



## ÇAĞDAŞ HABER FLORASINDA BİR KATILIM GERÇEĞİ OLARAK ÇEVİRİMİÇİ VİDEOLAR

### ONLINE VIDEOS AS A FORM OF PARTICIPATION IN CONTEMPORARY NEWS FLORA

Yrd. Doç. Dr. Sedat ÖZEL<sup>1</sup>

Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Radyo Televizyon Sinema Bölümü,  
Kocaeli

**Özet:** Katılımcı internet olarak adlandırılan WEB 2.0 medya akışlarında güçlü değişimlerin de önünü açmıştır. WEB 2.0, internet üzerinde yer alan içeriklerin tüketicisi konumunda olan insanların aynı zamanda birer üretici haline dönüşmesine olanak sağlamıştır. Bu dönüşüm bireysel katılımdan kitlesel katılıma, ticari amaçlardan, aktivist hareketlere birbirinden farklı birçok alanda internetin de aktif olarak kullanılmasını desteklemiştir. Ancak katılımın özellikle medya tüketimi bağlamında yarattığı değişim dramatik ve oldukça kuvvetlidir. Artık kitle iletişiminin pasif tüketicisi konumundaki izler kitle, üretim aşamalarında aktif rol alabilme imkânına kavuşmuştur. Bu rol yeni medya ortamının hızlı bir şekilde yükselmesinin de önünü açarken, gelişen teknolojiler sayesinde eskiden karmaşık ve pahalı bir üretim alanı olarak bilinen video içeriğinin kullanıcı tarafından üretilebilmesi ve bu üretimin internet üzerinden dağıtılması televizyonun hâkimiyetine açık bir meydan okuma olarak görülmüştür. Çevrim içi videonun çok kısa bir zaman içinde internette yükselişi özellikle de görselliğin içerik ile özdeşleştiği haber akışlarında ayrı bir önem taşımaktadır. Katılımın sınırlarında sıradan insanların tanık oldukları olaylara dair video kayıtları tutmaları ve bunları internet üzerinden paylaşmaları, toplumsal olaylar, doğal afetler, savaşlar ve benzeri birçok haber olayında, ağ akışlarına bağlanabilen mobil telefon kameralarının ürettiği görüntülerin yarattığı etki, yeni bir haber akışının oluştuğuna dair kuvvetli kanıtlar sunmaktadır. Bugün çevrim içi video sadece eğlence değil ama daha da önemlisi sunulan ve alternatif gerçekliğin birbiriyle mücadele içinde olduğu bir alan olarak görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Web 2.0, Katılım, Çevrim içi Video, Televizyon, Haber

**Extended Abstract:** WEB 2.0, which is also called participatory internet, also paved the way for effective changes in media streams. The primary reason underlying this change is the transformation of those individuals that are the passive consumers of the media content into active producers together with WEB 2.0. This transformation supported the active use of the internet in a number of different fields ranging from individual participation to mass participation, from commercial aims to advocacy movements. On the other hand, the dissemination of this medium where the contents can be determined by the users themselves through advancing technology acting as a driving force and the diversification of the services it provides are the other reasons that form the basis of such a transformation. To give an example, with the help of the advanced technologies, the generation of the video contents that were considered as complex and expensive production

<sup>1</sup>sedatozel@gmail.com

spaces in the past by the users and the dissemination of this production over the internet is deemed as an obvious challenge to the predominance of the television.

Together with this, the rapidly increased popularity of online videos within the internet settings also acquired significance with the news streams where visual materials are identified with content. At the limits of participation, ordinary people recording videos about the incidents that they witnessed and sharing these over the internet, serves as an important evidence as to the formation of a new type of news streaming. Today online videos are considered not only as a means of entertainment but also and more significantly as a space where the presented and alternative realities compete with each other.

As videos are removed from their main platform, which is the television and are disseminated to other digital players (mobile telephones, tablet computers etc.) that are of higher quality in terms of screen properties with the help of internet and network technologies, the efficiency of the role played by this visual text in our lives also increased in comparison with the past. Nowadays, within the limits that are blurred with the convergence of digital communication technologies, the vital transformation from the production to the consumption of this text is frequently being discussed.

The evidence points to WEB 2.0 together with other technological developments as the underlying reason for this transformation. In general terms, WEB 2.0 is defined as a concept that shaped a series of new developments that are interpreted as a large scale shift towards a participatory and collaborative web medium where it is possible for users to take part and generate contents (Beer, 2009:986). Nowadays as digital coding removes tools and mediums from each other, it is inevitable for the videos to remain unaffected from these changes. The act of “watching whatever whenever” that started with video cassette players and continued with VCD and DVD players, turned into “watching whatever whenever and wherever” parallel to the widespread use of digital coding and mediums. In addition to this, a new world of video emerged where the videos generated by prosumers were reciprocated by the viewers, citizen journalism turned into video citizen journalism, the masses are called on to find visual evidence about an incident and where “Vloggers” share their experiences.

This actually describes the “online video revolution”. This imagery that started with photography continues today with shared videos that are effective in the entire network. Furthermore, the development of new mobile media tools entailed the incremental increase of the number of visual materials within different media settings as a result of their variability and mobility (Andén-Papadopoulos, 2014:755). The capability of our mobile telephone to upload the videos that we took to the internet as concurrent sharing tools that are connected to the network also aided the formation of a new flora in the “news” stream in its known form.

Throughout the 20<sup>th</sup> century, the news industry across the globe used the advantages of the scarcity, distinction and control structures commercializing the work flows and news generation models in a very stable and accomplished manner (Lewis,2012:311). News organizations dominated the dissemination of the news to wider masses, the access to expert source materials and media generation tools. However, digitalization challenged each and every one of these aspects for the world of ones and zeros and the generation of knowledge or changing its intended purpose is no longer difficult and scarce.

The main technology underlying this challenge is firstly grounded in the opportunities provided by WEB 2.0 to the users. The affix 2.0 that were popularized by O'reilly (2005) for the WEB is used to label the updated versions of software packages. According to O'reilly, a series of new developments such as the participant architecture, the user as a participant, transforming collective intelligence to an operative status, richness in user experiences are the concepts that constitute the answer to why WEB has to be named as 2.0. As people apparently recover internet and use it with their collective intelligence, it is not surprising for WEB 2.0 defined

as the shift towards the content generated by the user and the movement from desktop storage to “web-top” access to be associated with popular descriptive concepts such as freedom and authorization (Beer, 2009).

Either way, opposing or affirming views in a negotiation and participation are designed as the most significant points agreed upon about WEB 2.0 and the mile stone of the changes related to the internet. In order to define this transformation, researchers established new terms from the combination of existing terms. For example, Burn formulated the term podusage from the combination of the terms production usage, while Denison generated the term prosumers from the combination of the terms producers and consumers and finally Ruckenstein combined the terms production and consumption to create the term prosumption (op.cit. Hamilton, 2014:492). In conclusion, each effort to define contains an unconventional form of consumption and production. The common point in these descriptions is the active participation of the users (or consumers) that are expected to consume the product to the production process.

Within the context of participation by several people, video production and dissemination increased incrementally with the help of 21<sup>st</sup> century technologies. Today video production that turned into almost a hobby of an ordinary individual has become more widespread with the wide band network technologies and resulted in removing them from the monopoly of conventional television networks in terms of dissemination. Multiple media bloggers (blog authors), amateurs and even citizen journalists are participating in the visual public space in an unprecedented way. (Bock, 2011:639).

Actually reader entries in news organizations have always existed in different forms throughout history ranging from letters to the editor to telephone connections with listeners. However, with the development of the internet, a new dimension was added to the interaction between the citizen and the media. People are no longer dependent on the presentations offered by journalists, but they are able to have their voice heard through online forums, internet journals or the websites of newspapers. In such a setting, the news medium was obliged to accept this new and inspiring workforce. Being inspired by the open source models in other fields, different institutions started to assign citizens for gathering news and information through open calls that are sent to the masses for the collection and analysis of data (Muthukumaraswamy, 2010:48). Apart from this, the dynamics of WEB 2.0 yield internet users developing and using their own alternatives as opposed to the mainstream media. Particularly after the development of social networks, innovative approaches for the generation of news started to develop within online settings (Sánchez and Palomo, 2014:102).

For this reason, when we consider the video news, we can no longer talk about just television. Within the multiple media setting where the limits of quantitative technology are blurred, television, Facebook, Twitter, YouTube are some of the fields where we come across the use of videos. Contents seized a process that is renewed between these and similar settings. Now, news organizations that are based on dissemination from above and dissemination from the grassroots that is formed and affected by the readers or users are in question. Put differently, the consumers that produce become voluntary participants in the new structuring of journalism as professional consumers and they are the common creators of the process (Aitamurto, 2011:431). Mobilization on the other hand provided a capacity for the establishment of this setting to the citizens and unauthorized ones (Andén-Papadopoulos, 2014:759).

As the baselines of the change in the media structure have become more consistent, the media organizations consider the online videos as central to their efforts for drawing the interest of the masses. Now, companies seek the ability to acquire new skills and to adopt to various trends as a condition for hiring journalists. Together with this, the news centers in all media formats are facing the managerial challenges related to encouraging the use of technologies and video (Peer and Ksiazek, 2011:47). In conclusion, within our rapidly developing recording culture, certain significant images of critical news contents are generated by

average citizens and other unconventional actors. The images related to September 11 attacks that were generated by witnesses, the London bombings in 2005, the anti-government protests in Myanmar in 2007, the images from the Arab Spring during 2011-2012 and the videos that were uploaded online during the Gezi Park protests in 2013 all constitute as examples to these types of contents.

Global digital networks and mobile phones with cameras that serve as a wearable extension in close and unique relations with these, provided the individuals with an outstanding and unprecedented networking power. Therefore, ordinary people ranging from the local population to the vacationers, from soldiers to democratic protestors, from rebels to terrorists, are now able to establish their own personal records as the witnesses of public events in order to bypass the established editorial and restrictive filters and to overcome the official perspectives that have been carefully prepared and support the mainstream news media (Andén-Papadopoulos, 2014:754). In essence, these efforts provide an opportunity for everyone to make a multiple media contribution to the public space and to participate in a more democratic online discussion. Unlike typical news websites, video websites do not use a balanced language or do not claim journalistic objectivity. Their purpose is to voice those perspectives that are new and noticeable (Bock, 2011:640).

Internet, which is effectively used by collective collaborators in a number of different fields ranging from commercial concerns to civil society activities, signifies a powerful communication network both for the readers and news producers with the visual diversity it provides in social events, natural disasters and other developments that are newsworthy, especially considering the contribution of individual productions to the news streams in the dominance of the visual economy.

The transformation initiated by participation with different dimensions in both content and consumption is evaluated through diversity, democratization and similar approaches. However, even though the uncontrolled structure resulting from its technology symbolizes freedom for people, again the manipulation created by the technology forms an aspect of WEB 2.0 that is criticized. As per its design, the criticisms that consider the algorithms as a tendency to manipulate people in finding what they are looking for and therefore as the automation of decision making processes by stripping the human-related concepts, highlight that the more people show participation, the more they are likely to go under the dominance of technology.

However, still the participatory structure of the internet that is backed by mobile technologies points to the limits that the aforementioned transformation reached. As the tools become cheaper and the software become simpler, coupled with participation, the contents that were previously under the control of a certain group as in the case of videos, are now being transformed to the extent that new rules are being identified for their production and dissemination. Along with this, new rules also signify the rewriting of the game. Journalism in that sense transforms into a double-sided flora within this renewal process: On one side, economic opportunities, professional structuring, political relations and traditional news centers, whose authority will not diminish even though they are questioned and on the other side the news stream formed by individuals and advocacy organizations in order to reveal the truths about the local and global society particularly related to social events. Video then becomes the symbol of the struggle within this flora.

