

“CADBURY! KANALI DEĞİŞTİR”: TELEVİZYONUN GÜNÜMÜZDEKİ KONUMU ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Servet Can DÖNMEZ*

Giriş

Sevgi neydi? Sevgi iyilikti, dostluktu, sevgi emektir. Türk sinema tarihinin en önemli filmlerinden birisi olan *Selvi Boylum Al Yazmalım* filminden akılda kalan ve filmin özetini ifade eden bir cümle. Bu cümle birçok kişi için farklı anlamlar ifade edebilmekle birlikte o dönemi yaşayanlar ve filmi sinema salonlarında izleyenler için belki de aşağı yukarı aynı duyguları ifade etmektedir. Peki ya Türk sinemasının 70’li yıllarına tanık olamayan ve bu filmleri daha sonradan televizyon aracılığı ile izleyen 90 kuşağı için aynı benzer duyguları ifade etmekte midir? Türk sinema tarihinin önemli filmlerini ilk üretildiği yıllarda sinema salonlarında izleme imkanı bulan nesil ile daha sonrasında televizyondan izleme imkanı bulan neslin duyguları arasında elbette bir takım farklılıklar mevcuttur ancak bu farklılıkların sebebinin sinemanın büyüdü perdesinin yerini alan beyaz camdan mı yoksa nesil farkından mı olduğunu tespit edebilmek hayli güç ve araştırılması gereken bir konudur. Peki ya ilk olarak 1925 yılında üretilen, Türkiye’ye 1952 tarihinde giren ve özellikle 90’lı yıllarda yaşanan özel kanalların açılması ile birlikte belki de altın çağını yaşamaya başlayan televizyonun kendine özgü doğası ve teknolojik formundan kaynaklanan bir takım artı ve eksileri yok mudur?

Üretilmeye başlandığı ilk günden bu yana teknolojisi ile değil, içeriği ile ilgili olarak sürekli eleştirilen ve ideolojik bakış açıları ile şekillendirilmeye çalışan televizyonun günümüzde ulaştığı formu ve yapısı açısından bakıldığında ilk yıllarındaki kullanım amaçlarından çokta sapmış görünmemekle birlikte teknolojik olarak geçmiş olduğu değişim nedeni ile ilk başlardaki konumundan farklı bir noktaya geldiği görülmektedir. Peki ya televizyon neydi? Dantelli örtüleri ve başköşedeki yeri nereye gitti? Günümüzde izleme pratikleri açısından hayli değişime uğramış olan televizyonun nerede konumlandığını ve ne ifade ettiğini anlamlandırabilmek adına yapılan bu çalışmada öncelikle televizyon teknolojisinin değişimi ve dönüşümü ile ilgili genel bilgilere değinildikten sonra IPTV ve internet üzerinden izlenme olanakları çerçevesinde televizyonun ve televizyon izleme pratiklerinin değişimi ve bu değişimin insanlara yansması üzerine birtakım değerlendirilmelerde bulunulacaktır.

1. Televizyon Neydi? Ne Oldu?

* Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, Araştırma Görevlisi

Sözlükte “*vericiden iletilen dalgaların görüntü ve ses olarak görünmesini ve duyulmasını sağlayan aygıt*” (TDK, 2018) olarak tanımlanan televizyon kelimesinin kökeni Latince “*uzağı görmek*” anlamına gelmektedir. Günümüzde gelişen teknolojik imkanlarla birlikte her şeyin giderek daha da görselleşmeye başladığı bir dönemde olduğumuzu dikkate alırsak insanların görme duyusunun ulaştığı önemli noktalardan birisinin de televizyon izleme edimi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

İnsanların zaman ve mekan ile olan sınırlı bağlarını genişleten ve bu bağlamda gündelik yaşam pratiklerini de niteliksel ve niceliksel olarak önemli ölçüde değiştiren televizyon, genel olarak sahip olduğu teknolojik imkanlardan ötürü olumlu olarak yaklaşım sergilenen ancak bir kitle iletişim aracı olarak ilk günden bugüne sürekli bir biçimde eleştirilerin hedefi olan bir araç olmuştur. Televizyonun bu denli eleştirilere maruz kalmasının altındaki en önemli sebeplerden bir tanesi sahip olduğu yaygın potansiyelinin ideolojik ve kültürel olarak kullanılmaya müsait bir yapıda olmasından kaynaklanmaktadır. Olumlu ya da olumsuz aldığı tüm eleştirilere rağmen daima anlaşılmaya ve araştırılmaya çalışılan bir kitle iletişim aracı olarak televizyon yalnızca teknolojik değil aynı zamanda da endüstriyel ve kültürel bir araçtır (Mutlu, 1991:15-16).

