

## Medya Yakınsaması

## Media Convergence

DOI: 10.5281/zenodo.7808481

Ceyhun BAĞCI<sup>1</sup>

1990’lardan günümüze “yakınsama” terimi dijital teknolojinin gelişimini, medyanın ve ağ ortamındaki bütünleşme sürecini tasvir etmek amacıyla farklı boyutlarıyla ele alınmış ve kullanılmış bir kavramdır (Briggs ve Bourke, 2002, s. 267). Medya ve teknoloji temelli olarak bakıldığında yakınsama, içeriğin çeşitli medya platformları üzerinden akışını ve farklı medya endüstrilerinin iş birliğini ifade etmektedir (Jenkins, 2016, s. 19). Genel anlamda medya yakınsaması, içeriğin bir arada bulunan çoklu ortam sistemleri arasında akıcı olarak dolaştığı bir ekosistemi ifade etmektedir. Bu durum devam eden bir süreç veya farklı iletişim sistemleri arasındaki sabit ilişkiden ziyade söz konusu sistemler arasında gerçekleşen bir dizi kesişme olarak betimlenmektedir (Dwyer, 2010, s. 24). Buradaki kesişimden kasıt farklı iletişim ve bilgi tabanlı pazar uygulamalarının (medya, telekomünikasyon, bilgi işlem endüstrisi ve eğlence elektroniği gibi) dinamik yaklaşımı veya kısmi entegrasyonu olarak açıklanmaktadır (Wirtz, 1999, s. 15).

Yaşadığımız çağda internet protokolü tabanlı ağlara geçiş, içeriğin dijitalleşmesi, yüksek hızlı geniş bant erişiminin yaygınlaşması ile iletişim ve bilgi işlem teknolojilerinin multimedya sistemli olarak gelişimi yakınsama sürecine yön veren temel unsurlardır (The Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2007). Nitekim bu sürecin 1960’lı yıllarda telekomünikasyon altyapılarındaki sayısal dönüşüm ve optik teknolojilerin gelişimiyle başladığı ve bugüne kadar bu terimin özellikle bilişim, medya ve telekomünikasyon alanları için teknoloji temelli olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir (BTK, 2009, s. 6). Teknolojik yakınsama kavramı ilk olarak 1963 yılında Rosenberg’in Amerika’nın makine endüstrisindeki teknolojik değişimi konulu makalesinde kullanılmasının ardından bu kavram farklı araştırma alanlarında da sıkça kullanılmıştır. Medyayla ilişkili olarak yakınsama, görsel-işitsel iletişim sistemlerinin internetin geniş bilgi sağlama ve etkileşim kapasitesiyle entegrasyonu çerçevesinde tanımlanmaktadır (Seib, 2001, s. 7). Medya ve bilgi teknolojisinin dijitalleşmesinin yakınsamanın arkasındaki ana itici güç olduğunu savunan Lawson-Borders (2006, s. 6), geleneksel medyanın bu entegrasyon sürecinde sınırsız bilgi sağlama ve etkileşim becerisi kazanarak 21. yüzyılın teknolojisine uyum sağlayabileceğine dikkat çekmektedir. Yakınsak medyaya ilişkin ortaya koyduğu modeliyle Flew (2008, s. 2), günümüz etkileşimli medya platformları ve bilgi işlem teknolojileri arasındaki sınırların belirsizleşmesini ifade eder. Yakınsak ortamın üç C’si olarak tanımlanan modelde

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

iletişim ağları (*communications networks*), bilgi işlem teknolojileri (*computing and information technology*) ve dijitalleştirilmiş içeriğin (*digitized content*) kombinasyonu temel alınmaktadır. Yani, bilgi işlem, telekomünikasyon ve görsel-işitsel yayıncılık alanları ve buradaki ürün ve hizmetler, iletişim sistemleri ve medyanın farklı kolları birleşip bütünleşmektedir (Törenli, 2005, s. 95). Örneğin daha önceden yalnızca ses ve iletişim hizmetleri için kullanılan mobil ağ ortamı bugün metin, geniş bant ve video/televizyon uygulamalarını destekler nitelikte tasarlanmaktadır (Dwyer, 2010, s. 147). Bu yönüyle teknolojik yakınsama, telekomünikasyonun bilgisayarlaşması ve bilgi işlem sistemleri arasında köprülerin kurulabilir hale gelmesini ifade eder.

