; reklamcılar ve sponsorlar tarafından desteklenen izleme platformları, TVOD; talebe bağlı ancak uzun süreli abonelik yerine izleme karşılığında ödeme yapılan platformları olmak üzere) çerçevesinde ayırt edilebilir farklılıkları taşıdıkları belirtilmelidir (Ersin, Güray & Necipoğlu, 2021, s. 8).

oluşturduğu söylenmelidir. O denli ki, küresel ölçekte dikkat çeken film ve dizi ihracatçı ülkesi olmasının yanı sıra, Avrupa'nın büyük medya sektörü pazarları arasında yer almasına, bilgi toplumu dönüşüm süreci adına "uzun ince" bir yolda ilerlemesine rağmen henüz platform yayıncılığına dair bütüncül bir siyasasının olmaması işaret edilen bilmeden satır aralarını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, yeni yayıncılık ekosistemine dair bir dizi soruyu Türkiye özelinde okumayı amaçlamaktadır.

## YÖNTEM

İletişim ve kültür politikalarının, tam da platform yayıncılığı ve bileşen bir dizi köklü değişime dair bir sorgulama çabasının, bu çalışmayı iki önemli kesit içerisinde bir tartışma kurmasına yol açtığı belirtilmelidir. Küresel platformların tam da içine doğduğu dönemin bilişsel kapitalizmin art alanını ve bağlamını kurduğu yeni bir güç ve eşitsizlik diyalektiğine tanıklık ettiği dikkate alındığında siyasal iktisadın eleştirisi tartışmanın ilk bileşenini oluşturmaktadır. Diğer yandan, iletişim ve kültür politikalarının çelişkili bir süreklilik olarak da bir dizi değişimin tam da eşliğinde yer aldığı dikkate alındığında çalışmanın ikinci bileşeni karşılaştırmalı siyasa analizi üzerinden gelişen bir sorgulama ile belirlenmiştir. Gerçekten de, geç dönem kapitalizminin bağlamını oluşturduğu gerek sermaye birikiminin yeni koşulları ve gerekse söz konusu koşulların refakatinde yükselen "yeni" ekonomiler ve platformların içine doğduğu bilgi toplumu dönüşümleri sözü edilen kesitlerin, hiç değilse kendi içerisinde bütünlük oluşturan, önemli uğraklarını oluşturmaktadır. Bununla birlikte, henüz giriş kısmında yer aldığı üzere talebe bağlı video izleme platformlarının kapitalizmin geç döneminde bir güç ve egemenlik ilişkisi ekseninde sorgulanabilmesi için bir dizi anlamlı nedenin olduğu söylenmelidir. O denli ki, yukarıda sözü edildiği üzere Avrupa Birliği Görsel İşitsel Gözlemevi'nin (2019, s. 7) küresel ölçekte gerçekleştirdiği film pazarı eğilimleri araştırması bu doğrultuda dikkat çekmektedir. Avrupa Birliği üye ülkelerinde üretilen filmlerin görece olarak yüksek bir oranının talebe bağlı video izleme platformlarında erişime açık olmasına rağmen, video izleme platformlarının ancak 5 ülkede söz konusu filmlere kataloglarında yer vermesi küresel kültür akışı döneminde "platform emperyalizmini" düşünmek adına önemli bir davetiye gönderdiği açıktır. Küresel salgın döneminin, uzun süreli karantina dönemlerine tanıklık ettiği ve kapanan film salonları ile birlikte küresel ölçekte izleyicilerin talebe bağlı izleme platformlarına doğru izlediği "göç" dikkate alındığında söz konusu emperyalizmin değişen yüzlerine dair karşılaştırmalı siyasa analizleri üzerinde yükselen yeni sorgulamalara ihtiyaç duyulduğu söylenmelidir. Ne var ki, küresel salgın dönemi öncesinde dahi küresel kültür akışı ve böylesi bir akış sürecinin oluşturduğu eşitsizlikler ile birlikte iletişim ve kültür politikalarının değişen sınırlarına dair, bu çalışmada gerçekleştirilmesi amaçlandığı üzere karşılaştırmalı siyasa analizleri üzerine yükselen, yeni tartışmaların gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulduğu söylenmelidir. O denli ki talebe bağlı video izleme platformları ile birlikte düşünüldüğünde; iletişim ve kültür politikalarının hem bir süreklilik hem de bir değişim diyalektiği ile birlikte ele alınması gerekir. Sayısal eşitsizlik, yakınsama politikaları, üretilen algoritmaların nasıl ve hangi koşullarda kullanılabilceği, veri güvenirliliğinin nasıl sağlanabileceği, medya ekosistemleri içerisindeki sahiplik ve kontrol yapısı ile platformların katalogları eliyle medya pazarları içerisindeki müdahale gücü gibi iletişim ve kültür politikalarının kadim sorunlarının yeniden değerlendirilmesi gereken bileşenlerinin varlığından söz edilmesi gerekir. Bunun gibi aslında böylesi bir değişimin gittikçe iletişim ve kültür siyasasının değişen sınırlarına dair yeni bir gündemi de harekete geçirdiği söylenmelidir. İlerleyen kısımlar içerisinde, tekil ülke deneyimlerinden hareketle tartışılacağı üzere, platformlar eliyle gerçekleştirilen "yerelleştirme", "ulus üstü bir akış sürecinin kurulması" ile "medya ekosistemine giriş engellerinin kurulması" gibi (Davis, 2021, s. 12) tam da sözü edilen politikaların değişen sınırlarına dair bir sorgulama çerçevesinin oluşturulmasını kaçınılmaz kılmaktadır.

Çalışma içerisinde amaçlandığı üzere, medya ekosisteminin yeni oyun kurucularını kamu yönetişiminin yeni değerler dizisi ile yenilik ekonomilerinin süre giden diyalektiği içerisinde okumak anlamlı olmaktadır. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında tam da bu nedenle, yenilik ekonomileri ve bileşen platform kapitalizminin medya ekosistemi içerisinde yer edinir ve edindiği yeri gittikçe genişletirken kamu yönetişiminin yeni değerler dizgesi içerisinde oluşturduğu yansımalar üzerinden ele alınacağı belirtilmelidir. Bununla birlikte, süre giden böylesi bir değişimi sorgulanabilir kılma adına, çalışma boyunca, tekil ülke deneyimleri üzerinden bir tartışma bağlamının kurulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, çalışma içerisinde hem Avrupa Birliği'nin yeni düzenlemelerinin yanı sıra alternatif bir medya yönetim modelini geliştirebilmek adına platform yayıncılığına dair, İngiltere, İtalya ve Fransa gibi, tekil ülke örneklerinin de tartışılacağı ve kapitalizmin yeni birikim düzeni içerisinde düzenlemelerin söylem ve pratiklerinin nasıl da doğal karşılanan ölçüde değişebildiği sorgulanacaktır. Örneğin, ilerleyen kısımlar içerisinde ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere talep ekonomilerinin yükselişine koşut olarak değişen devlete karşı hak ve sorumlulukları tanımlayan yurttaş söyleminin gittikçe nasıl da yerini tüketici

söylemine terk ettiği bir hegemonya sürecinin nasıl da doğallaştırıldığı eleştirel söylem analizi içerisinde bakan bir analiz üzerinden değerlendirilecektir. Öte yandan yalnızca neo liberalizmin hegemonyası altında devletin yurttaşı ile kurduğu diyalektiğin nerede ise, tek boyutlu ve oldukça sınırlı olarak pazar ekonomisinin talepleri doğrultusunda medya ekosistemini biçimlendiren egemen liberal demokrasi örneklerinin tartışılmasının oldukça sınırlı bir tartışma olanağı tanıdığı belirtilmelidir. Çalışma, bu doğrultuda, yukarıda sözü edildiği üzere tam da internet üzerinden dağıtılan medya içerikleri söz konusu olduğunda egemen liberal demokrasilerin düzenlemeleri ile birlikte 1990 sonrasında liberal demokrasilerde yükselen yeni rejimlerin medya ekosistemine dair politikalarının da tartışılmasının anlamlı olduğu söylenmelidir. John Keane'nin (2021, s. 30-34) tartıştığı gibi bir yandan liberalizm ve temsili demokrasinin başat biçimleriyle "iyi geçinen" ancak baskıcı karakterini çoğu kez gizleyemeyen yeni despotik rejimlerin platform yayıncılığı siyasasının tartışılması internete dair önemli bir uzlaşma oluşturan öngörülerin değerlendirilmesi adına önemli bir kesit sunmaktadır<sup>2</sup>. Kapitalizmin geç döneminin yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile birlikte kurduğu diyalektiğin ürünü olarak gelişen talebe bağlı video izleme platformlarının medya ekosistemindeki "dönüştürücü" etkisinin aslında iletişim ve kültür siyasası bağlamında da değerlendirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Gerçekten de, çoğulcu ve çok sesli bir medya ekosisteminin nasıl ve hangi koşullarda oluşturabileceğine dair bir perspektif içerisinde tartışılmasının yalnızca değişimi anlama adına değil, bununla birlikte, yeni bir model geliştirilmesine dair bir çabanın gösterilmesinin kaçınılmaz olduğu hiç değilse bu çalışmanın yazarı tarafından öne sürülmektedir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Medya ekosistemi içerisinde platformların yükselişini kendi içerisinde tutarlı bir iletişim ve kültür politikası odağında ele alabilmek ve Türkiye için alternatif bir siyasa geliştirebilmek için araştırma bulguları izleyen bölümler içerisinde bir yandan platform yayıncılığı ve ülkelerin bilgi toplumuna dönüşüm modelleri içerisinde ele alınmaktadır. Bu doğrultuda, bir iletişim ve kültür politikası tasarımı adına izlenen ülke politikalarının değerlendirilmesi araştırma için önemli bir art alan oluşturacaktır. Bu bölümden itibaren araştırma öncelikle kapitalizmin yeni sahnesine taşındığı 1990'lı yılların ardından medya ekosistemindeki değişimi ele alırken, diğer yandan, araştırma bulguları yukarıda da sözü edildiği üzere ülke deneyimlerinin tartışılmasına doğru genişleyecektir.

### 1. Kapitalizm Yeni Sahnesine Taşınırken: Platform Yayıncılığı ve Bilgi Toplumu Dönüşümüne Yeniden Değer Biçmek

Türkiye'de toplumun geniş kesimlerinin talebe bağlı video izleme ve küresel kültür akışı tam da gündelik yaşam pratiklerinde deneyimlemesinin oldukça yakın bir tarihi olsa da<sup>3</sup>, olabildiğince geniş bir perspektif içerisinde bakarak değerlendirildiğinde, kapitalizmin yeni birikim koşullarının gerçekte platformlar eliyle yeniden oluşturulmasının saygın bir tarihçesinin olduğu söylenmelidir. Gerçekten de, kapitalizmin bütün bir üretim ilişkileri, üretici güçler ve üretim kapasitesi diyalektiğinin, üstelik bütün bir tarihi içerisinde bakıldığında, hem taşıyıcı kolonlarının hem de inşasının tam da platformlar üzerinden kurulduğu belirtilmelidir. Hatta daha da önemlisi kapitalizmin Fordist birikim ilişkilerinden, gittikçe, yalnızca yeni birikim koşullarını değil bununla birlikte toplumsal, siyasal ve kültürel boyutlarının da bir bakıma yeniden inşa edildiği bilişsel

<sup>2</sup> Keane (2021, s. 133-134) söz konusu yeni despotik rejimleri aşağıdaki gibi tanımlamaktadır: "yukarıdan aşağıya doğru inen iktidar tarzının, öncüllerinden miras aldıkları farklı özellikleri onlarda görülmeyen yeni birleşimler haline getirip kullanabilme vasıfları belirginleşmiş yeni bir türü". Keane, yeni despotların bir dizi ortak niteliğini ise şöyle sıralamaktadır: " kapitalist ilişkilerin devletin düzenlemelerine tabii olduğu, uçurumun iki kıyısında duran zenginler ile yoksulları tavandan tabana himayecilik ilişkileriyle, orta sınıfın sadakatiyle, seçim mizansenleriyle ve resmi söylemde bol bol siyasal düzenin hakiki kaynağı olarak halkın gösterilmesiyle kurulan köprülerin birleştirdiği sistemlerdir".