Tarihsel olarak televizyonun gelişmesinde yaşanan gecikme onun diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak daha karmaşık bir teknolojiye sahip olmasından kaynaklanmaktadır. İlk olarak 1920’li yıllarda John Baird’in ses ve görüntüyü elektronik olarak bir yerden başka bir yere taşımaya başarması ile ortaya çıkmaya başlayan televizyonun teknolojik serüveni sırası ile 1923 yılında Vladimir Zvorkin’in ikonoskop’u icat etmesi ve 1925 yılına gelindiğinde ise Baird’in kendi icadı olan televizyon ile halka açık ilk gösterimi yapması ve ardından da 1936 yılında BBC tarafından dünyada ilk kez televizyon yayını yapılması ile devam etmiştir. Türkiye’de ise ilk televizyon yayını 9 Temmuz 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversite’sinde Prof. Dr. Mustafa Santur tarafından Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı öğrencilerine uygulamalı olarak ders vermek amacıyla kurulan stüdyoda gerçekleştirilmiştir (Serim, 2007:24-27).

1936 yılında dünyaya gözlerini açan ve Türkiye’ye 1950’li yıllarda girmeye başlayan televizyon, 7 Mayıs 1990 yılında Magic Box Star 1 kanalının günde 5 saat yayın yapmaya başlamasına kadar TRT’nin tekelinde tek kanallı bir dönem geçirmiş ve bu dönemden sonra da özel televizyon kanallarının kurulmaya başlaması (Cankaya, 2015) ve evlerde yaygın hale gelmesi ile altın çağını yaşamaya başlamıştır. Evlerin başköşesinde kendisine yer edinen, üzerine dantel örtüler örtülerek

önemli bir değer atfedilen televizyon o dönemlerde aile bireylerinin etrafında toplandığı ve izleme aktivitesini birlikte yaptığı adeta ailenin masal anlatan ninesi konumuna gelmişti.

Erol Mutlu televizyonun o tarihler itibarı ile geldiği konumu şu şekilde ifade etmektedir; *Televizyon gündelik yaşamımızın öylesine ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir ki, kendimize en yakın bildiğimiz arkadaşlarımız, dostlarımız, hatta aile bireylerimiz için kullandığımız deyimlerle, “içimizden biri”, “bizden biri”’dir; ailemizin bir üyesidir* (1991:10). Alan Turing’in 1946 yılında başlattığı teknolojiye sayısallaşma devrimi ile birlikte giderek hızla ilerleyen teknolojik değişimlerin sonucunda televizyon teknolojisinde de birtakım değişiklikler yaşanmaya başlanmış ve bu değişiklikler aslen mikro işlemcili bilgisayar tabanlı donanım ve yazılımlara dayanan kitle iletişim araçları arasında bir yakınsama durumu ortaya çıkmıştır. Lev Manovich *Medya Nasıl Yeni Medya Oldu?* isimli makalesinde geleneksel medyanın yeni medya dönüşüm sürecini şöyle özetlemektedir;

Medya ve bilgisayar -Daguerre’in daguerreotype’ı ve Babbage’ın Analitik Makinesi, Lumiere kardeşlerin Cinematographie’si ve Hollerith’in çizgileyicisi- tek bir aygıtta bir araya geldi. Var olan bütün iletişim araçları bilgisayarın erişebileceği sayısal verilere çevrildi. Sonuç: Grafikler, hareketli görüntüler, sesler, şekiller, alanlar ve metinler hesaplanabilir oldu, yani basitçe bilgisayar verileri öbeği haline geldi. Kısacası medya, yeni medya haline geldi (2011:467-471).

Elbette ki medyanın yeni medya haline dönüşmesinden nasibini alan araçlardan birisi de televizyon olmuştur. İlk ortaya çıktığı dönemlerde çeşitli kültürel ve sosyal aktivitelerin bir kombinasyonu gibi görünen ve artık kendisi yeni teknolojiye adapte edilen bir konuma gelen televizyonun yaşadığı dönüşümü daha iyi anlayabilmek adına Raymond Williams’ın şu değerlendirmesi aydınlatıcı olacaktır;

Televizyon teknolojisi ile kültürel ve sosyal aktivitelerin diğer türlerinin kabul gören biçimleri arasında karmaşık bir etkileşim vardır. Pek çok insan temelde televizyonun; gazete, halk toplantıları, eğitim sınıfları, tiyatro, sinema, stadyum, reklam sütunları ve reklam panoları gibi daha önceki biçimlerin bir karışımı ve gelişimi olduğunu söylemiştir. Bu gelişim, bazı durumlarda radyonun ilk örneklerine göre karmaşık bir hal almıştır ve bunların üzerinde düşünülmesi gerekmektedir. Ancak, bunun, sadece bir gelişim ve kombinasyon meselesi olmadığı açıktır. Kabul gören biçimlerin yeni teknolojiye uyarlanması, pek çok durumda önemli değişikliklere ve bazı niteliksel farklılıklara yol açmıştır (2003:37).

Williams’ın kabul gören biçimlerin yeni teknolojiye uyarlanması olarak işaret ettiği şeyin bugün televizyon teknolojisinin geldiği en son nokta görünümünde olan IPTV ve çoklu ekran uygulamaları olduğunu

söylemek mümkündür zira bu durum içerisinde biçimsel ve niteliksel olarak farklılıklar barındırmakla birlikte temelde bir izleme ediminden ibarettir. İzleme ediminde yaşanan bu dönüşümün izleyici kitle üzerinde değişikliklere yol açabileceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Yeni medya uygulamalarının ve değişen izleme edimlerinin izleyiciler veya daha doğru bir ifade ile etkileşim içerisindeki “kullanıcılar” üzerindeki olası olumlu veya olumsuz etkilerinin araştırılması sosyolojik ve psikolojik açıdan önem arz etmektedir.