**Keywords:** *Web 2.0, Participation, Online Video, Television, News*

## **Giriş**

Bu gün hareketli görüntünün eriştiği noktaya baktığımızda sadece televizyondan bahsedemiyoruz. İnternet, televizyon ve ekranı oldukça kaliteli hale gelen sayısal oynatıcılarımız (mobil telefonlarımız, tablet bilgisayarlarımız vs.) arasında dolaşan video, bir görsel metin olarak içinde yer aldığı aracın diline uyum gösterse

de sayısal iletişim teknolojilerinin yakınsama ile bulanıklaştırdığı sınırlar bu metnin üretimden tüketimine esaslı değişimleri beraberinde getirmiştir.

Bir zamanlar çekim ve kurgulama sürecinde pahalı ve karmaşık donanıma ihtiyaç duyulan video üretimi, sayısal teknolojilerin desteğinde tüketicinin de gündemine girmiştir. Ceplerimizde taşıdığımız mobil telefonlarımıza entegre bol pikseli küçük mercekler her birimizi potansiyel video üreticisi haline getirmekte, çektiğimiz ya da hali hazırda çekilmiş görüntüleri oldukça basit ara yüzlere sahip kurgu yazılımları ile kurgulamaktayız. Bununla birlikte hayatımızın bir rutini haline gelen ağ yapılarından bu üretimlerimizi paylaşmak adına attığımız adımlar bizleri aynı zamanda dağıtımçı konumuna taşımaktadır. Artık videonun üretim ve tüketiminde tek yönlü akışın değiştiği bir gerçektir.

Aslında bu gerçeğin köklerinde WEB 2.0 ile hayatlarımıza dahil olan "katılım" olgusu yatmaktadır. Genel hatlarıyla WEB 2.0 kullanıcıların içinde yer alabilmesi ve içerik oluşturmasının mümkün olduğu bir katılımcı ve işbirlikçi web ortamına doğru büyük ölçekli bir kayma olarak yorumlanan bir dizi yeni gelişmeler sözlüğünü şekillendiren bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Beer, 2009:986). Tüketim odaklı yapının tek taraflı akışını tersine çeviren bu yeni gelişmeler dizisi tüketicinin içerik akışında bir üreticiye dönüşmesi sağlamıştır.

Ancak bu gelişmeler sadece tüketicinin amatör bir üreticiye dönüşmesi bağlamında önemli değildir, aynı zamanda -son yıllarda örneklerine küresel ölçekte toplumsal olaylarda rastladığımız gibi-sosyo-politik bir anlam da taşımaktadır. Olayların tanığı olarak insanlar deneyimlerini aktarmak adına çektikleri görüntüleri haber ajansları, televizyon kuruluşları ya da direkt paylaşım ağları üzerinden izleyiciler ile paylaşmaktadır. Bu tür tanıklık videoları, bir doğal afetin vurduğu şehirde yetkililere ipuçları sağlarken, bir baskı rejimine karşı küresel desteği arkasına alan halk ayaklanmalarına da meşru zemin oluşturabilmektedir.

Sayısal kodlamanın, araçları ve ortamları birbirinin içinden çıkardığı bir ortamda medya yapılarının da bu değişimlerden etkilenmesi kaçınılmazdır. Video kaset oynatıcılar ile başlayan VCD ve DVD ile devam eden "istenileni istenilen zamanda izleyebilmek" sayısal kodlama ve ortamlarının yaygınlaşmasına paralel şekilde "istenileni istenilen zamanda istenilen yerde izleyebilmek" e dönüşürken insanların video tüketimi çerçevesinde değişen algısı TV kuruluşlarının da yeni medya olarak adlandırılan mecralara kayıtsız kalamayacağını göstermiştir. Bu gün kaçırdığımız bir televizyon dizisini, eğlence şovunu ya da yarışma programını istediğimiz zaman istediğimiz yerde izleyebiliyoruz. Alternatif dağıtım platformlarının yanında televizyon kuruluşları da içeriklerini internet üzerinden izleyicileri ile paylaşmakta aynı zamanda TV program akışı içinde yer alması lineer yapısı nedeniyle mümkün olmayan alternatif içerikler ile de izleyiciyi etkilemeye çalışmaktadır.

Bugünün medya dünyası üre-tüketicilerin ürettiği videoların izleyicide karşılık bulduğu, vatandaş gazeteciliğinin video vatandaş gazeteciliğine dönüştüğü, kitlelerin bir olay hakkında görsel kanıtlar bulmak adına göreve çağrıldığı, "Vlogger"ların deneyimlerini paylaştıkları, video içerik sitelerine yükledikleri bir video klip ile insanların büyük ünlere kavuştuğu ve bunun gibi türlü gelişmelerin yaşandığı bir değişim dünyasıdır.

Bu noktaya kadar sadece bir kaç örnek ile değindiğimiz bu güçlü değişim, aslında bir bakıma "çevrim içi video devrimi"ni tanımlamaktadır. Fotoğraflar ile başlayan görsellik bugün ağların tamamında efektif video paylaşımları ile devam etmektedir. Yeni mobil medya araçlarının geliştirilmesi, görsellerin sayısının farklı medya ortamları üzerinde değişkenliği ve hareketliliği ile birlikte katlanarak artması anlamına gelmektedir (Andén-Papadopoulos, 2014:755).Mobil telefonlarımızın eş zamanlı ağa bağlı bir paylaşım aracı olarak çektiğimiz videoları internete yollayabilme kabiliyeti özellikle de bilinen şekliyle "haber" akışında yeni bir floranın oluşmasının kapısını aralamıştır.

20. yüzyılın büyük bir çoğunluğunda dünya genelinde haber endüstrisi, kıtlık, seçkinlik ve kontrol yapılarının avantajlarını kullanarak iş akışlar ve haber üretim modelleri için oldukça stabil ve başarılı bir şekilde ticarileşmiştir (Lewis, 2012:311). Haber kuruluşları geniş kitlelere dağıtım, uzmanlaşmış kaynak materyale erişim ve medya üretim araçları üzerinde bir hakimiyet kurmuştur. Ancak sayısallaşma, birler ve sıfırların dünyası için bu unsurların her birine meydan okumuştur ve bilginin artık üretimi ya da başka bir amaca uygun hale getirilmesi zor ve kıt değildir. Bu gelişme gazetecilerin aracılanmış kamu söylemi içindeki içerik kontrolü ve kültürel otorite için çift yönlü kontrol iddialarına medyan okuma olarak algılanmaktadır.

Çalışmamız açısından bu meydan okumanın, katılımın sınırlarının gelişmesine bağlı olarak güçlendiği düşünülmektedir. Aynı zamanda bu meydan okumanın hem geleneksel haber akışlarına destek verdiği hem de alternatif oluşturduğu sıklıkla dile getirilmektedir. Güçlü bir anlatı aracı olan videonun sınırlılıklarından kurtularak haber gerçekliği üzerinde yarattığı etkinin anlaşılabilirliği ise ancak, her biri kendi toplumsal-politik-ekonomik bağlamları içinde oldukça geniş bir literatür ve tartışmayı içeren kavramların temel kodlarını çözümlenebilmek ve ilişkiselliğini kurabilmek ile mümkündür.

Bu bağlamda çalışmamız geniş bir alana yayılmış araştırma ve tartışmaların izinden hareket ederek katılımın sınırlarında videonun dönüşümü ve haber üzerine etkilerini tartışmaktadır. Katılım kavramının dinamikleri nedir, belirli bir zümrenin kontrolünde uzun yıllar varlığına devam ettiği düşünülen video bir katılım aracı olarak nasıl ortaya çıkmıştır ve videonun haber akışlarına etkisi nasıl olmuştur sorularına cevap aranan çalışmamızda çevrim içi video haberciliğinin çağdaş haber florasına etkileri incelenmiştir.

### **1.WEB 3.0'a Doğru Katılımın Sınırlarında WWW**

Tarihsel olarak internet teknolojisine bakıldığında birbirine karşıt yaklaşımların bir ürünü olduğu sonucuna ulaşılabilir. Ancak daha önemlisi, gelişme sürecinde bugünün kullanılan ara yüzlerinin temellerini oluşturan çalışmalar, katılımın ve gönüllü işbirliklerinin bir çıktısıdır. Sonunda söylenecek olanı baştan söylemek gerekirse İnternet teknolojisine görünen yüzü ya da daha doğru bir ifadeyle tarayıcı teknolojisi WWW, (world wide web) doğuşu itibarıyla DNA'sında katılımın kodlarını taşımaktadır.

İnternetin nasıl geliştiğini "Ağ Toplumu" kitabında aktaran Castells'in (2008) de işaret ettiği gibi nükleer saldırılardan etkilenmeyecek bir iletişim sistemi tasarımı dijital dilin evrenselliği ve iletişim sisteminin ağ oluşturmaya yönelik saf mantığı ile birleşince, küresel veri ağlarının da önü açılmıştır. Her ne kadar ABD'de Savunma Bakanlığı ve bir kaç saygın üniversitenin uhdesinde başlasa da, sayısal iletişim ağlarının kontrol kabul etmeyen dinamiği bir noktadan sonra bu yapının hem teknoloji hem de kültürel anlamda serbestçe gelişebilmesinin önünü açmıştır. Bilim ve askeriye işbirliğinin dışında bilginin serbest dolaşımı, insanların bilgisayarların gücünü kendileri için kullanmasına dönük özgürlükçü çağrılar günümüzün internet protokollerinin temelini oluşturmuştur. Mesela veri ağlarına görsel-işitsel dili kazandıran ve bugün kullandığımız WWW, Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezi (CERN)'ndeki bir grup gönüllü araştırmacı tarafından yaratılmış ve ücretsiz olarak dünyaya dağıtılmıştır. Yine ilk görsel tarayıcı olan MOSAİC iki yarı zamanlı araştırmacı tarafından yazılmış ve ücretsiz olarak dağıtılmıştır. Temeli MOSAİC'e dayanan NETSCAPE ise bildiğimiz ve uzun bir zaman kullandığımız ilk güvenilir internet tarayıcısıdır. 1994'te NETSCAPE'in geliştirilmesi ile birlikte geçen çok kısa bir sürede, kişisel bilgisayar üreticilerinin de desteği ile, İnternet dünya çapında bir ağ haline gelmiştir (Castells, 2008:58-66).

Elbette gittikçe ucuzlayan teknoloji, alt yapıların gelişmesi ile birlikte ev kullanıcılarının bu ağlara ulaşmasının önünü açmaktadır. Diğer taraftan tanımı bilgi işleme olarak yapılan bilgisayarların bir iletişim aracı olması bu ağ yapıları ve teknolojileri ile mümkün olmuştur. İnternetin insanlığın geneline yayılmasında özgür girişimlerin paylaşım ve ortak irade üzerine kurgusu, WWW yazılımının kısa sürede belirli bir içerik oluşturucu profilinden çok sayıda içerik oluşturucu profilini destekler hale gelmesinin de önünü açmıştır. Bugün WEB 2.0

olarak adlandırdığımız tarayıcı yazılım alt yapısı, kullanıcılarının basit ve temel bilgiler aracılığıyla katılımını destekliyor görünmektedir. Bu nedenle WEB 2.0 sıklıkla katılımcı web olarak tanımlanır. Aynı zamanda bu terim tarayıcı teknolojisinin dinamik bir değişim yapısına sahip olduğuna da işaret eder.

O'reilly (2005) tarafından popüler hale getirilen 2.0 eki, yazılım paketlerinin güncellenmiş sürümlerini etiketlemek için kullanılır. O'reilly, WEB 1.0'ın başarı hikayelerinin ve yeni uygulamaların ortak ilkelerini göstermeye çalışmakla birlikte özellikle bir platform olarak WEB'in katılımcı yapısına dikkat çeker. O'na göre katılım mimarisi, katılımcı olarak kullanıcı, kolektif zekayı çalışabilecek duruma getirme, kullanıcı deneyimlerindeki zenginlik gibi bir dizi yeni gelişme WEB'in neden 2.0 olarak adlandırılması gerektiğinin cevaplarını oluşturan kavramlardır.

