



**İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ**

DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ

WORKING PAPER SERIES

WPS NO/ 78 / 2017-03

YENİ NESİL TELEVİZYON İZLEME DENEYİMİ: SOSYAL TV

Sabri AKCAN*

* Sabriakcan88@hotmail.com İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve iletişim sistemleri Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

Özet

Televizyon görselliğın getirdiğı ekran başında oturarak izleme biçiminden dolayı bireylerin aynı yerde toplanmaları, sosyal faaliyetlerde bulunmaları, gibi pek çok olayı etkilediğı ve yaşantının aileye katılan bu araca göre düzenlendiğı bilinmektedir. Televizyonun ilk yıllarından bu yana izleyicileri birleştirici sosyal bir görevi vardır. Televizyon ve yayın sistemleri alanında yaşanan teknolojik gelişmeler özellikle internet ve sosyal medya teknolojilerinin televizyon yayın sistemleri ve televizyon setleri ile yakınsaması sonucu televizyon ve yayın sistemlerinin sosyal, etkileşimsel ve iletişimsel özelliklerine gelişmesi sürecinde anahtar rolü oynamıştır. Bu gelişmeler sonucu izleyicilerin televizyon izleme deneyimlerinin dönüşmesinde son derece önemli rol oynamıştır. Bu bağlamda araştırmada değişen televizyon izleme alışkanlıkları ve sosyal medya ile televizyonun yakınsaması sonucu ortaya çıkan “Sosyal TV” kavramı ele alınmıştır. Ayrıca araştırmada Sosyal TV ve ikinci ekran kavramlarının neleri kapsadığı ve bu uygulamaların kullanım teknikleri ve internet tabanlı yayın sistemlerinin özellikleri hakkında bilgiler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Etkileşim, Televizyon, Sosyal TV, İkinci ekran

Abstract

Tv affects many events in performing social activities due to its visuality and life is organized according to this new family member. The television has a social task for unifying audiences since its beginning. The progress in television and broadcasting systems played a key role in the development of internet and social media technologies in the development of social, interactive and communicative features as a result of convergence of broadcasting systems and television sets. These developments played a crucial role in transforming the watching experience of the audience. Thus, this study discusses the concept of " Social TV " which is the result of changing watching habits and convergence of social media and television. Moreover, the research informs about the scope of social TV and second screen concepts and how they are used and the characteristics of internet based broadcasting systems.

Key words: Interaction, Television, Social TV, Second screen

Giriş

Televizyon yayıncılığında gerçekleşen yapısal değişimde sayısal teknoloji ile medya alanında yaşanan gelişmeler önemli rol oynamaktadır. Ayrıca, internet kullanımının dünyada artarak yaygınlaşması sonucunda toplumun yaşam biçiminde de önemli değişiklikler yaşanmaya başlamıştır. Bu değişimler neticesinde yeni toplumsal yapı bilgi – iletişim çağı olarak anılmaya başlamıştır (Özçağlayan, 1998).

Bilgi teknolojileri ve iletişim teknolojilerinde kat edilen gelişme, iletişim ortamlarının teknik olarak birbirlerine yaklaşmalarına neden olarak dünyadaki toplumların da birbirleri ile etkileşim ve iletişime geçmelerine olanak tanımıştır. Küreselleşme olgusu bu gelişmelere bağlı olarak doğmuştur. Dijitalleşme ise bu olgunun yayılmasında etkili olan en önemli faktördür. Dijital teknoloji ve bilgi çağı birbirine paralel gelişmektedir. Geleneksel televizyonlarda izleyiciler belli kanallarda var olan tv programlarını izleyebilirken etkileşimli televizyon sayesinde izleyiciler internet bağlantısı kurarak sosyal medya üzerinden yayın ile iletişime geçmektedirler. Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte toplumların yaygın şekilde kullandığı Sosyal TV etkileşimli iletişim kaynağı olarak yeni nesil televizyon izleyicilerinin ilgisini çekmektedir (Akcan, 2017).

Araştırmamızdaki amaç, yeni nesil televizyon gelişmeleri ve sosyal TV'nin etkilerini araştırmak ve medya iletişim teknolojilerinin kullanım alanları ve nasıl kullanıldıkları hakkında edinilen bilgileri ortaya koymaktır. Literatür tarandığında Sosyal TV ile ilgili çalışmaların yeterli olmadığı görülmektedir. Yeni Medya İletişim teknolojilerinin tanınması ve kullanım alanlarının öğrenilmesi konusunda toplumun bilinçlenmesini sağlamak araştırmamızı önemli kılmaktadır.

Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan literatür taraması ile yapılan çalışmamızda konuya ilişkin kitaplar, tezler, makaleler, yayınlanmış sosyal medya dergileri incelenmiştir. Araştırmamızın sonucunda sosyal TV uygulamalarının hem kullanıcılar hem de yayıncılar tarafından etkin biçimde kullanılması sosyal TV'nin toplumda önem kazandığını ortaya çıkarmaktadır.

1. Televizyonun Gelişimi

Sabit görüntülerden hareketli görüntülere geçilerek bu görüntülerin uzağa iletilmesi ile kullanılmaya başlamış olan televizyonlar, üç buluşun iç içe geçmesi ile oluşmuştur. Işık enerjisini elektrik enerjisine çeviren foto elektrik, sonrasında bir görüntünün nokta nokta

analiz edilmesi ve Hertzci iletişim (elektromanyetik dalgalar sayesinde iletişim) ile analiz edilen her noktaya karşılık gelen elektrik sinyallerinin iletilmesi bu üç buluşu oluşturmaktadır (Balle ve Eymery ,1995, s.25-26).

Teknolojinin gelişimine bağlı olarak değişen her şey gibi iletişim teknolojilerinden televizyon yayın türlerinde de değişiklikler olmuştur. Analog yayın ile başlayan televizyon serüveni yeni iletişim teknolojilerinin sayısal (dijital) özellik kazanmasıyla birlikte sayısal (dijital) yayıncılığın ön plana çıkmasına neden olmuştur.