<sup>3</sup> İlerleyen kısımlar içerisinde ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere, Türkiye'de toplumun geniş kesimlerinin talebe bağlı video izleme platformları ile etkileşiminin birbiri ile oldukça yakın tarihlerdeki, nerede ise üst üste binen iki gelişme ile yakından ilgili olduğu belirtilmelidir. Gerçekten de, her ne kadar söz konusu platformların örneğin 1997 yılında bir DVD kiralama şirketi olarak kurulan Netflix'in 2016 yılında küresel büyümesine koşut olarak 130 ülkeye yayılmasına koşut olarak Türkiye'de de medya ekosisteminin önemli bir bileşenine dönüştüğü görülmüştür (Vikipedi, 2021). Ancak, yukarıda sözü edildiği üzere Türkiye'de toplumun geniş kesimlerinin talebe bağlı video izleme deneyimlerinin bir yandan 2019 yılı başında, popüler söylemden ödünç alındığında "patlamış mısır ve kola savaşlarının" (Kaymas, 2020, s. 5) önemli bir etkisinin olduğu söylenmelidir. Ancak daha da önemlisi, üstelik film dağıtım krizi ile nerede ise üst üste binen bir diğer gelişmenin vurgulanması gerekir. Gerçekten de, 11 Mart 2020'de küresel korona virüs salgınının Türkiye'de de Sağlık Bakanlığı tarafından tanınmasının ardından (Sağlık Bakanlığı, 2021) deneyimlenen "büyük kapatılma" dönemleri ile birlikte talebe bağlı video izleme platformlarının Türkiye'de toplumun geniş kesimleri tarafından medya ekosistemi içerisinde yer edinmesinin ötesine geçen anlamlara sahip olmuştur. O denli ki, geleneksel televizyon kanallarından, talebe bağlı izleme platformlarına doğru önemli bir geçişin yaşandığı belirtilmelidir. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında özellikle film dağıtım krizinin ardından sinema alanında yasal bir değişimin gerçekleştirilmesi bağlamında söz konusu döneme yeniden dönülecektir.

kapitalizm ya da sanayi sonrası, post Fordist, döneme geçişin yukarıda sözü edildiği üzere platformların üzerinden kurulduğunu öngörebilmek olasıdır. Marc Steinberg'in (2021, s. 20) belirlediği üzere, yirminci yüzyıl boyunca otomobil platformlarının gittikçe algoritmalara dayanan, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri eliyle yönetilen platformlarla yer değiştirirken aslında kapitalizmin bir aşamasından diğerine geçilmesinin tanığı oluşmuştur. Platformlar, Steinberg ile birlikte düşünüldüğünde, kapitalizmin bir sahnesinden diğerine geçiş sürecinde "oyun kurucu" bir işlev üstlenmiş olsa da bizatihi platform kavrayışının ve üzerine yükselen yeni birikim koşullarının bir kırılma ya da kopuş olmaktan daha çok kendi içerisinde, çelişkili olmakla birlikte, bir süreklilik olarak da değerlendirilmesi gereken boyutlarının olduğu söylenmelidir. Gerçekten de, talebe bağlı video izleme platformlarının aslında makro koşulları içerisinde daha geniş kapsamlı bir dönüşümün ortak paydasını oluşturduğunu belirtmek gerekir. Jean K. Chalaby ve Steve Plunkett'in (2020, s. 3) da değerlendirdiği üzere, medya ekosisteminde talebe bağlı video izleme platformlarının hem televizyon içeriğini, öncelik teknolojiyi oluşturan, analog dağıtımdan dijital dağıtım süreçlerine bırakması yalnızca sözü edilen değişime sınırlı bir açıklama getirmektedir.

Dağıtım teknolojisindeki değişimin ötesinde, medya ekosistemi özelinde değerlendirildiğinde, televizyon yayıncılığının platformlar öncesi döneme değin uzlaşa sağlamış olan yapı, içerik ve anlamı üzerinde köklü bir dönüşümün<sup>4</sup> platformlar eliyle yeniden kurulduğunu söylemek gerekir. Ancak; böylesi bir değişimi anlaşılır kılabilmek aslında bu çalışmada öne sürüldüğü üzere, daha geniş bir bağlamın refakatinde bütüncül bir dönüşüm sürecinin yeniden ziyaret edilmesini gerekli kılmaktadır. Medya ekosisteminin kurucu unsuru olarak talebe bağlı video izleme platformların bilgi toplumu dönüşümünün refakatinde aslında daha geniş bir bağlam oluşturduğu üzere ekonomik, sosyal, kültürel ve hatta siyasal bağlamlarındaki değişimin tartışılması televizyon yayıncılığındaki değişimin anlaşılması için önemli bir bağlam kurmaktadır. Gerçekten de, erken dönemli bilgi toplumu tartışmaları içerisinde dahi ayırt edilebileceği üzere, bilgi toplumu dönüşüm süreçleri ile birlikte ön eki "yeni" sıfatı ile tanımlanan bir dizi köklü değişimin medya ekosistemi içerisinde de önemli bir karşılığının olduğu söylenmelidir. Bununla birlikte, talebe bağlı izleme platformları ile medya ekosistemleri içerisinde oluşan yeni koşulları değerlendirmenin öncesinde, bilgi toplumu dönüşümleri içerisinde oldukça yakın tarihli bir istatistiğin sunulması doğru olacaktır. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi'nin (2021, s. 14), özellikle küresel salgın dönemi ile platformların yaratıcı ekonomiler içerisindeki ağırlığının yanı sıra önemli bir siyasa gündemi olarak "veri güvenirliliği" politikalarına dair ihtiyacın arttığını vurgulamaktadır. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Kongresi'nin söz konusu yakın dönemli raporunda önemli bir diğer vurgunun ise platformların gündelik yaşam pratikleri içerisindeki payının oldukça yüksek olmasına dair geliştirildiği söylenmelidir. Ülkelerin içinde yer aldığı bölge ve gelişmişlik düzeyine göre sınıflandırıldığı söz konusu rapor içerisinde gelişmiş ülkelerde internet kullanıcılarının gündelik yaşam pratiklerinde talebe bağlı video izleme platformlarına %41'in üzerinde bir pay ayırdığı belirlenmiştir. Ancak, oldukça sınırlı sayıdaki gelişmiş ülkenin yanı sıra içerisinde Asya (%33.1), Afrika (%30.2), Latin Amerika ve Karayipler içerisindeki internet kullanıcılarının (%18.1) olmak üzere önemli bir oranı talebe bağlı video izleme platformları için kullandığı görülmektedir. Kapitalizmin geniş bir bileşenler ağı içerisinde yer alan diğer platformlar bir yana bırakılsa dahi, talebe bağlı video izleme platformlarının küresel bir etki sahasına sahip olması bir yana kültür ekonomilerinin de önemli bileşenlerine dönüştüğü söz konusu rapor içerisinden bakarak değerlendirilebilmektedir.

Platform ekonomilerinin yükselişinin, olabildiğince geniş bir perspektif içerisinden bakarak değerlendirildiğinde, içerisinde yer alan toplumsal dönüşümün hem nedeni hem de sonucu olarak değerlendirilmesi bu çalışmanın yazarı tarafından öngörülmektedir. Gerçekten de, üzerinde önemli ölçüde uzlaşa sağlamış olduğu üzere kapitalizmin yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yükselişinin refakatinde

<sup>4</sup> Televizyon yayıncılığının, platformların yükselişi öncesinde önemli bir uzlaşa oluşturan temel uğraklarının köklü bir değişime uğradığını burada genel bir açıdan değerlendirmek olasıdır. Chalaby ve Plunkett'in öngörüsünden hareketle dijital dağıtım geçiş süreci ile birlikte izleyicinin aracın kurallarına tabi olmak zorunda kaldığı zamansal düzenlemesi ya da televizyonun doğrusal akışının yerine önemli bir değişimin gerçekleştiği belirtilmelidir. Video izleme platformlarının önemli bir "sözü" olarak 7 gün 24 saat ya da "istediğin zaman, istediğin yerde" olmak üzere değer zincirindeki önemli değişim bu doğrultudaki ilk örneği oluşturmaktadır. Öte yandan Dario Azellini, Ian Greer ve Charles Umney'in (2021, s. 1) platform ekonomisini, kültürel metaların kapitalizmin birikim koşulları içerisinde bir değer üretmek üzere kullandığı süreç içerisinde, Azellini ve arkadaşları "platformlaştırma" söylemini tam da bu bağlam içerisinde kullanmaktadır, platformlar temelinde yeni bir organizasyon modelinin kurulduğunu belirtmektedir. İlerleyen kısımlarda ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere kapitalizmin yeni birikimi doğrultusunda böylesi bir geçiş sürecinin dikey bir hiyerarşi temelinde örgütlenen iş modellerinin bu kez yatay olarak örgütlenmiş ve bürokrasi sonrası olarak değerlendirilebilecek olan yeni bir modele bıraktığı bu çalışmanın yazarı tarafından öne sürülmektedir. Bununla birlikte platformlar ve üzerine yükselen yeni bir ekonomi modelinin, platform ekonomilerinin, gittikçe ekonomilerin başat unsurları olarak yer edindiği dönemin koşulları içerisinde Chalaby ve Plunkett'in (2020, s. 5) belirlediği üzere izleyicinin yapısal koşullarının değişimi ve parçalanmış bir izler kitlenin oluşmasıdır.