Yakınsama yalnızca teknolojik bir süreç olarak algılanmamalıdır. Özellikle medya alanındaki yakınsamanın kültürel, endüstriyel, teknolojik, kurumsal ve düzenleyici boyutlarının olduğu belirtilmektedir (Dwyer, 2010). OECD tarafından tanımlanan yakınsama seviyelerine baktığımızda internet protokolü tabanlı sabit ve mobil üç ekran (mobil, TV ve bilgisayar) yakınsamasını içeren **ağ/şebeke yakınsaması**, internet erişimli yeni katma değerli hizmetlerin sunulmasıyla **servis yakınsaması**, telekomünikasyon, bilgi teknolojisi ve medya gibi önceden ayrı pazarlarda faaliyet gösteren alanların bir araya gelmesini ifade eden **endüstri/pazar yakınsaması**, bu sektörel alanlara ilişkin mevcut ağlardan bağımsız yakınsak düzenlemeleri esas alan **kurumsal ve düzenleyici yakınsama** ve son olarak **kullanıcı deneyimi ve cihaz yakınsaması** seviyelerinden söz edilmektedir. Böylelikle yakınsamanın telekomünikasyon sektörü dışında servis sağlayıcılar, yazılım geliştiricileri ve medya içerik sağlayıcıları olmak üzere geniş çapta faaliyetler içerdiği de anlaşılmaktadır (OECD, 2007, s. 7). Bu noktada ağ yakınsamasının telekomünikasyon, medya ve bilgi teknolojisi dahil üç hizmetin yakınsaması anlamına geldiğini belirtmemiz gerekir. Buradaki yakınsak üç ağ, telefon ağı ile (mobil iletişim ağı dahil) temsil edilen geleneksel telekomünikasyon ağı, internet aracılığıyla temsil edilen dijital iletişim ağı ve kablolu yayın iletişim sistemleri ile temsil edilen televizyon ağını içermektedir. Ağ yakınsamasının teknolojik boyutu, tüm bilgi kaynaklarının transfer sürecinde birleşik bir dijital akış haline getirilebileceği şeklinde açıklanır. Servis yakınsamasıyla ağ altyapısı, tek bir hizmet yerine birden çok hizmet sunmak üzere tasarlanmaktadır. Endüstriyel boyutta ise televizyon ve bilgisayar şebekelerindeki pazar değer zincirlerinin yeniden entegrasyonu öne çıkarılmaktadır (Rui & Jin-long, 2010, s. 490). Dolayısıyla IP ağları üzerinden sunulan geleneksel ve yeni nesil yakınsak hizmetler pazardaki karşılığını televizyon, sabit ve mobil ses, veri ve görüntü aktarımı gibi üçlü oyun (*triple play*) ve dördü oyun (*quad play*) servis teklifleri ile bulmaktadır (OECD, 2007, s. 7). Tüketicilerin de tek bir ağ ile aynı fatura üzerinden eşzamanlı ses, video ve veri hizmetlerine ulaşabilmesi yakınsamanın son kullanıcı düzeyindeki uygulama boyutunu ortaya koymaktadır.

Televizyonun radyoyu ortadan kaldırmadığı gibi geleneksel medyanın yerini kaybetmediği ve gelişmekte olanla bir arada var olduğu paradigması yakınsama süreciyle birlikte daha makul bir görüş olmuştur (Jenkins, 2016, s. 34). Geleneksel medya ile çevrimiçi platformların artık entegre olduğu, dijital yayın ve internet arasındaki sınırların belirsizleşmesi de bu görüşü destekler niteliktedir. Son kullanıcı aygıtları aynı anda birkaç ağa bağlanarak farklı işlevsel özelliklere sahip

olabilmektedir. Örnek olarak dijital televizyon yayın standartlarına (DVB) uyumlu internet erişimli televizyonlar ve akıllı mobil cihazlar çok sayıda multimedya uygulaması, içerik sağlayıcısı ve şebeke operatörleri için yeni olanaklar sunar. Özellikle de dijital yayıncılık ve internet arasındaki etkileşim geniş servis kapasitesine sahip e-ticaret, e-öğrenme, e-sağlık ve diğer içerik ve eğlence alanlarında yüksek bant genişliği uygulamalarını içermektedir (Dwyer, 2010, s. 153). Televizyon yayıncılığı anlamında IP tabanlı servisler ve aygıtlar üzerinden izleyiciler çok sayıda etkileşimli hizmete ve içeriğe aynı altyapı/şebeke aracılığıyla erişim sağlayabilmektedir. Nitekim söz konusu yakınsama süreciyle birlikte IP tabanlı televizyon servisleri (*IPTV, WebTV, Mobil TV, OTT TV gibi*), telekomünikasyon operatörlerinin önemli aktörlerinden olduğu sektörel yakınlaşmaların da etkisiyle çeşitli hizmet türlerinin (*televizyon, internet, mobil ve telefon*) bir arada sunulduğu şirketler olmuşlardır. Medya tüketicilerine de bu süreçte birçok cihaz ve platform aracılığıyla kişiselleştirilmiş televizyon izleme deneyimi sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, Yeni Medya, Yakınsama, Çoklu Ortam Sistemleri.

### Kaynakça

Briggs, A. & Bourke, P. (2002) *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity.

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2009, Eylül). Yakınsama: Telekomünikasyon ve Medya Açısından Düzenlemelere Etkileri. Ankara: BTK. <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/yakinsama-telekomunikasyon-ve-medya-sektorleri-acisindan-duzenlemelere-etkiler.pdf> adresinden 19 Mart 2023 tarihinde erişilmiştir.

Dwyer, T. (2010). *Media convergence*. UK: McGraw-Hill Education.

Flew, T. (2008). *New media: An introduction* (third edition). Melbourne: Oxford University Press.

Jenkins, H. (2016). *Cesur Yeni Medya - Teknolojiler ve Hayran Kültürü* (N. Yeğengil, Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

Lawson-Borders, G. (2006). *Media Organizations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers

The Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2007). "Convergence and Next Generation Networks, Ministerial Background Report" DSTI/ICCP/CISP (2007)2/FINAL Directorate for Science, Technology and Industry Committee for Information, Computer and Communications Policy. <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/40761101.pdf> adresinden 17 Mart 2023 tarihinde erişilmiştir.

Rosenberg, N. (1963) Technological Change in the Machine Tool Industry, 1840-1910. *The Journal of Economic History*, 23(4), 414-443.

Rui, Z., & Jin-long, Z. (2010). Research on Co-opetition of Mobile TV Based on Network Convergence the Case of CMMB. *2nd IEEE International*

*Conference on Information Management and Engineering*, IEEE, 490-494.  
<https://doi.org/10.1109/ICIME.2010.5478117>

Seib, P. M. (2001). *Going live: Getting the news right in a real-time, online world*. Rowman and Littlefield.

Törenli, N. (2005). *Yeni medya, yeni iletişim ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat.

Wirtz, B. W. (1999). Convergence Processes, Value Constellations and Integration Strategies in the Multimedia Business. *International Journal on Media Management*, 1(1), 14-22. <https://doi.org/10.1080/14241279909384482>