Dijital dilin kullanıldığı sistemler analog sistemlere göre daha üstün özelliklere sahiptir. Bu da dijital teknolojinin daha fazla tercih edilmesinde etkili olmuştur. Dijital sistemlerin analog sistemlere göre daha fazla tercih edilmesinde etkili olan faktörler aşağıdaki gibidir (Morgül, 2011, s.20):

- 1- Dijital sistemler analog yayınlara göre daha güvenilirdir
- 2- Dijital sistemlerin sinyal kalitesi değişmez
- 3- Dijital teknolojiler gürültü ve dış etkenlerden daha az etkilenmektedir.
- 4- Dijital sistemler birçok uygulamaya göre daha ucuzdur.
- 5- Dijital teknolojilerde kopyalama ve iletim anında bozulmalar yaşanmamaktadır.
- 6- Büyük devreler bir çip (yonga) olarak üretilebilmektedir.
- 7- Dijital sistemler veriler çok küçük birimlere sıkıştırılabilir özelliğine sahiptir
- 8- Dijital sistemler sayesinde doğrusal olmayan iletim yollarından analog yayın sistemlerine göre daha yüksek hızda veri iletimi sağlanabilmektedir.

1.1. Etkileşimli Televizyon

20. yüzyılın sonlarından itibaren sayısal teknolojinin gelişimiyle birlikte televizyon yayıncılığının yapısında değişiklikler meydana gelmiştir. Bilgisayar teknolojilerine paralel olarak gelişen uydu ile ilgili teknolojiler, dijital teknolojinin gelişmesi ve medya iletişim sistemlerinin dijital teknolojiden faydalanması, lazer teknolojisinin farklı iletişim araçlarıyla birlikte kullanımı, fiber optiğin gelişimi gibi yeniliklerle birlikte televizyonda önemli değişimler görülmeye başlanmıştır (Durmaz 1999:1). Televizyonlar teknolojide yaşanan gelişmeler sonucunda diğer medya ortamları ile eşgüdümlü olarak kullanılabilen bir platform haline gelmiştir (Taşdelen Kesim 2014:269).

Geleneksel televizyon izleyicisi televizyon programındaki içerikle ilgilenmiyordu. İzleyici için televizyonun kendisi önem taşıyordu. İnsanlar televizyonu açıp kapatabiliyor ve izlemek istemediği kanalı değiştirebiliyordu. Bunun dışında başka bir şey yapılamaması kullanıcı televizyon bağı sınırlandırmaktaydı. Bu nedenle insanların televizyon ile ilgili daha fazla bilgi edinmesi gerekmiyordu. Ayrıca, kullanımın basit olması da insanların televizyonla fazla etkileşime girmesine ortam sağlamaktadır. Dolayısıyla günümüz televizyon izleyicilerinin aktif katılımı geleneksel televizyon izleyicilerinde görülememektedir.

Etkileşimli televizyonda çift yönlü iletişim etkinliği bulunmaktadır ve geleneksel televizyon kadar basit değildir. Kullanıcı deneyimi ile birlikte televizyon ve izleyici arasında daha güçlü bir ilişki meydana gelmektedir. Etkileşimli televizyon uygulamaları ile kullanıcının program içeriğine de belirli ölçülerde müdahale edebilmesi mümkün olmaya başlamıştır. Bu nedenle etkileşimli televizyon uygulamalarını kullanan aktif bireyler katılımcı olarak tanımlanmaktadır (İspir, 2013:s.18-19). Analog yayıncılıktan sayısal yayıncılığa geçiş ile birlikte izleyicinin içerik üzerinde daha fazla denetim ve kontrol sağlanmasına olanak veren bir iletişim ortamı oluşmaya başlamıştır.

Etkileşim faktörünün yayıncılık alanında etkinliğini arttırmasıyla birlikte gönderen ve alıcı olmak üzere herkes eleştiride bulunabilmektedir. Sayısal televizyon yayıncılığının sağladığı etkileşim ile birlikte içeriğin kontrolü yayıncıdan katılımcı izleyiciye doğru ilerlemektedir. Etkileşimli televizyon izleyicilerine içerik üzerinde daha fazla kontrol imkânı verir. Örneğin izleyiciler kişisel video kaydedici cihazlar sayesinde doğrusal yayın akışını kaydederek yayın üzerinde kontrolü sağlarlar. Bunun yanı sıra kullanıcılar web ortamında yer alan isteğe bağlı video içeriklerine ve diğer izle ve öde içeriklerine ulaşabilmektedirler. Ayrıca izleyiciler televizyonları üzerinden gazete okuyabilmekte veya web üzerinden bankacılık işlemlerini ve diğer çevrimiçi işlemleri gerçekleştirebilmektedir (O'Driscoll, 2008; Srivastava 2012; aktaran Taşdelen, Kesim,2014:270).

Yeni medya ve iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu çoklu ortamlarda en az iki özellik bir arada bulunmaktadır. Örnek olarak sabit veya hareket eden görüntünün yanında sesin olması verilebilir. Ayrıca animasyonlarla sesin ya da daha fazla özelliğin bir arada olması ve içerik formlarının bilgisayarlarca algılanması gerekmektedir (Özçağlayan,1998 s.146).

Bir diğer etkileşimlilik ile ilgili kavram ise "hypermedya" dır. Çoklu medya uygulamaları kişilere içerik üzerinden kontrol olanağı sunar. İzleyici bu uygulamalar sayesinde içeriği

seçebildiği gibi, içeriği ne zaman izleyeceğine de kendisinin karar vermesini sağlar. Bu özelliklerinden dolayı etkileşimli ortam olarak adlandırılmaktadır.

Çakır (2006)'a göre; günümüzde etkileşimli televizyonlar izleyicilerine,

- Elektronik program rehberini (EPG) kullanma imkânı verir.
- İçeriği açıklayan yayın bilgisi alabilmeyi sağlar.
- İsteğe bağlı video içeriklerine(VOD) izlenebilmesini sağlar.
- Uzaktan eğitim yapabilme olanağı sunar.
- Televizyon üzerinden oylamalara katılabilmeye izin verir.
- Televizyon üzerinden interaktif işlemler gerçekleştirebilme olanağı (bankacılık, vb) sağlar.
- Televizyon üzerinden çeşitli oyunlara erişip oynayabilme imkânı sunar.
- Web içeriklerine erişebilmeye olanak verir.
- Elektronik posta göndermeye izin verir.
- Sanal ortamda kişilerle muhabbet etme olanağı sunar (Çakır,2006, s.86).