taşıdığı yeni bir uzamın medya ekosistemini de önemli ölçüde dönüştürdüğünü belirtmek şaşırtıcı olmamalıdır. Nicholas Garnham'ın (2000, s. 142) farklı bir perspektif içerisinden bakarak değerlendirdiği üzere; kapitalizmin sermaye birikim döngüsü içerisinde bilginin birikimin yeni koşulları içerisinde araçsallaşması ve toplumun geniş kesimlerinin yeni enformasyon ve iletişim teknolojileriyle kurduğu etkileşim artarken “yeni bir toplum” biçiminin doğuşuna dair önemli bir uzlaşma oluşturmasıydı<sup>5</sup>. Gerçekten de, önceki dipnot içerisinde değerlendirildiği üzere, sanayi sonrası toplumlarda medya ekosisteminin yeniden yapılanmasının önemli bir aktörü olarak talebe bağlı video izleme platformlarının doğuşu bir yandan kapitalizmin yeni birikim koşulları ancak diğer yandan bilgi toplumu ile birlikte deneyimlenen değişim süreci arasındaki diyalektiğin izlerini taşıdığı öne sürülebilir. Böylesi bir tartışma için anahtar sözcük olarak “sanayi sonrası toplum” söylemi tercih edildiğinde, aslında talebe bağlı video izleme platformlarının doğuşuna doğru genişleyebilen, bir dizi değişimin kendi içerisinde bir süreklilik gösterdiği belirtilebilir. Bununla birlikte; “platformlaştırma” (Nieborg & Poell, 2018, s. 4276)<sup>6</sup>, kısımları altında ayrıntılı olarak değerlendirileceği üzere bilgi toplumu dönüşümlerinin talebe bağlı video izleme platformları için önemli bir art alan oluşturduğu belirtilmelidir. Bu doğrultuda yukarıda sözü edildiği üzere bilgi toplumu dönüşümlerinin keskin bir dönüşüm olmaktan daha çok, çelişkili olsa da bir süreklilik olarak değerlendirilmesi doğru olacaktır. Frank Webster'in (2002, s. 25), bilgi toplumuna dönüşümün kendi içerisinde bütünlük oluşturan beş öncelikli ilkesinin bu doğrultuda tartışılması anlamlı olacaktır. Webster bilgi toplumuna dönüşümden söz edilebilmesinin; teknolojik yenilik, mesleki değişim, ekonomik değer ve bu değerlerin oluşumundaki yenilikçilik, bilgi akışının sürekliliği ile son kertesinde simge ve işaretlerin genişlemesi olmak üzere beş önemli ilkenin varlığını işaret etmektedir. Aslında böylesi bir kesitin, şaşırtıcı olmayacak denli, medya ekosisteminin de yeniden yapılanabilmesini anlaşılır kılmaya yönelik, hiç değilse tartışılabilir kılan, bir bağlam kurduğu söylenmelidir. Bununla birlikte, kapitalizmin geç ya da bilişsel döneminde bizatihi ekonominin yapısal koşullarının değişimi refakatinde platformların yükselişinin birbiri ile oldukça yakından ilişkili bir dizi değişimin sonuçlarını yansıttığı söylenebilir.

Bilgi toplumuna dönüşüm süreçlerinin son kertesinde makro yapısal dinamikleri ekseninde teknoloji ve kapitalizm arasındaki diyalektiğin açıklaması biçiminde okunması yerine, söz konusu dönüşümün geniş bileşenler ağı içerisinde kültürel üretim süreç ve pratiklerinin değişimine refakat eden bir okuma süreci içerisinde değerlendirilmesi doğru olacaktır. O denli ki, toplumun geniş kesimlerinin tam da bilgi toplumuna dönüşümün eşliğinde yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile etkileşiminin arttığını söylemek ancak malumun ilanı olacaktır ki, böylesi geniş uzama yayılan dönüşümün güçlü bileşenlerinin tartışma olanağı sunamayacağı belirtilmelidir<sup>7</sup>. Bu doğrultuda bilgi toplumu dönüşümünün art alanında platformların nasıl da medya ekosisteminin yeni bileşenleri olarak yükseldiğini açıklayabilmek adına, hiç değilse olabildiğince geniş bir açıdan, bir dizi ilişkili nedenin ele alınması doğru olacaktır.

Bilgi toplumu dönüşüm sürecinin, kapitalizmin yeni bir uğrağına doğru izlediği yolculuğun 1970'li yılların sonunda gerçekleşmesi, yukarıda da belirtildiği üzere, ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal eksenlerde yaşanan bir dizi dönüşümün izdüşümü ekseninde düşünülmelidir. Bu doğrultuda, neo liberal karakterli küreselleşmenin yükselişi ile birlikte mal ve hizmetlerin sınırlar arasındaki akışkanlığı diğer meta ve hizmetlerde olduğu gibi, kültürel metaların ve televizyon içeriklerinin de “akışkanlığı” için önemli bir bağlam kurmaktadır. Öte yandan, Frank Webster ve Kevin Robins'in (2002, s. 33) belirttiği gibi Fordist birikim ilişkilerinden, Post Fordizme geçiş sürecinin esnek üretim ilişkilerini olduğu kadar, talebe bağlı ekonomilerin yükselişi için önemli bir dönüşümü harekete geçirmiştir. Toplumun yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile etkileşiminin

<sup>5</sup> Nicholas Garnham, sanayi sonrası toplumsal yapılar içerisinde emeğin dönüşümünü tartışırken aslında bilgi toplumu dönüşümü ile birlikte kapitalizmin yeni döneminin nasıl da doğal karşılanan bir uzlaşma oluşturduğunu belirtmektedir. Garnham tam da bu doğrultuda enformasyon toplumu söyleminin egemen siyasalın ekonomik ve toplumsal meşruiyeti için bir ideoloji olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtir.

<sup>6</sup> Dijital dönüşüm süreci ile birlikte medya ekosistemi içerisinde de genişleyen bir yer edinen platform ve platform ekonomilerinin ilerleyen kısımlar içerisinde değişim sürecini önceleyerek ayrıntılı olarak ele alınacak olmasına rağmen, bu kısım altında hiç değilse platformlaştırma kavrayışına dair genel bir tanımın yapılması doğru olacaktır. Alan yazının erken dönemli tartışmaları arasında yer alan David B. Nieborg ve Thomas Poell'in (2018, s. 4276) tanımından hareketle platformlaştırmanın, kültürel içerik üretimini doğrudan etkileyen bir dizi unsurun bileşkesinden oluştuğunu söylemek mümkündür. Bu açıdan platformlaştırma; kültürel içerik üretiminin ekonomik, yönetim ve teknolojik alt yapısal koşullarının dijital ortama, uygulama marketlerine ve internet dolaylı iletişim çevrelerine aktarılması ve kültürel içerik üretiminin artan dijitalleşme sürecinden yoğun olarak etkilenmesi olarak, genel bir çerçevede içerisinde, tanımlanabilmektedir.

<sup>7</sup> Bilgi toplumu tartışmalarının hiç değilse erken döneminde gelişen ve ardından da gerçekleştirilen tartışmaların nerede ise bilgi toplumu dönüşümleri içerisinde erken dönemli çalışmaların temel öngörülerinin yeniden üretildiği alan yazına dair önemli bir eleştiri olarak getirilmelidir. Frank Webster ve Kevin Robins (1998, s. 30), bilgi toplumu süreci içerisinde gelişen alan yazına dair eleştirilerini bir “demir kafes” benzetmesi üzerinden gerçekleştirirken aslında alan yazının çoğu kez toplumsal dönüşüm sürecini ikincil kıldığını belirtirler. Bu alt kısım içerisinde yukarıda sürdürülecek olan tartışma içerisinde de değerlendirileceği üzere medya ekosistemi içerisinde yükselen platformların teknolojinin ötesinde ekonomik, siyasal ve kültürel eksenlerinin değerlendirileceği bu doğrultuda söylenmelidir.

genişlemesinin ise medya ekosistemi içerisinde platformların yükselişi için önemli bir uzamı sunduğu görülür. Platformların bilgi toplumu dönüşümünün kesitlerinde ve ara kesitlerinde yükselişini toplumsal değişim süreci ile birlikte anlamlı kılan bir diğer değişim sürecinin yine bilgi toplumu dönüşüm süreci içerisinde kurulduğunu söylemek gerekir. 1970'li yılların sonu ile 1980'li yılların başından itibaren gelişen süreci, Andy Bennett'in (2018, s. 134) değerlendirdiği gibi, kapitalist kültürel üretim ve söz konusu üretimin dağıtım koşullarını yapısal olarak değiştiren "kendin yap"<sup>8</sup> sürecinin ekseninde olduğu söylenebilir. Watch Garrison (2001, s. 175) ise, internet teknolojisindeki yapısal değişimleri ile birlikte medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinen talebe bağlı video izleme platformlarının "yalınlık", "esneklik" ve "etkileşim" olmak üzere üç temel bileşeni üzerinden içerik üretim ve dağıtım süreçleri içerisinde önemli bir yer edindiğini vurgular. Bilgi toplumu dönüşümü ile birlikte değerlendirildiğinde platformlar eliyle, izleme deneyimi üzerinde bir kontrol mekanizması olarak algoritmaların kullanılması ve izleyicisi ile sürekli bağlantı halinde olmasının diğer önemli unsurlar olarak değerlendirilebileceği belirtilmelidir. Aralarındaki nicel ve nitel farklılıklarına rağmen, platformların, kapitalizm ve bilgi toplumunun kesitlerinde ve ara kesitlerinde medya ekosistemi içerisindeki yükselişinin, bu doğrultuda, gerçekte her ikisinin de siyasa pratiğinin biçimlendirilmesinde etkili olduğunun söylenmesi gereken iki önemli kesit doğrultusunda değerlendirilmesi olanaklıdır. Bu doğrultuda ilk kesitin, platformların kültürel içeriklerin üretilmesi sürecinde sahip olduğu olanaklar eliyle medya ekosistemi içerisinde gerçekleştirdiği müdahale(ler) doğrultusunda biçimlendiği söylenebilir. Bu doğrultuda, ilerleyen kısımlar içerisinde ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere, talebe bağlı video izleme platformlarının medya ekosistemi içerisindeki çoğulcu ve çok sesli bir iletişim düzeninin oluşturulmasındaki etkisi ya da müdahalesi siyasa sürecinin önemli bir tartışma gündemini oluşturmaktadır. Küresel kültür akışının, ulusal yapımcılar eliyle gerçekleştirilen kültürel içerik üretimi üzerindeki etkisinin, ulusal içerik üretiminin platformlar eliyle nasıl sınırlandırıldığı ya da geliştirildiği olarak da okunabilir, böylesi bir kesitin bir diğer önemli tartışma gündemini oluşturduğu belirtilmelidir. Yukarıda sözü edilen ikinci kesitin ise Daniel Herbert, Amanda Lotz ve Lee Marshall'ın (2019, s. 356) değerlendirdiği gibi medya ekosistemi içerisinde geliştirdiği iş modelleri, kültürel içerik döngüsü ve izleyicisi ile kurduğu ilişki üzerinden sorgulanmaya açık olduğu belirtilebilir. Bununla birlikte, yukarıda sözü edilen her iki kesitin de kapitalizmin geç döneminde yükselen küresel kültür akışının, iletişim ve kültür politikaları ile kurduğu diyalektik içerisinden bakan bir sorgulama eliyle değerlendirilmesi anlamlı olacaktır.

