



**T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI ÜZERİNDE
GELENEKSEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI:
MEDYASCOPE.TV ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Fatih ÇEVİK
165120034**

Danışman: Dr. Duygu KOTAN TÜRKDEN

2019



**T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI ÜZERİNDE
GELENEKSEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI:
MEDYASCOPE.TV ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: **Fatih ÇEVİK**

KABUL VE ONAY

Öğrencinin Fatih ÇEVİK tarafından hazırlanan “Sosyal Medya Platformları Üzerinde Geleneksel Televizyon Yayıncılığı: Medyascope.Tv Örneği” başlıklı bu çalışma, Savunma Sınavı tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Tezin/Raporun Türü olarak kabul edilmiştir.

Başkan : [Unvanı, Adı ve SOYADI]

(Danışman)

Üye : [Unvanı, Adı ve SOYADI]

Üye : [Unvanı, Adı ve SOYADI]

Üye : [Unvanı, Adı ve SOYADI]

Üye : [Unvanı, Adı ve SOYADI]

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

[İ m z a]

[Unvanı, Adı ve SOYADI]

Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge ve şekillerin kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi/doktora tezi/dönem projesi olarak sunduğum “Sosyal Medya Platformları Üzerinde Geleneksel Televizyon Yayıncılığı: Medyascope.Tv Örneği” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

[Tarih ve İmza]

Fatih ÇEVİK



ONAY

Tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin.....yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

[Tarih ve İmza]

Fatih ÇEVİK

ÖZET

SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI ÜZERİNDE GELENEKSEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI: MEDYASCOPE.TV ÖRNEĞİ

Fatih ÇEVİK

Yüksek Lisans Tezi, Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Duygu KOTAN

Temmuz, 2019-113 sayfa

İletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte artan internet ağı hızı, günümüzde video paylaşımını oldukça zahmetsiz bir hale getirmiştir. Bunun yanı sıra sosyal medya ağlarının video içerik paylaşımına açık hale gelmesi, kullanıcıların video üretimine artan oranda ilgi duymasını sağlamıştır. Oldukça yaygınlaşan ağ üzerinden canlı video paylaşımları, bazı durumlarda profesyonel medya yayıncılığını anımsatmaktadır. Yeni medya yayıncılığını geleneksel medya yayıncılığından ayıran en önemli özellikler, zamana ya da bir yayın akışına bağlı kalmadan, izleyen ile etkileşim halinde bulunarak anlık geri dönüş alınabilmesi ve bir kitleden ziyade bireye yayın yapılabilmesidir. İnternetin sunduğu bu teknik imkânlar, geleneksel medyaya karşı önemli bir üstünlük olmasına rağmen son dönemde bazı haber sitelerinin televizyon gibi davrandıkları gözlemlenmektedir. Çalışmada, izleyicilerine ulaşmak için sosyal medya ağlarını kullanmalarına rağmen klasik bir televizyon yayını özelliği gösteren oluşumlara dikkat çekilerek, ortaya çıkan bu internet yayıncılığı şeklinin geleneksel televizyon yayıncılığıyla olan benzerlikleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, internet, sosyal medya, yeni medya, canlı yayın, süregelen akış, medyascope.

ABSTRACT

TRADITIONAL TELEVISION BROADCASTING ON SOCIAL MEDIA PLATFORMS: THE CASE OF MEDYASCOPE.TV

Fatih ÇEVİK

Master Thesis, Department of Media and Cultural Studies

Advisor of Thesis: Dr. Duygu KOTAN

July, 2019-113 pages

With the development of communication technologies, the increasing speed of the internet network has made video sharing quite effortless today. In addition, social media networks are open to video content sharing, making users increasingly interested in video production. Live video sharing over the network, which is becoming widespread, is reminiscent of professional media broadcasting in some cases. The most important features that differentiate new media broadcasting from traditional media broadcasting are the ability to get instant feedback by interacting with the audience without being dependent on time or a stream of broadcasting and broadcasting to the individual rather than an audience. Although these technical opportunities offered by the Internet are a significant advantage over traditional media, it has been observed that some news sites have behaved like television in the recent period. In this study, it is tried to draw attention to the formations which show the characteristics of a classic television broadcasting even though they use social media networks to reach their viewers, and the similarities of this kind of internet broadcasting with traditional television broadcasting are tried to be revealed.

Keywords: Television, internet, social media, newmedia, a live broadcast, streaming, medyascope.

ÖN SÖZ

Geleneksel televizyon yayıncılığı bir akışa ve zamana bağımlı, izleyen ile gerçek anlamda etkileşime uygun olmayan ve bireyi değil kitleyi hedef alan bir yapıya sahiptir. İnternet üzerinden yapılan canlı yayınlarda ise teknik imkânlar, geleneksel televizyona oranla önemli avantajlar sağlamaktadır. İnternet üzerinden yapılan canlı yayınların, zamandan bağımsız olarak sürekli izlenebilir olma ve seyirci ile iletişime izin veren yapısı ise geleneksel medya yayıncılığında görülen tek yönlü iletişimin ortaya koyduğu olumsuzlukları ortadan kaldırmaktadır. Yeni medyanın etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık olarak adlandırılabilen bu üstünlüklerine rağmen interneti kullanan bazı yayıncıların, geleneksel televizyon gibi akışa sadık kalınan bir kitle yayıncılığı görünümünde olduklarına dikkat çektiğim bu çalışmamda, büyük emeği bulunan tez danışmanım sayın Dr. Duygu KOTAN'a ve yüksek lisans eğitimim boyunca gösterdikleri özveri ve anlayışları için aileme teşekkürlerimi sunarım.

İSTANBUL, 2019

Fatih ÇEVİK

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖN SÖZ	vi
TABLolar LİSTESİ.....	x
1. BÖLÜM.....	1
GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Konusu	1
1.2. Çalışmanın Amacı.....	1
1.3. Araştırma Yöntemi.....	1
1.4. Kapsam	1
2. BÖLÜM.....	3
TELEVİZYONUN DOĞUŞ VE GELİŞİMİ.....	3
2.1. Televizyonun Tanımı	3
2.2. Televizyon Yayınlarını İmkân Sağlayan Teknik Gelişmeler.....	4
2.3. İlk TV Yayınları ve TV'nin Yaygınlaşması	8
2.4. Türkiye'de Televizyonun Doğuş ve Gelişimi	10
2.5. Televizyon Yayın ve Görüntü İşleme Teknolojileri	14
2.5.1. Analog Yayın Teknolojisi	15
2.5.2. Dijital Yayın Teknolojisi	16
2.5.3. Karasal Yayıncılık	18
2.5.4. Uydu Yayın Sistemleri	18
2.5.5. Kablolu TV	19
2.5.6. IPTV	20
2.5.7. İnternet TV	21
2.6. Televizyon ve Süregelen Akış	22
3. BÖLÜM.....	24
İNTERNET VE YENİ MEDYA	24
3.1. İnternetin Tanımı	24
3.2. İnternetin Tarihi ve Teknik Gelişimi	26
3.2.1. Sayısallaşma	31

3.2.2. Yeni Medya Kavramı	31
3.2.3. Yeni Medyanın Temel Özellikleri.....	34
3.2.4. Yeni Medya'nın Oluşumunda Teknolojik Dönüşümün Etkisi.....	36
3.3. Profesyonel Canlı Yayıncılıktan Amatör Yayıncılığa Dönüşüm.....	38
3.3.1. Mobil Araçlarla Üretilen Canlı Akış	40
3.3.2. Ağ Üzerinden Profesyonel Yayıncılık	42
3.3.3. Haber ve Yorum İçerikli Canlı Akışlar	44
3.3.4. Spor İçerikli Canlı Akışlar	44
3.3.5. Sanat İçerikli Canlı Akışlar	45
3.3.6. Bilgisayar Oyunları İçerikli Canlı Akışlar	47
3.3.7. Eğitim İçerikli Canlı Yayınlar	49
3.3.8. Ağ Üzerinde Profesyonel Canlı Akış Yapmayı Sağlayan Yazılımlar ve Cihazlar.....	50
3.4. WEB TV	52
4. BÖLÜM.....	54
KLASİK TELEVİZYON YAYINCILIĞINA ÖZGÜ SÜREGELEN AKIŞIN SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI ÜZERİNDE KULLANIMI: MEDYASCOPE.TV ÖRNEĞİ.....	54
4.1. Çalışmanın Kapsamı	54
4.2. Çalışmanın Problemi.....	54
4.3. Araştırma Soruları.....	55
4.4. Varsayımlar	55
4.5. Evren ve Örneklem	55
4.6. Veri Toplama Araçları	56
4.7. Verilerin Analizi	57
4.8. Bulgular.....	57
4.8.1. Medyascope.tv ve NTV'nin Yayın Akışının Program İçerikleri Bakımından Karşılaştırılması.....	91
4.8.2. Medyascope.tv ve NTV'nin Yayın Akışının Program Yapım Teknikleri Bakımından Karşılaştırılması	92
4.8.3. Medyascope.tv ve NTV'nin Yayın Akışının Program Görselleri Bakımından Karşılaştırılması.....	93
5. BÖLÜM.....	94
SONUÇ ve ÖNERİLER	94

5.1. Sonuç.....	94
5.2. Öneriler	101
KAYNAKÇA	102
ÖZGEÇMİŞ.....	110



TABLULAR LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 4.1. 30.05.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	59
Tablo 4.2. 31.05.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	60
Tablo 4.3. 01.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	61
Tablo 4.4. 02.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	62
Tablo 4.5. 03.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	63
Tablo 4.9. 07.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	67
Tablo 4.10. 08.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	68
Tablo 4.12. 10.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	70
Tablo 4.13. 11.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	71
Tablo 4.14. 12.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	72
Tablo 4.15. 13.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	73
Tablo 4.16. 14.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	74
Tablo 4.17. 15.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	75
Tablo 4.18. 16.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	76
Tablo 4.19. 17.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.....	77
Tablo 4.20. 18.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	78
Tablo 4.21. 19.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	79
Tablo 4.22. 20.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	80
Tablo 4.23. 21.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	81
Tablo 4.24. 22.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	82
Tablo 4.25. 23.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	83
Tablo 4.26. 24.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	84
Tablo 4.27. 25.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	85
Tablo 4.28. 26.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	86
Tablo 4.29. 27.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	87
Tablo 4.30. 28.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	88
Tablo 4.31. 29.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	89
Tablo 4.32. 30.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.....	90

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 2.1. Logie Baird	4
Şekil 2.2. Paul Nipkow - Döner disk	5
Şekil 2.3. Vladimir Rosma Zworykin – İkonoskop	6
Şekil 2.4. Türkiye’de ilk televizyon yayını	11
Şekil 2.5. Türkiye’de ilk televizyon yayınıyla ilgili haberler	12
Şekil 2.6. İTÜ TV	13
Şekil 2.7. Analog Sinyal ile görüntü elde edilmesi	15
Şekil 2.8. TV Sinyallerinin kodlanmasında 3 farklı biçimi	16
Şekil 2.9. Analog ve dijital yayıncılık arasındaki farklar	17
Şekil 2.10. Kablolu TV sistem şeması	19
Şekil 2.11. İnternet TV ve IPTV arasındaki fark	21
Şekil 3.1. İletişimin beş özelliği	26
Şekil 3.2. 1973 yılında var olan ARPANET haritası	27
Şekil 3.3. İnternetin dünyadaki gelişimi	30
Şekil 3.4. Manovich ve arkadaşlarına göre Yeni Medya’nın beş ana özelliği .	34
Şekil 3.5. Rogers göre Yeni Medya’nın üç ana özelliği	35
Şekil 3.6. Leckenby ve Li’ye göre yeni medya ile geleneksel medya arasındaki etkileşim süreçleri	36
Şekil 3.7. Video ve audio karıştırıcı.	51
Şekil 3.8. Video ve audio karıştırıcı	51

1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Çalışmanın Konusu

Bu çalışmada geleneksel televizyon yayıncılığının, anlık geri dönüşlerle seyircinin müdahale ettiği, süregelen akışın önemini yitirdiği yeni medyaya karşı yaşam savaşı verirken, içerik ve görsel açıdan televizyonu anımsatmasının yanında, geleneksel televizyona özgü süregelen akışı da taklit eden bir diğer yayıncılık şeklinin ortaya çıkışı incelenmektedir.

1.2. Çalışmanın Amacı

Bu tezin amacı, geleneksel televizyon yayıncılığının yeni medya karşısında beklenen mağlubiyetinin aksine ayakta kalmaya devam ederken, yeni medya yayıncılığında televizyona ait özelliklere sahip bir yayıncılık anlayışının hayata geçtiğine dikkat çekmek ve benzerlikleri ortaya koymaktır.

1.3. Araştırma Yöntemi

Araştırmada case study uygulanmıştır. Elde edilen veriler karşılaştırmalı betimsel analiz ile incelenmiştir.

1.4. Kapsam

Araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın konusu, amacı ve yönteminin açıklanarak genel hatları çizilmiş, ikinci bölümde televizyonun tarihi ve genel yapısı hakkında detaylı kaynak taraması yapılmıştır. Üçüncü bölümde internet ve yeni medya kavramları açıklanarak, profesyonel canlı yayıncılıktan amatör yayıncılığa dönüşüm irdelenmiştir. Dördüncü bölümde ise araştırmanın odağında bulunan Medyascope.tv internet sitesi ve sosyal medya ağlarını kullanarak yaptığı canlı yayınların geleneksel televizyon yayıncılığına olan benzerliğinin yanı sıra internet ağının kullanımından doğan

farklılıkları göz önüne konacak ve detaylı araştırmaların sonucunda ortaya çıkarılan kanı ve varsayımlar beyan edilecektir.



2. BÖLÜM

TELEVİZYONUN DOĞUŞ VE GELİŞİMİ

2.1. Televizyonun Tanımı

Televizyon kelimesi, Yunanca uzak anlamı taşıyan “tele” sözcüğü ile Latince “Visio” yani görmek sözcüklerinin bir araya gelmesiyle oluşan ve Fransızca’da uzağı görmek anlamında kullanılan “television” sözcüğünden gelmektedir. İlk kez 1900 yılında Constantine Perski tarafından kullanılan televizyon terimi tüm dillerde benzer şekillerde telaffuz edilse de sadece Almandada “fernseh” şeklinde kullanılmıştır (Morgül, 2011: 15). Televizyonun temel amacı hareketli görüntünün ve sesin, eş zamanlı ya da teknik yeterliliğe bağılı olarak olabildiğince azaltılmış bir gecikme ile başka bir yerdeki alıcıya aktarılabilmesidir. Televizyon yayını temel olarak sabit veya hareketli resimlerin ve seslerin elektromanyetik dalgalar yardımıyla uzaktaki alıcıya iletilmesi prensibine dayalı olarak (MEB 2011a: 2) 21. yüzyılın başında ortaya çıkmış ve geliştirilmeye devam eden bir icattır (Şentürk, 2009).

İletimin oluşma süreci ilk olarak, cismin görüntüsünün satır satır taranması ve ışığa duyarlı bir zemine düşürülerek elektriksel işaretlere dönüştürülmesi şeklinde başlar. Ortamdaki ses ise ses yükselteçleriyle elektriksel sinyale dönüştürülmektedir. Sürecin devamında ise oluşturulan ses ve görüntü sinyali bir verici yardımıyla elektromanyetik dalgalar halinde çevreye yayılır ve bir alıcı yardımıyla toplanarak tekrar görüntü ve ses haline çevrilir (MEB, 2011b: 3). Geleneksel televizyon yayıncılığında yayıncı ve alıcı arasındaki ilişki neredeyse hiçbir geri besleme olanağı bulunmayan tek yönlü bir ilişki özelliğı göstermektedir. Ancak analog yayıncılıktan sayısal yayıncılığa geçiş izleyicinin içerik açısından daha belirleyici bir rol almasına imkân sağlamıştır.

2.2. Televizyon Yayınlarını İmkân Sağlayan Teknik Gelişmeler

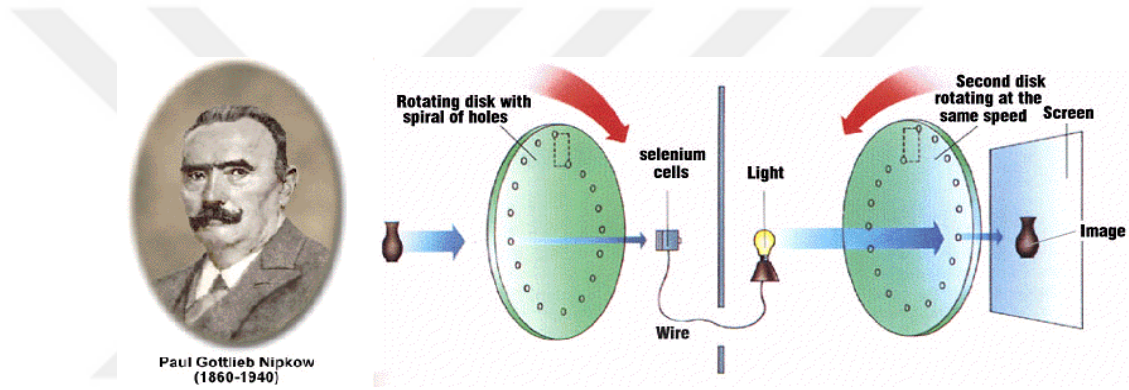
Tüm medya araçları gibi televizyonu da bir kişinin icadı olarak görmemek gerekmektedir. Televizyonu hayata getiren bir dizi teknik gelişmenin yanı sıra ortak bir çabanın da var olduğu görülmektedir. Her ne kadar icadı noktasında iddialar bulunsa da televizyon bir ülkenin ya da bir kişinin üretimi değil adı konulmamış uluslararası bir faaliyetin sonucu olarak görülmelidir. Sanayileşme bağlamında Avrupa ve Kuzey Amerika'da çalışmaların yoğunlaştığı görülse de bilim insanları ve mucitlerin uzun bir süre alan çabalarının televizyonun başarıya ulaşmasında en önemli sebep olduğu göze çarpmaktadır. Gerçekten de televizyon, radyo ve hatta internet gibi diğer teknolojik medya cihazlarının başarısı için gerekli olandan daha fazla zaman harcanmıştır (Hickethier, 2008: 55-79). Radyonun icadının ardından sesin uzak yerlere iletilebilmesi, görüntünün de taşınabileceği fikrini gündeme getirmiştir. Bununla ilgili çalışmaların 19. yüzyılda oldukça arttığı görülmektedir. Televizyonun icadına giden yolda ilk önemli çalışma, aslında bir telgrafçı olan Andrew May tarafından 1873 yılında yapılmıştır. Işık dalgalarının elektrik akımına dönüştürülebildiğini bulan May'den bir süre sonra Paul Nipkow isimli Alman bir bilim adamı 'Döner Disk' adı verilen bir araç yardımıyla görüntüyü başka bir yere aktarmayı başarmıştır. İleride mekanik tarama adıyla anılan bu buluşun geliştirilmesi sonucu 1923'te Jenkins, 1925'de de Logie Baird ilk deneme yayınlarına imza atmışlardır (Aziz, 1976: 13-14).



Kaynak: www.airfreshener.club/quotes/television-first-invention-baird-john.html

Şekil 2.1. Logie Baird.

Bugün kullanılan televizyonun temeli olarak Alman mühendis Paul Nipkow'un 1884'te patentini aldığı 'Elektrikli Teleskop' adlı icadı gösterilebilir. Nipkow icadıyla insan gözünün görüş duyarlılığını kullanarak bir cismi, önüne koyduğu ve üzerinde delikler bulunan disk üzerinden aydınlatarak taramış ve cisimden yansıyan ve geçen ışıkları elektriksel işaretlere dönüştürerek alıcıya iletmeyi başarmıştır (Spotiswoode, 1979). Alıcı tarafta ise benzer bir yöntemle, gelen elektriksel işaretlerin yönlendirdiği bir ışık kaynağı oluşturulmuştur. Şiddeti, gelen elektrik akımına göre değişkenlik gösteren ışığın dönen bir disk yardımıyla perde üzerine düşürülmesi yoluyla da cismin görüntüsünün elde edilmesi sağlanmıştır (Morgül, 2011: 16).

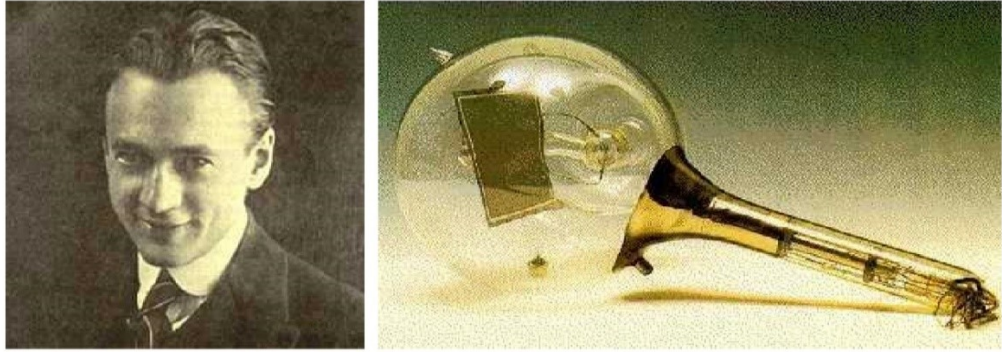


Kaynak: www.nipkow_httpscomentatodo.files.wordpress.com201405nipkow.gif

Şekil 2.2. Paul Nipkow - Döner disk.

Mekanik tarama olarak anılan Nipkow'un buluşu Jenkins ve Baird tarafından geliştirilse de ortaya çıkan görüntü oldukça kalitesiz olmaktadır. Buna alternatif olarak görüntüyü mekanik değil elektronik olarak tarayacak yöntemler de geliştirilmeye çalışılmıştır. 1907 yılında Alan Swinton ve Boris Rosing tarafından ayrı ayrı yapılan araştırmalarda elektronların televizyon sinyali göndermede kullanabileceğini ispatladıkları çalışmaların ardından 1911 yılında Campbell tarafından elektronik kameranın atası sayılabilecek olan ve ışık enerjisini elektrik enerjisine çevirebilen cihaz geliştirildi (MEB, 2011c: 25-26). 1923'te ise Vladimir Rosma Zworykin cismin görüntüsünü elektronik tarama ile görüntü yayını yapabilen ikonoskop adını verdiği kamera tüpünü geliştirerek önemli bir yol açmıştır (Morgül, 2011: 15).

Zworykin'in icat ettiği ikonoskop (iconoscope) cihazında görüntü oldukça hızlı bir şekilde satır satır taranarak fotoğraf haline getiriliyor arka arkaya birbirini takip eden görüntüler insan gözü tarafından bir süreklilik izlenimi doğuruyordu (MEB, 2011c: 26). Campbell Swinton'un ilk kez ileri sürdüğü fakat bu durumdan habersiz çalışan Zworykin'in icadının çıkış noktası ise depolama fikriydi (Spotiswoode, 1979).



Kaynak: www.violencia-tv-peques.blogspot.com/2012/11/contexto-historico-grupal.html

Şekil 2.3. Vladimir Rosma Zworykin–İkonoskop.

Elektronik tarama tekniğinin kullanılarak yapılan ilk yayınlar 1937 yılında İngiltere'de 405 satır sistemiyle hayata geçerken bunu 455 satır sistemiyle Fransa, 441 satır sistemiyle Almanya takip etmiştir. ABD'nin 1941 yılında 525 satır ve saniyede 60 çerçeve yayına başlamasının ardından tüm Avrupa'da 625 satır ve saniyede 50 çerçeve sistemi kabul görmüştür (Morgül, 2011: 16). Televizyon yayıncılığının teknolojik ilerlemelerin etkisi altında gelişimine devam ettiği gözlenmektedir. 405 satırlık ekran çözünürlüğüne sahip ve siyah beyaz olarak hayata başlayan televizyon yayınları grenli (kumlanma) olmakla beraber görüntü kalitesinde de kayıplar yaşanmıştır. Bu duruma rağmen 1960'larda Avrupa'da 625 satırlık taramaya sahip renkli televizyonların piyasa sürülmesiyle birlikte görüntünün daha da keskinleşmesi ve renklerin şaşırtıcı gerçekliği, üreticiler ve yayıncı kuruluşların gelirlerinde de artış sağlamıştır (Bignell, Orlebar ve Holland, 2005: 19).

1962 yılında Telstar, 1965 yılında ise Early Bird isimli uyduların uzaya fırlatılmaları ile Atlantik ötesi yayın yapma imkânı doğarken, 1967 yılında Sovyet ve ABD uydularının ortak kullanımıyla ilk kez aynı anda yeryüzünün tamamına yayın yapılabilir hale gelmiştir (Spotiswoode, 1979). Televizyon yayıncılığı için devrim niteliğindeki bir diğer gelişim ise görüntünün sayısal olarak kodlanabilir hale gelmesidir. Ancak bu yeni sistemin kullanılmaya başlanması biraz zaman almıştır.

Sayısal televizyon yayınlarının gecikmesi ise teknolojik zorluklardan ziyade yeterli seyirci kitlesinin oluşmamasından kaynaklanmıştır. Yine de teknik sorunların zorlamasıyla sayısal yayıncılığın yeterli talep oluşmamasına rağmen hayata geçtiği görülmektedir. Bunun ana nedeni analog yayın kanallarının artan medya kuruluşlarına cevap veremez hale gelmesidir. Yeni açılan televizyon kuruluşlarına frekans bulunamazken sayısal yayın sistemi bu soruna bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır. Bir analog yayının yapıldığı alana birçok sayısal yayın sığdırılabilmektedir. Önceleri izleyicinin bu sayısal yayınları alması için gerekli olan cihazlar pahalı olsa da zamanla makul fiyatlara gerilemiştir.

Sayısal televizyon yayınlarının 1994 yılından itibaren önce uydu yayınlarında, ardından kablolu ve en son olarak da karasal yayınlarda kullanıldığı görülmektedir. Sayısal yayın sisteminin önemli bir etkisi de kullanılan görüntü formatlarının kalitesinde olmuştur. Eski analog yayın standartları yerini hızla yüksek çözünürlüklü televizyon (HDTV: High Definition Television) yayınlarına bırakmıştır (Morgül, 2011: 18-19).

Televizyon yayın sistemleri teknik olarak hızla değişime uğrarken evlerde kullanılan alıcıların da sürekli bu değişime ayak uydurduğu gözlemlenmiştir. 1960'lardan 2000'lere kadar katot ışın tüpü ile çalışan, bilinen adıyla tüplü televizyonlar kullanılırken, 1990'dan itibaren sayısal yayınların yaygınlaşmasıyla paralel olarak yüksek çözünürlüklü (HD) uyumlu televizyon alıcıları için çalışmalara başlanmıştır. Artan talep sonucu Avrupa'da, 2004 yılı başında HDTV yayını sağlayan uydu kanalı EURO1080, MPEG-2 kodlamasıyla faaliyete geçmiştir (Fischer, 2008: 87).

Sayısal teknolojinin ortaya çıkmasıyla televizyon yayıncılığı önemli bir dönüşüm geçirmeye başlamıştır. Analog teknolojinin sınırladığı bilgi iletimi sayısal yayıncılığın etkisiyle büyük oranda artmış daha çok radyo ve televizyonun kanalının iletilmesinin yanısıra çeşitli şebekelere de (kablo, uydu, karasal yayın) bağlanma imkânı oluşmuştur (Mavi, Yüksek ve Dursun, 2017). Televizyon teknolojisinin sayısal (dijital) kodlarla taşınabilir hale gelmesi karasal, uydu ve kablolu iletme yeni bir alternatif olarak internetin de kullanılmaya başlanmasını sağlamıştır. Sayısal iletim uygulamaların sıfır ve birlerden oluşan ve bit adı verilen ortak bir dil kullanıyor olmaları kitle iletişimindeki tüm medya ağlarının birbirine bağlanmasına olanak tanımıştır (Dijk, 2016: 78).

2.3. İlk TV Yayınları ve TV'nin Yaygınlaşması

Televizyonun kitle iletişim araçları arasındaki başarısının, görme duyusunun insan hayatındaki önemiyle yakından ilişkili olduğu düşünülmektedir. İnsanın bilgi edinme sürecinde görme duyusu en baskın duydur. Kelime anlamıyla uzaktan izleme olarak anlamlandırabileceğimiz televizyonun gözün uzağında olan görüntüleri de iletmesi başarısının altındaki sır olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira uzağı görebilmek insanlık tarihinde en eski düşlerden biri olarak görülmektedir (Özel, 2015: 3).

