Türkiye'de Sayısal Televizyon Yayıncılığı

Sektörel Yönelimleri, Yeni Yayın İçerikleri ve İzleyici Deneyimleri

Ceyhun Bağcı

Televizyon, OTT TV/SVOD servislerinin giderek yaygınlaşması ile birlikte değişime uğramıştır. İletim ortamlarıyla, içerikleriyle ve kurumsal yapılarıyla yeniden tanımlanan televizyon olgusu izleyici alışkanlıklarını da yeniden şekillendirmektedir. Bugünkü haliyle geleneksel televizyon tek yönlü yayın prensibi ile varlığını sürdürse de çevrimiçi yayın çözümleri izleyici pratiklerinin yeniden tanımlanmasında belirleyici olmaktadır. Bu kitapta sayısal televizyon platformları ve dijital jenerasyon arasındaki ilişki değişen izleyici profilleri ve sektörel dönüşüm çerçevesinde ele alınmıştır. Genç kuşak izleyicileri merkeze alarak konunun sektörel analizler, teknolojik gelişmeler ve izleyici alışkanlıkları bağlamında bütüncül bir yaklaşımla ele alınmış olması bu eseri hem bu alanda eğitim gören öğrenciler için hem de televizyonun bugününü merak edenler için önemli kılmaktadır.

nobel Bilimsel NOBEL BİLİMSEL ESERLER
www.nobelyayin.com
nobelyayin | nobelkitap | nobelcocuk | nobelyasam | nobelcocukyayin
www.nobelyayin.com E-KİTAP kiralamak için
ISBN 978-625-7258-17-3

Türkiye'de Sayısal Televizyon Yayıncılığı
Sektörel Yönelimleri, Yeni Yayın İçerikleri ve İzleyici Deneyimleri
Ceyhun Bağcı

Türkiye'de Sayısal Televizyon Yayıncılığı
Sektörel Yönelimleri,
Yeni Yayın İçerikleri ve İzleyici Deneyimleri



Ceyhun Bağcı

TÜRKİYE'DE SAYISAL TELEVİZYON YAYINCILIĞI:

Sektörel Yönelimleri, Yeni Yayın İçerikleri ve İzleyici Deneyimleri

Ceyhun Bağcı

nobel Bilimsel

TÜRKİYE'DE SAYISAL TELEVİZYON YAYINCILIĞI:
Sektörel Yönelimleri, Yeni Yayın İçerikleri ve İzleyici Deneyimleri
Ceyhun Bağcı

Yayın No.:
ISBN:
E-ISBN:
Basım Sayısı: 1. Basım, Ocak 2022

© Copyright 2022, NOBEL BİLİMSEL ESERLER SERTİFİKA NO.: 2077
Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.ne aittir. Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.

Nobel Yayın Grubu, 1984 yılından itibaren ulusal ve 2011 yılından itibaren ise uluslararası düzeyde düzenli olarak faaliyet yürütmekte ve yayınladığı kitaplar, ulusal ve uluslararası düzeydeki yükseköğretim kurumları kataloglarında yer almaktadır.

"NOBEL BİLİMSEL ESERLER" bir Nobel Akademik Yayıncılık markasıdır.

Genel Yayın Yönetmeni: Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-
Genel Yayın Koordinatörü: Gülfem Dursun -gulfem@nobelyayin.com-

Sayfa Tasarım: Furkan Mülayim -furkan@nobelyayin.com-
Redaksiyon: Mine Metin -mine@nobelyayin.com-
Kapak Tasarım: Lale Yalçın -laleenobel@gmail.com-
Görsel Tasarım Uzmanı: Mehtap Yürümez -mehtap@nobelyayin.com-
Baskı Sorumlusu: Yavuz Şahin -yavuz@nobelyayin.com-
Baskı ve Cilt: Vadi Grafik Tasarım ve Reklamcılık Ltd. Şti.
İvedik Org. San. 1420. Cad. No: 58/1 Yenimahalle/ANKARA
• Tel: 0 312 395 85 71 Sertifika No: 47479

Kütüphane Bilgi Kartı

Bağcı, Ceyhun.
Türkiye'de Sayısal Televizyon Yayıncılığı: Sektörel Yönelimleri, Yeni Yayın İçerikleri ve İzleyici Deneyimleri / Ceyhun Bağcı
1. Basım, XIV + 364 s., 16x23,5 cm. Kaynakça var, dizin yok.
ISBN:
E-ISBN:
1. Sayısal Televizyon Yayıncılığı 2. Televizyon İzleme Pratikleri 3. Dijital Jenerasyon 4. İzleyici

