

C E P Ü N V E R S I T E S

Kablolu Televizyon

La télévision par câble

JOSE FRECHES

Çeviren

MEHMET SELAMI *AKİRO LU

letî im Yayınları • Presses Universitaires de France

C E P Ü N V E R S İ T E S

İleti im Yayıncılık A. . Adına Sahibi: Murat Belge
Genel Yayın Yönetmeni: Fahri Aral
Yayın Yönetmeni: Erkan Kayılı
Yayın Danı manı: Ahmet İnel

Yayın Kurulu:

Fahri Aral, Murat Belge, Tanıl Bora, Murat Gültekingil,
Ahmet İnel, Erkan Kayılı, Ümit Kıvanç,
Tural Pa o lu, Mete Tunçay.

Görsel Tatarım: Ümit Kıvanç

Dizgi: Maraton Dizgilevi

Sayfa Düzeni: Hüsnü Abbas

Batki: efik Matbaası (iç) / Ayhan Matbaası (kapak)

Da ıtım: Hür Basın Da ıtım A. .

İleti im Yayıncılık A. . Cep Üniversitesi 42 - ISBN 975 470-148-2

1. Basım - İleti im Yayınları, A ustos 1991.

Temmuz 1990 tarihi: 2. baskısından çevrilmi tir.

© Gue sais-je?, Presses Universitaires de France, 1985

108, Boulevard Saint-Germain, 75006, Paris-France

© İleti im Yayıncılık A. ., 1991

Klodfarer Cad İleti im Han. No:7 34400

Ca alo lu- STANBUL, Tel: 516 22 60 - 61 - 62

YAZARIN DİFER ESERLER

La sinologie, Paris, PUF, 1975.

Les mus es de France, Paris, Documentation Française, 1980.

L'ENA, voyage atı centre de l'Etat, Paris, Ed. Fayolle, 1981.

Le coût d'Etat permanent, Paris, Ed. La Table Ronde, 1984.

La guerre des images, Paris, Ed. Denoöl, 1986.

Modernissimots, Paris, Ed. J.-C., Lattäs, 1987.

Voyage atı centre du Pouvolr, Paris, Odile Jacob, 1989.

La France socialiste. Paris. Hachette. 1983.

Önsöz

Günümüzde bilgi bir yandan en önemli değer haline gelirken diğeryandan da artan bir hızla geliyiyor, çeşitleniyor. Ama katlanarak büyüyen bilgi üretiminden yararlanmak, özellikle gündelik yaşam kaygılarının baskısı altında, zorlanıyor. Her yere men bilgiye ulaşma çabasını sürdürenler için de imkânlar pek fazla değil.

Ayrıca, özellikle Türkiye gibi ülkelerde bir konuda kendini geliştirmek ya da sırf merakını gidermek için herhangi bir konuyu öğrenmek isteyenlerin sayısı çok az. Üniversitelerimiz, toplumumuzun yetkin bölümüne katkıda bulunmak için gerekli imkânlardan yoksun.

Cep Üniversitesi kitapları ise bu olumsuz ortamda, evinde kendilerini geliştirmek, otobüste, vapurda, trende harcanan zamandan kendileri için yararlanmak isteyenlere sunulmak üzere hazırlandı.

20. yüzyıl Fransız kültür hayatının en önemli ürünlerinden olan, bugün yaklaşık 3000 kitaplık dev bir dizi oluşturan "Que sais-je" (Ne Biliyorum?) dizisini Letim Yayınları Türkçeye kazandırıyor. Letim'in Cep Üniversitesi, bu büyük diziden seçilmiş,

Türkiyeli okurlar için özellikle ilgi çekici olabilecek eserlerin yanı sıra, Avrupa'nın başka yayınevlerinin benzer bir çerçevede yayımladığı kitapları da içeriyor.

Ayrıca, Türkiye'nin siyaset, kültür, ekonomi hayatıyla ilgili konularda özel olarak bu dizi için yazılmış telif eserler "üniversite"nin "öğrenim programım" tamamlayacak.

Cep Üniversitesi'nin her kitabı alanının önde gelen bir uzmanı tarafından yazıldı. Kitaplar, hem konuya ilk kez değinen kişilere hem de bilgisini derinleştirmek isteyenlere seslenebilecek bir kapsam ve derinlikte. Bilginin yeterli ve anlaşılır olması, temel kıstas. Cep Üniversitesi kitaplarını lise ve üniversite öğrencileri yardımcı ders kitabı olarak kullanabilecek; öğretmenler, öğretim üyeleri ve araştırmacılar bu kitaplardan kaynak olarak yararlanabilecek; gazeteciler yoğun temposu içinde çabuk bilgilenme ihtiyaçlarını Cep Üniversitesi'nden karşılayabilecek; çalıştığı meslek alanında bilgisini geliştirmek isteyen, evinde, kendi programlayabileceği bir meslek eğitimi imkânına kavuşacak; ayrıca, herhangi bir nedenle herhangi bir konuyu merak eden herkes, kolay okunur, kolay anlaşılır, ucuz bir kaynağı Cep Üniversitesi'nden temin edebilecek.

Cep Üniversitesi kitapları sık aralıklarla yayımlandıkça, benzersiz bir genel kültür kitaplığı olacaktır. İnsan Haklarından Genetik'e, Kansere'den Ortak Pazar'a, Alkolizm'den Kapitalizm'e, Statü'den Cinsellik'e kadar uzanan geni bir bilgi alanında hem zahmetsiz hem verimli bir gezinti için ideal "mekân", Cep Üniversitesi.

*letim
Yayımları*

çindekiler

| | |
|---|----|
| B R NC KISIM | |
| Genel Durum | 7 |
| G R | |
| Kablo, Teknoloji ve Medyalara li kin Püf Noktası | 7 |
| I. BÖLÜM | |
| Kablo Tekni i: Koaksiyelden Fiber Opti e | 13 |
| Koaksiyel Kabloyla letim | 14 |
| ebekenin Mimarisi | 15 |
| Fiber Optik Kablo | 17 |
| kili Burma Kablolulu ebekeler | 19 |
| ebekenin Ba ı.... | 21 |
| Abone Donanımları | 24 |
| II. BÖLÜM | |
| Kablo: Yeni leti im Teknolojisi | 27 |
| Teleda ıtımdan leti ime | 28 |
| Kamu: Bölünmeye Do ru | 31 |
| Finansman: Abone Yöntemi Veya | |
| Kaynakta Ödeme ... | 37 |
| Görsel İtisel Yaratıcılık ve Kablo ebekesi | 41 |
| Kablonun Geli me Anahtarı: | |
| Aboneleri Doyurucu Olması | 43 |
| K NC KI İM | |
| Ba ka Ülkelerdeki Deneyler | 45 |
| I. BÖLÜM | |
| Kuzey Amerika'da Kablo Yayınları | 45 |
| ABD'de Kablo ebekeleri.. | 45 |
| Kanada'da Kablo ebekeleri | 54 |

| | |
|---|-----------|
| II. BÖLÜM | |
| Avrupa'da Kablo | 59 |
| ngiltere'de Kablolı Televizyon | 61 |
| Benelüks Ülkelerinde Kablo | 65 |
| Di er Avrupa Ülkeleri | 67 |
| Avrupa Kablo ebekesine Do ru | 68 |
| ÜÇÜNCÜ KISIM | |
| Fransa | 76 |
| I. BÖLÜM | |
| Kablo ebekelerinin Kurulu u ve İletilmesi * | 79 |
| Hukuksal Çerçeve | 79 |
| “Kablo Planı” | 80 |
| Paris Projesi..... | 84 |
| “Kablo Planı Dı ı” ebekeler | 86 |
| II. BÖLÜM | |
| KİM ÇİN, Hangi Programlar, Hangi Hizmetler? | 87 |
| Kablo ÇİN Hangi Programlar | 87 |
| Hangi Hizmetler.. | 90 |
| Hangi Kullanıcılar | 92 |
| B BL YOGRAFYA | 102 |

B R N C K I S I M
GENEL DURUM

GR

KABLO, TEKNOLOJ VE MEDYALARA
L K N PÜF NOKTASI

Öngörülenden daha uzun sürmesine karşın, önümüzdeki on yıl içinde Fransa'nın orta ve büyük kentlerindeki milyonlarca konut kablo ebekesi aracılıyla sadece televizyon yayınlarını değil, sayısız hizmetlere de ulaabilecek. Bugün bu hizmetlerin neler olacağı tanımlamaya kalkmak boşuna bir çaba olacaktır. Çünkü, aynen 1900 yılında elektrik enerjisinin kullanım alanlarının neler olabileceğinin tahmin edilemediği gibi, bugün de kablunun uygulama alanları için bir tahminde bulunmak çok zor.

Bu küçük kitap, geleceğin ne uzman, ne mühendis olan kullanıcılarına, kablunun getireceklerini anlaması için gerekli olan temel bilgileri aktarmak istemektedir. Bugün Fransa, kablo alanında, ABD, Kanada ve Belçika gibi ülkelere göre belirli bir gecikme içindedir ilk kablo ebekeleri Paris, Montpellier, Epinal, Rennes ve Nice şehirlerinde açıldı. 1987'den bu yana, yavaş yavaş da olsa, kablo bağlantısının kurulduğu konut sayısı giderek artıyor.

Bu durum, Fransa'nın telekomünikasyon alanında en ileri teknolojiye sahip olmasıyla tam bir çelişki içindedir. Telefon ebekesi dünyanın en çağdaşlarından birisidir. Telekomünikasyon ve teleyayım* uydularını beraberle getiriyoruz. Fransız sanayi, Biarritz'de**, tümüyle fiber optik*** kablo kullanarak bir kablo ağı kurdu. Bu

(*) Teleyayım (*Télodiffusion*): radyoelektrik olanaklarıyla veya kablo ebekesi ile gerçekleştirilen, büyük sayıdaki alıcının ilgisine yönelik tek yönlü telekomünikasyon Televizyon yayımı (ç.n.).

(**) Biarritz: Fransa'nın güney batısında, İspanya sınırında bir turizm kenti (ç.n.).

(***) Fiber optik. Cam elyafı; ışık sinyallerinden yararlanılarak çok yüksek hızlarda sinyal aktarımını olanaklı kılan çok ince cam elyafı (ç.n.).

teknolojik ileri adım sunulan hizmetlerin ve programların sayısını artırmadı. Sunulan hizmetlerin ve programların azlığı, elektromanyetik dalgalarla (Hertzci) yayın yapan paralı kanal Canal Plus'ün büyük başarısıyla birleince kablo alarının harekete geçmesini yavaşlattı. Üstelik kamu gücü kablo ebekelesinin geliştirilmesini destekleme ve liberalleştirme rejimine geçmeye çok geç karar verdi.

Söz konusu olan, Fransa'nın, çağdaş iletişim teknolojilerinin toplum içinde yayılmasına izin vermeyerek, bu alandaki öncülüğünü yitirme tehlikesiyle karşılaşmasıdır. Bu durum, ihracat olanakları sayısız olan bu sanayi dalında çok ağır sonuçlar doğurmaktadır.

Kablo, potansiyeli en çok olan çağdaş iletişim araçlarından birisidir. Cam elyafının (fiber optik) bugün kablolarda kullanılan bakırın yerini alacağı düşünüldüğünde, kablo ebekelesini hem gelecekteki teknolojisidir, hem de emelence ve ileriyatamında bireylerin birbirleri arasında daha iyi iletişim kurmalarını sağlayacak bir araçtır. 1989'da, ilgili idari kurumların verilerine göre Batı Avrupa'da 14 milyon konut bir kablo ebekelesinin abonesidir. Bunların arasında üç ülke öne çıkmaktadır: Hollanda 3,5 milyon aboneyle birinci sırayı alırken, bunu 3,2 milyon aboneyle Almanya ve Belçika izlemektedir. Kablo pazarı imdiden hatın sayılır ölçüdedir.

Bağlanıcım ele alırsak, kablo, 1944 yılında ABD'nin Pensilvanya kentinde doğmuştur. Hertzci* yolla yapılan televizyon yayınlarını iyi anlamayan bir mühendis, kenti gören bir yüksekli em yerle tirdi i antenini televizyon göstericisine bir kablo ebekelesini ile bağlamayı düşündü. teleda ıbm** böyle doğdu. Kablo, televizyon yayınlarını iyi ko ullaarda anlamayan kişilerle programları iletmeye olanak veren bir ortak anten i levini görüyordu. Televiz-

(*) Hertzci: Frekansı 3.000 GHz'den düşük olan elektromanyetik dalgalarla yararlanarak, co rafi konuma göre, ortalama 150 kilometrelik aralıklarla kurulmuş verici, alıcı-verici ve yansıtıcılar aracılığıyla ses ve görüntü sinyallerinin aktarılmasını sağlayan bir sistem (ç.n.)

(**) Teleda ıtım (Teledistribution): Yerel ebeke; görsel ve işitsel programların kablo ile yayımını sağlayan sistem (ç.n.)

yon programlan olmasaydı kablo geli tirilemezdi.

Ortak antenler giderek yayıldı. Kentlerdeki siteleri kapsayan bir ebeke haline dönü tü. Basit bir antene göre çok daha güçlü alıcılann ebekenin ba ına yerle tirilmesiyle, kablo ebekesi çok sayıda programların elde edilebilmesini sağladı. Böylece, birden bire kablo ebekesi, kullanıcıların gözünde, basit Hertzci program alıcılanna göre "daha" anlamlı hale geldi. Kanada ve ABD'de kablounun geli mesini bu olgu açıklar.

Özünde teleda ıtım için öngörülen kablo ebekesi, televizyon görüntülerinin abonelere iletilmesi için ba lantı aracı olarak kullanıldı ı gibi, çe itli hizmetlerin iletilmesi i levini de -telefonun yanı sıra- üstlendi. Bu yeni i lev, bazı ebekelerin, bilgilerin ebekenin ba ıyla abone arasında gidip gelmesine olanak vermesi nedeniyle daha ilginç hale geldi (interactivité-etkile imlilik). u anda çok az sayıda kablo ebekesinin bu özelli e sahip olmasına karş ın, basit bir teleda ıtım i levinden daha ileri yeni servislerin sunulması, hiç ku kusuz, kablounun önümüzdeki yirmi yıl içindeki geli mesinin anahtarlarından biri olacaktır.

Sık sık telematik* veya uydu gibi yeni teknolojiler ile kablo ebekelerinin kar ı kar ıya getirildi ini görürüz.

Gerçekte, bütün bu teknolojiler köklü bir ekilde birbirinin tamamlayıcısıdır. Kanada ve ABD'de görülen kablo ebekesi patlaması, telekomünikasyon uydularının kablo ebekesi ba larına yönelik özgün programlar iletmeye ba lamasıyla gerçekleş mi tir. Üstelik bütün kablo ebekeleri bir veya birden fazla videoyazım kanalını içerir. Bu ebekelerin telefon ebekesiyle kar ıla tırılacak düzeye gelmesiyle birlikte, telematik de do al olarak kablo üzerinde var olacaktır. Kablo ebekesi, yarın görütülü bir telefon olacaktır.

(*) Telematik: Telefon a ına ba lı bir televizyon ve bir klavyeden olu an, veri bankasıyla uzaktan ileti im kurarak bilgi almaya yarayan bir ileti im sistemi. Klavye aracılı ıyla istenen bilgiler (tren ve uçak saatleri, nöbetçi doktorlar, sinema, tiyatro, konser biletleri ve yer ayırıtma, günlük haberler, hava tahmin raporları, yabancı dil kursları gibi) ekran üzerine yazılı olarak gelir. Minitel, Veritel v.b. (*T löcommunication* ve *informatique* sözcüklerinden türetilmi tir) (ç.n.).

Yani, ileti m alanındaki tüm yeni teknolojiler arasında gerçek bir amaç birli i vardır. Ya amakta oldu umuz yıllar ileti imde bir dönüm noktasıdır. Do u ülke-lerinde ya anan evrim, bir ölçüde, uydular aracılı ıyla alınan ve kamuoyunu geni ölçüde uyandıran görüntülerin etkisinin sonucudur.

Teknolojik evrimi liç bir ey durduramaz, özellikle de kararnameler. Ça da bir hükümet tekniklerin önünü açmak ve bunların sivil toplum içinde daha iyi yayılması nı kolayla tırmak zorundadır. Bir hükümet çok iyi cila lanmı artnameler, ince kotalar, güzel kurallar getirmeyi dü leyebilir. Ama bunlar med-cezir dalgalarının önündeki mendirekler gibi ancak geli meyi frenleyebilirler, sonu-çta sistem patlama noktasına gelir ve patlar. Bu da ileti m alanı üzerinde yoldan çıkarıcı veya dengeyi bozucu bir etki yapacaktır.

ileti imin ufkunu belirleyen Kopemikçi* teknolojik devî im, bu alanda ancak pragmatizm ve düzensizlik için de tavr alınabilece ini gösterir. Gerçekten de, sonuçlarını kesin olarak kimsenin öngöremedi i bu dönü üm karısında esnek ve gerçekçi olmak gerekir. Bu açıdan bakıldı nda, bu durum, Fransa'da ileti m alanının, görsel i itsel alanın, reklamcılı m ve hatta sinemanın üzerine oturdu u yasal ve ekonomik temelin, 1985'te özel televizyonların kurulmasından bu yana olumlu yönde geli mi olsa bile, süyekli yenilenmesini gerektirir. Yapısal çadı lık diye adlandırabilece imiz durumun hangi ölçülerde oldu unu anlayabilmek için Avrupa'da bir yolculuk yapmak yeterli dir. Fransa teknolojik alanda ileri bir noktada olmasına kar mın, eski ve geçerlili ini yitirmi yürürlükteki yasaların engellemesiyle kar ı kar ıyadır. Uydu yapar ama yabancı kanalların gelmesinden endi e duyar. Uygulamaya hazır olan teknikleri destekleyecek mantık de ikli ini gerçekle tirmekten çekinir.

A mın düzenleme ve öngörme iste iyle hareketsiz kalır ve batarız. Sistemin "italyanla masından"*** kaçınmak

(*) Kopemic: Dünyanın hem kendi hem de güne çevresinde döndü ünü ilk ortaya atan Polonyalı astronom, (ç.n.)

(**) talya'da 1960-1980 arası ya anan, yasal düzenlemelerin teknolojik evrimi izleyememesi ve olu an bir yasal bo lu un sonu-

istiyorsak, sistemi çalı amaz duruma getirecek, solu unu kesecek olan devletçilikten sıyrılarak, ileti im sisteminde görü melere, pazarlı a açık ve esnek bir kuralsızlık ortamı yaratmak alınacak tek önlemdir.

leti imi kuralsızla tırmak, her eyden önce, toplumu ve pazan birbirine ba layan mekanizmaların ve i levle rin gözönüne alınması için, sonu gelmeyen kurumsal yakla ımlardan geri dönülemeyecek bir biçimde çıkmak demektir. Bu açıdan bakıldı nda, görsel i itsel (audiovi-suel) ileti im ile ilgili 29 Temmuz 1982 yasası, geçmi du-ruma göre yadsınamaz bir geli medir. Bu yasa özgürlük-ler ve esneklik açısından 30 Eylül 1986 yasasıyla tamam-lanmı tır. Yine de yasal çerçeve sorunun sadece bir yanı-dır.

leti ime i levsel yakla ım iki temel kavramdan ge-çer: leti im arz ve talebi, veya isterseniz buna i letme ve pazar da diyebilirsiniz. Bu, özellikle ileti im yapımcılarını nın tüm çalı malarının, zorunlu olarak, yapımcı-yayımcı arzı ile alıcı-kullanıcı talebinin kuralları tarafından belir-lenmesini kabul etmek demektir. Bunun uygulanmaya ba lanmasının ilk mantıksal sonucu, 'devletin görsel i it-sel alandan, yapım, yayım ve habercilikten çekilmesidir. Kuralsızlık, ba ka yerlerde oldu u gibi, devletin gücünün hak etti i yere yerle tirilmesidir; devletin, porselen ma-zaşındaki fil olmayı bırakıp, kefillik görevini üstlenme-sidir.

Devletin payının azaltılması, Fransa'nın yanın ile-ti im ça ma girebilmesini sa layacak ba lıca ko ul olan so yo-ekonomik çevreye alı kanlık ve esneklik verecek araçlardan sadece bir tanesidir. Kuralsızla tırma, aynı zamanda -yava yava da olsa- programlama üzerindeki nuh nebi'den kalma kota ve yönetmelik kavramlarını, görsel i itsel alan üzerindeki idari denetimi ortadan kal-dırmaktır. Bunlar uzun süredir ülkemize gelen ziyaretçi-leri a kına çeviriyorlar. Kendi içinde evrim gösteren -ne yapılırsa yapılsın- bir yapı içinde ne adına ileti im "bek-çili i" yapmak gerekiyor ve ileti imi denetim altına alma-yı çalı an ba ka otoriteler olu turmanın anlamı ne? On

cunda görsel i itsel alanın bütünlü ünün tam bir kan ıklık içine girmesi olgusu, (ç.n.)

yıldan daha kısa bir süre içinde, 1.000 franktan daha ucuza mal olacak bir antenle, uydu yayınlarının alınabilmesi alı Jmı bir duruma gelecek. Uydu ve kablonun geli mesi sonucunda, ileti im, Fransa sanayinin Roma anla ması sırasında içine dü tü ü durumla kar ı kar ıya kalacak: Böyle bir seçimin hesaplanamayacak ekonomik, sosyal ve kültürel sonuçlarıyla birlikte, dı a açılmak ve yava yava ölmek.

Ku kusuz, yeni ileti im tekniklerinde görülecek patlama bazı yıkıntılara yol açacak, özellikle hazırlıklı olmazlarsa yazılı basın i letmeleri bundan çok etkilenecek. Önümüzdeki 15 yıl içindeki en büyük tehlike, basını yeni ileti im tekniklerinden yararlananlar için basit bir cep klavuzu durumuna getirecek olan, basının görsel i itsel alanın bir yardımcısı durumuna dü mesi, uzmanla masıdır (bu hedefledi i okuyucu kitlesinin köklü bir ekilde daralması anlamına gelir). Bu açıdan bakıldı nda gelecek, onları, ileti im alanını alt üst edecek yeni teknolojik verilerin aktörleri (hem de ne aktörJ) haline getirecek yeni a lara yafanm yapan, çalı ma alanlarını çe itlendirmesini bilen sanayi gruplarının olacaktır. Üstelik bu durum, yazılı basını 15 yıldır içine dü tü ü durgunluktan çıkarmaya hizmet edecektir.

Yazılı basın, görüntüye yatırım yapmayı bilebildi i oranda gelece e güvenle bakacaktır. Maltusçu dü ünce ne ba ka yerde, ne de ülkemizde hiç bir iyi sonuç vermi tir. Çe itlendirme, bugün de çökü e kar ı en iyi kar ı koyma olarak kalmı tır.

Bu sorunun kavranamaması durumunda, 1990 yılının büyük dönü ümlerini yönlendirmeye kalkarken, kendimizi, çölün kısır ı ile ormanın bo ucu havası arasında seçim yapma durumuyla kar ı kar ıya bırakabiliriz.

Bu geli meleri beklerken, Fransa'da kablonun geli mesi, en sonunda, Fransa'yı belli ba lı sanayi ülkeleriyle aynı düzeye getirecek.

B R N C B Ö L Ü M
K A B L O T E K N : K O A K S Y E L D E N *
F B E R O P T E

Bir kablo ebekesinin teknik i leyi ini anlamak için u üç temel i levi birbirinden ayırmak uygun olur:

- Yayın
- letim
- Alım (bilginin olası geri dönü üyle)

Bunlar tüm kablo ebekelerinin varlık nedenini olu - tururlar.

Özünde ortak eksenli bakır kablodan geli tirilen, iyi bilinen bir teknoloji olan ve yüze yakın televizyon kanalı - nın ta ınmasını sa layan bakır kullanılarak olu turulan kablo bugün de kablo ebekesinin temelini olu turur. Bunlar giderek fiber optik kullanan sistemlere yerini bı - rakmaktadır. Fiber opti in bakır kar ısındaki durumu, jet uçaklarının pervaneliler kar ısındaki durumuna ben - zer.

Genel olarak bir ebeke, iletti i bilgilerin iletme hızı - nı ve ta ıma yetene ini belirleyen "geçi bandının geni li - i" ile belirlenir.¹ Tek yönlü de olabilir (öncelikle ebeke - nin ba ından gelen veriler), etkileimli de (verilerin iki yönlü dola ımı).

Ses (telefon) "dar bant" lı bir ebeke tarafından ta ı - nabilirken, hareketli görüntülerin iletimi (teleda ıtım) "geni bant" gerektirir. Bu özelliklerden kalkarak ebeke - leri altıya ayırabiliriz:

Anahtarlama (commutation) sayesinde ebekenin her hangi bir noktasını di erine ba layabilen etkileimli dar bant telefon ebekesi. Etkileimlilik tamdır, buna kar ılıklı iletim yetene i zayıftır.²

(*) Koaksiyel: Ortak eksenli kablo (ç.n.).

- (1) Bant geni li i hertz ile ifade edilirken, saniyedeki geçi hızı (de - bi) "birle (kilobit veya megabit) tanımlanır.
- (2) Yüksek debili bili im verilerinin dola ımını sa lamak amacıyla Transpac a ının kurulu gerekçesi budur.

- Tek yönlü geni bantlı ebeke: Koaksiyel kablo teknolojisinin kullanıldığı bilinen teleda ıtım ebekeleri.
- Düşük debili geri dönüşü olan geni bantlı ebekeler. Bu teleda ıtım ebekeleri aboneden gelen bazı bilgilerin dola ımına olanak tanır, geri dönüş yolunun taşıma yetene i telefon ebekesininkine ayırdır.
- Optik anahtarlamalı geni bant ebekeler, geni bantlı telefon ebekesidir. Biarritz'de deneysel amaçlarla kurulan Vizyofori (görüntülü telefon) bu evrensel a ın örneğidir. Ses, görüntü ve bili im (informatique) verilerinin bir noktadan di erine dola ımını sağlar. Telefon uzmanları "tümle ik hizmetler" ebekesinden söz ederler. Bu 2000 yılının ebekesidir.
- Burma biçiminde örülmüş çift bakır kablonun kullanıldığı yıldız yapıda çift telli ebeke. Ta ıma kapasiteleri çok önemlidir, buna karşılık kullanma uzaklı ı fiber optik e göre kısıtlıdır.

I. Koaksiyel Kabloyla İletim

Bu, bilinen görüntü ve ses iletim teknolojisidir.

Çeşitli kalınlıklarda bir çok çift bakır tel kullanılarak oluşturulan koaksiyel kablo, elektrik sinyallerini ebekenin başlangıç noktasından abonelere kadar taşıır. Bu sinyaller, birbirinin içine geçmeler nedeniyle frekansların çok az olduğu Hertzci kanallara göre daha doyurucu biçimde belirli bir frekansa uyarlanır. Kablo ebekesinin iletim yetene i telefonunkinden 300 kat daha üstündür. Sinyallerin niteliğinin korunması için, iletilen sinyaller düzenli aralıklarla yükseltilmelidir. Mültipleksaj* tekniğinin sayesinde, aynı kablo üzerinden, bir çok kanala karşılık gelen farklı frekanslar üzerine yerleştirilmi sinyalleri iletebiliriz. Yayımlanan kanalların sayısı mültipleksaja, yükseltmeye ve görüntü çözümüleme sayısına³ bağlıdır. Kanal sayısı ne kadar artarsa, kablonun çapı da o kadar

(*) Mültipleksaj: *Multiplexage* bir çok mesajın zaman içinde üst üste bindirmeye, bir çok iletim kanalının tek bir kanalda toplanmasıyla veya tersine bir kanalın bir çok kanala dağıtılmasıyla, tek kanaldan iletilmesine olanak veren teknik (ç.n.).

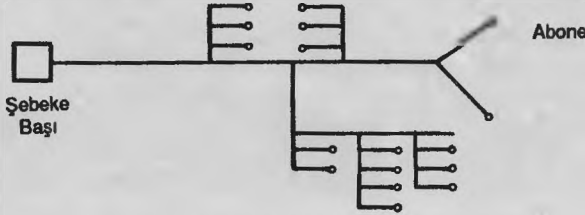
(3) Fransa'da 625 satır. ABD ve Japonya'da 525

önem kazanır. Elli veya daha çok kanalin yayımına olanak veren kablolar çok yer kaplar, bu da çirkin yerüstü tasma donanımları (ABD ve Belçika'da olduğu gibi) veya ebekenin kurulu maliyetini arttıran altyapıları gerektirir.