17. Yüzyılın ortalarından 1880'e kadar uzanan dönemde televizyon fikri daha oluşmasa da icadını sağlayacak bilimsel buluşların yapıldığı bir süreç olarak kabul edilebilir. 1880'den 1910'a kadar olan dönemi ise mucitlerin görüntünün aktarımı hakkında düşünmeye başladıkları ve televizyondan bahsedilmeye başlanan bir dönem olarak adlandırmak mümkündür. Bu dönemde televizyonla ilgili hayaller doğrultusunda yapılan deneylere tanık olunmaktadır. Televizyon tarihine yön veren üçüncü dönem ise yaklaşık olarak 1910 ile 1933 arasında tarihlenebilmektedir. Bu dönemde elektrik endüstrisinin gelişmesine paralel olarak ilerleyen teknik çalışmalar ve büyük şirketlerin de ilgisinin artması ile televizyon tanınmaya başlamıştır. 1930'ların başında televizyon teknik bir icat olmanın dışında yapılan deneysel yayınlar sonucunda kurumsallaşmaya da

başlamıştır (Hickethier, 2008: 55-79). Televizyonun ilkel örneklerinin icadının ardından ilk ticari televizyon yayınlarının İngiltere’de 1936 yılında yapıldığı görülmektedir. Yine 1936 yılında Berlin Olimpiyat Oyunları anlık görüntü ve ses ile televizyondan ilk kez naklen yayın yapılmıştır (Kılıç, 1995). 1939 yılında ise düzenli televizyon yayınlarına başlanan ABD’yi Sovyetler Birliği, Almanya ve Fransa takip etmiştir (MEB 2011c: 26).

II. Dünya Savaşı öncesinde İngiliz yayın kuruluşu BBC (British Broadcasting Corporation) ve ABD merkezli ABC, NBC ve CBS gibi kuruluşlarca kısıtlı imkânlarla ve daha küçük gruplara yönelik yayın denemeleri yapılmakla birlikte 1940’lı yıllarda etkili olan savaş ortamının televizyonun gelişimini sekteye uğrattığı gözlemlenmiştir. Ancak savaşın ardından televizyon yayıncılığına önemli ölçüde yatırım yapıldığı görülmektedir. Bunun altında yatan sebep olarak, 1930’lara kadar yapılan araştırmalar sonucunda iletişim araçlarının insanların inanç, görüş ve davranışlarını değiştirebildiği, kişileri yönlendirerek siyasal sistemleri belirlemekte etkili oldukları kanısının yaygınlaşmış olması fikri gösterilebilir. II. Dünya Savaşı sırasında özellikle yazılı medya, radyo ve sinema kullanılarak yoğun olarak yapılan propaganda savaşlarının temelinde de bu anlayışın yattığı söylenebilir. İngiltere ve Almanya’da kurulan belgesel film dairelerinin filmler öncesinde gösterilmek üzere yaptığı propaganda filmlerinde bugünkü televizyon haberciliğinin izlerini de görmek mümkündür (Türkoğlu, 2015: 67-105).

1939 ve 1945 yılları arasında gerçekleşen II. Dünya Savaşı’nın televizyonun gelişiminde bir kırılmaya sebep olduğu gerçektir ancak çalışmalar sınırlı bir ölçekte olsa da devam etmiştir. 1945 yılı televizyonun kitlesel bir medya olmasının başlangıcını işaret ederken, savaş sonrası dönemde televizyonun gerçek anlamıyla hayata geçtiği ve neredeyse yirmi yılda tüm Avrupa’ya yayıldığı görülmektedir (Hickethier, 2008: 55-79). Düzenli yayınların kesintiye uğradığı II. Dünya Savaşı’nın ardından televizyon yayıncılığı büyük bir ivme kazanmış ve hızla radyo ve sinemanın alternatifi olmaya başlamıştır. 1950’lere gelindiğinde ise ABD’de televizyon, ülkenin üçte ikisine ulaşabilen bir iletişim aracı haline gelmiştir (MEB, 2011: 16).

1960'lardan sonra gelişen uydu teknolojisi ise TV yayınlarının yayılımını olumsuz etkileyen fiziksel engelleri önemli oranda ortadan kaldırmıştır (Kars, 2010: 70). Düşük kaliteli de olsa renkli televizyon yayınları 1953 yılında ABD'de başlarken, 1980 yılına gelindiğinde televizyon yayıncılığı kablo üzerinden de yapılabilir hale gelmiştir. 1987'ye gelindiğinde ise ilk sayısal yayın testleri Almanya ve Fransa'da yapılmaya başlanmıştır (Paçacı, 2006).

2000 yılından sonra uydu yayınlarının tamamının sayısal sistemle yapılmaya başlamasının ardından kablo TV yayınları da bu teknolojiyi kullanmaya başlamıştır. 2002 yılına gelindiğinde ise dünya üzerinde hemen hemen tüm karasal yayınların sayısal sistem kullanılarak yapılmaya başlandığı görülmektedir (Morgül, 2011: 20). Sayısal yayın teknolojisine geçilmesi ve iletinin bit adı verilen ve sıfır ve bir sayısının türevleriyle kodlanan bir dille yapılması, aynı dili kullanan internet ağının da kullanılmasına olanak tanımıştır. Teknolojik olarak hızla gelişen bu ağ gittikçe daha fazla bilgiyi iletebilecek seviyeye gelmiş ve telefon, radyo, televizyon ve bilgisayarın yani ses, veri ve kitle iletişimin zamanla bir kaynaktan buluşmasını sağlamıştır (Dijk, 2016: 82-83-84). Web üzerinden iletilebilir olması, televizyonun teknik ve içerik açısından yaşadığı değişimin en önemli parçası olarak görülmektedir. Bu değişim daha önce karasal, uydu ve kablo üzerinden yayın yapan televizyonun sınırlarını daha da arttırarak bu yayınların geleneksel televizyon alıcılarının dışında taşınabilir bilgisayarlarda ve telefonlarda da izlenebilmesine olanak tanımaktadır (Demirkıran, 2010).

2.4. Türkiye'de Televizyonun Doğuş ve Gelişimi

Dünya Savaşı'nın ardından tanınmaya başlayan televizyonun Türkiye'de de yakından izlendiği görülmektedir. Dönemin gazetelerinde ve dergilerinde televizyondan bahseden haberler ve makalelerin sıklıkla yayımlandığı görülmektedir (İlaslan, 2014). Türkiye, televizyonun aksine radyo yayıncılığı oldukça erken başlamıştır. 1927 yılında Ankara ve İstanbul'da uzun dalga bandında yayın yapan iki vericinin kurulmasıyla başlayan yayınlar, dünyadaki örnekleriyle hemen hemen aynı tarihlere rastlamaktadır. Dünyaya bakıldığında

kamusal radyo yayıncılığının ilk kez BBC tarafından 1926 yılında başlatıldığı görülmektedir. Türkiye radyo yayıncılığında dünyada öncü ülkeler arasında olsa da 1960 yıllara kadar çok fazla bir gelişme yaşanmadığı görülmektedir. II. Dünya Savaşı'nın olumsuz etkisi ile İstanbul Radyosu ancak 1949 yılında faaliyete geçerken, radyo yayıncılığının tüm ülkeye yayılmasının 1964 yılında TRT'nin (Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu) kurulmasının ardından gerçekleştiği görülmektedir (Paçacı, 2006).



Kaynak: www.eskihayatlar.com/turkiye-nin-ilk-televizyon-yayini-itu-tv/

Şekil 2.4. Türkiye’de ilk televizyon yayını.



Kaynak: www.aydinlik.com.tr/turkiye-de-ilk-televizyon-yayini-66-yil-once-itu-de-yapildi-medya-kasim-2018-2?p=4

Şekil 2.6. İTÜ TV.

1952-1953 akademik yılında başlanan ilk yayınlar verici olmadığı için sadece stüdyo ortamında kalmıştır (Tanrıöver, 2010: 11). Sonraki yıllarda İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) laboratuvarlarında imal edilen televizyon verici ve anteni kullanılarak 1971'e kadar bu yayınlar devam etmiştir. Türkiye'de ilk resmi yayınlar ise TRT tarafından 1968 yılında Ankara'da yapılmaya başlamıştır (Morgül, 2011: 17). İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından yapılan düzensiz yayınların dışında gerçek anlamda Türkiye'de televizyon yayıncılığının TRT tarafından başlatıldığı ve 1 Mayıs 1964 yılından 1994 yılına kadar hukuken televizyon yayınları yapmaya yetkili tek kurumun TRT olduğu görülmektedir (Mutlu, 1999: 19).

2.5. Televizyon Yayın ve Görüntü İşleme Teknolojileri

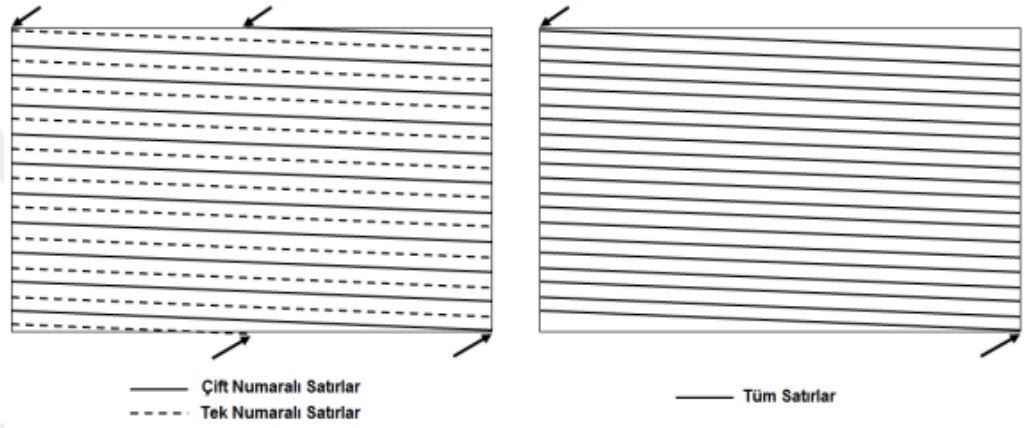
Televizyon yayında iletilen görüntü, kamera yardımıyla kayıt edilmiş sahnenin ışık bilgilerinin elektrik işaretlerine çevrilmesiyle meydana gelmektedir. Bu süreç ilk olarak görüntü kaydeden cihazların en önemli parçası olan objektifle başlar. İnsan gözüyle önemli oranda fiziksel benzerlik gösteren objektif gerçek hayattaki sahnenin hangi ayrıntısının, hangi boyutta ve ne kadar detaylı olarak kayıt altına alınacağına, başka bir deyişle çerçevesinin belirlenmesine yarayan kısımdır. Görüntünün elektrik sinyallerine dönüşümü ise sahneden alınan ışığın objektif tarafından toplanarak ışığa duyarlı elemanlar üzerine düşürülmesi ile başlar. Bu film düzlemi, tüp veya dijital fotoğraf makineleri ve video kameralarda ışığa duyarlı yüzey olarak ifade edilen CCD'dir (Vardar, 2012: 108).

TV yayıncılığında hâkim olan analog video işleme teknikleri 90'ların başlarında yerlerini dijital sistemlere bırakmaya başlamıştır. 1994 yılında sektörün öncü firmaları DV (Digital Video) standardını belirlemişler ve bu yeni sistemin etkisiyle video kameraların boyutları küçülürken videoların bilgisayar ortamına aktarılması da kolaylaşmıştır. "Capture Card" yoluyla sayısal hale getirilen video artık bilgisayar ortamında işlenebilir hale gelmiştir. Analog bir kurgu setini oluşturan video karıştırıcı, video editörü, video player (oyuncu) ile recorder (kayıt) cihazları, ses mixer (karıştırıcı) ve yazı yazmaya yarayan karakter jeneratörünün yerini güçlendirilmiş bilgisayar sistemleri almaya başlamıştır. Özellikle büyük yayıncıların dijital video kurguya olan ilgileri sonucu bilgisayar temelli kurgu sistemlerinin öncüsü CBS, ardından da Avid firması daha ucuz olan profesyonel kurgu istemlerini piyasaya sürmüştür.

1990'ların başında kişisel bilgisayarların video görüntüleyecek kadar güçlü hale gelmesi, daha önce analog ortamda (Görüntü manyetik bant üzerine ses ile birlikte kaydedilir) kaydedilen görüntülerin dijital hale getirilme çalışmalarını arttırmıştır. Kişisel bilgisayarların kapasitesindeki büyük artış Adobe Premiere, After Effects, Unleash Media Studio Pro, Pinnacle ve Final Cut Pro gibi video kurgu programlarının ortaya çıkmasına ve yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır (Fechey-Lippens, 2010).

2.5.1. Analog Yayın Teknolojisi

Analog yayın teknolojisi, devinimli görsellerin ve bu görsellere ait olan seslerin sinyaller vasıtası ile taşınmış olduğu bilginin iletilmesi durumudur (Yaman, 2017). Bu tek boyutlu ve zaman içinde değişken olan sinyaller, içeriği daha öncesinde tanımlanmış tarama yasasına göre bir dizi görseli temsil etmektedir (Marques, 2011). Analog teknoloji iki değer arasında sonsuz sayıda değer bulunması temel ilkesine sahiptir (Akyol, 2004).



Kaynak: (Taşkın, 2013).

Şekil 2.7. Analog Sinyal ile görüntü elde edilmesi.

Analog televizyon yayınlarında frekans üzerinden yalnızca tek bir televizyon yayını gerçekleştirebilmekte olduğundan, frekans sayısı kadar farklı televizyon kanalı bulunmaktadır (Yaman, 2017). Televizyonlar tarafından gönderilmekte olan yayın sinyalleri farklı kodlanmaktadır. Televizyon sinyallerinin kodlanması Şekil 2.8.'de görüldüğü üzere üç farklı şekilde gerçekleşmektedir (Bruin, 1999).

Amerika ve Japonya'nın kullandığı NTSC

Fransa, Rusya ve bazı Doğu Avrupa ülkelerinin kullandığı SECAM

Avrupa'nın çoğunun kullandığı PAL

Kaynak: Bruin, 1999.

Şekil 2.8. TV Sinyallerinin kodlanmasında 3 farklı biçim.

Yayın sinyalleri görüntü oynatıcı cihazların çıktıkları olarak üretilmekte ve televizyon içinde resim gösterme işlevi olan televizyon tüpü içerisindeki elektron tabancası vasıtası ile saniyede 25 defa tekrarlanan bu işlem ile sinyaller resme dönüştürülmektedir (Taşkın, 2013).

2.5.2. Dijital Yayın Teknolojisi

Dijital yayın teknolojisi, bakır ve koaksiyel kablolar aracılığı ile ilk defa ses iletimi alanında topluları birbirine yakınlaştırma bağlamında kullanılmış, teknolojinin gelişmesi ile sonraki dönemlerde fiber optik kablolar ve uydular kullanılarak görüntü ve ses birlikte iletme devam etmiştir (Durmaz, 2012). Televizyon ve yayıncılık bağlamında dijital yayın teknolojisi yeni ve geliştirilmeye açık bir teknolojidir. Günümüzde halen dijital yayıncılık teknolojisi ile karasal, kablolu ve uydu yayınları yapılabilmesinin yanı sıra tek noktadan çok noktaya (LMDS), çok kanaldan çok noktaya (MMDS) ve çok kanallı video dağıtım sistemi olan (MVDS) tercih edilerek kullanılmaktadır (Yaman, 2017). Dijital yayıncılık teknolojisindeki hızlı gelişimler ile birlikte etkileşimli televizyon yayıncılığının önü açılmış, bilişim ve telekomünikasyon arasındaki farklılıklar ortadan kalkarak iletişim ortamlarını ortak kullanabilir bir duruma gelmiştir. Dijital yayın teknolojisi ile birlikte analog sinyaller sayısal sinyallere çevrilerek resim ve ses kalite üstünlüğü sağlanmış, yine bu sistem üzerinden çok farklı hizmetler verilmesine olanak sağlanmıştır (Rtuk, 2000). Analog ve dijital yayıncılık arasındaki farklar Şekil 2.9.'da belirtildiği gibidir.

Analog Televizyon Yayıncılığı

Analog yayınlarda, verici-alıcı arasındaki mesafe ve coğrafi konum sinyal kalitesini olumlu ya da olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Bu sebeple görüntüde bozulma, parazitlenme, karlanma gibi sorunlar görülebilir. Sayısal yayıncılıkta ise kullanılan SFN (Single Frequency Network- Tek Frekans Ağı) tekniği ile yayınlarda bozulmanın aksine kuvvetlenir.

Analog yayıncılıkta güçlü vericilere duyulan ihtiyaç, sayısal yayıncılıkta geçerli değildir. Sayısal yayıncılıkta çok daha düşük güçte vericilerle yayıncılık yapılabilir. Bu durum verici maliyetleri azaltılmaktadır.

Analog televizyon yayıncılığında yayının içerisine sadece teletext bilgisi yerleştirilebilir. Sayısal yayıncılıkta ise birçok hizmet yayını verilebilir.

Analog yayıncılık sadece televizyon gibi sabit cihazlar ile alabilmek mümkündür. Sayısal yayıncılıkta ise yayıncılık ve hizmetler, hareketli alıcı için uygundur. Bu bağlamda masaüstü ve dizüstü bilgisayarlar, akıllı telefonlar tarafından da alınabilmektedir. Sayısal yayıncılıkta televizyon yayıncılığı klasik televizyon ortamından farklı ortamlarda ve kaliteli şekilde izlenebilmekte ve farklı sistemler arasındaki yakınsama kolaylaşmaktadır.

Kaynak: (Rtuk, 2000).

Şekil 2.9. Analog ve dijital yayıncılık arasındaki farklar.

Yayıncılıkta sayısal tekniğin kullanılmasıyla ortaya çıkan veri iletişimi ve kitle iletişimi bütünleşmiş yeni medya ortamlarına geleneksel medyanın taşınmasına imkân sağlarken dijital iletişim araçları, bilgisayar teknolojileri ve yayıncılığın birbirlerine olan yakınsaması söz konusu olmuştur (Van Dijk, 1999: 9). Bu bağlamda sayısallaşmanın etkisiyle meydana gelen yakınsama, geleneksel medyanın tümünden değişerek her türlü iletişim mecralarıyla bütünleşmesine neden olmuş ve iletişim ortamlarının farklılaşmasını sağlamıştır.

2.5.3. Karasal Yayıncılık

1990'lı yılların başına kadar olan televizyon yayın hayatı boyunca en yaygın kullanılan karasal analog yayında ses ve görüntü sinyaller halinde yer vericileri ile izleyici alıcılara ulaştırılmıştır. Bu noktada karasal analog yayından yayılan elektro manyetik dalgalar güçlü vericilere ihtiyaç duymakta ve izleyiciye ulaşma noktasında kılçık anten olarak tanımlanan alıcılara gönderilmesi esasına dayanmaktadır (Şeker, 2009).

Yalnızca ufuk çizgisi sınırları içerisinde yapılabilen bu yayınları en sağlıklı şekilde izleyebilmek için kullanılan kılçık antenlerin, yayın yapan televizyon vericilerinin görüş alanında olması zorunluluğu bulunmaktadır. Bu noktada karasal analog yayın sinyalleri tepe, dağ ve yüksek binalar sebebi ile birbirine karışabilmekte ya da bozulabilmektedir. 1990'lı yıllardan sonraki dönemde ise karasal yayıncılık yer vericilerini kullanarak sayısallaşmaya başlamış, set üstü kutular aracılığı ile izleyicilere ulaşmıştır. Avrupalılar tarafından geliştirilen karasal sayısal sistem, karasal analog yayınlardan farklı olarak akıllı telefonlara uyum sağlamıştır. Çevresel engellerden etkilenmeyen bu yayınların çok daha dar bir frekans genişliği kullanıyor olması ise karasal sayısal yayıncılığı (DVB-T) avantajlı hale getirmektedir (Mavi, Yüksek ve Dursun, 2017). Sayısal yayıncılıkla birlikte ortak bir frekans üzerinden HD (High Definition) ve SD (Standart Definition) yayınları birden çok vericiden yine birden çok alıcıya iletme imkânına sahip olunmuştur (Yaman, 2017).

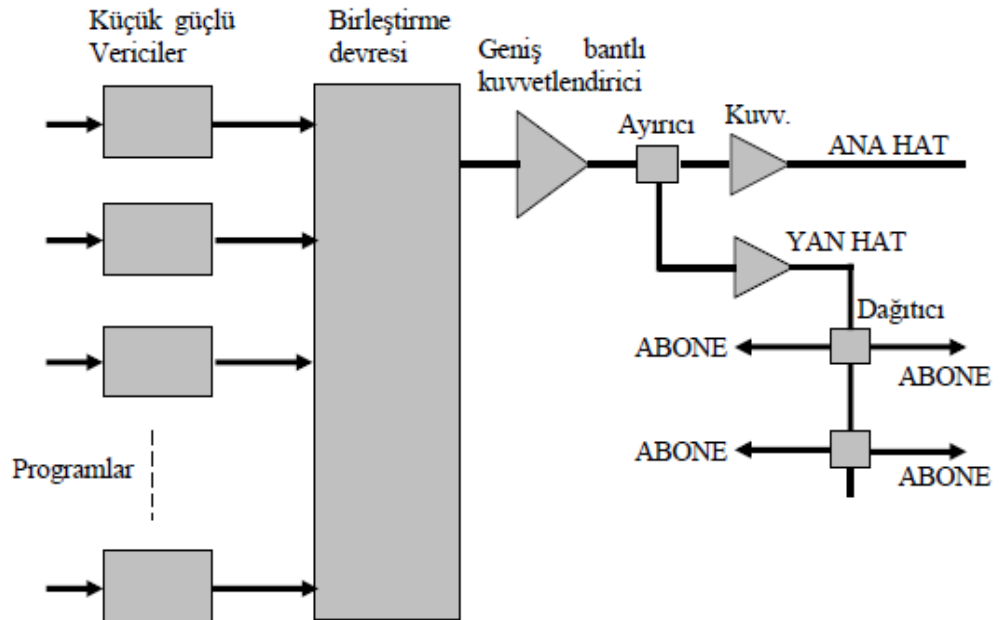
2.5.4. Uydu Yayın Sistemleri

Uzayda dünya çevresine yollanan uyduların, sabit bir yörünge üzerinde bulunmaları sayesinde verici sinyallerini dünyadaki alıcılara gönderebilmesi temeline dayanan uydu yayın sistemi, karasal yayıncılığın sahip olduğu yayın imkânlarının ötesine geçmiştir. Dünya yörüngesindeki uydulardan yollanan sinyaller, alıcılar tarafından set üstü kutu ve uydu antenleri vasıtası ile alınabilmektedir. Tüm dünyada hızla yayılan uydu yayın sistemi, frekans ve görüntü kalitesi gibi sorunlara da çözüm niteliğinde olmuştur. Uydular kullanılarak karasal yayın frekanslarının ulaşamadığı her yere yayın

yapabilmesinin yanı sıra hem analog hem de dijital yayınların alıcılara iletebilmesi ve düşük bütçeli çoklu kanalların yayın yapabilmesine de olanak sağlamıştır (Aydoğan, 2009).

2.5.5. Kablolı TV

Analog ve sayısal tüm televizyon yayın sinyallerinin fiberoptik kablolar ile alıcıya gönderilmesi prensibine dayanan kablolu yayın, aynı zamanda etkileşimli uygulamalara da imkân sağlamaktadır (Mavi, Yüksek ve Dursun, 2017). Bu sistemde kameraların ürettiği yüksek frekanslı işaretler birleştirilerek geniş bantlı bir kuvvetlendirici ile koaksiyonel kabloya gönderilir. Uyduya gönderilen bu verilerin izlenebilmesi için alıcıların abonelik yöntemi ile kabloları kiralaması gerekmektedir. Kiralanan bu kablolar uyduların yolladığı yayınları sanki bir antenden alıyormuş gibi alabilmektedir. Bunun yanı sıra uzun, kısa ve orta dalga FM radyo yayınları da kablo üzerinden iletilebilmektedir (MEB, 2011b).



Kaynak: (MEB, 2011b).

Şekil 2.10. Kablolı TV sistem şeması.

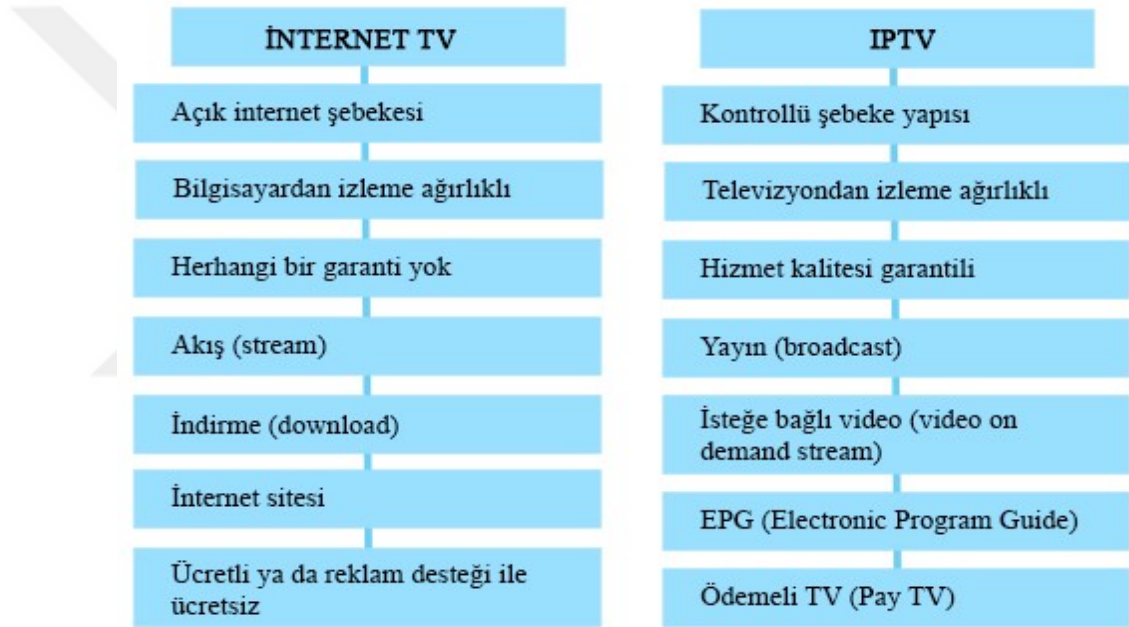
2.5.6. IPTV

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği-ITU tarafından yapılan tanımlamada IPTV, her türlü sayısal veri ve görüntülerin internetin sahip olduğu geniş bant altyapısı üzerinden gerçekleştirilen yayınlar sistemi olarak ifade edilmektedir (Mavi, Yüksek ve Dursun, 2017). Yapılan IPTV'nin günümüzde tercih edilmesinin sebebi bu yayınların güvenlik, kalite ve etkileşimli olarak IP tabanlı şebekeler üzerinden taşınabilmesidir. Bunun yanı sıra teknolojiye paralel ivmeyle gelişen sayısal televizyon yayıncılığına bağlı olarak, iletişim ortamlarının yapısı da değişmiş, izleyicilerin aktif konuma geçtiği etkileşimli bir hal alarak ağ toplumu kavramını da ortaya çıkarmıştır (Akaydın, 2014: 19).

Manuel Castells'in öne sürdüğü ağ toplu kavramında, toplumların bir ağa bağlı dinamik bir sistem olduğu, gelişim ve yeniliklere açık IPTV, Web TV ve Mobil TV benzeri yeni yayıncılık ortamlarının meydana geldiği ifade edilmiştir (Yaman, 2017). 2011 yılının ilk aylarında hizmete sokulan IPTV, Türk Telekom grubuna bağlı TNet ve Turkcell'e bağlı Superonline şirketleri tarafından sunulmaktadır. IPTV hizmeti, geniş bant internet erişiminin olduğu hanelerde televizyon ve etkileşimli içeriklerle birlikte verilebilmektedir. Abonelere sağlanan set üstü kutuları, yüksek tanımlamalı yayınları almaya da uygundur. Platformda sunulan etkileşimli içerik, Twitter, Flickr gibi sosyal paylaşım sitelerine erişim, yemeksepeti.com adresinden yemek siparişi, IPTV aboneleri arasında mesajlaşma, finans, nöbetçi eczane ya da hava durumu gibi teletext servislerine de sahiptir. Ayrıca platform içerisinde yer alan televizyon kanalları kendi yayınları üzerinde etkileşimli uygulama geliştirebilmektedir.