Genel Dağıtım

ATLAS AKADEMİK BASIM YAYIN DAĞITIM TİC. LTD. ŞTİ.
Adres: Bahçekapı Mh. 2465 Sk. Oto Sanayi Sitesi No:7 Bodrum Kat, Şaşmaz/ANKARA
Telefon: +90 312 278 50 77 - **Faks:** 0 312 278 21 65 - **Sipariş:** siparis@nobelyayin.com-
E-Satış: www.nobelkitap.com - esatis@nobelkitap.com / www.atlaskitap.com - info@atlaskitap.com

Dağıtım ve Satış Noktaları: Alfa Basım Dağıtım, Arasta, Arkadaş Kitabevi, D&R Mağazaları, Dost Dağıtım, Ekip Dağıtım, Kida Dağıtım, Kitapsan, Nezih Kitabevleri, Pandora, Prefix, Remzi Kitabevleri

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ iii

TABLOLAR LİSTESİ ix

ŞEKİLLER LİSTESİ xi

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ xiii

GİRİŞ 1

Birinci Bölüm
YENİ MEDYA ÇAĞINDA TEKNOLOJİ VE TELEVİZYON İLİŞKİSİ 5

1.1. Sayısallaşma Temelinde Günümüz Ağ Toplumuna Bakış 7

1.2. Yeni Medya ve İletişim Teknolojileri 11

1.3. Dijital Kültür ve Yeni Medya İlişkisi 19

1.3.1. Dijital İletişim Çağı ve Siber Kültür 24

1.3.2. Dijital Teknolojiler ve Siber Uzay 26

1.4. Teknolojik ve İletişimsel Boyutuyla Küreselleşme Tartışmaları 27

İkinci Bölüm
SAYISAL TELEVİZYON YAYINCILIĞI 33

2.1. Sayısal Televizyon Yayıncılığı 35

2.1.1. Sayısal Televizyonun Tarihsel Gelişimi 37

2.1.2. Sayısal Görüntü Formatları 43

2.1.3. HD'nin Ötesi "4K ve 8K" 46

2.2. Sayısal Televizyon Yayın Sistemleri 51

2.2.1. Sayısal Uydu Yayıncılığı 58

2.2.2. Sayısal Kablo Yayıncılığı 60

2.2.3. Sayısal Karasal Yayıncılık 62

2.2.4. Mobil TV 65

2.2.5. İnternet Protokol Televizyon 70

2.3. Sayısal Televizyon Yayıncılığı ve Etkileşimlilik 71

2.4. Televizyon Yayıncılık Sistemlerinde Yakınsama Olgusu 76
2.5. İnternet Tabanlı Televizyon Yayıncılığı 80
2.5.1. IPTV 81
2.5.2. Web TV 84
2.5.3. OTT TV 85

Üçüncü Bölüm
DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SAYISAL TELEVİZYON YAYINCILIĞININ SEKTÖREL YÖNELİMLERİ 89
3.1. Televizyon Yayıncılığının Dünya Genelindeki Güncel Durumu 91
3.1.1. Küresel Ücretli/Ödemeli TV Eğilimleri 91
3.1.2. Genişbant Büyüklükleri ve Çevrim İçi Hizmetlere Erişim 97
3.1.3. OTT Servislerinde Mevcut Durum ve Yönelimler 104
3.1.4. Televizyon Yayıncılığına İlişkin Uluslararası Alanda Yaşanan Başlıca Gelişmeler 111
3.2. Türkiye'de Sayısal Televizyon Yayıncılık Uygulamaları 119
3.2.1. Türkiye'de Sayısal Uydu Yayıncılığı 119
3.2.2. Türkiye'de Sayısal Kablo Yayıncılığı 126
3.2.3. Türkiye'de Sayısal Karasal Yayıncılık 127
3.2.4. Türkiye'de IPTV Hizmetleri 129
3.2.5. Türkiye'de OTT TV Platformları 133

