



akademia

YAKINSAMA: YENİ MEDYANIN İTİCİ GÜCÜ

Özet

İletişim amacıyla kullandığımız araçlar geçmişe göre daha yetenekli hale gelmiştir. Örneğin bir GSM telefonu, sadece telefon görüşmesi yapmak için değil aynı zamanda farklı katma değerleri içeren çok çeşitli özellikler ve hizmetlerden yararlanmak için de kullanılabilir. Günümüzde, evlerimizde yüksek hızlı internet, kablolu televizyon hizmeti veya uydu yayıncılığı ile ilgili, üçünün ya da en az ikisinin varlığının olduğu hizmetler bulunmaktadır. Diğer yandan, bu alt yapıların sağladığı türlü türlü hizmetler geleneksel kitle iletişiminde büyük organizasyon yapılarının ürünü olan tekil araçlardan (örneğin basılı gazeteler, radyolar ya da televizyon kanalları gibi) daha efektif görünmektedir. Teknolojinin itici güç olduğu bu gelişmelerde dikkat çeken nokta çapraz uygulamaların varlığıdır. Telekomünikasyon alt yapılarındaki değişimin bir yansıması olan bu uygulamalar yeni medya altında toplanmaktadır. Bu durum, farklı açılımları da beraberinde getirir. Diğer yandan, yakınsama sıklıkla alt yapılardaki değişimin kavramsallaştırılması için kullanılır. Ancak yakınsama bir süreç olarak ele alındığı zaman sadece teknik alt yapıları değil aynı zamanda piyasa oyuncuları ve kullanıcıları da içeren bir dizi değişimi temsil eder.

Anahtar Kelimeler: Yakınsama, Yeni Medya, Yeni Ağ Yapıları

Convergence: Driving Force Of New Media

Abstract

Tools that we use with the aim of communication become more skilful compared to past. For example, a GSM telephone is used not only to make a phone call but also to benefit from a wide variety features and services that include different added value. Today, the existence of three or at least two of services which are relevant to high-speed internet, cable television or satellite broadcasting service exist in our houses. On the other hand, all sorts of services provided by these infrastructures seem to be more effective than singular tools (for example news paper, radio or TV channels) as a product of large organizational structure. The striking point in these developments, where technology is the driving force, is the existence of cross-applications. These applications which are the reflection of the change in the substructure of telecommunication gathered under the framework of new media. This situation brings about different expansions. On the other hand, convergence is often used for conceptualizing the changing in the infrastructures. However, when convergence is taken as a process, it represents a range of change that includes not only the technical infrastructure but also the market players and the users.

Keywords: Convergence, New Media, New Networks

Giriş

Farklı kullanım şekilleri sağlayan birçok platformun ortaya çıkmasıyla, iletişim sektörü süregelen bir şekilde değişiklik içine girmiştir. Bu platformlardan bazıları tamamlayıcı, bazıları rekabetçi, bazıları da başka servislerin sağladıklarının yerini tutmaktadır.

Yüksek hızlı internet, kablolu televizyon ve ya uydu yayıncılığı günlük yaşantımız içine yerleşmiş ve bu alt yapılar üzerinden aldığımız hizmetler, geleneksel kitle iletişimini yürüten büyük organizasyon yapılarının desteklediği araçların sunduğu tekil hizmete karşın daha güçlü ve efektif bir hal almıştır. Örneğin yüksek hızlı internet üzerinden televizyon izlenebilmekte, radyo dinlenebilmekte, telefon görüşmeleri yapılabilmekte ya da gazete okunabilmektedir. Aynı şekilde kablolu televizyon alt yapısı da yüksek hızlı internet erişimini ve beraberinde bu sayılan hizmetleri kullanıcının erişimine olanaklı kılmaktadır.

Sayısal teknolojilerin ilerlemesine bağlı olarak başlayan yakınsama, bu hizmetlerin var olabilmemesinin altında yatan itici kuvvet olarak karşımıza çıkmaktadır. Başlarda teknoloji tabanlı bir süreç olan yakınsama sayesinde ki taşınabilir medya ve iletişim teknolojileri, artan bir şekilde, standart telefon, metin temelli iletişim, e-posta ve internet tarayıcılar, sayısal video kameralar, kişisel asistanlar, sayısal müzik çalıcılar ve oyun konsollarının özelliklerini ihtiva eden birleştirilmiş arabirimlerde vücut bulmaktadır.

Yeni medya üzerine yapılan tartışmaların oturduğu teknoloji odaklı temelin anlaşılmasında yakınsama sürecinin boyutları önemlidir. Ayrıca aracılanmış iletişim bağlamında yakınsamanın farklı araçları ve ortamları birleştirdiği düşünüldüğünde içerik anlamında da bu sürecin yansımalarının olacağı göz önüne alınmalıdır.

Çalışmamız bu önem doğrultusunda yakınsama üzerine görüşlerden hareketle yakınsama kavramının farklı yönlerine dikkat çekmeyi ve bu süreç üzerine yürütülen çeşitli araştırmalarda kavramın ele alınış biçimini inleme amacını taşımaktadır.

Yakınsama ve Yeni Ağ Yapıları

Bakır, 100 yıldan daha uzun bir süre ev ve binaları yerel çevrimler ile haberleşme ağına bağlamak için iletken olarak kullanılmıştır. Teknolojik yenilikler, sayısallaşmadan yola çıkarak, iletişim pazarında yol verici değişimler için ana faktör olurken bakırın yerini yerel erişimlerde artan hızda fiber kablo teknolojisi almaktadır.

Bu yeniliklerin maliyetleri düşürdüğü ve bu sayede yeni servis ve uygulamaları desteklemek için ağların kapasitelerinin arttırılabildiği bilinmektedir. İletişim pazarında daha ileri derecede dikkate değer yenilik ise yeni nesil ağ olarak adlandırılan, devre-bazlı kamusal anahtarlamalı iletişim ağından, İnternet Protokolünü kullanan paket-bazlı ağlara geçiştir. Tüm bunlar bir anlamda paket anahtarlamalı iletişim hizmetlerinin yaygınlaşması ile mümkün kılınmıştır. Ağ teknolojilerindeki yakınsama, hizmetler ve kullanıcılara sunulan aletler, yenilikçi talepler yaratmada ve haberleşme sektöründeki iş modellerinde değişimin temeli olarak görülür. Yakınsama teriminin kullanımı, geleneksel dikey ağ yapılanmasından, farklı servislerin farklı ağlardan sağlandığı(mobil, sabit, CATV, IP) etkileşimli yapılanma ile iletişim hizmetlerine farklı ağlar üzerinden erişimin mümkün kılındığı ve kullanıldığı çoğul platformlara kayışı temsil eder. Ekonomi ve kamudaki internetin büyüyen rolü ise yakınsama sürecini ve onun değişim hızını arttırmıştır.(Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD],2008, 3-7). Mevcut durum yeni nesil ağların etrafını sardığı bir dünyayı işaret eder.