2.5.7. İnternet TV

İnternet TV, internet alt yapısını destekleyen akıllı telefon ve televizyonlar, dizüstü ve masaüstü bilgisayarlar, tabletler vasıtası ile mekâna bağlı olmaksızın video içerikli görüntülere ulaşılmasını sağlayan sistemdir. Bu sistem, internet yolu ile video görüntülerini doğrudan cihazlara yollamaktadır. İnternet TV ve IPTV yayınlarını çoğunlukla birbiri ile karıştırılmakta ve aynı sistem olarak algılanmaktadır. IPTV yayın sisteminde var olan abonelik ve set üstü kutuların vasıtası ile video görüntüleri izlenebilmekteyken, İnternet TV’de abonelik hizmeti ve set üstü kutulara ihtiyaç yoktur (OECD, 2006). İnternet TV ve IPTV arasındaki fark aşağıdaki Şekil 2.11. gösterilmektedir.



Kaynak: (OECD, 2006).

Şekil 2.11. İnternet TV ve IPTV arasındaki fark.

İnternet TV ve IPTV arasındaki fark yukarıda da gösterildiği gibi İnternet TV yayınlarında herhangi bir garanti verilmeden halka açık internet bağlantıları ile yapılırken, IPTV yayınları sabit bir şebeke üzerinden servis garantisi ile sunulmaktadır. Ayrıca İnternet TV’de kullanıcının internet kotasında, izlenen video içeriğinin boyutuna ve kalitesine bağlı olarak düşüş olmaktadır.

2.6. Televizyon ve Süregelen Akış

Televizyonu bir diğer kitle iletişim aracı olan telekomünikasyondan ayıran ana unsur teknik imkânlar yolu ile belirli bir kaynaktan alıcıya gönderilen görüntü ve ses aktarımı olarak ifade de edilen yayındır. Yayında gönderi de alıcı da bellidir ve gönderilen ses ile görüntü birleşerek bir program olma özelliği taşımaktadır. Yayında zaman bağlamında bir süreklilik söz konusudur (Aziz, 1976). Geleneksel televizyonun temel özelliği hazırlanan bant veya canlı yayınlardan oluşan genel ve süregelen bir iletim sürecinden oluşmasıdır. Seyircinin televizyonda birbirinden farklı olarak izlediği programlar, bu programların tanıtımları (fragman) veya diğer materyaller aslında birbiri arasında kaynaşarak organize olmakta ve bir bütünü yani akışı oluşturmaktadırlar. Televizyonun yayın akışını oluşturan programlar, program duyuruları (fragmanlar) ve reklamlarla kesintiye uğrayan farklı öyküler içerir gibi görünse de aslında bir bütünü oluşturan parçalar olarak kabul edilebilir. Televizyon yayını içerisinde bulunan programların içerik ya da kategorik olarak dağılımının analizi yapıldığında tüm gelişmiş yayın sistemlerinde, yayıncı kuruluşun karakteristik özelliklerini göstereceği gözlemlenmektedir. Bu planlı akış olgusu, belki de aynı anda bir teknoloji ve kültürel bir biçim olarak yayıncılığın belirleyici özelliğidir. Televizyonun yayın akışı içerisinde bulunan materyalleri aslında bir bütünün parçalarıdır şeklinde tanımlamak mümkündür (Williams, 2004: 78,79,89,91).

Bu değerlendirme ışığında yayın akışı televizyonu yeni medyadaki yayıncılık anlayışından ayıran en önemli özellikler arasında sayılabilir. Televizyon yayıncılığında akışın doğru hazırlanması, izleyicileri ekran başında tutmak için oldukça önemli bir etken olarak kabul edilmektedir. Günümüzde geleneksel televizyon yayıncılığı yapan kanalların internet üzerinden de yayın yaptıkları gözlemlenmektedir. Geleneksel televizyon kanallarının internet üzerinden (streaming) ile yaptıkları ve bir akışa sahip yayınlar gerçek zamanlı olarak internet üzerinden zaman ve mekândan bağımsız olarak, akıllı telefonlar, tablet ve bilgisayarlar da dâhil olmak üzere internete bağlantı kurabilen her çeşit araçla izlenebilmektedir (Noll, 2004). İnternet üzerinden yayın yapılırsa da geleneksel televizyon yayını karakterini

korumaktadır. Genel anlamda bu durum sadece görsel iletim için diğer platformların yanında ağı da kullanmaktan ibarettir.

İnternette yapılan canlı akışlar genellikle televizyon gibi sürekli bir yapıya sahip değildir. Çoğunlukla sosyal medya üzerinden yapılan canlı yayınlar, süregelen veri transferi süreci olarak ifade edilmekte ve streaming olarak adlandırılmaktadır. Streaming süreci, video veya ses içerik dosyalarının yayınlandığı anda kullanıcılara ulaşmasını sağlamaktadır. İnternette yayın yapan sitelerin kullandığı streaming, kullanıcılara bilgisayara yüklenen sayısal bilginin gerçek zamanlı olarak ve uzun süreli videolar şeklinde oynatılmasına imkân tanımaktadır (Shelly ve Vermaat, 2010). Bu streamin süreci genellikle geleneksel televizyondan farklı olarak süregelen bir akış değil daha kısa süreli canlı yayınlar olarak göze çarpmaktadır. Televizyondan farklı olarak internet üzerinden yapılan canlı yayınlar zamana bağımlı görünse de ağda kalmaya devam ettiği için istenildiği zaman izlenilme özelliğine de sahiptir. Dolayısı ile aynı andalık veya başka bir tabirle eşzamanlılık gerekliliği bulunmamaktadır. Ayrıca televizyon yayınlarının aksine hem izleyen hem de yayıncı arasında sürekli bir iletişim mevcuttur. Bu da kitle iletişimi yapan televizyonun aksine, açık olan mesaj kanalları sayesinde birey ile karşılıklı iletişimi mümkün olduğu, geri dönüşe izin veren bir yapıdır (Kırık, 2010: 85, 86).

3. BÖLÜM

İNTERNET VE YENİ MEDYA

3.1. İnternetin Tanımı

Maddesel bir eleman olmanın dışında birbirine bağlanabilen sonsuz sayıda bilgisayar ağının oluşturduğu dev bir bilgisayar ağı olarak tanımlanan internet (Timisi, 2003: 121), etkileşim öncelikli bir iletişim kurma özelliğine sahiptir. İnternet bu özelliği ile kullanıcıya tek taraflı bilgi sunmak yerine, istekleri doğrultusunda yönlendirilebilir görüntü, ses, bilgi akışı ve alışverişi sunmaktadır. Golding (1996: 72), yenilik ve yaratıcılık simgesi olan internetin çıkış noktasını, askeri araştırmalara dayandırırken, gelişiminin ise yaratımcı, enerjik ve risk alabilen genç teknogirişimciler tarafından sağlandığını ifade etmiştir. Dünyada bulunan tüm bilgisayar ağlarını birbirine bağlayan bir ağ olarak ifade edilen internet (Geray, 2003: 20), her türlü görsel ve işitsel verinin aktarımı ve alışverişi için uygun bir alt yapı sunmaktadır (Iosifidis, 2002: 28). Hall, kültürel anlamda tayin edicilik ve önderlik gibi çok önemli fonksiyonlar atfettiği interneti, tüm zamanların en etkili iletişim aracı olarak nitelendirmiştir (Hall, 1999: 232). Bunun yanı sıra internet ile birlikte kişilerin çalışma ortamı, üretim, tüketim ve alışkanlıkları ile beraber zaman ve mekândan bağımsız olarak başka kişilerle kurduğu internet bağlantısı, iletişim şeklini de değiştirmiştir (Whittaker, 2004: 18).

Tüm bu tanım ve özellikler göz önünde tutulduğunda internet, dünyadaki tüm bilgisayarları ortak bir elektronik dil ile birbirine bağlayarak veri akışı sağlayan bir araçtır tanımı yapılabilir (Çakır, 2007). İnternet, sınırları aşarak kültürel bağlamda da ulusötesileşme ve küreselleşmeyi artırmış, bu başatlığı ile yeni toplumsal ve bireysel iletişim ve ilişki formlarını ortaya çıkarmıştır. Dolayısı ile internet devamlı olarak büyüyen bir iletişim ağı olmanın ötesine geçerek makro düzeyde kültürel bir devrim olarak analiz edilebilir (Polat, 2002: 2). Bu kültürel devrimin temeli, onu oluşturan elektronik dil ve kuralların (Çakır, 2007) yanı sıra İngilizceye dayanmaktadır ve internet ağı ile bu küresel iletişime dâhil olabilmek için bu dilin bilinmesi gerektirmektedir (Subaşı, 2001: 2).

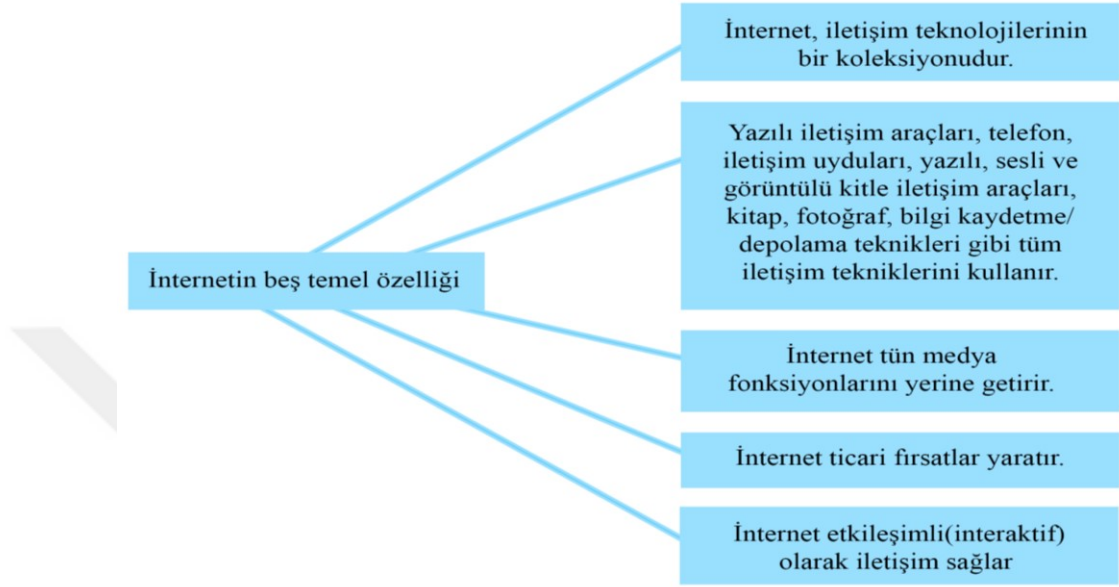
Yeni medyaya yön veren başlıca unsur olan internetin (Aydoğan ve Kırık, 2012) kullanımının yaygınlaşması ile birlikte metin, ses ve görsel veriler taşınabilir ve saklanabilir bir hale gelmiştir. Bunun yanı sıra radyo, televizyon, gazete, dergi, mektup, mesaj ve görüntülü-görüntüsüz telefon gibi çeşitli iletişim tür ve araçlarını da sınırsız olarak kendi içerisinde barındırarak dünyanın her yerinden kullanıcıya sunmuştur (Atabek, 2003: 68). İnternet kendine has olanakları ile sağladığı imkânlar ve kolaylıklar sebebiyle de günümüzde canlı yayın televizyonculuğu alanında da yeni bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ortaya çıkması ile toplumları etkisi altına alan internet yine toplumlar tarafından farklı şekillerde anlaşılmıştır (Solmaz ve ark. 2013). Lakoff ve Johnson (1980) bu konu ile ilgili olarak konuşmanın, düşüncelerin ve eylemlerin metaforlara dayandığını iddia etmiştir. İnsanın kavramsal sisteminin yalnızca gerçekliği tanımlaması nedeni ile gerçeği yalnızca metafor aracılığıyla anladığını ifade etmiştir (Lakoff ve Johnson, 1980). Bu bağlamda internetin sağladığı web uygulamalarını kullanmadan ve anlamaya başlamadan önce, kullanıcıların deneyimlerini anlamalarına yardımcı olan mecazi bir çerçeve oluşturmaları gerekmektedir. Böylece “World Wide Web” ya da “bilgi otoyolu” gibi metaforlar, internetin potansiyelini, işlevlerini ve etkileşimlerini kavramak için kullanıcılara temel oluşturabilir (Kent, 2001: 361).

Denny ve Sunderland internet ve bilgi işlem metaforları için, topluma gömülü hale geldikçe, deneyimleri anlamak için yeni metaforlar üretildiğini söylemişlerdir. Öyle ki, bilgisayar ve internet metaforları artık kişinin kendine duyduğu hisleri belirler ve hatta beynini sabit diskler veya depolama sistemleri olarak tanımlar (Denny ve Sunderland, 2005). İnternet kullanımı ve erişimi genişledikçe, bu metaforlar daha da kökleşmiş hale gelmektedir. Bu metaforlar, bir kültürün söyleminin istikrarlı bir parçası haline gelmekte ve metaforları kullananlar bunu genellikle bilinçsizce yapmaktadırlar (S. Wyatt, 2004).

Bu noktada internet sunduğu sonsuz sayıda olanakla geleneksel medyadan ayrılmaktadır. Çünkü televizyon ve gazete gibi geleneksel medyanın tek yönlü iletişim kurması nedeni ile kitleler üzerinde manipülatif olduğu ifade edilmektedir (Sayımer; 2008: 29). Bu durumun karşıtı olan toplumsal ve

teknolojik tüm değişime etkilenerak adapte olabilen internet (Karaçor,2007: 47) ise kişilere eş zamanlı ve karşılıklı iletişim olanağı sağlaması bakımından sürekli kendini yenilemektedir. İnternet beş temel özelliğe sahiptir.



Kaynak: (Aziz, 2008: 72-73).

Şekil 3.1. İletişimin beş özelliği.

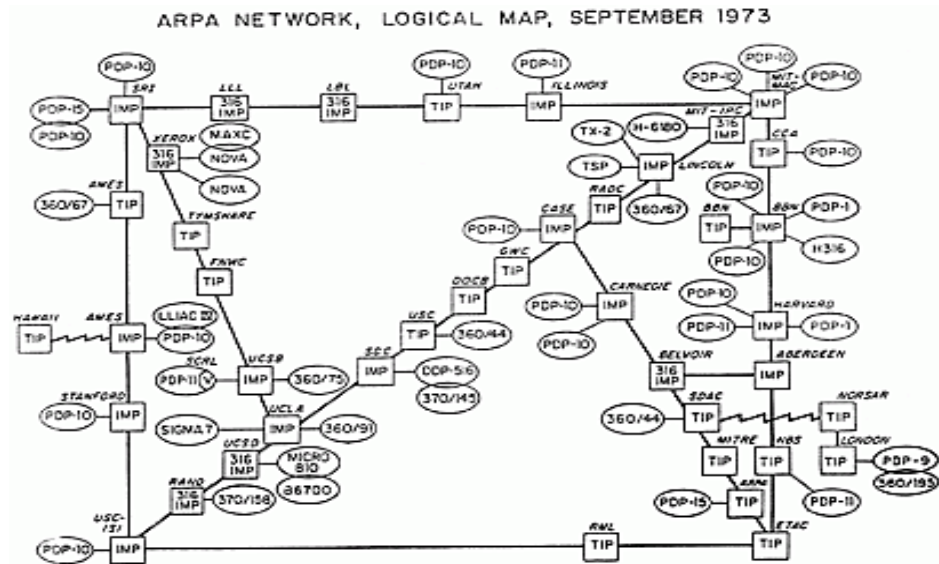
İnternetin toplum ile olan ilişkisini kuramsallaştırmada dikkat edilen yaklaşım, teknolojik olanaklar sayesinde gelişen internetin konumlanmamış her türlü bilginin uluslararası akışını sağlayan bir yol olmasıdır. Böylece bilgi herkes tarafından ulaşılabilir hale gelmektedir (Dreyfus, 2002:102). Bu bağlamda yerel ve uluslararasılık arasındaki net olan anlam farklılığı ortadan kalkarak, yerel medya küresel medya haline dönüşebilmekte ve küresel medya da yerel medya haline dönüşebilmektedir. Bunun yanı sıra küresel iş birliğine en uygun medya türü olan internet ile içerik ve içeriği hazırlayan insan iradesi, örgütlü ve dayanışmacı hareketi mümkün kılabilir (Atabek, 2003: 75- 80).

3.2. İnternetin Tarihi ve Teknik Gelişimi

Bilgisayar ağları ile ilgili çalışmaların başladığı 1960'lı yıllarda, dönemin gerekliliklerinin etkisiyle yapılan teknoloji alanındaki araştırmaların

sonucunda internet ortaya çıkmıştır. ABD ve Sovyetler Birliği arasında cereyan eden soğuk savaş dönemi oluşan askeri kaygıların, ortaya konan hedeflerin ve uzay araştırmalarındaki rekabetin sonucunda internetin ortaya çıktığı söylenebilir (Dewdney ve Ride, 2006). Bu rekabetin temelleri, 1957 yılında Sputnik uydusu sayesinde uzay araştırmalarında hızlı bir yol alan Sovyetler Birliği'ne rakip olan ABD'nin de uzay araştırmalarına başlaması ile atılmıştır (Briggs, Burke ve Şener, 2004).

Ardından gelişen süreçte İleri Araştırma Programları Ajansı (Advanced Research Projects Agency-ARPA) kurulmuştur. 1972 yılında ise ARPA yeniden yapılandırılarak DARPA (İleri Savunma Araştırmaları Proje Dairesi-Defense Advanced Research Projects Agency) ismi ile araştırma kurumlarının ve askeri birimlerin birbiriyle iletişimini sağlayan bilgisayar ağlarına yönelik araştırmalara başlamıştır. DARPA'nın gerçekleştirdiği araştırmaların sonunda kurumlar arası bilgi paylaşımı ve haberleşme ihtiyaçlarını hızlı bir şekilde karşılayacak ARPANET ismi verilen ağ sistemi ortaya çıkmıştır (Bostan, 2007). Bir diğer önemli gelişme olan Ağ Kontrol Protokolü (NCP) 1971'de geliştirilmiş ve ertesi yıl dünyada ilk kez elektronik posta kullanılmaya başlanmıştır. Ardından 1973 yılında Ftp Protokolü ile internet siteleri arasında dosya transferi yapılabilir hale gelmiştir (Kutup, 2010).



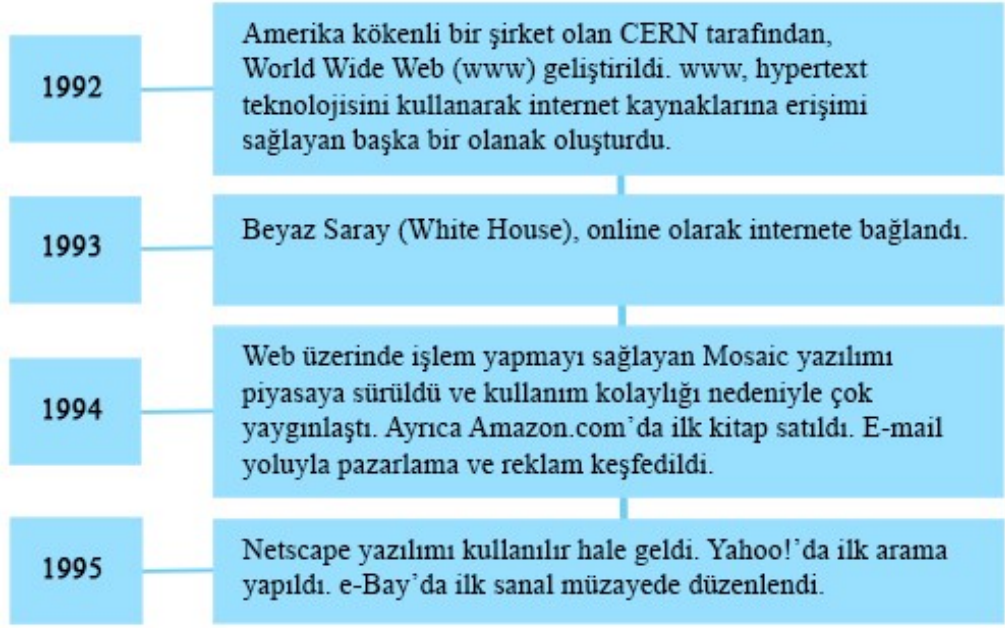
Kaynak: <https://qz.com/860873/a-1973-map-of-the-internet-charted-by-darpa/>

Şekil 3.2. 1973 yılında var olan ARPANET haritası.

ABD’de 1960 yıllarda üzerinde durulan bir diđer önemli bařlık ise “askeri bir saldırıda minimum seviyede etkilenme” özelliđi ile kesintisiz iletiřim olanađı sađlayacađı dűřünűlen paket anahtarlama teknolojisidir (Baran, 1964). Askeri gűvenlik nedeni ile üzerinde durulan bilgisayar ađlarında paket anahtarlama teknolojisinin geliřtirilme gerekçesi her ne kadar ekonomik gerekçelere dayandırılmaya çalıřılmış olsa da űlkenin içinde bulunduđu sođuk savař kořulları ve arařtırmaların askeri birlikler tarafından desteklenmesi ile bu ekonomik gerekçelerin örtűşmediđi ifade gűrűlmektedir (Bařaran, 2006: 48).

1970’li yılların sonlarına dođru hızlanan teknolojik geliřmeler ile bilgilerin sayısal verilere dűnűřtűrűlerek bilgisayarlarda saklanıp depolanabileceđi ve iřlenip iletilebileceđi bir geliřmiřlik seviyesine geçilmiřtir. 1983 yılında ARPANET içinde geliřtirilip kullanılmaya bařlanan İletiřim Kontrol Protokolű / İnternet Protokolű (TCP/IP) ise gűnűműzde kullanılan internet ađının temelini oluřturmaktadır. Yine bu bađlamda gűnűműzde kullanılan yazı, ses, gűrűntű ve hareketli gűrűntűler gibi verilerin sayısallařtırılmasıyla birlikte iletiřim ortamlarında farklı veri formatları ile her çeřit bilginin aktarılabilmesinin altyapısı da bűylece oluřturulmuřtur.

1969	Amerikan Federal Savunma Bakanlığı çeşitli askeri araştırma projelerini desteklemek amacı ile ARPANET adında Paket Anahtarlama Ağ'ı oluşturmaya başladı. Bu ağ, Amerika'daki üniversite ve araştırma kuruluşlarının bilgisayarlarını da kapsayarak büyüdü.
1972	ARPANET'in NCP ile demonstrasyonu Uluslararası Bilgisayar İletişim Konferansı'nda (ICC) gerçekleştirildi. Bunun yanı sıra ARPANET içinde elektronik posta (e-mail) kullanılmaya başlandı.
1973	Stanford Üniversitesi, University College, London'in de dahil olduğu bir çalışma ile ağ için bir protokol seti geliştirmek amacıyla "Internet Working" projesi başlatıldı.
1978	Bu tarihe kadar İletim Kontrol Protokolü'nün (TCP - Transmission Control Protocol) dört uyarlaması geliştirildi ve denendi.
1980	İletim Kontrol Protokolü kümesi sabitleşti ve ARPANET'e bağlı bilgisayarlar arasındaki iletişimi kolaylaştırdı.
1983	Tüm ARPANET kullanıcıları İletim Kontrol Protokolü/ Internet Protokolü (TCP/IP Transmission Control Protocol/ Internet Protocol) olarak bilinen yeni protokole geçiş yaptılar. O yıl TCP/IP, ARPANET'i de içeren Savunma Bakanlığı Internet'inde kullanılmak üzere standartlaştırıldı.
1985	ABD'de Ulusal Bilim Kurumu (National Science Foundation-NSF) NSFNET adını verdiği internet omurgasını kurup finansman sağlamaya başladı.
1990	ARPANET ortadan kaldırıldı fakat TCP/IP protokolü kullanılmaya devam etti ve gelişti. Daha sonra internet adı altında önce ABD'deki üniversitelere daha sonra da genel kullanıcılara açıldı.



Kaynak: (Çakır, 2007), (Tokgöz,2000: 66), (Geray, 1996: 62).

Şekil 3.3. İnternetin dünyadaki gelişimi.

İnternetin Türkiye'de kullanımı ise 1993 yılında Devlet Planlama Teşkilatı, TÜBİTAK ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin ortak çalışmaları ile birlikte başlamıştır (Karaduman, 2003: 146). Bu çalışmaların 2000'li yıllarda yaygınlaşmasıyla internet günümüzdeki halini almıştır. Ülkemizde yazı, ses, görüntü ve hareketli görüntüler gibi verilerin sayısallaştırılarak kullanılması ile diğer ülkeler ile aramızdaki gelişme farkının kapatılacağı öne sürülmüştür (Yerlikaya, 2004: 19).

Hızla gelişen teknolojiyle paralel ilerleyen internet, yeni medyanın şekillenmesinde de en önemli rolü üstlenmiş, nitel ve nicel değişimlerin belirlenmesinde etkili olmuştur (Aydoğan ve Kırık, 2012). Nitel değişimlerin oluşması yüz yüze ve kitle iletişim şekillerinin aynı potada birleşebilmesiyle; nicel değişimlerin oluşması ise iletişim araç ve altyapısının bilgi üretimi, işleme, saklanma ve dağıtım süreçlerinde masrafın ucuzlaması ve kapasitenin artmasına bağlanmaktadır (Başaran, 2005).

3.2.1. Sayısallaşma

Bilginin sayısallaşmasıyla birlikte kullanıcılara sağladığı kolaylık bakımından analog iletim ile arasındaki farklılıklar yeni medyanın da ortaya çıkmasıyla önemli bir boyut kazanmıştır (Altunay, 2012: 41). İletişim süreçlerinde niteliksel değişime sebep olan telekomünikasyon, medya ve bilgisayar teknolojisi ile altyapılarının bir araya gelmesi ile oluşan teknolojik yöndeşmenin kavranabilmesi için, analog ile sayısal veri arasındaki farkı bilmek gerekir.

Bu fark gerçek dünyaya ait bilgi ve deneyimlerin kişilerdeki çeşitli temsilleri olan analog ve gerçek dünyaya ait olmayan, bilgisayara ait verilerin kişilerdeki var ya da yok durumunun temsili olan sayısal enformasyon olarak ifade edilebilir. Analog veriler fiziksel nesnelere ifade edilirken, sayısal veriler sayılarla ifade edilmektedir. Sayısal veride var ya da yok temsili ise 1 (bir) ve 0 (sıfır)dır. Bu iki sayısal sembolün varyasyonlarından ise sayısallaşma meydana gelmektedir. Bu bağlamda bilgisayardaki her çeşit resim, yazı, ses ve hareketli görüntü sayısallaşarak 1 ve 0 sembollerinin oluşturduğu yeni iletişim sistemine dönüşmektedir. Sonuç itibari ile sayısallaşan her tür veri saklama, depolama, değiştirilebilir ve paylaşılabilir olma özelliği sebebi ile metalaşarak ağlar üzerinden iletilebilir olma niteliği ile öne çıkmaktadır (Feldman, 1997: 3). Bunun yanı sıra sayısallaşan verilerin sonsuz kere biçimlendirilebilmesi ve kolayca manipüle edilebilir olması kullanıcıların deneyim ve denetimini arttırması sebebi ile de yeni medyanın önemini artmaktadır (Aydoğan ve Başaran, 2012).

3.2.2. Yeni Medya Kavramı

Bilişim çağı olarak ifade edilen günümüz 21. yüzyılı, iletişim alanındaki hızlı gelişmeler ile birlikte internet kavramının yanı sıra yeni medya kavramını da literatüre eklemiştir (Başlar, 2013). Günümüzde bazı araştırmacılar yeni medya kavramının Charles Babbage'in "analitik makine" ve Louis Daguerre'in Dagerotip'i icadı ile 1830'lu yıllarda ortaya çıktığını söylemektedir. Buna karşın yeni medya kavramının, 20. Yüzyılda modern dijital bilgisayarların kullanımının

ihtiyaçlar doğrultusunda artması ve var olan medyaların sayısal verilere dönüştürülmesi ile birlikte ortaya çıktığı söylenebilir. Çağımızda sayısallaşmanın uzantısı olan yeni medya kavramı, iletişim amacıyla kullanılan ve veri kaybının önlenemediği tüm ortamlar olarak ifade edilmektedir (Dilmen, 2007). Araştırma yapılan kaynakların bir kısmında yeni medya kavramı sayısal medya olarak, diğer bir kısmında ise yeni sayısal medya olarak ifade edilmektedir (Lister, 2003: 14).

