

Mobilizim yılından merhaba

ONUR BARAN ÇAĞLAR

obcaglar@gmail.com



Oturumlardan önce "GARAJSTANBUL" oyuncularını TIME 2006 için özel tasarladıkları canlı performansı sergilediler. Değinilen konular itibari ile öyle güzel bir performans sergilediler ki devletin ve kemikleşmiş bürokrasinin teknolojiye ne kadar uzak olduğunu göstermiş oldular. Bunların yanında, olaya olumlu taraftan bakıldığında ise; yeni teknolojileri ve özellikle de TIME 'a konu olan Telekomünikasyon, İnternet, Medya ve Eğlence konuları öyle ustalıkla işlenmiş ve harmanlamış ki, teknolojiye çok uzak ve belki de karşı duran vatandaşlarımızın dahi anlayabileceği yalınlıkta anlattılar konuları.

Kendilerini tebrik ediyorum, hatta bunu tiyatrolarında oyun olarak sahnelerlerse çok iyi iş yapacaklarını düşünüyorum. Yanımda iPOD kayıt cihazı vardı, sesleri kaydettim ama hiç aklıma görsel bir sanatın olacağı ve bu kadar iyi performans sergileneceği gelmemişti. Keşke yanımda dijital bir kamera olsaydı da kaydedip Youtube veya Türkiye'deki versiyonlarına koysaydım video olarak ve sizlerle de adresini bu satırlarda paylaşsaydım. Belki bu satırları bir şekilde okurlar veya okuyan birileri onlara ulaştırır da, oyun olarak sahnelerler, biz de keyifle tekrar izleriz. ?

Bazı Oturumlar ve kısa anlatımları

HP CME (İletişim, Medya ve Eğlence) Stratejileri

Oturumlar, ana sponsorlardan HP'nin Avrupa, Ortadoğu ve Afrika Bölgesi, İletişim, Medya ve Eğlence Çözümleri Başkan yardımcısı Roger Fawcett'in TIME'in yeni perspektifi olan "Her şey bütünleşiyor" sunumu ile başladı. Sunumda; HP'nin uluslararası stratejileri, telekomünikasyon, internet, medya ve eğlence dünyasının bütünleşmesinde HP rolü ve vizyonu aktarıldı.

Demokratik İçerik

Avea Pazarlama Direktörü Emre Günerman geçmişten günümüze içeriğin hikayesi ile başladı sunumuna, sonrasında eskiden herkesin bilgiyi almak için merkezi portallere gittiğini şimdi ise Web 2.0'in getirdiği güç ile içeriğin kişiye geldiğini anlattı. Okuyucu ve kullanıcılar daha önce kendisine merkezden sunulanı alıyordu, şimdi ise bireylerin ürettiği içeriği bireylere iletmeye başladı sistemler.

Eskiden içerik yayın kanalları, radyolar, gazete ve dergiler ile kullanıcılara ulaştırılıyordu. Değer zincirinde gelir modeli Reklam, Abonelik ve Kullandıkça Öde şeklindeydi. Değer zincirinde bulunan Prodüksiyon ve Yapımcılar yayını ve içeriği hazırlıyordu, konsolidasyonu yayın kanalları yapıyordu, dağıtım kanalları olan yayın platformları (kablo ve uydu yayıncıları), basın dağıtım şirketleri (yayın evleri, gazete bayileri) içeriği tüketicilere ulaştırılıyordu.

Yeni dönemde, geniş bant iletişimin sağladığı güç ile verinin akış hızı ve kalitesi arttı. Bu sayede Telekom, İnternet, Medya ve Eğlence dünyaları arasındaki sınırlar kalktı. İnternetteki işitsel

içerikler (müzik, melodi, vs.), görsel içerikler (logo, resimli mesaj, animasyon, duvar kağıtları, temalar, vs.), filmler, TV programları, oyunlar, erotik içerikler, kullanıcının ürettiği içerikler ve sosyal gruplaşmalar ile içerik dünyası artık daha demokratik. Herkesin içerik üretme ve bunu tüketiciye sunma şansı var. Her isteyen fotoğraf ve videolarını çekip diğer kullanıcılar ile paylaşabiliyor. İfade özgürlüğü ve bilginizi gösterebildiğiniz sözlük ve ansiklopedi portalleri var, içeriklerinizi sunabildiğiniz, düşüncelerinizi ve hikayelerinizi sunabildiğiniz içerik satış, paylaşım ve kişisel Blog servisleri var. Bu portal ve servisler ile ürettiklerinizi ve düşüncelerinizi tüm dünya ile paylaşabiliyorsunuz. Yakında MVNO, VAS operatörleri ve içerik agregatörleri ile bu işten ciddi paralarda kazanmak da mümkün olacak.