Tablo 1: Yeni Nesil Ağların Oluşmasındaki Faktörler (OECD, 2008)

<p>Ekonomik İticiiler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sabit hat aramaları gelirlerinin erozyonu • Pazarın (uzak mesafe, uluslararası) yüksek-kazançlı sektörlerine dahil olan yeni girişimcilerin ve dikey entegre olmuş operatörlerden (üçlü-erişim paketi) rekabetçi baskı • Hem sabit hem de mobil telefon hizmetlerindeki doyum • Kullanıcı bazını elde tutma ve artırma, daha az müşteri kaçıışı • Yeni pazar segmentlerine genişleyebilme durumu • ‘yatırım merdiveni’ olasılığı, örneğin; yatırıma safhalı yaklaşım, başta daha yoğun nüfus alanlarını hedeflemek ve sonra kademeli olarak diğer alanlara genişlemek 	<p>Teknolojik İticiiler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eski ağların modasının geçmesi, artı masraflar ve çoğul eski ağların yönetiminin karmaşıklığı • Düşük yatırım ve operasyonel maliyetler. Yönlendirmenin merkezileşmesi, anahtarlanması ve iletilmesinin artması, optik ağlar üzerinden daha düşük iletim masrafları • PSTN ses hizmetlerinin yerine daha ucuz VoIP hizmetlerinin kurulmasını sağlayan IP tabanlı ağlar • Hizmetlerin daha geniş alan kurulmasına ve hizmet paketlerine (üçlü, dördü erişim) izin veren sağlayan IP tabanlı ağlar • Terminal cihazların evrimi ve yakınsaması 	<p>Sosyal İticiiler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yenilik, bantgenişliği, hizmet(HDTV, VoIP v.b) talepleri • Daha hedeflenmiş yada kişisel içerik(isteğe bağlı multimedya hizmetleri, mobil olma) talebi • Artan etkileşim talebi; Servislerde aktif etkileşim ve kullanıcıların oluşturduğu içeriğe artan ilgi • Anlık mesajlaşma, video konferans, P2P vb. gibi evrimleşmiş ve daha esnek iletişim formlarına talep • Özellikle farklı uyruklu şubelerle bağlantı gereği olan çok uluslu yapılarda, merkezi kaynak ve istihbarata esnek ve güvenli erişimi garantileyen, entegre hizmetlere iş dünyasından gelen talepler
--	--	---

Yeni Nesil Ağlar (NGN; Next Generation Networks), yeni ve gelişen hizmet ve uygulamalar ile birlikte, yakınsamanın teknik temellerini sağlar. Farklı servis türleri sayısal aktarım seviyesinde yakınsarken, farklı ağ ‘katmanları’nın (ulaşım kontrol, servis ve uygulama fonksiyonları) seçilmesi YNA yapısında bulunan her bir yatay seviyedeki rekabet ve yeniliklerin desteklenmesini de sağlar. Aynı zamanda, YNA’lar ağ operatörleri için güçlü ticari cesaretlendiricilerdir. Bu yüzden pazar güçlerini bu katmanlara doğru iterek yatay ve dikey entegrasyonu artırır. Rekabetin potansiyel gelişmeleri, önündeki engelleri önlemek ve yeni nesil alanlarda yenilikler oluşturmak için gelişmelere daha yakın düzenleme ve politik gözlemleme ihtiyacı duyulabilir. Ancak bu durumun tüketiciler ve yeni potansiyel ağların ekonomik gelişimi için yararları azaltan bir riske neden olabileceği de ileri sürülür. YNA, Uluslararası Haberleşme Birliği (ITU) tarafından haberleşme hizmetlerini içeren servisleri ve çoğul geniş ağ kullanımını sağlayabilen paket tabanlı ağ olarak servis ile ilgili fonksiyonların altında yatan nakil bağlantılı teknolojilerden bağımsız nakil teknolojileri olarak tanımlanır (OECD, 2008, 9-10). YNA’lar kullanıcılar için farklı servis sağlayıcılarına erişim sunar ve kullanıcılara uygun ve yaygın hizmetleri sağlamaya izin verecek genelleşmiş hareketliliği destekler.

İletişim araçlarının yeteneklerinin artmasında kuşkusuz önemli veri paylaşım protokolleri ve bunların çalıştığı alt yapılar bulunmaktadır. Örneğin bir YNA olarak Wi-Fi kentsel şebeke alt yapısına karşı yenilenmiş fiziksel, sosyal, politik ve tutarlı bir ilginin doğmasına neden olmuştur. Wi-Fi, Wi-Fi Birliği’nin, yüzlerce metre üzerinden yerel ağ şebekesi teknolojisi atayan, tescilli markasıdır. Bilgisayarlar arasında kablo olmadan veri aktarımı sağlar. İnsanların hareketiyle verilerin hareketini birbirine bağladığı için, Wi-Fi, mekân ve *mekânsal uygulamadaki* değişikliklerin yeniden düzenlenmesi olarak karakterize edilebilir (Mackenzie, 2006, 783).

Aslında Wi-Fi, insanların veri akışıyla döşenmiş mekânlarda oturduğu teknolojik yaşam dünyasının bir kısmını oluşturur. Sonuçta insanlar kablosuz ağlar üzerinden kendilerini (ya da kendilerinin bir kısmını) yayınlar ve tekrar yayınlarlar (Ihde, 1990, 144). Wi-Fi ağların çoğalması ise verilerin hareket etme şeklinde değişikliğe neden olmuştur. Ancak verilerin noktalar arasında hızlıca hareket etmesi fikri yaygın şekilde kabul görmüş olsa da, verilerin insanlarla beraber hareket etmesi hala yeni ve değişik formlarda gelişmekte olan (Wi-Fi, 3G telefonlar, kişisel veri depoları, çevreyle bütünleşmiş bilgisayarlar, giyilebilir bilgisayarlar vb.) bir fikirdir. İnsanlar ve verilerin beraber hareket ettiği bu koreografi önemli olarak addedilmektedir. Mackenzie'ye göre enformasyon kültürlerinin eleştirel analizinin cevaplandırması gereken bir soru, Wi-Fi ile ilgili neden bu kadar fazla değişik sorumluluklar, gösterimler ve projeler olduğudur. Bu soru '*insan macerasının yeni diyarını*' anlamak ve dünya yüzeyindeki hangi noktaların daha önemli ve 'sayısız iletim... yansıma ve engellenmenin' birbirleriyle nasıl bağlantılı oldukları ile ilgilidir. Wi-Fi çok sayıda projeyi, raporu, fikri ve yatırımcıları harekete geçirmiştir. Değişik yerler arasındaki Wi-Fi ağları üzerindeki veri akışını izlemek için, mekânsal ölçekler ve kişiye özellik ile kamusalık arasındaki sınırlar önem kazanmaktadır. Fakat veriler bu sınırlar arasından geçerken, küresel-yerel, kişisel ve kolektif kimlik, politik katılım, medya, ekonomi ve teknoloji ile ilgili farklılıklar ile karşılaşılır. Mackenzie'ye göre Wi-Fi'nin kullanışlılığı, birçok değişik biçimler içinde, pratik bir şekilde bu farklılıklar arasında anlaşma sağlamayı tasarlaması ve şekillendirmesi olabilir (2006, 783-784).

Bir başka uygulama alanı olan 3G bağlantısı mobil iletişim yeteneklerini artırırken piyasa beklentileri ve süreçleri pozisyonların belirlenmesinde birinci etken gibi görünür. Üçüncü nesil (3G) mobil ağların her zaman açık ortamlarında mobil veri servisleri, yüksek yatırım getirisi oranlarının gelişimi ve sürdürülmesi için kilit bir strateji olarak ortaya çıkmıştır. Kablosuz geniş bant kapasitelerinin destekleyeceği yenilikler ve konum bazlı uygulamaların başarısı için beslenen büyük umutlar beraberinde rekabet avantajı adına eklenen yeni değerleri ve yeni araçları getirir. Özellikle Avrupa piyasalarında 3G yelpazesi için yüksek fiyatlar ödenmiş olmasıyla, mobil operatörler, akan içerik servisleri için tüketici talebine güvenen ve bu servisler için prim ödemeye istekli stratejilere karar vermişlerdir. Ancak içerikte birebir iletişim ve tüketicinin ürettiği ve veri ağları yoluyla çevrim içine eklenmiş medya olasılığı içindeki potansiyel pazarın ihmal edildiği düşünülür. Öncelikle operatör-kontrollü özel alanlarda meydana gelecek ve arz odaklı olacak olan mobil veri servislerinin gelişimi, paylaşılan bir endüstri perspektifidir. Böyle bir bakış açısı, yenilik süreçleri çoğu kez özel olmayan alanlarda meydana gelen ve tüketici-vatandaş odaklı olan internet deneyimlerini büyük ölçüde ihmal eder. Bu eleştiriyi savunanlara göre somut örnek açık kodlu yazılım ve yayın hareketlerinde yaşanan durumdur. Öte yandan internet girişi için GSM telefonuna bel bağlayan dünyadaki internet kullanıcılarının sayılarının giderek artması, özel tarife servislerinin kullanıcı-ödeme kültürü, internetin hediye ekonomisine bir tehdit olarak görülür. Sonuçta tüketicilerin, operatörleri ve üreticileri tarifelerdeki katma değer ücret zincirleri ile değerlendirecektir. Ancak tüketici-vatandan liderliğindeki yeniliklerin teknolojiyi bütünüyle başka bir yere götüreceği unutulmamalıdır. (Spurgeon ve Goggin, 2007, 322-323).