Bilgiye dayalı ve iletişim amaçlı sosyal, politik, ekonomik ve kültürel bağlamda çalışan araştırmacılar tarafından 70'li yıllarda yeni medya kavramı ortaya atılmıştır (Thompson, 1995). Yeni medya kavramı ilk ortaya çıktığı yıllarda modern toplumların ideolojilerini oluşturmak ve yaymak için kitlelere aynı metin, ses ve görüntüleri yaymak amacı başta olmak üzere; doğum kayıtları, iş ve sabıka kayıtlarının tutulması gibi toplumsal ihtiyaçlar için de kullanılmıştır (Manovich, Malina ve Cubitt, 2001).

Bu çerçeveden bakıldığında ise “kitle iletişim araçları ve bilgi işlem teknolojileri birbirini tamamlayan elemanlar olarak modern kitle toplumunu oluşturmuştur” şeklinde tanımlanabilir. 1990'lı yıllarda gelişen teknoloji ile birlikte ivme kazanan yeni medya kavramı ilk ortaya atıldığı 70'li yıllara göre genişleyerek farklı boyutlara varmıştır. Bilgisayarların bir ağ üzerinden kurduğu bu kitle iletişimi ile meydana gelen teknolojiye iletişim devrimi ‘yeni’ olarak nitelendirilmiştir. Yine bu çerçevede teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkan bu yenilik, kullanıcıya pasif iken aktif bir hale geçme imkânını sunmuş, ağ içerisindeki sayısallaşan her çeşit verinin zaman sıralamasında yeni ve eski olarak değerlendirilmesine olanak sağlamıştır (Aydoğan ve Kırık, 2012).

Yeni medyayı anlamak isimli kitabında McLuhan, medyayı sıcak ve soğuk medya olarak ikiye ayırmaktadır (McLuhan, 2002: 24). Bu ayırımı yoğunluğu fazla olan veri iletimi ve bu veri yoğunluğu nedeni ile azalan katılımcı, sıcak medyadır. Bu durumun tam tersi olan katılımcı artışı ve az olan veri iletimi ise soğuk medyadır. McLuhan'ın yaptığı bu sınıflandırma çerçevesinde yeni medya, sıcak bir medya olmakla birlikte, katılımcılar iletişim süreçlerini desteklemekte ve katılımcı etkileşimi önemli hale gelmektedir. Yine

bu bağlamda hızla gelişen teknolojinin bir etkisi olarak tüm dünya “global köy” haline gelerek, uluslararası farklılıkların ortadan kalkacağını öne sürmektedir (McLuhan, 1989: 95). Geleneksel iletişim düzenini değiştiren yeni medya ile birlikte ağ tabanlı, sınırsız ve tek merkezi olmayan bir yapıya sahip, yeni bir iletişim düzeni ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda farklı ve etkileşimli yeni medya ortamları bir araya gelmekte ve bu özelliği nedeni ile de çoğu zaman çoklu ortam (multimedia) ifadesi kullanılmaktadır (Dilmen, 2007: 115).

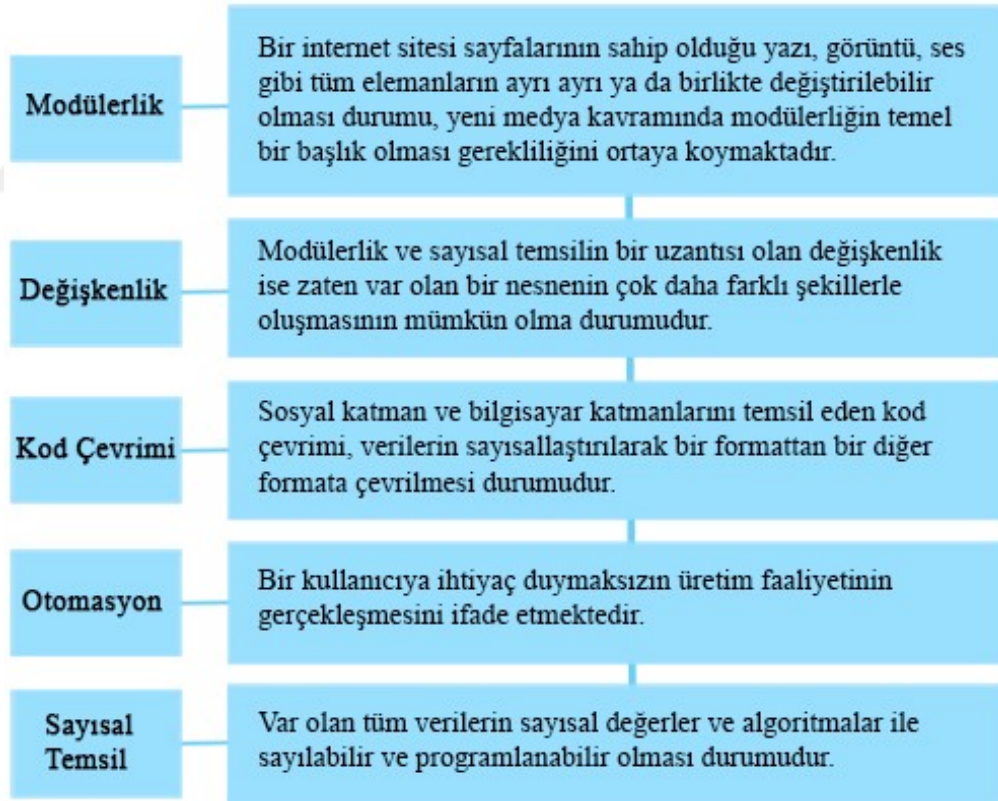
Whittaker, yeni medyanın ortaya çıkmasını Moore Kanunu, Metcalfe Kanunu ve Gilder Kanunu olmak üzere üç kanuna bağlamaktadır (Whittaker, 2004: 10). Bir bilgisayar çipi üzerine yerleştirilebilecek transistor sayısının her on sekiz ayda bir ikiye katlandığını öngören Moore Kanunu, adını Intel'in kurucularından Gordon Moore'dan almıştır. Adını Ethernet'in yaratıcısı Bob Metcalfe'den alan kanun, bir ağın maddi değerinin o ağı kullanan insanların sayısının karesiyle doğru orantılı olduğunu öngörmektedir. George Gilder'in adıyla anılan kanun ise, önümüzdeki yirmi beş sene boyunca toplam bant genişliğinin her sene üç misline çıkacağını öngörmektedir.

Yeni Medya kavramı, geleneksel medyanın süreç içerisindeki doğal bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır ve 60'lı yıllardan sonra hedef kitle değişime uğrayarak, belirli gruplara belirli medya içerikleri oluşturulmaya başlanmıştır. Bu süreç içerisinde ortaya çıkan kablolu TV ile kişiler yüzlerce farklı kanala aynı anda erişim olanağı bulmuş, birbirinden farklı nitelikleri olan kanallar özelleşmeye başlamıştır. Bu süreç ise medyanın kitlesizleşmesi olarak ifade edilmektedir (Taylor, 1997: 24). Kişilerin medya içeriklerini değiştirebilme olanağının ortaya çıkması ile birlikte ise iletişimin, bir alıcı ve bir verici arasındaki veri alışverişi olmaktan çıkarak, karşılıklı ve etkileşimli bir nitelik kazandığı görülmektedir. Kitlesizleşme ise bu sürecin sonunda demokratikleşme ve algıda farklılaşma olarak iki tür şeklinde ortaya çıkmaktadır (Casmir, 1995: 173). Medya kanallarındaki ve buna bağlı olarak veri miktarındaki artışın beraberinde kişilerin seçimlerindeki çeşitlilikleri de artırarak özgür ve demokratik tercihlere imkân veren bir ortam sunan iletimin demokratikleşmesi, kitlesizleşme ile ortaya çıkan iki türden biridir. Algıda farklılaşma ise verilerin, iletilerin alıcılar tarafından farklı şekillerde algılanması, göndericinin iletiye

yüklediği anlamların kişilere göre farklılık göstererek değişken bir tutum sergilemesi durumudur.

3.2.3. Yeni Medyanın Temel Özellikleri

Kişinin herhangi bir veriye istediği zaman ve mekânda ulaşabildiği sayısallaşmanın bir ifadesi olan yeni medya kavramı, çoklu ortam ve multimedia olarak da tanımlanmaktadır (Lister ve ark., 2003: 9). Manovich ve arkadaşlarına göre kinetik ve hareketsiz görüntülerin yanı sıra ses ve metin gibi tüm farklı verilerin birlikteliği ile oluşturulan yeni medya modülerlik, değişkenlik, kod çevrimi, otomasyon ve sayısal temsil olarak beş temel başlık altında ele alınmaktadır (Manovich, Malina ve Cubitt, 2001).

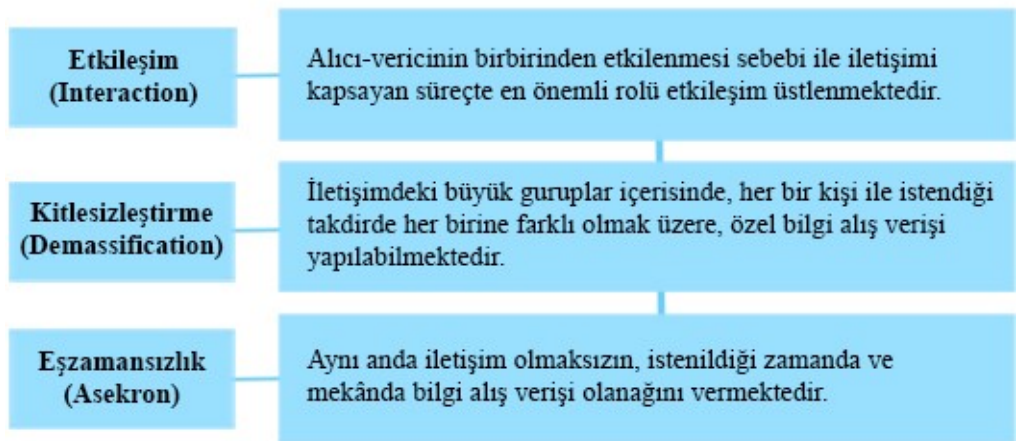


Kaynak: (German, 2003); (Dilmen, 2007).

Şekil 3.4. Manovich ve arkadaşlarına göre Yeni Medya'nın beş ana özelliği.

Manovich yukarıdaki tabloda da belirtilen sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kültürel kod çevrimi başlıklarını yeni medyanın beş ana özelliği olarak ifade etmiş ve verilerin sayısal ifadeleri anlamına gelen sayısal temsil üzerinde durmuştur. Sayısallaşan verilerin belirli algoritmalar vasıtası ile değiştirilebilir olmasının, beraberinde medyanın programlanabilir hale gelmesini sağladığını ifade eden Manovich, tüm bu özellikleri ile sosyolojik açıdan analiz ederek yeni medyanın endüstri ötesi toplumla standartlaşma ve yeniden üretim gibi paralel özelliklere sahip olduğunu düşünmektedir (Manovich, Malina ve Cubitt, 2001).

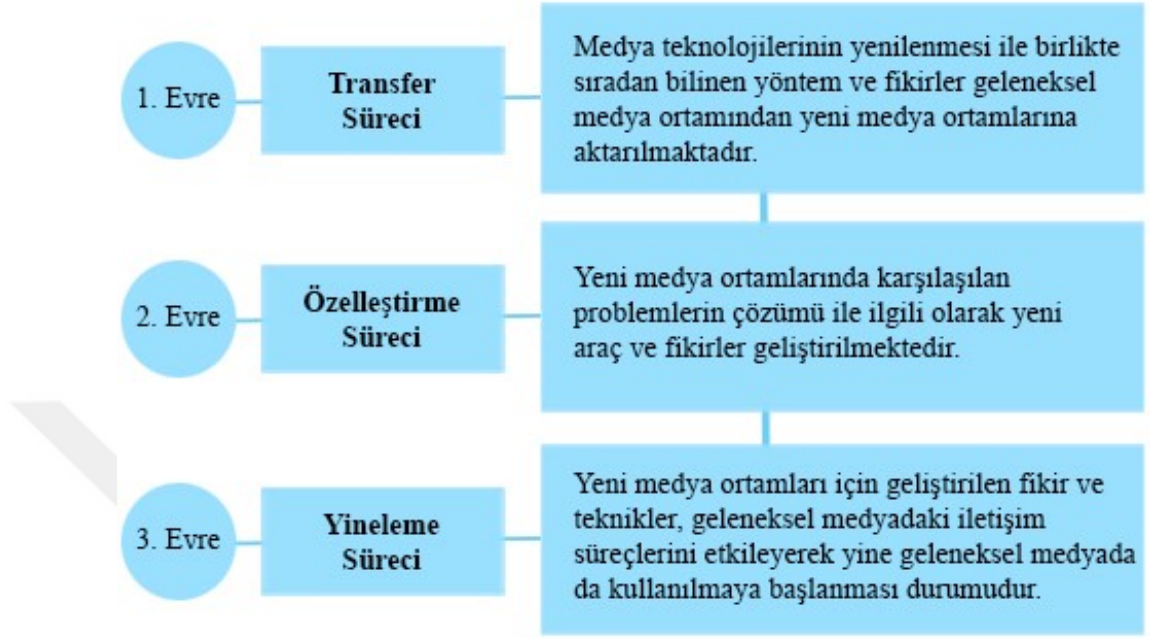
Rogers ve arkadaşları ise yeni medyanın temel özelliklerini etkileşim, kitesizleştirme ve eşzamansız olma durumları olarak üç ana başlıkta ortaya koymaktadır (Rogers, Frederick ve Rice, 1988). Bunun yanı sıra etkileşim ile pasif olan geleneksel medya kullanıcıları, yeni medya ortamları ile karşılıklı bilgi alışverişi yaparak aktif bir duruma gelmektedir. Yine bu bağlamda yeni medya ortamlarında internet, medyanın etkileşimli bir boyuta gelmesindeki önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Kitesizleştirme ise, çok sayıda kullanıcı gurupları içinde, kişilere ayrı ayrı özel ileti üretimi yapılabiliyor olması durumu olarak ifade edilmiştir. Son olarak eşzamansız olma durumu da iletilerin gönderme ve alma süreçlerinin aynı anda olma zorunluluğunun ortadan kalkmasıdır.



Kaynak: (Rogers, Frederick ve Rice, 1988).

Şekil 3.5. Rogers'a göre Yeni Medya'nın üç ana özelliği.

Yeni medya ile geleneksel medya arasındaki etkileşime bakıldığında Leckenby ve Li transfer, özelleştirme ve yineleme süreci olarak üç evrede incelemektedir (Leckenby ve Li, 2000).



Kaynak: (Leckenby ve Li, 2000).

Şekil 3.6. Leckenby ve Li'ye göre yeni medya ile geleneksel medya arasındaki etkileşim süreçleri.

3.2.4. Yeni Medya'nın Oluşumunda Teknolojik Dönüşümün Etkisi

Yeni medya kuramcısı Mark Poster, II. Medya Çağı (1995) kitabında ileri kapitalist ülkelerin 20. yüzyılda iletişim araçlarının dönüşümünü vurgulayarak kapitalizm ve yeni medya arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir. Poster'a göre medyanın dönemleri vardır ve bunların ilki, I. Medya Çağı olarak tanımlanan geleneksel medyanın önde olduğu dönemdir. Geleneksel medyanın temelinde farklı mekânlarda bulunan kişilere, aynı mesajlar yöneltilmekte ve bu yöneltilen mesajlar karşısında kişiler genellikle pasif kalmaktadır (Şahin ve Şahin, 2016).

Diğer bir dönem ise etkileşim ve çok yönlülük ile öne çıkan II. Medya Çağı, bir diğer deyişle yeni medyadır (Aydoğan, 2010: 2). Yeni medyanın var

olabilmesi, internet ve sayısal teknolojilerin bütünleşmesi ile mümkün olabilmektedir. Yeni medya çağının başlaması ile birlikte ses, görüntü ve çeşitli verilerin dolaşımı sayısal teknolojilerin de gelişmesi ile hız kazanmış, bu durum ise yaşamsal nitelikleri etkileyerek değiştirmeye ve biçimlendirmeye başlamıştır. Bu dönüşüm, değişim ve biçimlendirmenin en büyük nedeni ise teknolojiye bu büyük gelişmelerin kitleleri yönlendirmesinden kaynaklanmaktadır. Bunu yanı sıra uluslararası ve çok büyük ölçekteki şirketler de yeni medyanın gelişiminde rol alan birdiğer unsurdur (Baudrillard, 2004: 19).

Yeni medya dönemi ile kişilerin günlük yaşantıları içerisindeki alışkanlıkları da değişim göstermeye başlamıştır. Kişilerin akıllı telefonlar ve tablet bilgisayarlar vasıtası ile gazete okumaları, zaman ve mekândan bağımsız olarak haberlere yorum yapabilmeleri, fotoğraf ve videoları saniyeler içerisinde paylaşımına açabilmeleri yeni medya çağının ve bu çağ ile birlikte değişen günlük alışkanlıklarının en büyük göstergesi olmaktadır. Bunun yanı sıra günümüzde internetin yaygın olarak kullanımı kitle iletişim araçlarını birbirine bağlayarak, her çeşit metin, hareketli görüntü, ses ve sayısal veri de paylaşılabilir (Geray, 2003: 19). Bu bağlamda yeni medya ekonomik ve sosyal düzenin yanı sıra toplumun temel yapısında köklü değişikliklere neden olmuştur. Ayrıca yeni medya kişilerarası iletişimin bir özgürlük olduğu ve bu durumun teşvik edildiği, herhangi bir kişinin aynı anda milyonlarca kişiye ulaşabiliyor olma durumunun geçmiş yıllara göre korkutucu olmadığı bir dönemin medyasıdır (Aslan, 2013: 106). Başka bir pencereden bakıldığında ise yeni medya ile başlayan dijitalleşme ile birlikte kültür bağlamında da köklü değişiklikler meydana gelmiştir. Kültür nesnelere 19. yüzyıl sonu itibari ile ortaya çıkan gelişmiş tekniklerin sonucu yeniden üretimini olanaklı kılması, çoğaltılan kültür nesnelere kitleleşmesine olanak sağlamıştır. Bu çerçeveden bakıldığında ise Walter Benjamin'den söz etmemek mümkün değildir. Benjamine'e göre teknik imkânlarla yeniden üretilen özgün olan bir eserin kopyası, bu eserin gerçeğine ulaşılmasını kolaylaştırarak onu kitleleştırmekte ve bu duruma karşı olarak eserin aurasının çöküşüne sebep olmaktadır. Bu durum eserin yapısının yanı sıra mülkiyet ile ilgili değişimlerin de ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Benjamin, 1995). 20. yüzyılın ortalarında Benjamin'in ortaya koyduğu bu görüşler

günümüzde daha da ileriye giderek kültürel çerçevede değişim ve dönüşümü gözler önüne sermektedir. Bahsi geçen yeniden üretim tekniklerinin kullanılması günümüz olanakları ile kültür nesnelere bilgisayar ekranlarına taşımıştır (Başlar, 2013).

Manovich ve arkadaşları, yeni medyanın farklı iki sınıfı olduğunu ifade etmektedir (Manovich, Malina ve Cubitt, 2001). Bu iki sınıf medyaların oluşturulduğu, saklanıp dağıtıldığı bilgisayar ve onun oluşum ve içeriğini etkilediği kültürdür. Bir döngü şeklinde kültür de bilgisayarı etkileyerek bilgisayar kültürünü ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada Manovich ve arkadaşları (2001) ortaya çıkan bu yeni kültürü kişilerin algılayışı ve bilgisayarların sayısal temsilinin bir karışımı olduğunu ifade ederler. Böylece kültür sayısallaşmış ve yaşadığımız gerçek dünyadaki nesnelere birebir taklit eden yeni medya nesnelere dönüşerek yeniden tanımlanmaktadır.

3.3. Profesyonel Canlı Yayıncılıktan Amatör Yayıncılığa Dönüşüm

Ağın tarihine bakıldığında, önce metinlere yer verildiği, ardından imajların ve bir süre sonra da videoların kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Gerçek zamanlı olarak metin paylaşımının Twitter ve Facebook gibi uygulamalarla daha fazla kullanıcıya ulaşmasının ardından Instagram ve Snapchat gibi platformlarla anlık imaj paylaşımı sağlanmaya başlanmıştır. Günümüzde ise özellikle Periscop, Face Live, Twitch, Youtube gibi mecralarda gerçek zamanlı video yayınları izleyici konumunda olan insanların birer yayıncı olmasına olanak tanımaktadır (Şahin ve Şahin, 2006: 54).

Profesyonel bir canlı yayın yapmak için temelde kamera, video switcher, audio switcher ve uydu bağlantısına sahip olmak gerekirken, aynı görüntü kalitesinde olmasa bile aynı görevi kısmen başaran mobil telefonlarla canlı yayın yapmak artık çok kolaylaşmış durumdadır. Bir süre bu tarz yayınlara mesafeli duran ve güvenilir bulduğu aboneleri dışında buna izin vermeyen Youtube'un da artık bu akıma katıldığı görülmektedir. Canlı yayın özelliğine uzun süre önce izin veren YouTube, bu özelliğini yakın zamana kadar sadece web servisi üzerinden kullanıma sunmaktayken, mobilden canlı yayın yapmayı sağlayan

onlarca platformun bu fırsatı değerlendirdiği görülmektedir. YouTube'un elinden kaybetmek üzere olduğu tahtını geri almak için mobil yayın yapmak isteyen abonelere gerekli şartları hafiflettiği düşünülse de Periscop veya Facebook Live gibi istenen anda isteyen her kullanıcının mobil cihazlarla canlı yayına bağlanması hala mümkün değildir. Youtube mobil canlı bağlantı hizmeti verirken, bundan yararlanılabilmesi için kullanıcılarından güvenilir olanlarını seçmeye özen göstermektedir. Mobil canlı yayınların denetiminin oldukça zor olması, video paylaşım sitelerinin gözdesi olan Youtube'un bu temkinli yaklaşımının nedenlerinden biri olarak görülmektedir.

Zira mobil bir yayında her an telif hakları ihlali ve hukuki sorumluluk doğuran bir durumun oluşması olasıdır. Ayrıca yapılan her yayının estetik açıdan kaliteli olması mümkün değildir. Van Dijk (2016), Keen'in kullanıcılar tarafından yapılan üretimler sonucunda internetteki içeriğin daha kaliteli üretimler yapan geleneksel medyanın çöküşüne yol açacağı iddiasını 'hor görmek' olarak nitelendirse de paylaşımların kalitesiz olduğuna katılmaktadır. Dijk'a göre, kullanıcının ürettiği bilgi veya kültürel paylaşımlar geleneksel medyayı yok etmemekte aksine profesyoneller ile amatör arasındaki uçurumu daha belirgin hale getirmektedir. Youtube'un bu izlenebilirlik sorununu önceki yayınlarında sorun yaratmamış ve güvenilir olduğunu düşündüğü abonelere izin vererek aşmaya çalışmakta olduğu düşünülebilir.

Youtube, mobil canlı yayınlar konusunda çok fazla temkinli davranmakla birlikte aslında normal platform üzerinden canlı yayınlara uzun süredir izin vermekte ve çeşitli yazılımlar kullanılarak sayısallaştırılan kamera görüntüleri, Youtube Live özelliği kullanılarak yayınlanabilmektedir. Bu tarz bir canlı yayının mobil canlı yayınlardan farkı ise, bir planlama ve hazırlık evresi olması ve mekâna bağlı kalmak olarak tanımlanabilmektedir. Youtube üzerinden yapılan canlı yayınların teknik ve içerik açısından Periscope benzeri mobil bağlantılardan daha kaliteli olması noktasında, platformun bu uygulamasının etkisi olduğu söylenebilir. Youtube canlı yayın özelliği, uzun süredir normal televizyon platformlarında yer bulamayan organizasyonların, spor karşılaşmalarının, konferans ve özel toplantıların yayımlandığı bir mecra olarak kullanılmaktadır. Özellikle televizyon kuruluşlarının yayın akışında kendine yer

bulamayan spor dallarının meraklılarına ulaşmak için Youtube kanalları oluşturarak müsabakaları yayınladıkları görülmektedir. Canlı yayının bitmesinin ardından kaydedilen görüntünün sonradan istenildiği kadar izlenilebilmesi ve televizyonda yayınlanacak bir müsabakanın yayın giderlerinin çok altında oluşan maliyetler önemli bir avantaj sağlamaktadır. Türkiye ve dünyada birçok spor federasyonunun Youtube üzerinden oluşturduğu kanallar, adeta özel bir yayın organı gibi hizmet verir hale gelmiştir.

3.3.1. Mobil Araçlarla Üretilen Canlı Akış

Kullanımı hızla yaygınlaşan sosyal medya, geleneksel medyanın saltanatına ortak olan yeni bir mecra olarak önümüzde durmaktadır. Artık sıradan insanlar video üretimine imkân veren teknolojiye ve bunları yayınlayabilecekleri yeni platformlara kavuşmuştur. Bir zamanlar oldukça pahalı sistemlerle yapılabilen video üretimi artık mobil telefonlar aracılığıyla yapılabilmektedir. Geniş bant teknolojisindeki gelişim ve gittikçe genişleyen dijital ağ ise, paylaşımların çok kalabalık bir izleyen kitesine ulaşılabilmesini sağlamaktadır.

Uydu, internet ve diğer dijital iletişim biçimleri gibi medya teknolojileri zaman ve mekân sıkıştırıyorlar. Kabaca söylersek, dünya küçülüyor. Dünyadaki tüm önemli olaylar oradaymış gibi deneyimlenebiliyor. Yeni iletişim teknolojileriyle dünya hiç olmadığı kadar küçük bir yer haline geliyor (Williams, 2004: 213). Kişinin tek başına video içerik üretmesini sağlayan teknolojik imkânları; daha küçük ve hafif kameralar, döndürülebilen kamera ekranı (kullanıcının kamerayı kendi yüzüne doğru tutmadan kullanabilmesine olanak sağlar), kablosuz genişbant teknolojileri olarak tanımlamak mümkündür (Hülür ve Yaşın, 2016: 16).

Mobil cihazlarla canlı yayın imkânı bulunan en popüler sosyal medya ağlarında, liderliğin Facebook, Twitter ve Instagram'da olduğu göze çarpmaktadır. Sosyal medya üzerinden yapılan canlı yayınların çoğunlukla para kazanmak, tanıtım, eğitim, kendini tatmin ve teşhir ya da yurttaş gazeteciliği amacıyla yapıldığı görülmektedir. Zaman ve mekân sınırlaması olmadan diyalog

kurmaya ve bireyler arasında görsel ve ses içerikli dosyalar paylaşmaya imkân sağlayan sosyal medyanın en önemli özelliği ise, kullanıcının hem içerik üreticisi hem de izleyen olmasıdır. Yayınlanan akışa gelen anlık geribildirimler ile etkileşime açık iki yönlü bir iletişim süreci içerisinde olmaktadır.

Mobil canlı yayınların anlık haber verme konusunda önemli bir üstünlüğü bulunmaktadır. Geleneksel televizyonların gelişmiş yayın araçlarıyla bulunamadıkları yerlerde mobil cihazların kolay taşınabilirliği etkili bir haber kaynağı haline gelmelerini sağlamaktadır. Özellikle toplumsal olayların kamuoyuna duyurulmasında mobil cihazlarının üstünlüğü şüphe götürmez bir gerçektir. Günümüzde geleneksel televizyonların bulunmadığı ortamlarda ya da geleneksel medyanın çeşitli sebeplerle haberi görmezlikten geldiği durumlarda kamuoyunun bilgilendirilmesi görevini, sosyal medya üzerinden yapılan mobil canlı yayınlar üstlenmektedir.

Güncel bir örnek olarak, 15 Temmuz darbe girişimi sırasında Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın CNN canlı yayınına mobil bir cihazdan bağlanarak halkı bilgilendirmesi ve sosyal medya kullanıcılarının sokaktaki durumu Periscope ve Facebook Live üzerinden canlı olarak paylaşmaları gösterilebilir. Mobil cihazlar üzerinden yapılan bir yayın kimi zaman önemli oranda izleyiciye ulaşabilmekte ve habercilik konusunda geleneksel televizyonları geride bırakabilmektedir. Genellikle olağan ve anlık olayların paylaşıldığı sosyal medyada kullanıcılar, tüm dünyada izlenen yayınlara imza atmaktadırlar. 2011 yılında Occupy Wall Street'i, 2013 yılında Gezi olaylarını, 2014 yılında ise Ferguson gibi toplumsal olayları cep telefonu üzerinden yayınlayan ABD'li bağımsız gazeteci Tim Pool, 2015 yılında meydana gelen Baltimore olaylarında da Live Stream, Snapchat ve Periscope yoluyla kamuoyunu bilgilendirmiştir (Çelik ve Namal, 2016). Pool'un Gezi olayları sırasında Google Glass ile yaptığı yayınlar oldukça ses getirmiştir.