Koaksiyel kablo teknolojisi "ortak antenlerin" kurulmasında hemen bir uygulama alan buldu ve Avrupa kıtasındaki 30 milyon konutta kullanıldı. Avrupa koaksiyel kablo sanayi, Avrupa ülkelerinin tümünde telefon ebekesinin tamamlanması ve Almanya, Fransa ve İtalya'da teledaıtımın gelişmesi nedeniyle en alt sınıra dayanma eilimindedir. Ayrıca kullanım alanları çok çeşitli olan fiber optik kablunun geleceğinde yüksek büyüme döneminin sonuna gelindiğidü ünülebilir.

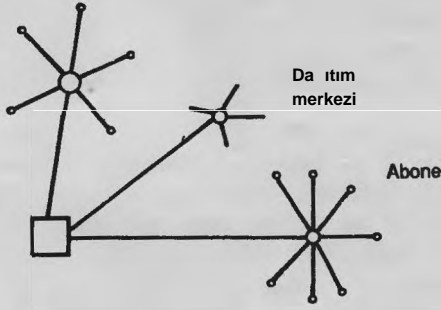
II. ebekenin Mimarisi

Bir görseliletim (videocommunication) ebekesinin maliyeti temel olarak kullanılan teknolojiye, gerçekleştirilecek hizmetlerin ve konutların yoğunluğuna bağlı olarak, ebekenin mimarisi, yani planı etkilemiş derecesi tarafından belirlenir.



Şekil 1: Ağaç yapıda şebeke

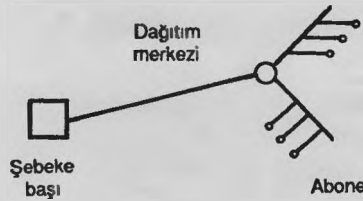
Bunlar, sadece teledaıtıma olanak veren ağaç yapısındaki ebekeler (ekil 1) ile, etkileşime olanak veren yıldız ebekeler (ekil 2) diye ayrılırlar. Bu ikisi arasında ise başlangıçlı yıldız yapıda ama bitiş noktası ağaç eklinde olan karma diye adlandırılan ebekeler bulunur (ekil 3).



ekil 2: Yıldız yapıda ebeke
Bir yıldız ebekinin unsurları

- ebeke başı
- işletme merkezi
- Taahhüt (10 km)
- Dağıtım merkezi
- Dağıtım ebekesi (500 m'den 1 km'ye)
- Abonelere bağlantı.

Yıldız yapıdaki ebekeler, her abonenin doğrudan dağıtım merkezine bağlanması sağlar. Dağıtım merkezi yıldız yapının merkezini oluşturur ve burada abonelere "yollanmadan önce" programların ve hizmetlerin seçimi yapılır. Dağıtım merkezi elektronik ve bilişim donanımlarını birleştirir (abonelerin bilgisayar programları) ve bu merkez, ebekenin başıyla birlikte yıldız yapıda "ebekenin kalbini oluşturur. Anahtarlanma dağıtım merkezi düzeyinde olur. En gelişmiş ebekelerde aynı dağıtım



ekil 3. Karma ebeke

merkezi yüzlerce abonenin yönetilmesini ve anahtarlanmasını gerçekle tirebilir.

Demek ki, Lir a ın mimarisi onun etkile im yetene i ne ba lıdır. Fiber optik ile in a edilen ebekeler zorunlu olarak yıldız yapıda kurulacaktır, yoksa etkile imi sa la yamazlar. Görüldü ü gibi, bu tip a ların geli mesi, da ıtım merkezinin çok büyük sayıda kullanıcıya hizmet verdi i durumda daha iyi sa lanacaktır. Bu da, do al ola rak, çok geli mi elektronik ve bili im donanımlarını gerektirir. Özellikle bir vızıyofon a ında, uygulamada ebe kenin ba ı ile da ıtım merkezinin birbirinden ayırt edil memesi gerekir. Anahtarlanmanın tam ve görselileti im ebekesinin telefon ebekesiyle aynı yaygınlıkta oldu u andan ba layarak etkile im en üst düzeye çıkar.

III. Fiber Optik Kablo

Bir koaksiyel kablo ebekesinde elektrik sinyalleri aboneye da ıtılmadan önce i lenir, yükseltilir ve üst üste bindirilerek tek kanalda toplanır (mütiplerer). Fiber optik ık sinyallerinin elektrik sinyal lerinin yerini alması na olanak verir. Bu ikili bir üstünlük sa lan Fiber bakıra göre daha üst düzeyde bir mütipleresaja olanak tanır ve ık sinyalleri dı karı malara açık de ildir. Demek ki, fiber, iletilen sinyallerin niteli ini, a ın ta ıma gücünü arttırarak iyile tiriyor.

Fiber optik, gerilmi bir silis blokundan üretilmi bir silisyum telinden imal edilir. Fiber optik kablo daha az yer tutar. 70 liflik bir kablo, bir çift koaksiyel kablonun (10 mm. çapında) hacmine e it yer tutar.⁴ Sinyallerin uzun mesafelere yükseltilmeden ve yeniden güçlendirilmeden iletilmesini sa lar. A ınmaya kar ı duyarsızdır. Aynı fiber üzerinden maksimum sayıda kanal geçirebil mek için iki mütipleresaj tekni i kullanılır: Elektrikli mütipleresaj ve dalga boyu mütipleresajı. Koaksiyelin tersine, fiber optik, özellikle de uzaklık (menzil) ile iletilen bant geni li i arasındaki ikilemden kurtulunması m sa lar.

- (4) 500 metrelik fiber kablo 25 kg. gelirken, aynı uzunluktaki koaksiyel kablo 5 ton gelir.

Sinyallerin koaksiyel kablo üzerinden elektrik iletilmesi gerilimin de i tirilmesiyle sa lanır. Fiber optikte ise, sinyal ı ı a dönü türülür ve ı ık sinyalleri yo unluk ve renk de i imi gösterir. I ık sinyalleri ebeke içinde lazer diyotlan veya elektrolüminesant* diyotlan tarafından yayımlanırlar. Bu ı ık sinyalleri, daha sohra, abone donanımları düzeyinde elektrik sinyallerine dönü türülürler. Sonuç olarak, fiber optik kablo, sinyalin elektriksel olarak üretildi i ve i lendi i iki kutup arasında -alıcı ve verici- ı ık halinde ta nınmasını sa lar. Sinyalin elektrik/ı ık dönü ümünün gerçekle ti i donanım, fiber optik için kaçınılmaz olan "optoelektronik"^{13**} içerir. Varolan optoelektronik sistemlerinin verimlilik düzeyine göre, sinyallerin optik iletimi iki tarzda gerçekle tirilir: Analogik veya sayısal. Analogik iletim, ı ık sinyallerinin, aynen elektrik iletiminde gerilimin de i tirilmesi gibi, ı ık yo unluunun de i imi yoluyla gerçekle tirilir. Sayısal yöntemde ise, sinyaller birbirini izleyen "0" ve "1" kodlarıyla ifade edilirler. Bu kodlar iletilir. Alıcı, bir de erler alanı içindeki sinyali de il, belirli iki de er arasındaki sinyali seçer. Sinyalin katedece ı uzaklık ne olursa olsun, iletimin güvenilirli i tamdır. Sayısal iletim, sinyalin kodlanarak sayısalla tırılmasını sa layan aygıtları gerektirir. Bunları olu turan parçalar son derece pahalıdır.⁵

Sayısal sinyallerle çalı an fiber optik kabloyla, özellikle vizyofon ve yüksek debili karma ık bili im verilerinin iletimini gerçekle tirebilecek, tam anlamıyla etk'le i mi sa layan görseliletim ebekeleri olu turulabilir. Bu ebekelerin maliyeti, u an için geleneksel ebekelere göre hissedilir düzeyde yüksektir. 1990'da koaksiyel bir ebekenin bir prizinin ortalama 5 bin franga mal oldu u hesaplanırken, bu fiber optik için 18 bin frangın üzerindedir. Demek ki, fiber optik ile koaksiyel kablo arasında ya

(*) Elektrolüminesant: Bir elektrik olayıyla ı ın çıkarmak. Örne in evlerde kullandı ımızflorösan lambalar, (ç.n.)

(**) Optoelektronik: I ık üreten veya ı ı a duyarlı düzen ve aygıtları ele alan elektroninin bir bölümü, (ç.n.)

(5) Sayısal sinyallerle çalı an bir fiber optik hattında elektronik malzeme oranı yüzde 60'tır. Maliyet açısından baktı ımızda analogik fiber optik hattına göre yüzde 30 pahalıdır.

pılacak olan seçimde ekonomik ve finansal veriler devreye girer. Fiber optik kablonun hissedilir ölçüde yaygınlaşması için maliyetinin düşmesini mi beklemek gerekiyor? Yine de, özellikle sinyallerin taşınması için de fiber optik ebeke kurulmasına gidilmesi buna karşılık sinyallerin dağıtımında örnek olarak ikili burma kablolarla bağlantı yapılması, bu teknolojinin yayılmasını hızlandırabilecek ve sonuçta fiyatı düşürebilecek etkili bir yöntem olabilir.

IV. İkili Burma Kablolulu Ebeke

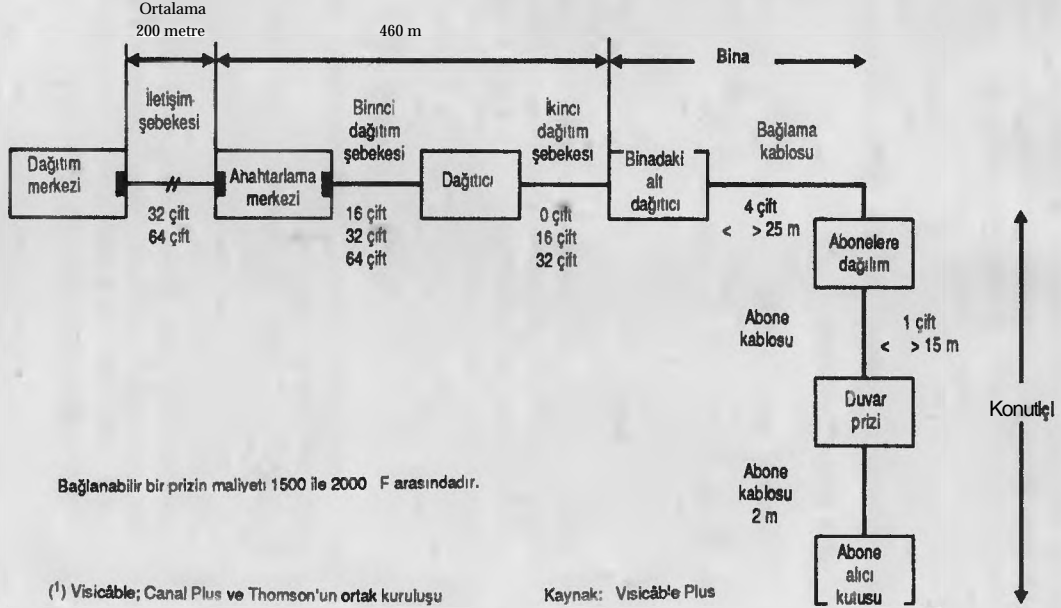
İkili burma kablo teknolojisi, video sinyallerinin bir çift bakır burma kablo üzerinden geçmesini sağlar. Yankılanma da (iki kablodan geçen sinyallerin birbirine karışması) yalıtılmış kablolar kullanılarak engellendi. İkili burma kablo ebeke, bir sinyalleri taşıyan, diğer taşıyan sinyallerin dağıtımını yapan ikili yıldız görünümündedir. Taşıyan yıldız, sinyallerin anahtarlandığı seçme merkezlerinde bulunur. Dağıtım ebekesinin birbirine simetrik her çift kablosu ise, seçilen programları taşıyan bir giriş kanalı ile seçme komutlarını ileten bir giriş dönüş yolunu içerir. Seçim merkezi tarafından gerçekleştirilen seçim seviyeleri, aynen televizyon alıcısının kanal seçme düğmesi gibi fiziksel olarak çalışır. Abone ise, evinde, enflarajınımlarıyla çalıştırılan bir uzaktan komuta aygıtına sahiptir.

İkili burma kablolu ebekeyi besleyen dağıtım merkezi, hangi normda olursa olsun (PAL, SECAM, NTSC, D 2 MAC, ve yakında Yüksek Görüntü Çözümlemeli Televizyon-YGÇTV), bütün video sinyallerini alabilecek durumdadır. Kullanıcılar ile genel anahtarlama merkezi arasındaki giriş kanalından gelen veriler seçim merkezi tarafından alınır ve belleğe geçirilir. Bu veriler devresel olarak ebeke ileletme merkezine nakledilirler. Bu ileletme sayesinde, her kullanıcının kullandığı kadar ödemesi (görüntü başına ödeme-pay *per view*) olanaklı duruma gelmiştir.

İkili burma kablo teknolojisinin de sınırları vardır: Uzaklık. Ama yine de kabloların kalitesinin iyileştirilmesi, sinyallerin iki kablo arasındaki dağılımını etkileyen ince

to
0

Visicâble-Plus'un¹⁴ geli tirdi i burma kablolu ebekenin aynntılı emas:



ilemler, fiber optik'e göre açıkça daha ucuz, koaksiyel'e göre daha doyurucu olan bu teknolojinin konutlarda, mahallelerde ve orta çaplı kentlerde gelişmesini sağladı. Toplu konutlar, oteller ve büyük apartmanlar ikili burma kablo kullanımı için ideal yerlerdir.

İkili burma kablo teknolojisi, esas olarak Canal Plus* tarafından geliştirilmiş ve onun bir yan kuruluşu olan Visicâble Plus tarafından 1989'da uygulanmaya başlanmıştır.

V. Ebekenin Başlangıcı

Bütün kablo ebekeleri, sinyallerin abonelere doğrudan "yığılma" edildiği bir başlangıç noktasına sahiptir. Başlangıçta ebekenin başlangıcı sadece bir hareket noktası idi. Kablonun etkileşimli inin gelişmesi oranında, ebekenin başlangıcı, ebeke içinde dolaşan enformasyonların tümünü yöneten, yönlendiren ve denetleyen gerçek bir merkez oldu.

Bir kablo ebekeci, ancak, ebeke başlangıcının, bulunduğu bölgede Hertzci yolla doğrudan olarak alınabilen sinyallerden daha çokunu alabilecek alıcılara sahip olabilirse gelişebilir. ABEFde kablo patlaması, ancak, kablo ebekeleri için televizyon yayını yapan televizyon uydularının sinyallerini alabilen 4-5 metre çapındaki antenlerin ebeke başlangıcıyla kurulmasıyla gerçekleşmiştir. Kuşkusuz doğrudan gelen bu yayınlara, kablo ebekesinin yerel olarak "ürettiği" programlar da eklenmelidir.®

Kablo şirketlerinin işletilmesinde, ebeke başlangıcının alıcı ve verici ile ilgili çok önemli -belki de tek- bir yer tutar. Bu ilev, en az bunun kadar önemli olan bir başlangıcı ilevle, programlamayla tamamlanır. Programlama, ebeke başlangıcını basit bir alıcı ve verici olmaktan çıkarır ve ona çok daha aktif ve karmaşık bir rol yükler. Burada programlama, sözcükün geniş anlamıyla, varolan programların bir araya getirilmesi veya düzenlenmesi veya özel olarak hazırlanmış görüntülerin (reklam spotları ve yerel program-

(*) Paralı sinema kanalı (ç.n.).

(6) Yerel programların stüdyoları ebeke merkezine erişim sağlandı gibi, kablo veya Hertzci yolla merkeze başlanabilirler.

lar) da itımının sa lanması olarak anla lmalıdır, örne- in, uydular tarafından yayımlanan bir programda rek- lamlara ayrılı ku a a yerel reklamları sokmak veya yerel bir yayın için Hertzci yolla ula tırılan bir programı, verili bir saatte yayma sokmak gibi.

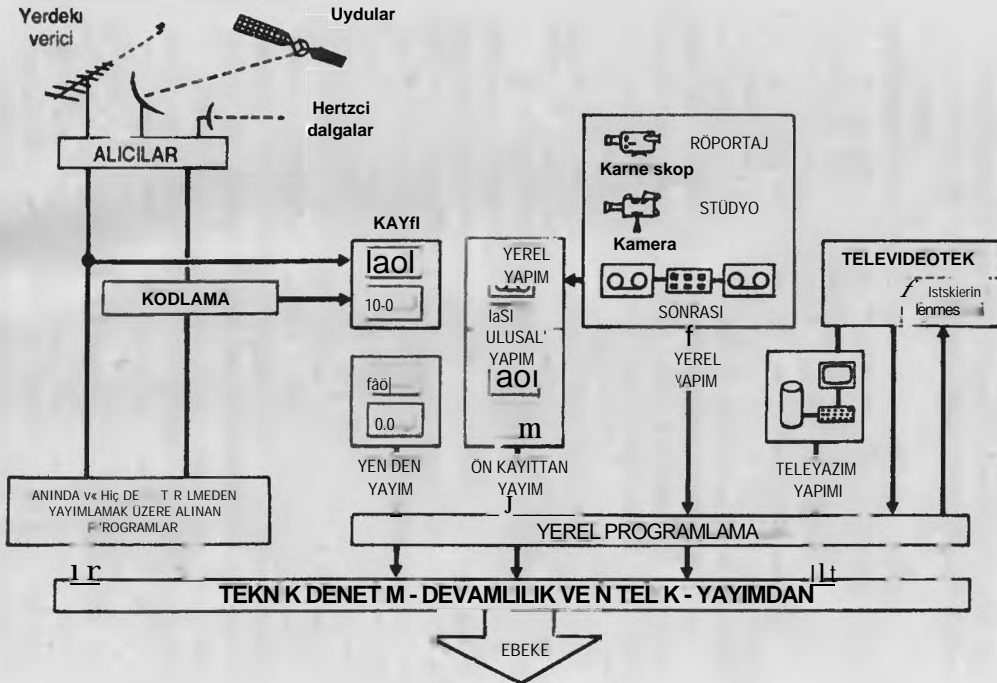
Görüntülerle ilgili tüm bu i lemler ebeke ba nda gerçekte tirileceklerdir.

Programlama merkezi aynı zamanda kendisine ula- an programların yeniden da itımını ve stoklamasını ya- pabilmelidir. Bu merkez genellikle üç unsurdan olu ur: Teknik yönetim, da itım ve yeniden da itım; da itım merkezi videoyazımın gerçekte tirilmesini sa layacak do- nanımla da tamamlanabilir

letme servisi, ebekenin son i levinin gerçekte tiril- di i yerdir. Paralı programların (paralı kanal) da itımına olanak veren ve i letmecinin her abonenin durumunu (abonelik, faturalandırma, olası anзалann saptanması v.b.) tanınmasını sa layan sürekli teknik gözetlemeyi ge- rektiren bir etkile imli ebeke sözkonusu oldu u andan ba layarak bu servis gerekli olur. Yani i letme servisi teknik ve ticari bir role sahiptir. Dı arıdan gelen veya ye- rel olarak üretilen sinyallerin tümü ile abonelere sunulan çe itli hizmetlerin sinyalleri bu servisten geçer.

letme servisi, ebekenin bir tür ticari yönetimidir; kullanıcının abone durumuna göre programlara eri imini yönetir. letme servisi çok önemli miktarda bilgiyi i le- mek zorundadır. Bu nedenle i letme donanımları içinde elektroni in yanı sıra önemli oranda bili im programlan da yer alır.

ebeke ba mın boyuttan ve hacmi kablo ebekesinin hacmine ba lıdır. ebekenin etkile im oram ne kadar yüksekse, ebeke ba ndaki donanımlar o oranda karma- ık ve bili im tekni iyle donatılmış tır. Yani fiber optik kullanan bir ebeke, aym anda onbinlerce mü teriye su- nulan hizmetlerin otomatik yönetimini sa layacak geli- mi likte bir ebeke ba ı dü ünülmeden gerçekte tirile- mez. Bili im fiber opti in ve ikili burma kablonun ta- mamlayıcısı dır.



ekil 4: Bir ebeke ba ının ayrıntılı eması

VI. Abone Donanımları

Kablo tarafından ta man enformasyonlar genellikle kablo prizi ile televizyon alıcı aygıtı arasına bir teknik donanım yerle tirilmesini gerektirir. Yirmiden çok kanalın alırtımı sa layacak seçme yetene ine sahip alıcı aygıt çok azdır. Geleneksel koaksiyel ebekelerde, i letmeci aboneye bir "kablo seçici" verir. Bu aygıt, aboneye, frekansları de i tirerek yüz kadar programa ula ma olana ı sa lar.⁷

Kablo i letmesinin ba lıca sıkıntılarında birisi, genellikle çok ucuz bir ücretle aboneye kiralanan donanımların yarattı ı giderek artan mali yüküdür. Kentteki bir site içinde yayılımı komuta ve ifre çözücü aygıtların yönetimi, arızalar veya kullanım hatalarıyla birle ince, ebekenin i letilmesi için a ır bir yük haline dönü ür. Teknik ilerlemeye gösterilen hedef, co rafi olarak en büyük yonunla mayı sa lamak amacıyla, görüntünün seçimi ve da ıtımı veya hizmetlerin kullanımı için gerekli teknolojinin en büyük kısmının ebekenin ba nda kullanılabilecek ekilde geli tirilmesidir.

Bu açıdan bakıldı nda, yıldız yapıda ebekelerin ilginçli i, kanala eri imin ve seçimin abonenin bulundu u yerde de il da ıtım merkezinde yapılmasındadır. A aç yapıda bir ebekede, bütün programlar ve hizmetler aboneye kadar ula tırılır, aboneye bunlar arasından seçme yapmak ve bedelinı ödemek kalır. Yıldız yapıda bir ebekede ise, abone da ıtım merkezinde bir kanal seçer ve kullandı ı donanım ise sadece bu merkeze ula masını sa layan bir terminaldir.* Fiber optik ve ikili burma kablo, görüldü ü gibi, geleneksel ebekelerde bulunan pahalı ve giderek daha geli mi abone donanımlarının yaratabilece i risk ve maliyetin azalmasına neden olabilir.

Kablo abonesinin kullandı ı bir donanım üç i levi yerine getirmelidir:

- Seçme,
- Eri imin denetimi (abone bedeli ödendiyse paralı bir kanala eri im olana ı veya anne ve babalara özgü if-

(7) ABD'de bu aygıtın bedeli birkaç dolardır.

(*) Terminal: Uzak bir konumdan ileti im kurmayı olanak veren herhangi bir giri çıkı birimi.

re geçilemedi i sürece kanala eri imi engelleme),

- Etkile im.

Bu son durumda, abone terminali, i letme merkeziyle diyalog kurmaya, elektronik ödemeye (elektronik kredi kartı v.b. kullanarak) veya tele alarm veya tele alı -veri gibi hizmetlerde komut vermeye olanak verir. Abone donanımı, giderek, bilgisayar i lem programlarım ve bellek donanımını içeren çok i levli bir mikro-bilgisayar eklini alacaktır. Böylece abone donanımı, bugünden tanımlanması zor olan telekomünikasyon hizmetlerine eri imin anahtarı olacaktır.

Sonuç olarak, fiber optik ve ikili burma teknolojisi abone terminalinin elektronik ve bili im i levlerini da ıtım merkezine ta ıyarak, yani yo unla masını sa layarak, sadece bireyin konutunda bulunan aygıtın yönetilmesini kolayla tırmakla ve maliyeti dü ürmekle kalmaz, aynı zamanda, bugün telemati in ve bili imin geni kitleler arasında yayılmasının önüne engel olarak çıkan enformasyona eri im teknolojisinin de basitle tirilmesine olanak verir.

Sonuçta, sadece teleda ıtıma ve etkileimli hizmetlere eri ebilmek için de il, ama aynı zamanda, bireyin toplumumuzun içine girdi i bili im devriminin gerçek bir aktörü olmasını sa layacak olan veii bankalarına da eri ebilmek için son derece basit bir terminale sahip olmak yeterli olacaktır.

Uzun sözün kısası, di er ileti im araçlarına göre kablonun üstünlükleri nelerdir? Özellikle teleda ıtım alanında bu sorunun sorulmasına gerek vardır. Gerçekten de, bir programı Hertzci yolla da ıtım, kablo ile da ıtımaktan daha ucuzdur. Ayrıca, uyduların ortaya çıkı ı, her eyden önce kablo ebekesineee kar ıt bir teknoloji olarak da görülebilir. Gerçekte bu hiç de böyle de ildir. Aslında, kablonun temel üstünlü ü, "noktadan noktaya" diye adlandırılan bir ileti im ebekesi olu turmasıdır. Bir anlamda en azından, tüm aboneleri bir yayım merkezine ba lamasıdır. Uydu da olsa, Hertzci de, di er da ıtım araçları, "noktadan kitlelere" diye adlandırdı ımız da ıtım araçlarıdır. Bu da, açık ki, alıcı ile da ıtımcı arasındaki her türlü bilgi alı veri ini engeller.

Öncelikler sıralamasına göre, "noktadan kitleye" ileti m sistemlerine ayrıcalık tarayarak ba larız .Bu bir videoyazım da olabilir, yeni bir televizyon kanalı da. Sonra, enformasyonların bir noktadan belirli gruplara aktarılmasını sa layan, belli bir "hedetê" yönelik ileti ime geçerez. Paralı televizyon "noktadan gruba" ufa mayı hedefleyen ileti m sistemini kullandı ı ölçüde iyi geli ecektir. Bu, hareketli görüntünün kullanıldı ı bir minitel* ola çaktır. Di er bir deyi le, belirli bir bölgeyi kapsamayı amaçlayan gerçek bir ileti m ebekesinin kurulmasını ancak kablo ebekesinin ortaya çıkı ı sa lar. Telêfon bugün ula tı ı evrensel boyutlara gelebildiyse, bu, telefon ebekesinin yava yava yerkürenin tümüne dal budak salması sayesinde. Ve neredeyse mucizevi bir biçimde, dünyanın her hangi bir noktasından, her hangi bir ülkesine telefon edebilmek olanaklıdır artık.

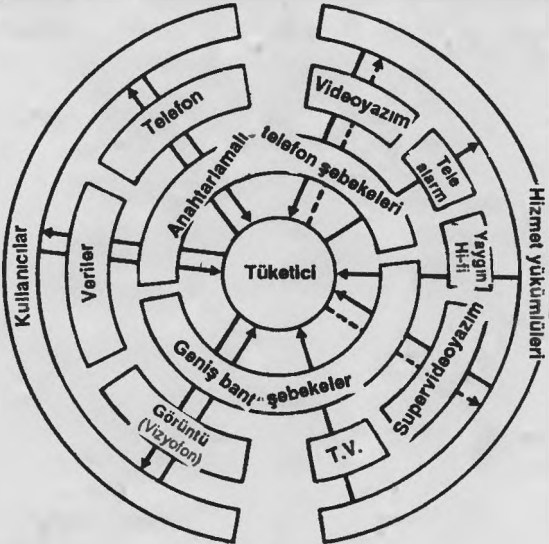
(*) Minitel. Fransa'daki telematik uygulamasının adı (ç.n.).

K NC BÖLÜM
KABLO: YEN LET M TEKNOLOJ S

1

Bu kitabın amacı bir kablo ebesi kuramını aktarmak de ildir, çünkü bu tekfioloji, tümü üzerinden bir dü-ünce olu turulmasını sa layacak dersler çıkartılabilecek kadar yaygınla mamı tır. Yine de, kablonun önemini oldu u kadar, zorluklarını da daha iyi anlayabilmek için, kablonun getirebileceklerini ve onu di er ça da ileti im araçlarından nelerin ayırdı im bir kaç sayfada ele almak kaçınılmaz görünmektedir.

Kablo ebesi, aboneleri bir yayım merkezine ba lamada oldu u kadar, aynı ebeke içindeki bireyleri de birbirine ba layan en etkili araçtır. Böyle bakıldı nda, kablolulu ileti im sistemi, telefon sinyallerini ta ima sistemlerinin geni banda çevrilmesinden ba ka bir ey de ildir.



Şekil 5: Yeni iletişim araçları

Geni bant üzerinden iletme özelli i kabloyu di er ileti-
im tekniklerinden ayırır. Bu özellik, onun, enformasyon-
ların elde edilmesi, de i imi ve i lenmesi için en iyi tek-
noloji olarak görülmesine neden olur.