## 2. Platform Yayıncılığı Döneminde, İletişim ve Kültür Politikalarının Yeni Gündemini Okumak

Çalışmanın henüz giriş kısmında söz edildiği üzere, kapitalizmin geç döneminde iletişim ve kültür politikalarının değişimini değerlendirebilme adına, olabildiğince geniş bir perspektif içerisinden bakarak söylendiğinde, içerisinde hem bir dizi değişimin ancak hemen öte yanında çelişkili olsa da bir sürekliliğin varlığından söz edilmesi doğru olacaktır. Değişim, küresel kültürel akış ve kültürel içeriklerin bu kez bilgi toplumu ve geç kapitalizmin kesitlerinde ve ara kesitlerinde yeni bir birikim modelini harekete geçirecek denli dönüşümü üzerinden kendisini gerçekleştirirken, süreklilik kapitalizmin toplumsal bir sistem olarak bizzat kendisine dair çelişkilerini, iktidar ve güç ilişkilerini değişen bağlamlarında yeniden üretmesidir. Ancak, böylesi bir kesit içerisinden bakarak söz konusu eşitsizliğin iletişim ve kültür politikalarına nasıl yansıdığını tartışmak gerekir. Bununla birlikte, özellikle ilerleyen kısımlar içerisinde Türkiye özelinde bir tartışmaya olanak tanınması adına; çalışmanın bu alt kısmı içerisinde gerçekleştirilecek tartışma olabildiğince genel bir açıdan sunulması doğru olacaktır. Bu doğrultuda çalışmanın bu alt kısmı içerisinde platformlar ile birlikte iletişim ve kültür politikalarının nasıl da bir kırılma ve yeniden inşa sürecine doğru yönlendirildiği sorgulanacaktır. Ardından çalışma, küresel medya ekosistemindeki Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler siyasaları öncelikli olmak üzere, yöntem kısmında da belirtildiği üzere, tekil ülke deneyimlerine doğru ilerleyecektir. Bununla birlikte, henüz derinlemesine bir tartışmanın öncesinde, platform yayıncılığının doğuşu ile birlikte tam da bu alt kısmın isminde de yer aldığı üzere iletişim ve kültür politikalarının, platform yayıncılığının medya ekosistemi içerisindeki yükselişine koşut olarak, bir dizi güçlü değişimi de içerisine alan değişimini ve yeni gündemini değerlendirmek doğru olacaktır.

<sup>8</sup> "Do it Yourself" sürecinin aslında medya ekosistemi içerisinde gittikçe genişleyen bir yer edindiği görülmektedir. Medya ekosistemindeki dijital dönüşüm sürecinin, internet kullanıcıları ya da özelinde You Tube gibi platform içeriklerinin hazırlanmasında kullanıcı tarafından üretilen içeriklerin yükselişi yukarıda sözü edildiği üzere kültürel üretimin hem üretim hem de içeriklerin tüketimindeki yapısal koşulları önemli ölçüde dönüştürdüğü oldukça anlaşılabilir. Bu doğrultuda, örneğin Netflix'in olduğu kadar diğer platformlar içerisinde de yaygın olarak kullanılan "ne istersen, ne zaman istersen" söyleminin tam da kendin yap kültürünün önemli bir açılımı olarak değerlendirilebileceği belirtilebilir. Talebe bağlı video izleme platformları için bu doğrultudaki bir diğer örneği ise geleneksel televizyonun doğrusal akış sürecinin yerine platformların sahip olduğu içerik kütüphanelerinden televizyon izleyicisinin kendi izleme programını kendisinin belirlemesi verilebilir.

Medya ekosistemi içerisinde platformların gittikçe genişleyen bir yer edinmesi ile birlikte, ilerleyen kısımlar içerisinde de ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere, iletişim ve kültür politikalarının yeniden ele alınmasına dair bir dizi güçlü gerekçenin oluştuğu belirtilmelidir. Olabildiğince geniş bir perspektif içerisinde bakıldığında, platformların medya ekosistemi içerisindeki etkisini aşağıdaki gibi bir dizi kesit içerisinde bakarak değerlendirmek olasıdır. Bu doğrultuda platformların yükselişi ile birlikte, aslında iletişim ve kültür politikaları alanındaki değişimi zorunlu kılan ya da en azından yeni bir gündemin oluşmasına yol açan, yayıncılık alanındaki değişimin aşağıdaki Tablo 1 içerisinde okunabilmesi olasıdır.

**Tablo 1.** Platformların Yükselişi ile Birlikte, Medya Ekosistemindeki Yapısal Değişim

Medya Ekosistemi İçerisindeki Değişimin Bileşenleri	İlgili Bileşene Dair Açıklama	İletişim ve Kültür Siyaseti İçerisinde Yol Açtığı Yeni Gündem
Kültürel İçeriğinin Üretim Koşullarının Değişimine Dair Bileşen	Platform ekonomilerinin kültürel meta ve metalaştırma örüntüsü çerçevesinde, kültürel içeriklerin platformların mülkiyetinde yatay ve dikey akslar ekseninde bütünleşmesi bu doğrultuda önem taşımaktadır. Öte yandan, bu tablo içerisinde bir diğer eksen olarak tanımlanacağı üzere, küresel ve yerel arasındaki diyalektiğin yeniden düşünülmesini gerekli kılan kültürel içerikler eliyle ulus ötesi yeni medya pazarlarına doğru genişleme	Medya ekosistemi içerisinde tekelleşme, çoğulculuk ve çok seslilik ile kültürel ifadelerin korunması
Medya Ekosistemi İçerisinde Teknolojik Dönüşüme Dair Bileşen	Çalışmanın henüz giriş kısmında ifade edildiği üzere, platformların medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesi aslında kullanıcı verilerinin meta üretim döngüsüne eklenirken önemli bir veri güvenliği sorununun ortaya çıkmasıdır <sup>9</sup> .	Yakınsama politikaları, kişisel verilerin korunması ve veri güvenliği siyasasının gündemi içerisinde ele alınmalıdır.
Medya Ekosistemi İçerisinde Rekabet Koşullarına Dair Bileşen	Medya ekosistemi içerisinde platformların önemli bir bileşeni ise önceki alt kısım içerisinde belirtildiği üzere medya sektöründe yeni bir iş modeli oluşturması üzerinden ele alınabilmektedir. Bu doğrultuda, kültürel içeriklerin tek bir platform içerisinde yoğunlaşması medya ekosistemi içerisinde yeni bir tekelleşme pratiğinin gelişmesine yol açmaktadır.	Medya ekosistemi içerisinde çoğulcu ve çok sesli bir iletişim düzeninin yerine, sınırlı sayıda izleme platformunun genişleyen bir sahiplik ve kontrol yapısını kurduğu öne sürülebilir. Medya ekosistemi içerisinde, Stuart Davis'in (2021, s. 9-10) değerlendirdiği üzere, platformların ekosistem içerisinde kontrol ve sahiplik yapısı genişlerken, bağımsız yapımcıların söz konusu pazarlara erişimi önünde güçlü engeller oluşturulmaktadır. Ancak burada iletişim ve kültür politikalarının örneğin ticaret kanunları gibi diğer siyasalar ile de bir yakınsama sürecine girmesi gerektiği belirtilebilir.
Platformların, Kültürel İçeriklerin Tüketim Örüntülerine Dair Bileşen	Medya ekosistemi içerisinde platformların bir diğer etkisi ise sahip oldukları geniş arşivleri ve daha da önemlisi katalog sistemi aracılığı ile medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesidir. Platformların kültürel içeriklerin dağıtım koşullarını yeni bir iş modeli ekseninde bu kez her ülke için farklı olarak belirlediği kataloglar eliyle (Lobato, 2019, s. 135; Lotz, 2017, s. 120) belirleyen önemli bir güç olması bu doğrultuda söylenmelidir <sup>10</sup> .	Kültürel içeriklerin, küresel ölçekte eşitsiz dağılımını içeren söz konusu bileşenin iletişim ve kültür politikalarının değişen gündemi içerisinde özel bir uğrağı oluşturduğu söylenmelidir. Gerçekten de, platformların içinde yer aldığı medya ekosistemi içerisinde kültürel içeriğin eşitsiz bir dağıtımına farklı söylendiğinde her ülkeye göre farklı bir politika izlemesi, iletişim ve kültür siyasasının en azından iki düzeyde ele alınması gereken bir gündemle

<sup>9</sup> Video izleme platformlarının izleyici verilerini yalnızca kendi ekosistemleri içerisinde tuttuğu ve en azından diğer platformlarda olduğu üzere üçüncü taraflarla paylaşmadığı (Davis, 2021, s. 11) kabul edilebilir. Ancak, Fatima Gaw'ın (2021, s. 17) değerlendirdiği üzere, geniş ölçekte diğer izleme platformlarının da dâhil edilebileceği üzere, üretilen algoritmaların kültürel mantığı içerisinde izleyicinin kültürel tercihinin bunun sonucunda da süre giden veriler üzerinden medya ekosistemi içerisinde çoğulculuk ve çok sesliliğin yeniden düşünülmesi gereken önemli bir kesitin açılmış olduğu belirtilmelidir.

<sup>10</sup> Roman Lobato'nun değerlendirdiği üzere katalog sistemi yeni bir kültür emperyalizm biçimi olarak öne çıkmaktadır. Gerçekten de, Netflix örneğinde görüldüğü üzere katalogların her ülke izleyicisine göre farklı olmasının yanı sıra, medya ekosistemi içerisinde bütün bir arşivin kullanıma sunulmaması platformların medya ekosistemi içerisinde nasıl da bir denetleyici olarak konumlandığını görünür kılmaktadır.



	Bunun yanı sıra, kültürel içeriklerin karmaşık bir dağıtım ağı içerisinde belirlenmesi izleyicinin sözü edilen içerikler ile etkileşimini farklı söylemlerinde kullanım örüntülerini önemli ölçüde dönüştürmüştür. Örneğin zincir izleme ("binge watching") olarak yaygın olarak isimlendirilen zincirleme izleyicilik bu doğrultuda anlamlı bir örnek olarak öne çıkmaktadır.	karşı karşıya kaldığını görünür kılmaktadır. Gerçekten de, çoğulcu ve çok sesli bir medya düzeni ile ülkelerinde yer alan içeriklerin küresel ölçekteki dağıtım pratiklerine dair yeni bir değerler dizgesini belirlemesi bu doğrultuda önem taşımaktadır.
Diğer Bileşenler	Platformların yükselişi ile birlikte önemli bir siyasa gündeminin medya sektöründe egemen gücün kullanımı ve platformların vergi düzenlemeleri öncelikli olmak üzere ulusal düzenleyici örgütlerin kurallarından kaçınması bu doğrultuda söylenebilir.	Kapitalizmin geç döneminde platformların medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesi iletişim ve kültür politikalarının, rekabet ve vergi politikaları öncelikli olmak üzere diğer politikalar ile bir yakınsama sürecine girmesini zorunlu kılmaktadır.

Kaynak: Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

Yukarıdaki Tablo 1 içerisinde de yer aldığı üzere; küresel talebe bağlı izleme platformlarının, ulusal medya ekosistemleri içerisinde genişleyen bir yer edinmesinin iletişim ve kültür politikalarının da yeni bir değerler dizisine doğru yönelmesi adına önemli bir uğraşı oluşturmaktadır. Bununla birlikte, ulusal iletişim ve kültür politikalarının küresel talebe bağlı platformlar karşısındaki tutumunun, düzenleme eğilimleri ile birlikte, tartışılması tam da bu doğrultuda önem taşımaktadır.