2. TV İle İnternetin Yakınsaması ve Dönüşen İzleyici

Televizyonun internet ile yakınsaması televizyonun etkileşimli hale gelmesinde önemli bir yere sahiptir. İnternet teknolojisi gazete, radyo ve televizyonun sahip olduğu özellikleri tek bir ortamda bütünleştirebilmiştir. İnternet teknolojisinin etkileşimli televizyon yayıncılığında kullanımı giderek artmaktadır Televizyon yayıncılığında internetin kullanılmasının çeşitli nedenler vardır. Bu nedenler;

- İnternet hizmetleri xDSL modemleri aracılığı ile alınmaktadır. Günümüzde hemen hemen her evde internet bağlantısı bulunmaya başlamıştır. Etkileşimli televizyon mevcut internet ağını kullanabildiğinden yeni bir ağ kurmasına gerek kalmamıştır. Etkileşimli televizyon kendi ağını oluşturmayarak ağ masraflarından ve ağ kurulum süresince geçecek olan zamandan tasarruf etmiştir. Etkileşimli televizyon, hizmetlerini alıcılara iletirken mevcut internet ağlarından yararlanmaktadır.
- İnternet teknolojisi sayesinde “Video on demand” (İsteğe bağlı video) hizmeti ve etkileşimli televizyon programları rahatça kullanılabilir. Etkileşimli televizyon programları rahatça kullanılabilir.

- Etkileşimli televizyon uygulamaları maliyet açısından çok pahalıdır. Fakat etkileşimli televizyon internet uygulamalarını kullanarak bu giderleri azaltabilmektedir. Bununla birlikte etkileşimli uygulamalara özel bütçe ayırmaya gerek kalmamaktadır.
- İnternet ağı hemen hemen tüm ülkelerde mevcuttur. Buna bağlı olarak milyonlarca İnternet kullanıcısı bulunmaktadır. İnternet bağlantısı hızlı ve güvenilirdir. Etkileşimli televizyon modeli de internet bağlantısı üzerinden program ve uygulamalarını ileteneğinden dolayı yayınlar da bir o kadar hızlı ve güvenilirdir.
- Etkileşimli televizyon modeli çeşitli uygulamalar için mükemmel bir teknolojidir. Birçok etkileşimli uygulama internet ortamında kullanıcılara sunulabilmektedir. İnternet ortamı aracılığı ile sunulan uygulamalar ise dosya paylaşımı, internet ortamında gezinti, elektronik posta, internet bankacılığı, vb gibi hizmetleri kapsamaktadır (Simpson ve Greenfield 2007: aktaran M. Kırık,2010: 53-54).

Televizyonun internet ile yakınsaması sonucu televizyonun etkileşimli hale gelmesi ile;

- İzleyicilerin bilgileri alıcıda kaydedilip depolanarak daha sonra kullanılmasını olanaklı hale getirecektir.
- İnternetin televizyon yayıncılığında kullanılması ile elektronik ticaret ve alışveriş yapmak mümkün hale gelecektir.
- İzle öde (Pay TV), seç izle gibi ücret karşılığı program izleme hizmetleri, kredi kartı veya banka hesabı ile ücretin ödenebilmesi internet üzerinden gerçekleştirilebilecektir. Televizyonun internet ile yakınsamasıyla birlikte çevrim içi (online) etkileşimli bir küresel pazar haline gelen televizyonlar sayesinde kişiler koltuklarından kalkmadan bu küresel pazarda sınırsız ürün alışverişi yapabilmektedir.

2.1.İnternet Bağlantılı Televizyon

“Akıllı TV” (Smart TV) yeni nesil bilgisayar özelliklerine sahip olarak üretilen dahili cihazları belirtmek için genel olarak kullanılırken, “Bağlantılı televizyon” (Connected TV) kavramı ise genel olarak televizyonlara veya ekranlara harici olarak bağlanan bilen tüm

cihazları kapsayan bir kavramdır. Bu tür cihazlar bağlandığı televizyona veya ekrana kişisel bilgisayarlara ait temel fonksiyonların yanı sıra ağ bağlantısı özellikleri kazandırmaktadır.

Smart TV'leri önceki nesil televizyonlardan farklı kılan temel özelliği kendisine ait işletim sistemleri ile bilgisayar özelliklerine sahip olmasıdır. Bir diğer önemli farklılık ise akıllı televizyonların internet ağına bağlanabilmesidir. Ağ erişimi sağlamak amacı ile dahili Wi-fi alıcısı, Ethernet girişi veya USB girişine takılabilen bir Wifi adaptörü kullanılması gerekmektedir (P. Mutlu, E. Mutlu,2014, s.26). Bunun yanı sıra televizyona bağlanabilen Set-Top-Box (STB), Blu-ray oynatıcı, oyun konsolu gibi harici cihazlar ile de internete erişim sağlanabilmektedir. Bu cihazlar sayesinde internet üzerinde yer alan video, film, fotoğraf ve diğer içeriklere de erişebilmenin yanında akıllı televizyonlar ile yerel kablo TV kanalları veya uydu üzerinde yer alan televizyon kanalları da izlenebilmektedir. Ayrıca bu cihazlar ile yerel bir depolama sürücüsünde yer alan içeriklere de erişim sağlanabilmektedir. (Networked & Electronic Media (NEM),2012, s.2)

İnternet ve televizyon teknolojilerindeki gelişmeler kullanıcıların televizyon ile olan etkileşim biçimlerinin değişmesinde büyük rol oynadı. Geçmişte kullanıcıların televizyon üzerindeki kontrolü sadece belirli özellikler ile sınırlı iken (açma, kapama, ses ayarlama ve kanal seçimi gibi.) günümüzde akıllı televizyonlar ile birlikte kullanıcılar enformasyon ve içerik üzerinde daha çok kontrole sahip oldu. Kullanıcılar içeriğin oluşturulması ve içeriğin seçilmesinde daha fazla kontrol etme olanağına buldu. Örneğin; kullanıcılar yayın akışına bağlı kalmadan linear (doğrusal) televizyon yayınlarını PVR (Personal video recorder) kişisel video kaydedici özelliği bulunan akıllı TV'ler veya set üstü kutuları ile kaydedilip izleyebilmektedir. Yayınlar cihazların kendi belleklerine veya harici depolama aygıtına kaydedilir. Kaydedilen yayın içeriği durdurulup, geri alınıp tekrar seyredilebilir.