1. Teleda ıtımdan leti ime

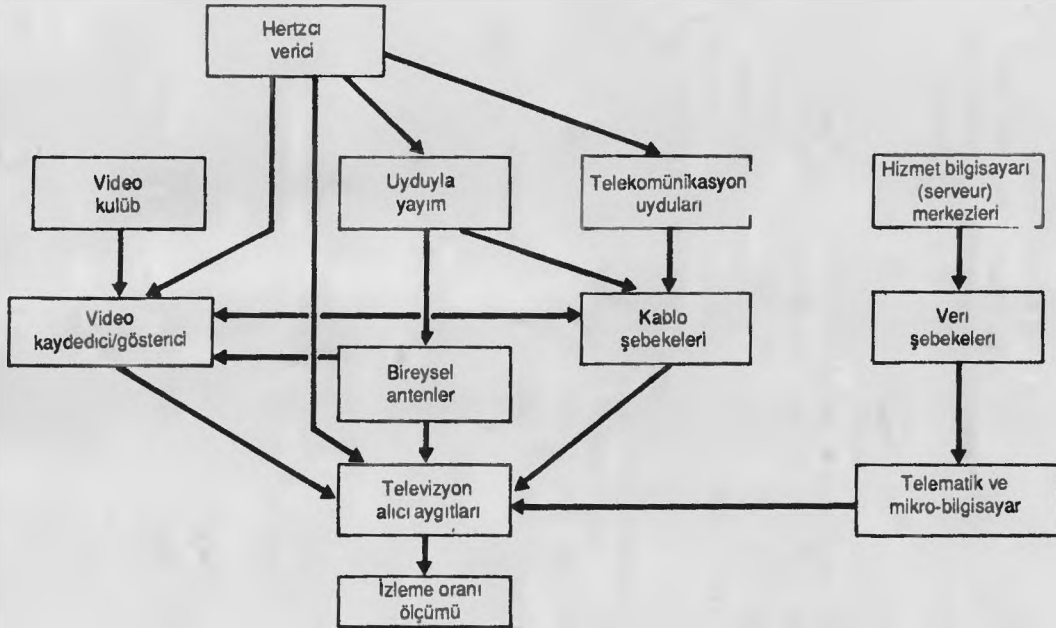
Ba langıçta kablo ebekesi, çok sayıda televizyon programının çe idi aboneler tarafından alınmasını sa-
layan bir ortak anten olarak sunuldu. Analıtarlama olana ı
veren yıldız yapıda kablo ebekesine geçilmesi ve ta ima
yetene inin katlanarak artmasını sa layan fiber optik
uygulaması sayesinde, kablo ebekeleri basit bir teleda ı-
tımdan daha ba ka bir ey olmaya do ru yöneldiler. Ger-
çekten de, ebekenin belirli bir aboneye çok büyük sayıda
enformasyonu da itabilir durumâ gelmesiyle birlikte, et-
kile imli denilen çok sayıda hizmet kendine yer bulacak-
tır. Buna kar ılık, abone de, ebeke aracılı ıyla kendi en-
formasyonlarını yayımlayabilecek ve ileti imin hem alıcısı
hem de vericisi olacaktır.

Etkile imlilik, yıldız yapıda ebekenin, bunun sonu-
cunda da kablo teknolojisinin ayrılmaz bir parçasıdır.
Hertzci da ıtım ve dü ük, orta veya yüksek güçte her tür-
lü uydu tek yönlü ileti im modelleridir. 2000i yıllara
do ru fiber optik kullanılarak yapılmı kablo ebekeleri-
nin evrenselle ece ini, bunların sadece televizyon prog-
ramlarını, telefon görü melerini iletmekle kalmayacakla-
rı, aynı zamanda bugün yazılı malzeme kullanan sayısız
hizmetin de ta ıycısı olacakları dü ünülebilir.

Sonuç olarak, sözcü ün gerçek anlamıyla teleda ı-
bımdan ileti ime nasıl (hangi ko ullarla) geçilece ĩ sorusu
sorulmaya de er.

Televizyon programlarının katkısı kablo ebekeleri-
nin ba langıcının »nahtan olarak kaldı. Çok çe itli gö-
rüntü da ıtılarak kablo ebekeleri abone sayılarım arttıra-
bilirler. Böylece, kablo ebekesi pazarı, etkile imli servis-
lerin geli ebilece i boyutlara ula abilecek kadar büyüye-
bilir.

Bu açıdan, "zayıf etkile imlilik" ve "güçlü etkile imli-
lik" diye adlandırdıklarımızı birbirinden ayırt etmemiz



ekil 6: Yeni medyaların dolaşımı.

Kablo ebekesi tarafından sunulan hizmetlerin tablosu

| | Anahtarlımah telefon | Basit tefeda itim | Dü ük ekSeif Mi tefeda itim | Geni bantlı tefeda itim ebekese ekile imli buma kablo |
|--------------------------|-------------------------|---|-----------------------------------|---|
| ebekot | ebekesi | ebekesi' | ebekese | |
| Kullanıcıdan | | | | |
| kullanıcıya | Telefon | | | Vizyofon |
| | Tötekopya | | | Her tür türlüjven |
| | Veri s Jetimi | | | Video |
| Hizmet bilgisayar | | | | |
| merkezinden | | | | |
| kullanıcıya | | | | |
| etikile imsiz | | Televizyon FM | Televizyon FM | Televizyon FM |
| | | Yüksek görüntülü çözOrriemeli TV | YGÇTV | YGÇTV |
| | | Teleyazım | Teleyazım | Teleyazım |
| Hizmet bilgisayar | | | | |
| merkezinden | | | | |
| kullanıcıya, | | | | |
| etikile imli | Videoyaz...r | | Videoyazım | btd e ba lı programlar |

Kaynak: SCET

gerekir. Birinci durumda, programlama merkezi ile abone arasında diyalog kurma olana ı vardır. Bu diyalogun kullanıcıdan merkez hizmet bilgisayarına (serveur) do ru olana ancak dü ük debiyle gerçektelebilir. Di er bir deyi le, zayıf etkile imlilik tek bir da itim merkezini ayrıcalıklı kılmayı sürdürür ve aboneye basit bir geri dönü yolu bırakır, ikinci durumda ise, enformasyon alı veri hacmi her iki yönde de aynıdır. Bu durumda yeni servislerin do u una sadece güçlü etkile imlili in olanak verdi i kendili inden ortaya çıkar. Güçlü etkile imlilik geni bantlı iki yönlü ebekelerin kurulmasını ve olabildi ince esnek ve çe itli abone terminallerinin yerle tirilmesini gerektirir.

ABD örne i özellikle anlamlıdır. 4500 kablo ebekesinden sadece otuz kadan etkile imli hizmetler sunar ve bunların geri dönü yollarının iletme yetene i dü üktür. Ço u durumda, sözkonusu olan videoyazım türü hizmetler ile video oyunlarıdır.⁸

(8) Bu durumda ticâri i lemler telefonla gerçekteletilir

"Güçü etkile imlili e" gelince, özellikle görüntü bankalarına, sabit veya hareketli görüntüleri birbiri ardına gösterebilen lazerle çalı an video disk göstericilerine eri - me olana ı verdi i için, burada etkile imli hizmetler çok çe itlidir. Böylece abone, evinden hareketli ve sabit görüntüleri gözden geçirebilir. Buna bir de, ev bilgisayarı ile bunları i leme olana im eklersek, bu tür hizmetlerin giderek artan bir önem kazanaca im dü ünebiliriz.

Son olarak, bu teknolojiler aboneler için alarm ve güvenlik hizmetlerinin satı im da sa larlar. Bu hizmetler, bunları da itan ebekelerin gelirlerinin önemli bir kısmını olu turmaya ba lamı tır. letmelere sunulabilecek bir dizi hizmet imdiden ortaya çıkmı tır ve kurumlarla ilgili pazarda önemli bir geli me olana ının varoldu u dü ünülmektedir. Kablo ebekesi, i letmelerin kendi dı larındaki hesap merkezlerine ba lanmalarım sa layarak, bunların bilgisayarlarla yönetilen grafik terminallerine veya teleba vuruya eri melerini sa layacaktır. 2000 yılında bu hizmetler çok yüksek görüntü çözümlemek grafik ileti imine ve grafik bilgisayar i lem programlarına oldu u kadar sayısal görüntü belleklerine de uzanacaklardır ve kurumlann bunlara eri mesi çok kolayla acaktır.

letmelerin kendi bünyelerinde geni bam ebekelerin geli mesi, bunların yerel ebekelerini çe itlendirmelerine de olanak sa ladı ı gibi, iç ileti imi de hissedilir düzeyde iyile tirecektir. Çok özel bir teknoloji kullanmadan, viziokonferans, viziyouplanti ve görüntü iletimi gerçekleştirilebilecektir. Bu hizmetler imdiden özel ebekeler üzerinde, New York, Boston ve Tokyo'da var.

Yarının büyük ehirlerinde, fiber optikten yapılmı yaygın ta ıma kanalları olacaktır. Bunların üzerinde ara hizmet ebekeleri yeralacak ve tek tek bireylere oldu u gibi, i letmelere de hizmet götürecektir. Böylece bürolar "akıllı" olacaklar.

II. Kamu: Bölünmeye Do ru

Klasik, özellikle de Fransa'da geli tirilen televizyon en geni kesime ula abilmek için olabildi ince çe itli

programların üretilmesi üzerine kurulmu tur. Ansiklope- di görünümündeki bu geleneksel televizyonlarda, böylece herkes kendi zevkine uygun görüntü ve mesajı bulmayı deniyor. Bu televizyon kanallarının programcılar], olabilece en yüksek izleyici sayısını kendilerine çekmeyi hedefliyor ve böylece izleyici sayısının en çok oldu u saatlerde, en ilgi çekici programları önermek için gerçek bir kavga ya anıyor.⁹ Bu açıdan, kablo, köklü biçimde farklı bir mantı a sahiptir. Gerçekten de, sunulan kanalların çe itlili i sadece en çok izleyici kitlesinin hedeflenmesini de il, aynı zamanda çok özel kesimlerin hedeflenme'sini de sa lar. Sosyolojik anketler, genel olarak, klasik televizyon programlan seçene inin aile bünyesinde olumsuz bir tarzda i ledi ini gösteriyor. Televizyonu ilk açan ço u zaman di erleri üzerinde üstünlük kurar. Veya televizyon izleyicileri çevrelere en az doyumsuzluk veren programı seçerler. Bu ko ullarda, seçimin gerçekten olumlu biçimde gerçekleş tirildi i durum çok azdır. Bunun nedeni sunulan kanal sayısının çok az olması ve sunulan çe itli programlar arasındaki çarpıcı benzerliktir

Kablo ebekesi, bir aboneye yirmi, otuz televizyon kanalına eri me olana ı tanıyarak, sadece geni kitleleri de il, aynı zamanda özel bir ilgi merkezi olan kullanıcılara da doyurucu bir ürün sunmak zorundadır. Kamuoyu yoklamaları, klasik bir televizyonun bir spor kar ıla masının yayınlandı ı zaman, kadınların televizyonu izlemeyi bıraktıklarını gösteriyor, bu da böyle bir yayının izleyici sayısının önemli oranda dü mesi demektir. Bu nedenle, özellikle spor hatta haber veya özel bir gruba yönelik yayın yapan Amerikan kablo ebekeleri, özellikle kadınlara ve üniversite ö rencilerine yönelik, ek programlar önermek için çaba gösterirler.

Bütün bunların sonucunda, kablo, klasik televizyonun tersine, kamuoyu ve aboneleri böler, parçalara ayırır.

(9) Bu olay özellikle ABD'de çok keskin ya anıyor. Hertzçı yolla yayın yapan büyük televizyon a ları izleyici sayısının en çok oldu u saatlerde, özellikle 18-21 arasında (*primes time*), olabildi ince yüksek sayıda izleyici toplayabilmek için kıyasıya bir yarışma içindedirler.

Çok çe itli izleyiciye yönelmek, kablo ebekesinin sundu u hizmetlerin ve programların toplam izleyicisinin artırılmasının olmazsa olmaz ko uludur. Görse? i itel alanda tüketicinin alı kanlıkları bugün de iyi bilinmemektedir. Ama yine de, programlara ayrılan gelirle "terminal" araçlarının alınına ayrılan gelirler arasında yeni bir da ılımın ya anılaca ım söyleyebiliriz.

Kaliforniya Üniversitesinin yaptı ı bir ara tırma, Amerikan tüketicisinin yılda 80 video kaseti kiraladı ım, buna kar ılık çok az kaset satın aldı ım gösteriyor. Bu örne in de gösterdi i giLi, program, kendisinin kullandı ı teknolojiyi de il, yeni bir medyanın kullanımım belirliyor. Programlar, arzın yanı sıra, pazann geli mesinde de anahtar olacaktır. Sunulan programlar yetersiz kalırsa ve özellikle de kamunun bölünmesini sa layacak düzeye ula amazsa, araçlar, bilgisayar i lem programlan ve hizmetler kullanıcı bulamayacaklardır

Konutlann video gereksiniminin evrimi, Avrupa'daki video gösterici/kaydedicileri parkının geli mesinin, önceden kaydedilmi video kaset satı lannın ve aynı zamanda ABD ve Kanada paralı televizyon pazarının gözlenmesiyle analiz edilebilir. Avrupa dünya video göstericisi/kaydedicisi pazarının yüzde 40'ım olu turuyor. 1988'de,¹⁰ Federal Almanya ve İngiltere'de televizyonu olan konutlann yüzde 35'i video göstericisi/kaydedicisine sahipken bu oran Fransa'da yüzde 25'tir. Önceden kayıt yapılmı kasetlerin satı ma gelince, bunlar 1980'den 1982' dört kat arttı.

ABD'de, paralı televizyona giderek artar, ilgi, program yapım sanayinin alabildi ince çok çe itli kesimlere ilginç gelen görüntüler üretebildi ım örtaya koyar.

Demek ki, kablo izleyicilerinin bölünmesi pazann geli mesi için hem bir engeldir, hem de bir koz. Kablo ebekesi tarafından yayılan hizmetlerin ve programlann özgülü ü algılanamadı ı zaman, ebeke, kârlı duruma geçebilmek için gerekli abone sayısına ulaamayacaktır. Buna kar ılık, daha ebekenin açılı nda kullanıma hazır olması gereken, çok özel ve çok dar bir kesimi "hedefleyen" programlann yapımı ise çok önemli yatınmlan ge-

(10) Philips ve Grundig'e göre.

Yayımlanan mesajların içeriği

| <i>Baskın olan iletişim türünün doası</i> | | |
|---|--|---|
| <i>Enformasyonun doası</i> | <i>Tekyanlı</i> | <i>Diyaloğa açık</i> |
| E lence | Film Seçenek Gösteriler Spor Müzik Kültür Enformasyon | Ele tiri Tartı ma |
| Oyun | Programa kar ı oyun | Birden fazla ki iyile |
| E itim | E itim programlan | Gruplar, ö retmenler |
| Telematik | Programa eri im Veri bankalarına | Teiei lem inceleme eri im |
| i lem (ticari, borsa) programları | Katalog.. ilanlar, enformasyon, yönetim | Komut TeJeödeme Banka, borsa anla maları |
| Görü me, mektupla ma | | Görü me, mektupla ma Ki isel Mesleki idari |

Kaynak: B PE

rektirir. Bu nedenle, finansman açısından verimliliği hedefleyen bir kablo ebekesinin geliştirilmesi teknik ve ticari açıdan risklidir.

zleyici kitlesinin bölünmesi, enformasyonların bireyler arasında veya birey ile hizmet bilgisayarları merkezi - genellikle bunlar bilişim donanımlarıdır- arasında karşılıklı alışverişten baskın bir şekilde etkileşimli bir anahtar rolündedir.

İlenecek enformasyonların kitleselliğinin, iletişim yöntemlerinin hızlanmasının gerektirdiği etkileşimlilik, bilişimdeki gelişmeler ve yeni teknolojiler sayesinde olanaklı duruma geldi. Sonuç olarak, kablo sayesinde iletişim modellerinde '90'ın yılların görsel iletişim alanının genel görünümü de iktirecek bir patlamaya tanık olacaktır.

Gerçekte, her zaman gizliden gizleye istenen etkile-

im, ancak çok yakınlarda gerçekte tirilebildi.

Çe itli uygulamalarının çerçevesinin, hatta tanımının pek yapılamadı ı etkile imli hizmetlerin önemli bir pazar potansiyeline sahip oldu u açıktır.

Sonuç olarak, etkileti imli hizmetler geli menin afa ndadır:

- Video oyunlarının geli mesi, bilgisayar i lem programlarının iyile mesi ve e lence zamanının artması gibi bazı toplumsal, ekonoiuik veya kültürel parametrelerin evrimi tarafından ko ullandırılır...

- Veri bankalarının kurulu u ancak yeni ba ladı.

- Akıllı konutlar in a ediliyor.

v

- Uzaktan i lem hizmetleri (teleödeme, telerezervasyon) küçük adımlarla yol alıyor.

- Teknik olarak güvenilir ve geni kitlelerin yarana yana abilece i maliyette olması telegüvenli in ba arısında veya ba arısızlı nda belirleyici olacak.

- Vizyofon daha sanayi a amasına ula madı ve geli mesi geni bantlı ebekelerin kurulmasına ba lı kaldı.

Bu ba lamda kablo çok ey kazandırabilir.

Üç tip etkile imlili in varlı ndan sözedebiliriz:

- Konutlardaki etkile imlilik (bilgisayarlar, video oyunları v.b.);
- ebekelerin varlı mı gerektiren etkile imlilik (Minitel ve uygulamaları, teleda ıtım v.b.);
- Mesleki alanlarda etkile imlilik (i letmelerin ebekeleri).

Ayrıca etkile imlilik zayıf (basit bir geri dönü yolu olan) veya güçlü (ikiyönlü ebeke) olabilir.

Bu mantık ev bilgisayarlarının ço almasının ve veri bankalarına veya hareketli görüntülere uzaktan ba vurma olana ı veren geni bantlı ebekelerin geli mesinin üzerine oturur. Fiber opti in temsil etti i ba lıca teknolojik getiriler hesaba katıldı nda, bütün bunlar büyük miktarlarda terminaller, hizmet bilgisayarları merkezi ve yıldız yapıda kurulmu kablo ebekelerini gerektirirler, önemli miktarda enformasyonun iletilmesi gereksiniminin gerektirdi i geli mi uygulamalar bu ebekelerin kurulu gerekesidir.

Etkile imlilik pazarının geli mesi bu alandaki dona-

nımların geli mesine, yan; ta ıyıcı araçların, aletlerin geli mesine ba lıdır. Ama yine de hizmetleri, programlar ve bilgisayar i lem programlarını da unutmamak gerekir.

Günümüzde teknik düzey, yönetilmesi oldukça karma ık da olsa, yeteri kadar geli mi tir. Örnek olarak France Telecom'un i letmeyi durdurdu u prototip olan Biarritz ebekesini ele alırsak, çok az sayıda hizmet götürmesine kar ın bu ebekenin i letilmesi için gerekli yönerge (talimat) sayısı 6 binden az de ildi.

Amerikan örne i ihtiyatlı olmaya itiyor. Telegüvenlik alanında potansiyel pazar 9 milyon hesaplanıyordu, ama gerçek pazardaki abone sayısı ancak 150 bin o.dü.

Warner Amex'in Pntsburg kentinde sürdürdü ü, oyun biçiminde sunulan programlamaya katılma, programların ödenmesi ve kamuoyu yoklaması olana ı veren Qube deneyinde ise irket 30 milyon dolar kaybetti. Etkile imli görsel ileti im alanındaki beceriklik (savoir-faire) çok pahalıdır ve ne kadar yüksek olursa olsun kullanıcıların bunun için ödedikleri bedel gerekli yatırımla ölçülemez. Bu nedenle kablo parasal riski yüksek bir faaliyet tir.

Parasal risk açısından yine de iki alan birbirinden ayırmak gerekir:

- Öngörülmesi kolay ama uygulama sayısının kısıtlı oldu u talebin çok bölündü ü alanlar (hukuksal veri bankaları, v.b.). Bunlar do rudan kullanıcılar tarafından finanse edilirler.
- Talebin geni oldu u, ama kullanıcıların bu tür tekniklerin kullanımı kar ısında özellikle gösterdi i psikolojik fren nedeniyle, risklerin sınırlanmasının daha zor oldu u alanlar.

Buna göre, kesin, belirli uygulamaların dı nda bu pazarın geli mesiyle ilgili bir öngörüde bulunmak, Fransa gibi bir ülkede gelecek vaat etse bile, zor.

Yeni hizmetler, hizmetin toplam elde etme maliyetinin dü tü ü ve bunun sonucunda bazı finansman olanaklarının ortaya çıkt ı ölçüde daha ucuz bir da ıtım ve pazarlama sistemin temsil ederler.

Ticari yönetimde ekonomi yapmaya olanak sa lad ı gibi (mektupla sat ı), film yapımcıları ve medyalar için

da itim maliyetinde, do rudan kullanıcıya ula tı ı için, bir dü ü e neden olur.

Son olarak da, kullanıcılar açısından eri im ko ulla- rının kolayla masını sa lar.

Sistemlerin gündelik hale gelmesi, hiç ku kusuz, pa- zar içindeki gücünün artmasına ba lı olarak, gelirlerin yükselmesine paralel biçimde yatırım maliyetinde de bir azalmaya neden olacaktır.

Yine de, bu pazarın geli mesi büyük ölçüde bu konu- da çıkartılan kararnamelerle belirlenmi tir. Bu pazar bir- den çok ileti im kanalının arzı üzerine oturmu tur, bu pazara kendini olu turma olana ı tanınmalıdır.

Etkile imlilik alı kanlık ve davranı de i ikli ini zo- runlu kılar, yeni bir kültürle, bili im kültürüyle aym ni- teliktendir: Yani yava yava olu an bir devrimdir. Eri im teknikleri (insan-makine dili) yeni bir dildir: Gençlerle tam bir uyum içindedir, ama ya lıların elini kolunu ba - layabilir, onları hareketsiz kılabılır .Di er yandan, kula- nım amacının da, ev bilgisayarları örne in, hâlâ iyi algı- lanamadı ı saptanmı tır.

Kamunun bölünmesi ve geni lemesine, kamunun bu yem medyalara gündelik ya amlarında uyum göstermesi- ni sa lamak için bir e itim politikasının e lik etmesi zo- runludur. Ayrıca, sunulan bu hizmetler yı nı ile ba lan- tılı gereksinimlerin tanımlanmasını sa layacak bir bilgi- lendirme politikasının uygulamaya konması uygun ola- caktır.

Kablo ebekesi, teknik olanakların evrimi ile ana hatlarını iyi tanımadı mız ama önemli olaca ı söylenen talep arasında bir uyum kurma aracı olabilir.

III. Finansman: Abone Yöntemi Veya Kaynakta Ödeme

Yeni ileti im araçlarının geli mesi onun finansmanı tarafından belirlenmeye devam etmektedir. Maliyetlerin boyutları "Kim ödeyecek?" sorusuna geçerli bir yanıt bu- lunmadan, bunların kablo veya uydu aracılı ıyla kitlesel biçimde da ıtılmasının sözkonusu edilemeyece ini do ru- lamaktadır.

Medyalar iki biçimde finanse edilirler Ya tüketiciler veya ilan kurumları (reklam gelirleri) tarafından, doğrudan finansman yoluyla veya ulus tarafından (vergi yükümlüsü) dolaylı finansman yoluyla. İletişim araçlarının uluslararası bir boyut kazanmasıyla birlikte, kullanıcılar bu durumdadır, dolaylı finansmanı sağlamak için olanaksız hale gelir. Demek ki, 2000 yılında doğrudan yol alırken, kullanıcılar ve reklam pazarı yeni medyaların temel iki finansman kaynakları olarak kalmıştır.

Teknoloji reklam kaynaklarına ve abonelere erişim olanakları tarafından da belirlenir. Gerçekten de, Hertzci yolla yapılan bir televizyon hizmeti veya uyduyla yayımlanan bir televizyon hizmeti abonelere ödetilmek istenirse, yayınlannın ifrelili yapılması doğrudan olur. Böylece her aboneye bir ifre çözücü yerleştirilerek abone bedelinin ödenmesi sağlanır. Uyduyla yayım durumunda ise, aboneye alıcı antenlerin yerleştirilmesi sırasında abone bedelinin alınması düşünülebilir. Ama Hertzci yolla¹¹ veya uyduyla yayım yapan paralı televizyon yayımcıları, ilk beş yılda çok ender olarak ulaşılabilen sayıda -aykırı bir örnek olan Canal Plus dışında- abone varlığı gibi bir çalıma zorlar. Demek ki, ekonominin mantığı, uydu veya Hertzci televizyon yayımlarının reklamlar tarafından finanse edilmesini, yani kaynakta ödemeyi veya dağıtım kanalının öbür ucunda yüksek bir abone bedelinin alınmasını gerektirir.

Kablo ebekelerinde sorun bütünüyle aynı boyutları kazanır ve finansman biçimi ile teknoloji arasındaki zıtlık ortadan kalkar. Gerçekten de, kablo, biçimlenmesinden bağımsız olarak, vergi de olsa, abone bedeli veya reklam geliri de olsa, gelir toplama modellerinin tümünü kullanmasına izin verir. Kablo, finansman açısından karı içinde gerçekten tümüyle yansız bir teknolojidir. Ayrıca, devasa bir ortak anten sistemi gören bir kablo ebekesinin varlığı, uyduyla yayımlanan paralı programların hiçbir zorlukla karlı olmadan gerçekleştirilmesini sağlar. Bu durumda, ebekenin bağı, programlama şirketinin tek muhatabıdır. Bu da, bu şirketlerin gelirini büyük ölçüde kolaylaştırır ve programlara çok daha önemli bir yayım po-

(11) Fransa'da Canal Plus'un durumu.

tansiyeli sa lar.

Kablonun ve uyduların birbirinin tamamlayıcısı oldu u çok açık olarak görülüyor. Ha>*a, kablo ebekesiyle donatılmamı bir ülkenin uyuyla yayımlanan programlara çok büyük güçlüklerle eri ebilece i -reklamla finanse edilmiyorlarsa- ileri sürülebilir. Teleda ıtım veya telekomünikasyon uyduları, genellikle iki hatta üç Avrupa ülkesinin sınırlarını a an bir bölgeyi kapsar, böylece birden fazla reklam pazarına yayım yapar. Bu da, bunların reklamlarla finanse edilmelerini daha da karma ıkla tırır. Bir ba ka deyi le, Avrupa uydularının geli mesi, programların giderek kârlılı a geçmesini sa layacak tek ey olan yayımcıların karma bir finansman biçimini olu - turabilme yetene i tarafından ko ullandınlacaktır. Bu durumda, kablo ebekesi olmaksızın uydu yayınlarının gecikece inden emin olabilirsiniz. En azından bu, kablo ebekesiyle donatılmamı ülkelerin, Atlantik ötesinde maliyetini çıkarmı , marjinal reklam gelirleriyle finanse edilecek olan programların ve görüntülerin gerçek bir baskınına u raması demektir.

Buna göre, bugün varolan güvenilir teknolojik araçlar içinde kablonun üstünlü ü, yeni medyaların finansman yollarım olabildi ince çe itlendirilmesini sa lama- sındadır.

Yeni medyaların gösterece i atılım, özellikle onların finansmanına ba lı olacaktır. Gerçekten de, sabit kurulu , bakım, programlama ve imletme maliyetleri, do rudan da olsa dolaylı da olsa, çok yüksektir. Bir ba ka deyi le, bir ebekenin kurucusu, daha hizmetin açılı ndan ba layarak çok önemli harcamalarla kar ı kar ıya kalır. Ayrıca gelirlerin özellikle dü ük oldu u bir anda, abone- lerin isteklerini kar ılayabilecek düzeyde bir yanıtlayma yetene ine sahip olmak zorundadır (telefon ve müdahale), bu da çalı an sayısını önemli oranda arttırır. Telefon santralinin otomatikle tirilmesi ve yönetim mekanizmalarının belli ba lı i lemlerinin bilgisayarlarla yapılması, ebekenin faaliyete ba ladı ında i letmeci irketin i ini kolayla tırsa bile, bu, irketleri önemli bir personel yüküyle kar ı kar ıya kalmaktan kurtarmaz. Ayrıca, önerilen hizmetlerin ve programların tamamının ilk abonelere

bile sunulması gerekir. Kablo i letmesi,* hiç abone geliri- nin olmadı ı anda, önemli programlama harcamalarının yarattı ı sıkıntılarla kar ı kar ıya kalır. Demek ki, ola- bildi ince süratli bir biçimde ölü noktaya, yani ebekenin kârlı duruma gelebilmesi için gerekli abone düzeyine ula mayı hedefleyen bir finansman stratejisi gerekir. Ku kusuz bu abone sayısı, sunulan programların ve hiz- metlerin niteli ine ve niceli ine, nakil ve eri im araçları teknolojisinin geli mi lik derecesine göre de i ir. Paralı programlara eri me olana ı sa layan, teknolojik açıdan klasik bir ebeke için minimum abone sayısı 50 bin ile 100 bin arasında hesaplanmaktadır.