### 3. Medya Ekosisteminde Yükselen Platformlar Karşısında Çelişkili Bir Süreklilik Olarak Medya Düzenlemeleri

Küresel platformların, ulusal medya ekosistemleri içerisinde gittikçe genişleyen bir yer edinmesinin, hiç değilse olabildiğince geniş bir perspektif içerisinde değerlendirildiğinde, iletişim ve kültür politikaları içerisinde önemli bir tartışma uzamının kurulduğu önceki kısımlar içerisinde belirtilmişti. Bu alt kısım içerisinde ise, böylesi bir uzamın ülkelerin medya politikaları ve söz konusu süre giden politikaları içerisinde nasıl ele alındığına dair bir tartışma içerisinde bakarak sürdürülecektir. İlerleyen tartışmada yer aldığı üzere, ülkelerin yayıncılık platformlarına dair düzenlemelerinin gerçekte siyasaların gerçekleştirildiği ülkeler adına bir bakıma siyasa önceliklerinin ve kültürel ihtiyaçlarının temelinde (D'Arma, Raats & Steemers, 2021, s. 686) belirlenmiş olmasının yanı sıra, hiç değilse, demokratik ve çoğulcu bir iletişim düzenini sağlayabilmek adına bir referansa dönüştüğünün belirtilmesi gerekir. Ancak böylesi bir referansın değerlendirilebilmesi adına özel bir vurgunun geliştirilmesi gereklidir. Terry Flew, Martin Fiona ve Suzor Nicholas (2019, s. 44); ulus devletler ve ulusal siyasalar, medya ekosisteminin yeni oyun kurucuları olan platformların etkisi altına girdikçe geleneksel yaklaşımlarının ötesine uzanan bir yaklaşım geliştirmenin zorunlu olduğunu belirtir. Ancak, ilerleyen kısımlar içerisinde tartışılacağı üzere, çelişkili bir sürekliliği yeniden aktörlere dönüşmüş oldukları söylenmelidir. İletişim ve kültür politikalarına böylesi bir kesit içerisinde bakıldığında gerek tekil ülke deneyimleri ve gerekse Avrupa Birliği siyasalarındaki değişimin, ortak paydasını kültür ve hatta sınırların korunmasına koşut olarak, birbiri ardına anlamlı örnekleri görünür kıldığı belirtilebilir. Örneğin Avrupa Birliği'nin 2018 yılı Kasım ayından, üye devletlere platformlara dair düzenlemelerini uygulamaları için 21 aylık bir süre tanıdığı, yeni düzenlemesinin tam da söz konusu kültürel sınırların korunması adına okunabilecek bir kesit açtığı belirtilmelidir (European Parliament, 2018, s. 1). Birliğin üç önemli alanda değişimi öngörerek gerçekleştirdiği, yeni düzenlemesine göre (a) azınlıkların, şiddet, terörizm, zararlı içerik ve reklamcılığın olumsuz etkilerinden korunmasının geliştirilmesini, (b) reklam sınırlarının yeniden belirlenmesini<sup>11</sup> ve platformlara karşı önemli bir diğer düzenleme olarak (c) talebe bağlı video izleme platformlarının kataloglarının %30'unun Avrupa eserlerinden oluşmasını amaçladığı görülmektedir. Avrupa Parlamentosu'nda onaylandığı 2018 Kasım ayında 452 kabul oyuna karşılık, 132 ret ve 65 çekimser oyun yer aldığı düzenlemenin ardından, Avrupa Birliği üye ülkelerinin bir dizi önemli düzenlemenin harekete geçirildiği görülür. Bununla birlikte, Avrupa Birliği içerisinde önemli bir siyasa gündeminin, talebe bağlı platformların birçoğunun Amerika Birleşik Devletleri kökenli şirketlerin elinde yoğunlaşmasının sonucunda, yeni bir kültür emperyalizminin yükselişine dair bir endişe

<sup>11</sup> Avrupa Birliği'nin platformlara dair söz konusu düzenlemesi, reklam kuşaklarının yayıncıların kendi inisiyatifleri ile düzenlenmesini karara bağlamak ile birlikte gerek 18:00-00:00 arasındaki prime time ve gerekse onun öncesindeki 06:00 ila 18:00 arasındaki kuşağın ancak %20'si kadar reklam alınabilmesini içermektedir.

üzerinden temellendiği söylenebilir. Ancak, neo liberal politikalar sarmalında Birlik üyesi ülkelerin söz konusu düzenleme çerçevesindeki tepkilerinin, ağırlıklı olarak, kültüre dair bir korumacılığın uygulanmasının yerine gittikçe platformlara karşı, örneğin vergi ve yukarıda sözü edildiği üzere platformların elindeki kataloglar içerisinde üye ülke içerisinde üretilen eserlere kota konulması gibi, uygulamaların ağırlık kazandığı görülmektedir. Karen Donders ve çalışma arkadaşları (2018, s. 16), Birlik üyesi ülkelerin sözü edilen uygulamalarını aşağıda yer alan Tablo 2’de dört ana grup altında sınıflandırmıştır.

**Tablo 2.** AB’nin Platform Politikaları Refakatinde Üye Ülkelerin Uygulamaları

<b>Üye Ülkenin Uyguladığı Model</b>	<b>Uygulayan Üye Ülkenin İsmi</b>
Somut Bir Yatırım Olmaksızın Platformlara Karşı Avrupa Eseri Kotası Uygulanması	İngiltere’nin Birlikten ayrılmasının ardından Birlik içerisinde kalan tüm üye ülkelerin ortak uygulaması
<b>Platformların Kataloglarında, Avrupa Eseri Kotasını Özel Düzenleme Getiren Model</b>	Hırvatistan, Güney Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Macaristan, İtalya, Litvanya, Malta, Polonya, Slovakya, Slovenya, İspanya
Platformlara Karşı Somut Bir Mali Yükümlülük veya Vergi Getiren Model	Belçika, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Almanya, İtalya, Litvanya, Lüksemburg, Portekiz, Slovenya, İspanya
<b>Yatırımlarını Platformların yanı sıra Servis Sağlayıcıları için de Uygulanmasını Getiren Model</b>	Almanya, İtalya, Belçika, Danimarka, Fransa

Kaynak: Karen Donders, Tim Raats, Marian Komorowski, Ivana Kostovska, Stephanie Tintel, Catalina Iordache (2018, s. 16).

Yukarıdaki Tablo 2 içerisinde de yer aldığı üzere, Avrupa Birliği üye ülkelerinin söz konusu talebe bağlı video izleme platformlarına dair siyasasının ağırlıklı olarak platformlara Avrupa eseri kotasının konulması ile mali yükümlülük ve vergi uygulamasının getirilmesine dair modeller üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bununla birlikte, Avrupa Birliği’nin söz konusu düzenlemesine dair önemli bir eleştirinin getirilmesi gereklidir. O denli ki, Birliğin hiç değilse 2009 tarihindeki kurucu antlaşması olarak değerlendirilen Lizbon süreci dikkate alındığında dahi görülebileceği üzere, ortak bir Avrupa kimliğinin tamamlayıcısı olarak iletişim ve kültür vurgusunun yeni düzenleme ekseninde getirilmemiş olması söz konusu eleştirinin ilk unsurunu oluşturmaktadır. Bunun gibi, Birliği “tek Pazar” siyasası doğrultusunda ekonomik ekseninde bütünleştirmeyi amaçlayan siyasa sürecinin yerine bu kez platformlar karşısında çok sınırlı bir düzenlemeyi gerçekleştirdiği belirtilmelidir.

Avrupa Birliği’nin çerçeve düzenlemesindeki söz konusu eksikliğin, bu doğrultuda, üye devletlerin siyasa sürecini de etkilemiş olduğu aslında Tablo 2 içerisinde bakıldığında da görülebilir. Birlik üyesi ülkelerin söz konusu Tablonun ilk sütununda yer aldığı üzere platformlara karşı somut bir yatırım getirmemesi ancak Avrupa eseri kontenjanını izlemesi aslında küresel kültürel akış süreci içerisinde bakıldığında belirsiz bir düzenleme olarak değerlendirilebilir. Platformların düzenlemeyi gerçekleştiren ülkenin kataloglarında Avrupa eserlerine kontenjan ayırıp, küresel ölçekteki kataloglarında yer vermemesi yaygın bir uygulama olarak dikkat çekmektedir. Öte yandan, Birlik üyelerinin, sıklıkla, tercih ettiği ikinci yöntemi platformların kataloglarına dair özel düzenlemenin yapılması oluşturmaktadır. Örneğin İtalya, Portekiz ve İspanya’nın platformlara ülke sinemalarını geliştirme adına, elde edilen gelirin %10’u düzeyindeki doğrudan yatırım şartı getirmesi<sup>12</sup> ve platformlardan elde edilen getiri ile birlikte oluşturulan fonlar eliyle desteklenmesi bu doğrultuda özel bir örneği oluşturmaktadır. Birlik üyesi ülkeler içerisinde yer alan Fransa’nın ise neredeyse yukarıda sözü edilen bütün modelleri uygulamasının yanı sıra kültür vergisi düzenlemesine gitmesi Birlik üyesi ülkeler içerisinde ilk kez gerçekleştirilen bir düzenlemeyi oluşturmaktadır (Donders vd, 2018, s. 66). Avrupa Birliği üye ülkeleri içerisinde platformlara dair bir diğer düzenleme yöntemini ise, dördüncü satırda yer aldığı üzere, ülke düzenlemelerinin yalnızca platformlara değil bununla birlikte servis sağlayıcılarına da yönelmiş olmasıdır. Almanya, İtalya, Belçika, Danimarka ve Fransa’nın bu kategori altında toplanmış olduğu dikkat alındığında sınırlı sayıda ülke tarafından tercih edilmiş olmakla birlikte platformların düzenlenmesine dair bir diğer yöntemi oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Birlik üyelerinin söz konusu yöntemi ağırlıklı olarak finansman modelinin bir devamı olarak izlediği söylenmelidir. Ancak Birlik üyesi ülkelerin platformları bir finansman kaynağı olarak değil ancak oluşturulan fonlar eliyle ülke sinemalarının gelişebilmesi adına kullandığı dikkate alındığında süre giden düzenlemelerin art alanındaki yaklaşımlarının nedeninin oldukça anlaşılabilir olduğu söylenmelidir.

<sup>12</sup> Platformlara karşı uygulanan doğrudan mali yatırım şartının bir dizi bileşenin olduğu bu doğrultuda söylenmelidir. Örneğin platformun net satış hasılası, yıl içerisinde elde ettiği ciro, abone sayısı, abonelerden talep edilen üyelik ücretleri yukarıda sözü edilen fonların diğer mali kaynaklarını oluşturmaktadır. Ancak böylesi bir fonlandırma yönteminin ülkelerin değişen talepleri doğrultusunda biçimlendiği belirtilmelidir.