Sonuçta, WEB 1.0 üzerinde inşa edilen ve 1.0'ı geliştiren 2.0, internetin gelişmeye yönelik ya da iyileştirilmiş sürümünü ifade eder ve muhtemelen Web 3.0 (ya da 2.1) tarafından takip edilecektir. Nitekim. Web 3.0 ya da yaygın kullanımıyla semantik web, hali hazırda bazı söylemlerin yerleşik bir parçasıdır. İnsanların görünüşte interneti geri kazandıkları ve kolektif zekaları ile kullandıkları için, kullanıcı tarafından üretilen içeriğe doğru kayması ve masa üstü depolamadan "web-top" erişime doğru hareket etmesi olarak tanımlanan WEB 2.0'in özgürlük ve yetkilendirme gibi popüler tasvirler ile ilişkili hale gelmesi belki de şaşırtıcı değildir (Beer, 2009). Bunu, "insanlar internet üzerinde yönetimi nasıl devir aldı" gibi ve WEB 2.0 uygulamaları ile yakın ilişkide olan sosyal yazılım, sosyal yarar (www.facebook.com) , işbirlikçi ya da kolektif zeka , katılımcı kültürler, kendin yayınla(www.youtube.com) şeklindeki cümleler ile somutlaşan demokratikleşmenin bir retoriği olarak düşünebileceğimizi ileri süren Beer (2009:986), internetin vizyonu içindeki bu dolaylı kökleşmenin aslında kasıtlı ve güdümlü geliştirmenin, devamlı ve tasarlanmış yeniliğin teolojik sürecinin bir amacı olduğunu da vurgular.

Öyle ya da böyle, karşıt ya da olumlu görüşlerin münazara ortamında, katılım WEB 2.0 üzerine uzlaşılan en önemli nokta olarak ve internetin değişiminin kilometre taşı olarak tasarlanılır. Bu değişimi tanımlamak adına araştırmacılar mevcut terimlerin birleşimlerinden yeni terimler oluşturmuştur. Örneğin Burn, üretim (production) ve kullanım (usage) terimlerinden üretici-kullanım (podusage) terimini ortaya koymuştur, Denison üreticiler (producers) ve tüketiciler (consumers) terimleri ile üretici-tüketiciler (prosumers) terimini oluşturmuştur, Ruckenstein üretim (production) ve tüketim (consumption) terimlerini birleştirerek üretici-tüketim (prosumption) terimini üretmiştir (akt. Hamilton, 2014:492). Sonuçta her bir tanımlama gayretinin içinde üretim ve tüketimin geleneksel olmayan bir hali söz konusudur. Tanımlamalarda ortak nokta, üretileni tüketmesi beklenen kullanıcıların (ya da tüketicilerin) üretim sürecine aktif olarak katılmasıdır.

Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik, herkes için bir faaliyet ve insan işbirliği için bir alan olarak web kullanımı fikrinin nihai çıktısıdır. Bununla birlikte kullanıcı tarafından üretilen içerik, ticari rutinlerin dışında kullanıcılar tarafından üretilen ve dağıtılan çok çeşitli medya içeriğini tanımlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında Wikipedia projesi, kolektif bilginin sosyal medya ya da kalabalıkların bilgeliğinin mükemmel bir örneği olarak kabul edilir. 2001 yılından itibaren herkesin katkıda bulunmaya davet edildiği ve makalelerin düzenlemeye sürekli açık tutulduğu çevrim içi bir ansiklopedinin geliştirilmesi için bir grup editör ve gönüllü faaliyete başlamıştır. Wikipedist olarak adlandırılan çok sayıda katılımcı tahmin edilemez bir genişlikte ve kapsamda çevrim içi bir ansiklopedi üretir. Wikipedia, "bir çok zihin", aynı nosyonu içeren "kalabalıkların bilgeliği", "ortak dağıtım", "kitleleşmiş işbirliği", "kullanıcı üretimi", "kitle kaynak kullanımı", "açık kaynak istihbaratı" ve "ortak çalışmaya dayalı bilgi" gibi terimler ile tanımlanır (Niederer ve van Dijck, 2010:1369-1370).

Castells bilgi ağlarının toplum yapısını yeniden tanımladığını ve biçimlendirdiğini söylemektedir. Castells'in sosyal yapıdan kastı üretim ve tüketim deneyimleri içinde sosyal ve kurumsal ilişkiler ile deneyimlerin çerçevesini sağlayan güçtür. Aynı zamanda Castells'e göre önemli bir çoğunluk sistemden uzak ve fikirler,

hizmetler ile ürünlerin küresel marketinin dışında kalsa da tüm insan ilişkileri artık küresel ölçekte ve teknoloji ile bilgi akışınının kolaylaşması mümkün kılınmıştır (2008).

Castells'in yaklaşımı ile bakıldığında katılım, üretim ve tüketim deneyimlerinin yeniden tasarımında anahtar bir terim görevini görmektedir. Fish'in (2013:374), tanımladığı şekliyle katılım, aksi takdirde kapalı olan sosyo-teknik bir sistemi kullanmak için erişim ya da yetkinliğe sahip amatörleri işaret eder. O'na göre katılım, aksi şeklinde eşik bekçileri ya da profesyoneller tarafından domine edilen bir alanda amatörlerin bireysel, kolektif ya da bir organizasyon ile birlikte hareket etmesidir. Amatör katılımın bu tipi aslında uzun bir tarihe sahiptir. Örneğin korsanlık kültürel üretimin dışında profesyonel bir zanaat türüdür. Gayri resmi basımlar, fikri mülkiyet ihlalleri, yazılım, DVD çoğaltma gibi tüm bu formlar mesleki alanlardaki korsan ve amatör katılımları temsil eder. Çoğu iletişim teknolojisi amatör deneylerden doğar. Amatör katılım radyo, kablolu televizyon, video üretimi ve kişisel bilgisayarlarda başlamış olmasına karşın daha sonrasında bu iletişim araçlar profesyonelleştikçe yenilikleri keşfeden amatörler dışlanmıştır.

Bununla birlikte Fish (2013:375), katılımın farklı şekillerde olduğuna işaret eder. Bunlardan ilk ikisi resmi sosyal kurumlar ve örgütlü kamusal yollar üzerinden katılımıdır. Diğerleri ise dolaylı ve açık katılımıdır. Firmaları ve kar amacı gütmeyen kuruluşlara işaret eden resmi sosyal kurumlar, katılımıdan yararlanmayı veya katılımcıları bir araya getirmeyi hedefler. Kuruluşlar tarafından geliştirilen ya da kurulan örgütlü kamusal yollar da aynı yaklaşımdadır. Resmi sosyal kurum modeli, vizyoner CEO'lar ve karizmatik sivil toplum kuruluşları direktörlerinden aldığı güç ile toplumsal medya üretimini kışkırtmayı hedefler. Örgütlü kamusal yapıda ise tabandan gelen ve resmi kamusal kurumlara doğru evrilen bir gelişim söz konusudur. Sonuçta yapı yukarıdan aşağıya kurumsal medya ve aşağıdan yukarıya katılımcı kültür arasındaki karmaşık ilişkiye dayanır. Açık ve dolaylı katılımı ise öznenin hareket kabiliyeti ön plana çıkar. Fish'in yaklaşımına göre açık katılımıda özne, dijital doküman, internet günlüğü, müzikal remiks gibi orijinal bir içerik ile katılımıda var olur. Açık katılım içinde kaynak eylemin tutku ile motive edilmesi, toplumsal katılım ya da profesyonel veya kişisel gelişim bağlamında boy gösterir. Dolaylı katılım ise sübjektif olarak uyuşuk ya da algoritmik olarak otomatik oluşturulmuş katılım biçimleri şeklinde icra edilir. Örneğin Facebook'da beğenme, YouTube üzerinde çalma listesi hazırlama vs. Son olarak Fish katılım türleri bağlamında modifikasyonun da altını çizer (2013:375). Örneğin, Xbox ya da daha geleneksel bir yazılıma sahip fiziksel aracın "hack"lenerek kamu kullanımına kısıt olmadan açılması bir modifikasyon örneğidir.

İnternetin bir paylaşım ağı olarak tasarımının belki de en büyük yansıması kolektif üretimin temel koşullarını farklı bir boyuta taşımasıdır. Kalabalıkların bilgeliği ya da kalabalıkların gücü olarak da yüceltilen bu uygulama ticari faaliyetlerden sivil toplum hareketlerine birçok amacı karşılayan bir içeriğe sahiptir. İnsanların nerede ve ne işle uğraştıklarından bağımsız bir şekilde bir amaç için sanal olarak bir araya gelmesi ve bu amacı gerçekleştirmesi internet üzerinden katılımın en dikkat çekici yönünü oluşturmaktadır.

Daha hızlı, daha ucuz ve daha kolay olarak tanımlanan kitleyi kaynak olarak kullanmak (crowdsourcing), çok sayıdaki sofistike teknolojinin yardımı ve modern yaşamın kablolu doğası ile kitlelerin kolay bir şekilde kendi kolektif serbest zamanları, enerji ve beyin güçlerini Wikipedia gibi projelere kanalize edebilmelerini tanımlamaktadır. Bu tür projelerde insanların beyin gücü Wikipedia da yazılar düzenlemek ya da açık kaynak koldu bir yazılım projesine kod göndermek gibi görevleri gerçekleştirmek için kullanılır. Bu tür görevler bilgi yetenek ya da para şeklinde kaynak katkısı için herkese açık bir çağrı şeklinde kitle kaynak kullanımınıdır (Howe, 2008). Bu yapı, piyasa tahminleri, problem çözümlerinin dağıtımı, açık yenilik, kitlesel işbirliği, ucuz ve etkili insan hesaplamaları gibi etkinlikleri içerir. Bu içeriği ile Amazon Mechanical Turk dikkat çekidir. Bu faaliyetlerin geneline bakıldığında şunlar yaygın olarak görülür: İnternet üzerinden bağımsız(gönüllü ya da para ödenmiş) grup ya da bireyleri bir sorun için görevlendirme ya da bazı işlerin dağıtımı, böylesi bir şey için başvurular arasından seçim ya da toplama adına bazı mekanizmalar, talebe bağlı ödül teklifi ya da ödeme (Davis, 2011:92).



Kitle kaynak kullanım projelerinin karakteristik özelliği ortak bir amaç için bireylerden oluşan grupların gönüllü işbirliğidir. Bununla birlikte görevlerin yerine getirilmesinde motivasyon sadece parasal ödüller ya da sadece yönetsel komutlar değildir. Örneğin açık kaynak kodlu yazılım projeleri pazarlara ya da üretimi düzenlemek için yönetsel bir hiyerarşiye ihtiyaç duymaz (Aitamurto, 2011:432). Bu tür bir yaklaşımla kitle kaynak üretimi olarak bilinen en başarılı yazılım Linux işletim sistemidir.