Mobil canlı yayınların kamuoyunu bilgilendirmedeki önemli etkisinin yanı sıra tartışılan birçok özelliği de bulunmaktadır. Günümüzde kullanılan cep telefonlarının büyük çoğunluğu internet üzerinden veri alışverişine uygun durumdadır ve insanların girip çıktığı her yerde yanlarında bulunmaktadır.

Dolayısıyla yayın hakları satın alınmış birçok organizasyondan katılımcılarca görüntü alınması ve ağ üzerinden yayınlanması söz konusudur. Bu durum önemli hak kayıplarına sebep olmaktadır. Özellikle spor müsabakaları ve konser organizasyonlarından yapılan mobil canlı yayınların engellenmesi noktasında önemli sorunlar yaşanmaktadır. Bazı kullanıcıların şifreli kanallardan yayınlanan spor karşılaşmalarını televizyon ekranından çekerek, mobil cihazlar üzerinden canlı yayınladığına bile tanık olunmaktadır.

Youtube'un mobil yayınlara izin verme noktasında uzun süre Periscope ve Facebook Live gibi platformlara göre daha seçici davranmasının sebepleri arasında telif sorunları oluşturacak korsan yayınlar konusunda temkinli olmak istemesi olası görülmektedir. Ancak önceleri mobil canlı yayın yapmak isteyen kullanıcılarına 10.000 aboneye sahip olmak ve 90 gün boyunca uyarı almamak gibi şartlar sunan Youtube'un daha fazla direnemediği, Instagram'ın da mobil canlı akışa izin vermesinin hemen ardından bu şartları esnettiği ve rekabete tekrar ortak olmaya çalıştığı görülmektedir.

Sosyal ağ üzerinden yapılan canlı yayınlar konusunda bir başka tehlike de ahlak dışı ve teşhir içeren içerikler ile şiddet içeren paylaşımlar olarak göze çarpmaktadır. Cinsel ilişki sırasında yapılan paylaşımlar ve canlı yayında intihar vakalarının artışı, sosyal ağlar üzerinden yapılan canlı akışın denetimi konusunda önemli bir eksiklik olduğunu gözler önüne sermektedir.

3.3.2. Ağ Üzerinden Profesyonel Yayıncılık

Geleneksel televizyonlar, akışları içerisinde birçok canlı yayına yer vermektedirler. İzleyicinin talepleri doğrultusunda planlanan ve yayın akışında yer verilen canlı yayınlar çoğunlukla haber içerikli bağlantılar, spor müsabakaları, konser ve organizasyonlar ile çeşitli sebeplerle merkez stüdyolar dışında yapılan programları kapsamaktadır. Tematik kanalların yayın planlamasında haber ve spor içerikli canlı bağlantıların ağırlıkta olduğu görülürken, eğlence içerikli televizyon kuruluşlarında genellikle stüdyo dışındaki bir mekânda çekilmesi gereken programların canlı yayın tekniğiyle merkeze aktarılarak ana akışa eklendiği gözlemlenmektedir. Genel bir kitleye

sahip olan geleneksel televizyonlar yayın akışlarını, izlenme oranları dikkate alınarak ya da bazı ticari ve siyasi ilişkiler doğrultusunda oluşturdukları için canlı yayınların içerikleri konusunda oldukça seçici davranmaktadırlar. Bu yayınların yapılması sırasında oldukça pahalı sistemlere sahip araçların kullanılması, sinyalin taşınması için uydulara ihtiyaç duyulması ve ancak teknik açıdan yetişmiş elemanlarca gerçekleştirilebilmesi, önemli oranda bir maliyet yaratmaktadır. Bu yüksek maliyetler ise yayın akışı içerisinde yer bulan bu tarz canlı bağlantıların oldukça sınırlı olmasına sebep olmaktadır.

Geleneksel televizyonlarca son yıllarda gelişen mobil hatların canlı bağlantılarda kullanılmaya başlandığı görülse de bu cihazların kaliteli bir görüntü elde etmekte oldukça sınırlı kaldıkları ve daha çok haber niteliği olan ve görece daha basit canlı yayınlarda kullanıldıkları görülmektedir. Bunun nedeni ise, televizyon kuruluşlarının akışlarında kullandıkları tüm görselin, kalite olarak belli bir standartta olması gerekliliği ve canlı bağlantı sırasında meydana gelecek görüntü kayıplarına karşı oldukça hassas olmaları kaynaklıdır. Web ve mobil hatlardaki büyük teknolojik gelişmelere rağmen, kurulacak canlı bağlantıda hata olma olasılığı uydu üzerinden yapılan yayınlara oranla daha yüksektir. İnternet ağına bağlanma noktasında oluşan teknolojik çeşitliliğe ve sürekli büyüyen bant genişliğine rağmen, internet üzerinden yapılan canlı yayınların sürekliliği ve kalitesinin profesyonel standartlarda olması noktasında sorunlar yaşanmaktadır. Yayıncının kullandığı cihazlar ile sahip olduğu internet hizmetinin bant genişliğinden, izleyen kişi sayısına, yayının yapıldığı platformun imkânlarından, izleyicilerin ağa bağlanma koşullarına kadar birçok etken ağ ortamında yapılacak olan verimli ve kesintisiz bir canlı akışı tehdit etmektedir. Geleneksel televizyon yayıncılığında, akışın kesintiye uğraması ve standartların düşmesi riski göze alınamaz bir durumdur. Bu kuruluşlar yayınlarını internette paylaşıyor olsalar bile, hâlihazırda kullandıkları platformlardan vazgeçip sadece ağ üzerinden yayın yapmaları şimdilik söz konusu olamamaktadır. Ağ üzerinden profesyonel anlamda canlı yayın yapmaya çalışanların ise önceliğinin maliyet ve görece daha bağımsız yayın yapma arzusu olduğu gözlemlenmektedir.

3.3.3. Haber ve Yorum İçerikli Canlı Akışlar

Çoğunlukla geleneksel medyada kendine yer bulamayan kişi, grup veya kesimlerce yapılan bu yayınların küçük bir TV stüdyosunu andıran mekânlarda ve paylaşımların teknik olarak, sosyal medya kullanıcılarının geneline oranla daha gelişmiş cihazlarla yapıldığına tanık olunmaktadır. Kullanılan yazılımlar yoluyla, birçok sosyal medya sitesinde aynı anda paylaşılan gerçek zamanlı bu yayınların, yine bu platformlarda kayıt altına alınması ve daha sonra da izlenebilirliği göz önüne alındığında, önemli ölçüde bir kitleye hitap edilebildiği görülmektedir.

Türkiye'de bu tarz yayınları yapanların başında genellikle muhalif yönleriyle tanınan televizyon gazetecileri ve programcıları gelmektedir. Ruşen Çakır öncülüğünde kurulan Medyascope.tv, Hilmi Hacaloğlu'nun canlı röportajlarının olduğu 32.Gün TV, Can Dünder'in kurucusu olduğu ve Almanya'dan yayın yapan #özgürüz, WebizTV, Gazete Duvar, Güncel Haber gibi oluşumların profesyonel televizyon standartlarına yakın canlı yayınlar yapmak için çalışmaları göze çarpmaktadır. Türkiye özelinde ele alındığında Hürriyet, Fanatik, Birgün gibi birçok gazetenin de kendi siteleri ve sosyal medya kanallarını kullanarak internet üzerinden video haber paylaşımı ve gerçek zamanlı yayınlar yaptıkları görülmektedir. Ayrıca, Anadolu Ajansı ve Doğan Haber Ajansı sitelerinden canlı yayınlar yapmaktadırlar. Bu haber ajanslar canlı akışlarını Twitter'dan duyurmakta ve Youtube içerisinde oluşturdukları kanalları aracılığıyla da video paylaşımı yapmaktadırlar.

3.3.4. Spor İçerikli Canlı Akışlar

Ağ üzerinden canlı akışı belki de en verimli ve profesyonelce kullananların spor içerikli yayın yapanlar olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle geleneksel televizyon kuruluşlarının yayın akışında yeterince yer bulamayan spor dallarının, kendilerine alternatif bir mecra olarak interneti seçtikleri görülmektedir. Youtube, Ustream ve Live Stream gibi platformlar, spor içerikli paylaşımların yoğun olarak yapıldığı mecralar olarak göze çarpmakta ve bu platformlarda birçok spor federasyonunun ve destekleyici

kuruluşun paylaşımlarını yaptıkları kanallar bulunmaktadır. Sportif oluşumlar ve spor organizasyonlarına destekleyici anlamında yatırım yapan kuruluşların, müsabaka ve yarışları oldukça profesyonel çekimlerle internet üzerinden canlı olarak yayınladıkları görülmektedir.

İnternet, spor organizasyonları için artık bir canlı yayın platformu haline gelirken geleneksel medyada kendine yer bulmakta sıkıntı çekmeyen popüler sportif oluşumlar için de ayrıca bir gelir kapısına dönüşmektedir. Bu organizasyonlar, müsabaka yayın haklarının satışı sırasında, ağ üzerinden yapılacak olan gerçek zamanlı akışı veya paylaşımları ayrıca fiyatlandırmaya başlamışlardır. Örnek vermek gerekirse, son dönemde yapılan Türkiye Süper Lig ve 1. Lig futbol müsabakaları yayın hakları ihalesinde, internet ve mobil yayın haklarının ayrıca bir paket olarak satışa sunulduğu görülmektedir. Dört ayrı paket halinde satışa sunulan yayın haklarından biri olan internet ve mobil yayın haklarına, 15 milyon dolar bedel biçilmiştir. Turkcell, internet ve mobil yayınların hakları konusunda teklif verse de ihale sonunda Bein Media Group'un diğerleriyle beraber bu paketi de satın almıştır.

Televizyonlarda yayınlanan spor organizasyonlarının çok büyük bir izleyici kitlesi tarafından takip edildiği bir gerçektir, ancak internetin hızlı gelişimi ve kullanıcılar tarafından ulaşılabilirliğinin kolaylaşması onu televizyonlarla yarışır hale getirmektedir. 4 Nisan 2014 tarihinde RedBull sponsorluğunda yapılan ve Youtube'dan yayınlanan uzay atlayışının, yaklaşık 8 milyon kişi tarafından izlendiği düşünüldüğünde, sponsorların ve spor camiasının interneti yeni bir yayın mecrası olarak kullanmalarında ne kadar haklı oldukları görülecektir.

3.3.5. Sanat İçerikli Canlı Akışlar

Sahne sanatlarının profesyonel yayın teknikleriyle yapılan çekimlerinin internet üzerinden yayınlamasına sıklıkla rastlanmaktadır. Özellikle gösteri sanatlarının ve müzik konserlerinin televizyon yayıncılığında aşına olunan tekniklerle çekilen görüntülerini ağ üzerinden canlı akışla paylaşılması oldukça popüler bir hal almaktadır. Bu nokta da özellikle sahne sanatlarının bu canlı

akışında yeni bir yöntem özellikle ilgi çekmeye başlamıştır. Konser alanını ya da tiyatro sahnesinde yaşanan atmosferi oradaymış gibi takip etmeye yönelik yeni çekim teknikleri ağ üzerinden uygulamaya konulmaktadır. Sadece ağ üzerinden yapılan yayınlarda aktif olan bu teknikle seyirciler açısından yeni bir izleme deneyimi sağlanmaktadır.

Tek bir görüntüde 360 derece görüntüleme sağlamayı amaçlayan kamera uygulamaları özellikle üretimin kolaylaşması ve görüntü işleme hızının artması nedeniyle son yıllarda önemli bir artış göstermiştir. Bu tür kameralar güvenlik, tele-konferans, tanıtım, sanal gezi, robot navigasyonu gibi çeşitli alanlarda yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Baştanlar, 2005). 360 derece görüşe sahip kameraların kullanıldığı bu yöntemle yapılan canlı akışlar sırasında izleyenler sahnenin herhangi bir noktasını oradaymış gibi görme şansına sahiptirler. Youtube, Periscop ya da Twitter gibi platformların birbiri ardına 360 derece çekilen akışı yayınlatabilme ya da izleyebilmeye imkân sağladıklarına tanık olunmaktadır. 360 derece akışlarla yapılan yayın, televizyon ekranından geleneksel yöntemlerle çekilerek yayınlanan sanatsal performanslar sırasında seyircinin, yönetmenin görüş açısından izlemek zorunluluğunun ortadan kalkması anlamına gelmektedir. Ağ üzerinden yapılan 360 derece yayına imkân sağlayan teknolojik cihazların üretiminde görülen çeşitlilik ve artış ağ üzerinden yapılan bu tarz yayınların daha da gelişeceğini düşündürmektedir.

Benjamin'in mekanik üretim çağında sanat yapıtının yeniden üretim makalesinde bahsettiği eserin sergilendiği mekândan koparılması sonucu, sergilenebilirliğinin artışına rağmen sahip olduğu buradalık ve biricikliği kaybetmesi sorunu, ağ üzerinden her türlü yeniden üretime ulaşılabildiği günümüzde önemini korumaktadır (Benjamin, 2002). Ancak teknolojinin baş döndürücü bir hızla gelişmesi, yeniden üretim sonucunda kaybedilen sanat eserinin aurasının, sanat yapıtına tekrar kazandırılabilceği noktasında ümit vermektedir. Berger'in, yeniden üretimin insanların evine girdiğinde kendi anlamını kaybettiği ve başka anlamlar taşımaya başladığını belirttiği sanat eserine, bu kez sanal gerçeklik teknikleri yoluyla kontrolün sadece kendinde olduğu adeta kendi gözleri ve vücudunun bir uzantısı gibi kullandığı cihazla konuk olan bir izleyicinin söz konusu olduğu söylenebilir (Berger, 1995).

Oynanan bir tiyatro oyununun geleneksel yöntemlerle çekilmiş yeniden üretimleri alışılabilir bir olgudur. Ancak bu yeniden üretimleri izlerken görülen yeniden üretim kameraların objektiflerinden belli bir perspektifle ve film yapımcısının istediği biçimde oluşturulmaktadır. Geleneksel anlamda eş zamanlı canlı akışlarda dahi izlenen görüntü ekrana çeşitli çekim teknikleri ve bunların yönetimini üstlenen yönetmenin bakış açısıyla gelmektedir. Yani Benjamin'in makalesinde bahsettiği gibi tiyatro eserini icra eden sanatçı ile etkileşim içerisinde olmak bu yeniden üretimlerde söz konusu olmamakta, bu da yapının atmosferinden (aura) uzak kalınmasına sebep olmaktadır (Benjamin, 2002).

Kevin Robins gelişen sanal gerçeklik teknolojilerinden bahisle 'Biraz hayal gücüyle insan-makine etkileşiminin klavye ve farenin ötesinde, gerçek dünyayla karşılaşmamızda olduğu gibi doğal ve kinestetik bir hale gelebileceğini' söylemektedir. Robins'in Naimark'tan alıntılanmış 'Ellerimize, kollarımıza, kafamıza, gözlerimize ve ayaklarımıza gelen girdi birimleri pozisyonları, jestleri, teması, hareketleri ve dengeyi hissettirebilir.' cümlesiyle belki de çokta ütopyik olmayan bir yaklaşımla, sanal gerçeklik çalışmalarıyla yapılmaya çalışılan teknoloji ve insanın sinir sistemi arasında doğrudan bir bağ kurmak olduğunu belirtmektedir. Robins'e göre akıl-makine enformasyon engelini ortadan kaldırma hayali, teknoloji ve onu kullananlar arasında mükemmel bir ortak yaşarlılığı yaratma arzusunu yansıtmaktadır (Robins, 2013). Gelişen teknoloji ve sanal gerçeklik konusunda atılan adımlar doğrultusunda sanat eserinin aurasını tüm duyularla hissetmek gelecekte mümkün olabilir mi bilinmez ancak şu anki teknik imkânlar buna izin vermemektedir.

3.3.6. Bilgisayar Oyunları İçerikli Canlı Akışlar

Ağ üzerinden canlı akışlar içinde bilgisayar tabanlı oyun meraklılarının birbirleriyle deneyimlerini paylaştıkları yayınların, önemli ölçüde izleyen kitlesine sahip oldukları görülmektedir. Video oyunlarla ilgili paylaşımların tüm sosyal ağlarda yapıldığı görülmekle birlikte, ABD'deki en yoğun trafiğe sahip web sitelerinden olan Twitch isimli platform, oyun içerikli akışların esas adresi

konumuna gelmiştir. Twitch popüler oyunları içeren kanalların seçebileceği, çok sayıda gamecast (oyun içerikli yayın) sunar. Video oyunların son 20 yılda gösterdiği inanılmaz yükselişle benzer şekilde, espor ismi verilen çevrim içi oyun müsabakalarının popülerliği de sürekli artmaktadır. Bu yayınların geleneksel medya organlarından yayınlanan spor müsabakalarıyla karşılaştırıldığında önemli bir izleyici kitlesine ulaştığı görülmektedir. Örneğin, Legends Ligi'nin üçüncü sezon şampiyonaları, BCS ulusal şampiyonası, NBA finalleri ve World Series'e kıyasla daha fazla izleyici toplamıştır. Twitch üzerinden yapılan yayınların sanal oyun alanı, sosyal ağ ve yüz yüze iletişime izin vererek gerçek ve sanal arasındaki sınırı bulanıklaştırdığına tanık olunmaktadır (Burroughs ve Rama, 2015). Bu ilginin geleneksel televizyon yayıncılıklarının da dikkatini çekmekte olduğu ve e-spor karşılaşmalarını yayınladıkları görülmektedir.

Twitch, sadece bir video paylaşım sitesi olmanın dışında, oyun meraklıların ve onların idollerinin bulunduğu bir sanal alan haline de gelmiştir. Gözden kaçırılmaması gereken şey, Twitch'in ana teması olan bilgisayar tabanlı oyunlar ve bunlara tutkuyla bağlı bir kitle olmasıdır. Twitch'in yükselişinde amatör yayıncıların oluşturduğu içeriklerin doğru kullanımının yanı sıra ortaya koyduğu bu sosyal topluluk görüntüsü de önemli bir yer tutmaktadır.

Castronova'ya göre tasarlanmış çevrim içi oyun ortamları çok sayıda insanı barındıran sentetik dünyalar gibidir. Oyun çevrim içi ise, dünya üzerindeki herhangi bir kişi oturum açtığı anda kullandığı ekrandan alternatif bir başka dünyayı seyretmeye başlamaktadır. Bu yeni dünya başka bir gezegen ya da başka bir düzlemde var olmuş, içinde dağlar, yıldızlar, ateşler olabilen bir alternatif evren olabilir. Yerçekimine sahip olabilir veya olmayabilir. Ağaçlar ve otlar, aynı zamanda tavuklar ve ejderhalar veya tavuk başlı ejderhalar ya da ejder başlı tavuklar olabilir; Evler, tavernalar ve kaleler veya uzay gemileri veya tiki barlar olabilir. Ve bu alternatif evren kendine özgü insanlara sahip olabilir. Yazılım tarafından üretilen bu insanların dışında kalanlar ise gerçek insanlar tarafından kontrol edilmektedir. O karakterlerin kontrol edilmeye başlanmasıyla kişi kendisinin bu sentetik dünyada var olduğunu hissetmeye başlar. Bilgisayarın ekranı aslında kişinin gözü, kontrol ettiği unsur ise artık kendi bedenidir. Bu

alternatif evrende bir başkasıyla karşılaşmak demek bilgisayar aslında ekranlarından birbirine bakan iki kişi demektir. Biri Hong Kong'da diğeri New York'ta bile olsa, aslında aynı siber bölgede olan bu iki kişi göz teması kurmuştur, görünüşleri kendilerinden farklı da olsa karşılıklı ilişki kurabilmektedirler. Bu mekânlar “gerçek” olmasa da kullanıcıların bu alternatif dünyalarda saatler, haftalar hatta aylarca zaman geçirecek kadar gerçek hissettikleri görülmektedir. Bu alanda oyun oynanmakla beraber aslında, çatışma, yönetim, ticaret, arkadaşlık, aşk gibi duygular da gerçekleşmektedir (Castronova, 2008).

Özellikle çevrim içi diye tabir edilen gerçek zamanlı oyun ortamlarının yaygınlaşması, bu sanal dünyayı yaşayan kullanıcıların birbirleriyle iletişime geçmelerine ve sosyal topluluklar oluşturmalarına sebep olmaktadır. Twitch'in bu ihtiyaca diğeri sosyal ağlara oranla daha iyi cevap verebildiği görülmektedir. Oyuncuların verdiği yemek aralarının bile canlı olarak izlenebildiği bu platformun başarısının dijital içerik pazarının devlerinden olan Youtube ve Amazon'u harekete geçirdiği görülmüştür. 2014 yılında bu ikili arasındaki mücadeleyi Amazon 970 milyon dolar vererek kazanmış ve Twitch'in sahibi olmuştur.

3.3.7. Eğitim İçerikli Canlı Yayınlar

Web üzerinden her an paylaşılan birbirinden çeşitli içeriklere sahip çok fazla canlı akışın olması, bunları sınıflandırmak veya gruplamayı güçleştirmektedir. Yukarıda detaylı olarak incelemeye çalışılan içerikler yoğunlukta olmakla birlikte, canlı akış olarak niteleyebileceğimiz oldukça fazla içerik ağ üzerinde yer almaktadır. Bunlar içerisinde eğitim amaçlı yayınlar da önemli bir yer tutmaktadır. Youtube gibi video paylaşım sitelerinde sayılamayacak kadar farklı içeriklere sahip eğitim videolarını izlemek mümkün olmaktadır. Uzaktan eğitim veren kurumlar için önemli bir mecra haline gelen, ağ üzerinden yapılan anlık akış sırasında, izleyen ile yayıncı arasında kurulabilen karşılıklı iletişim, uzaktan eğitimin, yüzyüze eğitimin kalitesine yaklaşabilmesi anlamında önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bunun yanısıra şirketlerin eğitim

ve bayi toplantılarından konferans veya etkinliklere, evlilik törenlerinden, festival alanlarına, pornografi ya da intihar içeren akışlardan trafik ve güvenlik kameralarına kadar birçok kaynaktan, web üzerinde durmaksızın canlı yayın yapılmaktadır.

3.3.8. Ağ Üzerinde Profesyonel Canlı Akış Yapmayı Sağlayan Yazılımlar ve Cihazlar

Ağ üzerinden canlı akış mobil cihazlar üzerinden kolaylıkla yapılabilmekle birlikte geleneksel televizyon yayıncılığının uygulama ve teknik kalitesini yakalamak oldukça güçtür. Geleneksel televizyon akışlarıyla başa baş bir web yayını için ise sürekli yeni cihazlar ve yazılımların piyasaya sürüldüğü gözlemlenmektedir. Geleneksel canlı yayınlarda kullanılan cihazlarla çekilen ve video karıştırıcıda birleştirilen görsellerin son halinin bir konvertörden geçirilerek web yayınına uygun hale getirilmesi aslında mümkündür. Ancak oldukça maliyetli olan bu yöntem ağ üzerinden sınırlı bütçelerle yayın yapmak isteyenler için cazip değildir. Çünkü geleneksel yöntemlerle oluşturulacak bir ünite oldukça pahalı cihazlara ve onları kullanacak profesyonel bir ekibe ihtiyaç duymaktadır.

Ağ üzerinden sürekli akış sağlayan Web TV ya da amatör yayıncıların artışı ise yeni ve daha ucuz teknolojilerin geliştirilmesini hızlandırmaktadır. Birçok kamera, metrelerce kablo, video okuyucu ve kaydediciler, video ve audio karıştırıcılar gibi cihazlar ile bu yayınların uyduya ulaştırılmasında kullanılan diğer teknik araçların yerine taşınabilir cihazların aldığı görülmektedir. Kullanımı oldukça kolay olan bu yeni oluşumlar temelde ip kameraların gönderdiği video ve ses sinyallerini de toplayabilen taşınabilir cihaz ya da bilgisayar yazılımlarından oluşmaktadır. Bu yeni ünitelerin, profesyonel çekim kalitesinin sağlanması adına geleneksel video karıştırıcılara benzer cihazlarla birlikte kullanılan yazılımlar kullandıkları görülmektedir. Daha da amatör yayınlara uygun olan ve bilgisayar ekranını sanal bir televizyon rejisine dönüştüren programlar ise, daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu cihazlar ve yazılımlar elde edilen görüntüyü bilgisayar diline çevirmekte ve ağ üzerinden

sayısal yayına hazır hale getirmektedirler. Geleneksel yayın cihazlarıyla uyumlu olan Livestream, NewTek gibi firmaların görece daha profesyonel ürünlerinin yanı sıra vMix, OBS Studio, Wirecast, Xsplit gibi yazılımların da ağ üzerinden canlı akış sağlamada oldukça yaygın bir kullanıma sahip oldukları görülmektedir.



Kaynak: <https://livestream.com/blog/wp-content/uploads/2014/08/studio4.jpg>

Şekil 3.7. Video ve audio karıştırıcı.



Kaynak: <https://233b1d13b450eb6b33b4-ac2a33202ef9b63045cbb3afca178df8.ssl.cf1.rackcdn.com/images/product-tc8000-setup.jpg>

Şekil 3.8. Video ve audio karıştırıcı.

3.4. WEB TV

Castells'e göre Web TV hem internet hizmetinden faydalanabilen hem de televizyon sinyallerini alabilen bir cihaz yardımıyla, bağımsız iki teknolojinin bir arada kullanılabilmesi durumudur (Castell, 2008). 1990'ların sonunda televizyon sinyallerinin internet üzerinden yayınlanması teknolojik olarak olanaklı hale gelse de bant hızındaki yetersizlik yüzünden video kalitesindeki düşüklük kullanıcının o dönem Web TV ile tanışmasını mümkün kılmamıştır (Akaydın, 2014). 2000'li yıllardan itibaren büyüyen bant genişliği internetteki zengin video içeriğe ulaşmayı kolaylaştırırken mobil iletişim araçları ve televizyonların web ile uyumlu hale geldiklerine tanık olunmuştur. Kullanıcıların internetteki video içeriği uzam ve zaman sınırlaması olmadan ulaşabilmesi, geleneksel televizyon yayınlarının süregelen akışına alternatif bir izleme biçimi oluşturmuştur. Bu önemli değişim, televizyon yayıncılığının sonuna yaklaşıldığına dair günümüze kadar gelen kısır bir tartışmaya sebep olmuştur (Dikmen, 2017).

İnternetin TV yayıncılığına hala son vermediği görülmekle birlikte geleneksel televizyon yayıncılığının bu teknolojik gelişim karşısında önemli değişimler yaşadığını söylemek mümkündür. Yaşananın aslında çok yoğun bir yakınsama ve bu etkileşimin baş mimarının da sayısal teknoloji olduğunu söylemek mümkündür. Görüntü ve sesin sayısal hale gelmesiyle birlikte şebeke (kablo, uydu, karasal yayın) farklı olsa bile, aynı içeriğin taşınmasına uygun hale gelmiştir. Bu ortak içerik kullanımı ise yakınsamayı iyice arttırmıştır. Sayısal teknoloji, bilgisayar ve televizyon sistemlerinin birlikte çalışabilmesinin yolunu açarken, IPTV, Web TV veya Mobil TV gibi oluşumlara da imkân sağlamıştır (Mavi, Yüksek ve Dursun, 2017: 1-2).

Televizyon yayınları, karasal, uydu veya kablolu yayın sistemi kullanan operatörlerden (Digiturk, Dsmart), kapalı ya da korunaklı internet sistemi kullanan IPTV 'ler (Tivibu, Turkcell TV) yoluyla yapılırken, bunlara alternatif olarak açık internet ağını kullanan bir yayıncılık modeli de ortaya çıkmıştır. OTT (Over The Top) modeli olarak tanımlanan bu yayıncılık modelinin IPTV'den farkı ise internet hızındaki değişimler ve kesintilerden etkileniyor olmasıdır (Dikmen, 2017).