OECD tarafından hazırlanan çalışma raporunda ise 3G, özellikle piyasa oyuncuları için oldukça gelecek vaat eden bir yapı arz eder. Yeni nesil ağlar terimi sıklıkla bazı tür sabit-mobil yakınsamadan ortaya çıkar. Bu durum kusursuzca ses, veri ve video içeriklerini entegre eden uygun maliyetli çoğul oyun iş modellerini kolaylaştıran, ayrık ağ altyapılarından IP tabanlı elektronik haberleşme üzerinde bileşke ağ yapılarına geçişe izin verir. 3G teknolojisine giriş hızları, teorik olarak 2-4 Mbit/s olabilen yüksek hızda veri akışını ve kullanıcılara hareket halindeyken internet ve multimedya içeriği erişimi sağlayan üçüncü-nesil el cihazlarını destekler. Ayrıca, yeni el cihazları bazı ülkelerde kullanıcılarına yenilikçi, karasal ve bazı durumlarda uydu televizyon ağları erişimi sağlar. Operatörler 3G ağlarını OECD üyesi ülkeler içinde artırma peşindeler ve bu durum kullanıcılara mobil video yada televizyon programlama sağlamak için adanmış yenilikçi ağlara erişime izin verecek daha hızlı veri akış hızları sağlayacaktır.

Var olan 3G teknolojileri, çok yüksek bant genişlikli ya da gelecekte kullanıcılar tarafından talep edilebilecek aşırı eşzamanlı kullanımı desteklemek için gelişmeye ihtiyaç duyacaktır. Beklenti, mobil ağların evriminde, -örneğin LTE teknolojisi kullanımı (Long Term Evolution) gelecek nesil mobil teknoloji-, 100Mbit/s indirme, 50Mbit/s gönderme üst sınır veri akış hızını destekleyebilecek kadar, önemli ölçüde erişim hızlarını artırma yönündedir (2008,11-12).

Kablosuz ağlar, mevcut enformasyon ağlarının ulaşmakta güçlük çektikleri yerlere konulabilecekleri düşüncesinin üzerine dayanmaktadır. Enformasyon ağını değişik yerlere koymak, akla hemen bu yerlerde ne tür insanların ve ne tür bilgilerin bulunacağı sorusunu getirir. Düzenleme üzerine tartışmalar, bu soruya karşı cevaplar organize etmeyi amaçlar ve dışsallaştırma şekilleri bu tartışmalarda hayati önem taşır. Mackenzi'ye göre Hannerz'in kültürel akış modelinden hareketle bir çözümleme gerçekleştirilebilir. Hannerz'in kültürel akış modelinde, dışsallaştırma şekilleri sosyal dağılıma bağlıdır. Dışsal şekillerdeki anlamlar bir nüfusa ve onların sosyal ilişkilerine dağılmıştır (Hannerz, 1992,7 akt. Mackenzie, 2006, 793).

Hannerz'in anlamın kültürel akışı kavramı, temsillerin ve uygulamaların üç eksenle tanımlanmış bir uzayda düzenlenmesi ve birleştirilmesine yarayan analitik bir yaklaşımdır. Bu üç eksen, düşüncelerin görüşleri veya biçimleri, dışsallaştırmanın şekilleri ve görüşlerin dışsallaştırılmasının sosyal dağılımıdır. Mackenzie'ye göre bu modeli kullanarak birçok görüşü, temsili ve cisimleri, karmaşık anlam akışları olarak inceleyerek, Wi-Fi hakkındaki kararsızlığın nasıl ortaya çıktığını, politika ve tüketimi, belki de yeni bir yol ile nasıl birleştirdiğini ve dolayısıyla nasıl direkt olarak görünüş (aldatma) ve günlük uygulama (hareket) arasındaki zıtlık olarak ele alınamayacağını, anlamaya başlayabiliriz. Her anlam, az ya da büyük ölçüde, görülebilirlik ve yürürlüğe girmesi arasındaki değişik bölgelerde hareket eder. Bu hareketlerin dinamiği en az enformasyonun dinamiği kadar önemlidir ve ne olursa olsun çoğu zaman ikisi birbirine karışır. Hepsini beraber dikkate alındığında, bunlarla ve daha birçok yerle ilgili son üç yıldaki sabit duyuru akışı, Wi-Fi'nin ağ bağlantılarında herhangi bir yere kaydolabileceğini görüşünü güçlendirmektedir. Wi-Fi'nin kullanıldığı demiryolu istasyonları, trenler, havaalanları, umumi parklar, kafeteryalar, okullar ve evler gibi yerler, sosyal, ekonomik, teknolojik ve coğrafi açıdan oldukça değişkendir. Bunların çoğu ulaşım ve hareketle (hava araçları, gemiler, trenler, duraklar, arabalar) ilişkili olsa da birçoğu da çok az insanın olduğu, mevcut kentsel ve kırsal alanlara dağılmış durumdadır (Mackenzie, 2006, 793-794).

Sonuçta yeni nesil ağlar gelişimin bir göstergesi olarak yayılımına devam etmektedir. Wi-Fi, 3G ve diğer yeni nesil ağ mimarilerinin de sundukları hizmetleri genişletecek şekilde birbirlerini desteklediklerine ve yakınsadıklarına dikkat çekilir. Öte yandan IMS(IP Mültimeya Alt sistemi) gibi gelecek nesil ağ teknolojilerinin, operatörler için internet protokolüne(IP) dayanan standartlaşmış yeni mimariyi sağlaması gerekliliği ve hücrese/Wi-Fi yada hücrese/Bluetooth ikili-mod el cihazları gibi yakınsak el cihazları gömülü radyo ara yüzünü kullanan mobil ve sabit servislerin kurulmasına izin verecek şekilde inşa edileceği öngörülür. (OECD, 2008, 41).

Yakınsamanın Boyutları

Teknoloji ya da araçlarda yakınsama en basit anlatımıyla telekomünikasyonun bilgisayarlaşması ve buna bağlı olarak da bilgisayarlar arasında bağlantının kurulabilir hale gelmesi olarak tanımlanır. Törenli, telekomünikasyon alt yapısı ile ilişkili olarak yaşanan üç dönüşüm sürecinin bugünün iletişim alt yapısına sonuç açtığına işaret eder. Bunlardan ilki gerçek zamanlı ve iki yönlü sesli iletişime olanak veren telefonun icadıdır. İkincisi kullanıcılara hareket halindeyken iletişim olanağı veren hücrese mobil teknoloji (GSM) yaygın ismiyle cep telefonlarıdır. Üçüncüsü ise yüksek hızda telsiz erişim olanağıyla internet tabanlı hizmetleri birleştiren ve cep telefonlarından "radyo çözümleriyle internet erişiminin gerçekleştirilmesini, dolayısıyla internet üzerinden verilen hizmetlerin önünü açan gelişmelerdir (2005, 114-124).

