

Etkileşimli Televizyon

Interactive Television

DOI: 10.5281/zenodo.7806674

Ceyhun BAĞCI¹

Dijital teknolojilerin ideolojik düzeyde önemli katma değer özelliklerinden biri olan etkileşim terimi farklılaşma ve özgürlük retoriği üretmesi bakımından televizyonu sihirli bir güçle desteklemektedir (Aarseth, 1997). Bu yönüyle etkileşim terimi 1990'lı yılların başından itibaren çok tartışılan ve üzerine farklı tanımlamalar yapılan bir kavram olmuştur (Schultz 2000; Aarseth, 1997; Manovich 2001, s. 55-61). Downes ve McMillan (2000), etkileşimin zaman esnekliği, mekân algısı, iletişim yönü, kontrol düzeyi ve yanıt verebilirlik gibi düzeylerine odaklanarak bu kavramın bilgisayar aracılı iletişim düzeyinde tartışılmasına katkı sağlamıştır. Etkileşimli ortamın özelliklerini irdeleyen araştırmacılar özellikle bireyin mesaj üzerindeki kontrolü ve buna dayalı bir katılımın etkileşimin temel belirleyicisi olduğuna dikkat çekmişlerdir (Downes ve McMillan, 2000, s. 174-175). Pasif tüketici/kullanıcı pratikleri sunan geleneksel medyanın aksine yeni medyanın en önemli özelliklerinden biri etkileşimli olmasıdır. Bu bağlamda etkileşim medya içerikleriyle daha güçlü bir kullanıcı ilişkisi, bireyselleştirilmiş medya tüketimi, daha fazla kullanıcı seçeneği ve bilgi kaynaklarıyla daha bağımsız bir ilişki anlamına gelmektedir. Yine, etkileşimli olmak kullanıcıların eriştikleri yeni medya içeriklerine ve metinlere müdahale etme, onlar üzerinde kontrol sağlama ve onları değiştirme yeteneği olarak da ifade edilmiştir. Bu anlayışla geleneksel medyanın pasif izleyicisi yeni medyanın aktif kullanıcısı haline gelmektedir (Lister vd., 2009, s. 21-22).

Dijital teknolojilerin ve yeni medyanın tanımlayıcı ve karakteristik özelliğini simgeleyen etkileşim kavramı iletişim sürecinde kaynak ve alıcı arasındaki ilişkiye yeni bir boyut kazandıran, birden fazla katılımcının yer aldığı karşılıklı ve eşzamanlı bir aktivitedir (Dewdney ve Ride, 2006, s. 206). Literatürde etkileşimli programlama ya da televizyon terimi, bilgisayar teknolojilerinin televizyon izlemedeki etkinliğinin artmasıyla gelişen geleneksel sistemlere göre daha bilgilendirici ve işlevsel sayısal televizyon uygulamaları olarak tasvir edilmektedir (Aydın, 2000, s. 98). Nitekim, yayıncılık ve televizyon endüstrisinde son dönemde yaşanan gelişmelerde multimedya ile tüketici elektroniği ve kişisel bilgisayar dünyalarının yakınsaması süreci önemli rol oynamıştır (Morris ve Smith-Chaigneau, 2012, s. 1). Srivastava (2002, s. 80-81), geleneksel televizyonun popülerliğinin ve geniş hedef kitlesinin internet tabanlı teknolojilerin etkileşimli doğasıyla bir araya getirildiği bir etkileşimli televizyon anlayışından söz eder. Tek yönlü bir iletişim sürecini esas alan geleneksel televizyonun aksine etkileşimli televizyonda izleyici/kullanıcı geri bildirim (feedback), anlık mesajlaşma,

¹ Dr., Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi, ceyhunbagci@erciyes.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5282-2653.