IPTV ile doğrudan TV (Lineer TV) yayınlarının izlenmesinin yanı sıra seyirciye belli bir zaman dilimindeki tüm akışa müdahale etme yetkisi de verilmektedir. Akış sırasında geriye alma, durdurma, kayıt etme ya da sunulan özel içeriklere erişimi olan kullanıcı, öde- izle seçeneklerine (Pay TV) de sahip olmaktadır. IPTV üzerinden telefon ve internet hizmeti de aynı anda verilebilmektedir (BTK, 2013). Genel özelliklerine bakıldığında IPTV'yi, geleneksel televizyon yayıncılığının sayısal teknoloji ve bilgisayar altyapısının katkısıyla oluşmuş yeni bir mutasyonu olarak tanımlamak yanlış olmayacaktır.

Geniş bant erişimine ulaşımın kolaylaşmasıyla birlikte ağ üzerindeki içeriğe istenildiği yerde ve istenildiği zamanda ulaşmak şeklindeki eğilimin TV yayıncılarını internet üzerinden de yayın yapmaya itmesi büyük kuruluşların da OTT TV hizmetleri sunmaya başlamalarıyla sonuçlanmıştır. IPTV'den farklı olarak OTT TV 'de kendi altyapısından değil üçüncü bir hizmet sağlayıcının sağladığı internet hizmetinin üzerinden kullanıcıya ulaşıldığı görülmektedir. Geniş bant erişimindeki hızlı yayılım OTT TV hizmeti verenlerin sayısını sürekli artırmaktadır. Bu kervana yakın zamanda Youtube TV'de katılmıştır. Tüm bu profesyonel yayıncılık oluşumlarının yanı sıra küçük maliyetlerle kurulabildiği için sayısız Web TV de yayınına devam etmektedir. Ticari, dini, ideolojik ya da başka birçok amaçla yayın yapan ve sürekli akışa sahip bu TV'ler içerik olarak geleneksel TV'leri örnek alırken, geleneksel televizyonlar da yeni bir yayın mecrası haline gelen internete uyum sağlamaya çalışmaktadırlar.

4. BÖLÜM

KLASİK TELEVİZYON YAYINCILIĞINA ÖZGÜ SÜREGELEN AKIŞIN SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI ÜZERİNDE KULLANIMI: MEDYASCOPE.TV ÖRNEĞİ

4.1. Çalışmanın Kapsamı

Araştırmada sayısallaşma ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle ses ve video iletimine uygun hale gelen internetin, televizyonun bir alternatifi haline gelmesiyle oluşan yakınsamaya dikkat çekilmektedir. İnternetin hızlı yayılımı karşısında geleneksel televizyon yayıncılığının yaşadığı değişimin yanı sıra yeni medyanın tüm imkânlarına rağmen, internet üzerinde süregelen, zamana bağımlı ve kitle iletişimini andıran canlı yayınların ortaya çıkması ve bu yayıncıların geleneksel televizyon ile benzerlikleri bu tezin kapsamını oluşturmaktadır.

4.2. Çalışmanın Problemi

Kitle iletişimi yapan geleneksel televizyon, kullanıcılarına pasif bir rol biçmektedir. Karşılıklı etkileşimden uzak yapısı, bilgi gönderme ve alma süreçlerinin aynı anda olması da televizyonun eleştirilen yanları olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel televizyonun aksine yeni medya etkileşime izin veren, özel bilgi alışverişine imkân tanıyan ve zamandan bağımsız olarak yayınlara ulaşılabilen bir yapıya sahiptir. Bu önemli üstünlükleriyle yeni medyanın geleneksel medyayı zayıflatacağı ya da yerini alacağı düşüncesi hakim olmakla birlikte son dönemde internet üzerinde "kitle iletişimi" yapan bazı oluşumlar göze çarpmaktadır. Çalışmanın temel problemi, izleyicilerine ulaşmak için interneti kullanan bu oluşumların televizyon gibi davranarak takipçilerini bir kitle iletişiminde maruz bırakmasıdır. Bu oluşumlar internet üzerinden yayın yapmasına rağmen, yeni medyanın temel özelliklerinden ziyade, süregelen bir akış ile zamana bağlı, geri bildirim kapalı ve sadece bilgi gönderen bir yapıya sahiptirler.

4.3. Araştırma Soruları

Bu tez çalışmasında aşağıdaki araştırma sorularından hareket edilecektir.

1. Kitle iletişimi yapan kurumsal medya dışında internet üzerinden süregelen ve planlı bir akışa sahip canlı yayın yapan oluşumlar var mıdır?
2. Bu yayınlarla profesyonel televizyon yayınlarının arasında teknik anlamda benzerlikler var mıdır?
3. Geleneksel televizyon yayıncılığının belirgin özellikleri, internet üzerinden canlı yayın yapan bu oluşumlarda görülmekte midir?

4.4. Varsayımlar

Bu tez çalışmasında aşağıdaki varsayımlardan hareket edilecektir.

1. Yeni medya, kitle iletişimi yapan geleneksel medyadan farklı olarak zamandan bağımsız, bireyle iletişime açık ve anlık geri dönüşlere uygun canlı yayınlar yapılmasına imkân veren bir yapıya sahiptir.
2. Geleneksel medyanın yeni medya karşısında giderek zayıflaması beklentisine rağmen internette yayın yapan birtakım oluşumlar televizyon yayıncılığına benzer üretimler ortaya koymaktadır.
3. İnternet üzerinden yapılan bu yayınlar geleneksel televizyon yayıncılığına benzer olarak, daha önceden belirlenen bir akışa uymakta, etkileşime izin vermeyen bir kitle iletişimi yapmaktadırlar

4.5. Evren ve Örneklem

Amaç ve çalışma kapsamında belirtildiği üzere, araştırma evrenini video içerikli canlı yayın yapan yeni medya yayıncıları oluşturmaktadır. İnternet üzerinden canlı stüdyo yayınları yapan ve geleneksel televizyon yayıncılığına benzer özellikler gösteren T24.com.tr, gazeteduvar.com.tr, fanatik.com.tr, sputniknews.com, DeutscheWelle Türkçe, Canlı Stüdyo gibi birçok yeni medya

yayıncısı taranarak ierilerinden Medyascope.tv örneklem olarak seçilmiştir. Medyascope.tv'nin yayınları geleneksel televizyon yayıncılığı yapan NTV ile karşılaştırılmıştır. Medyascope.tv ile NTV'nin örneklem olarak seçilmesinde amaçlı (purposive) rnekleme tekniği dikkate alınmıştır. Bu rneklemenin temeli, araştırmanın amaçları doğrultusunda bir evrenin amaçlı olarak belirlenmiş bir veya birden fazla alt kesimini örnek olarak kullanmaktır. Amaçlı rnekleme, evrenin soruna en uygun kesimini gözlem konusu yapmak olarak da tanımlanabilir (Sencer, 1989). Medyascope.tv'nin örneklem olarak saptanmasında ise yapılan canlı yayınların yoğun olması, yapılan programların içerik olarak haber temelli tematik yayın yapan geleneksel televizyon kanallarıyla olan benzerliği ve önceden ilan edilen canlı yayın planlamasına tam riayet edilmesi gibi ne çıkan özellikleri etkili olmuştur. Bu erevde geleneksel televizyonların canlı yayınlarının arttığı olağanüstü dönemlerden biri olan seçim dönemi, araştırmanın yapılacağı zaman aralığı olarak belirlenmiştir. Bu zaman dilimi Medyascope.tv sitesinin politik gündemin yoğun olduğu bu dönemde yayınlarının sıklığında ve içeriğinde oluşacak değişiklikleri takip edebilmek ve yoğun gündemde nasıl bir habercilik refleksi ile hareket edeceğine dair gözlemler yapabilmek amaı ile seçilmiştir. İnternet üzerinden yayın yapan Medyascope.tv'nin 23 Haziran 2019 seçimlerini içinde bulunduran 30 Mayıs 2019 ile 30 Haziran 2019 tarihleri arasında yaptığı tüm yayınlar gün gün tablolaştırılarak, program içerikleri açısından benzerlik gösterdiği geleneksel televizyon yayıncılığı yapan NTV yayınlarıyla karşılaştırılacaktır. NTV'nin bu araştırmada örneklem olarak seçilmesinde ise Türkiye'nin ilk haber içerikli geleneksel televizyonu olması ve istikrarlı bir şekilde yayın hayatına devam etmesi etkili olmuştur.

4.6. Veri Toplama Araçları

Geleneksel televizyon yayıncılığı ile sosyal ağlar üzerinden yayın yapan internet sitesinin benzerliklerinin ortaya koyulmaya çalışıldığı bu tezde, Medyascope.tv internet sitesinin içinde İstanbül Büyükşehir Belediyesi Başkanlık Seçimleri'ni bulunduran bir aylık sredeki yayın akışına ilişkin veriler

toplanacaktır. Veriler, kayıtlar incelenerek toplanacak ve bu veriler ışığında geleneksel televizyon yayın akışı, teknik özellikler ve görsellik bağlamında NTV ile karşılaştırılarak benzerlikleri ortaya konulmaya çalışılacaktır.

4.7. Verilerin Analizi

Elde edilen sosyal ağlar üzerinden yayın yapan Medyascope.tv internet sitesinin yayın akışı verileri ile geleneksel yayıncılık yapan NTV'nin yayın akışı verileri tablolaştırılarak her ikisi arasında karşılaştırmalar yapılacaktır. Bunun yanı sıra Medyascope.tv tarafından internet üzerinden yapılan bu yayınların içerik ve teknik olarak geleneksel televizyon yayıncılığıyla benzer yanları da ortaya konmaya çalışılacaktır. Bu veriler ışığında, tez içerisinde ele alınan kuramlardan yola çıkılarak, betimsel veri analizi yapılacaktır. Betimsel analiz, elde edilmiş donelerin belirlenen ana fikir bağlamında özetlendiği ve yorumlandığı nitel bir veri analiz türüdür. Betimsel analiz, ulaşılan bulguların çalışmada özetlenerek ve yorumlanarak sunulmasını içerir (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Ayrıca verilerin toplandığı zaman dilimi olarak seçim döneminde oluşan gündem yoğunluğu ve canlı yayın artışı öngörülerek 30.05.2019 ve 30.06.2019 tarihleri arası seçilmiştir.

4.8. Bulgular

Günümüz teknolojileri ile geldiğimiz son noktada haber üretiminin ve buna paralel bir şekilde etkilenen haber tüketiminin artışı söz konusudur. Yeni medya içerisinde gelişen uygulamalar ise haberin ulaşımı noktasında önemli olanaklar sunmaktadır. Bu çerçevede çevrim içi olmaya bağlı olarak gündelik hayatın her noktasında kişiler sosyal medya içerisinde bulunabilmektedir. Bu durum göz önüne alındığında, sosyal medyanın yalnızca bir medya çeşidi olmaktan çıkarak toplumun geneline yayılan bir yaşam biçimi haline geldiğini söylemek mümkün olabilir.

İlk kez Haziran 2015 yılında, sosyal medya platformu Twitter'ın uygulaması olan Periscope üzerinden canlı yayınlar yapan gazeteci Ruşen Çakır

ile ortaya çıkan Medyascope.tv çevrim içi habercilik projesi, başlarda Skype üzerinden akıllı telefon bağlantıları ile Periscope, Facebook ve YouTube ile gerçekleştirilen canlı yayınlar temeline dayanmaktaydı. Bu canlı yayın platformları ile yeni medya, televizyon yayıncılığını da içine alan geleneksel medyaya bir rekabet ortamı sunarak dikkat çekmiştir (Şahin, 2016). Çevrim içi yeni medya platformları üzerinden yapılan canlı yayın, beraberinde geleneksel medyanın canlı yayınlarda ihtiyaç duyduğu tam donanımlı canlı yayın aracı, canlı yayın teknik ekibi ve canlı yayınlarda ihtiyaç duyulan uydu kiralama gibi pahalı gereksinimlere ihtiyaç duymaksızın, internete bağlanan herhangi bir akıllı telefon veya tablet ile dünyanın her yerindeki kullanıcılara ulaşabilmektedir. Bu bağlamda Medyascope.tv, küçük bir ekiple imece üretim temeline dayanan, açık kaynaklı haber ve yorum yayıncılık platformu olarak nitelendirilebilir.

31 Mayıs 2019 itibariyle www.medyascope.tv internet sitesinde yer alan ana başlıklar ‘Canlı Yayın’, ‘Yayın Akışı’, ‘Podcast&Uygulamalar’, ‘Reklam’, ‘Destek’, ‘Hakkımızda’, ‘İçerik Sağlayanlar’, ‘Künye’ ve ‘İletişim’ bölümlerinden oluşmaktadır. Sitede düzenli olarak canlı yayınlanan 75 farklı program sıralanmaktadır. Bunlardan 11’i Video Analiz, 15’i Siyaset, 17’si Toplum, 4’ü Ekonomi, 17’si Kültür, 5’i Spor ve 6’sı Podcast bölümünde yer almaktadır (www.medyascope.tv, 2019).

Gündemi oluşturan konuları içeren özel yayınların yanı sıra Video Analiz başlığı altında ‘Ruşen Çakır’, ‘Yorum: Kadri Gürel’, ‘Kemal Can ile 5 Soru 10 Cevap’, ‘Sedat Pişirici ile Ekonomi Tadında’, ‘Işın Elçin ile Dünyanın Gidişi’, ‘Ayдын Selen ile Gündem Dışı’, ‘İrfan Bozan ile Açılan Sandık’, ‘Müge İplikçi ile Sabun Köpüğü’ isimli, stüdyoda gerçekleştirilen düzenli programlar bulunmaktadır. 30 Mayıs-30 Haziran 2019 tarihleri içerisinde Medyascope.tv 220 canlı yayın yapmış olup, canlı olarak yayınlanan bu programların 1 saat olan ana haber bülteni dışında ortalama yayın sürelerinin 30 dakika olduğu gözlemlenmiştir. Aşağıdaki tablolarda belli periyodlarla tekrar eden bu programların yer aldığı Medyascope.tv haber sitesi canlı yayın akışı ve geleneksel televizyon yayını yapan NTV’nin 30 Mayıs-30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki yayın akışı karşılaştırılmıştır.

Tablo 4.1. 30.05.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Okuma Kùltürleri: Okumanın Çocuđun Başarısındaki Yeri	06:00 Güne Başlarken
12:00 - 12:30 İki Satır: Eski Yüzler Sahnede – Erdoğan Ne Yapmaya Çalışıyor?	09:00 Haber Merkezi
13:00 - 13:30 İkili Oyun: Basketbol Süper Ligi – Yarı Finaller	10:15 Sporun Not Defteri
14:00 - 14:30 Görünen & Görünmeyen: Hayvanların Yok Olduğu Bir Dünyaya Doğru	12:00 Haber Merkezi
15:30 - 16:00 “Bir Eylül Yarası” Kitabı Üzerine Söyleşi	14:00 Öğle Bülteni
16:00 - 16:30 Yaşamın İzleri: Hayata Seyirci Kalmamak	16:30 NTV’ye Sorun
16:30 - 17:00 اخبار هفتگی بیژ بانفارسى	17:00 Günün İçinden
17:00 - 17:30 IKBY’nin Yeni Başkanı Neçirvan Barzani: Ankara ile İlişkiler Nasıl Etkilenecek?	17:35 Gece Gündüz
18:00 - 18:30 Ruşen Çakır Yorumluyor	18:00 Günün İçinden
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	20:00 Ana Haber
20:00 - 21:00 Açık Oturum (193): Belediyelerde Neden İsraf Var, Nasıl Önlenir?	21:00 Başka Bi’ Kafa
21:30 - 22:00 Meraklısına Bilim: Türkiye’de Oy Verme Hareketinin Belirleyicileri	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 30.05.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019)

Tablo 4.2. 31.05.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
10:00 - 10:30 Sedat Yılmaz ile ...	06:00 Güne Başlarken
11:00 - 11:30 Gündem Çocuk	09:00 Haber Merkezi
12:00 - 12:30 K. Selda Tandoğan ile Bize Dair	13:00 Öğle Bülteni
12:30 - 13:00 Avrupa Parlamentosu Seçimleri Ardından Avrupa Birliği Ve Türkiye	14:30 Finans Kafe
13:00 - 13:30 Açılan Sandık	16:00 Günün İçinden
13:30 - 14:00 Büyüme Rakamları Sonrası	17:35 Gece Gündüz
14:00 - 14:30 İddaalı Gündem	17:35 Gece Gündüz
15:00 - 15:30 Saadet Partisi İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Necdet Gökçınar ile Özel Röportaj	18:00 Günün İçinden
16:00 - 16:30 Yargı Reformu Strateji Belgesi	19:05 Bana Söz Ver
16:30 - 17:00 Ruşen Çakır yorumluyor	20:00 Ana Haber
17:00 - 17:30 ThisWeek in Turkey	21:15 Ayrıcalıklı Rotalar
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana haber bülteni	22:00 Yeni Dünya Mars
20:00 - 20:30 Kurtehefte	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 31.05.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019)

Tablo 4.3. 01.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
01.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:10 Macerasever
	11:15 Ayrıcalıklı Rotalar
	12:15 Hafta Biterken
	14:15 Gol
	15:20 Makam Farkı
	16:15 Mete Çubukçu İle Pasaport
	19:15 Yaşasın Hayat
	20:00 Ana Haber
	21:15 Ruhun Doysun
	22:15 Dünya Saati
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 01.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019)

Tablo 4.4. 02.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
02.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:15 Ayrıcalıklı Rotalar
	12:25 Yaşasın Hayat
	14:10 Söz ve Müzik
	16:15 Dünya Saati
	18:05 Yeni Dünya Mars
	19:15 En Sağlıklı Sohbetler
	20:00 Ana Haber
	21:15 Macerasever
	22:00 23 Haziran İstanbul Seçimi: Binali Yıldırım
	23:20 90+

Kaynak: Medyascope.tv ve 02.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019)

Tablo 4.5. 03.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 – 11:30 Kemal Can ile 5 Soru 10 Cevap	06:00 Güne Başlarken
11:30 - 12:00 Sabun Köpüğü: Bayram	09:00 Haber Merkezi
12:00 - 12:30 Transfer Gündemi	10:15 Sporun Not Defteri
13:00 - 13:30 Suriye'deki gelişmeler ışığında: S-400 /F-35 krizi ve Rusya ile ilişkiler	11:35 Tekno Hayat
13:30 - 14:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	12:35 NTV Ekonomi
15:00 - 15:30 Eurogol	13:55 Piyasa Ekranı
16:00 - 16:30 Şehir Hepimizin	15:35 Spor
17:00 - 17:30 Ankara Gündemi: 23 Haziran'a Doğru HDP	17:35 Gece Gündüz
17:30 - 18:00 Ekonomi Tıkırında	19:00 Akşam Haberleri
18:00 - 18:30 Mekan Ve İnsan: "Saf Olmak", "Saf Tutmak"	20:00 Ana Haber
19:00 - 20:00 Güne Bakış	22:00 Ayrıcalıklı Rotalar
20:00 - 21:00 Bir Kadın: Nevşin Mengü	22:00 Pasaport
21:00 - 21:30 Brüksel Kafası: Avrupa Birliği İmamoğlu'nu nasıl görüyor?	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 03.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.6. 04.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
04.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:15 Söz ve Müzik
	10:15 O Anın Hikayesi
	11:20 Yaşasın Hayat Bayram Özel
	13:55 Piyasa Ekranı
	15:10 Spor
	18:20 Macerasever
	19:00 Akşam Haberleri
	20:00 Ana Haber
	21:15 O Anın Hikayesi
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 04.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.7. 05.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
05.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:15 Söz ve Müzik: Ajda Pekkan
	10:15 O Anın Hikayesi
	11:20 Yaşasın Hayat Bayram Özel
	14:15 O Anın Hikayesi
	15:20 Ruhun Doysu
	16:55 Paranın Nabzı
	17:40 Lezzetin Şarkısı
	19:15 O Anın Hikâyesi
	20:00 Ana Haber
	23:00 Mavi Gezegen
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 05.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.8. 31.05.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
06.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:00 Haber Merkezi
	10:15 O Anın Hikayesi
	12:20 Ayrıcalıklı Notalar
	14:00 Öğle Bülteni
	16:20 O Anın Hikâyesi
	17:00 Günün İçinden
	17:40 Lezzetin Şarkısı
	18:20 Macerasever
	19:00 Akşam Haberleri
	19:15 O Anın Hikâyesi
	20:00 Ana Haber
	21:15 O Anın Hikayesi
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 06.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.9. 07.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
12:00 - 12:30 İkili Oyun: Basketbol Süper Ligi'nde Dev Final	06:00 Güne Başlarken
13:00 - 13:30 Ruşen Çakır Yorumluyor	09:00 Haber Merkezi
13:30 - 14:00 Düşünce Suçlusu Ziyaretleri	14:30 Finans Kafe
14:00 - 14:30 Transfer Gündemi	16:00 Günün İzinden
15:00 - 15:30 Almanya'ya Yeni Göç Dalgası: "Ama Sen Hiç Türk'e Benzemiyorsun!"	17:35 Gece Gündüz
15:30 - 16:00 Binali Yıldırım Kürt Oylarını Alabilir Mi?	18:00 Günün İçinden
16:00 - 16:30 Piyasalar ABD Ekonomisini ve Fed'in Mesajlarını Doğru Okuyor Mu?	19:35 Spor
16:30 - 17:00 Çernobil: Utanç Ve Onur	20:00 Ana Haber
17:00 - 17:30 This Week In Turkey	21:00 Büyük Kediler
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	22:05 Köpeklerin Gizli Yaşamı
20:00 - 20:30 Kurtehefte	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 07.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.10. 08.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
08.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:15 Macerasever
	11:15 Ayrıcalıklı Notalar
	12:15 O Anın Hikâyesi
	13:45 Tekno Hayat
	15:20 Ruhun Doysun
	16:15 Mete Çubukçu ile Pasaport
	19:15 Yaşasın Hayat
	20:00 Ana Haber
	21:00 Büyük Kediler
	22:05 Köpeklerin Gizli Yaşamı
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 08.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.11. 09.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
08.09.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:15 Söz ve Müzik: Assolistler
	11:15 Ruhun Doysun
	14:10 O Anın Hikâyesi
	16:15 Var Ettiniz, Var Olun
	19:15 Ayrıcalıklı Rotalar
	20:00 Ana Haber
	21:00 Büyük Kediler
	22:05 Köpeklerin Gizli Yaşamı
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 09.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019)

Tablo 4.12. 10.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Kemal Can ile 5 Soru 10 Cevap	06:00 Güne Başlarken
12:00 - 12:30 Transfer Gündemi	09:00 Haber Merkezi
13:00 - 13:30 Sinemascope	11:35 Spor
14:00 - 14:30 F-35 / S-400 Krizi: Putin'in Türkiye Politikası	12:35 Ekonomi Notları
15:00 - 15:30 Merkez Sağ: Türkiye'de Tekrar Mümkün Mü?	14:30 Finans Kafe
15:30 - 16:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	15:35 Spor
16:00 - 16:30 Şehir Hepimizin: Yerelde Sivil Çalışmalar	17:35 Gece Gündüz
17:00 - 17:30 İmamoğlu-Yıldırım TV Tartışması Neyi Değiştirir?	19:00 Akşam Haberleri
17:30 - 18:00 Ekonomi Tıkırında	20:00 Ana Haber
18:00 - 18:30 Mekan ve İnsan: Toplumsal Hafızanın Mekansal Kodları – Yer İsimleri	21:00 Mete Çubukcu İle Pasaport
19:00 - 20:00 Güne Bakış	23:00 Gece Bülteni
20:00 - 20:30 Bir Kadın: Pembe Candaner	
21:30 - 22:00 Kültür & Tarih Sohbetleri	

Kaynak: Medyascope.tv ve 10.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.13. 11.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Kadri Gürsel yorumluyor	06:00 Güne Başlarken
12:00 - 12:30 Transfer Gündemi	09:25 Haber Merkezi
13:00 - 13:30 İkili Oyun	11:45 Laf Aramızda
13:30 - 14:00 Dünyanın Gidişi	14:30 Piyasa Ekranı
15:00 - 15:30 Zeytin Dalı: Cesur Kadınlar	16:00 Günün İçinden
15:30 - 16:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	17:35 Gece Gündüz
16:00 - 16:30 F-35 Krizinde Son Perde	18:00 Günün İçinden
17:00 - 17:30 Ankara 23 Haziran Sonrasına Hazırlanıyor	19:05 Bana Söz Ver
17:30 - 18:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	20:00 Ana Haber
18:00 - 18:30 A Milli Takım'ın Gerilimli Başlayan İzlanda Deplasmanı	22:00 23 Haziran İstanbul Seçimi: Ekrem İmamoğlu
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	23:15 Gece Bülteni
20:00 - 21:00 Femfikir	
21:30 - 22:00 Sosyal Hukuk: Vurulmasından 2185 Gün Sonra Berkin Elvan Davası	