Bilgisayar bağlantılı televizyonların akıllı televizyonlara tercih edilmesinde önemli rol oynayan faktörler; akıllı televizyonların bilgisayarlara göre daha sınırlı işlem gücü ve depolama alanına sahip olması, akıllı televizyonlara entegre olan (işlemci, grafik birimi, bellek gibi) donanımsal birimlerinin yükseltilememesi, akıllı televizyonların mevcut işletim sistemlerinin bilgisayar işletim sistemlerine özgü olan yazılımları ve dosya formatlarını desteklememesi, bazı modellerde internet tarayıcısının olmaması, metin girişinin zor olması, kullanıcı arayüzlerinin kullanışsız oluşu, güvenlik ile ilgili sorunlar taşıması, bazı web sitelerinin TV ekranında düzgün bir biçimde görüntülenmemesi (web sitelerinin farklı ekran

boyutlarına göre kendisini yeniden ayarlayabilmesi için web sayfalarının “responsive” duyarlı tasarım özelliğine uygun olarak tasarlanması gerekir.) ‘dir.

İnternet televizyonu öldürmediği gibi aksine televizyonun en iyi dostu haline gelmiştir. Televizyon geçmişten günümüze teknoloji karşısında dönüşüme uğrayarak post modern teknolojik çevreye adapte olmayı başarmıştır.

2.1.1.İnternet TV

2000’lerin başında internet, ağı bant genişliğinde adeta bir patlama yaşandığı görüldü. Geliştirilen medya sıkıştırma algoritmaları ve daha güçlü kişisel bilgisayarlar ile birlikte internet üzerinden medya yayını akışı sağlamak mümkün hale geldi.

“Streaming”(akış) terimi bir bilgisayar ağı üzerindeki veri aktarma yöntemini tanımlamak için kullanılır. Bu yöntemde internet ağı üzerindeki sunucudan sonraki verilerin alınması sırasında oynatmanın devam etmesine izin veren sabit ve sürekli akış yöntemini tanımlamak için kullanılır. Video verilerinin eş zamanlı olarak aktarımı sırasında video dosyaları sayısal ortamda çok küçük verilere ayrılarak istemci cihaza gönderilir. Hedef noktasında ise video akışlarını işleme için geliştirilen özel uygulamalar sayesinde alıcılar, dosyanın bilgisayara inmesinin beklemeden, video dosyalarını oynatabilirler. Bu yapıda dosya depolanmadığından dolayı yetersiz disk alanı gibi endişeleri ortadan kaldırmıştır (Özel,2015, s.292).

İnternet üzerinde birçok site daha önceden sunucuya depolanmış ses ve video içeriklerini isteğe bağlı akış yöntemi(VoD) ile kullanıcılarına sunmaktadır. You Tube, Vimeo gibi birçok video hizmeti veren site isteğe bağlı akış sistemini kullanmaktadır. İsteğe bağlı akış yöntemi kullanıcıya VCR (Video Cassette Recorder) ile aynı işlevselliği sunar. (Yayın duraklatılabilir, geri sarılabilir, ileri alınabilir) (Lippens,2010, s.3).

İnternet televizyonun özellikleri incelendiğinde; Televizyon yayınlarının havadan ve kablodan alınması yerine internet üzerinden video akışı biçiminde aktarılarak gerçek zamanlı olarak izlenebildiği, kişisel bilgisayarlarda geleneksel yayınların yanında çizgi film, kısa film gibi diğer türlerdeki içeriklerin de izlenebilmesine olanak sunduğu gözlenmektedir. Yine, televizyona erişim ve televizyon izleme biçimi internete ve internet ara yüzlerine benzer şekilde internet üzerinden videolar arasında dolaşabilmesine imkân sağladığı, televizyon izleme sırasında her türlü ek bilginin görüntülenebildiği, etkileşime dayalı kullanıcı kontrolüne olanak verdiği görülmektedir.

Televizyon setlerinin bilgisayar teknolojileri ile yakınsaması sonucu televizyonlar internet ile bağlantılı hale gelmiştir. Böylece geleneksel televizyon yayınlarının yanı sıra internet üzerindeki televizyon yayınlarına da erişim mümkün hale gelmiştir. Televizyonun bu yeni hali “internet-enhanced TV” olarak adlandırılır. Türkçeye “internet ile geliştirilmiş” olarak çevirebileceğimiz bu yakınsama Televizyonu daha etkileşimli bir kullanıcı deneyimi sunmasını sağlar (Uluoğlakçı,2011).

2.1.2 IP TV

“IPTV, şifreli veya şifresiz radyo, televizyon, veri kanallarının, depolanan video, ses ve veri içeriklerinin grafiklerin, metinlerin IP (İnternet Protocol) paketlerine dönüştürülerek geniş bant iletişim teknolojileri (Xdsl, Fiber, WIMAX vb) üzerinden son kullanıcıya iletilmesidir” (O’Driscoll,2008, s.2 aktaran Eldeniz ve Kırık).