Üçüncü gelişme beraberinde bugünün iletişim modelini ortaya koyarken, hem kurumsal anlamda hem de kullanıcı bazında trendler geçmişten çok farklı uygulamaların üzerinde şekillenir.

Tablo 2: IP-Tabanlı yakınsama alanı (OECD, 2007, 8)

Haberleşme alanı	Yeni nesil yakınsak alanı
Tekil amaçlı ağlar	Çoğul-amaçlı ağlar
PSTN, hücreler, yayın	IP ağı (ses, video ve mobil hizmetler sağlama)
Darbant	Genişbant
Dikey Silolar	Departmanlaşmayı yıkar; Endüstriyel alanlar (örneğin; telefon, kablolu TV, yayıncılık, kablosuz...) arasındaki geleneksel sınırlar kaybolur - Pazar tanımlarının (ürün tanımı ve coğrafi sınırların tanımı) tekrar düşünülmesi gerekir.
Ağ-hizmet bağlantısı	Yeni servisler ve içerik, ağdan bağımsız olarak geliştirilir.
Son kullanıcı hizmetlerini operatörler kontrol eder	Artan tüketici kontrolü

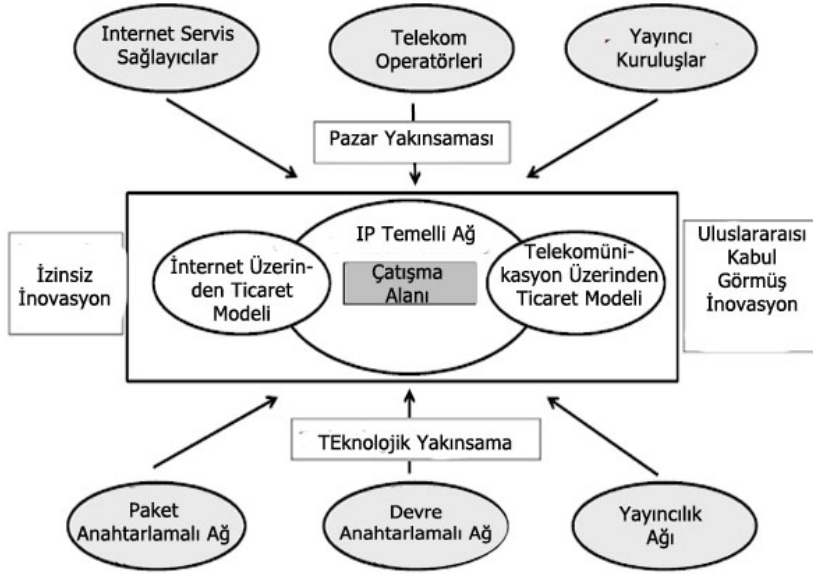
Grant'a göre, yakınsama sonucunda oluşan en az 3 çeşit eğilim karşımıza çıkmaktadır (2004, 349–353).

• **Teknolojik yakınsama:** Bilgisayar teknolojisi yardımı ile çoğaltılabilen, manipüle edilebilen ve depolanabilen analoktan sayısala çevrilmiş sinyallerin taşındığı sanal iletişim ağlarının birbirine dönüşümünden kaynaklanan yapılanmadır. Bir zamanlar tek yayın aracı olarak radyo, kablolu teknoloji olarak ise telefon düşünülürdü. Ancak, zamanla mühendisler ve girişimciler bu teknolojileri birbirlerine aktararak, her türden aracı neredeyse her tür mesajı iletebilmek için kullanılabilir hale getirdiler. Bu süreç içerisinde, neredeyse bütün iletişim teknolojileri içeriği 'sıfır' ve 'bir'lerden oluşan dizilere indirgenmiştir ve sayısal teknolojilere uyum sağlamışlardır. Bir ya da daha fazla bilgisayar türü kullanılarak kolayca depolanmak, işlenmek ve iletilmek için oluşturulan sayısal bilgi akışı yüzünden teknolojiler git gide birbirine yaklaşmıştır. Bir sonraki mantıklı adım, medya yakınsamasına daha büyük bir ivme kazandırmak için araçları, algoritmaları v.b. birbirleri ile uyumlaştırmak olacaktır. Bu sayısal yaklaşma sonucu, neredeyse her tür sayısal iletişim teknolojisi her türden sayısal veriyi iletmek ve almak için kullanılabilir hale gelmiştir. Bu duruma belki de en iyi örnek yeni nesil cep telefonlarıdır; cep telefonları artık sadece ses almak ve iletmek için değil, aynı zamanda resim, video ve veri (e-posta ve web içerikleri) alış verişi yapabilmek amacıyla da kullanılmaktadır.

• **Kurumsal yakınsama:** Farklı teknoloji platformları üzerinde medya içeriğini sunmayı kolaylaştırmak adına çapraz mülkiyet ilişkilerini de içeren medya organizasyon yapısının ortaya çıkmasıdır. Grant, bu gelişmeleri organizasyonel yakınsama olarak tanımlar ve O'na göre organizasyonel yakınsama karşılıklı mülkiyetten (bir organizasyonun çoklu medyaya sahip olduğu) işbirlikçi (mesajlarını iletmek için iki ya da daha fazla organizasyonun birlikte çalışması) çalışmaya kadar örgütlerin birlikte çalışabildiği birçok yolu kapsar. 1990 yılından bu yana medya sahipliğindeki küresel eğilim, daha büyük olmak için, market gücünü kullanarak küçük medya şirketlerinin büyük olanlar tarafından satın alınmasına doğru olmuştur. Organizasyonel yakınsama etrafında dönen tartışmalar ise iki ana artelde ilerler. Yakınsama lehine olanlar, pazar değerleri göz önüne alındığında daha verimli bir durumun ortaya çıktığını, büyük medya şirketlerinin güçlerinin daha küçük pazarlara ve daha küçük medyalara daha fazla kaynak getirme yönünde aktardıklarını ileri sürerler. Ayrıca pazar payını azaltan kuvvetler olarak internet, uydu televizyonu ve kablolu sistemi içeren yeni medyanın yaygınlaşmasının, geride kalanları kendisine yetişmek adına zorladığı düşünülür. Yakınsama

karşıtları ise medyada çoklu editoryal yapının çok sesliliğin kaybını kınayıp, görece az sayıda şirketin ve bireylerin ellilerinde olan medyanın etkisinin yoğunlaştığına dikkat çekerler.

• **Kullanımın Yakınsaması:** Tüketicilerin farklı medya araçlarını birlikte kullanmasından oluşur. Tüketiciler medya yakınsamasında en ön sırada oldukları gibi, aynı anda birden çok medyadan yararlanırlar. Çoklu medya üzerine yapılan son araştırmalara göre, içerik tüketimine günde ortalama 10.5 saat harcayan tüketiciler bu zamanın dörtte birini aynı anda iki yada daha fazla medyayı kullanarak harcamaktadır. Bunun anlamı aynı anda birden fazla ortamı kullanmaya doğru artan bir eğilimdir. Bu çoklu-görevin en az iki açıdan medya çalışanları için önemli sonuçları vardır. Birincisi, aynı anda birden fazla medya kullanıldığı zaman her birine olan dikkat seviyesi azalır ki bu reklâm verenler için yeni sorunlar yaratır. İkincisi, bu eğilim bireysel seyirciye daha iyi hizmet vermek isteyen medyayı birleştirmek için yeni yollar arayan girişimciler için ilginç bir fırsat sunar.