Kaynak: Medyascope.tv ve 11.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.14. 12.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Ağır Ekonomi: Türkiye’de İstihdam Ve İşsizlik – Eğitimin Rolü Ve Etkinliği	06:00 Güne Başlarken
12:00 - 12:30 İkili Oyun	09:25 NTV Ekonomi
13:30 - 14:00 Sabun Köpüğü	10:15 Sporun Not Defteri
14:00 - 14:30 RolandGarros’un Ardından	12:00 Haber Merkezi
15:00 - 15:30 Popüler: İlker Canıklı ile “Her Şeyi Bilen Adam!”	14:30 Finans Kafe
15:30 - 16:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	15:25 NTV’ye Sorun
16:00 - 16:30 Global Rapor	16:35 Dünyanın Haberi
17:00 - 17:30 Transatlantik	17:35 Gece Gündüz
18:00 - 18:30 Aydın Selcen ile “Gündem Dışı”	18:00 Günün İçinden
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	19:05 Bana Söz Ver
20:00 – 20:30 Kriz Notları	20:00 Ana Haber
	21:00 Yakın Plan
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 12.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.15. 13.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
12:00 - 12:30 İki Satır: 23 Haziran'da Kazanan Değil 'Kaybeden' Mi Değişecek?	06:00 Güne Başlarken
13:30 - 14:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	09:00 Haber Merkezi
14:00 - 14:30 İstanbul'u Kim Kazanıyor?	10:15 Sporun Not Defteri
15:00 - 15:30 23 Haziran'da Sonucu Ne Belirleyecek?	12:00 Haber Merkezi
16:00 - 16:30 Yaşamın İzleri: Zehra Çelenk İle "Dünyanın Çürük Dişini Çekmek"	13:30 Öğle Bülteni
16:30 - 17:00 اخبار هفتگی بهز بانفارسى	16:30 NTV'ye Sorun
17:00 - 17:30 Eksik Olan	17:35 Gece Gündüz
18:00 - 18:30 Sosyal Psikolog Gözüyle Ve Dünyadaki Örneklerden Hareketle İmamoğlu-Yıldırım Yayını	18:00 Günün İçinden
19:00 - 20:00 Güne Bakış	18:35 Spor
20:00 - 21:00 Açık Oturum (194): 23 Haziran İstanbul Seçimine Doğru	20:00 Ana Haber
21:30- 22:00 Meraklısına Bilim	21:00 Başka Bi' Kafa
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 13.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.16. 14.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 F-35 / S-400 Krizi Gölgesinde İdlib Bilmecesi	06:00 Güne Başlarken
12:00 – 12:30 Bize Dair	09:00 Haber Merkezi
13:00 - 13:30 Açılan Sandık	10:15 Sporun Not Defteri
13:30 – 14:00 İkili Oyun	12:00 Haber Merkezi
14:00 - 14:30 Transfer Gündemi	13:30 Öğle Bülteni
15:00 - 15:30 Ahmet Taşgetiren İle 23 Haziran'a Doğru	16:30 NTV'ye Sorun
16:00 - 16:30 Nafaka Hakkı: Kadınlar Neden Isırcı?	17:35 Gece Gündüz
17:00 - 17:30 Flanör: The Kites in Sunset Vibes	18:00 Günün İçinden
17:30 - 18:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	18:35 Spor
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	20:00 Ana Haber
20:00- 20:30 Kurtehefte	21:00 Başka Bi' Kafa
21:00- 21:30 This Week in Turkey	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 14.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.17. 15.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
15.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:15 Macerasever
	11:15 Ayrıcalıklı Notalar
	12:15 Hafta Biterken
	13:45 Tekno Hayat
	15:20 Doğru Tercih
	16:15 Mete Çubukçu ile Pasaport
	19:15 Yaşasın Hayat
	20:00 Ana Haber
	21:00 Belgesel
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 15.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.18. 16.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
16.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:15 Söz ve Müzik
	11:15 Ruhun Duysun
	12:20 Yaşasın Hayat
	14:10 O Anın Hikayesi
	16:15 Doğru Tercih
	18:05 Yeni Dünya Mars
	19:15 O Anın Hikâyesi
	20:00 Ana Haber
	21:00 İstanbul Seçimi Yıldırım – İmamoğlu Ortak Yayını
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 16.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.19. 17.06.2019 tarihli Medyascope.tv ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Kemal Can ile 5 Soru 10 Cevap	06:00 Güne Başlarken
12:00 – 12:30 Transfer Gündemi	09:00 Haber Merkezi
13:00 - 13:30 Ruşen Çakır yorumluyor	10:15 Sporun Not Defteri
14:00 - 14:30 SP Genel Başkanı Temel Karamollaoğlu ile Yeniden İstanbul Seçimi	12:35 Ekonomi Notları
15:00 - 15:30 Yeniden İstanbul Seçimleri: Değişenler ve değişmeyenler	14:30 Finans Kafe
16:00 - 16:30 Şehir Hepimizin: Kentte Yürümek – Flanör ve Flanöz	15:30 Spor
17:30 - 18:00 Ekonomi Tıkırında	17:35 Gece Gündüz
18:00 - 18:30 Mekan ve İnsan: İstanbul Eskiz Turları	18:00 Günün İçinden
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	19:00 Akşam Haberleri
20:00- 20:30 Bir Kadın: Jehan Barbur	20:00 Ana Haber
20:30- 21:00 Ankara Gündemi: Ekrem İmamoğlu- Binali Yıldırım yayınına bakış	22:00 Mete Çubukçu İle Pasaport
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 17.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.20. 18.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 İstanbul'un Seçimi	06:00 Güne Başlarken
12:00 - 12:30 Transfer Gündemi	09:25 NTV Ekonomi Geri Sayım
13:30 - 14:00 Çernobil Felaketi: Gerçeği ve kurgusu ile	11:00 Haber Merkezi
15:00 - 15:30 Zeytin Dalı	13:00 Öğle Bülteni
16:00 - 16:30 Trump Döneminde ABD'nin Dünyadaki Konumu Ve Türk-Amerikan İlişkilerinin Gelişimi	14:30 NTV Ekonomi
17:00 - 17:30 Ruşen Çakır Yorumluyor	16:00 Günün İçinden
17:30 - 18:00 Brezilya Yolsuzluk Skandalı: Lula'yı Deviren "Yargı Darbesi"nin Perde Arkası	17:35 Gece Gündüz
18:00 - 18:30 Mursi'nin ölümü: Mısır siyaseti nasıl etkilenir?	18:00 Günün İçinden
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	19:00 Akşam Haberleri
20:00- 21:00 Femfikir	20:00 Ana Haber
21:30- 22:00 Sosyal Hukuk: Delilsiz Yargı, Muhalefetsiz Toplum Arayışında "Gezi Davası"	21:00 Siyasi İşler
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 18.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.21. 19.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Ağır Ekonomi: Türkiye’de İstihdam Ve Büyüme Sorunları	06:00 Güne Başlarken
12:00 – 12:30 Eurogol: Avrupa’da yaz sezonu	09:25 NTV Ekonomi
13:00 - 13:30 Sınırsız	12:00 Haber Merkezi
13:30 – 14:00 Sabun Köpüğü	13:00 Öğle Bülteni
14:00 - 14:30 Ruşen Çakır Yorumluyor	14:30 Finans Kafe
15:00 - 15:30 Popüler: Dijital Yayıncılığın Yap/Yapmaları	15:25 NTV’ye Sorun
16:00 – 16:30 Sil Baştan: Müge İplikçi İle Yeni Romanı Üzerine Söyleşi	17:35 Gece Gündüz
18:00 - 18:30 Aydın Selcen ile “Gündem Dışı”	18:00 Günün İçinden
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	19:00 Akşam Haberleri
20:00- 20:30 Kriz Notları	20:00 Ana Haber
	21:00 Yakın Plan
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 19.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.22. 20.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
	06:00 Güne Başlarken
12:00 – 12:30 İki Satır: Eski Türkiye, Yeni CHP	10:15 Sporun Not Defteri
13:00 - 13:30 Dünyanın Gidişi: ABD'nin İran Politikasının Sahibi Kim?	12:00 Haber Merkezi
13:30 – 14:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	13:00 Öğle Bülteni
14:00 - 14:30 Gezi Davası Yaklaşırken: Bu Dava Toplumsal Muhalefet İçin Nasıl Bir Tehlike?	16:30 NTV'ye Sorun
15:00 - 15:30 Eksik Olan: Bağımlılık	17:00 Günün İçinden
16:00 – 16:30 Yaşamın İzleri: “Gerçeğin Yansımasını Aktaran Göz”	17:35 Gece Gündüz
16:30 - 17:00 اخبار هفتگی بهز بانفارسى	18:00 Günün İçinden
17:00 - 17:30 Transatlantik	19:00 Akşam Haberleri
18:00- 18:30 #Byvsei Sırasında Sosyal Medya	20:00 Ana Haber
19:00- 20:00 Güne Bakış	21:00 Pasaport
20:00- 21:00 Açık Oturum (195): Yeniden İstanbul Seçimi	23:00 Gece Bülteni
21:30- 22:00 Meraklısına Bilim: Dünden Bugüne Kök Hücre Tedavileri	

Kaynak: Medyascope.tv ve 20.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.23. 21.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Gündem Çocuk: Karanlığa Terk Edilmiş 400 Bin Çocuk – Engelli Mülteci Çocuklar	06:00 Güne Başlarken
12:00 – 12:30 23,5 Hrant Dink Hafıza Mekânı	09:00 Haber Merkezi
13:00 - 13:30 Açılan Sandık	12:30 Doğru Tercih
13:30 – 14:00 Yorum – Kadri Gürsel: İktidarın Öcalan Çaresizliği (Tekrar Yayın)	15:15 Hafta Biterken
14:00 - 14:30 Transfer Gündemi	17:35 Gece Gündüz
16:00 - 16:30 ABD-İran Krizi: Ortadoğu Yeni Bir Savaşın Eşiğinde Mi?	18:00 Günün İçinden
17:00 – 17:30 Her Şartta Spor	18:35 Spor
17:30 - 18:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	19:05 Bana Söz Ver
19:00 - 20:00 Güne Bakış	20:00 Ana Haber
20:00- 20:30 Kurtehefte	21:15 Ayrıcalıklı Rotalar
20:30- 21:00 CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'le Özel Yayın	22:00 Belgesel
21:00- 21:30 This Week İn Turkey: Countdown To Istanbul's June 23 Re-Vote	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 21.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.24. 22.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
22.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:15 Macerasever
	11:15 Ayrıcalıklı Notalar
	12:15 Hafta Biterken
	13:45 Tekno Hayat
	14:10 Söz ve Müzik
	15:40 Spor
	16:10 Pasarport
	19:15 Yaşasın Hayat
	20:00 Ana Haber
	21:00 Belgesel
	23:00 Haber Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 22.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.25. 23.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
19:00- 23:30 Yeniden İstanbul Seçimi – Özel Yayın	09:15 Söz ve Müzik
	11:15 Ruhun Duysun
	12:15 Yaşasın Hayat
	14:10 0→100
	15:10 Spor
	15:20 Macerasever
	16:00 İstanbul

Kaynak: Medyascope.tv ve 23.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.26. 24.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Kemal Can ile 5 Soru 10 Cevap	06:00 Güne Başlarken
12:00 – 12:30 Transfer Gündemi	09:00 Haber Merkezi
13:00 - 13:30 Ruşen Çakır Yorumluyor	10:15 Sporun Not Defteri
14:00- 14:30 Seçimlerden Sonra Ekonomi	11:35 Spor
15:00 - 15:30 İmamoğlu Neden Ve Nasıl Kazandı?	12:35 Ekonomi Notları
16:00 - 16:30 Şehir Hepimizin: Dün Ne Oldu? – 2	14:30 Finans Kafe
17:00 – 17:30 Ankara Gündemi: “İmamoğlu’nun Zaferi”	15:35 Spor
17:30 - 18:00 Ekonomi Tıkırında	17:35 Gece Gündüz
18:00 - 18:30 Mekan ve İnsan: Yeni Şehirleşme ve Kentsel Yayılmaya Karşı Kompaktlaşma	19:05 Bana Söz Ver
19:00- 20:00 Güne Bakış	20:00 Ana Haber
20:00- 20:30 Bir Kadın: Fatmagül Bertay	21:00 Pasaport
21:30- 22:30 Kültür & Tarih Sohbetleri: Nazım Hikmet’in Yolculuğu	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 24.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.27. 25.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Yeri Gelmişken	09:25 NTV Ekonomi Geri Sayım
12:00 - 12:30 Transfer Gündemi	11:00 Haber Merkezi
13:00 - 13:30 İkili Oyun	11:45 Laf Aramızda
13:30- 14:00 Açılan Sandık	13:00 Öğle Bülteni
14:00 - 14:30 Ak Parti Neden Kaybetti?	14:30 NTV Ekonomi
15:00 - 15:30 Zeytin Dalı: Gamze Arslan ile “Kanayak”	16:00 Günün İçinden
16:00 - 16:30 Global Rapor	17:35 Gece Gündüz
17:00 - 17:30 Ruşen Çakır Yorumluyor	18:00 Günün İçinden
19:00 - 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	19:05 Bana Söz Ver
20:00- 21:00 Hemfikir	20:00 Ana Haber
	21:00 Siyasi İşler
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 25.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.28. 26.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Ağır Ekonomi: Seçimlerin Ardından Türkiye İşgücü Piyasasının Görünümü	09:25 NTV Ekonomi
12:00 – 12:30 Eurogol: FIFA Kadınlar Dünya Kupası	10:15 Sporun Not Defteri
13:00 - 13:30 Sınırsız	12:00 Haber Merkezi
13:30- 14:00 Sabun Köpüğü	14:30 Finans Kafe
14:30 - 15:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	15:25 NTV'ye Sorun
15:00 - 15:30 Popüler: Melisa Kesmez İle “Nohut Oda” Kitabı Üzerine	17:35 Gece Gündüz
16:00 – 16:30 İstanbul Yenilgisinin AKP'deki Yansımaları	18:00 Günün İçinden
16:30 - 17:00 23 Haziran Seçimlerinde Medyanın Rolü	19:05 Bana Söz Ver
17:00 - 17:30 Transatlantik	19:05 Bana Söz Ver
18:00- 18:30 Aydın Selcen ile “Gündem Dışı”	20:00 Ana Haber
19:00- 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	21:00 Haber
	22:00 Pasaport
	23:00 Gece Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 26.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.29. 27.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Okuma Kùltürleri: Mario Levi İle “Okumak, Farklı Olmak Demektir”	06:00 Güne Başlarken
12:00 – 12:30 İki Satır: 23 Haziran’ın “Ekonomi Politigi”	09:00 Haber Merkezi
13:00 - 13:30 Feminist Bakış	10:15 Sporun Not Defteri
13:30- 14:00 Brüksel Kafası	12:00 Haber Merkezi
14:00- 14:30 Trump-Erdoğan Görüşmesinden Ne Çıkar?	13:00 Öğle Bülteni
15:00 - 15:30 İstanbul’un Seçimi	16:35 Dünyanın Haberi
16:00 – 16:30 Yaşamın İzleri	17:35 Gece Gündüz
16:30 - 17:00 اخبار هفتگی بهز بانفارسى	18:00 Günün İçinden
17:00 - 17:30 Eksik Olan	19:30 Türkiye-İtalya Bask. Karş.
18:00- 18:30 ABD, İnan’da Rejim Değişikliği İçin Savaşı Göze Alabilecek Mi?	21:30 Başka Bi’ Kafa
19:00- 20:00 Güne Bakış	23:00 Gece Bülteni
20:00- 21:00 Açık Oturum (197): İstanbul seçimini yaptı, şimdi ne olacak?	
21:30- 22:00 Meraklısına Bilim: Hukuk Tüketiciyi Ne Zaman Ve Nasıl Korumalıdır?	

Kaynak: Medyascope.tv ve 27.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.30. 28.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
11:00 - 11:30 Gündem Çocuk: Çocukluktan Yetişkinliğe Cinsel Kimlik – I	09:00 Haber Merkezi
12:30 – 13:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	10:15 Sporun Not Defteri
13:00 - 13:30 Gökkuşuğu Bülten	15:15 Hafta Biterken
14:00- 14:30 Günden Fenerbahçe	16:35 Dünyanın Haberi
15:00- 15:30 İstanbul Seçimini Yaptı, Şimdi Ne Olacak? Levent Gültekin Değerlendiriyor	17:00 Slovenya-Türkiye Kadınlar Basketbol Avrupa Şampiyonası Karş.
16:30 - 17:00 Ruşen Çakır Yorumluyor	19:05 Bana Söz Ver
17:00 – 17:30 ABD’de Yeni Tartışma: Demokratların Arayışı Ve Demokratik Sosyalizm	20:00 Ana Haber
18:00 - 18:30 CHP-SP Yakınlaşması: Yeni Bir Toplumsal Sözleşme Teklifi Mi?	21:15 Ayrıcalıklı Notlar
19:00 – 20:00 Güne Bakış: Ana Haber Bülteni	22:00 Mars Seyahat Rehberi
20:00- 20:30 Kurtehefte	23:00 Gece Bülteni
21:00- 21:30 This Week in Turkey	

Kaynak: Medyascope.tv ve 28.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.31. 29.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
29.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	07:00 Erdoğan G20 Zirvesinde
	12:00 Haber Bülteni
	13:45 Tekno Hayat
	14:15 Ahmak Bilimi
	16:10 Pasaport
	19:15 Yaşasın Hayat
	20:00 Ana Haber
	21:00 Deniz Ejderhası “Belgesel”
	22:00 Mavi Gezegen “Belgesel”
	23:00 Haber Bülteni

Kaynak: Medyascope.tv ve 29.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Tablo 4.32. 30.06.2019 tarihli Medyascope ve NTV yayın akışı.

Medyascope	NTV
30.06.2019 tarihinde Medyascope.tv sitesinde canlı yayın duyurusu yapılmamıştır	09:15 Söz ve Müzik
	11:15 Ruhun Doysun
	12:20 Yaşasın Hayat
	14:15 Zihin Oyunları
	16:50 Laf Aramızda
	17:00 Macaristan-Türkiye Kadınlar Basketbol Ligi Avrupa Şamp.
	19:15 En Sağlıklı Sohbetler
	20:00 Ana Haber
	21:15 Lezzet Avcısı
	23:00 Haber

Kaynak: Medyascope.tv ve 30.06.2019 tarihli Hürriyet Gazetesi TV Akış Listesi (Erişim: 01.07.2019).

Yukarıdaki tablolar özellikle gündemin yoğun olduğu seçim dönemi dikkate alınarak hazırlanmıştır. Tablonun sol tarafında Medyascope.tv tarafından yapılan programları içeren akış bulunurken, tablonun sağ tarafında ise NTV'nin günlük akışları yer almaktadır.

4.8.1. Medyascope.tv ve NTV'nin Yayın Akışının Program İçerikleri Bakımından Karşılaştırılması

Medyascope.tv'nin seçim dönemini içeren bir aylık yayın akışı incelendiğinde, haber kanalları olarak da tanımlanan tematik yayın yapan televizyon kuruluşlarına benzer bir içeriğe sahip olduğu görülmektedir. Karşılaştırma için kullanılan NTV yayın akışında olduğu gibi Medyascope.tv sitesinden yayınlanan programların da haber ağırlıklı bir içeriğe sahip olduğu söylenebilir. NTV kadar fazla haber bülteni yayını olmasa da televizyon haberciliğinin en önemli ürünü olan ana haberin Medyascope.tv'de de periyodik olarak yayınlandığı görülmektedir. Yine akışlar incelendiğinde, haber formatına uygun olan stüdyo tartışma programlarının iki örnekte de çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Medyascope.tv yayınlarının, NTV'de de olduğu gibi sadece haber değil, ekonomi, kültür ve spor içerikli medya ürünleri içerdiği de dikkat çekici başka bir benzerlik olarak karşımıza çıkmaktadır. İki örnek arasındaki en önemli farklardan biri NTV'nin yayınının tüm gün boyunca sürerken Medyascope.tv'nin genellikle sabah 11.00 ile gece 23.00 arasında yayın yapmasıdır. NTV yayın akışında canlı yayınlar oldukça çok yer tutsa da bant programlar da bulunmaktadır. Medyascope.tv programları ise sadece canlı olarak yayınlanmakla birlikte, yayınlanan her program sosyal medya sitelerinde daha sonra da izlenebilecek şekilde depolanmaktadır. Özellikle seçim dönemini içeren bir aylık sürenin örneklem olarak seçilmesi bu iki yayıncının gündemi takibini de kıyaslamaya imkân tanımıştır.

Tüm ay boyunca iki medya yayıncısının da rutin yayın akışlarının oldukça önem arz eden İstanbul Belediye Başkanlığı Seçimleri dolayısıyla değişikliklere uğradığı görülmektedir. İki yayıncı da normal zamanlarda akışlarında bulunmayan seçim içerikli programlar yapmışlardır. Özellikle seçim gecesi yapılan ve hem NTV hem de Medyascope.tv tarafından seçim özel olarak adlandırdıkları programlar içerik olarak oldukça benzerlik göstermektedir. İki programda seçim yasaklarının bitmesinin ardından istatistiki bilgilerin verildiği, sonuçların ortaya çıkmasıyla birlikte ise kazanan ve kaybeden tarafların detaylı analizlerinin yapıldığı canlı yayınlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bayram ve

hafta sonu tatillerinin olduğu günlerde NTV'nin daha magazinel içerikler ve tekrar programlar yayınladığı, Medyascope.tv'nin ise çoğu zaman o günlerde yayın yapmadığı görülmektedir.

Bu durum dikkate alındığında NTV'nin de Medyascope.tv'nin de seyirci kaybettikleri bu tatil günlerine diğer günler kadar önem vermediklerini söylemek mümkündür. NTV yayınlarına göre Medyascope.tv'nin program içeriklerinin daha geniş tutulduğu ve tartişma ve haber programlarında daha çok siyasi çevreden konu ve konuklara yer verildiği de söylenebilir. Tüm yayın akışına bakıldığında ve tüm programlar birlikte değerlendirildiğinde iki medya yayıncısının da haber ağırlıklı birer yayıncı görüntüsünde olduğu gözlemlenmektedir.

4.8.2. Medyascope.tv ve NTV'nin Yayın Akışının Program Yapım Teknikleri Bakımından Karşılaştırılması

Medyascope.tv canlı yayınlarının biçim ve teknik olarak NTV canlı stüdyo programlarıyla benzerlikler gösterdiğini söylemek mümkündür. Medyascope.tv'de NTV'deki kadar teknik ve tasarım anlamında kaliteli olmasa da bir dekor kullanımı mevcuttur. NTV'de programlar arasında dekor ve işik kullanımı açısından farklılıklar olmakla birlikte Medyascope.tv yayınlarının hep aynı stüdyoda yapıldığı gözlemlenmiştir. Genellikle aynı arka plan üzerinde yapılan bu yayınlarda mobilya kullanımındaki değişikliklerle farklılıklar yaratılmaya çalışıldığı göze çarpmaktadır.

Teknik açıdan yeterli bir işik kullanımı olduğu gözlenen Medyascope.tv canlı yayınlarında çok profesyonel olmasa da anlaşılabilir bir ses kalitesine de ulaşılabilmektedir. NTV'nin izleyiciye ulaşmak için uydu, kablo TV, IPTV platformları ve internet ağını kullandığı görülmekle birlikte Medyascope.tv Youtube, Periscope ve Facebook üzerinden seyircilerine ulaşmaktadır.

NTV'de ve Medyascope.tv'de canlı yayınlar sırasında başka yerde bulunan muhabir veya konuklarla canlı bağlantılar da yapılmaktadır. Medyascope.tv'de canlı yayınlara stüdyo dışından bağlananların teknik olarak

buna imkan veren diğer mobil uygulamaları kullandığı görülmekle birlikte NTV'deki bu tarz bağlantılarda uydu teknolojisi veya 4,5 G olarak adlandırılan daha profesyonel mobil uygulamalar kullanıldığı gözlemlenmiştir. 24 saat yayın yapan NTV'nin yayın akışında bulunan programlar arasındaki devamlılığın çeşitli reklam ve tanıtım kuşaklarıyla sağlandığı görülmekle birlikte Medyascope.tv akıştaki devamlılığı canlı programların arasında kalan boşlukları, yapılan sosyal medya paylaşımları ve site üzerinden akan mesajlarla tamamlamak gibi bir yöntem geliştirmiştir. Sosyal medya ağları ve internet sitesinin ana sayfasında bulunan akan pano üzerinde, sürekli bir sonraki programı haber veren tanıtım mesajları paylaşılırken, ayrıca gündemdeki sıcak haberleri veren yayınlar da yapılmaktadır.

4.8.3. Medyascope.tv ve NTV'nin Yayın Akışının Program Görselleri Bakımından Karşılaştırılması

Sadece örnek olarak seçilen NTV değil tüm profesyonel televizyon kanallarında grafik tasarımlar oldukça yoğun kullanılmaktadır. Bu grafik ürünlerin en fazla görüldükleri yerler ise programlar üzerinde kullanılan bilgi bantlarıdır. Genellikle görüntünün alt kısmında bulunan bu bilgilendirme bantlarının Medyascope.tv'de de kullanıldığı görülmektedir. Programın içeriği, sunucu veya program konukları hakkında bilgi veren bu grafik tasarımlar NTV'deki kadar teknik ve estetik olarak gelişmiş olmasa da kullanıldığı yerler geleneksel yayın yapan televizyonlarla paralellik göstermektedir. Özellikle canlı yayınlar sırasında konuşmacıların söylemleriyle ilgili görüntülerin ve stüdyoya bağlanan konukların çeşitli tasarımlarla birlikte ekrana verildiği de görülmektedir. Canlı stüdyo görüntüsü üzerine açılan bu grafik pencereler de profesyonel televizyonlarla benzerlik göstermektedir. Ayrıca klasik televizyon yayıncılığında önemli bir yeri olan ve programın kimliğini taşıyan jenerik çalışmaların oldukça basit bir şekilde de olsa Medyascope.tv'de de kullanıldığı gözlemlenmiştir. Klasik televizyon yayının olmazsa olmazı olan logo tasarımı Medyascope.tv'de de bulunmaktadır. Tüm bu canlı yayın ya da paylaşılan tanıtım mesajlarında, medya ürününün üst köşesinde logoyu görmek mümkündür.

5. BÖLÜM

SONUÇ ve ÖNERİLER

5.1. Sonuç

İçinde bulunduğumuz yüzyılda, izleyicinin her çeşit görsel ve işitsel bilgiye ulaşması ve bununla beraber bu bilgileri izleme yöntemleri teknolojideki gelişmelerin bir sonucu olarak, sayısallaşarak değişmektedir. Bu etki çerçevesinde yayıncılık kavramının da değişime uğrayarak tek bir tanımlamadan uzaklaştığını söylemek uygun olacaktır. Sınırlı bant genişliği ile sınırlı bilginin tek yönlü olarak aktarıldığı analog yayıncılıktan, sınırsız bilginin çok sayıda farklı kaynaktan izleyici tercihine bağlı olarak sunulduğu sayısal yayıncılığa geçişle ortaya çıkan her türlü verinin işleme, depolama, iletilme ve paylaşılması durumu, izleyicinin bilgiye etkileşimli ve kolay ulaşabilir olmasını da sağlamıştır.

John Logie Baird'in 1926'da geleneksel televizyonu icat ettiği günden günümüze kadar olan zaman aralığında, teknik ve içerik bağlamında önemli gelişmeler ve değişimler yaşanmıştır. Bugün ise bu değişim ve dönüşümün sonucunda tüm dünyada etkili olan yeni bir ağ ve buna bağlı olarak sayısallaşan yayınlar öne çıkmış; yayınlar tablet ve akıllı telefonlar üzerinden izlenilebilir ve yayın yapılabilir bir duruma gelmiştir. İzleyiciler bu ağ ve akıllı telefonları ile her an yayına hazır birer durumundadırlar. Bir zamanın pasif izleyicileri artık canlı akışlar yaparak haberciliği de deneyimleyebilme olanağını yakalamışlardır. Sosyal medya ağlarının da video içerik paylaşımına açık hale gelmesi, kullanıcıların video üretimine artan oranda ilgi duymasını sağlamıştır. ABD'li sanatçı Andy Warhol'un "Herkes 15 dakikalığına ünlü olacak." sözü günümüzde gerçekçiliğini daha da fazla hissettirmektedir. Akıllı telefona sahip olan herhangi birinin amatör bir yayıncıya dönüşebildiği günümüzde, internet kullanıcıları artık kendi videosunu çekip sosyal medyada yayınlayabilmekte ve bu üretimleri önemli oranda bir izleyen kitesine ulaşabilmektedir. Bu durum ise yeni iletişim çağına yetişmeye çalışan ve bilgiyi tekelinde tutamayan geleneksel televizyon yayıncılığını yeni iş modelleri oluşturmaya itmektedir. Tek yönlü iletişim yapan geleneksel medya araçlarının aksine, internet ile birlikte karşılıklı etkileşime izin

veren bir yayıncılık şekli ortaya çıkmıştır. Geleneksel medyanın tek yönlü iletişiminin aksine yeni medyanın yayıncıları hem kullanıcı hem de üretici konumundadır. Yayınlanan ürünler hakkında izleyiciden anlık geri bildirimlerin alınabilmesi yeni medya yayıncılığını geleneksel medya yayıncılığından ayıran en önemli özelliklerden biridir.

Teknolojinin bu durdurulamaz ilerlemesi ve kitlelere erişiminin kolaylaşması, haber yayıncılığının da değişip dönüşmesine sebep olmuştur. Ortaya çıkan çok sayıda kişisel internet siteleri ve blogların yanı sıra sosyal medya ağlarının yaygınlaşması, yayıncılığın bireyselleşmesine sebep olmuştur. Bunun yanı sıra akıllı telefonlar üzerinden yapılan canlı yayınlar, yüksek maliyetler yüzünden önceden sadece geleneksel televizyonlar tarafından yapılırken, sayısallaşma ve gelişen teknolojinin etkisiyle herkesin yapabileceği sıradan bir etkinlik durumuna gelmiştir. Bu heyecan veren gelişmeler bağımsız yayıncılığa katkı sağlamakla birlikte kitle iletişimi yapan kurumlara karşı alternatif bir yayın anlayışı oluşturmak adına da devrim olarak nitelenmektedir. İnternet bağlantı hızlarındaki sürekli artış ve sayısallaşma ile birlikte video üretimi ve paylaşımının oldukça kolaylaşması, uzun yıllar boyunca kitle iletişim araçları arasında lider konumda bulunan ve toplumun yaşam tarzına etkisiyle dikkat çeken televizyona rakip yeni bir mecra oluşturmuştur. İnternetin yaygınlaşmasıyla beraber geleneksel televizyonun bu büyük gücünü paylaşacağı yeni bir ortak kazandığı söylenebilir. Ancak televizyonun toplumsal hayat tarzına olan büyük etkisini internetin yaygınlaşmasıyla birlikte kaybedeceği beklentisinin yanı sıra geleneksel televizyonun bu yeni iletişim mecrası karşısında eylemsiz kalmadığı, yaşamak için bu yeni iletişim şekline hızla uyumlandığı da gözlerden kaçmamaktadır.

Geleneksel televizyonun teknik altyapısının oluşturulmasının oldukça maliyetli olduğu düşünüldüğünde, internet ağını doğru şekilde kullanan bir yayıncının kalabalık bir izleyen kitlesine ulaşmasının oldukça maliyetsiz olduğu görülmektedir. İnternetin, siyasi ve ekonomik şartlara göre tutum sergilemekle eleştirilen televizyon yayıncılığında kendine yer bulamayan kuruluşlar için de bir fırsat haline geldiği gözlemlenmektedir. Televizyon yayınlarında kendine yer bulamayan fikirler ya da eğilimler için internet, seslerini duyurabilecekleri yeni

bir yayın platformu görevi görmeye başlamıştır. Bunun yanı sıra geleneksel medya yayıncılığı yapan kuruluşların canlı akışlarını kablo TV, uydu ve kullandıkları diğer platformların dışında artık sayısal ağ üzerinden de izleyicilere ulaştırmaya çalıştıkları görülmektedir. Kitle iletişimi yapan bu kuruluşlar için internet seyirciye ulaşmanın bir başka yolu olarak da kullanılmaktadır. İzleyicinin ne zaman neyi izleyeceğine seyirci adına karar veren geleneksel televizyon yayıncılığının bu dayatmacı ve seyirciyle etkileşime izin vermeyen yapısına karşın internet yayıncılığının karşılıklı etkileşime izin veren ve zamana bağımlı olmayan yapısı önemli bir artı değer olarak nitelenmektedir. Hatta bu farklılık karşısında televizyon yayıncılarının IPTV’de geriye dönük olarak izlenebilir hale gelmesi ya da programlarının bazılarını internet üzerinden paylaşması, internet yayıncılığına özgü bu ayrıcalığa ortak olma noktasında eylemler olarak değerlendirilmektedir.