Kablo ebekesinin temel parasal deuge parametresi, ba lanmı priz sayısıyla abone sayısı arasındaki oran, onun yayılma oranıdır (taux de pénétration). Kablo ebe- kesinin canlı bir ba arı gösterdi i ülkelerde bu oran yüz- de 60'a kadar yükselebilir.¹² Genellikle, yüzde 50'lik bir yayılma oram ola an kabul edilmekte ve mantıklı bir he- def olarak görülmektedir. Yine de, bunun a amalarını saptamak gerekir.

Hizmetlere göre abone sayısının priz sayısına oranının evrimi

| | On yıllık evrim (%) |
|---|---------------------|
| Teleda ı tim (gölgede kalan bölgeler dı ında), (sitelerden elde edilen programlar) | 10-30 |
| - Dı talanmı programlarla birlikte (örne in RTL, Lüksemburg Radyo ve Televizyonu) | 20 -60 |
| - Uyduyla alınan, SECAM'a çevrilmi programlar | 25 - 65 |
| - Hertzci yolla yayımlanan dördüncü sinema kanalının rekabetiyle birlikte | 30-40 |
| - Yerel kanallar veya yerel programlamalar | 30-55 |
| - iste e ba ılı etkile imli hizmetlerle birlikte (videotek, videoalı veri ...) | 40-55 |
| - Telekitaplık, teleba vuru ve görüntü nakl' hizmetleriyle birlikte | 50-60 |

Yukarıdaki de erler Paris'te kablo,* j televizyonun geli mesi çerçevesinde ger- çekle tirilen bir incelemenin basit bir de erlendirilmesiyle elde edilmi tir

(12) Kanada'nın bazı bölgelerinde ve Belçika'da ula ılan oran.

Gerçekten de, kablunun priz ba lantısı olan konutlara yayılma hızının, yani abone sayısının artı hızının, finansman ko ulları açısından son derecede önemli oldu u ortaya çıkmıştır. Bu oran ne kadar yüksek olursa, parasal risk o kadar dü üktür. Tersine, yayılma oranı (priz sayısının abone sayısına oranı) yüzde 20 ile yüzde 30 arasında bir sayıya ulaşmazsa, süratle zarar etmeye başlanacaktır. Gerçekten de, biraz önce sözünü etti imiz başlangıç maliyetleri nedeniyle, finans maliyetiyle birbirine yakından ba lı olan yayılma oranının olabildi ince süratli artırılması için çaba harcanması doğu olacaktır. Bu da, daha ebekenin açılı nda, çok yüksek nitelikte program ve hizmetleri zorunlu kılar. Görüldü ü gibi, kablo teknolojisi, parasal yüklerin taraflar arasındaki da ılı mında büyük bir esneklik sağlamaktadır .

IV. Görsel İtsel Yaratıcılık ve Kablo ebekesi

Tüm medyalar, bir tüketiciye, paralı veya parasız, bir yaratıcının ürününü götürürler. Bu yaratıcı bir oyuncu, bir yapımcı, bir yönetmen veya bir besteci olabilir. Öyleyse, bu medya tarafından toplanan kaynakların bir kısmının yaratıcılığa geri dönmesi son derece doğaldır. 1957 "yazar hakları" yasasının ruhu özellikle budur.

Geleneksel görsel i itsel araçlar için geçerli olan, kuzusuz yeni medyalar için de geçerlidir. Ama ulusal pazarındaki pazarları besleyen veya paralı programların verilmesini sağlayan teknolojiler sözkonusu olduğunda paylaşım çok karmaşıktır. Bu açıdan, sanayiletilmiş ülkelerin tümü gerçek hır yasal bolumlarla karşı karşıya kaldılar. Bu bolum, ancak, kablo ebekelerinin veya ilk iletişim uydularının yayımlarının ortaya çıkmasından çok sonra doldurulabildi. Belçika kablolu televizyon ebekesi tarafından dağıtılan yabancı televizyon programları için yayın haklarının ödenmesini sağlayan bir anlaşmanın yapılabilmesi on yıla yakın bir zaman aldı. Bu yasal bolum, Kanada'da, Federal Hükümet'in Mayıs 1984'de çıkardığı "yayın hakları" reform yasasıyla dolduruldu.¹³

(13) *Gutenberg'ten Telidon'a, Yayın Hakları Üzerine Beyaz Kitap*, Kanada Hükümeti. 1984

Yeni teknolojilerin do u undan ba ka, yayın haklarına ba lı çok önemli bir ekonomik faaliyetin geli mesine de tanık olundu. Kanada yasası, ba langıçtaki da ıtım bu iletim modellerine göre yapılmadıysa, kablo ve uydu aracılı ıyla yapılacak iletim için tüm yayın haklarının yaratıcıya bırakılmasını öngörüyor. Aynı ekilde, yeni yapıt sınıflandırmaları, özellikle de bili im programları yeni yasanın kapsamı içine alındı. Yine de yayın hakkıyla ilgili tüm düzenlemelerin, yaratıcının yasal haklarının korunması ile yeni medyalann ortaya çıkı mının gerektirdi i uyum için gerekli esneklik arasında bir dengenin kurulmasını sa laması sorunu da ortada duruyor. Çünkü bunların yöneldi i pazar yeni geli iyor, tam geli ti i anda ür kütülmemesi gerekir.

Böyle bir dengenin olu masının özellikle duyarlı bir i oldu u ortaya çıktı. Fransa'da Temmuz 1984'te onaylanan yeni yayın hakları yasası, bundan önceki artistik ve sanatsal sahiplik yasasının cilalanıp yenilenmesinden ba ka bir ey de ildir. Sonuçta olu an yasal yapı, ku kusuz yaratıcılar için tüm garantileri sa larken, yeni medyalar açısından görsel i itsel yaratıcılı ının maliyetini hissedilir düzeyde arttırmı gibi görünüyor. Kar ıla ılacak risk, kablo ebekelerinin ve uyduların, ulusal veya Avrupa görsel i itsel yapımlarını bir kenara bırakıp, özellikle ABD yapımı, ucuza satılan programlara yöneldiklerini görmek olacaktır. Bir ba ka deyi le, görsel i itsel alandaki yaratıcıların yeni ebekeler hızlarını alıncaya kadar daha az obur görünmeleri kendi çıkarlarıdır. ,bu onların, ba langıçtan ba layarak yeni medyalar üzerinde varolmalarını sa layacaktır. Gerçekten de, yayın haklarının korunmasında a rıya giderek, eri me maliyetinin çok yüksek olması nedeniyle, sonuçta özgün görsel i itsel yapımların ortadan kalkmasına yolaçmaktan çekinmek gerekir.

Son olarak, yayın haklarıyla ilgili düzenlemelerin bilinçli biçimde uluslararası, özellikle de Avrupa ölçe i göz önüne alınarak ele alınmaları gerekir. Gerçekten de seslendi i kamunu uluslararası boyutlarda olması yeni medyalann özelliklerinden birisidir. leti im akımı özellikle uydu kanalları aracılı ıyla smirlarüstü boyutlara ula a-

çaktır. Bu açıdan, Avrupa görsel i itseli olu turulması için acele edilmelidir. Gerçekten de, Avrupa görsel i itseli vücut bulmazsa, Avrupa ba ka görsel i itsel güçlerin pazarı olmakla yetinecektir. Özellikle Hertzci kanallar veya uydular taralından üretilen programların yeniden iletilmesini sa layan bir teknoloji olan kablo açısından yayın hakları sorununun karma ıklı ı, kamu gücünü, yeni teknolojinin uygulamacılarını parasal çökü veya uygulanamaz gerekçesiyle düzenlemelere uymama ikileminde bırakmamak için pragmatik davranmaya ve ihtiyatlı olmaya zorlar

V. Kablonun Geli me Anahtarı: Aboneleri Doyurucu Olması

Buraya kadar yazdığımızı, kablo ebekelerinin gelişmesi için iletişim tüketicileri pazannın fethedilmesini amaçlayan bir stratejinin gerekti ini gösterir. Gerçekten de, ba langıç riski temel olarak parasal ve ticari niteliktedir. Dük sayıdaki aboneye, tamamlanmı ve pahalı bir ürün sunmak zorunlulu u, i letmecileri, abone sayısının olabildi ince süratli artmasını sa layacak biçimde davranmaya iter.

Hertzci yayımın ve uydularla yapılan yayımların tersine, kablo yayınları abonenin gönüllü üyesi ini gerektirir. Oysa, kablo tarafından ta man hizmet ve ürünler, telefon, elektrik ve su gibi birinci dereceden gereksinim değildir. Kablo ebekesine sahip olan ülkelerin hepsinde, her yıl abonelerin yüzde yirmisi ile otuzunun aboneliklerini yenilemedikleri, bunları yerine yenilerinin abone oldu u saptanmı tır .Bu, kablo pazannın, aynen i pazarı gibi, memnun olan abonelerle, memnun olmayan veya ödeme gücü olmayan aboneler arasında sürekli hareket halinde olması demektir. Kablo aracılı ıyla yayım modeli, do ası gere i bir i yeri mantı nı gerektirir. Örne in, vergi gelirleriyle finanse edilen bir kamu televizyonunun sadece kablo ebekesiyle yayımlanması anlamsız olacaktır. Bu durumda, Hertzci ydun veya uyduların kullanılması çok daha mantıklı görünmektedir.

Gelecek on yıl içinde bir gerçeklik haline gelecek olan

etkile imlilik üzerine dü ünüldü ünde, kullanıcılar açısından geçerli olan ilk etkile imlili in aboneli ini istedi i zaman geri çekebilmesi veya yenileyebilmesi biçiminde olaca nı ortaya koyar. Demek ki, fiber optik ve görüntü anahtarlamalı ebekelerde, büyük bir olasılıkla çok daha önemli bir abone hareketlili i ya anacaktır. O zaman uygulanacak tarife, önemsiz bir abone bedeli ile bunun üzerine eklenen, büyük olasılıkla dakika üzerinden hesaplanan görüntülerin veya hizmetlerin iletilmesi ücretinden oluşacaktır. Bu durumda, sözcü ün gerçek anlamıyla teleda ıtım maliyetinin, uyuyla ula tırılan ve Avrupa reklam pazarının tamamı üzerinden amorti edilen programları yayımladı ı oranda giderek ve daha hızlı azaldı ı görülecek ve paralı programlar ebeke i letmesinin "artık de erinin" temelini oluş turacaktır. Bu konuda, teleda ıtım faaliyeti için bugün varolan fiyatlandırma yolunun, gerçek bir ileti im ebekesinin oluş masıyla birlikte çok daha karma ık biçimlere do ru evrim gösterece ini söylemek do ru olur.

O halde gelece i korumak gerekir. Kablo pazanının ta ıdı ı parasal risk ancak iki biçimde azaltılabilecektir.

Bir yandan, tüketicilerin, iyi tanımadıkları bu yeni ürün kar ısında daha ebekenin açılı nda ifade ettikleri biçimiyle gereksinimlerini en iyi biçimde kar ılamak yerinde olur. Di er yandan, i letme yöntemi, gelirlerin - bunlar reklam, abone ve hatta yerel vergiler olabilir- toplanmasında olabilecek en geni esnekli i sa lamalıdır. Büyük sayıda tüketiciyi kablo yayınlarına çekmek için, "çerçeveyi geni " tutabilmek gerekir. Hertzci büyük televizyon a larına özgü bir strateji olan, verili bir anda maksimum izleyici kitlesini toplama aray ı, yerini, ebekenin tümü üzerinde, günün bütün saatlerinde maksimum izleyiciyi toplama aray ına bırakmalıdır. Bu ancak kamunun bölünmesi olayının üzerine oynayarak elde edilebilir.

Teleda ıtımdan ileti im ebekesine geçi in, birincisi ne kadar kitlesel bir ba arı gösterirse, o kadar iyi olaca ını ne kadar söylesek azdır. te ça da ileti im teknolojilerinin geni kitleler içinde yayılmasının ko ulu budur.

BA KA ÜLKELEERDEK DENEYLER

B R NC BÖLÜM

KUZEY AMER KA'DA KABLO YAYINLARI

Kuzey Amerika bir kablo ebekesi kıtasıdır. Kablo bu kıtada do du ve geli ti. En önemli ve son yıllarda en hızlı geli en ileti im alanlarından biri oldu.

Gerçekten de bu kıtadaki kablolu televizyonların abonelerinin sayısı 55 milyonun üzerindedir. Bu alanda görülen bu çok güçlü büyüme, büyük kablo programı ve i letme irketlerinin göz kama tırıcı ba arılarını ve can yakıcı ba arısızlıklarını açıklar. 1984'den bu yana bir yerli yerine oturma ve yeniden grupla ma süreci ya anıyor. Sık sık yazıldı ı gibi ABD ve Kanada'da kablo kriz içindedir demektense, atılması gereken bir adımın ahla- madı nı söylemek daha do ru olur: Ne denirse densin, ayet bir kriz varsa, bu büyüme krizidir."

I. ABD'de Kablo ebekeleri

1990 yılının ortalarında, 9 bin civarındaki ebekenin sundu u kablolu televizyona abone olanların sayısı 55 milyon olarak hesaplanıyor. A a ı yukan 85 milyon televizyon alıcı aleti var. Kablo bunların yüzde 60'ndan ço- una görüntü iletiyor. Kablonun yayılma oranı, on yıldan bu yana son derecede hızlı arttı. 1968'de bu oran ancak yüzde 5 idi, 1980'de yüzde 20'ye ula tı. Bu oranın on iki yılda dörde katlanarak artması, bu ileti im teknolojisinin geli me gücünün tanıkl ıdır. Uydular aracılı ıyla kablo ebekelerinin, geleneksel ileti im araçları} la, özellikle de yazılı basınla kar ıla tırlamayacak bir yaygınlık sa la- ması anlamına gelir. Kablo ebekelerinin yayılma oranla- rı eyaletten eyalete büyük farklılık gösterir. Örne in San Diego'da yüzde 60, Colorado'da yüzde 38'e ula ır. u an- da ABD'deki en büyük kentler, özel i letmelere ayrıcalık- lar tanıyarak, bölgelerinde kablo ebekelerinin kurulu u-

ilk yedi Amerikan paralı kanalı

| Kanal | Sahibi | Abone sayısı (milyon) | Ba langıç tarihi | Programlar |
|-----------------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|-------------------|
| 1) Home Box Office | Time Ino. | 15.90 | 12/75 | Sinema, gösteri |
| 2) American Movie Classics | Cablevision Systems | 12.0 | 10/89 | Klasik filmler |
| 3) The Movie Channel and showtime | Viacom | 8.9 | 7/76 | Sinema, gösteri |
| 4) Cinemax | Time ne. | 5.1 | 8/80 | Sinema, gösteri |
| 6) The Disney Channel | Walt Disney | 3.8 | 4/83 | Sinema, animasyon |
| 6) Bravo | Cablevision Systems | 1.3 | 2/80 | Sinema, kültür |
| 7) The Playboy Channel?) | Playboy Enterprises | 0.5 | 11/82 | Sinema, gösteri |

(*) Dojrudan yayım uydularıyla alınabilenlerle birlikte

(*) Cuma ve cumartesieleri görüntü bayına ödeme ile eri ilebiliyor.

ilk be "görüntü baına ödeme" hizmeti

| Kanal | Sahibi | Abone sayısı (milyon) | Ba langıç tarihi | Programlar |
|-----------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|-----------------|
| 1) Reguest TV (1 ve 11) | Reiss M eda | 3.7 | 11/85 | Sinema, gösteri |
| 2) Viewers Choice (1 ve 11) | ViacomC) | 3.8 | 11/85 | Sinema, spor |
| 3) Home Premieré TV | Cable-operateurs(*) | 1.5 | 1/86 | Sinema |
| 4) Zab Movies | Satelfite Corp. | 0.2 | 11/86 | Sinema |
| 5) Cable Video Store | General Instrument | 0.1 | 4/86 | Sinema, spor |

(*) Birle iyolar.

ilk dört Amerikan tele alı veri hizmeti

| Kanal | Abone sayısı (milyon) | Sahibi |
|---------------------------------|-----------------------|----------------------------|
| Home Shopping Network (1 ve II) | 77 | Home Shopping Network Ino. |
| Cable Value Network | 20 | CVN Companies Ino. |
| QVC Network | 13 | QVC Netvrtrk ne. |
| Toleshop | 11.5 | FNN |

ABD'de ilk 20 kablo kurulu u

| <i>Kurulu</i> | <i>30 Haziran 1988'deki abone sayısı</i> |
|----------------------------|--|
| 1) Tele-Communicabon | 4.254.300 |
| 2) ATC | 3.838.000 |
| 3) Continental | 2.266.000 |
| 4) Storer | 1.496.000 |
| 5) Warner Cable | 1.471.800 |
| 6) Cox Cable | 1.454.200 |
| 7) Comcast | 1.383.700 |
| 8) United Cable | 1.210.700 |
| 9) Viacom | 1.100.000 |
| 10) Newhouse | 1.086.700 |
| 11) Cablevision Systems | 1.070.900 |
| 12) Heritage | 1.060.200 |
| 13) Jones Intercable | 1.017.200 |
| 14) Times Mirror | 940.100 |
| 15) Sammons | 846.800 |
| 16) United Artists | 814.600 |
| 17) Century | 716.400 |
| 18) Adelphia | 639.300 |
| 19) Cooke Cablevision | 620.000 |
| 20) Cablevision Industries | 599.600 |

nu gerçeikle tiriyorlar. Bu durum, önümüzdeki yıllarda kablolu televizyonun geli mesini hızlandıracaktır.

1978'de, büyük Hertzci televizyon a lan (ABC, CBS, NBC) izleyicilerin yüzde 93'ünü topluyorlardı. Bu sayı 1982'de yüzde 81'e dü tü ve 1995'de yüzde 55'e dü mesi bekleniyor. Reklam gelirlerinde buna orantılı bir kayba neden olacak olan izleyici oranındaki bu dü ü , kablo ebekelerinin gösterdikleri ilen' atılımın sonucudur. Kablo ebekelerinin reklam gelirleri ise Hertzci büyük televizyon a lannkinden daha hızlı bir artı içindedir.

Aynca, reklam kesintileri olmadan film da ıtımı yapma olana ı (paralı sinema kanalı) ABD'de kablo izleyici oranını hissedilir düzeyde arttırdı.

ebekelerin in a edilmesinin, mali yönetiminin, programlamanın ve i letilmesinin tek sorumlusu ebekelerin kuruculandır. Kentler kablo ebekelerinin kurulu unu

ihaleye çıkararak şirketler arasında bir rekabete yol açıyorlar. Bu uygulama aynı pahalılaşmaya yol açıyor ve bazı şirketlerin sıkıntıya «ti mesine neden oluyor (Bu tehlikeli gidi Federal yasa tarafından sınırlandı).

Kurucu şirkete in a eder veya ettirir ve abone toplamaya başlar. Aboneye olabildi ince çok sayıda hizmetler grubu sunmak ve buna ek olarak genellikle uydular¹⁴ aracılığıyla da ıtılan paralı televizyon programları sayesinde, düşük ödemeli bir temel hizmet paketi önermek bunların çıkandır.

Bu durumda, şirketin kurucusu ve işletmecisi şirket alınan abone bedelinin bir kısmını paralı televizyon şirketine aktarma konusunda anlaşma yapar. Bazı durumlarda abone bedeli 35 dolardan üstüne çıkabilirken temel hizmet paketinin abone bedeli ortalama 5 ile 10 dolar arasındadır.

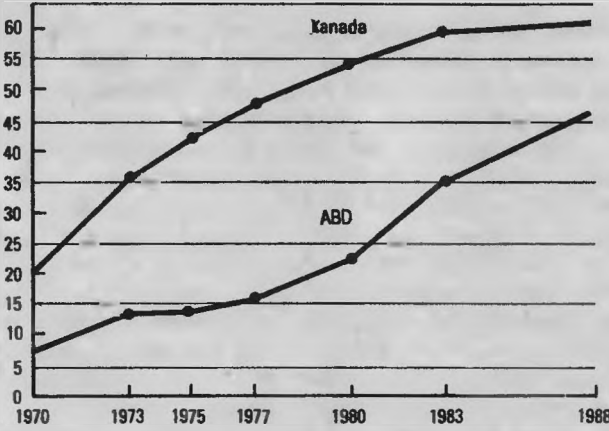
Demek ki, kablo işletmecileri de itacaktan programların seçiminde bütünüyle özgürdürler (şirketin hakkını elde ettikleri bölgelerde doğrudan yayımlanan programlarıdır). Bir kaç yıldan bu yana işletme şirketleri ile program şirketleri arasında bir iç içe geçme görülmektedir. Bu, ya birbirlerinin sermayelerine katılma biçiminde ya da bir büyük şirketin işletmecisi tarafından gerçekleştirilen özgün bir programın uydular aracılığıyla diğer kablo sistemleri tarafından da ıtılması yoluyla gerçekleşir.

Büyük şehirlerde kablo şirketi kurma hakkını elde etmek için büyük bir yarışma içine giren şirketler, u anda, üç veya dört yılda sistemlerini in a etme yükümlülüğünün altına girmektedirler. Bunlar, in a edilen şirketlerin niteliklerinin iyileştirilmesi amacıyla kendi araştırmalarını geli tiriyorlar.

Bir kaç yıldan bu yana kablo işletmeleri alanında bir yarışma başlatılmaktadır. Kablo şirketi kurma hakkının yüzde 60'ını en önemli 25 işletme şirketinin elindedir. İlk yarışma işletme şirketi daha 1984'de temel hizmet paketi abonelerinin yüzde 82'sini ellerinde tutuyorlardı. u an

(14) Belli başlı uydular bunlardır: Satcom I ve II, Westar V ve Galaxy I. Bazı durumlarda sinyaller bir mikro dalga veya yeryüzü uydusu sistemi ile aktarılabilirler.

Yayılma oranı



Yayılma oranı: Abone sayısı / Priz başlıklarının sayısı

Kaynak: Yeni medyalar ve reklam, IREP Kolloğu.

ekil: 7 Kablonun ABD ve Kanada'da gelişmesi

İçin 6 bin dolayında kablo bekese var ve bunların içinden en önemlileri 250 bin aboneyi geçiriyorlar (bu a a 1 yukarı başlıklarını yapılmı 500 bin priz demektir). Buna karşılık bazı küçük Amerikan kentlerinde priz sayısı 10 bini geçmeyen bekeler de vardır. Co rafi yo unlu u ne olursa olsun, sadece güçlü bir kablo ve program sanayi aboneleri doyuma ulaşabilir.

Kablonun ABD'deki bu ola anüstü büyümesi, program sanayinin talebin gereklerinin tam anlamıyla üzerine oturarak, büyük bir hızla abonelere çok çe ftli hizmetleri sunabilmesine bağlıdır.

Sunulan bu hizmetler, daha önce de indi imiz gibi, bir temel hizmet paketini (*basic cable television*), çe itli konulan kapsayan veya özel bir kamuyu hedefleyen reklamlarla finanse edilen programları içerir. Bunların en önemlileri spor ve haber programlarıdır. Özünde, temel hizmet paketinin büyük ço unlu u çok büyük ölçekli yerel bekeler için gerçekleştirilmiştir, ama 1975'den başlayarak, Amerika'nın tümünü yayım alanının içine alan uydular aracılığıyla diğer bölgelere de yayıldılar.

Aralarında 30 milyon konuta hizmet götüren WIBS (Atlanta) ve 15 milyon konuta hizmet sunan WGN'in (Chicago) bulundu u bu "süper istasyonlar" kablo ebekeklerinin geli mesine katkıda bulunmuşlardır, çünkü bunların sundukları temel hizmet.paketi 25 televizyon kanalından oluşur. Ücretsiz, reklamlarla finanse edilen en büyük televizyon kanalı bugün 55 milyon televizyon izleyicisine ulaşan ve spor yayını yapan "Entertainment and sports programming network"dur. Bunların içinde en ünlüsü, Ted Turner tarafından Atlanta'da kurulan ve sürekli dünyanın dört bir köşesinden gelen haberleri yayımlayan Cable News Network'dur. (CNN) Warner şirketinin bir kolu olan Müzik Televizyonu (MTV) ise yedi yıl içinde 40 milyonluk bir izleyici kitlesine ulaştı .

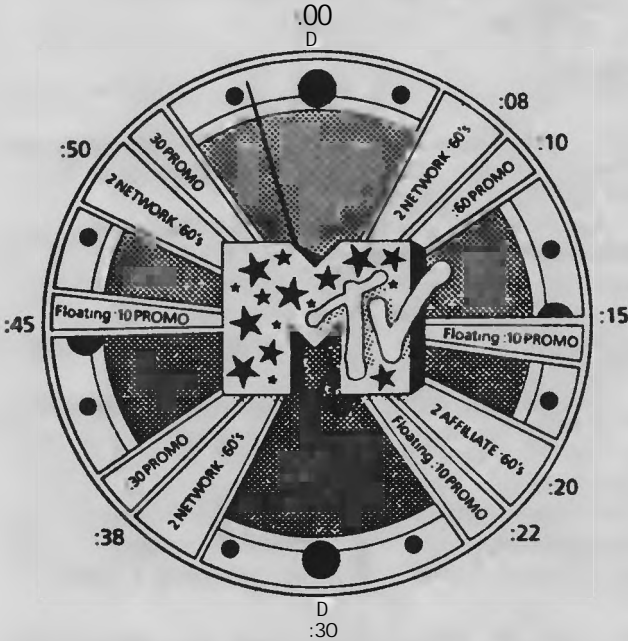
Temel hizmet paketini oluşturan bu kanallardan başka, abone, reklamlara yer vermeyen paralı televizyona da (*pay TV*) erişebilir. Esas olarak sinema filmi yayımlayan, Time grubunun yan kolu, en önemli paralı televizyon kanalı olan Home Box Office (HBO) 1982'de izleyici sayısını iki katına çıkardı ve bugün 15 milyon aboneye ulaştı.¹⁵ Ayrıca, eğlence ve diğer etkinlik alanlarını içine alan çok çeşitli paralı programlar da ortaya çıktı: Eğlenceden kültüre, sağlık, çocuk (Disney channel) ve günlük yaşamla ilgili programlar. Bu hizmetler sadece reklamlardan arınmış programlar sunmakla kalmıyorlar, bu Atlantik ötesi için yadsınamaz bir çekiciliktir, aynı zamanda özellikle bölünmüş ve çeşitlenmiş bir kamuya seslenilmesini sağlıyorlar -bu da ebeke işletmecisine, yeterli çeşitlikte ve çekici programlardan oluşan bir liste sunarak, müşterilerini maksimum ölçüde memnun etme olanağı veriyor.

Kablolu televizyon, aynı zamanda, hem doğrudan kablo işletmecisi tarafından önerilen (yerel programlar, bölgesel haberler, hava raporu, bölgesel spor, v.b.), hem de kamunun kullanımına açık kanallar (demeklere ve kişilere kendilerini ifade etme ve iletişim kurma olanağı sağlayan yerel birimlerin erişimine açık) gibi başka hiz-

(15) Film yayını yapan kablo kanalları bugün video kaset kiralama şirketlerinin rekabetiyle karşı karşıyalar. Bunların cirosu hissedilir oranda arttı .



Sample Hour



Şekil 8: MusicTelevision'un program akışı

Alınabilirleri programlara göre ABD'deki televizyon izleme oranı
(19-23 saatleri arası)

| | Konutların tümü | | |
|--------------------------------------|--|-----------------------------|-----------------------------|
| | Amerikan Kabbya Temel abone otmayanlar | hizmet paketine abone | Bkperah ka. ağı abone |
| Ticari a ların | | | |
| izlenme oranı (ABC, CBC, NBC) 43% | 45,9% | 40% | 38,5% |
| Kablolu ticari | | | |
| kanalların izleme oranı | 1,4 | 2,9 | 4,3 |
| Paralı kanalların | | | |
| izlenme oranı | 3,1 | | 14,5 |

Kayrak: Nielsen

metler de sunuyor. Yerel birimlere erişim olanağının verilmesi bazen çok önemli olabiliyor, çünkü bunlar 20 kanala kadar çıkabiliyorlar.

Ayrıca, özellikle belediye meclisi tartışmalarını veya üniversite derslerine izlemeye olanak veren kamuya ayırılması bazı kanallar da yer alır. Bu kurumsal kablo (*institutional loop*), giderek işletme sorunlarının üzerine yük bindirmektedir, çünkü bu durum işletmeciyi bir kamu hizmetini finanse etmeye zorluyor.

ABD'de kablo bekese teleda itim sayesinde gelişti ve o günden bu yana, pazarda pay sahibi olmak isteyen, güvenlik¹⁶ (telegüvenlik), enerji tüketiminin uzaktan denetlenmesi (su ve elektrik saatlerinin okunması), elektronik oyunlar, videoyazım ve *view datas* (bir bilişim veri merkeziyle iletişim kurmayı sağlayan etkileşimli hizmet) gibi yeni hizmetler sunmak için bir şirket kuruldu.