Günümüzde yeni gelişen bir teknolojinin ne olduğunu bile anlayamadan diğer bir yeni teknolojinin ortaya çıktığı bir dönemden geçmekteyiz dolayısı ile kullanıcıların bu yeni teknolojilere adapte olması ve her yönü ile o teknolojiyi kavrayıp bilinçli bir şekilde kullanmasını sağlayabilmek adına yeterli zaman bulunamamaktadır. İnsanların istediği oyun ve yazılımların yeterli performansı verebilmesi adına bilgisayarlar her geçen gün hızlanmakta, grafik ve işlemci kapasiteleri gelişmektedir. Bilgisayar teknolojisindeki bu gelişmeler televizyon teknolojisinde de birtakım değişimleri beraberinde getirmektedir. 3D, 4K, 8K gibi yüksek çözünürlük ve data işlenmesine ihtiyaç duyulan yayınların yapılabilmesi adına yeni ve gelişmiş cihazlara ihtiyaç duyulmaktadır. Televizyon ekranlarından, set üstü cihazlarda kullanılacak olan çiplere, çekimlerde kullanılacak ekipmanlardan yayının yapılması için gerekli sinyal işleyici cihazlara kadar sürece dahil olan tüm donanımlar ve ekipmanlar bu değişim içerisinde yer almaktadır (Akyol, 2015:170).

Televizyon teknolojisindeki bu değişimin temelinde yatan asıl nedenin dijitalleşmenin ve sayısallaşmanın hızla artarak ilerlemesi olduğunu göz önünde bulundurarak baktığımızda bu değişim ve gelişimin odak noktasında izleyicilerin ya da yeni adıyla kullanıcıların olduğunu görmekteyiz. Tüm bu değişim ve ilerlemenin ne derece kullanıcıların istek ve beklentileri doğrultusunda yaşandığı ve bu durumun politik, ideolojik ve kültürel çerçevesi üzerine çalışılması gereken başka bir konudur. Neticede bu içerikleri tüketen, beklenti ve isteklerini daha aktif bir şekilde üreticiden talep edebilen yeni nesil izleyici olan kullanıcılar yalnızca televizyon değil yeni medyanın da hemen her alanında etkin bir rol oynamaktadırlar.

Televizyon izleyicisinin etkin olduğu, izleme edimi üzerinde içerik ve zaman bakımından kontrole sahip olduğu ve çift yönlü iletişim sürecinin, etkileşimli televizyonun tanımı içerisinde yer almaktadır. İletişim süreci yazılım ve donanım olarak iki temel özellik üzerinde var olmaktadır. Etkileşimli televizyon yazılım ve donanım özelliklerine sahip iki yönlü bir televizyondur. Donanım bakımından etkileşimli televizyon iki yönlü iletişime imkan veren, kullanıcıya program akışı, program seçimi ve e-

ticaret ve reklam gibi seçenekler sunan bir medya teknolojisidir. Yazılım açısından ise etkileşimli televizyon kullanıcılara geniş çaplı kontrol imkanı sağlayan ve kullanıcılardan geri dönüş alma gibi interaktif servis hizmetleri sunan bir teknolojidir. Etkileşimli televizyon bu bağlamda melez bir yapıya sahiptir, televizyonun yanı sıra telefon hattı, internet ve set-top-box gibi birtakım teknolojilerin bir araya gelmesi ile çalışmaktadır (Taşdelen ve Kesim, 2014:271).

Dijital televizyon sinyallerinin iletilmesindeki değişim 21.yy'ın başlarında ADSL telefon hatlarındaki veri taşıma kapasitelerinin artmaya başlaması ile ortaya çıkmıştır. Bu yolla telefon hatları üzerinden verilen internet hizmetlerine ek olarak televizyon yayın sinyallerinin de iletilmesi sağlanmış şimdiki adı ile IPTV olarak bilinen sistemler gelişmeye başlamıştır. Avrupa'da bu uygulamaya en erken başlayanlardan birisi Fransa'dır. Fransa 2003 yılında *Freebox* ismini verdiği ve *all in one* (hepsi bir arada) hizmeti olarak tanımladığı hizmetini kullanıma sunmuştur ve bunu takiben diğer Avrupa ülkeleri de kendi hizmetlerini devreye sokmak için çalışmalara başlamıştır (Benoit, 2008:185). Bu noktada IPTV ile Internet TV (video streaming) hizmetini ayırmak gerekmektedir. IPTV servis sağlayıcıları tarafından belirli ücretler karşılığında ve belirli sınırları olan bir hizmet iken Internet TV en temel tanımı ile internet üzerinden televizyon izlenebilmesi veya herhangi bir web sitesi üzerinden video izlenebilmesi anlamına gelmektedir.