Şekil 1 Grant'ın Yakınsama Model Yapısı (2004)

Yakınsamaya doğru olan süreç, teknolojilerin ve iş modellerinin devriminden daha çok evrimine dayalı olarak görülmekte ve sadece haberleşme sektörüne değil, terminal araçlarının üreticileri, yazılım geliştiriciler, medya içerik sağlayıcıları, ISP'ler vb. gibi farklı seviyelerde geniş alan aktivitelerine etki ettiği düşünülmektedir. Bu açıdan bakıldığında yakınsama farklı seviyelerde gruplandırılmaktadır (OECD, 2008, 7):

• **Ağ yakınsaması** - IP tabanlı genişbant ağlar tarafından oluştu. Sabit-mobil yakınsamasını ve 'üç ekran yakınsamasını'(mobil telefon, TV ve bilgisayar) içerir.

• **Hizmet yakınsaması** - web tabanlı uygulamalara erişime ve cihazların çeşitlenmesi ile geleneksel ve yeni değer kazanmış hizmetlerin hazırlanmasına izin veren yenilikçi el cihazları ve ağ yakınsamasından gelişir.

• **Endüstri-Pazar yakınsaması** - daha önce farklı pazarlarda olan bilgi teknolojileri, haberleşme ve medya gibi benzer alan endüstrilerini bir araya getirir.

• **Yasama, enstitü ve düzenleyici yakınsaması** - ya da en azından işbirliği - yayıncılık ve haberleşme düzenlemesi arasında oluşur. Kanun koyucular içerik ve hizmetleri, sağlandığı

ağlardan(teknoloji yansız düzenleme) bağımsız olarak ele almak için yakınsak düzenlemeleri göz önünde bulundururlar.

• **Cihaz yakınsaması** - çoğu cihaz günümüzde mikroişlemci, ekran, depolama ve giriş elemanları ve bazı tür ağ bağlantıları içerir - Artan bir şekilde bunlar çoğul iletişim fonksiyonları ve uygulamaları sağlar.

• **Yakınsak kullanıcı tecrübeleri** - son kullanıcı ve haberleşme, yeni medya ve bilgisayar teknolojileri arasında emsalsiz bir ara yüzdür.

Yakınsama ile ortaya çıkan yeni model, bilgi işleme teknolojileri sektörü ile yayıncılık sektörü ve telekomünikasyon sektörleri gibi önceden ayrı medya sağlayıcıları ya da medya tiplerinin birleştirilmesi ve/ya da bütünleşmesine dayanır. Çoğunlukla üç açıdan medya yakınsaması mütalası yapılır: Aktarım şebekelerinden cihazlara kadar medya teknolojilerinin yakınsaması, program tiplerinden çoklu ortam servislerine içerik yakınsaması ve medya fonksiyonları ve kullanım biçimleri yakınsaması. Bununla birlikte, medya yakınsaması üzerine kurulan teoriler şu üç başlıkta toplanır (Lugmayr ve diğerleri, 2008, 119):

• **İkame Teorisi:** Yeni medya eski medya tiplerinin yerini alacak ve onların fonksiyonlarını üstlenecektir.

• **Medyanın Tamamlanması Teorisi:** Yeni medya uyumlu bir şekilde eksi medya ile birlikte var olma ya da varolana katkı sağlayacak şekilde geleneksel medyayı tamamlayacaktır.

• **Medya Birleşmesi Teorisi:** Yeni ve geleneksel medyanın tüm özellikleri ile birlikte bir potada birleştiği düşünülür.

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği(ITU)'nin 1997 yılında hazırladığı bir raporda, geleceğin küresel enformasyon toplumunun yeni medyanın temsil ettiği küresel enformasyon altyapısı üzerine kurulu olacağı vurgulanarak; bunun telekomünikasyon yayıncılık ve bilgi-işlem teknolojilerindeki yakınsama ile gerçekleştirilebilecek “yeni ortama özgü bir durum” olduğu sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda ulaştırma ve haberleşmeyi birbirinden ayıran telgrafın sağladığı olanaklar on dokuzuncu yüzyıl kapitalizmi ve onun hızlı güvenilir haberleşmeye gereksinim duyan ticari merkezleri, iş çevreleri açısından ne ifade ediyorsa teknolojik yakınsama süreciyle giderek daha çok oranda bütünleşen bilişim, telekomünikasyon ve yayıncılık teknolojilerinin sağlayacağı olanaklar da telekomünikasyon ağları üzerinde işleyen küresel piyasa ortamı açısından aynı şeyi ifade etmektedir. Sonuç olarak, amaçlar araçlar arasındaki ilişkinin beklenti ve yarar üzerine kurulu olduğu bu durumun yeni medya içinde geçerli olduğu sonucuna varılır (Törenli, 2005, 89).

Yeni medya üzerine yapılan kimi yorumlarda dile getirilen, yakınsama ifadesi ile terimin içerdiği değere karşın aktarılmak istenen geleneksel kitle iletişiminin gelişen ve genişleyen teknolojinin yörüngesinde tamamen absorbe edildiğidir. Bilgisayar endüstrisi yayıncılık ile otomobil endüstrisinin atlar ile, televizyonunu, ucuz sinema salonları ile, yazı işleme programının daktilo ile, çizim programının çizim tahtası ile ve sayısal masaüstü yayıncılığının matbaa ile bir noktada birleşmesi gibi birleşmiştir. Ancak Gilder'e göre bilgisayar kitle kültürünü taşımayacak onu yok edecektir (1994, 189).

İçeriğin yakınsaması, ister iletimde ister sunumda olsun, genellikle sayısal bilgisayarın ve sayısal metin, grafik, ses ve video sinyallerini birleştirebilme yeteneğinin yarattığı etkiye işaret eder. Ek olarak, birçok eğlence ve telekomünikasyon işindeki iktisabın ve birleşimin tanıklık ettiği gibi, bu teknolojik değişimler, piyasa, dağılım ve düzendeki değişimlerle beraber, endüstriyel yakınsamanın en önemli etkenlerinden biridir (Finn, 1999, 174). Jenkins, yakınsamayı çoklu ortam platformlarında içerik akışı, çoklu ortam medya endüstrileri arasında işbirliği ve istedikleri eğlenceyi araştıran seygar izleyicileri kapsayan bir süreç olarak algılar. Bu açıdan bakıldığında yakınsama, kimlerin konuştuğuna ve konuştukları hakkında ne düşündüklerine bağlı olarak teknolojik, endüstriyel, kültürel ve sosyal değişimleri tanımlayabilmek için kullanılan bir terimdir (2006, 2-3).

Öte yandan verilen hizmet ve bunun yönetim-işletilmesi anlamında kablolu televizyon yayıncılığı yapan bir şirket telefon hatlarından yararlanabileceği gibi, telefon konuşması hizmeti veren bir şirket de kablo hatlarından yararlanabilir hale gelmiştir. Bu bağlamda Törenli'ye göre yakınsama salt teknolojik anlam değil ama teknolojinin sağladığı alt yapı üzerinde sosyo-ekonomik anlam da taşıyan bir süreçtir. Sayısal veri alışverişine gelişkin bir alt yapı oluşturan bu bağlantıdan ya da bütünleşmeden beklenen yarar, işyerlerinin, bankaların, konutların, mağazaların, üretim merkezlerinin eğitim kuruluşlarının birbirleriyle bağlantısının otomatik para çekme makineleri örneğinde olduğu gibi işler hale gelmesidir. Uygulamada elde edilen bu başarı, elektronik hizmetlere yapılan vurguyu nitelendirmek üzere kullanılmaya başlanan "online toplum" ya da "kablolu şehir" kavramlarında kendini bulmaktadır. Bununla birlikte yakınsama sürecine tamamlayıcı anlamda büyük şirket evlilikleri ve satın almalar eşlik eder. Deregüler bir yapı içinde hareket serbestisi kazanan sermaye, yatay ve dikey hareketlerle, geniş bir yelpazeye yayılmış üretim sürecini denetleme ve kontrol etme eğiliminde bulunur. Bu durumu Teknolojik yakınsama ya paralel bir şekilde şirket yakınsamaları olarak tanımlayan Törenli, sonuçta teknolojik yakınsamadan umulan kazanımların güvence altına alındığına işaret eder. Kısacası yeni ekonomi ile reel ekonominin ağları ortak çıkarlar çerçevesinde birleşmektedir (2005, 125-129).