- (16) Telegüvenlik: ebekerin merkezindeki bilgisayarlarla sürekli iletişim içinde olan dedektörlere bağlı terminalle donatılmış konutlar. Bu dedektörler yangın, hırsızlık girişimleri ve acil tıbbi yardım konularını içerir. Bu tür hizmetleri sunan etkileşimli Amerikan kablo bekese sayısı şu an için kısıtlıdır.

Algılananın tersine, bugün bu yeni hizmetler pazarını çok küçük bir kısmını oluşturanlar. Telegüvenlik ancak 60 bin aboneye ulaşabildi. Ayrıca, Pittsburg'taki QUBE ve INDAX gibi en önemli etkileşimli hizmetler önemli parasal güçlüklerle karşılaşmaktadır.

Times Fiber Communications, aboneye bir terminalle belirli bir düzeyde etkileşim olanağı tanıyan tek fiber optik televizyon hizmetidir (Minihub). Bu firma Alameda'da (Kaliforniya) bu özelliklere sahip de olmaya da gelecek boyutlarda bir hizmete geliştirmeye çalışmaktadır. İletmecilerin bu yeni teknoloji karşısında yine de çok ihtiyatlı oldukları görülmüştür.

En büyük sorun, Amerikan kablo pazarının, göreceli olarak yakın bir gelecekte, basit televizyon yayımından başka hizmetler önerip önermeyeceğinin bilinmemesinden çıkıyor. Hiç kuşkusuz, etkileşimli görsel iletişim alanında yaşanan, bir anahtarlamalı telefon hizmeti ile bir bilgisayar birleşiminin olduğu rekabet, etkileşimli kablo hizmetlerindeki gelişmesini geciktirmesi tehlikesi taşıyor.¹⁷ Kablo tarafından sunulan yeni hizmetlerin kârlılığını daha kanıtlanmadıkça, birçok kablo hizmeti kurucusu, etkileşimli hizmetler sunmadan potansiyel olarak etkileşime olanak veren sistemler kurarak çabalarını daha çok teledağıtım üzerinde yoğunlaştırmakla yetiniyorlar. Teledağıtım hizmetlerine 14 milyar doların üstünde bir abonelik geliri sağlıyor.

Kablo hizmetleri konusundaki yasal düzenlemelere gelince, ABD, bir kaç vazgeçilmez ilkeyi göz önüne alarak, köklü liberal yönelimlere sadık kalmasını bildiği ve bu durum kablonun son derece kabul edilebilir ekonomik ve finansal koşullarında gelişmesine olanak sağladı.¹⁸

Federal düzeyde kabloya ilişkin düzenlemeler, aynen telekomünikasyonda olduğu gibi, Federal İletişim Komisyonu (Federal Communication Commission-FCC) tarafından yapılmaktadır. Bu komisyon hakem rolünü üstlenir ve özellikle de belediyeler tarafından hizmet kurucu şirketlere tanınan hakların yasal sınırları ve kurallara uygun-

(17) Bu, kablo sanayi üzerinde çok sayıda sonuçlar doğurabilecek bir olgudur.

(18) *Societe IC Cable Book The community medium*, CTIC. 1982

lu unu denetler. Yeni ebeke kurma hakkı alabilme adına giri ilen yarı , daha önce sözünü etti imiz gibi, kablo irketleri arasında son derece uzun ve pahalı bir rekabete yol açtı ı oranda FCC'nin önemi de arttı. Bir bölgede veya ehirde ebeke kurma hakkı almak için aday olma, hem de adaylı ın kabul edilece inden emin olmadan, 5 milyon dolara varan bir harcama yapmak demektir. Bu nedenle güçlü NCTA* belediyelerin ebeke kurma hakkı vermek için, bazı durumlarda ileri sürdükleri temelsiz ko ullan hedef alan bir kampanya ba lattı. Belediyeler, o kadar çok sayıda hizmet ve program iste inde bulunuyorlardı ki, bu durum ebeke i letmelerinin finans dengelerini çöküntüye götürmekle sonuçlanıyordu.

Ama yine de, kabloya kar ıt geli tirilen teknolojiler koaksiyel teleda ıtım sistemini sorgulatacak düzeye gelemediler.

Bunlar temel olarak "Multipoint Distribution System", MDS, paralı televizyon sinyallerim kablonun dönmedi i bölgelerdeki abonelere kiralanan özel bir model ile ta ıyan çok yönlü da ıtım sistemi ve yörüngeye yerle tirilmemi bir do rudan yayım uydusuna benzer biçimde televizyon sinyallerini yayan "Subscription Televisioni'dir. (Bu durumda yayınlan izleyebilmek için bir ifre çözücünün kiralınması gereklidir)-Son olarak "Small Master Antenna Television", SMATV, sadece özel konutların içinde i lev gören bir ortak anten yerle tirilmesini içeren ve böylece kablo i letmeleriyle, onların imtiyaz alanlarında da rekabet etmeye olanak veren bir sistemdir. Kabloyla rekabet içindeki bu yeni teknolojilerin uygulanmaya ba lanmasına kar ın, kablolu televizyon hâlâ ABD'de teleda ıtım aracı olarak kaldı ve önümüzdeki otuz yılda çok önemli geli melerin ya anaca ı yeni hizmetlerin ta ıyıcısı olacak.

II. Kanada'da Kablo ebekeleri

'50'li yıllardan ba layarak geli en ve Amerikan deneyinden önce ba layan Kanada kablolu televizyonu temel olarak sadece Kanada Radyosu'nu alabilen kırsal alanla-

(*) ebeke kurma hakkına sahip büyük irketlerin birli i (ç.n.).

ra hizmet götürmeyi hedefliyordu Federal hükümet, 1968 yılında çıkardığı görsel iletişim yasası ile telekomünikasyon alanında bir kamu idari özel olmak üzere iki sektörün varlığını kabul ediyordu. Kablonun düzenlenmesi ve işletme lisanslarının verilmesi Federal bir kamu kuruluşu olan Kanada Radyoyayı ve Televizyon Konseyi (CRTC) tarafından yürütülür. 1980'den bu yana kablunun ABD'de gösterdiği gelişme, Kanada'yı bu güçlü komşusunun sahip olduğu yapıya ayak uydurmaya zorladı. Gerçekten de, ABD ve Kanada sınır bölgelerinden de alınabilen, uydularla yayımlanan paralı kanalların ortaya çıkması, özellikle İngilizce konuşan Kanadalıların yaşadıkları bölgelerde kablunun gelişmesini sağlayacak çekici bir ürün oldu. Amerikan programlarının zorla devreye girilmesini engellemek amacıyla CRTC, görsel iletişim alanında varolan Kanadalı işletmeleri paralı televizyonun geliştirilmesi için aday olmaya zorladı. Ama Mart 1978'de CRTC bu projeden geri adım attı ve paralı televizyon yasasını devam ettirdi. Ancak 18 Mart 1982'de¹⁹ Kanada kablo işletmeleri paralı televizyon programlarını yayınlamaya başladı ve bunlar izleyici oranını arttırdı (bugün için yüzde 60: Bugüne kadar ulusal düzeyde başka hiç bir yerde ulaşılmamış bir oran). Kablo işletmeleri, ABD'de olduğu gibi, Hertzci yolla yayımlanan kanalların tümünü, yani beş Kanada yayını ile üç veya dört Amerikan yayını ve yerel birimlere açık veya sosyo-kültürel amaçlı yerel kanalları içeren temel hizmet paketi sunarlar. Bugün 7 milyona yakın konut kablolu televizyon yayınlarını almaktadır.²⁰

Kanada'daki kablo sanayi, İngilizce veya Fransızca konuşulan bölgelere göre farklı özellikler gösterir. Québec'te, Videotron grubu 165 belediye bölgesinde 750 bin aboneyi elinde tutar.²¹ Videotron, Québec'in en önemli telekomünikasyon şirketi olan Cablevision Nationale'i satın alarak Fransızca konuşulan bölgede kablunun gelişmesinde bir kutup oldu. Ülkenin geri kalanında ise, başka

(19) Therien Komisyonu'nun çalışmaları sonunda.

(20) 8,6 milyon konutta televizyon alıcı aleti vardır.

(21) Sadece Montréal işletmesi 650 bin aboneyle gerçekte dünyanın en büyük işletmesidir.

ebeke in a irketi olan Rogers, Amerikan i letmelerinin yam sıra Amerikan pazarında iyi bir yere sahip olabilece kadar büyük boyutlardadır.

Kanada, teleda ıtıma eklenmi etkile imli hizmetlerin geli mesinin ilginç bir örne idir. Paralı televizyon programlarının rastlantısal bir biçimde ba lamasından sonra (Premier Choix ve First Choise ile Television of Eastern Canada (TVEC), hükümet bu sonucusunu di erleriyle birle meye zorladı), i letmeciler abonelerine, gelece in iste e ba lı televizyon sistemine yakla an, televideoyazım hizmetlerini sunabilmek için oldukça büyük bir çaba içine girdiler.

Bu çabalarının sonunda, Videotron "videovay" diye adlandırılan bir abone terminali geli tirdi. Bu terminal ifre çözücü, videoyazım da ıtımı ve bir ev bilgisayarı aracılı ıyla bilgisayar i lem programlarını teleyükleme i levlerini yerine getiriyor. Videotron 1992 yılına kadar 2 milyon videoway birimi geli tirmeyi umuyor.

Paralı televizyonun Kanada'daki göreceli ba arısızlığının nedeni uygulanan abone ücretlerinin ABD fiyatlarına göre açıkça yüksek olmasıyla açıklanır. Ayrıca kablo ebekesine uygulanan kurallar göreceli olarak zorlayıcıdır. Bu kurallar, kablo programlarının en az yüzde 30'unun Kanada kökenli yapımlardan oluşması ve kanalına ba lı olarak, abone gelirlerinin yüzde 15'i ile 50'sinin Kanada kökenli programların yapımına ayrılmasını öngören kota uygulamasını zorunlu kılıyor.

Güçlü Amerika'nın yakın varlığıyla kolayca açıklanan böylesine bir korumacılığın Kanada kablo pazarını zayıflattığına kuşku yoktur. Bu zorluklara karşın, Kanada'da teleda ıtımın geli mesi, teleda ıtımcıların ebekeyi özellikle ucuza yönetme yeteneklerine eklenen yayım tekniklerini tam bir çe itlilik içinde kullanma²² konusunda gösterdikleri pragmatizm sayesinde örnek alınabilecek ko ulla da gerçekte ti.

Avrupa hükümetlerinin koaksiyel kabloye göre daha

(22) Videotron Montreal'deki istasyonlarının ebeke ba larını bir mikro dalga verici ebekesi aracılı ıyla besliyor. Bu yöntem, kablo ve uydu yayım araçlarına göre çok daha ucuza mal oluyor.

Kanada'da paralı televizyonlar
(Toplam abone sayısı 580 bin 1989 tahminleri
950 bin; kârlılı a geçi e i i, 1,2 milyon)

| | Abone sayısı 1S:u9.i96/ | Kârlılık e i i | Ba langıç tarihi |
|-----------------------|-------------------------------|-------------------|---------------------|
| 2 ulusal kanal; | | | |
| First choise | 240.000 | 580.000 | ubat 1988 |
| Premier choix | 48.000 | | |
| C. Channel | 29.000 | 250.000 | ubat 1988 |
| 6 bölgesel kanal: | | | |
| World View | 9.000 | | ubat 1988 |
| Aim Broadcast gın | açıklanmıyor | | Eylül 1988 |
| Sta> Channel | 15.000 | | ubat 1988 |
| Superchannel Alberta+ | | | |
| Superchannel Ontario | 132.000 | 245.000 | ubat 1988 |
| TVEC | 25.000 | | Eylül 1988 |

pahalı olan fiber optik teknolojisini daha i in ba nda te-
kel olarak dayatmadan ama onun yeteneklerini en üst
düzeyde kullanarak gerçekçi ve pragmatik bir davranı
göstermeleri ko uluyla, Atlantik ötesindeki kablo ebeke-
si patlaması, iyi ve kötü yanlarıyla, Avrupa'da teleda ıtı-
mm ne olabilece inin habercisidir. Bir Avrupa görsel i it-
sel alanımn ortaya çıkması ise hedeflenecek ikinci zorun-
luluktur.

Bu ko ulların bir araya gelmesiyle, hem yeteri kadar
yo un bir kentlemenin varoldu u, hem de kent halkının
ya am düzeyinin tüketim harcamalarının bir kısmım e -
lence ve ileti ime ayırabilecek düzeyde oldu u Avrupa ül-
kelerinde kablo pazarında önemli bir geli me beklenebi-
lir.

Ama, yine de öyle bir varsayımda bulunabiliriz: Ku-
zey Avrupa ülkeleri, sosyo-ekonomik do alarından ötürü,
Güney ülkelerine göre daha çok kablo ebekelerine do ru
yöneceklerdir. Ayrıca, Güney Avrupa ülkelerinde, tal-
ya, spanya²³ ve Yunanistan'da kablo ebekelerinin uy-

(23) İspanya'da yerel birimlerin antenleri, program da ıtımı yapan

gulama açısından yok oldu u da bir gerçektir. Basit bir teknolojik gecikme olarak görünen bu durum, Güney'in televizyon tüketicilerinin Kuze/e göre radikal biçimde ayn bir davranı biçimine sahip olmalarından da kaynaklanabilir. Gerçekten de kablo aboneli e dayamr. Hertzci yol ise, tersine, reklamların üzerine oturur (bazen televizyon vergisine de dayanabilir ama bu giderek daha az kabul görmektedir). Kuzey'de, televizyon için ödeme yapılması kabul göreceken, Güney programların ücretsiz olmasını isteyecektir. Ku kusuz reklamlarla finanse edilen özel Hertzci televizyon yayınları kamunun memnun edilmesini sa hyor ama kablolu televizyon sanayinin getirilerini doyurmadı ı çok açık. Gelecek yıllarda bu varsayımın gerçekleşle ip gerçekleşle medi ini saptamak ilginç olacak. Bakalım Güney ülkeleri aklın ve teknolojik ilerlemenin yoluna, yani görselileti im ebekelerine uyum gösterebilecekler mi?

mini kablo ebekeleri -birbirine biti ik binalar arasında bütünüyle illegal olarak kurulan- kablunun geli mesi açısından yadsınmayacak bir engel olu turur.

K NC BÖLÜM AVRUPA'DA KABLO

Avrupa daha kablo ebekeleri kıtası de il. Gerçekten de, konutların göreceli co rafi yo unlu una kar ın, ya lı kıtanın genel, sosyal ve ekonomik durumundan söz etmeksizin sadece ileti im pazarının katılı ı, Avrupa'yı, teknolojik yeniliklerin Japonya ve Kuzey Amerika'dan ancak bir kaç yıl sonra uygulama alanı bulabildi i bir bölge yaptı.

Saklamamak gerekir: Avrupa kablo alanında belli bir gecikme göstermektedir. Bu nedenle, neredeyse her yerde hükümetlerin, kablo ebekelerinin ileri atılımını sa layacak programlar geli tirdikleri görülüyor. Batı Avrupa'da sayıları 120 milyonu bulan konutlardan sadece yüzde 8 ile 10'u kablo ebekeleriyle ba lantılı. Benelüks ülkeleri sviçre ile birlikte kablo ebekelerinin en yo un oldu u ülkeler. Bunun tersine Fransa, talya, spanya ve hatta ngiltere'de kablo hâlâ emekleme ça ında. Bu gecikmenin kapatılması gerekiyor. Yoksa Avrupa, kablo ebekelerinin olmaması nedeniyle, sadece do rudan televizyon uydularına yönelmek zorunda kalacak, bu alanda gerekli görüntü ve sermayeye sahip olan Atlantik ötesinin güçlü rekabetiyle kar ıla ma riskiyle kar ı kar ıya kalacak.

Avrupa'nın bu alandaki gecikmesinin çe itli nedenleri var. Birimci sırada, Avrupa ülkelerinin bir ço unun yeni medyaların geli mesini kısıtlayan bir yasal düzenlemeye sahip olmaları gelir. Ayrıca ya lı kıtada, dı kaynaklı programların ithalinin engellenmesi amacıyla, görsel i itsel alanda maskeli bir korumacılık geli tirilmi tir. Di er yandan, Avrupa ülkelerinin bir ço u idari özellik gösteren bir telekomünikasyon tekeline sahiptirler. Son olarak, politik güçlerin, ço u zaman, pazarın ve serbest rekabetin kuralları yerine devlet müdahalelerini ye leyerek, ileti imle ilgili i lere burunlarını sokma iste i gösterdikleri de bir gerçek.

Neredeysfe Avrupa görsel i itseli kendi geli mesini engelleyen bir ortamda ya amaktadır. Bu açıdan, Avrupa'daki görsel i itsel alanın yasal çerçevesinin katılı mın, gerçekte, Hertzci yayımı özendirdi ini belirtmeliyiz. talyan görsel i itsel sisteminin yasal bo lu a dü mesinin, talyan sinema sanayinin ciddi biçimde çökü üne neden olarak reklam pazarını köklü olarak dengesizle tiren özel Hertzci televizyon patlamasına yaraması a ilacak bir ey de ildir.

Bir ba ka deyi le, Avrupa dönüm noktasındadır. Önünde, Avrupa görsel i itsel hizmetlerinin ve programlarının gelece inin olmazsa olmaz ko ulu olan kablo ebesine sahip olabilmesi için ancak bir kaç yılı kaldı.²⁴

Atlantik ötesindeki durumla kar ıla tırılırsa, kablolu televizyon alanına telekomünikasyon idarelerinin ege men olması Avrupa'ya özgüdür. Özellikle Fransa'da, Telekomünikasyon Genel Müdürlü ü, ulusal telefon donanımlarının bütünüyle tamamlandı ı bir dönemde teledatımı, telefonun geli mesini sa layacak etkili bir araç olarak kabul ediyor. Ayrıca, Avrupa'nın sosyo-ekonomik yapısı, ABD ve Kanada'nın yapısından yeteri kadar farklıdır. Sonuç olarak Avrupa pazarının temel parametrelerim hesaba katmaya çabalamak için, Kuzey Amerika'daki deneylerin her türlü aceleci aktarımından kaçınmak gerekir. Çünkü, görsel i itsel alanda bazı durumlarda korumacılı a kadar bile varan a ın yasal düzenlemeler genellikle Avrupa'nın bir özelli idir. Ulusal bir görsel i itsel sanayine sahip olan önemli büyüklükte ülkelerde, son bir kaç yıldan bu yana, bugüne kadar görülmemi bir parasal kriz ya andı ı da ayrıca bir gerçektir. Son olarak, çevre koruması konusundaki düzenlemeler ve koruma sitele ri, bir çok Avrupa ülkesinde ABD ve Kanada'da görülen havadan geçen kablo ebekelerinin kurulmasını engellemektedir. Bütün bunlar, hiç ku kusuz, bir Avrupa kablo ebekesinin maliyetinin dı ülkelerdekilere göre farklı ele alınmasını gerektirir. Bunların yanı sıra, Avrupa reklamcılı ı da önemli sınırlamalara tabidir ve bunlar Fransız reklam pazarını özellikle etkiliyor. Reklam gelirlerinin

(24) Batı Avrupa'da Kablolu Televizyon leti imi, CIT Research, Londra, 1982.

azald ın gören basınla, bu gelirleri kendine çekmekle suçlanan yeni medyalar arasında son derece sert bir rekabete yol açıyor. Bu ko ullarda, çok az Avrupa sanayi grubunun, ABD ve Japonya'dakilere benzer, ka it yapraklarından uydu kanallarına kadar tüm enformasyon araçlarını kullanan gerçek bir mltimedya i letmesi olabilmesine a ırmamak gerekir. Son olarak da, Avrupa'da televizyon kullanımının hissedilir düzeyde az oldu unu da saptıyoruz. Gerçekten de televizyon izleyicilerinin, yirmi kadar televizyon programına eri ebildikleri durumda sık görülen bir kanaldan di erine geçi lere daha az yatkın oldukları ve zor kanal de i tirdikleri de görülüyor.

Bu olgunun yine de olumlu bir yanı vardır, çünkü bu, programlar ve telekomünikasyon hizmetleri alanında kazanılabilecek önemli bir pazar payının varoldu unu gösterir.

I. ngiltere'de Kablol u Televizyon

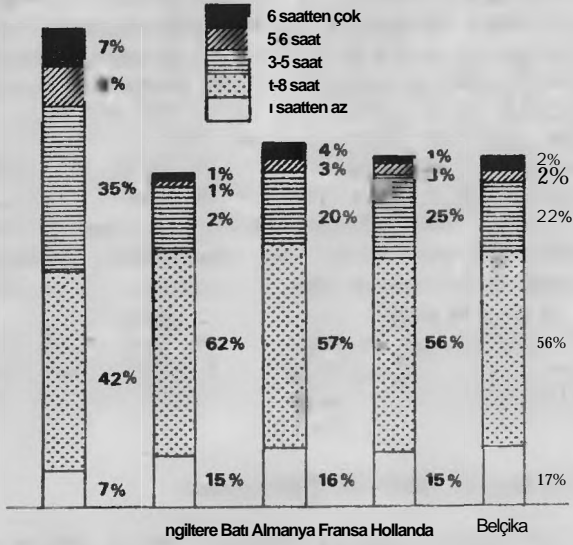
ngiliz deneyi, bugün çalı malarını yava yava tele-
da ıtım alanına yayan ^Olu yıllardan bu yana kullanılan bir kablolu radyo ebekesine sahip olması açısından ilginçtir. Basit bir ortak anten i levini gören bu 160 kadar ebeke, ngiliz hkmetinin Ekim 1982'den ba layarak, kablo alanını bilinçli olarak kurallardan kurtaran bir politikaya yönelmeye karar vermesine kadar, özgün programlar yayınlamıyorlardı.

Hkmetin bu eyleminin ana eksenleri Lord Hunt'un hazırladı ı bir resmi raporda belirlendi. Hunt komisyonu raporunu A ustos 1982'de sundu ve bu raporda önerilenler hükümet tarafından Nisan 1983'de bir uygulama planı haline getirildi.

Hunt'un raporu, kablo ebekesi programlarının yeniden üretilmesinin, Kuzey Amerika modeline çok benzer bir modele göre kablonun geli me ko ulu olarak kald ını açık olarak ortaya koyuyordu.²⁵

Sonuçta programların ve teknolojik sistemlerin e itlendirilmesi birinci dereceden hedef olarak kabul edildi. Bu nedenle de, ebekelerin yönetilmesinde, çalı tmlma-

(25) Hunt sayısı, leti im Bakanlı ı, CEO Cesta, Aralık 1982.



Kaynak: Cable TV Comr, lanications in Western Europe, C T Ara tırması

ekil 9 Televizyonun saat olarak günlük maliyeti.

sında ve programlanmasında i letmelere minimum bir garanti sa layabilmek için kurallar en aza indirildi. Bir ba kan ve altı üyeden olu an yeni "Kablo otoritesi'nin görevi i letme lisanslarını da ıtmaktı. Yürürlükteki yasalar bu komisyona gerekli gördükleri zaman yeni elemanları kendilerine katma olana ı da veriyordu. Bu otorite, her lisans iste ini, kablo i letmecisinin kurmayı önerdi i sistemin Office de Telecommunication'ın (OFF TEL) bilirki-ili i tarafından incelenmesini sa layacaktı. İngiliz hükümeti 100 bin konutluk bir ölçe i bir ebeke için ola an görüyordu. Merkezi veya yerel kamu güçlerinin, politik ve dinsel grupların lisansı elinde bulunduran irketlerin sahibi olmaları da engelleniyordu. Otoritenin görevi, kamunun çıkarlarına aykırı olabilecek, bazı duyarlı bölgelerde a ırı yo unla madan kaçınılmasını sa lamaktı. Li-

sanslar, fiber optik kullanarak kurulan yıldız yapıda anahtarlamalı ebekeleri için 20 yıllık ina, a aç yapıdaki ebekeler için ise 12 yıllık veriliyor, ama bu sonuncular anahtarlamalı ebeke olma yolunda bir evnım gösteriyor- sa, bu süre 20 yola çıkarılabilir. Bu dolaylı özendirme yoluyla ngiliz Hükümeti, ebeke kurucusu irketler üzere- rine de do rudan baskı yapmadan fiber opti i geli tirme- ye çalı ıyordu.

Böylece ngiliz Hükümeti, fiber opti in önünü kapat- madan ülkenin 'klasik bir ebekeye sahip olmasını sa la- yacak pragmatik, bilinçli bir seçim yaptı. Böylece ngiliz idaresi, ebekelerin kendilerine belirli düzeyde yay- gın etkiye imlilik sa layacak bir teknik ve mimariye geç- melerini istedi ini duyuruyordu. Fiber optik kullanma- dan yıldız yapıda bir emaya göre kurulan "System 8" bu- nun örneklerinden birisidir. Kablo alanının birinci grubu olan Rediffusion irketi tarafından geli tirilen bu sistem, her kullanıcının, tümü optoelektronikten yararlanan -en azından kurulu a amasında- bir hizmet bilgisayarı mer- kezine ba lanmasını sa lıyor. "System 8", bir anahtarla- ma merkezi ve bu merkez aracılı ıyla 5 televizyon kanalı ta ryabilen 6 koaksiyel kablodan olu an 4 hattan 50 bin aboneye hizmet verebilen tümüyle otomatik bir ebeke ba ı etrafında örgütlenmi tir. Bu hatların her biri abone- lerin toplanma noktalarına hizmet götürür. Her biri 64 ba lantıya sahip olan bu yerel da ıtım merkezleri ise 8 ba lantı aracılı ıyla beslenir.

Aynı pragmatizmle, yayın alanlarının belirlenmesi ve da ıtılmasında da kar ıla ıyoruz. Gerçekten de, 1984'de, belli ba lı büyük ngiliz ehirlirini içine alan bölgeler için 37 lisans ba vurusu yapıldı. Sonuç olarak 11 konsorsiyu- mun²⁶ ba vurusu kabul edildi. Bunların her biri a a ı

(26) Londra'da Ealing için Cabletel Communication (Inner London). Croydon'da (Greater London) Croydon Cable Television; City of Westminster'de (Inner London) Westminster Cable; Guit- fort'ta (Surrey) Rediffusion; Windsor, Slough ve Maidenhead'te (Berkshire) Windsor Television; Swindon'da (Wiltshire) Swin- don Cable; Liverpool banliyölerinde Merseyside Cablevision, Coventry'de (West Midlands) Coventry Cable; Aberdeen'de fi- skoçya) Aberdeen Cable, Glasgow'da Clyde Cablevision; Bel- fast'ta (Kuzey rlanda) Ulster Cablevision.

yukan 100 bin ki inin ya adı ı bir alana kablo dö emekle sorumluydu. 1990'a gelindi inde konutlara yerle tirilen priz sayısı 1,4 milyona yükselmiş , bunların yüzde 20'si de kablo yayınlarına abone olmuştu .

Programlara gelince, hedef Hertzci yolla yayımlanan görüntülere ek maksimum özgün ürünün sağlanmasıdır. Örneğin "System 8", 14 televizyon kanalından oluşan temel hizmet paketinden (Hertzci yolla iletilen programlar, müzik televizyonu, program rehberi, teleyazım, telearşivi , telearşiv, telearşiv, uyduyla yayımlanan BBC kanalları; bazı, paralı kanallar ve özellikle de film yayımlanmasını sağlayan kanallar oluşturulmaktadır. Paralı kanal aboneliği ağı yukarı temel hizmet paketi aboneliğine eşit ve toplam olarak, ayda konut başına 250 franktır. Bu göreceli olarak yüksektir. Hiç bir kota uygulanmaz. Ayrıca, bu sorunlar, daha sonra kablo otoritesi tarafından tek tek ele alınmıştır. Reklamlara ise, kısıtlı izin var.

1984 ilkbaharında, film yayımı yapan en büyük iki kablo kanalı, Thorn Emi tarafından yayımlanan Birinci kanal ve TEG (Home Box Office'in kolu olan Television Entertainment Group) İngiliz pazarının zorlu bir rekabete izin vermeyecek kadar çok dar olduğunu ve her iki işletmeyi de zarara uğrattığını düşünerek birleşme kararı verdiler. Yeni kanal *Birinci* adını alarak, 1984 yılının Haziran ayında yayınlarına başlayan İngiliz-Amerikan şirketlerinin ortaklığı olan TEN (Entertainment Network) programlarına doğrudan rakip oldular. İngiliz sinema ve görsel iletişim program şirketleri de, günde 24 saat yayın yapmayı amaçlayan bir televizyon haber (aktüalite) kanalı hazırladılar. Thorn Emi grubu da müzik programları (Music Box) ile "Children's Channel" dan çocuk programları yayını yapıyor²⁷.