Küresel platformların medya ekosistemi içerisinde yükselişi dikkate alındığında, Avrupa Birliği dışındaki ülkelerin de bu kez medya düzenlemesi eliyle değilse de, medya ekosistemi içerisindeki “dengelerin” değişimi üzerinden platformlara dair önemli bir siyasa ilgisinin oluşmaya başladığı görülmektedir. Böylesi bir tartışma için, Asya Pasifik ülkelerinin özel bir kesit açtığı belirtilmelidir. Küresel korona virüs salgınının tanık olduğu “büyük karantina” döneminin, sinema salonlarının kapatılmasını da içerisine alan, yol açtığı belirsizlik döneminde ülke düzenlemeleri dışında bu kez medya ekosistemi içerisinde yeni oluşumların gerçekleşmiş olduğu belirtilmelidir. Wang Chonsong, Lucyann Kerry ve Rustona Farady Marta'nın (2021, s. 9) belirlediği üzere medya ekosistemi ve bileşenlerinin bu kez bölgesel düzeydeki önemli talebe bağlı video izleme platformlarını oluşturduğu görülür. Singapur, Filipinler ve Malezya'da oluşturulan söz konusu platformların bu kez Asya Pasifik özelinde bölgesel düzeyde kültürel içeriklerin internet aracılığı ile dağıtıldığı farklı bir kültürel akış modeline yer vermesi adına dikkat çekmektedir. Platformların yükselişi ile birlikte, özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde görüldüğü üzere, medya ekosistemi ve bileşenleri içerisindeki kamusal yayıncıların oluşturdukları yeni platformlar eliyle izleyicileri için doğrudan talebe bağlı video olanağı sunabilen kamu platformlarını oluşturmasıdır. D'Arma ve çalışma arkadaşlarının (2021, s. 688) değerlendirdiği üzere; İngiltere, İtalya ve Hollanda kamu yayıncılığı kuruluşlarının, BBC, RAI VE VTR, Avrupa'da kamu yayıncıları eliyle yeni platformlarının ilk örnekleri olarak yer edindiği görülür. Ancak, kamu yayın kuruluşlarının tam da söz konusu platformları üzerinden yaygın bir eleştirinin odağında yer edindiği belirtilmelidir. Kamu yayıncılarının bütçe sorunlarının platformların devam edebilmesi için gereken mali fonları karşılayamamış olmaları ilk eleştiri eksenini oluşturmaktadır. Diğer yandan, ilgili ülkelerin medya ekosisteminde yer alan diğer yayın kuruluşları tarafından da rekabet önündeki engeli oluşturdukları, bağımsız yapımcıların eserlerinin mali kullanımlarını uzun süreli ellerinde bulundurmaları yönüyle bir dizi eleştirinin odağında yer edinmiş olduğu belirtilmelidir (D'Arma vd, 2021, s. 6909). Avrupa Birliği kamu yayıncıları için, Fransa ve Almanya kamu yayıncıları olarak France Televisions ile ARD'nin özellikle Netflix öncelikli olmak üzere dizi ve film üretiminde Amerika Birleşik Devletleri merkezli küresel talebe bağlı video izleme platformları ile ortaklaşa olarak kültürel içerik üretimine yönelmesi yakın dönemli bir diğer düzenleme pratiğini oluşturmaktadır. Sven Scolfub'ın (2021, s. 134), Almanya kamu yayıncısı olan ARD özelinde değerlendirdiği üzere kamu yayıncısının söz konusu platformlarla işbirliği bir dizi açıdan kamu yayıncısına artı bir değer sunmaktadır. Medya ekosistemindeki artan rekabet ve dijitalleşme sonucunda kaybettiği genç izleyicisinin ilgisini yeniden çekmenin yanı sıra ARD platformlarla işbirliğini derinleştirerek Almanya'nın küresel kültür akışı içerisinde kültürel içerikleri için küresel olarak genişleyen bir yer edindiğini belirtmektedir.

Küresel platformların medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesinin, yalnızca Avrupa Birliği üyeleri için değil eş zamanlı olarak otoriter ülke deneyimleri içerisinde de önemli bir karşılığının olduğu belirtilmelidir. Bu doğrultuda Rusya Federasyonu ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin yakın dönemli düzenleme eğilimlerinin küresel kültürel akış döneminde otoriter devlet politikaları adına dikkat çekmektedir. Avrupa Birliği Görsel İşitsel Gözlemevi'nin (2020, s. 52) yakın dönemli Raporunda değerlendirdiği üzere, Rusya Federasyonu Meclisi'nde (DUMA) Mayıs 2017'de kabul edilen, ancak Raporda böylesi bir düzenlemenin etkili olmadığı da belirtilen, yeni yayıncılık yasasına göre platformlarda yabancı pay sahiplerinin hisse oranının %20 ile sınırlandırılması dikkat çekmektedir. Rusya Federasyonu'na dair yukarıda yer alan verinin, Rusya'nın orantısız güç uyguladığı Ukrayna Savaşı öncesindeki verileri yansıttığı ve bu çalışma devam ederken geniş bir yaptırımlar dizisi ile karşı karşıya kalan yeni otoriter Rus yönetiminin politikalarını nasıl bir değişim içerisinde geçirebileceği tartışmalı bir hal almıştır.

Medya ekosisteminde dijitalleşme süreci ile birlikte yükselen platformların, önceki kısımlar içerisinde de belirtildiği üzere, küresel ve yerel arasındaki sınırların gittikçe belirginliğini kaybetmesinin yanı sıra kültürel içeriğin bu kez internet üzerinden dağıtıldığı koşullarda mülkiyet düzenlemelerinin ne denli etkili bir siyasa aracı olarak kabul edilebileceği ayrı bir tartışma gündemini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Rusya Federasyonu'nun mülkiyet sınırlandırması üzerinden tercih ettiği siyasa sürecinin otoriter bir iletişim düzeninin egemenliğinde Çin Halk Cumhuriyeti tarafından da yakın bir biçimde izlenmesi dikkat çekmektedir. Ling Zang'ın (2021, s. 1) belirlediği üzere 2021 yılındaki Film Yasası'nı (PCR) 2019 yılında yeni bir düzenlemeye tabii tutarak bu kez internet üzerinden kültürel içeriklerin dağıtımını ve söz konusu dağıtımın gerçekleştirildiği internet temelli içerik ve servis sağlayıcılarına doğru genişlettiği dikkat çekmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin bu doğrultuda, otoriter bir rejimin müdahalesi olarak değerlendirilen uygulamalarının üç önemli madde içerisinde sınıflandırılabilceği görülmektedir. Buna göre (a) internet üzerinden kültürel içeriği üreten ve dağıtan kültür üreticilerinin söz konusu içerikleri yayın öncesinde düzenleyici ulusal otorite olan Radyo Televizyon ve Sinema Kurulu'nun (SARFT) incelemesine sunma zorunluluğunun getirilmesi. Böylesi bir maddenin bir sansür uygulaması olarak

değerlendirilmesi mümkündür. (b) internet aracılığı ile görsel işitsel yayınları gerçekleştiren kültürel üreticilerin “self-disiplin” uygulamasının zorunlu kılınması. Bu madde ile açık bir biçimde sansür ifadesi kullanılmaması olmakla birlikte, kendi kendini denetim üzerinden üstelik sınırları belirgin olmayan bir sansür uygulamasının açıldığı görülmektedir. Son madde ise, (c) hükümet otoritesinin internet üzerinden yayın yapan gerçek kişi ve şirketler için medya ekosistemine giriş ve çalışma koşullarının değiştirilebilmesi yetkisinin tanınmış olmasıdır. Çin Halk Cumhuriyeti’nin yeni düzenlemesi ile birlikte film gösteriminin de bir “kamuyuna sergilenme izni” alınmasını önemli bir koşul olarak belirlediği bu doğrultuda süre giden sansür uygulamasının aslında baskıcı bir karakter aldığını görünür kılmaktadır.

Talebe bağlı video izleme platformlarının, medya ekosistemi içerisinde gittikçe genişleyen bir yer edinmesi karşısında, medya düzenlemelerinin de yeniden ancak bu kez farklı bir perspektif içerisinde ele alınması gerekli iken ülkelerin, önceki kısımlar içerisinde de tartışıldığı üzere, siyasa uygulamalarını aslında çelişkili bir süreklilik olarak yeniden ürettiği görülmektedir. Avrupa Birliği içerisinde Avrupa eserlerine dair uygulanan kota uygulamalarının, Birlik üyesi ülkeler içerisinde ise küresel platformlardan elde edilen gelirler üzerinden ülke sinemalarını destekleyen uygulamaları bu doğrultuda ilk örneği oluşturmaktadır. Öte yandan, Asya Pasifik ülkelerinde ülke politikaları yerine medya ekosisteminin bileşenlerinin bu kez platformları oluşturması ve diğer yanında Rusya Federasyonu ile Çin Halk Cumhuriyeti’nin otoriter bir siyasa eliyle platformlara dair oluşturdukları baskı yöntemleri düşünüldüğünde alternatif bir kamu yönetişiminin, hiç değilse, tartışılabilir olmasının anlamlı bir katkı oluşturacağı belirtilmelidir.

#### **4. Platform Yönetişimi ve Alternatif Yönetişim Önerilerini Türkiye Uğrağında Tartışmak**

Çalışmanın önceki kısımlarında da belirtildiği üzere medya ekosisteminde yükselen platformlara dair yeni bir değerler dizisi ile birlikte kamu yönetişimini tartışabilmek için Türkiye’nin özel bir örneği oluşturduğu belirtilmelidir. İzleyici ve kanal sayısı itibarı ile Avrupa’nın “en büyük” medya ekosistemini oluşturan Türkiye’de talebe bağlı video izleme platformlarının bu doğrultuda medya ekosistemi içerisinde önemli bir yer edindiği söylenmelidir. Platformların, 2021’de Avrupa izleyicilerinin %44 düzeyinde (Euro Audiovisual Observatory, 2020, s. 14) bir erişime sahip olması karşısında, Türkiye’de %36.7 düzeyindeki erişiminin dikkat çektiği söylenmelidir. Yanı sıra, izleyici başına ortalama olarak 17.2 dolar ile toplamda 531 milyon dolar değerinde bir gelir elde etmiş olması Türkiye’de platformların elde ettiği yeri görünür kılmaktadır (Statista, 2021, s. 1). Öte yandan, Türkiye’de platformların gerek izleyici sayısı ve gerekse oluşturacağı mali büyüklüğün, örneğin 2026 yılı için 1 milyar 69 milyon dolar düzeyindeki öngörülebilir mali değere rağmen, Türkiye’de talebe bağlı platformların medya ekosistemi içerisinde genişleyen bir yer edinmesinin iki önemli gelişme ile ilişkili olduğu söylenmelidir. Gerçekten de, birbiri ile nerede ise art arda deneyimlenen ilk unsuru, sinema film dağıtımında yaşanan kriz ile ikincisini küresel salgın, COVID 19 ve yansımaları içerisinden bakarak değerlendirmek mümkündür. Film dağıtımını üzerine tekel oluşturan Güney Kore merkezli Mars Sinema Grubu’nun, 2019 yılı Aralık ayında film biletlerini “patlamış mısır ve bir içecek” içeren paketler üzerinden satışa sunmasına rağmen, film yapımcılarına yeni gelir üzerinden pay vermemesi küresel platformların Türkiye’de genişleyen bir yer edinmesinin ilk nedenini oluşturmaktadır. İkinci süreç ise, art alanında yine 2019 yılı Aralık ayında Çin Halk Cumhuriyeti’nin Vuhan Eyaleti’nde yaşanan ancak kısa bir süre içerisinde küresel salgına dönüşen COVID 19 ile birlikte başlamıştır. 11 Mart 2020’de Türkiye’de Sağlık Bakanlığı’nın resmî duyurusu ile birlikte toplumun geniş kesimlerinin yanı sıra, kültür üreticilerinin de, salgının art alanındaki “karantina” dönemi ile birlikte küresel talebe bağlı video izleme platformlarının oluşturduğu yeni medya ekosistemine doğru kayda değer bir göç sürecine tanık olunmuştur. Örneğin, küresel salgın döneminde, Türkiye’de toplumun geniş kesimlerinin talebe bağlı video izleme platformları ile etkileşiminin, kullanıcı erişimi bağlamında, %18.1 düzeyine ulaştığı görülmektedir. Yukarıda belirtildiği üzere, Türkiye’de toplumun geniş kesimlerinin, örneğin Avrupa Birliği üye ülkelerindeki izleyicinin %44 erişim oranı dikkate alındığında, sınırlı olduğu düşünülebilir ise de ülke nüfusları karşılaştırıldığında Türkiye’nin talebe bağlı video izleme erişiminde Avrupa bölgesindeki birinci ülke olduğu görülmektedir (Statista, 2021, s. 1). Bununla birlikte Türkiye için bir diğer ayırt edici unsurun vurgulanması doğru olacaktır. Türkiye’de toplumun geniş kesimleri, medya ekosistemi içerisinde yükselen platformlara rağmen, %55 düzeyindeki bir kullanım payı dikkate alındığında Blu TV öncelikli olmak üzere yerel platformlara dair yükselen bir ilgi göstermektedir.