	IPTV	İnternet TV
Kapladığı Alan	Bölgesel (Operatörün kapsama bölgesi ile sınırlı)	Dünyanın her yeri
Kullanıcılar	Bilinen bölge ve bilinen IP adresleri ile bilinen kullanıcılar	Herhangi bir kullanıcı (Genellikle bilinmeyen)
Görüntü Kalitesi	Yüksek Hizmet Kalitesi ve TV yayın kalitesi garanti edilir.	Şartlara bağlı kalite, Hizmet Kalitesi garantisi yok
Bağlantı band genişliği	En az 4 Mb/s	Genellikle 1 Mbit/sn.nin altında
Görüntü Formatı	MPEG-2 MPEG-4 2 MPEG-4 10 (AVC) Microsoft VCI	Windows Media Real Networks Quick Time Flash ve diğerleri
Alıcı Cihazı	Bir TV alıcısı ile set top box	PC
Çözünürlük	Tüm TV ekranı	QCIF/CIF
Güvenilirlik	Kararlı	Rekabete tabi
Emniyet	Yetkilendirilmiş Kullanıcılar kayıtlı ve korunmalı	Güvenli değil

Tablo:3 IP TV ve internet TV arasındaki Farklar

Kaynak: (Yücel,2007, s.28-29)

2.1.3.OTT TV

İnternet TV ve IPTV’ den sonra internet üzerinden gerçekleştirile bilen bir diğer bir yayın türü ise OTT TV’ yayıncılığıdır. OTT TV, İçeriğin kontrolünde ve dağıtımında servis sağlayıcının katılımı olmaksızın internet üzerinden, görsel ve işitsel içeriklerin yayınlanmasını ifade eder. İnternet servis sağlayıcısı üçüncü parti OTT servislerinden gelen içeriğin, telif haklarından ve içeriğin denetiminden sorumlu değildir. Sadece dağıtımını gerçekleştirir.

İçerik Dağıtım	Açık İnterneti kullanır, yönetilemeyen ağ. "açık ekosistem"	Yönetilen bir ağ kullanır. "Walled Garden ekosistemi"
Ağ Türü	İçerik açık ağ kullanılarak izleyiciye içerik toptancısı tarafından teslim edilir.	Belirli bir internet servis sağlayıcı üzerinden erişilen kapalı, kişiye özel ağ
Ağ Sahipliği	Taşıma Müzakereleri, ya da alt yapı yatırımlarına gerek kalmaz.	Hizmetler, ağ ve uç cihaz kapasitesine uygun olarak optimize edilmiş ve özelleştirilmiş.
Servis kalitesi (QoS) Örnekler	Garantili değil, elinden gelen en iyi koşullarda (best effort) çalışır. Popüler İsteğe bağlı Video servisleri; You Tube, Amazon, BBC İPlayer, Hulu, myTV vb.	Teslim kalitesi üzerinde kontrolü sağlar Eastweb, Now TV, Orange, Erce, BT vision, Tiybu EV
Protokol	HTTP(TPC), Bağlı bir taşıma protokolü kullanılarak teslim. HLS(Apple), Smooth Streaming (Microsoft) ve HDS (Adobe) gibi uyarlanabilir akış teknolojileri kullanılarak ortaya çıkan eğilimler. FEC (Octoshape) UDP üzerinden teslim içeriği.	Geleneksel IPTV TS (transport stream) iletim teknolojisi kullanılır. FEC (Octoshape) ile birlikte UDP üzerinden içerik sunar, bağlantısız protokol
İçerik Kataloğu	Yaygın olarak bedava ve ekonomik VOD dağıtım modelleri için kullanılır.	Premium içerik (kıymetli içerik) ve TV yayını gibi gerçek zamanlı teslim
İçerik Türü	Premium İçerik	Premium içerik
Yönlendirme Topolojisi	Unicast (HTTP temelli) ya da Simulated Multicast (UDP/TCP)	Multicast, Unicast
Kategori	Tamamlayıcı Servis	Kablo/Uydu platformlarına paralel hizmet kategorisi
Önemli Oyuncular	OVP (kaltura, Brightcove, Qoyala) CDN Oyuncuları (Akamai, L3, Limelight, Octoshape) ve İçerik sağlayıcıları	TSP ve IPTV Platform tedarikçileri Microsoft Mediaroom (Ericsson)ALU, Cisco
Önemli zorluklar	Düşük kaliteli, Premium içerik ve canlı yayın eksikliği, Tek noktaya yayını modeli(Unicast)	Pahalı, kablo ve Uydu Platformları ile rekabet, Bant genişliği ve altyapı
Önemli Faydalar	Düşük maliyet, cihazlar arasında içerik tüketiminde esneklik	İnteraktif hizmetler, Hizmet Kalitesi ve Deneyim kalitesi

Tablo: 4 OTT TV ile İnternet TV arasındaki Farklılıklar

Kaynak:(Taşkın,2015)

2.1.4.Sosyal TV

‘Sosyal TV’ kavramı televizyon ve sosyal medyanın yakınsaması sonucu ortaya çıkmıştır. Sosyal TV’ deneyimi televizyon programlarına bağlı olarak gerçek zamanlı (Canlı yayın sırasında) veya gerçek zamansız (canlı yayın değil) bir biçimde gerçekleştirilebilen farklı bir iletişim yöntemidir. Sosyal TV’ izleyici ile yayıncı arasında iletişim kurabilmeyi kolay hale getirirken ayrıca aynı programı farklı mekânlarda izleyen kişilerin sanal ortamda bir araya getirerek adeta sanal bir oturma odası oluşturur. Bunun yanı sıra sosyal TV kişilerin o anda izlemekte oldukları programı diğer arkadaşları ile paylaşabilmelerine ve aynı içeriği izleyen kişilerin ortak bir noktada da bir araya gelmelerine olanak tanımaktadır.

Sosyal TV kablolu televizyon, IPTV, peer to peer (uçtan uca) dağıtımını veya internet televizyonu gibi belirli bir yayını mimarisi ile bağlantılı değildir. Ayrıca televizyon ekranları ile de sınırlı değildir. Sosyal TV yayınlarına aynı zamanda bilgisayar ve elde taşınabilen cihazlar, cep telefonu, dizüstü bilgisayar, tablet gibi cihazlar üzerinden de sosyal TV hizmetlerinden yararlanılabilmektedir (H. Shin,2013, s.940).