İngiltere'de kablolu evrimi, Astra uydusundan ve daha sonra İngiliz Uydu Yayın Kurumu'nun (British Satellite Broadcasting (BSB)) yaptığı doğrudan televizyon yayımlarının başından çok etkilendi. 1984 yazının başında, İngiliz Hükümeti'nin, kablo abonesi kuruluşuna tanınan vergi kolaylıklarını kaldırması, Lord Hunt'ın sa-

(27) Birinci ve Music Box ECS uydusuyla Avrupa kablo abonesine yönelik yayın yapıyor .

lık verdi i biçimiyle kablo ebekelerinin geli mesen' ya-va latmı görünüyor. yi veya kötü yanlarıyla ngiliz kablo ebekelerinin ya adıkları, olumsuz yanlan az olan ko-ullarda bile bu yeni medyalann gelece ini ko ullandıran ve kaçınılması zor olan ekonomik ve finansal zorunlulukların varoldu unu gösterir. Sorun sadece, ngiltere'deki uydu yayınlanmn sunduklar: programların önemsenecek boyutlarda olmasından kaynaklanmıyor. ABD bu alanın hakimi ve bu durum ngiliz kablo ebekelerini, Amerikan yapımı görüntülerin Avrupa'ya giri ini sa layan bir aracıya dönü türme tehlikesi var. Bütün bunlar di er Avrupa Ülkelerini birle meye ve bu meydan okumaya kar ı koyabilecek olanakları olu turmaya götürmek zorundadır. Çünkü, bu meydan okumanın ekonomik ve kültürel sonuçlan Avrupa'nın gelece i açısından hesaplanamayacak boyutlarda olabilir.

II. Benelüks Ülkelerinde Kablo

Belçika, hiç ku kusuz, koaksiyel kablo ebekelerinin en büyük ba anyı gösterdikleri bir ülkedir- Çünkü priz ba lantısı yapılmı konutların yüzde 8ü' i kablo ebekesinin abonesidir. Kablo da ıtımcılarına Hertzci yolla alınan sinyalleri iletme olana ının taranması, Belçika teleda ıtımının, Fransız, Alman ve Hollanda programlan n dan yararlanarak abonelere çok çe itli görüntüler sunmasını sa ladı. Belçika'da teleda ıtımın ba arısının nedeni budur.

Bu geli me yirmi yılda sa landı. 1973'de kablo ba lantısı yapılmı konut sayısı 300 iken, 1989'da 3 milyon üzerine çıkmı tır. Kırk kadar ebeke tüm Belçika'yı kapsamaktadır. Bunların yirmi kadan Fransızca konulanlara yöneliktir. Bu ebekeler ya özel irketler, ya yerel birimler ya da karma ekonomi irketleri tarafından denetleniyorlar. u anda, bir televizyon alıcı aygıtına sahip olan konutların yüzde 80'i kablo ebekesine ba lanmı tır, ilk ebeke, 1960'da, ilk Belçika kablolu televizyon irketi olan Coditel tarafından kuruldu. Belçika ebekelerinde 15 kadar programın ta ınmasını sa layan geni bant koaksiyel kablo tekni i kullanılıyor.

Liege'de, kablo da itıcıları, abonelerin günde birkaç saat özgün programlar izleyebilmelini sa layan bir yerel topluluk televizyonu ("Notele) geli tirdiler.

Belçika ebekeleri kablo ile yayımlanan programların yayın hakları konusunda var dan yasal bo luktan büyük ölçüde yararlandılar. Kasım 1983'te bir anla maya van labildi ve BBC programlarının da Belçika kablo ebekeleri üzerinden yayımlanmasına olanak sa landı.

Hollanda'da kablo Belçika'dakine benzer ko ullarda geli ti. 1960 yılında kurulan ilk kablo ebekesi 1973'de 10 bin konuta ba lanmı tı. Bugün kablo ebekesine ba lı konutların sayısı 3,5 milyona yakındır ve bu da televizyon alıcı aygıtına sahip konutların yüzde 70'inin kablo yayımlanma abone olmaları anlamına gelir. Hollanda ebekelerinin bollu u çarpıcıdır. Varolan 12 bin ebekeden 10 kadar 300 bin aboneyi geçer. Ço unlukla, ebekelerin i letilmesi, aynı zamanda alt yapımın da sahibi olan belediyeler tarafından gerçekleştirilir. Kamu iktidarı i letmecileri mini-yıldız yapıda, otuz kadar televizyon kanalını oldu u kadar, FM kanalını da ta ıyabilecek ebekeler kurmaya ça ırıyor. Kablo düzenlemesi ve izinler Telekomünikasyon Bakanlığı ının yetkisi içinde. izinler genellikle belediyeler tarafından veriliyor. Kablo sisteminin yüzde 47'si belediyelerin elinde, yüzde 16'sı kablo vakıflarının, yüzde 13'ü özel ve kamu irketlerinin ve yüzde 24'ü de mahalle derneklerinin denetiminde. Abonelerin bir ço u Alman televizyonunu oldu u kadar Flamanca yayım yapan Belçika televizyonlarını da alabiliyorlar. ebekelerin içinde en geli mi olanı Güney Limbourg'ta kurulu olan ve abonelere uzaktan komuta aygıtı aracılı ıyla kendi istedi i program ve hizmetleri seçme olana ı verenidir.

Lüksemburg'a gelince, Avrupa'da görsel i tsel yönetimin en açık görüldü ü ülkedir. Televizyona sahip olan konutların yüzde 90'ı kablo ebekesine ba lanmı tır. Bu kablo da itımının Hertzci yolla yayımın yerini alması demektir. En önemli ebeke 20 binin biraz üzerinde aboneye ba kentte bulunanıdır. Kablo ebekelerinin konutlara giri oramın yüksekli ine, Avrupa'nın en büyük görsel i tsel gruplarından birinin (Compagnie Luxembourgeoise de Televizyon-CLT) aktif varlı ım da eklersek, bu ül-

kenin, ya lı kıtaya özgü görsel i itsel alanın geli mesi için anahtar ülkelerden biri olaca ım tasarlayabiliriz.

111. Di er Avrupa Ülkeleri

Avrupa'nın di er kısmında, di er ülkelerin, kablunun geli mesi alanında Benelüks ülkelerinkine benzer bir geli me gösteremedikleri açıktır. rlanda'da teleda ıtım ebekesi ngiltere'den gelen programlar 900 bin konuta ula tıyor. sviçre'de Zürih'te abone sayısı 150 bin. Federal Almanya'da, 1982'de Hristiyan Demokratların iktidara gelmesiyle birlikte, yıllardır konu uian kablo ebekelerinin te vik edilmesi programı gün ı ı ma çıktı. Bu ülkede telekomünikasyon alanında düzenlemeler yapma yetkisi Alman Posta İdaresi'nin (Dietsche Bundespost) elindeyken, programlarla ilgili düzenlemelerin yapılması eyaletlerin (Lander) yetkisi içindedir. Kamu iktidarı özellikle Berlin'de bir örnek çalı manın gerçekleştirilece ini açıkladı ve Alman Posta daresi fiber optik kullanan ilk resmi deneyi ba lattı. Bugün için, Berlin kentinde dokuz istasyon ba ı tarafından beslenen on iki ebeke kurulmu durumda. Teleda ıtımın on yıldan bu yana bu kentte geli tirilmesinin nedeni, Hertzci sinyalleri alamayan bölgelerin önemli bir yer tutmasıdır. Telefon santrallarındın geçen ebekeler üzerinde fiber optik kullanılarak gerçekleştirilen ilk prizlerin geli tirilmesine en büyük Alman sanayicileri katıldı. Siemens, imdiden yüzlerce abonesi olan özel olarak bir vizyofon geli tiriyor. Aynı deneylere Hannover'de de ba landı. Bunlara paralel olarak, Hükümet dokuz örnek sitede geli tirilecek ve abonelerin vizyofona, teleda ıtıma ve aynı zamanda telekopi, teleyazım ve videotek gibi dar banttın gerçekleştirilen hizmetlere eri mesini sa layacak Bigfon projesini uygulamaya koydu. Sonuç çarpıcıdır. radi ve etkili bir politika sayesinde, Alman Posta daresi, 1990'a gelindi inde, 3,5 milyonu kablo ebekesine ba lanmı 9 milyon prizi yerle tirmeyi ba armı tı. Yayılma oram yüzde 35'e ula tı, Federal Almanya'da kablo patlama yaptı.

Son günlerde yapılan bir inceleme, İTÜ'deki 9 milyon aboneye kar ılık 1995 yılında 20 milyona yakın kablo

abonesi olaca ım ve yayılma oranının, tüm konutların yüzde 7,2'sinden yüzde 15'ine yükselece ini gösteriyor. Yine aynı incelemeye göre, teleda ıtım irketlerinin ciro ları 1991'de 3 milyara ulaacak.

Burada sözkonusu olan, bugüne kadar kablo ebeke lerini kuramayan veya kurmayan ülkelerin, gerçekten pragmatik bir stratejiyi benimsemeleri ko uluyla, en uygun ekonomik ve finansman ko ullarında, olabilecek en verimli ebekelere, hem de mühendislerin dü lerini yık madan, sahip olabileceklerini ileri süren bir varsayımın gerçekleşmesi mesidir.

IV. Avrupa Kablo ebekesine Do ru

Bugün çe itli Avrupa ülkelerindeki kablo ebekele riyle ilgili yasal düzenlemelerin ve kablo ebekelerinin durumunun çok çe itlilik gösteren özelli i gözlemcileri a ırtmaktadır. Bu saptama, bir Avrupa görsel i it sel alanının ve gerçek bir Avrupa görsel i it selinin yaratıl ması genel sorunuyla birle tirilmek zorundadır.

Her ey, Avrupa Toplulu u ülkelerinin, tek ba ları na, özellikle ABD'de üretilen görüntülerin yarattı ı rekabete kar ı koyacak yeterli bir sanayiye sahip olmadıkları nı gösteriyor. Ayrıca, Avrupa Toplulu u'nun içindeki Fransızca konu ulan ülkeler, ngilizce programların ge li mesi kar ısında ek bir zorlukla kar ı kar ıyalar.

u ana kadar, Topluluk üyesi ülkelerin ulusal görsel i it sel alanlarının giderek birbirine uyum sa laması ama cıyla neredeyse hiç bir ey yapılmadı. Bu sorunun çözül mesi gerekiyor -bu yapılamazsa, tek tek yapılan giri im lerin sonuçsuz kalaca ından ve uzun dönemde görsel i it sel alanda gerçek bir varlık olunamayaca ından endi e edilebilir.

Bununla birlikte, çe itli yerlerde, radyo ve teleyayım alanındaki politikaları giderek birbirlerine uyumlu hale getirmeyi amaçlayan Avrupa düzeyinde giri imlerde gün ı ı ma çıkıyor.²⁸

(28) Sınırlarıüstü Televizyon, özellikle kablo ve uydu aracılı ıyla yapı lan radyoyayım ortak pazarının kurulması üzerine yay ınlanan Ye ıl Kitap, Brüksel, Avrupa Toplulu u Komisyonu, Haziran 1989.

12 Mart 1982'de Avrupa Parlamentosu, di erlerinin yani sıra, ulusal yasalar düzeyinde oldu u kadar yayım biçimleri düzeyinde de giderek bir uyumun sa lamasıyla, komisyonu Avrupa çapında bir yönetmelik hazırlamaya ça ırdı. Gerçekte Roma Anla ması sadece ekonomik, tarımsal, sanayi ve finans faaliyetlerini de il, aynı zamanda tüm di er "para kar ılı ı" gerçekte tirilen faaliyetleri de, yani özellikle enformasyonu, programlan ve ileti imi de hedefliyordu. Bu belge, sonuçta, topluluk üyesi ülkelerin sınırlan içinde görüntülerin ve sesin serbest dola ımı ilkesini getiriyordu. Ku kusuz bu amaç gerçe in çok uza ında kaldı, çünkü Avrupa ülkelerinin tümü, Roma Anla ması'nın amaçlarıyla kar ıtlık içinde olan, u veya bu oranda korumacı yasa ve kuralları uygulamaya sokmaya devam ettiler. Ayrıca, görsel i itsel alandaki yaratıcılar ve yorumcular, yazar hakları düzenleyen ulusal yasalar arasında bir yakınla mayı gerektiren, "ya am ve çalı ma ko ullanmı iyile tirilmesini daha ileri düzeyde yasalara ba lamayı" öngören sözle menin 117. maddesinin uygulanmasını istemeye a ırlık verdiler. Roma Anla ması, Topluluk içerisinde, elektromanyetik dalgalarla yapılan yayınlara kar ı konulmuş engellerin kaldırılmasını zorunlu kılıyor (madde 59) ve bu özgülü e yeni kısıtlamalar getirilmesini yasaklıyordu (madde 62).

Yani, Roma Anla ması'nın imzaıyıcısı olan pek az ülke, sözle menin kuramsal olarak gerektirdiklerini yerine getirmi tir. Avrupa ülkeleri arasındaki kurumlardan biri olan Avrupa Radyoyayı* Birli i'nin kurulması, uzun zaman alacak olan, Avrupa görsel i itseline giden yol üzerindeki engellerin bir ço unun ortadan kaldırılmasını sa ladı.

Sorun görsel i itsel program hizmetlerinin hangi yasal gruba girece i, özellikle de Roma Anla ması'nın 60. maddesine girip girmedi i konusunun belirginle tirilmesinde çıktı. Bu madde "bunları, sözle me mantı na göre,

(*) Radyoyayı (Raaöçfusı) yürürlükte olan *Union International des Telecommunications* (Uluslararası Telekomünikasyon Birli i) kavramı anla masına göre radyo yayınlarını oldu u kadar televizyonu da içerir (ç.n.).

malların, sermayenin ve kullucuların serbest dolaşımını düzenleyen kurullara bağlı değilse, doğrudan olarak bir ücret karşılığında sunulmuş hizmetler olarak kabul edilebilir. Bir görsel iletişim programının özellikle bir mal mı, yoksa bir hizmet mi olduğunu, ayet ikinciyse, ücret karşılığında elde edilen bir hizmet mi olduğunu belirlemek gerekir.

Gerçekte, Roma Anlaşması sadece malları değil, bir "ücret" karşılığında sunulması koşuluyla, hizmetleri de (madde 60) kapsar. Avrupa Topluluğu Adalet Divanı'nın bir çok karar (Sacchi ve Debaube davaları) sözleşmenin imzalaması olan ülkelerdeki uygulama kurallarını açıklığa kavuşturdu.

Sacchi davasında, Adalet Divanı "Sözleşmeye aykırı kesin hükümlerin olmaması nedeniyle, doğrudan gereği bir televizyon mesajının, bir hizmet olarak kabul edilmesi gerektiği" kararını verir. Debaube davasında ise, Divan görüşünü topluluğun tüm teknolojisi üzerine getirir, çünkü verilen kararda "bu tür mesajların teledağıtım yoluyla iletilmesine karşı farklı bir uygulama gerektirecek bir neden yoktur" denilmektedir.

Demek ki, Avrupalı hukukçular, bir televizyon programının ister vergilerle, isterse reklamlarla finanse edilsin, her koşulda ücrete eşit bir finansmanın sözkonusu olduğunu, bu nedenle de bu faaliyetlerin Roma Anlaşması'nın 60. maddesinin kapsamı içinde ele alınması gerektiği iddialarını öne sürdüler.

Adalet Divanı bununla birlikte, doğrudan olarak Hertzci yolla alınabilen bir programın, kendi yayın alanında kablo ile iletilmesinin başka bir hizmet olduğunu ve bunun özel bir hak sahipliği ücreti gerektirdiğine karar verdi (Coditel davası, 1983). Bu nedenle Belçika kablo operatörleri, 1 Temmuz 1983'ten başlayarak, sekiz Alman, İngiliz, Fransız, Lüksemburg ve Hollanda teledağıtım kurumuna, yayınlarını tekrar yayımlama karşılığında bir ücret ödemeye başladılar. Benzeri bir anlaşma da Association de Gestion Internationale Collective des Oeuvres Audiovisuelles,²⁹ İngiliz radyotele yayımcıları ve Belçika kablo operatörleri arasında imzalandı.

Ne olursa olsun, Roma Anlaşması'nın 59. ve 62. mad-

(29) Avrupa'da hak sahipliğinin tümünün temsilcisi.

deleri görsel i itsel alandaki hizmetlerin, yayımlan için hangi yöntem kullanılırsa kullanılsın, sınırlarüstü serbest dolaımı koruma altına alır.

Ayrıca, sözleşme hükümleri, üye ülkelerin programlarının kökeni, hizmeti sunmanın milliyeti ve yerle meyeri üzerinde ayrımcılık yapmasını yasaklar. Bir devlet, sonuç olarak, bir dı kaynaklı yayım kendi ulusal yayırandan daha kötü bir i lemle kar ı kar ıya bırakırsa, Avrupa Adalet Divanı tarafından soru turmaya u rayabilir.

Bugün için, kablo ebeke ba lanna yönelik yayım yapan uyduların geli mesi, yabana yayımların sınır komusu olmayan ulusal alanlardan alınabilmesini olanaksız kılmaktadır. Bu teknolojik ama, hiç ku kusuz serbest dolaım ilkelerinin en iyi biçimde uygulanmasına olanak verecektir. "Ba kalarının televizyonu" giderek, sayıları Avrupa kablo ebekelerini kârlı duruma geçirmeye hiç bir zaman yeterli olamayacak olan ulusal görsel i itsel ürünlerin kaçınılmaz bir tamamlayıcısı olacaktır.

Avrupa Topluluğu tarafından yayımlanan *Ye il Kitap*, Avrupa görsel i itsel alanında görüntülerin serbest dolaımını sa lamak amacıyla ulusal düzenlemelerde giderek daha yumu ak bir tavıra yönelinmesini salık verir. Bu açıdan, bazı ülkelerin kabloyu görüntü özgürlü ü ilkesini sınırlayan ve denetleyen bir araç olarak kullanmalarından endi e edilebilir. Gerçekten de, ancak kablo ebeke-leri programların kaynaında denetlenmesini sa layabilir. Kablo ne kadar bu sınırlayıcı anlamda kullanılırsa, uydularla do rudan yayım ve Hertzci yolla yayımın payının da o oranda artma olasılı ı vardır.

Avrupa Adalet Divanı, programların serbest dolaımı konusunda, ba vuru belgesi olarak kendini sadece Roma Anlaşması ile sınırlamaz. 4 Kasım 1960'da imzalanan ve tüm üye ülkeler tarafından onaylanan Avrupa nsan Hakları Sözleşmesi'nin uygulamalarını da gözler. Bu sözleşme'nin 10. maddesi, gerçekten de, sınırlan hesaba katmaksızın radyo teleyayınlarının serbest dolaımında kapsayan yurttan ifade özgürlü ü temel hakkından yararlanması gerektiğini açıkça belirtir. Ayrıca nsan Hakları Komisyonu "enformasyonların veya dü üncelerin iletimi, tüm ki ilerin, tüm örgütlerin dü üncelerini yay-

mak amacıyla radyo televizyon yayın saatlerinden yararlanmalarını kapsayan sınırsız ve genei bir hak" olarak yorumlanamaz analizini de benimseemi tir. Gerçekte, ifade ve ileti im özgürlü ünü güvence altına alan hükümler, yayım araçlarının i letilmesinin ticari ve mali özelli i ile dengelenmi tir.

Avrupa düzeyinde uygulamaya sokulan yasal garantiler ve hükümlerin, kendi yasalarını liberal anlamda geli tirememi üye ülkelere gelecekte çok büyük sorunlar çıkartma tehlikesi vardır. Gerçekten de, nsan Hakları Sözleşmesi ve Roma Anlaşması hükümlerinin toplamının, uygulama alanları mahkeme kararlarıyla derinleştirildikçe ve tanımlandıkça, bazı "yasal boşluklar" doğurması tehlikesi vardır. Yasal durum izin yasağının çi nemesine karşı soru turma açılmasını engelledi i için, ki ilerin, hakları olmadığı halde, izin gerektiren faaliyetlerde bulunmalanna olanak verir. Bu durumla, özellikle talya'da özel Hertzci televizyonların ortaya çıkışında karşılaştılmı tir.

Daha önce sözünü etti imiz Debaue davasında da aynı ey sözkonusudur. Bu davada Komisyon, Belçika teledağıtım şirketlerine uygulanan reklam niteliindeki ulusal veya yabancı yayınları yayınlama yasının Roma Anlaşması'nın 59. maddesine, sözkonusu olan hükümle ilgili olarak üye devletten yayımlanan mesajları içerdiği için, aykırı olduğunu karar verdi. Ayrıca, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, enformasyonun sınırlanmış hesabı katmadan serbest dolaşımına karşı getirilecek kısımları son derece sınırlı tutmu tur (ulusal güvenlik, özel hayatın ve ahlâki değerlerin korunması, v.b.), ama bunlar hiç bir koşulda, bir devletin, görsel ve işitsel programları serbest dolaşım ilkesinin kendisini tehdit edecek eylemde bulunmasına olanak tanıyacak bir zemin oluşturmaz.

Sonuçta, önümüzdeki yıllarda Topluluk üyesi ülkelerin yasalının birbiriyle uyum içine sokulması gerekecek. Reklamlara gelince, çeşitli ulusal reklam rejimlerinin bir analizi, televizyonda reklam mesajlarının yayımı konusunda önemli farklılıkların varlığını ortaya koyar. Örneğin Danimarka'da radyoyayınlarında reklam yasaktır. Belçika'da ise Fransa'dakine benzer bir reklam uygulan-

ması var. Mesajların verili biçimi düzenleyen ve ürünle-
re göre de i en belli sayıda kurala ba lı. Almanya'da ise,
eyalet hükümetleri tarafından düzenlenen ve özel bir sta-
tüye sahip radyo televizyon yayım enstitüsünün bir kolu
tarafından örgütlendi i için reklam kuralları çok daha
yumu ak. Yunanistan'da görsel i itsel reklam mesajları
özel bir denetime' ba lı de il, ama bu ülkede özel görsel
ileti im irketi yok. talya'da kamu televizyonlarındaki
reklam yayınlarının süresi toplam yayım süresinin yüzde
5'ini geçemiyor. Reklamlar ciddi bir denetime tabi, ama
bu denetim Hertzci özel televizyon yayınlarının ortaya çı-
kı ndan bu yana iddetle ele tiriliyor. Lüksemburg Tele-
vizyon irketi temel olarak reklam gelirleriyle finanse
ediliyor ve reklamların içeri iyle ilgili kurallar Lüksem-
burg^u çevreleyen ülkelerdekine göre çok daha yumu ak.
ngiltere'de, BBC'de reklam yayınları yasak .* Buna kar-
ılık, yirmi kadar ticari görsel i itsel irketi, Ba ımsız
Yayım Otoritesi (Independent Broadcasting Authority)
tarafından denetlenen, ulusal ve bölgesel yayım yapan
Ba ımsız Televizyon (Independent Television) a ı rek-
lamlara yer veriyor.

Bu kısa genel bakı , çe itli Avrupa ülkelerindeki rek-
lam kurallarının ba da tırılması için daha yapılacak çok
eyin oldu unu gösterir. Oysa yeni medyaların geli mesi,
zorunlu televizyon vergisi miktarının yükseltilmesinin
olanaksızlı ı kar ısında kendilerini finanse edebilmek
için, bunların reklam alma yetene ine ba lıdır. Bir Avru-
pa görsel i itsel alanının yaratılması, her eyden önce,
reklam hukuku ve gelirleri alanında yasaların ba da tı-
rılmasından geçiyor. Aynı zamanda yayım hakları alanın-
daki yasalann da, görüntülerin ve görsel i itsel ürünlerin
sınırlar ötesine gerçekten iletilmesini sa laması ve yeni-
den düzenlemesi gerekir. Uluslararası düzeyde, yayım
hakları ve buna ek sahiplik hukukuna ba lı yasalar, tüm
üye ülkeler tarafından tanınan yasalann ülkelere özgülü-
ü ilkesi tarafından belirlenmi tir ve bu alanda olu turu-
lan anla malann temelini olu turur. Tüm üye ülkeler,
sanat ürünlerinin korunmasını amaçlayan 1886 Bern n-

(* Bu yasa ın önümüzdeki günlerde kaldırılması olasılı ı var

(çn)..

san Haklan Sözle mesini imzalamı lardır. Aynca, 1961'z de imzalanan, radyoyayım kurulu lanmn, i itsel ürünlerin üreticilerinin, yorumcu ve uygulamacıların haklarıyla ilgili Roma Sözle mesi, 1960'da imzalanan yayınlann korunması Avrupa uzla ması ve son olarak 1974'te uyuyla iletilen programlan ta ıyan sinyallerin da ıtımını içeren Sözle me bu.na eklendi.

Yasalann ülkelere özgülü ü ilkesi ve uluslararası hukuk, maksimum ücreti alabilecek biçimde, her ulusal pazar için ayn i letme anla malannın yapılabilmesine ilke olarak olanak tanır. letme haklan yayın haklan ilkelere bir bütünlük göstermesini engelleyen ve ulustan ulusa de i en uygulamalara yol açan bu durum, bazen Avrupa Toplulu u'na (AT) üye ülkeler arasında hizmetlerin serbest dola ımı hedefiyle atı abilir. Do rudan yayım uydulan bu durumu daha da zorlamaktadır, çünkü bunlann programlan zorunlu olarak bu alandaki yasalann türde olmayan ülkelere de yönelmektedir. Demek ki, yabancı yayınlann bir ulusal alan üzerinden Hertzci yolla veya kablo aracılı ıyla sınırlarüstü iletimi sırasında ve hatta uydularla ula tımlan yayınlann alınması konusunda bir çok yasal anla mazlı ın ortaya çıkma tehlikesi vardır. Reklamlar ve yayın haklarıyla ilgili düzenlemele re, ulusal a lar üzerinden yayımlanan görsel i itsel programlann içerikleri ile ilgili olanlannı da eklemek gerekir. Fransa'da, kamu veya özel televizyon programlan na uymak zorunda olduklan " artnameler" (cahiers des charges) dayatılmı tır. Bu artnameler, reklamlar ve yayın haklarıyla e it oranda ek bir sorun yaratmaktadır. Bu konuda da, teknolojik ilerleme kurallan de i meye zorlayacaktır. Ama bu alandaki her türlü gecikme, kablo ebekelerine kar ı uyuyla yayım biçiminin geli mesini kö rükleyecek bir etki yapacaktır. Bu da ATna üye ülkeleri, uluslararası görsel i itsel alanda süratle yok olma korkusuyla kendi görsel i itsel yasalannı büyük bir hızla ba - da tırmaya itecektir.

Gerçekten de, Avrupa görsel i itseli kurulmak zorundadır. Belli ba lı Avrupa ülkelerinin görsel i itsel sanayi lerini, tümüyle Avrupa pazanna uyum gösterecek bir stratejide anla amazlarsa, Amerikan ve Japon irketleri,

Avrupa'yı, yeni görüntülere susamı , hızla yerle ilecek bakir bir pazar, oyun alanı olarak görecektir.

Deneyler Avrupa'nın kurulu unun, elle tutulur sorunlara el atıldı ı oranda geli ebildi im' gösteriyor: Tarım, para, bilim, v.b. Geriye, televizyon alanında da bunu gerçekle tirmek kalıyor. Bu alanda bazı Avrupa ülkeleri, di erlerine göre daha büyük engellerle kar ı kar ıya: Bunlar, yasalannı yeni ileti im tekniklerine uyarlayamayan ülkeler.

Bugün hâlâ, ama sadece önümüzdeki bir kaç yıl için, görüntülerin Avrupa'sını aya a kaldırmaya zaman var. Bu açıdan, Eureka görsel i itsel programının do u unu selamlamak gerekiyor.

Avrupa kıtası, kablo ebekelerinin geli tirilmesi alanında belli bir gecikme içindeymi gibi görünüyor. Ku - kusuz, burada, bazı hükümetleri görsel i itsel alanda özellikle kısıtlayıcı bir yasal çerçeve olu turmaya iten dü - ünçe biçiminin sonuçlarını görüyoruz. Co rafî durum da, gerçekte Avrupa'nın büyük alanları kaplayan bir kıta olmaması da bu durumu açıklar .