Sayısal yayıncılığın gelişmesi beraberinde internet üzerinden televizyon yayınlarının yapılabilmesini getirmiştir. IPTV, Web TV, On Demand, Pay Per View gibi kavramlar sayısal yayıncılığın başlaması ile insanların gündelik yaşamlarında kendilerine yer bulmaya başlamıştır. Bu tarz yayıncılık sistemleri ile geleneksel televizyon yayıncılığının yanında internet üzerinden televizyon yayınları izleyebilmek mümkün hale gelmiştir. Geniş bant internetin yaygınlaşması ve internet erişim ağlarının ve hızlarının artması ile birlikte IPTV (Internet Protocol Television) hizmetlerinin de artış gösterdiğini söylemek mümkündür. Temelde internet üzerinden yayın yapılmasına dayalı bir yayıncılık sistemi olan IPTV kullanıcılarına geleneksel televizyonda sahip olmadıkları imkanlar sunmaktadır. Bu imkanların içerisinde; isteğe bağlı video izleme, izle ve öde, elektronik program rehberi, kişisel video kaydı, geriden izleme, yayını kaydetme, e-posta, sohbet, çevrimiçi oylama, eğitim gibi hizmetler yer alabilmektedir (Yaman, 2017:250-254).

Telekomünikasyon Kurumu'nun 2008 yılında hazırladığı raporda o dönem için IPTV hizmetlerinin en yüksek çözünürlük için 20Mbps veri transfer hızına sahip olması gerektiği belirtilmektedir. Aynı raporda IPTV ve Internet TV arasındaki bir takım farklara da değinilmiştir. Bu farklar

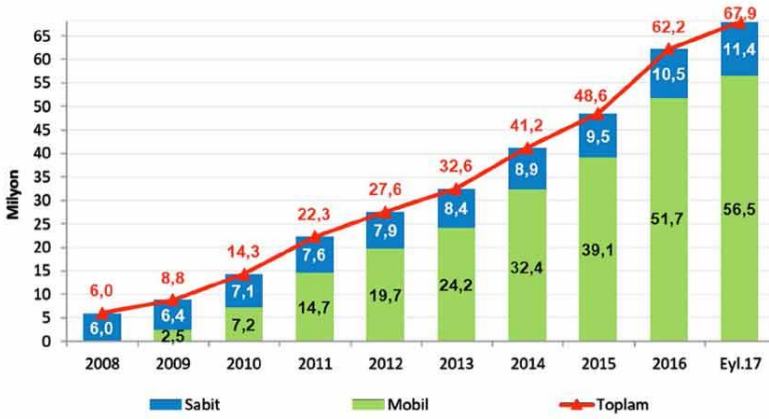
arasında en göze çarpanlar ise *kapladığı alan ve kullanıcılar* bakımından IPTV'nin hizmet sağlayıcısının kapsamı ile sınırlı, bilinen IP adresleri ve bilinen kullanıcılara yönelik olmasına karşın Internet TV kapsama sınırı olmayan, genel kullanıcıya ve çoğunlukla bilinmeyen kullanıcılara yönelik bir yapıya sahiptir. Bunun yanında IPTV hizmet kalitesi ve güvenlik hizmeti verirken Internet TV'de herhangi bir hizmet kalitesi güvencesi ve güvenlik hizmeti söz konusu değildir (Türk Telekomünikasyon Kurumu, 2008:31-32). Bugün itibarı ile gelenen noktada fiber internet altyapısı üzerinden gigabitlerle ifade edilen erişim hızları ile birlikte yayın kalitesinin 4K ve hatta 8K çözünürlükte içerikleri taşıyabilecek konuma geldiği düşünüldüğünde bu ilerlemeye paralel olarak içeriklerini ve sağlanan hizmetlerin çeşitliliğinin buna koşut bir şekilde gelişme gösterdiğini söylemek mümkündür. Dolayısı ile Benjamin Alfonsi'nin *"I Want My IPTV: Internet Protocol Television Predicted a Winner"* (2005) başlıklı yazısında ve Xiao, Du, Zhang, Hu & Guizani'nin *"Internet Protocol Television (IPTV): The Killer Application for the Next-Generation Internet"* (2007) başlıklı makalesinde belirttiği IPTV'nin geleceğine yönelik olarak yapılan bir takım öngörüler bugün artık iyiden iyiye kabul gören bir durum haline gelmektedir. IPTV ya da daha genel bir tanımlamayla çoklu ekran uygulamaları ve platformları artık geleneksel televizyonun yerini almaya başlamış ve yakın gelecekte bir standarda dönüşme eğiliminde gelişimini sürdürmektedir.