Kitle kaynak kullanımı bir çok şirket tarafından iş amaçlı olarak giderek artan bir şekilde kullanılmaktadır. Bununla birlikte kitle kaynak kullanımı, tam makaleler yazmaktan, gerçekleri ortaya çıkarmak için fotoğraf göndermeye kadar farklı formlarda görevler şeklinde habercilik açısından giderek yaygın hale gelmeye başlamıştır. Muckraker tarafından 2007 yılında gerçekleştirilen politik web yayın deneyi olan Talking Points Memos bu uygulama denemelerinde en iyi bilinenlerden biridir. Talking Points Memos federal savcılarının kovulması ile ilgili 3000 e-postanın incelenmesi için okuyucularına çağrı yapmıştır. Okuyucular haber için kullanışlı ipuçları yakalamıştır. Benzer şekilde The Guardian gazetesi 2009 yılında yüz binlerce belgeyi incelemek için kitle kaynak kullanım yolunu seçmiştir. 20 binden fazla gönüllü politik bir skandal ile ilgili dokümanların ayrıştırılması için gazeteye yardımcı olmuştur. 2009 Baharında Huffington Post gazetesi uzlaşma yasası ile teşvik yasası arasındaki farkları karşılaştırması için okuyucularını görevlendirmiştir. Habercilikte kitle kaynak kullanımı listesi aslında neredeyse sonsuzdur. Bununla birlikte bu hikayelerin her biri habercilik sürecinin sadece bir parçasının kitle kaynaklı olduğu gazetecilikte, kitle kaynaklı girişimlerin tipik örneklerini oluşturmaktadır. Geleneksel yapılanması içinde ise gazetelerin kendi muhabirleri hala aktif olarak haber hikayelerini oluşturur ancak okuyuculardan belirli dar tanımlı görevler için yardım talep edilir (Aitamurto, 2011:432).

Kitle kaynaklı hizmetler (Crowdservicing), ağ hizmeti, semantik ağ ve okuma -yazma-yürütme ağı gibi değişik şekillerde tanımlanırken WEB 3.0 ile daha uyumludur. WEB 3.0 açıkça hem WEB 1.0'ı (Web büyük ölçüde tek taraflı olarak bilgi ve içerik sağlanması için bir araç olarak görülür) hem de WEB 2.0'ı (belirgin şekilde kullanıcı katılımlı, okuma yazma ya da katılımcı) kapsamaktadır. WEB 3.0'ın tipik tanımlaması, semantik teknoloji ve hizmet temelli mimarinin(SOA) bir çok tarafın sorunsuz ve şeffaf bir şekilde bir çok hizmeti ortaya çıkarmasına ve tüketmesine izin veren bir alt yapıyı yaratması için kombine edilmesinin planlanmasıdır. Paydaşlar bireysel kullanıcılardan küçük ve büyük işletmelere varan bir aralıkta olabilir (Davis, 2011:93). Şu halinde bile envai çeşit problem için kitle kaynak kullanımı kurum içi uzmanlar ya da seçilmiş danışmanların kullanımına daha güçlü bir alternatif olarak görülür. İnternetin yayılımı ile birlikte coğrafi konumlar ve alanlar giderek daha az önemli hale gelmeye başlamıştır ve özellikle işbirliği ve katılımı engellemek adına yetilerini kaybetmektedir. Kolektif zeka, katılımcı insanlar her nerede olurlarsa olsunlar dünyanın tamamı üzerinden toplanabilir. Habercilik faaliyetleri de dahil bir çok amaç için kolektif zeka faaliyetlerinin gerçekleşmesinde ortaya çıkan bilişimsel maliyetler teknolojinin daha da gelişmesi ile birlikte düşmüştür (Benkler, 2002; Lévy, 1997'den akt. Aitamurto, 2011:431).

Sonuçta, WEB 2.0 dünyasında katılımın farklı formlarından, amaçlarından, çıktılarından bahsetmek mümkündür. Ortak aklın kullanımı, kalabalıkların bilgeliği WEB 2.0'ın katılımcılık özelliğinin doruk noktalarına işaret ederken bireysel deneyimlerin aktarıldığı metinler, videolar ya da ses klipleri interneti bir kullanıcı için daha da çekici hale getirmektedir.

Aslında, 2005 yılı civarında kullanıcı dostu ve kullanıcı tarafından yazılabilir İnternetin ortaya çıkması ile birlikte katılım, ünlü ve eleştirilen birşey haline gelmiştir. Bilgi teknolojileri artık hayatımızda arabulucu olmaktan daha ziyade artık içeren ya da teşkil edendir. Sosyal ve kentsel dokuyu şekillendiren setler değişmiştir. Bu artık sadece sosyal birliklerin karmaşıklığı ve etkileşimden kaynaklanan özelliklerin gelişmesi hakkındadır. Bu birliktelikler ve etkileşimler artık sadece yazılımlar ve kodların aracılığı değildir aynı zamanda bunlar tarafından oluşturulmaktadır (Roger Burrows, 2009 akt. Beer, 2009:987).

WEB 2.0'ın katılımcılık yönü ile ilgili olarak ilk endişe WEB 2.0 uygulamalarını kurmak ve geliştirmek ile ilgili organizasyon sürecine ilişkindir. Bu, sitelerin ekonomik yapısını anlamayı gerektirir. Parayı nasıl ve kimler için oluştururlar, kim bu siteleri inşa eder, ilk aşamalar ve geliştirme sonrasında ilgileri nedir, onlar ya da üçüncü parti yapılar içerik oluşumunda kullanıcı katılım ile oluşturulan bilgiyi nasıl toplarlar (Beer, 2009:998) soruları aslında WEB 2.0 ile ilgili yaygın söylemin de sorunlarını oluşturur. Galloway'a göre internet ve onun bir çok açık kaynak kodlu aplikasyonu, basit anlamda açık ya da kapalı değildir; modüle edilmiştir. Ağ bağlantı teknolojisi ve yönetim sitili, insanların onu programlama biçimi ve teknolojinin kendisinden gelen otoritesinden kazandığı protokol tarafından yönetilir. Wikipedia açık bir sistem gibi inşa edilmiş ve çok sayıda katılımcı tarafından yürütülen sıcak samimi bir teknolojik uzam olarak görünür. Ancak Galloway'in "teknik standardizasyon" terimi ile ifade ettiği üzere sadece anlaşma, organize uygulama, geniş benimseme ve güdümlü katılım ile sıcak ve samimi olur (2004:142'den akt. Niederer ve van Dijck, 2010:1372).

Aslında bu iddia bizi tekrar internet teknolojisinin kendi kontrol edilemez DNA'sına götürür. Sonuçta teknolojinin temel dinamikleri çerçevesinde internetin bir anlamda her şeyden bağımsız kendi içinden gelen bir kontrol yapısı söz konusudur. Bu yapı gücünü yazılım dilinden almaktadır. Dolayısıyla WEB 2.0 yapısına dair en sert eleştiri aslında insan faktörünün bu yapıdan dışlandığı şeklinde karşımıza çıkar. Bununla birlikte WEB 3.0 geliştirmeleri özellikle de internetin kontrolsüz mimarisinin kontrol altına alınabilmesi ve denetlenebilmesi ile ilişkilendirilmektedir. Bir bakıma paradoksal bir durum söz konusudur. İnternet kendi teknolojisinin dinamikleri çerçevesinde kontrol altına alınamazken aynı zamanda insanı da kontrol altına almaya çalışmak iddiası ile karşı karşıyadır.

WEB 2.0 platformları üzerinden kitle işbirliği faziletlerine dair muzafferane iddiaları içeren bir çok optimistik Web 2.0 teorisinde sıklıkla insan dışı aktörler ve kodlanmış protokoller gözden kaçmaktadır (Tapscott and Williams, 2006'dan akt. Niederer ve van Dijck, 2010). WEB 2.0 platformlarının özünde yatan sosyo-teknik sistemin sorgulanması ve analizi yerine internet varsayımlarının insan etkileşiminin salt sosyal bir laboratuvarı olarak kurgulanması önemli bir sorudur. İnsan ve makine katkıları, sosyal etkileşimlerin giderek kodlu otomatik süreçler vasıtasıyla kolaylaştırıldığı bir kontrol toplumunun tamamlayıcı parçalarıdır. Üretim ve içerik kontrolü için Wikipedia mekanizmaları tarafından örnekendirildiği gibi güvenilirlik, doğruluk ve gerçeklik gibi insan yargıları, makine kodlu ve düzenlenmiş uyarı sistemlerine dönüşmektedir. Kontrol mekanizmalarına dayanmak yerine kullanıcılar teknoloji ile etkileşimlerinde eleştirel analizi öğrenmek ve aktif olarak teknolojinin gelişimi ile uğraşmak zorundadır (Niederer ve van Dijck, 2010:1384).

Web 2.0 uygulamaları açıkça kullanıcıların hayatının içinde olan yakın plan teknolojilerdir. WEB 2.0 çağını tanımlayan katılım ve işbirliği eylemleri, toplamak ve sınıflandırma ve benzeri algoritmik süreçlerde kullanmak için hassas ve özeli içeren bilgiyi üretmektir. Veri, bizi ve dolayısıyla deneyimlerimizi ve dünya görüşlerimizi bulmak için geldiğinden algoritmaların sıralama ve filtrelemesi tarafından şekillendirilecektir. WEB 2.0'daki özgürlük ile ilişkilendirilen gelişmeler bu gelişmelerden bir çitle ayrı olamaz. WEB 2.0'da içerik üretimi faaliyetlerinin ve katılımın ilişkisel veri tabanlarını nasıl beslediği ve bundan sonra kullanıcıların bilgisi olmadan otomatik yollardan sıralamak, filtrelemek, ayırmak için kullanıldığını dikkate almak önemlidir (Beer, 2009:998).

WEB 3.0 olarak adlandırılan ve semantik internet olarak da tanımlanan yükseltilmiş yapının da bu içgüdüden yoksun olmayacağı düşünülür. Aslında içeriğine bakıldığında kodları da sunmaktadır. Zira ilk kez 2001'de dünyaya tanıtılan anlamsal-semantik WEB ile hem birbirinden kopuk web sayfalarının anlamsal olarak birbirine bağlanacağı ve böylece dünya çapında bir veri tabanı elde edilebileceği hem de bu sitelerin içeriklerinin makine ve insanlar tarafından anlaşılabilir hale geleceği söylenmektedir. Bunu sağlayacak ise geliştirilecek yazılımlar sayesinde arama bilgilerinin tasniflenmesidir. Aranılan bilginin, tasniflenen içerikten bulunması ise kullanıcı için bilgisayarlarca otomatik olarak gerçekleştirilecektir (Özdemir ve Karalar, 2012:100).

Süreçlerin gittikçe otomatikleştirilmesi düşüncesi ilk etapta kullanıcı açısından kolaylık olarak algılanabilir. Sezer'in(2012:113) verdiği örnek ile bunun ne anlam taşıdığı daha rahat anlaşılabilir:

*"...Basit bir örnek vermek gerekirse, kişisel web sayfanızı hazırladığınızı, bu sayfa içinde hem ofis adresinize hem de en sevdiğiniz kafenin adresine uygun biçimde yer verdiğinizi varsayalım. Sayfanızı dinleyen web ajansı, her iki adresin sizin için ne anlama geldiğini bilmeksizin dinleyecek ve her iki adresi de sözcük kümesi olarak ele alacak. Oysa ki; siz sayfa içinde her iki adrese de kendiniz için bir "anlamı" olduğu için yer vermiştiniz. Sizin ofis adresinize erişmek için kişisel sayfanıza bağlanan bir kişi, sayfanızı inceleyerek bu bilgiye ulaşabilecek, yani ofis adresiniz ile sizin aranızdaki ilişkiyi "anlamlandırabilecek" ve yine kafe adresi ile ofis adresiniz arasındaki ayrımı da yapabilecek. Web'deki veriler arası ilişkisizliğe ait farklı bir örnek daha verelim. Web ortamında kişisel takvim kullandığınızı ve 3 Temmuz 2012 için havuza gitme planınız olduğunu düşünelim. O gün çektiğiniz fotoğrafları web ortamına yüklerken takviminize kayıt ettiğiniz etkinlikle ilişkisi kuruluyor mu? Hayır, ancak muhtemeldir ki siz yanına etkinliğinizi not ederken hem kendiniz hem ziyaretçileriniz için anlaşılır olmasını sağlamaya çalışıyorsunuz. Özetle, Web her istediğimizde bizlere yığınla veri sunuyor ve bizim "anlamamızı" bekliyor."*

Öte yandan Web 3.0'ın gelişen vizyonu internet üzerinde insan ve makine kaynaklı çeşitli hizmetlerin dengeli entegrasyonuna dayanmaktadır. Modern ama dağınık bir İskenderiye Kütüphanesi misali internetin sayısız bilgiyi içinde barındırdığı bilinmekle birlikte bu bilgiler arasında kullanıcının kaybolabildiği gerçeği de kabul edilmektedir. Ancak "insan" faktörünün kademe kademe çıkarıldığı bir süreçte profillerden hareket eden algoritmaların karar alma süreçlerimize etki edecek çıkarımlar yapması fikri de eleştirilmektedir. Öte yandan, Beer'e göre bu şüphe içermeyen bir güç ifadesidir. Ancak bu güç birinin bir başkası üzerinde güce sahip olması değildir. Daha ziyade kullanıcının gündelik deneyimlerini şekillendirmek adına karmaşık ve öngörülemeyen şekillerde seçimler ve bağlantılar yapan yazılımların güç ifadesidir. "Çeşitli disiplinler içinde bizlerin bilgi formasyonu üzerindeki algoritma etkilerini görmek istersek çalışmalarımızı şekillendiren kitaplara nasıl ulaştığımıza bakabiliriz. Bu sadece Amazon ile ilgili değildir aynı zamanda Google Scholar gibi siteleri de kapsar" (Beer, 2009:997).