Günümüzde, bir ülke di erlerinin arasından sıyrıl - mı tır. ngiltere'de özellikle programlar alanında giri imlere ba landı ve bu durum, İngilizler'in Avrupa kablo ebekelerinde yayımlanacak programlarda ayrıcalıklı bir yer almalannı sa layacaktır. Yani Anglosakson programların Fransız, Alman veya talyan programları üzerinde er veya geç bir üstünlük kurması tehlikesi do maktadır. Bu ortamda, ancak gerçek bir Avrupa birli i stratejisi, u anda kendi içine kapanmı alanların harekete geçirilmesini ve Amerika ile Avrupa arasında bir dengenin kurulmasını sa layacaktır.

ÜÇÜNCÜ KISIM FRANSA

Fransa'da kablolu televizyon yavaş yavaş harekete geçiyor. 1982'ye kadar, kablo, sadece yabancı veya "çevre"* televizyon programlarının alınabildiği kuzey, batı ve güneydoğudaki sitelerde yaygınlaştı. 1980 öncesi, teledağıtım, hükümetler tarafından hiç bir zaman bir öncelik olarak kabul edilmedi. 1 Mart 1972 kararnamesi ile, Fransız Teledağıtım İrketi (Société Française de Télé-distribution-SFT) kuruldu ve hükümetin onayıyla deneylen "yürütme" görevini üstlendi. İlk deneme, 1974'de Villeneuve de Grenoble'de yapıldı. Aynı yıl, Fransız Radyo-Televizyon Kurumu'nun (L'Office de Radiodiffusion Télévision Française-ORTF) dağıtılması sırasında özelleştirme yoluna gidilmedi ve teledağıtım deneyi yaygınlaştı. 28 Eylül 1977'de çıkan radyo-televizyon "yerel alan" ile ilgili bir kararname, bunların yalnız, "Hertzci yayımlanan ulusal kamu radyo-televizyonu programlarını ve gerekirse sinyalleri bölgenin sınırları içinde Hertzci yolla alınabilen yabancı yayın organlarının programlarını" dağıtmaya ayrılmalarını öngörüyordu. 20 Mart 1978 kararnamesi ise, bu tekelin sadece "belirli, sınırlı ve tanımlanabilir bir kamu" için ayrıcalık olarak verildiğini ve her koşul altında "geçici ve geri alınabilir" olduğunu öngörüyordu.

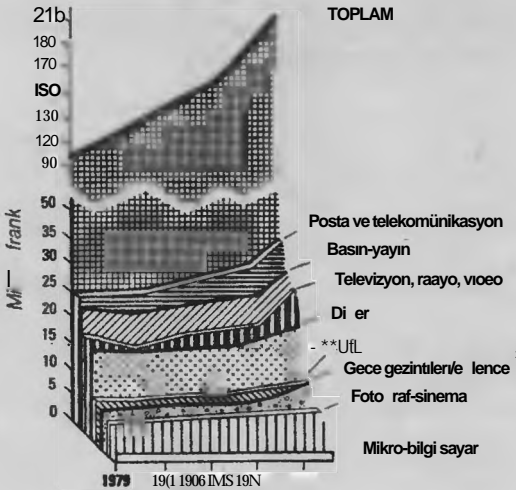
Böylece Fransa, sanayisinin tam da, daha sonra uydu yayımının ve fiber optik kablunun doğusuyla sonuçlanacak olan etkili iletişim araçlarının geliştirdiği sırada Maltusu ve zaman zamanın uyarı bir düzenleme oldu. Teknolojik değişimin eski yasamın zorlayıcılığı ve geçersizliğini iyice gözler önüne sermesiyle bu durum hızla savunulamaz oldu. Bu anlamda, 1981 seçimlerindeki iktidar

(*) Monaco'dan Fransızca yayın yapan radyo ve televizyonlar
fen) -

dar de i imi, herkesi görsel i tsel yasa ve düzenlemele-
rin köklü biçimde de i mesi gerekti inde birle tirerek en
azından u yana bir rol oynamı tır. Ama, politik durum-
dan öte, bugün ancak ilk ürünlerini aldı ımız bu köklü
evrimin kökeninde bilimsel ve teknolojik ilerleme vardır.

Fransa'da devlet ileti im alanında hem finansman
hem de düzenleyici olarak belirleyici bir rol oynamı tır.
leti im dalında devlet müdahaleleri üç alanı kapsar: le-
ti im, enformasyon ve kültür. Bu alanların tümü 1988'-
de, 210 milyar franklık bir katma de er için toplam 500
milyar franklık bir ciro yapmı tır ve 1,5 milyon ki i bu
alanda çalı ır. Ku kusuz devlet bir eliyle verdi ini di er
eliyle almaktadır, özellikle Katma De er Vergisi (KDV)
akı ı bu alanlarda 15 milyar frangı geçmi tir. Finansman
açısından Telekomünikasyon Genel Müdürlü ü en önem-
li sırayı alır, çünkü sadece telefon görü melerinden elde
etti i ciro 95 milyar frangın üstündedir.

Demek ki, burada, devlet finansmanının uzun zaman
baskın oldu u alanları birbirine ba layan bilinen bile ik
kaplar olgusunu görürüz .



ekil 10. Fransızlar'ın ileti im harcamaları ...

Fransa'da ileti im, görsel i itsel medyaların reklam gelirlerinde oldu u kadar ileti im yan sanayinde de bu olgunun sıkıntısını çeker. Saptanan cirolar hâlâ devlet finansmanı ve kesintileriyle orantılı de ildir. leti im dalına devletin finansman yoluyla müdahalesi, yeni medyaların do u uyla belirlenen bu alandaki dönü ümleri geciktirici bir etki de yapmaktadır. Gerçekten de, yeni stratejiler kamu bütçesinin olanaklarına ba lı oldukça, her türlü kamu finansman krizi -bugün oldu u gibi- sözkonusu alanın geli melere ayak uydurmasına engel olur. Genel bütçede PTT bütçesine yapılacak yeni ekler için verilen u -ra bu evrimi göstermektedir.

Sonuç olarak, Fransa'da kablonun geli mes i iki ko u -la ba lı olacaktır: leti im alanının finansmanının ve idaresinin bütünüyle yeniden düzenlenmesine; Avrupa yönünde ulmalıdır bu. Ve özellikle devletin giderek, olası her yerden, elini çekerek, yerini özel sanayi kurulu larına bırakmayı hedeflemesine. Bu Fransız ileti im alanının gelece i açısından hissedilir bir engeldir.

Zaten, sonuçta bireyin günlük ya amını çok yakından ilgilendiren alanlarda teknolojik evrimin ve tüketici davranı larının, eninde sonunda devletin rolü üzerine oldu u kadar yasa ve kararnamele üzerine de damgasını vurdu -unu yabancı deneyler göstermi tir-

BİRİNCİ BÖLÜM KABLO EBKELERİNİN KURULUŞU VE İZLENİMLERİ

I. Hukuki Çerçeve

30 Eylül 1986 görsel iletişim yasası kablo ebekelerinin gelişmesine uygulanacak belli sayıda ilkeyi belirledi. Bu yasa kablo ebekelerinin kurulması ve işletilmesi özgürlüğüne ilkesine ayrılmıştır. Bu yasa, 29 Temmuz 1982 yasasıyla Telekomünikasyon Genel Müdürlüğü'ne (France Telecom) tanınan tekeli kaldırdı. Kablo işletmecileri ebeke kurabilecek ve işletebileceklerdir. 1987'den bu yana yapılmaya başlanmıştır.

Söz konusu olan teknolojinin karmaşık ve kullanımının hâlâ çok belirsiz olması nedeniyle, 30 Eylül 1986 yasası da tam olarak açık değildir. Kablo ebekeleri televizyon sinyallerinden başka bir şey de alamazlar. Diğerleri için France Telecom'un tekeli sürmektedir. Buna karşılık, kamu gücünün video sinyallerinin dağıtımındaki tekeli kalmadı. Bir ebekenin yerleştirilmesi izninin verilmesi, kablonun döşenmesi ve sitesinin belediyesinin yetkisi içindedir. Yerel birimler ebekenin yönetilmesi (doğrudan ebekenin kurulması ve işletilmesi), karma ekonomi veya işletme hakkının devredilmesi seçeneklerine sahiptir. Genellikle üçüncü yol, işletme hakkının devredilmesi yaygın olanıdır. Ebekenin işletilmesi görsel iletişim alanı düzenleyen kurumun, özgürlükler ve iletişim Ulusal Komisyonu'nun (Commission National de la Communication et des Libertés-CNCL), 1988'den bu yana da Görsel İletişim Üst Konseyi'nin (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel-CSA) işletme iznini gerektirir.

İletişim izni, özellikle abonelere geçerli abone bedeli karşılığında sunulan yerel, Fransız ve yabancı programların paylarını belirleyen artırıma tabidir.

Sonuç olarak, Fransız kablo ebekesinin hukuki çerçevesi, diğer ülkelerdeki benzeri alanlardaki duruma

çok yakın bir yapıya kavu mu tur.

1986'ya kadar, kablunun geli mesi "Kamo Planı" aracıyla teknokratik bir tarzda gerçekleştirilmiştir. Daha sonra, Paris projesi France Telecom'un ate li Colbertci* tavrım dengelemi tir. Buna kar ılık, 1986'dan bu yana "Kablo Planı Dı 1" çok sayıda ebeKë gün ı ı ma çıktı.

H. "Kablo Planı"

4 Kasım 1982'de kamu iktidarı, gösteri li bir kablolu televizyon tasarısının ba latılmasına karar verdi. Bu kararın 29 Temmuz 1982 yasasından daha önemli bir a ırlı ı vardır, çünkü bu karar, Fransa'yı, bireylere ve i letmelere çok çe itli hizmet ve programların sunulmasını sa layacak etkileimli görselileti im ebekelerinin geli mesi yoluna sokmayı hedefleyen sanayi takviminin ba langıç noktasıdır.

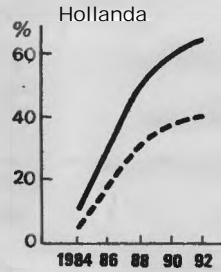
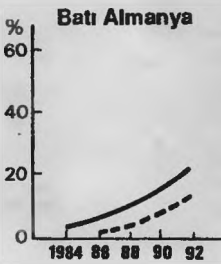
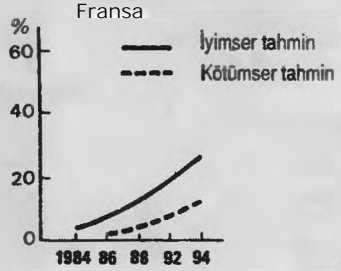
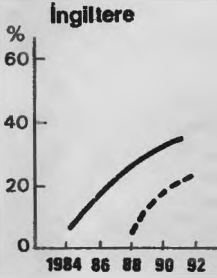
Ba langıçta kararla tırılan biçimiyle fiber optik kullanılarak yıldız yapıda da ıtım teknolojisi seçiminden aylar geçtikçe uzakla ıldı. Gerçekte kablo planı 1983'e kadar sanayiye 16,5 milyar franklık 1,4 milyon priz ba lantısı sipari inin verilmesini öngörüyordu. Ba langıçta, miktar olarak ula ılacak minimum hedef, 1992'de 6 milyon konuta ba lantı yapılmasını öngörüyordu. Bu da, en azından 1987'den ba layarak yılda bir milyon ba lantının yapılması demektir. Bu gösteri li program ancak kısmen tamamlanabildi. Gerçekte, yıldız yapıda ebekelerin önce büyük yerle im yerlerini hedeflemesi do ru olanıydı ve küçük kentlere ve köylere yayılması on be veya yirmi*yı lı alacaktı. Üstelik, ubat 1983'de PTT Bakanlı ı tarafından açılan ihale sonucunda bir fiber optik kablo prizinin maliyetinin hesaplananın üç katına çıktı ı görüldü.³⁰ Varolan kablo ebekelerinin i letilmesini sa lamak için, 7 Temmuz 1982'de ~~hükümet bakanlıklar arası~~ knHnnun gr li tirilmesi kurulu oldu. Bu kurulun görevi, çe itli idari birimler arasında arabuluculuk, hakemlik yapmaktır.

(*) Colbertizm: Colbert'in olu turdu u ekonomik sistem, Fransız merkantilizmi (ç.n.).

(30) Bugün bir koaksiyel priz ba lantısı 5 bin frank civarındayken, fiber optik priz 12 ile 15 bin franga geliyor.

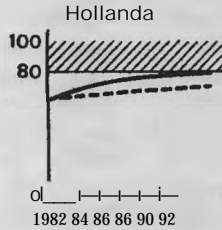
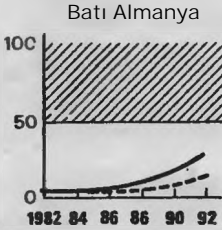
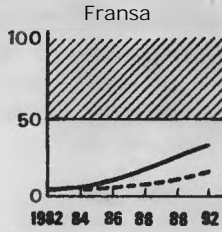
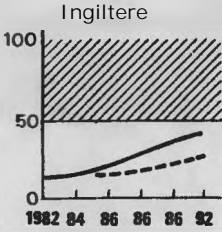
Görsel i itsel ileti m yasa sının, kablolu televizyon ebekelerinin kurulmasının ve i letilmesinin hükümetin izniyle özel irketlere bırakılmasını olanak vermesine kar ın, devletin Kablo Planı'yla içine girdi i ba lantuların yerine getirilmesi için, ebekenin teknik yapımı, teknik i leyi i ve sahipli ini PTT Bakanı 'na bıraktı.

Finansman ve ekonomik sıkıntılar, 1983 yazından ba layarak, kablo planı hedeflerinin a a ıya do ru çekile- rek de i tirilmesini getirdi: Fiber optik prizler yerini kismen, iletimin fiber optikle, abonelere kadar olan son ba - lantuların koaksiyel kabloyla yapıldı ı karma denilen prizlere bıraktı. Böylece ülkenin daha hızlı kablo ebeke-



Kaynak: CİT Ara tırması

ekil 11: Belli ba lı ülkelerdeki abone oranlarının kar ıla tırılması (hizmetlere ve di er temel kablo paketlerine aboneler)



Yük Olası giri oranının üstü e pöntraion

----- yimses tahmin -----

----- Kötümses tahmin -----

Kaynak: CİT Ara tırması

ekil 12: Belli ba lı ülkelerdeki kablo ba lantısı yapılmı konutların oranı.

sine kavu masını sa layabilecek teknolojik bir pragma- tizm üstün geldi. ebekelelerin PTT Bakanlı ı tarafından kurulması yerel yönetimlerin yatırıma faizsiz geri alınabilir ön ödemeler biçiminde katılmasıyla gerçekleştiriliyordu. Ön ödemeler priz ba rına 1500 frank ve abone ba rına ayda 40 frank olarak saptanmı tı. Priz maliyeti daha sonra 300³¹ frank dolaylarına dü tü.

Yabancı ülkelerde uygulanan tarifelere göre, ebeke- nin kurulu tarifesinin göreceli yüksekli i, ebeke i letme- cilerini, daha ebekenin açılı nda kullanıma hazır kanalları doldurabilmek için çevre ve yabancı programlara ba - vurmaya zorluyordu.

1984 ilkbaharında, 150 dolayında kent, Telekomüni-

(31) Geri alınabilen bu ön ödeme bazı ko ullarda istenmiyordu.

kasyon Genel Müdürlü ü'ne kablo ebekesinin kurulması için resmen ba vurmu tu. 1988'de ancak 350 bin priz yerle tirilebildi. FVance Telecom, Alman "kablo planı" ile kar ıla tırıldı nda ortanın altındaki bu sonuç için 25 milyon frank harcamı tu.

QI. Paris Projesi

ubat 1983'te Paris Belediye Ba kam, ba kentin ulusal fiber optik kablo planına katılmasını önerdi.

J. Chirac'ın kafasında, Fransız sanayinin görsel f it-sel ileti imin yeni ça ma katılmasını sa layacak fiber optik ebekelerini geli tirme sanayi ta anlarına katılmak vardı. Gerçekten de, ba kent bu yeni teknolojiler için ay-nçalıklı bir vitrin olu turuyordu.

Paris Belediyesi bilinçli olarak, vergi mükellefleri ta-rafından finanse edilen kamu hizmeti modelini de il, ku-ramcılar tarafından finanse edilen paralı kablolu televizyon hizmeti modelini uygulayarak ticari bir yakla mı ye ledi. Ayda abone ba ma na 150 frank dolayında bir fiyat uygulanabilece i varsayıldı nda, izleyicilerin böyle bir ödemeyi yapmaları ancak, hem nitelik hem de nicelik ola-rak doyurucu bir hizmetin sunulmasıyla sa lanabilirdi.

Ticari yakla m, birbirine paralel iki ayrı çalı ma takviminin olu turulmasını gerektiriyordu. Bu amaçla iki tür görü melere ba landı.

- Özel sektörden gelen önerilerle zenginle en finans-man ve teknik konulardaki görü meler;
- Di er yandan, Paris kablo ebekesi ile yayımlanacak programların geli tirilmesiyle ilgili görü meler.

Etkile imlili i ve olabildi ince çok sayıda kanalın ge-li mesini sa layabilecek maksimum oranda fiber optik kullanarak yapılan yıldız yapıda bir ebekenin olu turul-ması amaç olarak saptandı. Bununla birlikte, sistemin yapılabilirli i kabul edilse bile (fiber optikle çalı an tele-vizyon maketleri bugün yeteri kadar verimli çalı makta-dır), maliyeti hâlâ yüksekti. 1,5 milyon priz yerle tirilme-si için PTT tarafından açılan ihaleye verilen tekliflerin, ba langıçta yapılan hesaplamalara göre çok yüksek (3 ka-tı dolayında) oldu u görüldü.

Sonuçta, fiber optik in geliştirilmesinin getirdiği maliyetlerin devlet tarafından karşılanmasına geri döndü. Buna karşılık yerel yönetimler koaksiyel-fiber karma sistemleri kullanacaklardı.

Paris ebekeğini dünyanın en önemli ebekelerinden biri yapacak olan bu projenin iyi bir şekilde yürütülebilmesi için, işletmeye açılacak 250 bin prizlik ilk aşamasının yeni konutların bulunduğu mahallelerde varolan ortak antenler kullanılarak gerçekleştirilmesine karar verildi.

Geriye ebekeğin finansmanı ve işletilmesi kaldı. Programsız ebeke abonelik ebeke demekti. Başlangıçta Paris'te, Hertzci kanallara ek on kadar daha program geçişi olanak verecek 15 kanallık bir ebeke öngörülmüştü.

1989'dan başlayarak açılacak kablo planındaki ebekeler

| | Teknik İletme | Ticari İletme | Bağlı abonelik priz sayısı |
|--------------------------|------------------|------------------|-------------------------------|
| <i>Taraftar siteleri</i> | | | |
| Roubaix-Tourcoing | Région Câble | Région Câble | 120.000 |
| Valenciennes+ | Région Câble | Région Câble | 25.000 |
| Watreios | Région Câble | Flégion Câble | 18.000 |
| Maubeuge+ | Région Câble | Région Câble | 25.000 |
| Henin Carvin+ | Région Câble | Région Câble | 52.000 |
| Rouen | DGT-CGE | CGVT | 50.000 |
| Antibes-Saint Raphael | | | |
| Feignies-Mandelieu | CGE/TDF | CGVT | 98.000 |
| Strasbourg (CU) | COM-DEV | COM-DEV | 190.000 |
| Clermont-Ferrand | COM-DEV | COM-DEV | 66.000 |
| Annecy | COM-DEV | COM-DEV | 30.000 |
| Orléans | COM-DEV | COM-DEV | 48.000 |
| Chambéry+ | LC/DGT | LC | 23.000 |
| Vircennes-Saint Mandé | LC/DGT | LC | 41.000 |
| Châlonsur-Saone | LC | LC | - |
| Mons-en-Baroeul | Région Câble | | 10.000 |
| Liévin | COM/DEV | COM/DEV | 28.000 |
| Besançon | COM/DEV | COM/DEV | 48.000 |
| <i>Paris ve çevresi</i> | | | |
| Saint-Denis Câble | CGVT | CGE/GTME | 75.000 |

Kaynak Mission

1989'daki abone sayısı 50 bin dolayında oldu u hesaplanan Paris kablo ebeke sinin ba langıçta gösterdi i bu yava lık, ebeke in aatının bütünüyle i letmeci irketin di nda olan bir irket tarafından yapılmasına ba lıdır (France Telecom ve Paris Câble). Üstelik burada ebeke tarifelerini Telecom'un verilerine de il, Telecom tarifelerini ebekenin ticari verilerine uydurmak zorundadır.

Bu yapısal zaafllara kar ın, "Kablo Planı" ba arıya mahkumdur. 1987'den bu yana, aboneler ve i letmeciler için doyurucu "Kablo P anı Dı ı" ebekelerin gün ı ı ma çıkı ı planı ba arıya götürmektedir.

IV. 'Kablo Planı Dı ı' ebekeler

Bunlar 30 Eylül 1986 yasının sonucunda ortaya çıkan yeni ebekelerdir. leticileri (sadece en önemlilerini alırsak, Général des Eaux, Caisse des Dépôts, Lyonnaise des Eaux) tarafından in a edilen bu ebekeler bugün, yüzde 30 ile "Kablo Planı" içindeki ebekelerdeen daha yüksek abone oranına sahiptir.

ikinci bölüm
K M Ç N, HANG PROGRAMLAR,
HANG HİZMETLER?

önceki bölümlerde, çada sanayi toplumlarında kablolu televizyonun örgütlenmesini ve işleyişini analiz ettiğimizde, temel bir eksen ortaya çıkar: Pazar. Gerçekten de, teknoloji sonuçta hukuksal veya finansman sorunlarının ve kararnamelemlerin üstesinden gelse bile, eninde sonunda son sözü söyleyecek olan abonedir. Gerçekten de, kablolu işletmecilerin özelliklerinden bir tanesi, yeni abone arayışıyla sürekli yer doldurulması gereken önemli bir aboneliği yenilememe olgusunun varlığıdır. Kablolu izleyicileri bir yıl içinde ilmi bir çıkılı bir akım halindedir. Sonuçta, -Colbertci işletmelerin çoğu zaman sosyal ve güdümlü emellerin doğuna neden olduğu Fransız'da bu daha da gereklidir- kablolu televizyonun başarıya ulaşması için arzın talebi bulması gerekir. Kuşkusuz burada sözkonusu olan birini diğerine göre ayrıcalıklı kılmak değil, ama özellikle tam bir "arz ekonomisinin" sözkonusu olduğu bu alanda sorun tüketicinin kendisine satılan ürünü tanımamasıdır. Ama buna karşılık, müteerilerin istek ve dileklerini hesaba katmadan giriilecek bir arz politikası da kablolu işletmecisini çok önemli bir finansman krizine sürükleyecektir.

I. Kablo için Hangi Programlar?

Diğer sanayilemiş ülkelerin birçoğuyla karşılaştırıldığında, Fransa kablolu televizyon programları dalında köklü bir yokluk çekmektedir. Onlarca yıl süren görsel işitsel Maltusculu a bılı olan bu durum, işletmecileri, bugün aralardan bazıların sınır bölgelerinden izlenilebildiği çevre ve yabana programları yayımlamak için istekte bulunmaya zorlar. Örneğin Paris kablolu abekesi Lüksemburg Televizyon Şirketi'nin (RTL-Televizyon) ve

Tele-Monte Carlo'nun³² programlarıyla, BBC'yi ve İngilizce uydu programlarını yayımlamaktadır.

Kablo ebekesine aday olan kentlerin çoğu benzeri baskı vurularda bulunmaktadır. Kamu ve özel Fransız televizyon kanallarının yayımladığı programlar son derecede karmaşık bir artnameye uymak zorundadır. Bu artname özellikle sinema yapıtlarının televizyondan yayınlanma zamanlarını ve yerlerini düzenler. Örneğin sinema filmlerinin, sinema salonlarının en çok seyirci toplayacağını duyurduğu gün ve saatlerde yayınlanması yasaktır. Aynı şekilde, Hertzci kanalların yayımladığı reklamlar kotaya baskıdır ve bazı faaliyet alanları, örneğin büyük dağıtım şirketleri televizyona reklam vermezler. Bu önlemler, baskıda, iletişim sanayinin anahtarları olan sinema ve yazılı basın televizyonun rekabetinden korunmayı hedefliyordu. Bu iki alanın televizyonla rekabet içinde bir yere konması anlamsızdır. Bu yaklaşım bir yandan ulusal televizyon şirketlerinin kamusal özelliğine kadar, yazılı basının görsel iletişim program şirketlerine katılmaya gerçekten çalışılmaması olmalarına da baskıdır. Üstelik, Avrupa'da sinema seyircisi sayısı son on yıldır durmaksızın düşmüştür, bu da sinema alanının televizyona karşı güvensizliğini arttırmıştır. Sonuç olarak, kablolu televizyonun geleceği, bu alanla ilgili çeşitli aktörlerin oyunun kurallarını, yazılı basının ve sinemanın bu yeni iletişim ebekelerinin, kablunun, görseliletimin ve hatta uyduların gelişmesinde doğrudan yer alacakları tarzda tümüyle belirlemelerine baskıdır. Ancak böyle yaparak rekabetten birbirinin tamamlayıcılığına geçilebilir.

Kamu hizmeti veren televizyon programlarına dayatılan ilkeler, tanım olarak yeteri kadar kısıtlayıcıdır, kendiliğinden kablo ebekelerinin yayımladıkları programlara da uygulandı. Böylece kablo ebekeleri aracılığıyla özgün çevre ve yabancı televizyon programlarının yayımı olanaksız hale geldi. Ayrıca bu kincilerin, özellikle kablo ebekesinin açılışında izleyici oranının düşük olması nedeniyle, Hertzci yolla yayımladıkları programlar üzerinde belirlik yapmayı reddetmeleri tehlikesi de vardır. Yani kamu hizmetinin uymak zorunda olduğu yükümlülükler

(32) 1984'de Marsilya bölgesine yayın yapmasına izin verilmiştir.

kablo ebekelerinin geli mesinin önünde önemli bir engel olu turmaktadır. Ku kusuz, '80'li yıllar boyunca talya'da ya anan Hertzci özel televizyon patlaması, bir zamanların o gösteri li talyan sinemasının çökü üyle sonuçlandı. Sinema salonlarının sayısı önemli oranlarda azaldı ve talya'da yapılan filmlerin sayısının son dört yıl içindeki dü ü ü durmak bilmedi. Bu nedenle, film yapımcılarının ürünlerinin yayım biçimine -sinema salonları, kablo ebekeleri veya video kasetler aracılı ıyla- kendi ba larına karar verecek düzeye gelmelerini sa layacak bir sisteme ula ılması gerekiyor. Ancak filmlerin yayım biçimlerinin sayısını arttırarak -bu da sinema sanayinin kablo' ebekelerine do rudan yatırım yapmasını gerektirir- Fransa'da yeni medyaların ve film sanayinin birbirine paralel yükseli i sa lanacaktır. Aynı durum yazılı basın için de geçerlidir. Televizyonun reklam gelirleri, basın gelir kaynaklarının bir kısmından yoksun bıraktı ı sürece, basın, finansman açısından güçsüzle meye devam edecektir. Socpresse'in (R. Hersant grubu) *La 5* (5. kanal) veya Les Editions Mondiales'in *TF 1e* (1. kanal) katılması gibi 1987'den bu yana basın gruplarının görsel i tsel alana giri leri, mültimedya kutuplarının geli mesi yolunda atılmı adımlardır. Yasaların 1992'de Avrupa normlarına uyarlanması gerekiyor.

Demek ki, yeni medyalara abone toplamalarını sa layacak görüntüler verilmek isteniyorsa, programların içerikleriyle ilgili yeni bir düzenleme yapılması gereksinimi kaçınılmaz olarak ortaya çıkıyor. Bu açıdan, gelecekteki Fransız kablo ebekelerinde yer alacak programları iki büyük gruba ayırabiliriz.

Bir yanda izleyici kitlesinin tümünü hedefleyen ve bunları e lence programlarına, filmlere, haberlere ve her türlü görüntüye eri mesini sa layan genel programlar. En azından Fransız kablo ebekelerinde yer alacak olan yerel kanalları programları ku kusuz bu tür yayınlardan olu acaktır. Ço u zaman pahalı ürünler oldukları için, bunları i letmecileri özel, yan özel ve hatta belediye-ye ait yerel kanalları kurmaya itecektir. Paris'te Lyonnais des Eaux tarafından kurulan Panş ve Parisliler'in kanalı "Paris Premiöre", abonelere Paris'le ve günlük ya-

amla ilgili bilgileri aktardı ı gibi, onları ba kentteki e - lence, kültür veya e itimle ilgili her türlü geli meden de haberdar eder.