Tüm bu teknolojik gelişmelere ek olarak, akıllı telefon, televizyon ve tabletlerin yayılması ve buna paralel olarak çoklu ekran uygulamalarının artması ile birlikte kullanıcılar içeriklere farklı mekan ve araçlardan erişme imkanı bulmaktadır. Bunun sonucunda ise geleneksel izleme edimi artık yerini kullanma edimine bırakmaya başlamıştır. Televizyon kanallarının günlük yayınlarına, dizi ve filmlerine yayın ile aynı anda veya ertesi gün reklamsız ve sansürsüz olarak erişim imkanı veren bu teknoloji ile kullanıcılar izlemek istedikleri içeriklere ister cep telefonundan ister tabletinden isterse de bilgisayarından hızlı bir şekilde erişebilmektedir (Şişmanoğlu, 2013). İzleme edimindeki bu değişime çoklu ekran deneyimi adı verilmektedir. Türkiye'de Tivibu, Turkcell TV Plus ve D-Smart gibi örneklerine rastlayabildiğimiz bu tarz uygulamalar giderek daha fazla ana akım haline gelmeye başlamıştır, öyle ki sadece bu tarz platformlar üzerinden yayınlanan ve bu platformlara özel olarak üretilen içeriklerin sayısı her geçen gün artmaktadır.

2. Türkiye'den Bir Örnek: Turkcell TV Plus

Türkiye'de ilk olarak 2010 yılında TTNET firması tarafından bir buçuk yıllık deneme çalışmalarının ardından 8Mbps internet hızının olduğu her yerde Tivibu hizmeti verilmeye başlanmıştır. TTNET'i ile

birlikte Superonline firması da IPTV hizmetlerini veren ilk firmalar arasında yer almaktadır (Sarı, akt. Çatak, 2015:51). BTK'nın 2017 yılının üçüncü çeyreği ile ilgili raporuna bakıldığında ise 2008 yılında 6 milyon olan geniş bant internet abone sayısının 67,9 milyona ulaştığı görülmektedir. Aynı raporda yaklaşık 56 milyon mobil internet abonesi, 8,3 milyon xDSL, 800 bin kablo internet ve 950 bin civarında eve kadar fiber internet abonesi olduğu ayrıca fiber internet abonesinin bir önceki yıla göre %36 oranında büyüdüğü belirtilmektedir (BTK, 2018:50-51). Dolayısı ile mobil internet abonesinin bu kadar fazla olduğu bir ülkede IPTV ve çoklu ekran uygulamalarının giderek daha da artabileceğini öngörmek mümkündür.



Resim 1: Genişbant internet abone sayısını gösteren tablo (BTK, 2018).

	2016-3	2017-2	2017-3	Çeyrek Dönem Büyüme Oranı (2017-2/2017-3)	Yıllık Büyüme Oranı (2016-2/2016-3)
xDSL	7.549.868	8.106.051	8.327.239	2,7%	10,3%
Mobil Bilgisayardan İnternet	1.287.931	1.092.758	989.985	-9,4%	-23,1%
Mobil Cepten İnternet	47.690.135	54.237.327	55.518.684	2,4%	16,4%
Kablo İnternet	688.143	780.127	804.217	3,1%	16,9%
Eve Kadar Fiber (FTTH)	698.861	853.023	950.135	11,4%	36,0%
Binaya Kadar Fiber (FTTB)	1.123.633	1.227.522	1.239.117	0,9%	10,3%
Fiber (Toplam)	1.822.494	2.080.545	2.189.252	5,2%	20,1%
Diğer	117.652	139.635	149.750	7,2%	27,3%
TOPLAM	59.156.223	66.436.443	67.979.127	2,3%	14,9%

Turkcell firmasının 21 Mayıs 2008 tarihinde Superonline'ı satın alması ile birlikte yalnızca mobil şebeke üzerinden değil artık karasal

internet hizmeti de vermeye başlamıştır. İlk olarak 2013 yılında Turkcell TV (Shiftdelete, 2013) ismi ile hizmet vermeye başlayan firma fiber internet altyapısının genişlemesi ve bant genişliği kapasitesinin artması ile birlikte Turkcell TV Plus adını almıştır (Teknokulis, 2014). Güncel televizyon rehberi, bulut sistemine kayıt imkanı, yayını 24 saate kadar geriye sarabilme hizmeti, Facebook, Twitter gibi sosyal ağlara erişim ve paylaşım imkanı, yönetmene ve türe göre sıralanmış ve belirli aralıklarla güncellenen filmler gibi çeşitli özellikleri bulunan Turkcell TV Plus televizyon dışında akıllı telefon ve tabletlere yüklenebilen uygulaması üzerinden de kullanıcılarına hizmet vermektedir.

Çoklu ekran deneyimi meselesinden hareketle düşünüldüğünde kullanıcılarına kendi belirledikleri sınırlar çerçevesinde tüm özgürlükleri sunan hizmet sağlayıcıları bir yandan özgürlük verirken bir yandan da kendilerine zaman ve mekandan bağımsız kullanıcılar edinmektedirler. Ayrıca IPTV'ye nazaran Internet TV karşılaştırıldığında güvenlik sorunsalı haricinde Internet TV'nin nispeten daha fazla özgürlük tanıdığını belirtmek gerekmektedir. Aynı şekilde Internet TV de kullanıcılara zaman ve mekandan bağımsız erişim imkanı sağlamaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta Turkcell TV Plus abonelerinin bu hizmeti mobil şebeke veya kablosuz internet bağlantısının bulunduğu tüm noktalardan verebilmesidir. Yani farklı operatörlere ait internet alt yapısını kullanan mekanlarda ve mobil şebeke üzerinden de izleme imkanı verilmesidir.