Bu eleştiri ve tartışmalara karşın insanlar, teknolojinin kendilerine sunduğu imkanları kabul etmek eğilimindedir. Bu imkanlar düşünüldüğünde, belki de bir çoğumuz bu gün hiç olmadığımız kadar kendimizi karar alma süreçlerinin içinde hissediyoruz. En basitinden sosyal ağlar içinde oluşturulan profiller ile sanal kamusal alanda var olmanın ve toplumla bütünleşmenin algısal tatminini hissediyoruz. Özellikle de medya tüketimi açısından bakıldığında internetin katılımcı yapısının davetkarlığına kayıtsız kalmıyoruz. Kitle iletişiminin kaynaklı ekseninde kurulan tek taraflı akışına karşı, dolaysız, etkileşimli, asenkron iletişimin tadı bizleri yeni medya olarak adlandırılan internet ortamlarını kullanmaya itiyor. Artık mekan-zaman bağımsızlığı içinde sunulanı değil talep ettiğimizi tüketmeyi seçiyoruz. Bununla birlikte üretim sürecine aktif olarak katılıyor ve kendimizi ifade ediyoruz.

## **2.Video Haberciliğinin Dönüşüm Ve Çevrimiçi Videolar**

Web kültürü sürekli bir değişim içindedir. Bu değişikliklerin merkezindeki tanımlayıcı özellik içerik oluşturmada kullanıcıların artan katılımı olmuştur. Web 2.0, sosyal ağ siteleri, kullanıcı tarafından üretilen içerik ve diğer bütün terimler bu değişimleri açıklamak için kavramsal terminolojiyi saptamak amacıyla hali hazırda tanınan terimlerdir (Beer, 2009:986). Çevrim içi sosyal teknolojiler, sosyal ağlar, video ve iletişim platformları biçiminde "sosyal medya"nın ortaya çıkması ile birlikte geleneksel tek yönlü iletişim çok boyutlu, çift yönlü ve birebir iletişim biçiminde bir dönüşüme uğramıştır. Profesyonelce üretilen marka ilişkili mesajların pasif olarak tüketilmesinin yerine bireysel tüketiciler kendi içeriklerini kolayca üretebilmekte ve dağıtabilmektedir (Ertimur and Gilly, 2012). Kullanıcı tarafında üretilen içerik, tüketici tarafından üretilen içerik, kitle kaynak kullanımı ya

da izleyici emeği gibi çeşitli şekillerde tanımlanan kullanıcı üretiminin yaygınlığı birçok çalışmada da belirtildiği üzere günümüz dijital medya tasarımının önemli bir sembolüdür (Hamilton, 2014:491).

Bugün çevrim içi video izlemek dendiğinde ilk akla gelen YouTube olmaktadır. Ancak çevrim içi video YouTube'dan daha fazladır. Dakika başına 48 saatlik video internete yüklenmektedir ve şarkıcılar, dansçılar, aktörler, sanatçılar ve müzisyenler içeriğe katkıda bulunmaktadır. Haberleşme videoları iletişimi daha doğal daha etkin ve daha ilgi çekici hale getirme amacı ile yeni çevrim içi uygulamalar için düzenli olarak gelişmekte ve genişlemektedir. Bir çok platform etkileşimin yenilikçi biçimleri için sohbet, tanışma ya da pazarlama için video belgeleri gibi belirli iletişim niyetlerini içeren çevrim içi haberleşme videolarını kullanmaktadır (Biel ve Gatica-Perez, 2013:41). Görme duyusunun insanın algılama sürecinde bilinen etkisi sonuçta iletişim alt yapılarının da görsel gücünü sürekli ve sürekli geliştirmesi zorunluluğu doğurmaktadır. Bu telefonda görüntülü görüşmeye kadar ilerlemiş bir zorunluluktur.

Aslında YouTube'un çok öncesinde WEB 1.0 zamanlarında internet üzerinde videolara rastlamak mümkündür. Hatta internet üzerinde videonun doğuşu pornografi sektörü ile ilişkilendirilir. Gibs'e (2009:12) göre, internet işlev gördüğü sürece de yetişkin içeriği medyanın en yaygın biçimlerinden biri olmuştur. Bu durum büyük ölçüde şaşırtıcı değildir. İnternetin anonimliği bu tür bir medya formu için ideal doğal bir dağıtım platformu olarak işlev görür ve insanlar bir yandan bunu kullanırken bir yandan da bundan utanır. Başlangıçta çoğu içerik yazılı metin ya da fotoğraftan oluşmaktadır ancak bu içerik, oldukça hızlı bir şekilde kısa videolar ve sözüm ona canlı akışlar ile yer değiştirmiştir. 1995 gibi erken bir zamanda belki de daha önce yetişkin internet siteleri stream ve indirme için videolar sunmaya başlamıştır.

Çevrim içi yetişkin içeriğini küçümsemek kolaydır ancak yetişkin eğlence endüstrisi için geliştirilen ileri geri sarma, standart klip uzunlukları ve video ağları gibi bir çok dizayn ilerleyen zamanda ana akım medya kuruluşları tarafından da video dağıtımı ve ticarileşmesi için standartlaşma bağlamında benimsenmiştir. Yetişkin içeriğinin yükseldiği zamanlarda, Yahoo ve diğerleri de müzik videoları ile çevrim içi video dünyasına giriş yapmıştır. MTV uzun süredir müzik videolarını yayınlamakta olsa da diğer pazarların dinamikleri ve eksiklikleri İnterneti müzik videoları için mükemmel bir pazar haline getirmiştir. Bununla birlikte müzik videoları çevrim içi videoların süresini de uzatmıştır. Müzik videolarının bu başarısı ise diğer klip uzunluğundaki videolara kapı açmıştır. Geleneksel yayıncılar, kendi var olan TV içeriğinden yararlanarak kısa klipler oluşturmanın mümkün olduğunu görmeye başlamış, eğlence sektörü ise promosyon içeriklerini ya da "webisode" olarak adlandırılan içerikleri mevcut gösterilerinin klipleri ile birlikte sunmuştur. Böylece çevrim içi video'nun da hızlı yükselişi başlamıştır (Gibs, 2009:12).

Ancak YouTube çevrim içi video için tam bir dönüm noktası olarak görülür. Tüketici tarafından oluşturulan medyanın gelişi ile birlikte çevrim içi video içerik üretiminin de demokratikleştirildiği ileri sürülür. Birden bire herkes bir yapımcı olmuştur ve siteler için üretim maliyeti göreceli olarak sıfıra düşmüştür. Hatta kısa süre içinde, tüketici savaş muhabirlerinin değeri bir çok büyük medya ağı tarafından fark edilmiştir. Çevrim içi videoların değeri su yüzüne çıkmış ve minyatür video kameralarının eklendiği cep telefonları sayesinde haber ağları her yerde gazetecilere sahip olmuştur.

YouTube içindeki farklı ve muazzam video koleksiyonu arasında birçoğu amatör ve kullanıcı tarafından üretilen videolardır. Video üretim araçlarındaki son gelişmeler (kameralı telefonlar, web kameraları ve kurgu yazılımları) ile birlikte bu site için video yaratmak ve siteye göndermek oldukça kolaylaşmıştır. Bu gerçekler, çok daha fazla insanın uzaktaki izleyiciler ile çevrim içi iletişimin bir yolu olarak bu teknolojileri kullanmaya çekmektedir. Bu teknoloji dolayısıyla metin tabanlı internet günlüklerinin doğal bir uzantısı olarak video günlükleri ortaya çıkmıştır. Video günlükçüleri (vloggerlar) kendilerini kayıt eder ve sosyal medya siteleri üzerinden kendi video günlüklerini paylaşırlar bununla birlikte metin temelli günlükler ile karşılaştırıldığında

video günlükçülüğü video ortamının kullanımı ile daha zengin bir ortam sağlar. Gündelik hayat ya da dünyadaki gelişmeler üzerine yorumları kapsayan vlogların içerik çeşitliliği ve ifade zenginliği geniş bir kitle için bu günlükleri çekici kılar (Aran, Biel, Gatica-Perez, 2014:201).

YouTube'un yükselişi kendi teknolojisinin desteği ile gerçekleşmiştir. YouTube'un ilk dayanak noktası basit ve çığır açıcudur: Kullanıcılara büyük boyutlarda video dosyası yükleyebilme imkânı vermek ve sonra kullanıcıların bu yükledikleri dosyaların linklerini arkadaşlıklarının direkt olarak kendi internet tarayıcılarında oynatabilmesi için onlara gönderebilme imkanını sağlamak (Gannes, 2009:147).

YouTube'un yükselişinin akabinde bir başka gelişme ise TV sektörü ve bağımsız platformlardan gelmiştir. Ful uzunlukta TV programlarının yayınlandığı bu siteler kullanıcılar açısından TV içeriğinin tam versiyonlarına erişebilirliğin önünü açmıştır. Bu gelişmeler ışığında Gibs, çevrim içi videonun üç türeviden bahseder: Uzun video klipler, kısa video klipler ve kullanıcı tarafından oluşturulan video klipler. Gibs'e göre kullanıcı tarafından üretilen içeriğin çok daha farklı olmadığı bir zaman da olsak da kullanıcı kaynaklı videolar hala çevrim içi video dünyasının en büyük kategorisini oluşturmaktadır. Ancak CNN ve Weather Channel gibi haber siteleri de artan bir şekilde izler kitlelerinin çektiği videoları kullanmaktadır. Bu gelişme geçmişte mümkün olmayacak şekilde hikayeleri daha detaylı bir şekilde aktarma şansı vermiştir. Öte yandan kısa tür videolar profesyonel olarak hazırlanmış ama kısa hazırlanmış videoları tanımlar. Her ne kadar TV akışı için kısa versiyonlar olarak hazırlanmış olsalar da bu videolar aynı zamanda internet için doğrudan geliştirilmiş bir içeriği temsil etmektedir. "Webisode" olarak adlandırılan ve internet üzerinde bir video sunumu olan bu kısa videolar TV içeriğini desteklemek fikri ile oluşturulmaktadır (dizi, program vs. içeriğinden parçalar) (Gibs, 2009:13).



Şekil 1:Çevrim içi Video Türleri (Gibs, 2009:14)

Gibs'e göre internet üzerindeki televizyon çağına girmiş bulunuyoruz ve bunun üç temel nedeni bulunmaktadır: Kolaylık, Esnek programlama, video içerik tüketim sitelerindeki içerik çeşitliliği (2009:12-15).