Sosyal medya ‘Bireylerin sınırları belirtilmiş bir sistem içerisinde kamuya açık veya yarı açık bir biçimde profil oluşturmasına denir. Sistemde yer alan diğer kullanıcıların listesi ile bağlantı kurmalarını sağlayan hizmetlerdir. Bu bağlantıların yapısı ve adları bölgeden bölgeye değişiklik gösterebilmektedir (B. Ellison,2008, 211). Myfield (2008), Sosyal medyanın genel özellikleri ve niteliklerini şu şekilde açıklamıştır:

- **Katılımcılık:** Sosyal medya, katılımcılardan gelen geri dönüt, eleştiri ve katkıları değerlendirmekte ve katılımcıları bu yönde desteklemektedir.
- **Açıklık:** Sosyal medyadaki çoğu hizmet katılımcı değerlendirmesine, yorumlarına, oylamaya ve bilgi paylaşımına açıktır.
- **Sohbet:** Geleneksel medya hedef kitleye bilgi aktarımı ve dağıtımından ibaretken, sosyal medya çift yönlü iletişime imkân sağlar.
- **Toplum:** Sosyal medya toplumun hızlı ve etkili iletişim kurmasına olanak tanıdığı gibi insanların fotoğraf, çeşitli hobi alanları, Tv programları, spor dalları, vb. çeşitli ortak ilgi alanlarını birbirleriyle paylaşmalarına da yardımcı olmaktadır.
- **Bağlantılılık:** Sosyal medya diğer web sayfalarının, farklı kişilerin, kaynakların bağlantı linklerini de kullanarak kullanıcıların daha geniş alanlara ulaşımını sağlar.
- **İşbirliği:** İnsanlar, sosyal medya sayesinde sanal ortamda birbirleri ile işbirliği yapabilmekte, karşılıklı fikirler üretebilmekte ve bunları uygulayabilmektedirler.

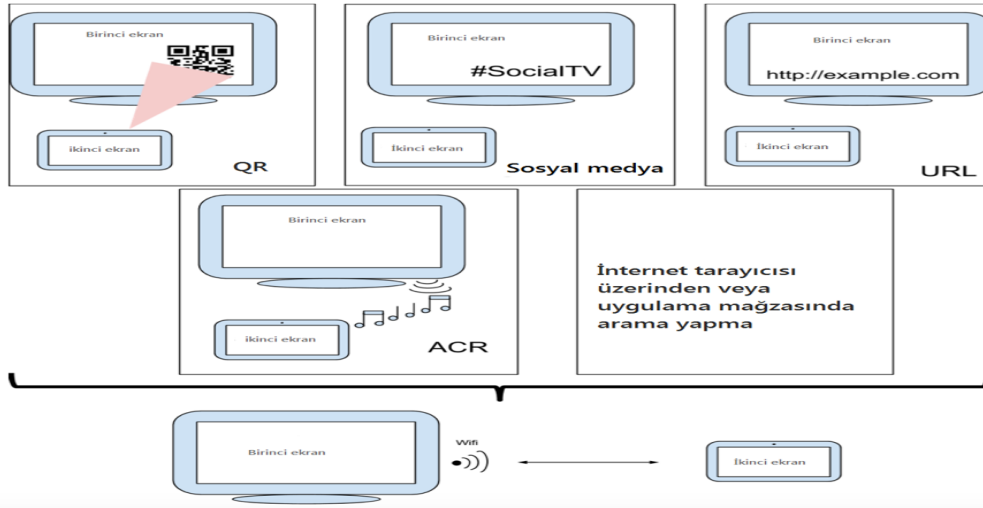
Bu özellikler incelendiğinde sosyal medyanın geleneksel medyadan farklı olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu farklılıklar;

- **Erişilebilirlik:** Geleneksel medya için yapılan üretim genel olarak hükümet ve özel şirketler tarafından gerçekleştirilmektedir. Sosyal medya ise herkes tarafından kullanılabilir. Aynı zamanda kullanıcı az ya da sıfır maliyetle amacına ulaşabilmektedir.
- **Kullanılabilirlik:** Geleneksel medyada üretim uzmanlaşmış, alanında eğitim almış kişiler tarafından yapılırken, sosyal medya için genellikle bu şart değildir. Sosyal medyada hemen herkes üretimde bulunabilmektedir.
- **Yenilik:** Geleneksel medya iletişimlerinde zaman farkları daha uzunken, sosyal medya da bu oran kısalmaktadır.

- **Kalıcılık:** Geleneksel medyada bir ürün yaratıldıktan sonra herhangi değişiklik yapılamazken (bir derginin, gazetenin basılıp dağıtıldıktan sonra değiştirilemeyeceği gibi), sosyal medya üzerinde anında değişiklik yapılabilmektedir.

3. İkinci Ekran Uygulamaları ve Değişen İzleme Alışkanlıkları ve Deneyimleri

Akıllı telefon, tablet gibi mobil cihazlar televizyon için birer rakip olarak görülse de ikinci ekranlar televizyon ile birlikte kullanılarak etkileşim ve sosyalleşmeyi arttırmak adına televizyon izleme deneyiminin birer tamamlayıcısı olarak kullanılmaktadır. Televizyon izleyicilerini ikinci ekranlara yönlendirmek için yayıncılar tarafından çeşitli yöntemler kullanılmaktadır.



Şekil:1 Televizyon yayınlarında izleyicilerin ikinci ekranlara yönlendirilmesi için kullanılan farklı yöntemler

Kaynak: (Karppinen,2013, s.2)

Televizyon yayınlarında kullanıcıları ikinci ekranlara yönlendirmek için QR kod (Quick Response Code-Hızlı Yanıt Veren Kod) adı verilen teknolojiye yararlanılabilmektedir. Televizyon izleyicisi televizyon ekranında QR kodu (şekil 14) fark ettiği anda akıllı cep telefonu veya tablet ile QR kodu deşifre ederek, ilgili içerik akıllı cihazında görüntülenebilmektedir. QR kodlar, televizyon izleyicilerini mobil web sayfalarında yer alan içeriklere hızlı bir biçimde yönlendirilmesini sağlamaktadır (Aktaş, 2014, s.129).

İkinci ekran uygulamalarının dört ana kullanımı vardır. Bunlar; İçeriği kontrol etmek, zenginleştirmek, paylaşmak ve aktarmaktır (Cesar, Bulterman, Jansen, 2008). İkinci ekran uygulamalarının özellikleri ve kullanım alanları farklılık göstermesine rağmen birçok ikinci ekran uygulaması kullanıcıya içerik üzerinde kontrol olanağı sunmaktadır. Örneğin; ikinci

ekran uygulamaları kullanıcıların bir listede de dolaşabilmesi ve bu listeden seçim yapmasına izin vermektedir. Ayrıca kullanıcıya seçilen bölümdeki dizi karakterleri hakkında gerçek zamanlı bilgi, vermesi ve kullanıcıların televizyon yayınlarında oylamalara katılımına olanak sağlaması gibi özellikler kullanıcı kontrolünü arttırdığı gibi televizyon izleme deneyiminin de daha zengin hale gelmesini sağlamaktadır.