Günümüzde giderek daha da fazla tüketim toplumuna dönüşen yapı üzerinden düşündüğümüzde bireylerin temel ihtiyaçlarını ve davranışlarını tamamen kendi özgür iradeleri ile belirlediklerini söylemek yetersiz bir bakış açısı gibi durmaktadır. Zira bireylerin özgür iradeleri ile gerçekleştirdiklerini düşündükleri davranışların arkasında bir şekilde hegemonik ilişkilere dayalı olarak belirlenen ekonomi-politik nedenler var olabilmektedir.

İlk olarak Katz'ın ortaya attığı *kullanımlar ve doyumlar* yaklaşımındaki ana fikir insanların psikolojik ve toplumsal ihtiyaçlarını karşılayabilmek için zaman zaman medya araçlarına başvurusudur fakat insanlar bu ihtiyaçlarını karşılarken bir yandan da bir takım yan etkilere maruz kalabilmektedir (Yaylagül, 2013: 71). Bu açıdan bakıldığında insanlar medya araçlarını ne amaçla kullandıklarından bağımsız olarak hegemonik ilişkiler çerçevesinde belirlenen politikalar üzerinden rızalarının ve isteklerinin yönlendirilmesi durumu ile karşı karşıya kalmaktadırlar. “*Rıza üretimi*” olarak tanımlanan bu durumun oluşmasında işleyen çarkları Louis Althusser *devletin ideolojik aygıtları*, Antonio Gramsci ise *organik aydınlar* kavramları ile açıklamaktadır. Rıza

üretimi sisteminde bireyler farkında olmadan devletin ideolojik aygıtlarından birisi olan kitle iletişim araçları ile veya bu araçlarda ya da farklı platformlarda kendisini ifade etme imkanı bulan bir takım organik aydınlar aracılığı ile istek, beklenti ve arzularının yönlendirilmesine maruz kalmaktadır (Dönmez, 2016).

İster geleneksel televizyon olsun isterse yeni nesil izleme deneyimi sunan teknolojiler olsun sonuç olarak televizyon dediğimiz aygıt örgütlü bir teknolojik ağ yapısı ile üretilen bir üründür. Ürünün kendisi popüler bir araçtır bu sebeple araç hem kendisini hem de kendisini yaratan koşulları popülerleştirme eğilimindedir. Popüler kültür ürünlerinin taşıyıcısı, göstereni ve yücelteni olarak yönetilen bir yapıya sahiptir. Yani televizyon popüler bir kitle iletişim aracı olarak hem kendi hem de kendisinin içinde var olduğu endüstriyel yapının sürekliliğini sağlayan, egemen yapının ekonomik, kültürel ve siyasal bilincini yaratma ve sürdürme işlevini yerine getiren bir araçtır (Erdoğan ve Alemdar, 2005:103-104).

Egemen sınıfın iktidarını kurmasında ve sürdürmesinde fiziksel güç ile birlikte kültürel ve ideolojik aygıtların da kullanıldığını belirten Gramsci hegemonya kavramından yola çıkarak elit bir azınlığın nasıl olup ta toplumun geri kalanını yönetmeyi başardığının izahını yapmaya çalışmıştır. Yöneten sınıf liderliğinde yönetilen sınıfın rızasının ve katılımının yeniden üretilmesi gerekmektedir (Yaylagül, 2013). Hegemonyada çıkarlar ve talepler sistemli bir şekilde dikkate alınarak, kırılan bir yapıya sahip olan politik ilişkiler ve ittifakların devamlılığı için temel çıkarlardan vazgeçmeden, birtakım tavizler vererek, egemen sınıfın çıkarlarına hizmet edecek olan ulusal çıkarların örgütlenerek üretilmesi durumu söz konusudur. Devlet bu noktada sermayenin ve burjuvazinin çıkarları doğrultusunda sivil toplum içerisinde inançları ve bilinçleri düzenleme ve yayma işlevini yerine getiren bir araç konumunda bulunmaktadır. Dolayısı ile kendisi yeni ve gelişmekte olan bir teknoloji olmasına rağmen IPTV gibi uygulamalar bir yandan kullanıcılara birtakım özgürlükler sunarken bir yandan da rıza üretimi çarkındaki yerini almaktadır.

3. Cadbury! Kanalı Değiştir

Richie Rich 1980 ile 1984 yılları arasında Hanna Barbera Prodüksiyon tarafından televizyon için çizgi romandan uyarlanarak ABC kanalı tarafından yayınlan (Wikipedia, 2018) ve çok zengin bir çocuğun maceralarının anlatıldığı bir çizgi film serisidir, bu seri daha sonra film ve çeşitli varyasyonları ile yeniden ekranlara gelmiştir. Cadbury ise bu çizgi filmde Richie Rich'in hizmetinde çalışan bir uşaktır. Richie'nin başına ne

gelirse gelsin, dünyanın neresinde olursa olsun ihtiyacı olduğunda veya çay saati gibi kaçırılmaması gereken önemli anlar geldiğinde her zaman bir telefon veya farklı bir işaret ile anında onun yanında olan Cadbury kendini çok değer verdiği efendisi Richie Rich'e adanmış bir uşak profili çizmektedir.