Katılımın çok sayıda insan tarafından gerçekleştirilmesi bağlamında video üretimi ve dağıtımı 21. yüzyıl teknolojileri ile oldukça artmıştır. Video üretimi için kullanılan teknolojiler artık daha düşük maliyetli ve de daha kullanıcı dostu bir yapıya sahiptir. Geçmişte belirli bir zümrenin ulaşabildiği bir araç olan kamera ve kurgu sistemleri bugün neredeyse bir ev hobisi haline gelmiştir. Bununla birlikte ev üretimi videoların geniş bant internet olanaklarının endüstrileşmiş ülkelerde yaygınlaşmasına istinaden internet üzerinden yayılımı da kolaylaşmıştır. Çoklu medya günlükçüleri (blog yazarları), amatörler ve belki de vatandaş gazeteciler görsel kamusal alanda benzeri görülmemiş bir şekilde katılım içindedir. Ancak kamusal alana erişim yetkili iktidara eşdeğer değildir. Vatandaş video gazetecilerin arkalarında haber kuruluşlarının gücü yoktur ve sosyal olarak kabul görmüş bir yorumlayıcı topluluk bağlamında üyelik yetkisi iddia edemeyebilir (Bock, 2011:639).

Youtube üzerinden hareket edersek, büyük içerik üreticileri ile işbirliği içinde üretilmiş videoların yanında içeriğin büyük bir parçası ev kullanıcıları tarafından oluşturulan videolardır ve bu videoların kimisi asla izler kitle ile buluşmazken kimisi hızlı bir şekilde en çok izlenenler listesine girebilmektedir. Ancak kullanıcı katılımı sadece

kamerayı çalıştırmak bağlamında gerçekleşmez; var olan video kaynaklarının kurgulanması ile ortaya çıkan yeni içerikler (mas-hup) de YouTube içinde yer alabilir. YouTube kullanıcıları aynı zamanda burayı bir kişisel yayın platformu olarak da kullanabilir. Ayrıca kullanıcılar doğru yerde ve doğru zamanda olmaktan dolayı tanıklık ettikleri kimi olayların görüntülerini de paylaşır (Gannes, 2009:149). Bu paylaşımlar ise bir noktada ana akım haber merkezlerinin tüketiciler ile üretim anlamında artan bir şekilde ortaklıklar oluşturmasına neden olmaktadır.

Aslında editöre mektuplardan dinleyicilerden telefon bağlantılarına haber organizasyonlarında her zaman okuyucu girişleri var olmuştur. Ama internetin gelişmesi vatandaş ile medya arasındaki etkileşime yepyeni bir boyut eklemiştir. İnsanlar artık sadece gazetecilerin sunumlarına bel bağlamaz çevrim içi forumlar internet günlükleri ya da gazetelerin internet siteleri üzerinden kendi sesleri ile söze karışırlar. Keskin ve gürültücü bu izler dinler kitlenin dikkatinin büyümesiyle haber mecrası bu umut verici iş gücünü kabullenmek zorunda kalmıştır. Diğer alanlardaki açık kaynak modellerinden esinlenerek organizasyonlar haber toplama ve analizi için kitlelere gönderilen açık çağrılar aracılığıyla habercilik ve bilgi toplamaya yardım için vatandaşları görevlendirmeye başlamıştır (Muthukumaraswamy, 2010:48).

Çevrim içi haber akışı, çok zaman öncesinde, metin temelli internetin görsel olarak fotoğraf ile sınırlı yapısında ana akım haber kuruluşları tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Ancak WEB 2.0'ın dinamikleri internet kullanıcılarının ana akıma karşı alternatifleri geliştirmesi ve kullanmaya yönelmesini de beraberinde getirir. Özellikle de sosyal ağların çıktığı zamanlardan itibaren haber üretimi için yenilikçi yaklaşımlar çevrim içi ortamda gelişmeye başlamıştır (Sánchez ve Palomo, 2014:102).

Bu gün video haberi düşündüğümüzde sadece televizyondan bahsedemiyoruz. Sayısal teknolojinin sınırları bulanıklaştırdığı çoklu mecra ortamında televizyon, Facebook, Twitter, YouTube, videonun karşımıza çıktığı alanlardan bir kaçıdır ve içerik bunlar ve benzeri ortamlar arasında yinelenen bir süreç yakalamıştır. Artık yukarıdan aşağıya doğru dağıtım temelli haber organizasyonları ve okuyucular ya da kullanıcılar tarafından oluşturulan ve etkilenen tabandan yukarı dağıtım söz konusudur. Bir anlamda üreten tüketiciler, profesyonel tüketiciler olarak haberciliğin yeni yapılanmasında gönüllü katılımcılar ve sürecin ortak yaratıcılarıdır (Aitamurto, 2011:431). Haber kuruluşları haber toplamak ve ulaştırmak için yeni ve yenilikçi yollar benimsedikçe seyirci de tüketmek için yeni yollar bulur. Artık içerik akşam haberleri için ayarlanmaz, insanlar favori kaynaklarından RSS geri bildirimlerini konfigüre ederler, sosyal ağlar üzerinden hikayeleri değerlendirirler, çevrim içi forumlar üzerinden görüşlerini dile getirirler ve YouTube üzerinden video kliplerini yüklerler. Git gide daha fazla insan pasif medya tüketim zamanı ile aktif medya katılımını yer değiştirmektedir (Cohn, 2008b'den akt. Muthukumaraswamy, 2010:58). Sosyal paylaşım ağları ve YouTube'u desteklercesine ağ bağlantıları ve araçlarındaki mobilizasyon görünen etkinin gücünü arttıran detaylardır. Gündelik rutinimizde bizlerin cebinde çantalarında taşıdığı mobil araçlar kamera eklentileri ile bizleri potansiyel birer katılımcıya dönüştürür.

Okuyan insanlardan yazan-görüntüleyen insanlara bir dönüşüm söz konusudur ve bu insanlar tarafından yazılmış hikayeler geleneksel gazeteciler tarafından sunulan anlatımlardan farklı olabilir. Bununla birlikte ana akım medya kendi gündem belirleme gücünü ve alan üzerindeki hâkimiyetini komple kaybetmemiştir. Geniş bir alana yayılmış içerik ile çevrim içi olarak daha yüksek bir dikkate sahip izler kitle arasında bir çelişki bulunmaktadır. Bunun yanında profesyoneller ile karşılaştırıldığında vatandaş gazeteciler ve sıradan insanların üretici tüketici olarak sosyal ve politik kurumlara aynı şekilde erişimlerinin olmadığını söylemek mümkündür ve bu insanlar medya profesyonelleri kadar haber olayları için zaman ve çaba harcamaz (Lee, 2012:1).

Ancak kullanıcı kaynaklı içerik üretiminin yükselişi sadece haber işleyişine pratik bir meydan okuma değildir. Aynı zamanda başkaldırı değerleri hakkında felsefi sorular içerir. Kurumsal gazetecilik için sayısallaşma, otorite ve aidiyete meydan okumadan fazlasını getirmiştir. Habercilikte uzun süredir hakim olan iş modelleri erozyona uğramıştır. Gazeteler okuyucu kaybetmekte, karlılık ve pazar değerleri azalmakta reklam pazarları daralmaktadır. Bu noktada kurumsal gazetecilik bu yeni gelişmeler ile ortaya çıkan haber akışını mevcut içerik ile birleştirmek ve bu içeriği kimin destekleyeceği şeklinde ikiz bir kriz ile yüzleşmektedir. Bu iki problemin çözümünde geleneksel haber organizasyonları felç geçirmiş gibi görünmesine rağmen kar amacı gütmeyen vakıflar geniş bir ölçekte bu yenilikleri sağlama almak ve desteklemek için ileri adım atmışlardır (Lewis, 2012:312).

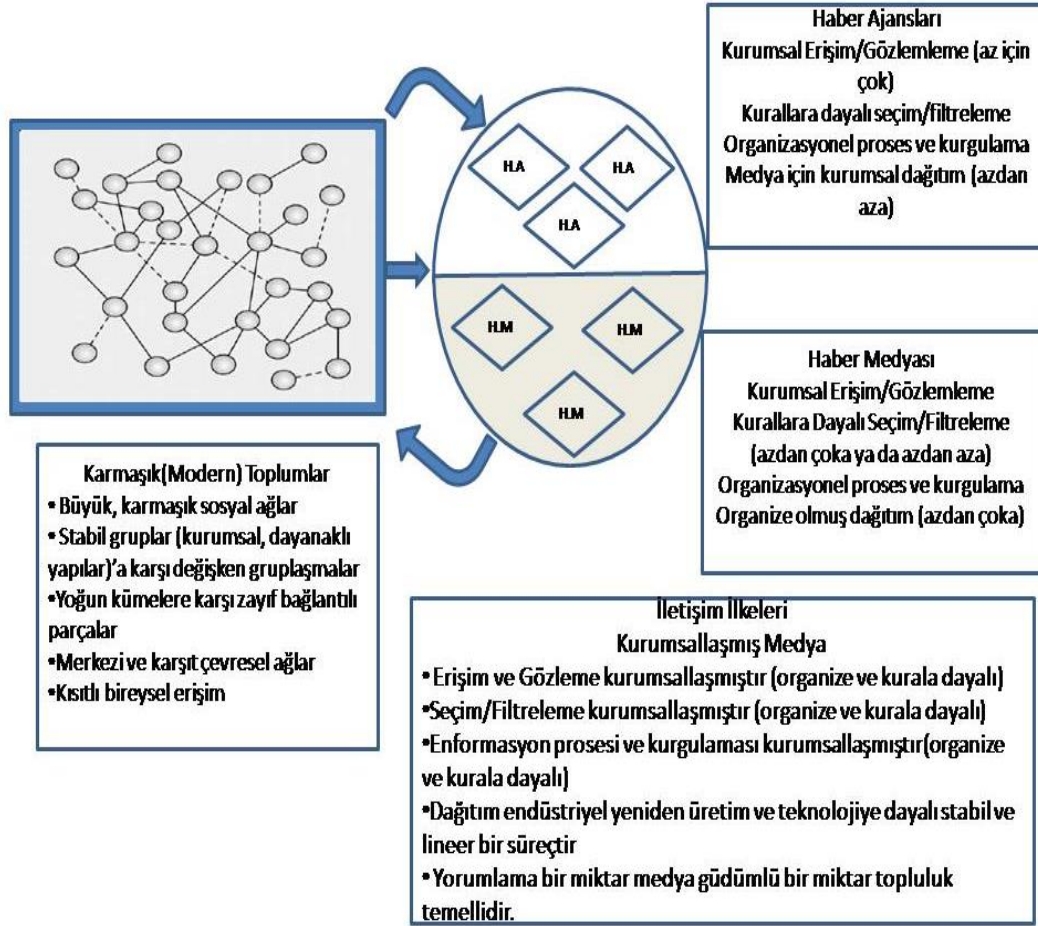
Bugünün çevrim içi habercilik ortamında, etkileşim, hipermetinlik, çoklu medya desteği, yakınlık, aynı anda her yerde olabilme, hafıza ve kişiselleştirme çevrim içi gazeteciliğin dikkat çeken özellikleri olarak sunulur. Bunun yanında farklı konseptler içinde tanımlanan fakat aynı fenomene göndermede bulunan yakınsama, şeffaflık, hipermedya, kullanıcı tarafından üretilen içerik, katılımcı gazetecilik, vatandaş gazeteciliği, wi-ki gazeteciliği ve kitle kaynak kullanımı gibi terimler de teknoloji ve gazetecilik ilişkisi bağlamında çevrim içi gazetecilik için dikkate alınmaktadır (Steensen, 2011:312).