Yeni nesil televizyonun sunmuş olduğu teknolojik olanaklar doğrultusunda izleyicilerin televizyon izleme alışkanlıkları ve televizyon izleme deneyimleri farklılaşmıştır. Bu farklar;

- Yeni nesil televizyonlar ve yayıncılık sistemleri sadece televizyon içerikleri ile sınırlı kalmayıp internet içeriklerine de erişilmesini sağlamaktadır.
- Geleneksel doğrusal(linear) televizyon akışları kullanıcıların içeriği kontrol etmesine izin vermezken internet ortamında yer alan isteğe bağlı(VoD) içerikler kullanıcılara içerik üzerinde daha çok kontrol imkânı sunmaktadır. (İleri, alma, geri alma, durdurma gibi) Ayrıca, geleneksel doğrusal televizyon akışları da PVR, Personal Video Recorder (kişisel görüntü kaydedici) özelliğine sahip Akıllı TV'ler ve set üstü kutuları ile yayın izlerken bir yandan da kaydedile bilmektedir. Böylece kullanıcı doğrusal televizyon içerikleri üzerinde de başka bir harici kayıt cihazına gerek duymadan içerik üzerinde kontrolü sağlar.
- Kullanıcının kendi yayın akışını belirlemesine olanak verir. Televizyon ekranı üzerinden web 'te dolaşabilme deneyimi sunar.
- Akıllı Televizyonlar veya bağlantılı cihazlar uygulama yüklenmesine televizyonun kullanıcı tarafından kişiselleştirilmesine izin verir.
- Kullanıcının internet üzerinde içerik oluşturmasına veya diğer kullanıcılar tarafından oluşturulmuş içerikleri izleyebilmesini sağlar.
- Kullanıcının televizyon üzerinden sosyal medya hesaplarını kullanabilmesine Televizyon içerikleri hakkında yorum yapabilmesini oylamalara katılabilmesine olanak tanır.
- Televizyon izleyicilerinin kumanda dışı da akıllı cep telefonu ve tablet gibi cihazlar ile Akıllı televizyonlarını kontrol edebilmelerini sağlar

- Çoklu ekranlarda televizyon izleme deneyimi sunar. Mobil cihazlardan televizyon ve video servislerine erişim ise kullanıcılara istedikleri yerde ve istedikleri cihazda televizyon izleyebilme deneyimi sunmaktadır.

Televizyon içeriklerinin internet üzerinden aşırı bir biçimde izlenmesi sonucu yeni bir izleme biçimi ortaya çıkmıştır. “Binge watching” İngilizce aşırı izleme anlamına gelmektedir. Bu kelimenin sözlük anlamı “bir televizyon programının birden çok bölümünü genellikle DVD’ler veya dijital akış yolu ile ardı ardına hızlı bir biçimde izlenmesidir” (E. Hecht,2016, s.5). “Binge watching” izleyici açısından zararlı bir alışkanlık olmasına rağmen internet üzerinden isteğe bağlı video hizmeti sunan şirketler tarafından binge watching dizinin veya programın izlenme başarısını gösteren bir kavram olarak kullanılmaktadır.

Comscore adlı araştırma şirketinin Ocak 2014’te yayınladığı araştırma raporunda izleyicilerin televizyon içeriklerini izlemek için neden interneti tercih ettiklerin belirlemek üzere düzenlediği anket sonucu şöyledir:



Şekil:2 Neden Televizyon içeriklerini televizyondan izliyoruz?

Kaynak: (Comscore, 2014)

Araştırmanın sonuçlarına baktığımız zaman internet ortamının izleyiciler içerik üzerinde daha çok kontrol imkânı sunması, kullanıcıya kendi akış programını oluşturabilmesine izin vermesi yani kişiselleştirebilme özelliği ve istenilen zamanda içeriklere erişilebilmesi izleyicilerin

internet ortamını tercih etmelerini sağlayan önemli özelliklerdir. Diğer önemli faktör ise reklamlardan kaçabilme ve diğer yayın sistemlerine göre internetin ucuz olmasıdır.

Milward Brown' adlı araştırma şirketinin 30 ülkede yapmış olduğu çalışmada 16-45 yaş arasında 12.000 üzerinde çoklu ekran kullanıcısı ile gerçekleştirdiği 2014 "Adreaction" araştırmasında Türkiye ile ilgili çarpıcı verilere ulaşılmıştır.

Araştırmada, Türkiye' de akıllı telefon, tablet, dizüstü bilgisayar ve televizyon sahibi/ kullanıcısı kişilerin 5 saat içinde 6,5 saatlik içerik tükettikleri belirtilmiştir. Bu içerik dağılımı kullanılan cihazlara göre şöyledir; günde ortalama 111 dakika TV'de, 132 dakika akıllı telefonlarda, 109 dakika laptoplarda ve 39 dakika tabletlerde olarak gerçekleşmektedir. Araştırmada ayrıca Türkiye de en çok kullanılan tekil ekran kullanım oranının akıllı telefonlarda (%34) olduğu görülürken, akıllı telefon tablet gibi mobil cihazlara ayrılan toplam sürenin oranı ise %44 olarak belirtilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması ile gerçekleştirilen araştırmamızın bulguları incelendiğinde, İzleyicilerin kamusal alana katılımını sağlayan faktörlerden biri de Sosyal TV'dir. Aviles ve Hernandez (2012)'in de belirttiği gibi vatandaşların program içeriklerine katılımları birey olarak haklarını güçlendirmekte, iletişimsel, kültürel, sosyal ve politik süreçlere dahil olarak toplumsal alanda etkilerini artırmaktadır. Bu sayede vatandaşlar, siyasi liderlerin, hükümet görevlilerinin karar ve politikalarını, aktarmaya çalıştıkları mesajları denetleyerek toplum içinde aktif rol oynamalarını sağlamıştır.