Cadbury karakteri günümüzde geldiği noktaya bakıldığında yaşamış olduğu dönüşüm ile birlikte düşünüldüğünde televizyona hayli benzemektedir. İlk yıllarındaki televizyonu hatırlayalım evde başköşede bir yeri olan, ailenin bir bireyi gibi konumlandırılan, tüm aile bireylerini etrafında toplandığı ve birlikte pür dikkat izledikleri, zamanının en kıymetli kitle iletişim aracı olan televizyon yaşanan teknolojik değişim ve dönüşüm ile birlikte her an her yerde kullanıcısının isteğine anında cevap vermek üzere tasarlanmış ve farklı formlarda yer alabilen bir araç haline gelmiştir. Tüm insanlar Richie Rich kadar zengin olmamıştır belki ancak teknolojinin gelişimi ve yayılımı söz konusu olduğunda hemen herkesin erişebileceği konuma gelen bilgisayarlar, tabletler ve hatta cep telefonları aracılığı ile kimi zaman halka açık alanlarda erişilebilen ücretsiz internet hizmetleri ile birlikte düşünüldüğünde internet üzerinden izleme yapma ve etkileşim kurma üzerine kurulu olan bugünkü izleme edimi belki de insanların yaşam tarzlarının ve mekanları kullanma biçimlerinin değişmesinde önemli birer rol oynamaktadır.

Eskiden salonun baş köşesinden izlenen bir televizyon içeriğinin bugün tuvalette bir cep telefonu ekranından izlenebiliyor olması o içeriğin kalitesi veya kullanıcı gözündeki konumuna ilişkin bir fikir yürütmek için yeterli olmamakla birlikte değişen izleme ediminin kullanıcıların mekan ve zaman ile ilişkili olan sınırlarının kalkmasına ve bir bakıma özgürleşmesine olanak sağlamaktadır. Bu tür teknolojik imkanların insanlara sağladığı birtakım özgürlükler ve kazanımlar yadsınamayacak düzeydedir. Sayısallaşma ve dijitalleşme sürecinde televizyon teknolojisinde yaşanan hızlı değişim ve çeşitlilik bir yandan farklı imkanlar sağlamakla birlikte bir yandan da belki de bireylerin daha da kendi içlerine kapanık hale gelmesine ve yalnızlaşmasına yol açabilmektedir. Başköşedeki televizyonu izleme edimi ne kadar bir sosyalleşme faaliyeti ise yeni resme baktığımızda da gördüğümüz aynı oda içerisinde veya evin farklı köşelerinde farklı araçlar ile farklı içerikleri izleyen aile bireyleri de o kadar sosyalleşmektedir.

4. Değerlendirme ve Sonuç

İlk başta vurgu yapılan yere geri dönülecek olursa ilk icat olduğu günden bugüne kadar sıklıkla teknolojisi ile değil de içeriği ile ilgili sosyo-kültürel, ekonomik-politik, psikolojik etki ve sonuçları üzerinden

eleştirilerin odağında olan televizyon bu çalışmadaki benzetme ile Cadbury konumuna gelerek insanlara daha iyi ve hızlı hizmet etmek adına mı kendini geliştirmiş ve dönüştürmüştür? Bu değişim ve dönüşümün insanlar üzerinde ve dolayısı ile toplumlar üzerindeki çeşitli artı ve eksileri neler olmuştur? Başlarda televizyon karşısında bireylerin çeşitli ideolojik ve siyasi propagandalara maruz kalma durumu Cadbury ile sona mı ermiştir yoksa Cadbury bu durumu zaman ve mekandan bağımsız hale mi getirmiştir? IPTV vb. hizmetler kullanıcılara sağladığı hizmet olanaklar karşılığında kullanıcılardan para dışında neler talep etmektedir veya neler almaktadır? Televizyonların artık akıllandığı yani internet erişimine sahip olduğu ve kullanıcılara daha özgür bir şekilde seçme olanağı verdiği bu dönemde kullanıcılar bu aldıkları hizmetlerin karşısında nelerden vazgeçmektedir? Cadbury'nin sağladığı daha yüksek çözünürlüklü, zaman ve mekandan azade erişim imkanları aslında onun değil de kullanıcıların teknoloji karşısında birer Cadbury'e dönüşmesine mi sebep olmaktadır? İçeriğin sayısının ve tür olarak alternatiflerinin artması beraberinde televizyonun hegemonik ve ideolojik bir aygıt olarak kullanılmasının önüne geçmekte midir yoksa bizzat buna mı hizmet etmektedir?