HiperMetin	Etkileşim	Çoklu Medya
Arşivsel	Biçimsel	Yakınsama
Bağlamlama	Dolaysızlık	Hiper Ortam
Aynı anda her yerde olabilme	Kullanıcı tarafından üretilen içerik	
Şeffaflık	Katılımcı gazetecilik	
Hafıza	Vatandaş Gazeteciliği	
	Kişiselleştirme	
	Wiki-Gazeteciliği	
	Kitle Kaynak Kullanımı	

**Tablo 1: Hiper metinler, etkileşim ve çoklu medyaya bel bağlayan çevrim içi gazetecilik üzerindeki yeni teknolojik varlıklar (Steensen, 2011:313)**

Teknolojinin bir getirisi olarak ortaya çıkan yeni araç ve ortamlar, dikey iletişim ağları ile profesyonel haber medyası arasındaki yakınsama sürecinin ağ çıktıları olarak düşünülmektedir ve bu ağ çıktıları aslında yeni bir iletişim alanını işaret eder. Örneğin, giderek artan bir şekilde bağlantı sağlama ve görünür çatışma gerçeklerini işlemek için mobilizasyon vatandaşlara ve yetkili olmayanlara bir kapasite sağlamıştır (Andén-Papadopoulos, 2014:759).

Domingo vd. kurumsallaşmış bir yapı içinde kamusal iletişimin kurallara dayalı, seçilmiş ve sınırlı erişime uygun olarak ilerlediğini belirtir. Bu yaklaşıma göre haber ajansları, kurallara dayalı ve belirli bir grup için bir erişim ve gözlem sürecini yürütmekte dağıtım sadece medya kanallarına gerçekleşmektedir. Bununla birlikte Haber medyası da kurumsal erişim ve gözleme sürecine katılmakta yine seçim ve filtreleme bağlamında kurallara dayalı hareket etmekte, azdan çok'a doğru organize olmuş bir dağıtım kanalını denetlemektedir. Sonuçta kurumsal bir kamu iletişimi içinde erişim ve gözleme kurumsallaşmıştır. Organize ve kurula dayalı bir enformasyon işleme süreci vardır. Dağıtım endüstriyel yeniden üretime ve teknolojiye dayalı tek yönlü stabil bir süreçtir (Domingo vd.,2014).

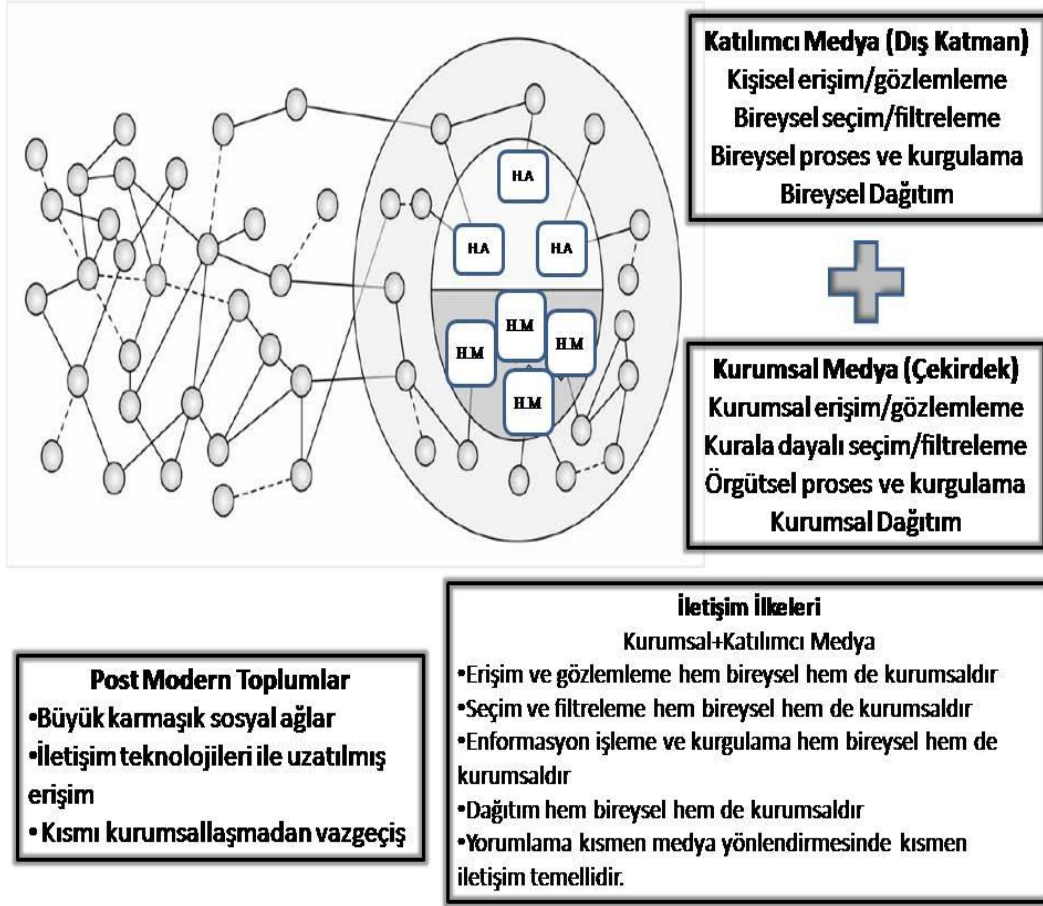


Şekil 2: Kurumsallaşmış Kamusal İletişim Süreci (Domingo vd., 2014:330)

Katılımcı bir medya ortamının bulunduğu post modern toplumlarda ise insanların sürece etkisi daha fazladır. Kurumsal medya süreci üzerinde bir dış katman görevi gören katılımcı medya, kişisel erişim/gözleme, bireysel seçim/filtreleme, bireysel proses ve kurgulama ile bireysel dağıtım süreçlerini içinde barındırmaktadır. Haber medyası ve haber ajansları bu yapıda toplum ile iç içe geçmiştir ve iletişim ilkeleri hem bireysel hem de kurumsal bağlamda şekillenmektedir (Domingo vd.,2014). Bu yapılanma sonucunda haliyle ana akım haber organizasyonu katılım taleplerini kabul ve işbirliğine yönelmek zorundadır.

Marketteki penetrasyon oranlarına karşın internet işbirliklerinin ve katılımın yeni türlerini mümkün kılmıştır. Ancak katılımın çeşitleri, bu sivil katılımın etkileri ve bu katılım uygulamalarının kurumsal ve değerler bağlamında nasıl olacağı henüz net olarak anlaşılmaktadır. Araştırmacılar internetin daha hür paylaşımlar ve işbirliğini özgür bıraktığına inanmaktadır. Diğer taraftan kimi araştırmacılar amatör katılımı, haberciliğin kalitesini azaltan ya da yaratıcılığın yoksun bir sömürü olarak görmek ve demokratik toplumu etkileyen bir olumsuzluk olarak tasarlamaktadır (Fish, 2013:374).





Şekil 3:Kamu iletişimine sosyal ağların eklenmesi (Domingo vd., 2014:332)

Bilgi akışının düzenlemenin geleneksel yolları -her ne kadar etkileşim acil gelişen haberlerde önemli bir rol oynasa da- bilgi akışının alternatif yolları ve katılımcı gazeteciliğe karşın hala daha tercih edilir. Bununla birlikte gazeteciler ve editörlerin, kullanıcılar umursamasa da, yeni teknolojileri kullanmak için istekli olduğu düşünülmektedir. Teknoloji çevrim içi gazeteciliğin gelişmesinde ana itici güç gibi görünmektedir (Steensen, 2011:320).

Bu tür görüşlere karşın küresel görsel ekonomi içinde vatandaşların kameralı birer tanık olmaları aynı zamanda onları teorik olarak birer katılımcıya dönüştürmektedir. Bununla birlikte ağa bağlanmış bu cihazlar çekilenin geniş bir kitleye ulaştırılması için katılımcıya kullanıcı dostu imkânlar sunmaktadır (Andén-Papadopoulos, 2014:764). Çevrim içi videoların gazetecilik anlamında geleneksel medya yapılanmasında kullanılması insanların ilgileri ve buna bağlı olarak boşluğun doldurulması, geleneksel haber olayları ile ilişkili çekimler, gözlemcilik ve kamu reaksiyonunun yeniden sunulması çerçevesinde gelişmektedir (Lee, 2012:14).

Ancak daha önemlisi daha fazla insanın daha fazla çevrim içi video izlediğidir ve haber türü özellikle genç yetişkinler için en popüler türdür. Çevrim içi kullanıcılar sadece videoları tüketmekle kalmayıp aynı zamanda üretmektedir. 2008 yılında ABD'de Çevrim içi video izleyicilerinin %13'ü aynı zamanda sisteme video yüklemiştir. YouTube bu trendin merkezinde bulunmaktadır. YouTube çevrim içi videonun hakimiyet kurduğu yıllara paralel bir zamanda ortaya çıkmıştır ve 2006 yılında yapılan bir araştırmaya göre günlük olarak izlenen yaklaşık 100 milyon çevrim içi videonun %60'ı YouTube üzerinden gerçekleşmektedir. Geleneksel haber

organizasyonları açısından problem, bu videoların büyük bir çoğunluğunun bu haber kuruluşlarının sitelerinden değil YouTube gibi video paylaşım sitelerinden izlenmesidir. Bu gerçek, haber üretimi ve dağıtımının ademimerkeziyetçiliği içinde daha geniş bir yelpazede imkan ve erişebilirlik sunduğuna işaret etmektedir. Ayrıca sayısız aktörün içerik üretimine ve dağıtımına katıldığı bir ortamda, yayın kılığında sayısal bolluğa doğru değişim, içerik ekonomisinin yeniden yapılandırılmasına neden olmaktadır. Haber uygulamalarındaki bu demokratikleşmenin kendi geleneksel pratiklerine uygunluğu ya da bunların eksikliği bağlamında haber üretimi üzerinde güçlü bir etkisi vardır. Profesyonel gazetecilikten kontrolü zorla almak ve her hangi bir mesleğin temel özelliklerini tehlikeye sokmasından dolayı bu gelişme, önemli bir gelişme olarak görülür (Peer ve Ksiazek, 2011:47).

Profesyonel haber organizasyonları için bu, iş uygulamaları bağlamında hızlandırılmış bir değişimi ifade eder. Bir geleneksel televizyon haberi tipik olarak iki uzmana ihtiyaç duymaktadır. Biri kamerayı kullanır, diğeri ise kamera önünde görünür, haber hikâyesini yazar ve seslendirir. Çevrim içi ortama dahil olmak adına gazeteler kadrolarına vatandaş video gazeteciler ekleyerek kendi internet sitelerine videoları da dahil ederler. Tek başında çeken, yazan ve videoyu düzenleyen bu kişiler için çoklu medya gazetecileri, yalnız gazeteciler, tek adam bantları gibi birçok terim ve kısaltma kullanılmıştır. Aslında bireysel haber üretimini teşvik eden dört teknolojik gelişme dikkat çekicidir: Daha küçük ve hafif kameralar, bir kullanıcının çekim anında kendisini görebilmesine imkan tanıyan kendi ekseninde dönebilen vizörler, kullanıcı dostu kurgu yazılımları, kablosuz geniş bant teknolojileri (Bock, 2011:640).

Böylesi bir ortamda bir çok haber kuruluşu kendi takipçilerinin ilgisini sürdürmek konusunda bir mücadele içindedir. Medya yapısındaki değişimin ana hatları daha tutarlı hale geldiği için medya kuruluşları izler kitle ilgisini çekebilmek adına çevrim içi videoları çabalarının merkezi olarak görmektedir. Artık gazetecilerde şirketleri tarafından yeni beceriler kazanmak ve çeşitli trendlere ayak uydurmak şartı aranmaktadır. Bununla birlikte tüm medya formatlarındaki haber merkezleri teknoloji ve video kullanımını teşvik etmenin yönetsel zorunlulukları ile yüzleşmektedir (Peer ve Ksiazek, 2011:47).