etkileşimli oyunlar ve televizyon üzerinden ürün satın alma gibi internet tarafından sağlanan iletişim hizmetlerine erişim söz konusu olmaktadır. Geleneksel televizyonda izleyiciler yayınlara e-posta, telefon ve mesaj gibi farklı bir kanaldan katılım sağlarken, bilgi işlem ve ağ tabanlı sistemlerle donatılan etkileşimli televizyonda seyir ve kullanım anındaki kontrol imkânıyla birlikte iletişim sürecindeki etkileşim kapasitesinin arttığı ifade edilmektedir (Timisi, 2003, s. 83-85). Dolayısıyla etkileşimli televizyonun izleyicisi tek yönlü bir iletişim sürecinin salt alıcısı konumunun dışında konuşma, içeriğe müdahil olabilmek ve yapım sürecine katılma olanağına da kavuşmaktadır. Etkileşimli televizyon kapsamında belirtilen birtakım uygulamalar günümüz OTT TV ve hibrit set üstü cihazlar ile sağlanabilmektedir. Etkileşimli televizyonda izleyicilere sunulmak istenen başlıca servisler isteğe bağlı video/içerik dağıtımını, oyun oynama, telebankacılık, internet erişimi, evden alışveriş, web tabanlı program rehberleri, e-posta ve sohbet uygulamaları olmuştur (Çakır, 2006). Bugüne kadar söz konusu servislerin farklı uygulamaları sayısal uydu, kablo platformları ve IPTV hizmet sağlayıcıları tarafından izleyicilere sunulmuş ve televizyondan görüntülü görüşme, interaktif eğitim gibi alanlarda da kullanıcılara vaatlerde bulunulmuştur. Bununla birlikte çevrimiçi market anlayışının televizyon aracılı gelişiminin temel alınması etkileşimli yayıncılığın ticari boyutunun bir bölümünü oluşturmaktadır. IPTV özelinde yapılan değerlendirmeler etkileşimli ticaretin bu yayıncılık anlayışı için uygun olduğu, izleyicilere televizyon aracılığıyla ürün satmanın ilgi çekici ve işlevsel olacağı anlayışıyla savunulmaktadır (Kırık, 2010, ss. 54-55). Cavalier ise (2004, ss. 264-265), etkileşimin televizyon programlarına olan etki ve yansımalarına dikkat çekerek, spor veya kültür-sanat programında izleyicinin bu içerikleri kendi seçtiği farklı kamera açılarından seyretmesi, oyunun farklı bölümlerine odaklanabilmesi veya kişiye özel reklamlara ulaşılabilmesinin televizyondaki etkileşim unsurunun temelini oluşturduğunu belirtmektedir. Esasen gerçek anlamda etkileşimli yayıncılığın izleyicideki karşılığı bu tarz etkileşimli program formatları ve interaktif anlatılarla görülebilecektir. Burada bir yarışma programını pasif bir şekilde izleyen değil, evindeki televizyonuyla yayına yarışmacı olarak katılabilen bir etkileşimli izleyici deneyiminden söz edilmektedir (Çalışır, 2016, s. 161).

Etkileşimli televizyonun gelişim sürecine bakıldığında bu düşüncenin temellerinin 1950'li yıllarda atıldığı görülmektedir. 1953 yılında CBS yayın kuruluşunda çocuk programı olarak yapımına başlanan "Winky Dink and You" isimli program etkileşimli televizyonun ilk örneği olarak kabul edilir. Sunucu Jack Barry televizyon ekranlarına statik elektriklerle yapışan tabakalara çizimler yapması konusunda izleyicileri teşvik eder ve hikâyenin ilerlemesi bu çizim tamamlama yöntemiyle gerçekleşir. Dolayısıyla genç izleyiciler "Winky Dink" isimli çizgi karaktere maceralarında yardım ederek bir etkileşim yanılısamasının da aktörü haline gelirler (O'Driscoll, 2008, s. 383; Prichett ve Wyckoff, 1953). 1970'ler uydu yayıncılığının gelişimine, ilk set üstü cihazın ve videoteks (teleteks) standardının ortaya çıkmasına ve daha işlevsel etkileşimli televizyon deneylerinin yapılmasına tanık olmuştur. Yine bu yıllarda NVOD (near video-on-demand) gibi isteğe bağlı video hizmet modellerinin ilk örneklerinden biri olarak Home Box Office (HBO) piyasaya sürülmüştür. Analog teknoloji tabanlı etkileşimli set üstü cihazların önemli bir örneği olarak 1977'de The QUBE etkileşimli televizyon sistemi tanıtılmış ve bu sistem üzerinden kullanıcılara film seçimleri, canlı anketler ve