Bu endişeye karşın geçmişte haberleşme şirketleri sadece sabit-hatlı ses hizmeti sunarken ve kanun koyucular özel pazar ve düzenleme kararlarını kolayca tanımlayabiliyorken, bugün yeni nesil geniş bant ağları üzerindeki video, ses ve veri yakınsamasının, bu hizmetler için ayrı ayrı pazarlarda daha fazla rekabet görülmesine neden olabileceği ileri sürülmektedir. Yakınsama haberleşme, kablolu televizyon ve yayın sektörlerinin hepsine dokunur ve terminal malzemeleri üreticisi, yazılım geliştiricileri, medya içeriği sağlayıcıları, ISP'lere kadar giden farklı seviyelerdeki geniş alanda aktiviteleri içine alır. Özellikle, yeni nesil ağlarda yakınsama ve gelişmeler, hızlı bir şekilde ekonomide ve kamuda yayılmasını sağlayacak bu teknolojilerin potansiyel yararlarına yer verecek düzenlemelerden emin olmak için, haberleşme pazarının ekonomik düzenlemelerinde mevcut yapının elemanlarını gözden geçirmek gerekebilir. Hizmetin sınırlarını, karakteristiklerini değiştirmekle ve yeni servis taleplerini uyarmakla, yakınsama, yeni pazarların mevcut olandan farklı olanlar ile düzenlenmesine ihtiyaç duyabilir. Yeni nesil ağların yayılmasını artıracak her ne ise bu görülmeye devam edilir ve yakınsama iletişim pazarındaki sağlam rekabetçi şartların yaratılma sürecini kolaylaştıracaktır ya da rekabetin yaratılmasında yeni engeller ortaya çıkartacaktır (OECD, 2008, 6).

Sonuçta yakınsama ile birlikte teknolojinin kendisinin teknolojileri üretmek için temel engel olmaktan çıktığı ve kullanıcıların ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda ilerlediği düşünülmektedir. Bununla birlikte farklı medya sistemleri arasında baştanbaşa medya içeriğinin, medya ekonomileri ve ulusal sınırlar arası rekabete karşın sirkülasyonu şiddetli bir şekilde kullanıcıların aktif katılımlarına bağlıdır. Öte yandan yakınsama öncelikle teknolojik süreçlerin, beraberinde aynı araçlar içinde çoklu medya fonksiyonlarını getirmesi olarak anlaşılmalıdır. Yakınsama, kullanıcıları yeni enformasyon aramak ve dağılmış medya içerikleri arasında bağlantı kurmaya teşvik etmek gibi kültürel bir işlevi temsil eder (Jenkins, 2006, 3). Yaratıcı girişimciler, teknolojik yakınsamanın sunduklarını kullanarak yeni yollar ve yöntemler geliştirmekte kullanıcıların var olan ya da gelecekte oluşması muhtemel ihtiyaçlarına cevap vermektedirler. Diğer yandan bu tür girişimlerde, bilgisayarın televizyon izleme amacıyla kullanım denemelerinde yaşanan başarısızlıklar gibi başarısızlıkların ortaya çıkması ihtimali de bulunur. Bilgisayar kullanımı ile televizyon kullanımı arasındaki derin farklılıklar bilgisayar televizyonun yaygınlaşmasını mümkün kılmamıştır. GSM telefonunun icadı ise tam zıt bir örnek olarak karşımızda durur. Bir iddiaya göre GSM telefonlarından sunulan standart bir özellik haline gelen kameraların fotoğraf çekme amaçlı kullanımı asla öngörülmemiştir (Grant, 2004, 350).

Yakınsamanın İçerik Dönüşümüne Etkisi

Yakınsamanın algılanması çerçevesinde en iyi örneklerden biri olan GSM telefonlarına katılan fotoğraf çekme özelliği kuşkusuz kişisel ve grupsal hatıraları hatırlamaya yardımcı olan, sosyal ilişkileri düzenli tutan ve geliştiren, kullanıcın kendini dünyaya ifade etmesine ve sunmasına yarayan bir özellik olarak dikkat çekicidir. Fakat fotoğraf çekebilen telefonların bazı kendine has sağlayıcılıkları vardır, bu da bazı işlevlerinin değiştirilmiş olduğu ve yeni fotoğraf çekim biçimlerine olanak verdikleri manasına gelir. Fotoğraf çekebilen telefonlar sayesinde fotoğraf çekmek günlük bir eylem haline gelmiştir (Okabe ve Ito, 2006). Mobil telefonlardaki sayısal video ve fotoğraf yeteneği ortama özel algısal ve kültürel bilgi birikimine ihtiyaç duyar. Bir sayısal kameradan farklı olarak, cep telefonları geleneksel anlamda neredeyse vücudun bir parçası ya da ek uzantısı olarak kabul edilir ve bu durum üzerinden, çok-fonksiyonluluğu onun durumunu 'kamera' haline sokar. Bu durumda, mobil kameralar bir çeşit yaygın görsel erişim aracına, anlık ve mahrem obje ve olayların yakalanabildiği bir cihaza döner (Richardson, 2007, 211).

Fotoğraf çekebilen cep telefonları kesinlikle kendimizi ifade edebilme ve kendimize has bakış açımızı dünyaya sunabilme yeteneğimizi arttırmaktadır. Bununla birlikte, fotoğraf çekebilen GSM telefonlarının geçici doğası, bu fotoğraflarla kendini ifade etme şeklinin 'bunlar o zaman gördüklerimdi' den 'bunlar şu an gördüklerim' e dönüşmesine yol açmıştır. Özellikle fotoğraf mesajları, hazır bulunma tasarrufuna katkıda bulunurlar. Diğer yandan fotoğraflar, gazete kupürleri, albümler ve hatta kültürel hatıra biçimleri olarak sanat ve heykeller bile asıl paylaşma tecrübesinin yanında, eninde sonunda zaman boyunca kısa bir anda var olmuş kısa ömürlü insan eserleri olarak kalacaktır (Federman, 2005). Ama fotoğraf çekebilen GSM telefonlarının, kişisel ve grupsal hatıralarını kaydetme, sosyal ilişkileri oluşturma ve düzenli tutma, kendimizi ailemize, arkadaşlarımıza ve dünyaya ifade etme ve sunma şeklimize etki ettiği konusunda şüphe yoktur. Bununla birlikte, özellikle kamera çözünürlükleri arttıkça ve insanlar MMS, fotoğraf siteleri ve Bluetooth gibi kamera teknolojileri ile fotoğraf paylaşmaya alıştıkça, bu faaliyetleri gerçekleştirme tarzımızda daha çok değişikliklerin yaşanacağı ileri sürülür. Elbette ki fotoğraf çekebilen GSM telefonlarının kültürümüzdeki ve yaşamımızdaki mevcut ve potansiyel etkilerini tam olarak anlayabilmemiz için, güvenilir deneysel çalışmalara ihtiyaç vardır. Ancak şu an için GSM telefonlarının dünyaya fotoğrafsal olarak bakma şeklimizi genişlettiği ve böylece dünyayı ve kendimizi anlama şeklimizi değiştirdiği kabul edilebilir bir gerçektir (Gye, 2007, 287).