Türkiye’de medya ekosistemi içerisinde yükselen dijital dönüşüm ve toplumun geniş kesimlerinin yanı sıra kültürel üreticilerin platformlar karşısında gösterdiği yeni ilginin ise iletişim ve kültür politikaları içerisinde, oldukça sınırlı bir dizi siyasa belgesinin ötesinde geçen doygun bir ilgisinin olduğunu söylemek ise oldukça güçtür. Gerçekten de, yukarıda da sözü edildiği üzere Türkiye’de film dağıtım krizinin ardından deneyimlenen,

ancak köklü bir değişim olmaktan daha çok, bir dizi değişikliğin uygulanması ile sınırlı bir yasal değişim ile ifadesini bulan bir değişim ile ifade edildiği söylenmelidir. Türkiye'nin Avrupa Birliği uyum süreci doğrultusunda 2004 yılındaki "5224 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun" (Resmi Gazete, 2004, s. 1) 18 Ocak 2019 tarihinde "7163 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ile değiştirilmiştir (Resmi Gazete, 2019). Buna rağmen, gerçekleştirilen düzenlemenin bütüncül bir dönüşüm olmaktan daha çok, yukarıda sözü edilen film dağıtım krizine dair bir tepkinin sonucunu yansıttığı söylenebilir. Gerçekten de, 5124 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun'un tüm maddelerinde değişiklik getirilmesine rağmen<sup>13</sup>, Türkiye'de toplumun geniş kesimlerinin yanı sıra medya ekosistemi bileşenlerinin de ekosistemin yeni bileşeni olarak platformlar ve dizi ya da film üretimine dair herhangi bir düzenlemenin getirilmediği görülmektedir. Bu doğrultuda kültürel içeriğin internet eliyle dağıtıldığı yeni bir ekosistem dikkate alındığında geleneksel medya ile yeni medya ortamı arasında bir yakınsamanın varlığının bu doğrultuda da bütüncül ve kendi içerisinde bir düzenlemenin odağında yer almadığı belirtilmelidir. Öte yandan, önceki kısımlar içerisinde tartışıldığı üzere bir dizi eleştirinin daha getirilmesinin olanaklı olduğu söylenmelidir. Örneğin, Avrupa Birliği üye ülkelerinin izlediği politika eğilimi dikkate alındığında, film üretimine dair desteklemenin yalnızca Kültür ve Turizm Bakanlığı eliyle düzenlenen bir Destekleme Kurulu'nun yanı sıra bu kez platformların da kapsanması üzerinden, medya ekosisteminin bileşenlerinin içerisinde yer aldığı yerli film endüstrisinin desteklenmesine dair bir fon oluşturma eğiliminin izlenmediği belirtilmelidir.

Türkiye'nin dizi ve film üretiminin yanı sıra halen 140 ülkeye gerçekleştirdiği ihracatı dikkate alındığında, Amerika Birleşik Devletleri'nin ardından küresel ölçekte ikinci ülkenin Türkiye olduğu değerlendirildiğinde (Tanrikulu, 2021, s. 1; Behlil, 2021, s. 14), yerli kültürel üreticileri destekleyen geniş katımlı bir fon oluşturulmasının önemli olduğu öne sürülebilir. Öte yandan, yukarıda sözü edildiği üzere platform yayıncılığının hem geleneksel televizyon yayıncılığı ile internet arasındaki yakınsamanın sonucunu yansıttığı düşünüldüğünde Türkiye'nin bu bağlamda Radyo ve Televizyon Üst Kurulu eliyle medya ekosisteminin bir bileşeni olarak yer alması gerekmektedir. Türkiye'de böylesi bir kesit içerisinden bakıldığında, platformlar ve yayın hizmeti iletimi gerçekleştiren alt yapı işletmecilerine ilişkin sınırlı bir düzenlemenin gerçekleştirildiği belirtilmelidir. 6112 Sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun" içerisinde, platform işletmecileri ve yayın hizmeti iletimi yapan altyapı işletmecilerine ilişkin esasları düzenleyen, 29. Maddesi ile 2018 yılında eklenen 29/A, yayın hizmetlerinin internet ortamında sunumunun, ötesine geçen bütüncül bir siyasanın izlenmediği görülmektedir (RTÜK, 2021, s. 5). 29. Madde'nin ilgili bentleri bu doğrultuda incelendiğinde ilk bendi içerisinde yalnızca Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından yetkilendirilen platformlar ve yayın hizmeti iletimi yapan alt yapı işletmecilerinin yayın hizmetleri yönünden 6112 Sayılı Kanun'un hükümlerine tabii oldukları belirtilmiştir. Bununla birlikte, Radyo Televizyon Üst Kurulu ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu arasında sınırları belirgin bir işbirliğinin kurulmadığı belirtilmelidir. Öte yandan, söz konusu platformlar ile yayın hizmeti iletimi yapan alt yapı işletmecilerinin yayın ilkeleri, mali yükümlülükleri ile hizmet bedellerinin Radyo Televizyon Üst Kurulu tarafından belirleneceği düzenlenmiştir. 29. Madde'nin ikinci bendi ilgili kuruluş ve alt yapı işletmecilerinin iletimini gerçekleştirecekleri yayın hizmetlerini Üst Kurul'un bilgisine sunma yönünde görevlendirildikleri görülmektedir. Bu doğrultuda, Kanun'un 29/A Maddesinin son fıkrasında öngörülen RTÜK ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu arasında düzenlenmesi öngörülen müşterek yönetmeliğin ise bu çalışmanın yazımı döneminde dahi yayınlanmadığı belirtilmelidir. Kanun'un 29/A Maddesinde yer alan 5 bendin ise ağırlıklı olarak, platformların çalışma esas ve usullerine dair genel bir düzenlemeyi içerdiği belirtilmelidir. Bu doğrultuda ilgili Madde'nin birinci bendinde platformların Üst Kurul'dan yayın iletim yetkisini almasını içerdiği görülmektedir. Madde'nin ikinci bendinde yayın iletim yetkisi bulunmayan ya da iptal edilen platformların sürdürdüğü içerik hizmeti ile ilgilidir. Bu açıdan, ilgili platformlara dair Üst Kurul tarafından Sulh Hukuk Mahkemesi'ne yapılacak başvuru ve sulh ceza

<sup>13</sup> 7163 Sayılı Kanun'un 8. maddesindeki değişikliğin sözü edildiği üzere film dağıtım krizine karşı bir önlem olarak getirildiği görülmektedir. Madde'nin getirdiği değişikliğin özellikle sinema salonlarında film öncesi reklamların, kamu spotları ve sosyal sorumluluk projeleri için gösterimler hariç tutulması şartı ile 15 dakika ile sınırlandırılması yanı sıra film bileti satışlarında abonelik, toplu satış, kampanya düzenlenmemesi getirilmiştir. Film dağıtım krizi ile ilgili bir diğer düzenlemenin ise film biletleri ile herhangi bir ürünün satışının aynı anda yapılamayacağı hükmüne bağlanmıştır. Bu doğrultuda bir diğer kayda değer dönüşümün diğer örneği ise 9. maddede yer alan değişiklik ile gerçekleştirildiği görülmektedir. İlgili düzenlemede yer aldığı üzere Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, ihtiyaç duyulan illerde özellikle kamuya ait alanlardaki çekim güvenliği ile çekim ücret tarifesinin belirlenmesi adına "film koordinasyon kurulunun" oluşturulmasıdır.

hâkiminin vereceği kararın ardından en geç yirmi dört saat içerisinde ilgili içeriğin yayından çıkartılacağı ancak Ceza Muhakemesi Kanun'u çerçevesinde itiraz yolunun açık olduğu bağlatılmıştır. Madde'nin üçüncü bendi ise yayın içeriğinin merkezi yurtdışında ya da Türkiye'ye yönelik medya içerik sağlayıcıları ile yayın iletimi gerçekleştiren işletmecileri ilgilendirmektedir. Bu durumda, içerik veya yer sağlayıcısının yurt dışında bulunmasına, başka bir ülkenin yargı yetkisi altında bulunmasına ya da yayın içeriği Türkçe olarak Türkiye'ye yönelik yapan ya da içerik Türkçe olmamakla birlikte Türkiye'ye yönelik ticari iletim gerçekleştiren medya içerik sağlayıcılarına dair düzenlemeyi içermektedir. Bununla birlikte, ilgili koşullardaki medya hizmet sağlayıcıları ile platformların ikinci fıkranın hükümlerine tabii oldukları belirtilmektedir. Bununla birlikte Madde'nin dördüncü bendinde bireysel iletişimin Kanun'un kapsamında yer almadığı belirtilmektedir.

Türkiye'de platform yayıncılığına dair bu denli sınırlı bir düzenleme getirilmesi, üstelik ilgili düzenlemelerin çoğu kez platform yayıncılığı ve medya ekosistemi içerisindeki etkilerini değerlendirmeksizin hazırlanmış olduğu dikkate alındığında, bir dizi alternatif yönetim önerisinin tartışılması adına önemli bir uzaman kurulmuş olduğu söylenmelidir.

## SONUÇ

Medya ekosistemi içerisindeki yeni bileşenleri oluşturan, farklı bir perspektif içerisinden bakıldığında ise medya endüstrisi içerisinde yeni bir değerler dizisini meydana getiren olarak da okunabilir, platformların tam da bu doğrultuda iletişim ve kültür politikalarına taşıdıkları söz konusu yeni değerleri üzerinden hareket ederek bir yönetim önerisinin geliştirilmesi doğru olacaktır. Çalışmanın sonuç bölümünde sözü edilen önerilerin Türkiye'de iletişim ve kültür politikalarını, çoğulcu ve demokratik bir iletişim düzenini belirginleştirebilmeyi öne çıkartarak okunması amaçlanmıştır. Türkiye'de, sınırlı olmakla birlikte, gerçekleştirilen düzenlemelerin ise platformlar ile toplumun geniş kesimleri arasındaki etkileşimi değil ancak çoğu kez yayın işletmecisinin merkezinin belirlenmesi ya da Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'ndan alınacak olan yayın iletim yetki belgesi ile sınırlandırılmasının platformların medya ekosistemi içerisindeki "oyun kurucu" rolünü değerlendirmediklerini görünür kılmaktadır. O denli ki, platformların ulusal düzenleyici otoritelerin etki alanından uzak durabilmelerini sağlayacak bir dizi araca sahip olduğu dikkate alındığında, Türkiye'nin geleneksel yayıncılık ile internet üzerinden yapılan kültürel içerik dağıtımının sosyal, kültürel ve siyasal yansımalarını dikkate alan bir yakınsama politikası gündemini harekete geçirmesi gerektiği açıktır. Küresel platformların, aralarındaki nicel ve nitel farklılıklarına rağmen, oluşturduğu ekosistemin hiç değilse oldukça temel bir düzeyde iletişim politikalarının kadim sorularını yeniden gündeme getirdiği bu doğrultuda belirtilebilir.