Üçlü oyun 'dört'ledi: Quad Play

Bu konu, konferansın en sıcak konusu oldu. Tüm konuşmacılar sunum ve konuşmalarında bu konuya mutlaka değindiler.

Geçmişte hizmetler, ulaşım ka-

nalları ve ağlar birbirinden farklı alanlardı. Geniş bant internet ve mobil teknolojiler ile aradaki sınırlar kalktı. Tüm hizmetler, içerikler, cihazlar, uygulamalar ve ağlar yakınıyor. Kullanıcılar istediği içeriğe ve hizmete farklı servis ve hizmet sağlayıcıdan ulaşırken; şimdi tüm hizmetlere tek bir paket içinde tek bir servis ve hizmet sağlayıcıdan ulaşabilecekler.

Kullanıcıların artık elinde kuvvetli cihazlar var (TV, Radyo, PC, Laptop, PDA, Mobil telefon, Sabit telefon), bu cihazlar ile ulaşmak istediği içerik (işitsel, görsel, video, oyun, vs.) ve uygulamalara sanal ağları (sabit geniş bant, mobil geniş bant) kullanarak ulaşabiliyorlar.

"Servisler ve içerikler bir araya geliyor: Artık Çoklu oyun"



- Geçmişte, ikili oyunda iken ses ve geniş bant internet ile sabit bir operatörden ses veya veri

(ADSL) hizmeti alabiliyorduk.

- 3'lü oyun olarak, ses, geniş bant internet ve TV/Video hizmetlerine Kablo TV servisini kullanarak erişebiliyorduk.

- 4'lü oyunda ise artık 3'lü oyundaki ses, geniş bant Internet ve TV/Video hizmetlerine kablosuz iletişim yani Mobil Operatör üzerinden erişilebilecek.

Türkiye'deki GSM Operatörleri 4'lü oyunu, EDGE ile yaşatmaya ve servis sunmaya başladılar. Konferansta bu konuda 5'li oyun tartışılmaya başlandı. Genel düşünce RFID ile bu 5'li oyunun şekilleneceği yönünde. Sonraki aylarda, belirginleştikçe bu konuya da değineceğiz.

Tek pakette birçok hizmet:

- Ses
- Geniş bant internet
- Video / TV
- Kablosuz iletişim sayesinde konsolide halde;

IPTV, Streaming Video, VOD, Video konferans, IP radyo, Çok oyunculu oyunlar, VoIP, VoWLAN, vs. gibi servis ve içerikler sunulabiliyor.

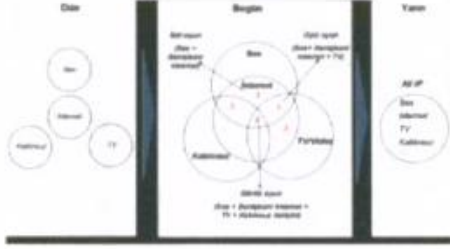
Sayısal Medya

Geleneksel Medya geniş bant teknolojileri ile geliyor, yeni bir yüz kazanıyor, kalite ve hız artıyor.

Eskiden gazete bayiine gazete ve dergi almaya giderdik. Kendi eşimde dahil olmak üzere; neredeyse dergi ve gazete almayı kestik. Basılı yayınları sadece haftasonları kahvaltıda okumak, din-

lenirken göz dinlendirmek ve dışarıya çıktığımda okumak için alıyorum.