GSM telefonlarının fotoğraf çekebilme özelliği yakınsama sürecinin içerik üretimi üzerindeki baskılarına sadece küçük bir örnek durumundadır. Bu örnekler daha da çeşitlendirilebilir ve yeni hizmet alanlarında ortak üretim ilişkilerine delil olabilir. Örneğin GSM telefonlarının çapraz-medya yeniliği için teknolojiyi kullanarak, geleceğin iletişim teknolojisi olarak yerini sağlamlaştırdığı ve içerik oluşturma sürecinde televizyona verdiği destekle yeni medya akışlarına yön tayin ettiği ileri sürülmektedir. Birçok yerde interaktif televizyon; sayısal televizyon, ödemeli televizyon platformları ya da çok övülen diğer etkileşimli televizyon teknolojileri olmamasına rağmen, program formatlarına basit telefonun dâhil edilmesi yoluyla popüler bir etkileşim sağlanmıştır. 'Eski' ve 'yeni' medya arasındaki ayrım gibi etkileşim sürecinin sorunsuz yürütülmesi, adamakıllı kritik edilmiştir ve şimdi etkileşimin çok boyutluluğu geniş bir tartışma altındadır. SMS tarifeli servislerin çapraz-medya uygulaması, yeni 'reality TV' program türlerinin yükselişi ile çakışmıştır. Ayrıca bu kullanım, yetenek arama ve bilgi yarışması gibi daha eski hafif eğlence türlerini yenilemek için bir araç sağlamıştır. Telefon servisi ve verilerin kritik bir biçimde gömülü olduğu bu programlar, yeni bir takım kültürel beklentileri ve izleme alışkanlıklarını sistemli hale getirir. Mobil metin mesajlaşma, program formatlarında desteklenen interaktiflik türü, temel kayıt ve danışmanlıktan öte önemli derecede genişletilmediği halde, oldukça önemli bir platformdur. Şimdilerde mobil servisler önemli ölçüde, hem internet hem de sabit hatlı telefon tarafından sağlananın ötesinde, interaktif televizyon uygulamalarının küresel erişimini genişletmektedir. Aynı zamanda bu gelişmeler, yaygın interaktifliğinin mali yükselişine

işaret eder ve kitleler için televizyonun bireyselleşmesine de izin verir – ki bu son kullanıcı kitle tarafından, yeni gelir akışları oluşturmak olduğu kadar, televizyon içeriğinin özelleştirilmesidir (Spurgeon ve Goggin, 2007, 323).

Bu gelişmeler göz önüne alındığında yakınsamanın aynı zamanda geleneksel iletişim araçları için, yeni yönelimler anlamına geldiği ileri sürülebilir. Sayısal aktarım, televizyon, enformasyon teknolojileri ve telekomünikasyon arasındaki yakınsama noktasını temsil etmektedir. Artık televizyon setleri, geleneksel özelliklerine ek olarak etkileşimli servislerin sunulabilmesi için etkin ve uygun birer araca dönüşmüşlerdir (Moscarini ve diğerleri, 2006, 38).

Aslında iki ayrı neslin de gördüğü yirmi birinci yüzyılın başı, televizyonun ölümü olarak nitelendirilmiştir. Geçmişte hızla fenomen haline gelen, hükümet onaylı yayın standartlarında profesyonelce üretilmiş programları aynı anda pasif olarak izleyen kamuoyu kavramı - daha az ortak türde görüntüler- yerini spor etkinliklerini ve doğal afetleri izlemeye bırakmıştır. Sayısal ve internet kültürü içinde büyümüş çocuklar için, televizyon artık bilgi ileten bir araç olmaktan çıkmıştır. Onlar yerine, www. yatırımcıları, telefon şirketleri, Hollywood, yayıncılar, bilgisayar endüstrisi ve hemen hemen herkes, video içeriklerini, ses, yazı ve verilerle dört-boyutlu www. içinde harmanlamaktadır. Herkes kendi kolaylarına geldiği şekilde, değişik çözünürlüklerde ve bant genişliklerinde, ürünler üretmekte, düzenlemekte, yayınlamakta ve başkalarının malzemeleriyle birleştirmektedir (Magoun, 2007, 157). Ancak bu bağlamda yeni teknolojilerin eskilerin yerini alması, eskileri ortadan kaldırmasının söz konusu olmadığına vurgu yapılır. Televizyon, radyoyu veya sinemayı, radyo gramofonu öldürmemiştir, basın dünyası ise faaliyetlerine devam etmektedir. Elbette ki bu yeni teknolojilerin mevcut iletişim teknolojilerini hiç etkilemediği anlamına gelmez; yalnızca eski ile yenin bir karışımından ortaya daha zengin daha renkli ve çok yönlü bir oluşum çıkmıştır.

Görsel-işitsel içeriğin üretimi ve yayılımı artık geleneksel yayıncılar için sınırlandırılmış gibi görünmekten çıkmıştır. Haberleşme operatörleri internet erişimi üzerinden içerik hizmeti vermekte, yeni ortaya çıkan sağlayıcılar IP üzerinden içerik erişimi sunmakta ve geleneksel yayıncılar diğer platformlarla parça değişimi yapmaktadır. Bunların yanında geleneksel yayıncılar, programlarını IP üzerinden yayınlamaktadır. Mobil alt yapıdaki gelişim -3G ve yeni yeni devreye giren 4G ağlarını ya da mobil yayın sistemlerini kullanan- taşınabilir cihazları ve mobil telefonları yüksek kalitede görsel-işitsel içerik aktarımına uygun hale getirmiştir. Bu gelişmeler ile birlikte, farklı türden içeriklerin ve haberleşme servislerinin aynı alt yapıdan dağıtılması ve farklı platformlardan ve kullanıcı cihazlarından tüketilmesi talep edilen sonuçtur. Çoklu erişim platformları üzerinden yakınsama sadece dağıtım pazarını etkilememekte, aynı zamanda kullanıcıya geniş seçim ve içerikte kontrol sunan, yeni kullanım formları yaratmaktadır.

Küreselleşen ve yakınsayan medya servisleri ve piyasalardaki gerginlik, yeni çapraz-medya uygulamalarını şekillendirir. Arz edilen tarafta, iletişim operatörleri yüksek değerli veri servisleri için yeni tüketici piyasalarını geliştirmek, yayıncılar ise gelir kaynaklarını çeşitlendirmek için bir arayış içindedir. Talep tarafında ise, medya içeriğinde olduğu gibi fırsatlara şekil vermek ve etki altına almak için güçlü tüketici ilgisi vardır. Örneğin kendi payına SMS, yayın yapan medyanın ve mobil iletişim servislerinin kesişimindeki gelir-nesil uygulamalarını ve içerikteki tüketici-vatandaş üretkenliğini kullanır (Spurgeon ve Goggin, 2007, 318).

Öte yandan yeni medya üzerine yapılan çalışmalarda vurgu, insanların medya ürünlerine artan erişimi üzerinedir. Ancak bu erişim tüketimi olduğu kadar bireysel üretimi de kapsamaktadır. Jenkins, yeni medyanın insanlara, kendi medya eserlerini yaratmak ve dağıtmak için artan şekilde fırsatlar yarattığına işaret eder (Jenkins, 2006). Bu çerçevede, çoklu medyanın -etkileşimli görsel-işitsel servisler ile- kullanıcıları, giderek artan bir şekilde pasif TV programları izleyicisinden neyi ne zaman hangi cihazda izleyeceklerine karar verebilen aktif oyunculara çevirdiği ileri sürülür. Bu nedenle, talebe dayanan videolar (video on demand), kişisel video kaydedici (PVR) servisleri, noktadan-noktaya(P2P) aktarım gibi yollarla kullanıcının ürettiği görsel-işitsel içeriğin, geniş izler kitle üzerinde takası için geleneksel yayın modelinde önemli bir değişikliği

ortaya çıkardığı düşünülür. Bununla birlikte medya tüketimi, beğenisi ve tercihleri daha kırılgan olacaktır ve içerik yaratmak anlamına gelen sosyal ağların önemi büyük olasılıkla gelişmeye devam edecektir. Bunların baskısı altında etkileşimli, lineer olmayan tüketim ve katılım ile yeni internet kapasitesinin tamamen kullanılabilmesini sağlayacak yeni türden içerikler için sürekli artan bir talep olacağı ileri sürülür (OECD, 2007, 45-46).