Dördüncü Bölüm
SAYISAL TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA İÇERİK VE İZLEYİCİNİN KONUMU 143
4.1. Televizyon Programcılığı ve Türler 145
4.1.1. Televizyonda Program Türleri 148
4.1.2. Televizyon Program Formatları 152
4.2. Geleneksel Televizyondan Sayısal Yayıncılığa İçerik Dönüşümü 153
4.3. Etkileşimli Televizyon Yayıncılığında İçerik 157
4.3.1. Televizyon ve Film Sistemlerinde Etkileşimli İçerik Örnekleri 161
4.4. Kitle İletişiminde İzleyici Araştırmaları 172
4.4.1. Kitle İletişiminde Etki Araştırmaları 172
4.4.2. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı 175
4.4.3. Kültürel Çalışmalar Geleneği ve Etkin Alımlama 179

4.4.4. Alımlama Analizi 183
4.5. Sayısal Televizyon Yayıncılığında İzleyicinin Dönüşümü 191
4.5.1. Sosyal Televizyon 202
4.5.2. İkinci Ekran Olgusu 205

Beşinci Bölüm
GELENEKSEL SAYISAL TELEVİZYON SİSTEMLERİ VE YENİ NESİL PLATFORMLAR ÜZERİNDEN TÜRKİYE'DE DEĞİŞEN TELEVİZYON İZLEME PRATİKLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ 207

5.1. Televizyon İzleme Pratiklerinde Yaşanan Değişim ve Dönüşüm Sürecinde İzleyicinin Konumu 212
5.1.1. Sayısal Televizyon Platformlarının Tercih Edilme Nedenleri 215
5.1.2. İzleyiciye Sunulan İmkânlar Doğrultusunda İzleme Pratiklerinde Yaşanan Dönüşüm Sürecinin Değerlendirilmesi 228
5.1.3. Sayısal Televizyon Platformlarında Etkileşimli Hizmetlerin Kullanımı 239
5.1.4. Televizyon İçin En Çok Tercih Edilen Cihazlar 245
5.1.5. İnternet Tabanlı TV Platformlarının Geleneksel TV Karşısındaki Konumu 249
5.1.6. Sayısal Televizyon Platformlarında İzleyicilerin İçerik Tercihleri 253
5.1.7. İzleyicilerin OTT TV/SVOD Platformlarının İçerik Üretim ve Dağıtım Stratejilerine Yönelik Algıları 260
5.1.8. İzleyicilerin OTT TV/SVOD Platformlarındaki Etkileşimli İçeriklere Yönelik İlgi ve Yaklaşımları 271
5.1.9. Televizyon İzleyicilerinin Sosyal Medya Yoluyla Etkileşim Pratikleri 278
5.2. Televizyon Endüstrisinde Bağımsız/Kurumsal İçerik Üreticilerinin Konumu 281
5.2.1. Geleneksel Televizyon Yayıncılığından OTT TV/SVOD Servislerine İçeriğin Dönüşümü 282
5.2.2. Televizyon Endüstrisinin İçerik Üreticilerinden Beklentileri 288
5.2.3. Değişen İzleyici Pratikleri Bağlamında Televizyon İçeriklerinin Üretim, Pazarlama ve Dağıtım Stratejilerinin Değerlendirilmesi 292
5.2.4. Aboneliğe Dayalı İsteğe Bağlı Video Servislerinin Televizyonun Reklam Sektörüyle İlişkisine Etkisi 297
5.2.5. Televizyonda Yeni Trend: Kurum İçi Orijinal Prodüksiyonlar 303
5.2.6. Türkiye'deki Mevcut Durum ve Geleceğe Yönelik Öngörüler 305
5.3. Sektör Temsilcilerinin Türkiye'deki Televizyon Endüstrisine İlişkin Değerlendirmeleri 306

5.3.1. OTT TV/SVOD Servislerinin Geleneksel Televizyon Yayıncılığı Üzerindeki Etkileri 307
5.3.2. IPTV Yayıncılığının Günümüzdeki Durumu 311
5.3.3. Sayısal Uydu ve IPTV Platformlarının OTT TV/SVOD Servislerine Yönelik Tutumları 313
5.3.4. Ücretli TV Yayıncılığının Türkiye'deki Gelişim Potansiyeli 316
5.3.5. Sektör Temsilcilerinin Televizyon İçeriklerinin Üretim, Pazarlama ve Dağıtım Stratejileri Üzerine Değerlendirmeleri 319

SONUÇ **323**

KAYNAKÇA **335**

ÖZ GEÇMİŞ **363**