İnternet medyası ürünlerinin yayını için süregelen bir akışa bağlı kalmak şartı olmaması ve kişilerin istenilen zaman ve mekânda bu üretimlere ulaşma şansı olması, yeni medyanın geleneksel televizyona göre en önemli ayrıcalıklarından biri olarak kabul görmektedir. Ancak televizyonun geleneksel yayıncılığında görülebilir şekilde değişimler oluşmasına rağmen belli bir akışa bağlı kalmak konusunda taviz vermediği ve süregelen akıştan vazgeçmediği gözlerden kaçmamaktadır. Raymond Williams’a (2004: 41) göre televizyon bir akış etrafında sıralanan programları ile aslında yayın yapma amacına hizmet eden bir bütünlük sergilemektedir. İzleyene herhangi bir programla değil, aslında tüm yayın akışı ile etki etmektedir. Williams, televizyona sahip olan gücün yayın anlayışında kendini gösterdiğini iddia etmenin yanı sıra aynı zamanda ticari fayda da sağlama amacıyla yayın yapan televizyonların içeriklerini bu doğrultuda yaptıklarına dikkat çekmiştir. Akış konusuna özellikle yoğunlaşan Williams, televizyonda yayınlanan programları tek tek analiz etmektense bir günlük program akışının tamamının incelenmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Yine aynı çerçevede sosyal medya üzerinden yayın yapan bazı oluşumların da dikkat çekici başka bir uygulamayla karşımıza çıktığı görülmektedir. Herhangi bir akışa bağlı kalma zorunluluğu olmamasına rağmen

internet üzerinden medya paylaşımı yapan bazı oluşumların adeta geleneksel bir televizyon gibi belli bir akışa bağlı kalan yayınlar yaptıkları gözlemlenmektedir. Bunlar içinde en ilgi çekici olanlarından biri de Medyascope.tv isimli internet sitesidir. Bu oluşum, internette bir haber sitesi görünümünü taşımakla birlikte sosyal medya üzerinden oldukça yoğun bir şekilde video içerik yayını da yapmaktadır. Medyascope.tv ve benzeri bu yayıncıların diğer internet medyasına göre en önemli farkı ise bir akışa bağlı olarak bu yayınları yapmasıdır.

Tüm sosyal medya sitelerinden eş zamanlı olarak canlı yayın yapmaya imkân veren yazılımlar ile bir anda birçok insana ulaşmak geleneksel televizyonların tekelinden çıkmış, bireysel girişimcilerin elinde birer imkâna dönüşmüştür. Bireysel yayıncılıktaki bu ümit verici gelişimlere rağmen geleneksel televizyon yayıncılığının toplumu etkileme anlamında gücünü hala koruduğu ise ilginç bir gerçek olarak önümüzde durmaktadır. Teknik anlamda kendi önceliklerine uygun olarak oluşturduğu bir akışı, seyircisine belli bir zaman aralığında dayatan televizyonların internet gibi istenen içeriğe istenen zamanda ulaşma özgürlüğü vaat eden bir alternatifte rağmen hala baskın medya aracı olması önemli bir ayrıntıdır. İnsanların kendilerine dikte edilen bir akışı ve izleyeninin değil yayıncı kuruluşun belirlediği saatlere göre kendilerini ayarlamalarını isteyen bir yayın şekline hala yoğun bir şekilde rağbet ettikleri gözlemlenmektedir.

Hatta zaman ve uzam açısından özgürlük sağlayan internet üzerinde tam tersi bir şekilde geleneksel televizyon karakteri gösteren oluşumlar ve yayıncıların ortaya çıkması ise ayrıca dikkat çeken bir ayrıntı olarak görülmelidir. İnsanların özgürce, istediği medya ürününü seçmesine imkân tanıyan bir mecraada, geleneksel kitle iletişimi özellikleri gösteren tek taraflı yayınların artmasının yanı sıra şekil ve içerik olarak televizyonu taklit eden bir yayıncılık anlayışı oluşmaya başladığı öne sürülebilir. Ağ üzerinden canlı video paylaşımları, bazı durumlarda profesyonel bir medya yayıncılığını anımsatmakta ve ağın bir geleneksel televizyon yayıncılığı platformu gibi kullanılmaya başlandığına tanık olunmaktadır.

Amaç ve çalışma kapsamında belirtildiği üzere, araştırmada, internet üzerinden yayın yapan Türk bağımsız medya girişimlerini evren alarak onların içinde geleneksel televizyon yayıncılığı özelliklerini görünür şekilde taşıdığı gözlemlenen Medyascope.tv internet sitesi örneklem olarak seçilmiştir. Diğer bir örneklem ise araştırmada yayın akışı ve program içerikleri açısından Medyascope.tv ile kıyaslanmaya çalışılan NTV'dir. NTV'nin bu araştırmada örneklem olarak seçilme nedeni ise öncelikle Medyascope.tv gibi haber içerikli bir yayın akışına sahip olmasıdır. Türkiye'de haber içerikli bir yayın yapan ilk televizyon olan NTV'nin kurulduğundan beri istikrarlı bir şekilde yayın hayatını sürdürmesi ve kendisinden sonra kurulan tematik kanallar için rol model özelliği göstermesi örneklem olarak seçilmesindeki bir diğer etken olmuştur. Araştırmanın yapıldığı dönem ise İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Seçimi'ni içinde bulunduran 30 Mayıs 2019 - 30 Haziran 2019 arasındaki zaman dilimidir. Yaklaşık bir aylık dönemin seçilmesiyle Medyascope.tv ile NTV'nin siyasi gündemin oldukça yoğun olduğu bir dönemde yayın akışlarında meydana gelen olağanüstü değişimlerin gözlemlenmesi amaçlanmıştır.

NTV ile Medyascope.tv internet sitesi arasındaki en önemli benzerlik iki yayıncının da haber içerikli programlar üretmesidir. NTV'de yayın akışını haber, ekonomi, spor ve magazin içerikleri oluştururken; Medyascope.tv'de de benzer bir şekilde haber, ekonomi, spor ve magazin programlarının yapıldığı gözlemlenmiştir. İki yayıncının program içeriklerinin ise büyük oranda benzerlik gösterdiğine tanık olunmuştur. NTV canlı yayınların yanı sıra önceden hazırlanmış bant programlara da sahipken Medyascope.tv'nin sadece canlı yayınlarla süren bir akış izlediği görülmektedir. Geleneksel televizyon yayıncılığı yapan NTV'de 24 saat süregelen bir akış olmakla birlikte Medyascope.tv canlı yayınlarının genellikle 11.00 ile 23.00 saatleri arasında yapıldığı göze çarpmaktadır. İki yayıncı arasındaki en önemli farklardan biri bu olarak görülebilir. Geleneksel televizyon yayıncılığı yapan NTV'nin hiç kesilmeyen bir yayın anlayışı olduğu görülmektedir. Canlı ve bant programların arasında ise reklam veya tanıtım fragmanları girilmektedir. Televizyonun tanıtım filmleri programın içeriğini ve saatini belirterek adeta seyirciyle randevulaştığı ürünlerdir. Medyascope.tv'nin sürekli canlı yayın yapmadığı

gözlemlenmekle birlikte süregelen akışı sağlamak için farklı bir yöntem geliştirdiği söylenebilir. Canlı yayınları Youtube, Twitter (Periscope) ve Facebook üzerinden yapan Medyascope.tv program aralarını ise yine sosyal medya ağları üzerinden paylaştığı program tanıtımları (fragmanlar) ve haber içerikli paylaşımlarla doldurmaktadır. Sosyal medya hesaplarında düzenli olarak paylaşılan bu duyurular, geleneksel televizyon yayıncılığında olduğu gibi izleyenlere akış içerisindeki programların içeriği ve saati ile ilgili ön bilgi vermektedir. Ayrıca www.medyascope.tv sitesinin ana ekranından bu akışın aynısı sağlanmaktadır. Sürekli bir hareket olan ana ekranda, canlı yayımlar, haber içerikleri ve tanıtım fragmanları birbiri ardına girmekte eskiyen paylaşımlar ise ana görselden çıkıp alt menülerde depolanmaktadır. Yani NTV'nin kesilmeyen yayını bir bütün gibi görünmekle birlikte Medyascope.tv'nin de sosyal medya ağları ve internet sitesi bir bütün olarak ele alındığında benzer bir süregelen akışa sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca iki yayıncı da yayın akışlarını önceden ilan etmekte ve bu akışın dışına çıkmamaktadır. Tüm bu benzerlikler göz önüne alındığında Medyascope.tv'nin geleneksel televizyona ait olan süregelen akış özelliğinin bir benzerini gösterdiği sonucuna ulaşılabılır.

NTV izleyicisine ulaşmak için karasal yayın, digital platformlar, kablo ve uydu teknolojilerini kullanırken Medyascope.tv 'nin sadece internet üzerinden ulaşılabilmekle birlikte sosyal ağlar ve www.medyascope.tv sitesini birlikte kullanarak olabildiğince fazla takipçiye ulaşmaya çalıştığı görülmektedir. Ayrıca iki yayıncı da anlık geri dönüşleri önemsemeyen bir yayın anlayışına sahiptir. Medyascope.tv'nin bu açılardan bakıldığında geleneksel televizyon gibi bir kitle iletişim yapmaya çalıştığı da görülmektedir. Araştırma aralığının zaman olarak seçim dönemini kapsamaması gündemin oldukça yoğun olduğunda iki yayıncının nasıl hareket ettiklerinin gözlemlenmesine de olanak tanımıştır. Tüm ay boyunca iki yayıncı da rutin akışlarını değiştirmişler ve seçim programları yapmışlardır. Medyascope.tv'nin izleyici kitlesinin ilgisini çekmek için gerektiğinde yayın akışını da değiştirdiği görülmektedir. NTV'de de Medyascope.tv'de de seçim gecesi oldukça uzun, içerik ve teknik olarak oldukça benzer canlı yayımlar yapıldığı gözlemlenmiştir.

Geleneksel televizyon yayıncılığı yapan NTV ile yeni medya yayıncısı olan Medyascope.tv arasında önemli bir davranış benzerliği de göze çarpmaktadır. İki yayıncı da akışlarında hedef kitleye ulaşılabilir zaman aralıklarını daha verimli geçirmeye çalışmaktadır. Medyascope.tv'nin araştırmanın yapıldığı zaman aralığındaki tatil günlerinde özel bir gelişme olmadıkça canlı yayın yapmadığı görülmektedir. NTV'nin ise yayınına ara verme şansı olmamakla birlikte seyirci sayısının azaldığı tatil günlerinde tekrar programları oldukça yoğun olarak kullandığı gözlemlenmiştir. Bu açıdan bakıldığında Medyascope.tv'nin yayınlarını yeni medyanın etkileşime imkan veren yapısına rağmen bireye ulaşmaktan ziyade adeta geleneksel televizyon gibi kitle iletişimi amacıyla yaptığı da iddia edilebilir görülmektedir.

NTV ve Medyascope.tv arasında teknik ve görsellik açısından da oldukça benzerlikler göze çarpmaktadır. Maliyeti daha düşük olsa da Medyascope.tv yayınları adeta geleneksel bir televizyon gibi özel olarak hazırlanmış bir stüdyo dekoru içerisinde yapılmaktadır. Ayrıca canlı yayınlar sırasında kullanılan grafiklerin de NTV'de kullanılanlar ile görsel anlamda kalitesi tartışılabilir olsa da kullanım şekli açısından paralellik gösterdiği görülmektedir. Medyascope.tv'nin geleneksel televizyonlarda gördüğümüz dekor ve grafik tasarımları da yayınlarında birebir taklit ettiği gözlemlenmiştir.

Çalışma sonucunda internet üzerinden ve genellikle sosyal medya olarak isimlendirilen platformlardan yapılan paylaşımlar ve canlı video yayınlarının televizyon yayınlarına oranla teknik ve görsel açıdan geride kaldığına tanıklık edilse de içeriğin işlenişi açısından ele alındığında sosyal medya üzerinden yapılan birtakım yayınların geleneksel televizyon yayıncılığına benzer özelliklere sahip olduğu gözlemlenmiştir. İçerik olarak televizyon ekranlarında rastladığımız haber içerikli stüdyo programlarını anımsatan bu sosyal medya yayınlarının kitle iletişim araçları arasında radyo ve televizyona özgü olan süregelen akış özelliği açısından da bir benzeşme içerisine girdiği görülmektedir.

Geleneksel televizyon yayıncılığının izleyeni belirli bir zaman aralığına mecbur bıraktığı düşünüldüğünde yeni medya yayınlarının istendiği zaman izlenmesi önemli bir özgürlük olarak göze çarpmaktadır. Bu özelliğine rağmen

sosyal medya platformlarını kullanarak yayın yapan Medyascope.tv haber sitesinin canlı yayınlarını, belli saatlerde ve belirli bir döngü gözeterek yaptığı görülmektedir. Gerek süregelen akışa örnek oluşturan gerekse geleneksel televizyon gibi davranarak etkileşimden uzak bir şekilde kitle yayıncılığı yapan Medyascope.tv haber sitesinin yaptığı canlı yayınlarda geleneksel televizyonu taklit eden bir anlayışa sahip olduğu görülmektedir. Türkiye özelinde bakıldığında internet üzerinde birçok yayıncı tarafından yapılan canlı yayınların içerik ve biçim olarak ele alındığında yeni medyanın özelliklerinden daha fazla geleneksel televizyon yayıncılığı görüntüsünde olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür. Başka bir deyişle, Türkiye’de sayıları hızla artan yeni medya yayıncılarının, yeni diye tabir edilen bu mecrada geleneksel televizyon yayıncılığının başka bir yorumuyla karşımıza çıktığı gözlemlenmektedir.

5.2. Öneriler

Teknolojinin hızlı gelişimiyle kolaylaşan ağ üzerinden yayıncılığın, büyük maliyetlerle kurulan ve yayınına devam edebilmek için önemli derecede mali girdiye gereksinim duyan geleneksel televizyon yayıncılığının yerini almaya ya da geleneksel televizyon yayıncılığını dönüştürmeye başladığını savunanlar çoğunluktadır. Bunun yanı sıra televizyonu, yeni medyadan ayıran süregelen akışın, benzer bir uygulamasının sosyal medya platformları aracılığıyla yapılabildiği gözlemlenmektedir. İnternet üzerinden sağlanan canlı akışın, amatör yayıncılardan ziyade, profesyonel anlamda da kullanımının söz konusu olduğu görülmektedir. İnternet üzerinden canlı video içerik paylaşımları ‘süregelen akış, görsel estetik ve içerik açısından geleneksel televizyonu andıran melez bir kitle yayıncılığına mı dönüşüyor’ sorusu önem kazanmaktadır. Yeni medyanın üstünlüklerine rağmen televizyonu taklit etmeye çalışan oluşumların giderek artmasına sebep olan etkiler ise cevap aranacak başka bir soru olarak ortada durmaktadır. İnternetin gelişimiyle geleneksel televizyon tarafından yapılan tek yönlü iletişiminin etkisini kaybetmesi beklenirken aksine yeni medyada kitle iletişimi yapmaya çalışan bu oluşumların geleceğin televizyonları mı olacağı ayrıca araştırılması gereken bir başka problem olarak önümüzde durmaktadır.

KAYNAKÇA

Akaydın, A. (2014). *Değişen Televizyon Platformlarının İzleyiciye Sunduğu Seçenekler*. Erciyes İletişim Dergisi. Cilt:3. Sayı:4 ss. 18-24, DOI: <http://dx.doi.org/10.17680/akademia.v3i4.5000015881>

Akyol, M. (2004). *Gelişen Televizyon ve Sinema Teknolojisinin Televizyon Reklam Filmi Yapım Sürecinde Kullanımı*. (Doctoraldissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Altunay, A. (2012). *Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya: Görüntü Yüzeyi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (27), 33-44.

Aslan, M.G. (2013). *Yeni Medyanın Ne'liği ve Yöntem*. Yeni Medya Çalışmaları I. Ulusal Kongresi Bildirileri, I, 102-110, İstanbul, Kongresi Bildirileri.

Atabek, Ü. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar*. Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, s. 68.

Aydoğan, F. ve Akyüz, A. (2010). *“Önsöz”, İkinci Medya Çağında İnternet*. İstanbul: Alfa.

Aydoğan, A. ve Başaran, F. (2012). *Yeni Medyayı Alternatif Medya Bağlamında Anlamak*. Alternatif Medya, Alternatif Gazetecilik, Literatürk Yayınları, Konya, 213-247.

Aydoğan, F. ve Kırık, M. (2012). *Alternatif Medya Olarak Yeni Medya*. Akdeniz İletişim. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Aralık. (18), 58-70.

Aziz, A. (1976). *Radyo ve Televizyona Giriş*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları. s.13-14.

Aziz, A. (2008). *İletişime Giriş*. Aksu Kitapevi. İstanbul.

Baran, P. (1964). *On Distributed Communications: XI. Summary Overview*. RAND Corp. Memo RM-3767-PR, 23.

Başaran, F. (2005). *İnternetin Ekonomi Polisiđi. İnternet, Toplum, Kùltür.* Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (der.) içinde. Ankara: Epos. 32-52.

Başaran, F. (2006). *Bir Teknolojik Yenilik Olarak İnternetin Tarihi: Ulusal Yenilik Sistemi, Kamu Politikaları ve Standartlar.* Kùltür ve İletişim 9(2): 9-32.

Başlar, G. (2013). *Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm.* Akademik Bilişim.

Baudrillard, J. (2004). *Tam Ekran,* Bahadır Gülmez (çev.). İstanbul: Yapı Kredi.

Benjamin, W. (1995). *Pasajlar* (çev.) Ahmet Cemal, Yapı Kredi Yay. İstanbul.

Bignell, J., Orlebar, J. ve Holland, P. (2005). *The Television Handbook.* Abingdon: Routledge.

Briggs, A., Burke, P. ve Şener, İ. (2004). *Medyanın Toplumsal Tarihi: Gutenberg'den İnternete.* İzdüşüm Yayınları.

Bostan, B. (2007). *Sanal Gerçeklikte Etkileşim.* Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bruin, R. (1999). *Digital Video Broadcasting: Technology, Standards, and Regulations.* Artech House Publishers.

Casmir, F. L. (1995). *Communication in Eastern Europe: The Role of History, Culture, and Media in Contemporary Conflicts.* Lawrence Erlbaum Associates.

Çakır, H. (2007). *Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği.* Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(22).

Demirkıran, C. (2010). *Geleneksel Televizyonun Sanal Modeli Olarak Web TV ve Livestream Portalında TV Yönetimi.* Akdeniz İletişim. 73-87.S.14.

Denny, R. M. ve Sunderland, P.L. (2005). *Researching Cultural Metaphors in Action: Metaphors of Computing Technology in Contemporary U.S. Life.* Journal of Business Research, volume 58, pp. 1456–1463.<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.10.015>)

Dewdney, A. ve Ride, P. (2006). *New Media Histories.* In The Digital Media Handbook (pp. 80-103). New York: Routledge.

Dilmen, N. E. (2007). *Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları.*Marmara İletişim Dergisi 12.

Dijk, J. V. (2016). *Ağ toplumu.* İstanbul: Kafka Yayınevi.

Dreyfus, R. (2002). *Bilgi Otobanında Nihilizm: Günümüz Çağında Anonimlik Karşısında Bağlılık.* Cogito:100-118.

Durmaz, A. (1999). *Dijital Televizyonun Temelleri.* ETAM AŞ Eskişehir.

Feldman, T. (1997). *An Introductionto Digital Media.* London: Routledge.

Fischer, W. (2008). *Digital Video and Audio Broadcasting Technology: A Practical Engineering Guide.* Springer Science & Business Media.

Geray, H. (1996). *Yeni İletişim Teknolojilerinde Eğilimler: İnternet, GII ve Türkiye.* Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı I, Ankara, s. 62.

Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları.* Ankara: Ütopya.

German, D.M. (2003). *Lntrouctionto New Media.* Course Notes.<http://ag.cs.uvic.calcsc483/notes.php>

Golding, P. (1996). *World Wide Wedge: Divisionand Contradiction in The Global Information Infrastructure.* Monthly Review 48(3): 70-85.

Hall, S. (1999). *Kültür, Medya ve İdeolojik Etki.* Medya, İktidar, İdeoloji İçinde. Der., M. Küçük. Ankara: Ark Yayınevi, s. 199-245.

Hickethier, K. (2008). *Early TV: Imagining and Realising Television.* Bignell, Jonathan ve Andreas Fickers (Der.), *A European Television History*, 55-79.

Iosifidis, P. (2002). *Digital Convergence: Challenges for European Regulation.* *Javnost –The Public* 9(3): 27-48.

İlaslan, S. (2014). *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Kuruluşu Üzerine Temel Tartışmalar: Kalkınma, Eğitim ve Milli Güvenlik.* Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 69(3).

Karaçor S. (2007). *Reklam İletişimi İnternet ve Gazete Reklamlarının Etkilerine Yönelik Bir Araştırma.* Çizgi Kitapevi Yayınları, Konya.

Karaduman, M. (2003). *İnternet ve Gazetecilik.* Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.

Kars, N. (2010). *Radyo-Televizyon Haberciliği.* Derin Yayınları. İstanbul, S.2.

Kent, M.L. (2001). *Managerial Rhetoric as The Metaphor for The World Wide Web.* *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 18, number 3 (September), pp. 359–375.

Kırık, A.M. (2010). *Etkileşimli Televizyon.* E yayınları: İstanbul.

Kutup, N. (2010). *İnternet ve Sanat.* Yeni Medya ve net. art. *Akademik Bilişim*'10, 9.

Lakoff, G. ve Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By.* Chicago: University of Chicago Press.

Leckenby, J. D. Ve Li, H. (2000). *From the Editors: Why We Need the Journal of Interactive Advertising.* *Journal of Interactive Advertising*. 1(1).

Kılıç, L. (1995). *Çoğaltım Aracından Sanat Ortamına.* Video Sanatı. Derleyen: Levend Kılıç, Hil Yayınları, İstanbul.

Lister, M. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge Taylor & Francis Group.

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant I. ve Kelly, K., (2003). *New Media: A Critical Introduction*, New York: Routledge.

Manovich, L., Malina, R. F. ve Cubitt, S. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

Marques, O. (2011). *Practical Image and Video Processing Using MATLAB*. John Wiley&Sons.

Mavi, B. A., Yüksek, C. ve Dursun, S. (2017). *Dijitalleşme ve Yakınsama Bağlamında Televizyon Yayıncılığı Sektör İncelemesi Raporu*.

McLuhan, M. (1989). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in The 21st Century*. Oxford University Press.

McLuhan, M. (2002). *Understanding Media*. Routledge: Taylor and Francis Group.

Milli Eğitim Bakanlığı, (2011a). *Televizyon Yayıncılığının Temelleri*.

Milli Eğitim Bakanlığı, (2011b). *Elektrik - Elektronik Teknolojisi. Televizyon Sistemi*.

Milli Eğitim Bakanlığı, (2011c). *Gazetecilik. Radyo Televizyon Tarihi*.

Morgül, A. (2011). *Sayısal Televizyon Tekniği*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum*. TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı.

Noll, M. (2004). *Internet Television: Definition and Prospects*. Internet Television. Eli Noam, Joe. Groebel, Darcy Gerbarg (der.). London: LEA.

Ofluoğlu, S. (2018). *Vaka Çalışması Araştırma Yöntemi, Bina Bilgi Modelleme (Bım), Proje ve Yapım Yönetimi Y.Lisans Programı*. T. Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü.

OECD, (2006). *Multiple Play: Pricing and Policy Trends.* OECD Working Party on Telecommunication and Information Services Policies. DSTI/ICCP/TISP(2005)12/FINAL.

Okur, G. (2010). TV Kanallarının Jeneriklerinde Görsel Kimlik Sorunları "Takın Doğu TV İçin Bir Jenerik Dizgesi Uygulaması. *Sanatta Yeterlik Tezi.* Ankara.

Özel, S. (2015). *Yeni Medya Çağında Televizyon.* Editör: Sedat Özel, İstanbul: Derin Yayınları.

Paçacı, K. (2006). *Karasal Sayısal TV Yayıncılığı (DVB-T), Genişbant Pazarına Etkisi ve Düzenleme Perspektifi.* Telekomünikasyon Kurumu Uzmanlık Tezi. Ankara.

Polat, N. (2002). Sanal Dünyada Duygusal Doyum. İletişim, sayı 16, s. 93-117.

Rogers, E. M., Frederick, M. ve Rice, R. E. (1988). *Research Methods and The New Media.* The Free Press.

Sayimer, İ. (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. Beta Yayınları, İstanbul.

Sencer, M. (1989). *Toplum Bilimlerinde Yöntem.* İstanbul. Beta Basım Yayım Dağıtım.

Shelly, G. B. ve Vermaat, M. E. (2010). *Discovering Computers-Fundamentals 2011 Edition.*

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). *İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama.* Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 7(4), 23-32.

Spotiswoode, R. (1979). *Televizyonun Tarihi.* Kurgu. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi. s.223.

Subaşı, N. (2001). *Sanal Cemaat Örüntüleri.* <http://medyakronik.com>

Şahin, M. (2016). *Geleneksel Medyanın Yeni Rakibi: Yeni Medya ve Canlı Yayınlar*. Yeni Medya. 1, 50-63.

Şahin, M. ve Şahin, G. (2016). *Yeni Medya ve Canlı Yayınlar*. Yeni Medya, (1).

Şeker, T. (2009). *Teknoloji ve Televizyon*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Şentürk, R. (2009). *McLuhan'ın Televizyon Teorisi*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Yıl:8. Sayı:15. s.17-31.

Whittaker, J. (2004). *The Cyber Space Handbook*. Psychology Press.

Williams, R. (2004). *Television: Technology and Cultural Form*. Routledge.

Wyatt, S. (2004). *Danger! Metaphors at Work in Economies, Geophysiology, and The Internet*. Science, Technology, and Human Values, Vol. 29, number 2 (Spring), pp. 242–261. <http://dx.doi.org/10.1177/0162243903261947>

Tanriöver, H. (2010). *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı*. İstanbul Ticaret Odası Yayınları. İstanbul.

Taşkın, E. (2013). MPEG-4 Standardında Kodlanmış Video Verilerinin İçerisinden Video Nesnelerinin Elde Edilmesi. Yayınlanmamış *Doktora Tezi*. Trakya Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı.

Taylor, P. M. (1997). *Global Communications, International Affairs and the Media since 1945*. Routledge.

Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Yayınevi.

Thompson, J.B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of The Media*. Cambridge: Polity Press. ss.23-25.

Tokgöz, O. (2000). *Temel Gazetecilik*. Ankara, İmge Yayınevi, s. 66.

Türkoğlu, N. (2015). *İletişim Bilimlerinden Kùltùrel alışmalara Toplumsal İletişim: Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar.* Karahan Kitabevi.

Van Dijk, J. (1999). *The Network Society: Social Aspects of New Media.* London: Sage Publications.

Vardar, B. (2012). *Sinema ve: Televizyon Görüntüsünün Temel Öğeleri.* Beta.

Yaman, H. (2017). *Sayısal Yayincılığın Sağladığı Olanaklar; Etkileşimli Televizyon ve IP TV Uygulamaları.* MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(3), 243-256.

Yerlikaya, İ. (2004). *İnternet Gazeteciliği ve Geri Besleme.* Medyada Yeni Yaklaşımlar. Eğitim Kitabevi, Konya.

Yıldırım, A. ve şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayınları

(Rtuk, parag9) <https://www.rtuk.gov.tr/sayısal-radyo-yayinciligi/3894/2000/sayısal-radyo-yayinciligi.html>

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ADI VE SOYADI: Fatih Çevik

D. YERİ VE TARİHİ: Ankara/1977

E-MAIL: fatihcevik@yahoo.com

EĞİTİM DURUMU

YABANCI DİL

İngilizce

İŞ TECRÜBESİ