Basılı yayınların tamamen tarihe karışacağını idda eden EPIC 2014 (hatta daha sonra EPIC



2015) isminde bir varsayım veya öngörü diyebileceğimiz bir düşünce var. Bu düşünce şuradan yola çıkıyor; Google'ın önlenemez yükselişi, Microsoft'un, Yahoo'nun, Amazon'un ve AOL'un sürekli karşı atakları ile medyanın yeni RSS arabirimleri ile içeriğin ilgi alanlarına ve takip ettiği bilgilere göre okuyucunun ayağına gitmesi sayesinde, yakında basılı yayınların (özellikle de bu kurgu The New York Times

üzerine yapılmış, sebep Amerika'da en çok takip edilen basılı yayın olabilir, emin değilim!) tamamen demode olacağı ve bir süre sonra zarar edip batacağı idda ediliyor. Bunun karşılığında The New York Times bu durumdan rahatsız olup, internet sitesine ve okurların takip etmesi için her alanda bilgiyi daha çok paylaşmaya başladı. Gazete kendi konusunun dışına da çıkarak, yıkılmadım ayaktayım diyerek Google'ı hedef gösteren başka bir varsayım yayınladı. Bu varsayım göre de böyle giderse Google dünyayı ele geçirecek; işletim sistemleri, TV'ler, gazeteler, haritalar, dijital dünya ve hayatımızın büyük parçası Google tarafından yönetilecek.

Not: Arama motorlarında EPIC 2014 ve 2015 yaparak bu varsayımları inceleyin. Mutlaka sonuna kadar izleyin Sayısal Med-

ya'nın nereye gittiğini daha iyi göreceksiniz. Dikkatli olun, gelecekte gittiğimiz yer sizi korkutabilir!

Sinema ve TV'nin değişen yüzü

Brightwell Holding Başkanı ve Dünya Fütüristler Derneği Türkiye Başkanı Alphan Manas konferanstaki konuşmasında özellikle teknoloji dünyasının beşiği olan Amerika'dan örnekler vererek, bize Türkiye'nin gideceği yönü gösterdi.

Kendisinin verdiği bilgilere göre Amerika 'da birçok sinema salonu kapanmış, birçoğu da azalan müşteri sayısı ile maliyetleri karşılayamadığı için şehir dışına çıkıyormuş.

Sinema dünyası, prodüksiyon şirketleri, sinema çekilen setler ve platformlar da yeni teknolojiler ile çehre değiştiriyor.

TIME neleri değiştiriyor?

- TIME hızla gelişen teknolojiler ile sayısal yaşamın hayatımızı nasıl değiştirdiğini ve geliştirdiğini görmemizi sağladı. Bu değişim ve gelişme ile oluşabilecek yeni iş-yapış modellerine ışık tuttu.
- Dijital yaşam bilgiden eğlenceye, medyadan günlük kullanıma, iş yaşamından siyasete kadar her alanda farklılaşmayı beraberinde getiriyor.
- TIME başlı başına bir endüstri oldu, yeni iş fırsatları ile hem girişimcilere, hem çalışanlara hem de kurumlara yeni olanaklar ve kazançlar sağlayacak.
- Geleneksel sektörler dönüşmeye başladı. Mesela Reklam sektörü klasik mecralarının dışına çıkarak internet ve mobil alana kayıyor. Endüstrilerin yakınsaması (Convergence) ile Reklamlar yalın halinden çıktı. Oyunda reklam, çevrimiçi reklam, reklamlı içerik ve interaktif reklam haline dönüşüyor. Reklamın yayınlanabileceği kanal ve mecralar da gelişiyor/çoğalıyor. İnternet/WAP portalleri, Haber siteleri, Bloglar, Oyun siteleri, Sosyal ağlar ve İş ağları, Uydu TV, çevrimdışı/istemci (Client) portal ve uygulamaları, SMS/MMS ve IVR reklam alanı/mecrası haline geldi. Bu durum reklam verenlerin ve reklam üreticilerinin işine geliyor, reklam yapacakları yeni alan ve spesifik projeler çıkıyor, tabii bu da aynı oranda kazançlarını artırıyor. Zira affınıza sığınarak söylüyorum, klasik medya ve değişime ayak uyduramayanlar kaçan trene (borsacı tabiridir yanlış anlaşılmasın) el sallıyorlar. Sonraki gelecek treni bekliyorlar yapacak bir şeyleri yok...