program rehberleri sunulmuştur. Her ne kadar Qube deneyi, teknik ekipman ve yapım maliyetlerinin yüksek olması sebebiyle sonlandırılmış olsa da tüketicilerin bu tarz etkileşimli servislere olumlu yanıt vermesinin anlaşılması ve bu servisle ilişkili yenilikçi teknolojilere ilgiyi artırması bakımından önemli bir deneyim olmuştur (QUBE, 2023; O'Driscoll, 2008, s. 384). ABD'deki girişimlerin yanı sıra 70'li ve 80'li yıllarda Fransa ve Japonya'da; 90'larda ise Almanya, İngiltere, İsveç ve İtalya gibi Avrupa ülkelerinde etkileşimli televizyon projeleri gerçekleştirildiği görülmektedir (Kim & Shawhney, 2002, s. 217). 1994 yılında gelişmiş teknolojisiyle hizmet vermeye başlayan Tam Hizmet Ağı (FSN, *Full Service Network/ Time Warner*) Amerikalı kullanıcılarına internet erişimi, etkileşimli programlama ve isteğe bağlı video (VoD) dahil olmak üzere kapsamlı hizmet buketi sunmuştur. Sistemin kusursuz olmasına karşın set üstü cihaz maliyetinin 10 bin dolar olması gibi yüksek ekipman maliyetleri bu servisten de vazgeçilmesine yol açmıştır (O'Driscoll, 2008, s. 385). Etkileşimli televizyon deneyimlerinin sürdürülebilirlik açısından yaşadığı sıkıntılı süreç sonrasında yayıncılıktaki sayısal dönüşüm hızlanmış, genişbant internet erişim teknolojilerinde de devrim niteliğinde gelişmeler olmuştur. Telekomünikasyon, bilgi işlem teknolojileri ve televizyon yayıncılığı alanındaki yakınsama sürecinin de etkisiyle etkileşimli servislere, internet tabanlı yayıncılık uygulamalarına eklenerek günümüzde de gelişimini sürdürmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sayısal Televizyon Yayıncılığı, Etkileşimlilik, Etkileşimli TV, Yeni Medya.

Kaynakça

- Aarseth, E. J. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Johns Hopkins University Press.
- Aydın, S. (2000). *Televizyon Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Cavalier, J. J. (2004). *Dünden Bugüne Medya ve İletişim Teknolojileri* (M. Çamdereli, Çev.). İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Çakır, V. (2006). Etkileşimli TV ve Etkileşimli Drama. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı, 1*, 1-3 Kasım, 2006, İstanbul.
- Dewdney, A., & Ride, P. (2006). *The New Media Handbook*. Routledge.
- Downes, E. J., & McMillan, S. J. (2000). Defining Interactivity: A Qualitative Identification of Key Dimensions. *New media & society, 2*(2), 157-179. <https://doi.org/10.1177/14614440022225751>
- Kırık, A. M. (2010). *Etkileşimli Televizyon*. Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Kim, P., & Shawhney, H. (2002). A Machine-Like New Medium-Theoretical Examination of Interactive TV. *Media & Culture and Society, 24*(2), 217-233. <https://doi.org/10.1177/016344370202400204>
- Lister, M., Giddings, S., Dovey, J., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction* (second edition). Routledge.
- Morris, S., & Smith-Chaigneau, A. (2012). *Interactive TV Standards: A Guide to MHP, OCAP, and JavaTV*. CRC Press.

- O'Driscoll, G. (2008). *Next Generation IPTV Services and Technologies*. Wiley & Sons.
- Prichett, H. W. ve Wyckoff, E. B. (Yapımcılar). (1953). *Winky Dink and You* [İnteraktif televizyon dizisi]. Barry & Enright Productions. CBS.
- QUBE. (2023). What was QUBE?. <http://www.qube-tv.com/> adresinden 10 Mart 2023 tarihinde erişilmiştir.
- Schultz, T. (2000). Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums and Reader Email. *Media, Culture & Society*, 22(2), 205–221. <https://doi.org/10.1177/016344300022002005>
- Srivastava, H. O. (2002). *Interactive TV Technology and Markets*. Artech House.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Çalışır, İ. (2016). Toplumsal İnşa Süreci Olarak İnternette Televizyon Teknolojisi: IPTV. İçinde H. Geray, F. Başaran & A. Aydoğan (Ed.), *İletişim Ağlarında Yeni Hizmetler* (ss. 142-178). Ütopya Yayınları.
- Manovich, L. (2001) *The Language of New Media*. Cambridge Mass.: MIT Press.