Bu teknolojilerin insan hayatını geçmişe oranla daha kolaylaştırdığı, zamansal ve mekânsal özgürlük sağladığı görüşleri dile getirilse de bireyin bu teknolojiler ile kurduğu ilişki bağlamında farklı düşünceler bulunmaktadır. Özellikle bu teknolojilerin, kitle iletişiminin kaynak egemen yapısına son verdiği görüşü heyecan yaratmakta ancak etkileşim olarak adlandırılan bu süreçte kaynağın belirleyici rolünün devam ettiği ve alıcıya tanınan hakkın yanılısamadan ibaret olduğu iddiaları ilgi görmektedir. Örneğin SMS'in televizyon yayını formatına entegrasyonu üretici ve dinleyici/tüketici/vatandaş arasındaki boşluğu daraltır. Ancak ticari amaçların çapraz medya uygulamalarına bir emsal teşkil eden, SMS etkinliği dahası pasif televizyon bağımlılarını özgürleştirme hakkındadır, oy kullanan-vatandaşa dönüştürme değil (Spurgeon ve Goggin, 2007, 319). Bir başka açıdan bakıldığında yeni iletişim ortamlarının ve araçlarının kitle iletişimde nitel anlamda, örneğin haber açısından bakıldığında haber içeriği, üretimi ve bu içeriği üretenle tüketen arasındaki ilişkinin niteliği anlamında farklı olmasını gerektirmektedir. Ancak bu fark, metin, ses ve görüntülerin izleyicilere gazete radyo televizyon aracılığıyla tek yönlü dağıtılması anlamında farklılığı nicel açıdan daha belirgin iken nitel açıdan çok daha görecelidir (Törenli, 2005, 87).

SONUÇ

Yakınsama sayesinde internet, telefon ve TV kombinasyonunun bir arada sunulabildiği; telefon, veri ve video ihtiyacına cevap verebilen sistemlere mobil özelliklerin eklendiği bir iletişim ağ yapılanması ortaya çıkmıştır. Bu ağ yapısı üzerinden farklı şebeke platformları aracılığıyla benzer hizmet çeşitlerinin taşınması ya da telefon televizyon ve kişisel bilgisayar gibi tüketici aygıtlarının bir araya getirilmesi mümkün kılınmıştır.

Bir anlamda yakınsamayı başlatan sayısallaşma ve geniş bant ağların telekomünikasyon, yayıncılık ve bilişim sektörleri arasında teknik ve düzenleyici sınırları bulanıklaştırdığı düşünülür. Bu bağlamda hem teknolojik hem de kurumsal bir süreç olarak ele alınabilen yakınsama, hizmetlerin yeniden düzenlenmesinin yanında mülkiyet durumu açısından da yeni yükümlülükleri ve talepleri doğurmuştur. Kullanıcı tarafında ise bir araç ile telekomünikasyon, bilgi işlem ve kitle iletişim ihtiyaçlarını karşılayabilir duruma gelen birey için bilgiye ulaşma ve bilgi paylaşımında daha özgür kanalların varlığı söz konusudur.

Ancak tüm bu gelişmelerin mevcut piyasa yapılanmasında egemen oyuncuların ihtiyaçları ve emelleri doğrultusunda yaşandığı gerçeği göz ardı edilmemelidir. Bu durumda öncelikle teknik bir süreç olan yakınsamanın iletişimsel anlamda ortaya koyduğu ekonomik modelin iletişim alt yapısı ve içerik oluşturmada birinci derecede etken rol üstlendiği bilinmelidir.

KAYNAKÇA

- Federman M.(2005). *Memories*. Erişim: 09 Temmuz 2010. Blogspot Ağ Sitesi, <http://whatisthemessage.blogspot.com/2005/09/memories.html>
- Finn A. T.(1999). The Role Of Temporality In Mediated Communication And Technology Convergence [Araçlı İletişimde Zamansallığın Rolü ve Teknolojik Yakınsama]. *Information, Communication & Society*. 2(2). 174-200.
- Gilder G. F. (1994). *Life After Television*, New York, W.W.Norton&Company Inc.
- Grant A. E. (2004). Media Convergence. August E. Grant, Jennifer H. Meadows (Ed.) *Communication Technology Update 9th Edition*, Oxford: Focall Press. 340-354.

- Gye L. (2007). Picture This: The Impact of Mobile Camera Phones on Personal Photographic Practices. [Resim Bu: Kişisel Fotoğraf Pratiklerinde Taşınabilir Telefon Kameralarının Etkisi]. [Elektronik Sürüm]. *Continuum*, 21(2). 279 – 288. Erişim: 09 Temmuz 2010. Informaworld. Kayıt No: 10.1080/10304310701269107.
- Jenkins H. (2006). *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins H. (2006). *An Occasional Paper On Digital Media And Learning, Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Erişim: 25 Mayıs 2010, http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF.
- Lugmayr A., Pohl A., Muehhaeuser M., Kallenbach J., Chorianopoulos K. (2008). Ambient Media and Home Entertainment. Lekakos G., Chorianopoulos K. and Doukidis G. (Ed.) *Interactive Digital Television : Technologies And Applications*, Ed. By., New York: IGI Publishing. 112-130.
- Mackenzie, A. (2006). Innumerable Transmissions: Wi-Fi® From Spectacle To Movement. [Sayısız Aktarımlar: Dolaşımdan Temsile Wi-Fi®] [Elektronik Sürüm]. *Information, Communication & Society*. 9(6). 781–802. Erişim: 09 Temmuz 2010. Informaworld. Kayıt No: 10.1080/13691180601064139
- Magoun A. B. (2007). *Television: The Life Story Of A Technology*. Westwood: Greenwood Press.
- Moscarini M., Liberati F., Fioravanti G.(2006). Cultural Heritage On Interactive Digital Television. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitabı*. 1-3 Kasım 2006. 38-50
- Ihde, D.(1990). *Technology and the Lifeworld: From Garden to Earth*. Indiana University Press.
- OECD (2008). Convergence And Next Generation Networks, Working Party on Communication Infrastructures and Services Policy (DSTI/ICCP/CISP(2007)2/FINAL). Erişim: 05 Mayıs 2009, <http://www.oecd.org/dataoecd/25/11/40761101.pdf>.
- Okabe D., Ito M. (2006). *Everyday Contexts Of Camera Phone Use: Steps Toward Technosocial Ethnographic Frameworks*. Erişim: 5 Mayıs 2009 <http://www.itofisher.com/mito/archives/camphones.okabeito.pdf> 5 Mayıs 2009.
- Richardson I. (2007). Pocket Technospaces: The Bodily Incorporation of Mobile Media. [Cep Teknozamanları:Taşınabilir Medyanın Bedensel Ortaklığı]. [Elektronik Sürüm]. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. 21(2). 205-215. Erişim: 09 Temmuz 2010. Ebscohost. Kayıt No: 10.1080/10304310701269057.
- Spurgeon C. L, Goggin G. (2007). Mobiles İnto Media: Premium Rate SMS And The Adaptation Of Television To Interactive Communication Cultures. [Medyanın içindeki Mobilite: Özel Tarifeli SMS ve Televizyonun Etkileşimli İletişim Kültürüne Adaptasyonu]. [Elektronik Sürüm]. *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies* 21(2). 317–32. Erişim: 09 Temmuz 2010. Informaworld. Kayıt No: 10.1080/10304310701278173.
- Törenli N. (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi, Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.