Bu tür soruların sayısını arttırmak mümkün olmakla birlikte içinde bulunduğumuz dijital çağda insan ile makine arasındaki devam eden mücadelede daima kontrolü elinde bulundurduğunu düşünen insanoğlu gerçekten kontrole sahip midir yoksa Cadbury'lere bağımlı bir hale mi gelmiştir sorusunun cevabının bulunması için bu tür teknolojik değişim ve dönüşümlerin son bulmasının üzerinden belirli bir zaman geçtikten sonra etkilerinin derinlemesine araştırılması gerekmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin bireyleri özgürleştirdiği mi yoksa daha fazla mı bağımlı hale getirerek hegemonik ilişkilerin ve var olan sistemin işlemesine mi katkı yaptığı konusu üzerine farklı araştırmalar yapılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel televizyonun da bu durumdan nasibini alarak değişip tıpkı Richie Rich çizgi filmindeki Cadbury karakteri gibi bizlerin hizmetinde bir uşak mı yoksa bizim aleyhimize çalışan bir sistemin parçası mı olduğu sorusu önümüzde durmaktadır ki bu açıdan bakıldığında ilk yıllarında içeriği üzerinden sürekli olarak eleştirilere maruz kalan televizyon son tahlilde nispeten daha masum bir konumda yer almaktadır. Teknolojideki bu hızlı değişim ve dönüşümün sona ermesinin yakın gelecekte pek mümkün görünmediği gerçeği göz önünde bulundurulduğunda Cadbury'ler ile insanlar arasındaki bu mücadeleyi kimin kazanacağını görmek için epeyce beklemek gerekmekle birlikte bu konu üzerinde sürekli olarak yeni şartlar ve durumlara uygun bir şekilde araştırmalar yapılması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

Akyol, O. (2011). Yeni medya çağında televizyon. S. Özel (Yay. Haz.). Televizyon ekranının dönüşümü (s. 170-202). İstanbul: Derin Yayınları.

Alfonsi, B. (2005). I want my iptv: internet protocol television predicted a winner. IEEE Computer Society,6, 1-4.

Beneoit, H. (2008). Digital television satellite, cable, terrestrial, iptv, mobile TV in the DVB framework. USA: Focal Press.

BTK. (2018). Pazar verileri raporu. <https://www.btk.gov.tr/pazar-verileri> adresinden erişilmiştir. (ET:23.04.2018)

Cankaya, Ö. (2015). Bir kitle iletişim kurumunun tarihi: TRT 1927-2000. Ankara: İmge Kitabevi.

Catak, S. (2015). Türkiye’de iptv’den sosyal tv’ye dönüşüm. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Dönmez, S. C. (2016). Toplumsal eleştiri aracı olarak mizahın televizyonda kullanımı: Kardeş Payı dizisi örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Popüler kültür ve iletişim. Ankara: Erk Yayınları.

Manovich, L. (2011). İletişim tarihi. D. Crowley, P. Heyer (Yay. Haz.) Medya nasıl yeni medya oldu?(s. 467-471).Ankara: Siyasal Kitabevi.

Mutlu, E. (1991). Televizyonu anlamak. Ankara: Gündoğan Yayınları.

Serim, Ö. (2007). Türk televizyon tarihi 1952-2006. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

Shiftdelete.net (2013). Online televizyon devri başladı. <https://shiftdelete.net/online-televizyon-devri-basladi-43988> adresinden erişilmiştir. (ET:23.04.2018)

Şişmanoğlu, T. (2013). Dijital TV ve internet ile değişen izleme alışkanlıkları. <https://www.tolgasismanoglu.com/blog/dijital-tv-ve-internet-ile-degis-en-izleme-aliskanliklari> adresinden erişilmiştir. <https://shiftdelete.net/online-televizyon-devri-basladi-43988>

Taşdelen B., Kesim, M. (2014). Etkileşimli televizyon geleneksel televizyona karşı: televizyon izleyicisi ne ister?.Selçuk İletişim, 8 (3), 268-280.

Teknokulis (2014). Turkcell TV Plus
<http://www.teknokulis.com/incelemler/donanim/2014/12/15/turkcell-tv-plus?paging=1> adresinden erişilmiştir. (ET:23.04.2018)

TDK (2018). Türk Dil Kurumu sözlüğü. www.tdk.gov.tr adresinden erişilmiştir. (ET:23.04.2018)

Türk Telekomünikasyon Kurumu (2008). IP Tabanlı Hizmetler: VoIP ve IPTV. <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/ip-tabanli-hizmetler-voip-ve-iptv.pdf> adresinden erişilmiştir. (ET:23.04.2018)

Wikipedia (2018). Richie Rich (1980 TV Series [https://en.wikipedia.org/wiki/Richie_Rich_\(1980_TV_series\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Richie_Rich_(1980_TV_series))) adresinden erişilmiştir. (ET:23.04.2018)

Williams, R. (2003). Televizyon, teknoloji ve kültürel biçim. Ankara: Dost Kitabevi

Xiao, Y., Du, X., Zhang, J., Hu, F., Guizani, S. (2007). Internet protocol television (IPTV): The killer application for the next-generation internet. IEEE Communications Magazine, November, 126-134.

Yaman H. (2017).Sayısal yayıncılığın sağladığı olanaklar; etkileşimli televizyon ve IPTV uygulamaları. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6 (3), 243:256.

Yaylagül, L. (2013). Kitle iletişim kuramları. Ankara: Dipnot Yayınları.