Sosyal Medyanın gelişimine bağlı olarak, televizyonun kullanım alanları genişlemiştir. Cesar ve Geerts (2011)'in de belirtmiş olduğu gibi televizyon seyrederken uzaktan konuşma, sohbet etme, televizyon içeriğini yorumlama, televizyon içeriğini kendisi dışında izleyenlerin listesine ulaşabilme, video klipleri izleyebilme ve izlediği klipleri paylaşabilme ve arkadaşlarına önerebilme, görüntülü video konferanslar düzenleyebilme özellikleri bunlardan bazılarını oluşturmaktadır. Bunları gerçekleştirmek için Twitter, Facebook, Skype gibi sosyal medya platformları kullanımı yaygın hale gelmiştir.

Araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde kullanıcılara daha fazla sosyal etkileşim sağlayabilecekleri kullanıcı deneyimleri sunabilmek adına, tasarlanan uygulamaların sosyal etkileşim özelliklerine uygun ve televizyon ile ilgili olması gerekir. Bunun yanı sıra bu uygulamaların herhangi bir uzmanlık gerektirmeden tüm kullanıcılar tarafından sezgisel olarak kullanılabilir biçimde tasarlanması son derece önemlidir.

Kişiselleştirilmiş televizyon içerikleri için izleyiciler hakkında yaş, cinsiyet, inanç ve görüntüleme davranışları göz önüne alınarak kullanıcı modellemesi yapılması son derece önemlidir. Böylece kullanıcılar aşırı gereksiz enformasyon akışına maruz kalmadan ilgilendikleri içeriklere doğrudan ve hızlı bir şekilde ulaşabileceklerdir. Birçok uygulama ve kanal ve içerikleri arasında kaos ortamı oluşmasını engellemek adına kişiselleştirilmiş program rehberleri ve kullanışlı kullanıcı ara yüzlerinin tasarlanması gereklidir. Belirtilen faktörler göz önünde bulundurularak tasarlanacak uygulamalar sayesinde Sosyal TV'nin daha geniş kitleler tarafından kullanılacağı öngörülmektedir.

Kaynaklar

Akcan, S., (2017), Televizyon Yayıncılığının Sosyal TV Aracılığıyla Sosyal Medya ile Etkileşimi, Medya İletişim Sistemleri Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Aktaş, C., (2014), QR Kodlar ve İletişim Teknolojisinin Hibritleşmesi, Kalkedon Yayınları, İstanbul

Aviles, J., A., G. & Hernandez, U., M., (2012), Roles of Audience Participants in Multiplatform Television: Form fans and consumers to collaborators and activists, Participations: Journal of Audience & Reception Studies, Vol.9, Issue.2, Spain

Balle, F. ve Eymery, G., (1995), Cep Üniversitesi- Yeni Medyalar, Çeviren:

Boyd, D. M. And Ellison, N. B. (2008), Social Network Sites: Definition, History and Scholarship, Journal of Computer – Mediated Communication, 13: 210-230. Doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Cesar, P. & Bulterman, D. C. & Jansen, A. J. (2008), Usages of the Secondary Screen in an Interactive Television Environment: Control, Enrich, Share and Transfer Television Content- In Proceedings of Eurol TV, pp. 168-177

Cesar, P. & Geerts, D., (2011), Past, Present and Future of Social TV: A Categorization, Consumer Communications and Networking Conferance (CCNC), DOI: 10.1109/CCNC.2011.5766487

Çakır, V., (2006), Etkileşimli TV ve Etkileşimli Drama. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferans Bildiri Kitabı, s.86

Durmaz, A., (1999), Dijital Televizyonun Teknik Temelleri, Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, Eskişehir.

Eldeniz, L., ve Kırık, A., (), Televizyon ve Yeni Medya Yakınsaması: IPTV.Marmara İletişim Dergisi, 17 (17), 255-264. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/maruid/issue/25253/268600>
Erişim Tarihi: 08.02.2017

Hecht, L., E., (2016), Developments in Television Viewership, s.5, City University of New York (CUNY), CUNY Academic Works

İspir, B., (2013), Yeni İletişim Teknolojileri, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, s.3, Eskişehir

Karppinen, J., (2013), Discovering Social TV and Second Screens, s.2 , Umea University.

Kırık, A., M., (2010), Etkileşimli Televizyon, Anahtar Kitaplar, İstanbul.

Lippens, A., F., (2010), A Review of http Live Streaming, s.3, <http://files.andrewsblog.org>, erişim tarihi: 05.10.2016.

Mutlu, P., Mutlu, E., (2014), Yaşam Boyu Öğrenme ve Akıllı Televizyonlar, XIX. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri, Yaşar Üniversitesi, İzmir.

Myfield, A., (2008).What is Social Media? Ebook: icrossing Networked & Electronic Media, (2012), Connected TV Position Paper, s.2

Networked & Electronic Media, (2012), Connected TV Position Paper, s.2

O’driscoll G., (2008), Next Generation IPTV Services and Technologies, Wiley Publication, Canada.

Özçağlayan, M., (1998), Yeni İletişim ve Teknolojileri ve Değişim, Alfa Yayınları, İstanbul.

Özel, S., (2015), Yeni Medya Çağında Televizyon, Derin Yayınları, İstanbul

Shin, H., (2013), Computers in Human Behavior, s.940, Computers in Human Behavior, 29, 939-947

Simpson, W. & Greenfield, H., (2007), IPTV and Internet Video-Expanding the Reach of Television Broadcasting, s. 84,85 Oxford, Focal Press.

Srivastava, H., O., (2002), Interactive TV Technology and Markets, Artech House, Norwood.

Taşdelen, B., Kesim, M., (2014), Etkileşimli Televizyon Geleneksel Televizyona Karşı: Televizyon İzleyicisi Ne İster? s: 269

Taşkın, C., (2015), IPTV, OTT ve Televizyonun Geleceği, www.bthaber.com/yazar/iptv-ott-ve-televizyon-gelecegi/1/14161, Erişim tarihi: 15.10.2016.

Uluoğlakçı, C., (2011), Medya Ekonomisinden İş Modeline: Yeni Yayıncılık Teknolojileri, Uzmanlık Tezi, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Ankara

Yücel, T., (2008), “IPTV ve Düzenlemeler”, Bireysel Eksenli İnteraktif Yayıncılık IPTV, RTUK Yayını, Ankara.