İkinci tip programlar belirli konularda uzmanla mı (thématique) kanallardır. Yabana uygulamalar, bu çe it programların kablolu televizyon izleyici oranını arttırdı - m göstermi tir. Fransız kablolu televizyon abonelerinin davranı ları üzerine yapılan ara tırmalar, bir sinema ka - nalı -paralı veya de il- ve aym ko ullarda yayımlanan bir çocuk programının abonelere sunulmasının kaçınılmaz oldu unu göstermi tir. Uzman yazılı basın gruplarının, özellikle kendi dallarında kablo ebekeleri için program - lar üretecek tarzda çalı ma alanlarını çe itlendirmeleri iyi bir strateji olacaktır. Tıp alanında uzmanla mı bir basın grubunun, ABD ve Kanada'da ba arısı kanıtlanmış bir "dinlenme-sa lık" programı yayımlaması dü ünülebi - lir. Bunun gibi, yazılı spor basınının da geni kitlelerin il - gisini çeken bir "spor" programını programlayabilmesi uygun olacaktır. Ba ka bir deyi le, belirgin, çe itli ve iyi nitelikte programlar sunulamadı ı sürece kablolu televiz - yonun izleyici oram artmaya ba lamayacaktır. Burada Fransız görsel i itsel sanayi hem bir gereklilik hem de bir meydan okumayla kar ı kar ıyadır. Geçerlili ini yitirmiş düzenlemeler bu alanda da a ır basarsa, Fransız sanayi, giderek daha aktif olan yabancı rekabeti kar ısında var olmasını sa layacak gerekli olanaklardan yoksun kala - caktır. Ayrıca bu programlar, ekonomik nedenlerden ötü - rü sadece Fransız pazarına uyumlu olmamalıdır, bu ko - nuda da Avrupa hedeflenmelidir.

II. Hangi Hizmetler?

Geni bir görselileti im ebekesinin gerçekte tirilme - si, kablo ebekeleri üzerinden verilen hizmetlerin do u u için de savsaklanamayacak bir kozdur. Bu hizmetlerin bugünden tanımlanması zordur. Yine de olası üç büyük tip hizmet öngörülebilir: Haberler, alım ve satım, e itim. Her üç durumda da, kullamalann etkile imli biçimde ve - ri merkeziyle ili kiye geçmesine olanak verilecektir. Son olarak, bu hizmetlerin önemli bir kısmının mü terilerin

bu yeni medyaları kullanmasını öğrenmelerine ayrılacak olduğu düşünülebilir (bilgi diline giriş, veri merkezleriyle diyalog, programlamayı öğrenme). Çok geniş anlamda, yeni medyaların etkisel ve kültürel yeteneği, sonuç olarak gençlerin sanayi toplumu temasından iletişim toplumu veya sanayi sonrası toplum temasına geçişini sağlamaya yarayacaktır.

Yeni hizmetlerin ileri atılımı, aynı zamanda varolan veri ve görüntü stoklarının düzeyine olduğu gibi, girişimcilerin ve hizmeti hazırlayanların durumuna bağlı olacaktır. Videoyazımın gelişmesinin iyi bir deneme alanı olacaktır. Örneğin, video yazımını geliştirenler, ama geniş bantla yapılan iletişimin sunduğu olanaklar basit bir telefon kasetinin ortaya koyduğundan tümüyle farklı yapıdadır. Sonuçta, her türlü genelleştirmeye sakınarak yaklaşılmalıdır. Son olarak, ev bilgisayarlarının yaygınlaşması gelecek görüşleri iletişim teknolojilerinin evrimi için temel ölçütlerden birisidir. Ev bilgisayarlarının çok yaygınlaşması, kullanıcılar ile büyük veri merkezleri arasındaki ilişkilerin veya alışverişlerin çok daha kolay yapılmasını sağlayacaktır. Bu için, kullanıcıları kaset teknolojilerinin sağlayacağı yeni hizmetlere abone olmaya özendirilebilir.

Sonuçta, aynı anda, çok sayıda konut, ebeke başında yer alan "multimedya bankası"na erişilecektir. Böylece televideotek, video kasetlerin veya bilgisayar iletişim programlarının uzaktan yüklenmesi uygulanabilir hale gelecektir. Vidyofon'un genelleşmesiyle birlikte, yani önümüzdeki yirmi yıl içinde, örnek olarak kendine bir oyun arkadaşı bulmak isteyen abonelerin satranç ve iskambil oynamaları da olanaklı olacaktır.

Bütün bu hizmetler özel olarak pahalı yatırımları gerektireceği gibi, çok güçlü hesap yapma yeteneğine sahip bilgisayar iletişim programlarıyla da desteklenmek zorundadırlar. Bugünkü hesaplamalara göre, bir saatlik bilgisayarla destekli eğitim dersinin hazırlanması için 500 saat gerekmektedir. Kanada'da bilgisayarla eğitim programı (didactical), ancak 8 ile 10 bin saatlik bir alıştırmadan sonra genelleştirilmiştir. Sonuç olarak, her şey, etkili iletişim hizmetlerinin ilk örneklerinin etkileri olacaktır. Başlangıçta ancak büyük işletmeleri kitle-

sel olarak yatırım yapmaya karar verirse kârlı duruma gelebilecek hizmetlerin, bilinçli olarak geni kitlelere yöneltilmesi çok büyük bir hata olacaktır. Buna karşılık, kurumların olu turdu u pazarın örgütlenmesinden sonra, tek tek bireylerin de bundan yararlanmaları olanaklı olacaktır.

III. Hangi Kullanıcılar?

Bu, kablunun başarısıyla kullandınldı ı için yönetilecek en önemli sorudur. Abone potansiyelini kesin bir şekilde de erlendirmeyi sağlayan pek az araştırma vardır.³³ Gelecek ebeke sitelerindeki bilanma potansiyelini hesaplayabilmek için belediyeler³⁴ tarafından yaptırılan anketlerin sonuçları bunların içinde en ilginç olanlardır. Uygulanan anket yöntemi dört sonucun belirlenmesini içerir.

- Hazır potansiyel; kablo ebekesine bilanma elimleri kesin olan, bunun için en iyi kullara sahip olan, uygulamaya daha bilanmadan yanda çıkan abone sayısı. Bunlar bilanabilir konutların yüzde 10'u dolayındadırlar.
- Olası en düşük potansiyel; abone olmak için gerekli kullara sahip olan ama ek bilgi isteyen kullanıcıların sayısı. Yüzde 12 dolayında.
- Olası en yüksek potansiyel; özünde bir de iklimik yapmadan, arz bazında harekete geçirilebilen kullanıcıların tümü. Paris'de bu yüzde yirmiye çıkarken, Cergy-Pontoise'de, uygulanan abone bedeline göre 25 ile 36 arasındadır.
- Son olarak da gelişme potansiyeli, gerçekte bu, kablo işletmecisinin orta dönemli hedefidir ve sonuç olarak uygulamaya daha bilanmadan yanda çıkan aboneler ile, sunulan hizmet ve programların yeteri kadar çeşitli ve çekici oldu u ölçüde harekete geçirilebilecek

(33) Özellikle "geni kitlelerin" kablolu televizyonu karşı olan "duyarlılığını" inceleyen Centre d'Etude d'Opinion'un (CEO) yaptığı anketlere var elimizde. Bunlar büyük kentlerde bu yeni medyanın yeteri kadar iyi bilindiğini gösteriyor.

(34) Paris, Montpellier ve Gergy-Pontoise.

Paris te hazır potansiyeli olu turan nüfusun özellikleri

| | | Söyle i yapılan ki inin ya ı | Aile reisi |
|-----------------|--------------|------------------------------|-------------|
| 30 ya ın altı | % 23 | | % 15 |
| 31 ile 40 arası | % 21 | | % 23 |
| 41 ile 50 arası | % 18 | | % 18 |
| 50 ya ın üstü | % 38 | | % 44 |
| | % 100 | | %100 |

| Cinsiyeti | Konutta ya ayan insan sayısı | |
|------------|------------------------------|-------------|
| Erkek % 55 | 1 K | % 18 |
| Kadın % 45 | 2 veya 3 ki i | % 54 |
| | 4 ve daha çok | % 28 |
| | % "00 | %100 |

| Konuttaki çocuk sayısı | Çocukların ya ı | |
|------------------------|-----------------|------------------------|
| Çocuksuz % 68 | % 100 | 5 ya ından küçük % 17 |
| Çocuklu % 32 | | 6 ile 10 ya arası % 13 |
| | | 10 ya ın üstü % 14 |
| 1 ile 2 çocuk % 24 | % 32 | |
| 3 ve daha çok % 8 | | |

Meslek grupları

| | Görü ülen meslek | Aile reisi |
|---|------------------|------------|
| Zanaatkâr, küçük esnaf | % 1 | % 1 * |
| Serbest meslek, büyük tüccar, sanayici | % 11 | % 15 |
| Yüksek memur, idareci | % 31 | % 44 |
| Edebiyatçılar, sanatçılar, din aaları, askerler | % 7 | % 6 |
| Orta dereceli memurlar, idareciler | % 13 | % 8 |
| çiler, hizmet aianı çalı anları | % 3 | % 4 |
| Çalı mayanlar | % 24 | % 14 |
| Üniversite ö rendleri | % 10 | % 8 |

Hazır potansiyeli olu turan nüfusun ço unlu unun yüksek düzey memur ve idarecilerle serbest meslek sahiplerinden (aile reislerinin meslekleri açısından yüzde 59) olu ması ekonomik düzeyin önemini gösterir. Aile reisinin ya ı açısından bakıldı ında, 50 ya ır üzerindeki % 44'ü olu tururken, 41-50 arasındakiler yüzde 18'dir.

Kaynak: SOFRES

abonelerin toplamının olu turdu u yeni medyaların gerçek pazar payını temsil eder. Geli me potansiyeli Cergy-Pontoise'da yüzde 50 dolayında iken Paris'te yüzde 60'ın biraz altındadır. Belçika ve Kanada'daki abone oranları hesaba katılırsa, yüzde 50 oranının Fransa için gerçekçi bir hedef olu turaca ı umut edilebilir. Bu sayı kablo ebekelerinin ba ansının bir göstergesi olacaktır.

Bu potansiyellerin tümünü kesin olarak belirlemek için, ilgilenilen konutlarda bulunulan donanımdan ve görsel i tsel tüketimi az çok kavramayı hedefleyen çok sayıda ara bilginin elde edilmesi gerekir. Di er yandan, bunları kullanmaya hazır olma, kültürel alı kanlıklar, programlar açısından ilgi merkezleri ve fiyatların belirlenmesinden sonraki tavrı alı lar kablo üzerine bir kamuoyu ara tırmasının gerçekle tirilmesi için bilinmesi kaçınılmaz olan unsurlardır.³⁸ Hazır potansiyelin toplumsal-nüfussal özelliklerine bakıldı ında (tabloya bakınız) yüksek memur ve idareciler ve serbest meslek sahiplerinin ço unlu u olu turdu u görülür, bu durum ekonomik ölçütlerin önemine parmak basar. Geli me potansiyeli içinde yer alan nüfusun çok daha genç oldu unun görülmesi ne, kırk ya ının altındakilerin sayısı kırk ya ının üstündekilere e ittir, yüksek memurların, idarecilerin ve serbest meslek sahiplerinin oranının orta dereceli memurlar ve büro i çileri tarafından dengelenmesine kar ın olası en dü ük potansiyel için de aynı durum geçerlidir. Ba deyi le, i letmecinin hedefi, ürünlerini "halkın be enisine uygun hale" getirmek ve bunların toplumun ara tabakaları içinde yayılmasını sa lamaktır.

Pazar ara tırmaları kabloya abone olma e ilimi ile ev bilgisayarları^{35 36} da olsa, video kaydedici/göstericisi de olsa, geli mi donanımlar arasında bir i birli inin (rekabetin de il) varoldu unu gösterir. Hertzci yolla ve uydularla yayımlanan televizyon programlarının iyi ko ullarda alınabilme zorlukları da, bazı ko ullar yerine getirilirse

(35) Kamuoyu yoklamasına venlen yanıtların do rulanması için yapılan de erlendirme testlerinden artık söz etmiyorum.

(36) XIII. Paris'te ya ayanların yüzde 5'i. XV. Paris'tekilerin yüzde 1/3'i bir ev bilgisayarına sahiptir

kablonun ba arısını sa layacak gözden kaçırılmaması gereken bir ba ka unsuru olu turur. Bireysel alıcı donanımların maliyetleri ihmal edilemeyecek bir düzeydedir ve özellikle de yetenekleri zorunlu olarak sınırlıdır. Bu ko ullarda, kablo, ba langıçta, durmak bilmeksizin artan görüntü arzına en uygun ko ullarda açılmanın yolu olarak görülür. Ama bu durum, gelecekteki abonelerin yüzde 45 ile 55'inin ilgisini çeken ve bu aboneleri kendilerine sadece teleda ıtım hizmeti getiren bir ebekeden ayrılmaya kadar götürebilecek olan etkile imli hizmetler beklentisini engellemez. Ba ka bir deyi le, etkile imlilik, varlı ıyla geli me potansiyelinin en üst düzeye çıkartılması için bir koz, ama ba langıçta, eksikli iyle, abonele rin artı ım yava latan bir tehlikedir.

Televizyon tüketimi, bugünkü biçimiyle hakim olan programlama içinde, saat 20 ile 22 arasında tekdüze bir duruma gelmi tir. Aynı olguyla 12-14 saatleri arasında da kar ılı ılır. Buna kar ılı k, di er saat dilimleri çok daha açıktır ve televizyon tüketicilerinin isteklerine hiç de e it olmayan bir biçimde yanıt verir. Demek ki, gelecek kablo i letmecileri, sabah, ö le üstü ve gece saatlerindeki bu ayn beklentileri gözönüne almak zorunda kalacaktır.

Görsel i itsel hizmetlerin fiyatlarına kar ı çok önemli bir duyarlılı ın var oldu unu ne kadar yinelesek azdır. Konutlardaki bir görsel i itsel donanımın aylık mali yükü, konutların yüzde 30'dan ço unda 300 frank dolayındadır. Bu toplama, zaman zaman, bir video kulübe abonelik ve iyi bilindi i gibi televizyon ve video kaydedici/göstericisi vergileri eklenir. Bu olgu, neder. XIIİ. Paris'te oturanların sadece yüzde 5'inin, XV, Paris'de oturanların ise ancak yüzde 10'unun ayda en çok 200 frank ödemeyi kabul ettiklerini açıklar. Bunun üzerindeki her sayı, abone olmanın önünde psikolojik bir engel olu turmaktadır. Buna kar ılı k, kablo ebekelerinin uyguladıkları gerçek fiyatlar ile psikolojik fiyat arasında önemli bir aynm vardır. Bu ayrımı azaltmak gelece in kablo ebekesi i letmecilerine dü üyor. Bu da do al olarak, Fransızların gelirlerinden görsel i itsel donanımlara ve tüketimlerine bugün için ayırdıkları payı yeniden belirlemelerini içerir. Programlar dalındaki beklentilere gelince, en çok talebir.

XIII. ve XV. Paris¹ de programlara duyulan ilgi

| | <i>Çok Az</i> | | <i>Hiç</i> |
|--|---------------|------|------------|
| Fransızca yerli ve yabancı filmler | % 53 | % 40 | % 6 |
| Kendi dilinde yabancı filmler | % 48 | % 27 | % 24 |
| Enformasyon ve televizyon haberleri | % 65 | % 25 | % 9 |
| Magazin programları | % 46 | % 34 | % 19 |
| Fransız ve yabancı diziler | % 22 | % 33 | % 43 |
| Tiyatro | % 27 | %34 | % 36 |
| Klasik müzik konserleri, | % 24 | % 32 | % 44 |
| Ça da müzik konserleri | % 20 | % 34 | % 46 |
| Komedi müzikal, opera operet | % 15 | % 28 | % 57 |
| Çe itli gösteriler | % 21 | % 43 | % 35 |
| Belgesel | % 48 | % 35 | % 17 |
| Röportaj | % 54 | % 37 | % 9 |
| Önemli olayların naklen yayını | % 52 | % 31 | % 17 |
| Edebiyat | % 53 | % 25 | % 22 |
| Tıp ve bilimsel yayınlar | % 42 | % 34 | % 23 |
| zleyicilerin katılmasıyla tartışma programları | % 38 | % 39 | % 23 |
| Oyunlar | % 21 | % 26 | % 54 |
| Spor yayınları | % 28 | %31 | % 41 |
| Spor olaylarının naklen yayını | % 35 | % 32 | % 33 |
| Pratik yaşam | % 11 | % 25 | %64 |

Kaynak: SOFRES. 1984 anketi.

oldu u alan genel veya özel enformasyonlara de inen programlarla, film yayınlan ve çocuklara yönelik programlardır.³⁷ (Tabloya bakınız.)

Çe itli ara tırmalar a a 1 yukarı 4 grup kablo aboneleri oldu unu göstermektedir.

- Kablo ebesi ilkesiyle kendili inden harekete geçen "heyecanlı" veya yanda aboneler. Gelenekse? televizyonla ilgili son derecede kötü dü ünceleri olan, çok daha önemli sayıda program ve hizmetlerin sunulmasını büyük bir açgözlülükle bekleyen bu grup göreceli olarak

(37) Cergy-Pontoise'da abonelerin yüzde 45'i çocuklara yönelik bir programı almaktadır.

yüksek bir abone bedeli ödemeye hazırdır.

- Kabloya yanda a olup da bekleme içinde olanlar. Kablonun çekicili ine kapılmı olan bu grubun, hem mali hem de kültürel nedenlerde kabloya abone olmaları kesin de ildir. Bunlar, potansiyel kablo pazarını olu tururlar ve i letme irketlerinin ticari politikaları açısından önct-likle ula ılması gereken hedeftirler.

- Bu yeni medyaya kar ı olmasalar bile ku kuyla kar-ılayanlar. Bunlar özellikle ekonomik nedenlerden ötürü arz kar ısında duyarsızdırlar. Bunların çok küçük bir kısmının pazar tarafından kazanılması olası ı vardır.

- Son olarak, ilkesel olarak kablolu televizyon kavrama kar ı olanlar, bunların televizyon tüketimleri neredeyse sıfırdır. Yeni hizmetlerin ortaya çıkı mın bu grup içinden bir parçayı abone olmaya daha açık duruma getirme olası ı vardır.³⁸

Sonuç olarak, Fransa'da kablunun gelece i, ebeke i - letmecilerinin kullanıcılara istedikleri hizmet ve programları sunma yetene ine ba lı olacaktır. Çok açık ki kablo birinci dereceden bir gereksinim de il. Daha çok, gereksiz de ilse bile, kesinlikle gerekli olmayanların bir parçası. Demek ki kablo büyük tüketim malları gibi satılamaz. Tersine, kabloyla özde le tirilecek bir görüntü yaratma ve soyutlama gibi pazar ı ama uygulamaları kötü bir yöntem olacaktır. Gerçekten de, tüm di er kültürel tüketim ürünleri gibi, kablo da modanın gereklerinin, 2000 yılı yuuttu mın enformasyon açlı mın, aktif çalı ma süresinin azalması bile artmayaca ı öir düzeye geldi i bir ortamda dinlenme ve e lenme dalındaki yeni gereksinimlerin kesi me noktası olabildi i ölçüde geli ecektir.

Fransa'da kablo, ebekelerin kurulması ve i letilmesinin ekonomik ve finansman açısından uygun bir çevreye sahip olmasıyla birlikte bir gerçeklik haline gelecektir. Teknik evrim ve uydularla gelen görüntü bollu u, katedilecek yol uzun bile olsa, kabloyu kaçınılmaz olarak ba rıya götürmektedir.

Görüntülerin kabloyla iletilmesi tek ileti m yolu de-ildir. Buna kar ılık, kablo ebekeleri, gelecekte verici ile

(38) Paris'te yanda lar yüzde 17, bekleme içinde olanlar yüzde 31, ku kuyla yakla anlar yüzde 32 ve kar ı olanlar yüzde 31.

alıcı arasında, basit teleda ıtımdan çok daha tam bir hizmet arzı üzerinden gerçek etkile imlili i sa layan tek araçtır. Di er ileti im araçları, Hertzci de olsa uydu yayınları da olsa, iletimi havadan geçerek yapar. Kabloyla kar ıla tırıldı ında, Hertzci da ıtım veya uydu aracılı ıyla yapılan da ıtım, ba langıç yatırımlarının sınırlı tutularak çok geni bir yayım alanına ula ılmasını sa lar. Gerçekten de, Hertzci bir televizyon ve basit bir stüdyo donanımı satın almak, veya hatta telekomünikasyon uydularının bir kanalı üzerinde bir aktarıcı kiralamak, ebeke ba ı donanımlarım, özellikle a ır in aat i lerini -kentsel alanda- ve son olarak hâlâ çok pahalı olan abone terminallerini gerektiren kablo ebekelerine göre çok ucuza mal olur. Buna kar ılık, sunulan programlar belirli bir hacmin üstüne çıktı ında, ancak kablo ebekesi ile da ıtım tüketicilerini doyurabilir.

Kablonun geli mesindeki her gecikme, hâlâ daha ucuza mal olan Hertzci yolla yayımı güçlendirdi ine göre, bundan ikayetçi olmak gerekir mi? Ku kusuz hayır. Gerçekte, özellikle ABD'deki deneyler kablo ebekelerinin, Hertzci alanın programların alınması ko ullarım engelleyecek kadar tıkanı dı ı anda do du unu kanıtladı. '70li yıllarda Kanada ve ABD'de ya anan budur. Fransa'da, 'Toli yıllarda talya'da oldu u gibi, hızla geli en Hertzci özel televizyonların, herkese yönelik daha çok tekdüze olan programları kullanıcılara doyurucu gelmeyecektir.

Gerçekte, böylesine bir evrim Avrupa alanı üzerindeki uyduların geli mesiyle baskı altına alınmıştır. Fransa'da biz bakanlıklar arası kurullarda, konuyla ilgili komitelerde yeni ileti im teknolojileri üzerine söylevler verirken, sinema sanayini otuz yıl öncesinin arnamelerine uymaya zorlarken, yıllardır ba ka yerlerde var olan, televizyonların ortaya çıkı mını hem hayranlıkla izleyerek, ama bir yandan da korumacı ve ürkütücü kotalar olu tururken, di erleri -yani temel olarak Anglosakson ülkeler, özellikle de ABD ve onların ardından yükselen, yankee görüntü sanayine yatırımlar yapan Japon gölgesi- Fransız pazarını olu turulması gereken Avrupa görüntüsünün ba rında ideal bir yem gibi görerek programlarım imdi-

den varolan uydular üzerine yerle tirmek için hiç zaman yitirmiyorlar. Örne in, uygun bir antene sahip olmak ko- uluyla, Paris'den uydular aracılı ıyla yayınlanan otuza yakın sinyalin imdiden alınabildi i biliniyor mu? Kablo ebekesi i letmecilerinin, bugün yabancı irketlerin, ba - ka yerde maliyetini çıkardı ı veya reklamlarla finanse edildi i için ücretsiz program öneren ba vurularıyla kar ı kar ıya kaldıkları biliniyor mu? Bir ba ka deyi le, biz kendi tutarsızlı ımızın tuza ında ya arken, büyük Japon ileti im gruplan uydu alanında olabildi ince erken yer kapmanın gerekti ini iyi kavradılar. Çünkü, bu alanda zaferin, her zaman, di erlerinden *önce* ba layanın oldu- nu biliyorlardı. Bu durum, büyük bir olasılıkla Fransız pazannın, açık bir stratejik ve uluslararası bakı açısına sahip olunmadı ı için, çekici ve Avrupalı bir görüntü arzı olu turulmasını önerecek ölçüde geli emeyece i anlamı- na gelir. Çünkü, Hertzci televizyonların verici ve yansıtı- cılarla doyurmu olaca ı bir mü teriyi çekmek, bugünün görüntüye susamı mü terisini çekmekten daha zor ola- caktır.

Demek ki önümüzde ba ka seçene imiz kalmadı: "Görüntü sava ım" kazanmamız gerekiyor. Bu çok açık saptama kendini dayatıyor. Fransa, Avrupalı görüntüle- rin yata ı olmasım sa layacak yetene i elinde tutuyor. Ama bunun için ileriye do ru hızla yol almak gerekiyor, özellikle kamu güçlerinin, devam edilmesi gerekiyorsa, ertelemelerin ve duraklamaların çok pahalıya mal olaca- mın ve Fransız görüntü sanayini tüm gelece ini bata a sürükleyece inin bilincine varması gerekir. *Fransız özel sanayi gruplan* için Anglo-sakson dünyasının ve Japonla- rın meydan okumalarına kar ı koyabilmenin tek yolu, Avrupalı meslekta larıyla bugün varolan uydularda yer kapmak için, do rudan yayım uydularının yörüngeye yer- le tirilmesini beklemeden anla malara varmaktır. Yoksa bir kez daha çok geç kalınma tehlikesi vardır, çünkü pa- zara hakim noktalar tutulmu olacaktır. Buna, Fransa'da yeteri kadar kablo abonesi yok itirazları olacaktır ku ku- susuz. Ama Avrupa'da bugün, Fransız sanayi tarafından yayımlanan programlan alabilecek kablo ebekeleri üze- rinde çok sayıda kablo prizi var. Öyleyse, Fransız kablo

ebekeleri i letmecileri Fransa'da üretilmi görüntülere sahip olabilir ve bunları gelecekteki mü terilerini, kablo veya de il, önerebilir. Görsel i itsel program sanayinin çıkı mın, esas olarak *tüm* yayım tekniklerine kendini uyarlama yetene ine ba lı oldu unu ne kadar yinelese azdır. Kablo sadece bir borudur. Kullanıcı bu borudan akan sıvıyı tüketir. Öncelik borunun içindeki sıvıya verilmelidir. Bu açıdan, görüntüleril yaratılması gelece in anahtandır.

Avrupa mn çeli kilerinden süratle kurtulması gerekir. Bir büyük görsel i itsel kıta olmaya devam edilmek isteniyorsa, Colbertci ve bürokratik kararsızlıkların ve bazı ülkelerin tek ba ma oynama giri imlerinin tümüyle tarihin çöplü üne atılması gerekir. Bizim görsel i itselimizin gelece i Avrupa'nın gelece ine ba lıdır. Avrupa Komisyonu'nun görsel i itsel politikası izlenecek yoludimden gösteriyor, ama bu politikanın da -ne yazık ki- onu sık sık yolundan saptıran teknokratik e ilimleri a -ması gerekiyor.

Hâlâ çok geç de il Tüm sanayi ülkeleri arasında bir kaç yıldan bu yana tanık oldu umuz kartiann yeniden da ıtılması sürecinde, hiç ku kunuz olmasın, ileti im en büyük dönü ümü gösterecek daldır. Sonuçta, ticari kuruluş ları uyduyla yayım araçlarını elinde tutmayan ülkelere, bu olana ı elinde tutan güçlere göre ikinci sınıf ülkeler olaca ı dü ünülebilir. Gerçekte asken alanda olanlar ileti im alanında da geçerlidir. Bir yanda gözleme uydularına (casus uydu) sahip olan ülkeler, di er yanda sahip olmayanlar. Bu kincilerin adından stratejik görü melerde söz edilmiyor...

Yine de, bekleyi in çok uzamaması gerekiyor, çünkü görüntü sanayimizin yok olmaya mahkum edilece i - sözcüklerden korkmayalım- tehlikeli, bir döneme ginyoruz.

Gerçekten de, ça da ileti imin evriminde bir dönüm noktasına giriyoruz. Bugün elde edilebilecek konumlara yarın ula ılamayacaktır. Kablonun teknolojik bir gereklilik oldu unu kabul etmek gerekiyor- Bunun bugüne kadar ba ka konularda yapılan planların u radı ı ba arısızlıklara u ramaması için her ey yapılmak zorundadır.

Devlet görsel i itsel alanın gelece inin kefile olmakla kendini sınırlamalıdır. Geri kalanım, sistemin oyuncularının kendi ekonomik mantık ve isteklerine göre davranmalarına bırakmalıdır. Bu yapılamazsa, ya lı kıta kendi öz varlı ının bir kısmım on yıldan kısa bir sürede gerçekten yitirecektir.

B BL YOGRAFYA

Belle, Francis; *Médias et société*, Paris, Ed. Montchrestien, 1989.

CIT Research, *Cable TV*, Communications in Western Europe, Londra, 1982.

Eymery, G.; Balle, F.; *Les nouveaux médias*, "Que sais-je?".

Fréchet, Josâ; *La guerre des images*, Paris, DenoSI, 1986

images pour le câble, Paris, La Documentation Française, CNET et INA, 1983.

IREP, *Les nouveaux médias et la publicité*, Paris, 1984.

Pigeat, Henri; *La télévision par câble commence demain*, Paris, Plon, 1983.

Rice; Botein; Samuels; *New Communications technologies*, New York Law School, 1982.