Tekelleşme ve sınırlı sayıdaki platformun medya endüstrisi içerisinde oluşturabileceği yeni sahiplik ve kontrol ilişkileri dikkate alınarak kendi içerisinde bütüncül ve tutarlı bir yakınsama politikasının demokratik bir iletişim düzeni adına üstlenmesi gereken önemli işlevlerinin olduğu belirtilmelidir. Bu doğrultuda, henüz bu çalışmanın yazım aşaması devam ederken, Kültür Bakanlığı ve Radyo Televizyon Meslek Birliği (RATEM) eliyle oluşturulan "Türkiye Medya İçerik Platformu" bu doğrultuda önem taşımaktadır (Kültür Bakanlığı, 2021, s. 5). Bununla birlikte, bu çalışmanın önerilerinden birisini oluşturan söz konusu platformun kamu yönetişimi içerisinde kamu ve özel sektör arasındaki etkileşimi güçlendirecek yönde örneğin üniversiteler, medya endüstrisinde yer alan sivil toplum kuruluşları ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu öncelikli olmak üzere geniş bir bileşenler ağını kurması bu doğrultuda önem taşımaktadır. Öte yandan, Türkiye'de platformların medya ekosistemi içerisindeki yükselişine koşut olarak bu çalışmanın önceki bölümlerinde, özellikle Tablo 1 içerisinde, yer verildiği üzere ilgili siyasa sürecinde de bir yakınsama sürecinin ya da hiç değilse belirgin bir işbirliğinin kurulmasının önemli olduğu bu doğrultuda belirtilmelidir. Bir önceki bölümde tartışıldığı üzere örneğin Avrupa Birliği üye ülkelerinin ülke sinemalarını ve medya ekosistemi bileşenlerini desteklemesi adına ortak bir fon oluşturulması gerektiği bu çerçevede içerisinde belirtilmelidir.

Türkiye'de çoğulcu bir medya ve iletişim düzeninin oluşturulması adına, özellikle toplumun geniş kesimlerinin platformlar ile yoğun bir etkileşime girdiği dikkate alındığında, bu kez yaygın bir eğitim modelinin kurulması gerektiği belirtilmelidir. Örgün eğitim kuruluşlarının yanı sıra toplumun geniş kesimlerinin de içerisinde yer alabileceği eleştirel bir medya okuryazarlığı sürecinin yaygınlaştırılması ile yayın içeriklerinin toplumun geniş bileşenleri içerisindeki olumsuz olabileceği öngörülen yansımalarının hiç değilse kontrol altına alınabilmesini sağlayacak bir olanak tanyacaktır. Platformların, yaratıcı endüstriler ve oluşturduğu yenilik ekonomileri dikkate alındığında ise küresel kültür akışı ve kültürel içeriğin yalnızca ülke içerisinde değil bununla birlikte küresel düzeydeki içerik tüketimi olanaklarının dikkate alınması doğru olacaktır. Bu doğrultuda ise, Türkiye'nin yeni bir iletişim ve kültür politikası içerisinde platformlara karşı değil ancak platformlarla birlikte bir kamu diplomasisi aracı olarak kültür politikalarını yeniden gözden geçirmesi anlamlı bir alternatif yönetim

modeli olarak dikkat çekmektedir. Gerçekten de, medya ekosisteminin bileşenlerinin yanı sıra Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu ile birlikte Radyo Televizyon Üst Kurulu, Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Üniversiteler, Kültür Bakanlığı'nın platformlar ile birlikte ilerleyebileceği Türkiye Kültür Modelinin ve Kültür Politikaları Merkezlerinin oluşturulmasının bu doğrultuda önemli bir olanak sağlayabileceği öngörülmektedir.

Türkiye'nin, Amerika Birleşik Devletleri'nin ardından küresel ölçekteki ikinci kültür ihracatı gerçekleştiren ülke olmasının yanı sıra Avrupa'nın "en büyük" medya ekosistemine de ev sahipliği yapmasından daha çok bu sürecin devam edebilmesi ancak platform yayıncılığı döneminde bütüncül ve tutarlı bir kültür politikası inşasının sonucunda gerçekleşebilecektir.

#### KAYNAKLAR

- Azzelini, DGI & Umney, C. (2021). Why isn't there an Uber for music? The digitalisation of intermediaries and the limits of the platform economy. *New Media, Work and Employment* <https://doi.org/10.1111/ntwe.12213>. 1-23.
- Behlil, M. (2021). Turkish remakes of Korean dramas. *Creative Industries Journal*. <https://doi.org/10.1080/17510694.20211978690>. 1-20
- Bennett, A. (2018). Youth, music and DIY careers. *Cultural Sociology*. Vol: 12(2). 133-139.
- Chalaby, KJ & Plunkett, S. (2020). Standing on the shoulders of tech giants: Media delivery, streaming television and the rise of global suppliers. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820946681>. 1-23.
- Chonsong, W, Kerry, L & Marta, FR (2021). Film distribution by video streaming platforms across southeast Asia during COVID-19. *Media, Culture & Society*. <https://doi.org/10.1177/01634437211045350>. 1-11.
- D'Arma, A, Raats, T., & Steemers, J. (2021). Public service media in the age of SVODs: A comparative Study of PSM Strategic Responses in Flanders, Italy and the UK. *Media, Culture and Society*. Vol: 43(4). 682-700.
- Davis, S. (2021). What is Netflix imperialism? Interrogating the monopoly aspirations of the world's largest television network. *Information, Communication and Society*. <https://doi.org/10.1080/136118X.20211.1993955>. 1-16.
- Dondeers, K, Raats, T, Komorowski, M, Kostovska, I, Tintel S. & Catalina I. (2018). Obligations on demand audiovisual media services providers to financially contribute to the production of European works. Flanders State of the Art Culture, Youth and Media Department Publications.
- Ersin, Tuzcu B, Güray, B., & Necipoğlu, C. (2021). *OTT uygulamaları ve Türk hukukunda düzenlenmesi. Moroğlu*. Arseven Hukuk Bürosu Yayınları.
- European Audiovisual Observatory. (2019). Focus: World film market trends (Tendencies Du Marche Mondial Du Film). European Audiovisual Observatory Publications.
- European Audiovisual Observatory. (2020). The Russian legal on-demand video services market. <http://www.rm.coe.int.ru>. Erişim Tarihi: 13.12.2021.
- European Parliament. (2018). New rules for audiovisual media services approved by parliament. <http://www.europarl.europa.eu>. Erişim Tarihi: 8.12.2021.
- Flew, T, Fiona, M. & Nicolas, S. (2019). Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance. *Journal of Digital Media and Policy*. Vol: 10(1), 33-50.

- Fuchs, C. (2015). *Kapitalizm mi? Enformasyon toplumu mu? Christian Fuchs (Der) dijital emek ve Karl Marx* [Çev: Tahir Emre Kalaycı ve Senem Oğuz (s. 203-229)]. Nota Bene Yayınları
- Garnham, N. (2000). Information society as theory or ideology: A critical perspective in technology, education and employment in the information age. *Information, Communication & Society. Vol: 3(2)*. 139-152.
- Garrison, W. (2001). Video streaming into the mainstream. *Journal of Audiovisual Media in Medicine*, 24(4), 174-178.
- Gaw, F. (2021). Algorithmic logics and the construction of cultural taste of the Netflix recommender system. *Media, Culture and Society*. <https://doi.org/10.1177/01634437211053767>. 1-20.
- Herbert, D, Lotz DA & Marshall, L. (2019). Approaching media industries comparatively: A case study of streaming. *International Journal of Cultural Studies*, 22(3), 349-366.
- Horvat, S. (2021). Giriş: Hiçbir Şeyin Olduğu Gibi Kalmaması İçin Her Şey Değişmeli. [haz.: Renata Avila, Srecko Horvat]. *Her Şey Değişmeli: COVID-19'un Ardından* (s. 11-16) [Çev: Kemal Güleç]. Metis Yayınları.
- Jameson, F. (1994). *Postmodernizm ya da geç kapitalizmin kültürel mantığı* [Çev: Nuri Plümer]. Yapı Kredi Yayınları.
- Kaymas, S. (2020). From state-controlled media to video on demand platforms: Rethinking global cultural flows and television viewers' changing habits in the case of Turkey. *Journal of Digital Media and Policy*. 1-19.
- Keane, J. (2021). *Yeni Despotizm* [Çev: İsmail Ferhat Çekem]. İletişim Yayınları.
- Kültür Bakanlığı (2021). Türkiye medya içerik platformu. *Kültür Endüstrileri Bülteni*. Aralık 2021.
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. New York University Press.
- Nieborg, BD & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*. Vol: 20(11). 4275-4292.
- Resmi Gazete (2004). 5224 Sayılı sinema filmlerinin değerlendirilmesi ve sınıflandırılması ile desteklenmesi hakkında kanun. <http://www.resmigazete.gov.tr>. Erişim Tarihi: 20.12.2021.
- Resmi Gazete (2019). 7163 sayılı sinema filmlerinin değerlendirilmesi ve sınıflandırılması ile desteklenmesi hakkında kanunda değişiklik yapılmasına dair kanun. <http://www.resmigazete.gov.tr>. Erişim Tarihi: 20.12.2021.
- RTÜK. (2021). Radyo ve televizyonların kuruluş ve yayın hizmetleri hakkında kanun. <http://www.rtuk.gov.tr/kms.kaysis.gov.tr>. Erişim Tarihi: 22.12.2021.
- Sağlık Bakanlığı (2020). Pandemi. <https://covid19.saglik.gov.tr>. Erişim Tarihi: 18.10.2021.
- Statista (2021). Video on demand: Turkey. <http://www.statista.com>. Erişim Tarihi: 13.12.2021.
- Statista (2021). Video streaming Turkey. <http://www.statista.com>. Erişim Tarihi: 13.12.2021.
- Steinberg, M. (2021). From automobile capitalism to platform capitalism: Toyotism as a prehistory of digital platforms. *Organization Studies*. <https://doi.org/10.1177/01708406211030681>.1-22.



- Stollfub, S. (2021). The platformisation of public service broadcasting in Germany: The network funk and the case of druck/skam Germany. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 16(2), 126-144.
- Tanrıkulu, F. (2021). ABD'den sonra en fazla dizi ihraç eden ülke Türkiye. <http://www.kasam.org>. Erişim Tarihi: 22.12.2021.
- Tr Dizin. (2021). Detaylı anahtar sözcük taraması. <http://www.app.trdizin.gov.tr>. Erişim Tarihi: 13.10.2021.
- UNCTAD. (2021a). *Digital economy report: Cross-Border data flows and development for whom the data flow*. UNCTAD Publications.
- UNCTAD. (2021b). Digital economy report 2021: Cross Border data flows and development: For whom the data flow. <http://www.unctad.org>. Erişim Tarihi: 6.11.2021.
- Vikipedi (2021). Netflix: Çok uluslu Amerikan eğlence şirketi. <http://www.tr.m.wikipedia.org>. Erişim Tarihi: 18.10.2021.
- Webster, F. (2002). The information society revisited. Sonia Livingstone & Leah lievrouw (Ed) *Handbook of New Media* (s. 22-33). Sage Publications.
- Webster, F., & Robins, K. (1998). The iron cage of the information society. *Information, Communication & Society*, 1(1), 23-45.
- Zang, L. (2021). New era for video on demand websites in China. <http://www.jdsupra.com>. Erişim Tarihi: 13.12.2021.