Ana akım medya ve geleneksel haber kaynaklarına olan inanç son yıllarda önemli ölçüde düşmüştür. Araştırmalar internetin gazetecilik kalitesi için pozitif bir etki yarattığını ve okuyuculuğun gazetelerden web sitelerine kaydığını göstermektedir. Yeni medya dünyasının önemli bir başarısı iktidarın yayıncı ve reklam verenden insanlara doğru kaymasıdır. haber toplamanın standartlaştırılmış prosedürlerine ve rutin temposuna uyması nedeniyle geleneksel medya kaynak çeşitliliğinin limitlendirilmesine eğilimlidir ve kuruluş önyargılarına yatkındır. Diğer taraftan açık kaynak haberciliği, editör tekeline ve geleneksel haber merkezleri arasındaki katı standartlara tabi değildir ve politik ve ticari gündem ayarlamalarından uzaktır (Muthukumaraswamy, 2010:50). Bununla birlikte asıl önemli olan YouTube'un başarısının haber sitelerinin onun yayıncı ortak olarak zorlamasıdır. Çevrim içi haber aktarımı üzerinde yeni teknolojilerin etkisi gazeteciliğin geleneksel ve gündelik pratiklerinin tekrar müzakere edilmesi veya yeniden vurgulanmasını gerektirmektedir (Peer ve Ksiazek, 2011:48).

Sonuçta hızla gelişen mobil kayıt kültürümüzde, kritik haber içeriklerinin oldukça önemli kimi görüntüleri ortalama vatandaşlar ve diğer alışlagelmiş olmayan aktörler tarafından üretilmektedir. Görgü tanıkları tarafından üretilen 11 Eylül saldırıları ile ilgili görüntüler, 2005'teki Londra bombalaması, 2007'de Myanmar'da hükümet karşıtı gösteriler, İran'da 2009 yılında seçim sonrası protesto gösterileri, 2011-2012 yılları arasındaki Arap Baharı hareketinden görüntüler, 2013 yılında Gezi Parkı protestoları sırasında çevrim içi dolaşıma giren videolar bu tür içeriğe örnek teşkil etmektedir.

Küresel sayısal ağlar ile benzersiz ve yakından ilişkisi içinde giyilebilir bir uzantı olarak kameralı mobil telefonlar, bireylere daha önce olmadığı kadar olağanüstü bir ağ gücü sağlamıştır. Bu nedenle yerel halktan

tatilcilere, askerlerden demokratik eylemcilere, isyancılardan teröristlere sıradan insanlar, artık kurulu editöryal ve denetleyici filtreleri baypas etmek ve dikkatlice hazırlanmış ve ana akım haber medyasını destekleyen resmi bakış açılarının önüne geçebilecek bir kamu tanıklığı içinde olayın kendi kişisel kaydını oluşturabilmektedir (Andén-Papadopoulos, 2014:754). Özünde bu çabalar herkesin kamusal alana çoklu medya katkısı yapması için bir fırsat ve daha demokratik bir çevrim içi tartışmaya katılımın önünü açar. Tipik haber internet sitelerinin aksine katılımcı video siteleri dengeli bir dil kullanmaz ya da gazetecilik objektifliği iddiasında bulunmaz. Bunların amacı yeni ve fark edilebilir bakış açılarına ses vermektir (Bock, 2011:640).

Taşınabilir araçlar, sadece hem profesyoneller ve amatörler hem de gazeteciler ve vatandaşların kazara ve amaçlı bir şekilde kamusal ve özel olayları kayıt altına almasını mümkün hale getirmemiştir, aynı zamanda onlar arasındaki kesin ayrımları bulanık hale de getirmiştir. Bununla birlikte değişim hedefleri ve savunma amaçlı olarak sokaklarda siviller tarafından mobil telefonların kameralarının stratejik olarak kullanımı artan bir şekilde belirginleşmiştir. Bu bağlamda vatandaş kamera tanıklığı aslında mobil kameranın ritüelleşmiş bir kullanımı olarak kişisel tanıklık aracı, ikna amacı için politik muhaliflerin somutlaşan eylemlerinin kamusal kaydını sağlamak amacıyla kullanımını da tanımlamaktadır (Andén-Papadopoulos, 2014:756).

Bu noktada 21. yüzyıl haber akışının merkezinde bir gerilimden bahsetmek mümkündür. Bu gerilimin her iki tarafındaki kutuplanmanın sistemli halde açıklanabilmesi için iki temel kavrama ihtiyaç duyulmaktadır: Profesyonel mantık ve katılımcı mantık. Burada mantık belirli varsayımlar ile şekillenen bir örgütlenme çerçevesidir. Profesyonelliğin mantığı, bilginin yapısı üzerinde retorik ve maddi bağlamda kontrol derecesi anlamına gelir. Karşısında yer alan medya içeriği yaratma dolaşımının katılımcı biçimi ise düzensiz ve dağınıktır. Bu nedenle de doğası bağlamında kurumsal denetimin sınırları dışında kalır. Haber akışlarının profesyonel mantığı, toplumun eşik beççiliğinin normatif rolü içinde içerik üzerindeki kontrolü sürdürmeye çalışır. Alternatif olarak katılımcı mantık, dijital ağlar yoluyla dağıtım ve medya üretim sürecinin demokratikleşmesinden hareketle, son kullanıcılara sunulan içerik üzerinde kontrolü dağıtmak ister (Lewis, 2012:311). Aslında ana akım medya çevrim içi sivil medya için önemli bir bilgi kaynağı olarak görülür. Bunun yanında geleneksel medya, yeni aracın özellikleri sayesinde dinamik bir geri besleme döngüsü oluşturabilir ve böylece kamu endişelerine ortak olabilir ve bunları aynı zamanda üretebilir (Lee, 2012:2).

Aslında bir bakıma da geleneksel haber akışı buna zorlanmaktadır. Çünkü Yeni taşınabilir medyalar bireylere, kurulu editöryal ve sansürcü filtreleri atlamak ve bir olay hakkında bilinenleri aşmak, kamu tanığı olarak bir olayın kendi kişisel kaydını açmak imkânını sağlayarak, daha önce hiç vermediği kadar keyifli olağan üstü bir ağ gücünü sunmuş görünmektedir (Andén-Papadopoulos, 2014:758).

Bugünün üst üste binen ve birbirine bağımlı medya sistemleri ve iletişim ağlarından oluşan karmaşık küresel medya ekolojisi içinde akıllı telefon taşıyan vatandaşlar ve aktivistler görsel işitsel imgelerin yetenekli dağıtım yolları aracılığıyla uluslar arası siyasi gündemde kanıtlarını ileri sürebilir. Bu Moses Naim'in dediği gibi YouTube etkisidir. O'na göre sıklıkla bireylerin kendi başına bireysel bir eylem olarak ürettikleri klipler vasıtasıyla fenomenler, Youtube, Google Video ve diğerleri gibi video paylaşım siteleri sayesinde hızlı bir şekilde dünya çapında dağılmaktadır (2007:104'den akt. Andén-Papadopoulos, 2014:759). Dijital ağlar strateji olarak küresel haber sistemini mobil kayıtlar ile besler (Saddam Hüseyin'in yakalanması, Neda'nın öldürülmesi, Kaddafi'nin kanlı ölümü öncesinde ve sonrasında yaşananları aktaran amatör video kayıtları gibi) ve böylece bu zamanlarda uluslararası haber gündemini belirlemede başarılı olur.

## Sonuç

Günümüz toplumları Castells'in deyişiyle ağ toplumları haline gelmiştir. Birbirini takip eden ve süreklilik arz eden teknolojik gelişmeler sonucunda bizler bugün yeni medya deneyimleri yaşıyoruz. Bu deneyimi geçmişten ayıran en önemli nokta ise daha öncesinde pasif konumlandığımız medya yapısının kuvvetli bir değişime maruz

kalması ve bizlerin de medya akışlarında daha aktif rol almamızdır. Bu rol, izler/dinler/okur kitle olarak tanımlanan bizlerin kullanıcı olarak yeniden tanımlanmamıza neden olmaktadır. Aktif kullanıcılar artık sadece tüketmekle kalmayıp aynı zamanda üretim sürecine de katılmakta ve bu katılım farklı şekillerde de olsa internet ağlarını kullandığımız tarayıcı teknolojisi olan "WWW"nın geliştirilmiş versiyonu ile ilişkilendirilmektedir. Kısaca WEB 2.0 olarak adlandırılan bu versiyon aynı zamanda katılımcı web (ya da katılımcı internet) olarak da tanımlanmaktadır. İnsanları okuyan dinleyen izleyen insanlardan yazan, seslendiren ve çeken insanlara dönüştürme potansiyeli ile WEB 2.0, herkes için herkes tarafından üretim desteği sayesinde büyük bir heyecanla karşılanmıştır.

Kolektif işbirliklerinin ticari kaygılardan, sivil toplum aktivitelerine kadar bir çok farklı alanda efektif bir şekilde kullanıldığı internet, bireysel üretimlerin özellikle de görsel ekonominin hakimiyetinde haber akışları için katkıları göz önüne alındığında, toplumsal olaylar, doğal afetler ve haber değeri yüksek gelişmelerde sunduğu görsel çeşitlilikle hem okuyucular hem de haber üreticileri için güçlü bir iletişim ağı anlamına gelmektedir.

Katılımın farklı boyutları ile içerik ve tüketimde başlattığı değişim, demokratikleşme, çok seslilik ve benzeri yaklaşımlar ile değerlendirilmektedir. Ancak, teknolojisinden gelen kontrol edilemez yapısı her ne kadar insanlar için özgür iletişim anlamına gelse de yine teknolojinin yarattığı yönlendirme WEB 2.0'ın eleştirilen tarafını oluşturmaktadır. Dizaynı gereği algoritmaların insanların aradıklarını bulmaları konusunda yönlendirme eğilimini bir noktada karar alma süreçlerinin insani olgulardan sıyrılarak otomatikleşmesi olarak gören eleştiriler, katılımın sınırlarında insanın daha fazla teknolojinin tahakkümü altına girdiğine vurgu yapmaktadır. Sonuçta ara yüz geliştirmelerinin insan-makine ve makine-makine arasındaki iletişimin daha güçlü ve efektif olması yaklaşımı ile yapıldığı düşünülmektedir. Öte yandan denetlenemez ve kontrol edilemez yapısının toplumsal yaşamın dinamiklerine etkisi bağlamında kimileri bu geliştirmeler aracılığıyla internet üzerindeki içeriğin daha iyi kontrol edilebileceğini ve edilmesi gerektiğini de ileri sürmektedir. Bir noktada tarayıcı teknolojisinin katılımcı yapısı diğer noktada bu yapının belirli kurallar çerçevesinde düzenlenebilmesine dönük araştırmalar tartışmalı bir alanı oluşturuyor görünmektedir.

Bu tartışmalara karşın internetin katılımcı yapısının tarayıcı teknolojileri ve diğer teknolojik gelişmeler yardımıyla giderek gelişmesi, medya üretim ve tüketimi sürecinde güçlü bir değişim olarak yorumlanmaktadır. Mobil araçlardaki gelişmeler, mobil ağ teknolojilerindeki ilerlemeler bu değişimin şu an ulaştığı sınıra işaret etmektedir. Bununla birlikte ucuzlayan araçlar ve basitleşen yazılımlar ile de birleşen katılım, video gibi öncesinde belirli bir zümrenin kontrolü altındaki içeriğin üretim ve dağıtımında yeni kuralları tanımlamıştır.

İnternetin giderek artan video içerik desteği, internetin erken dönemlerinde gazete ile başlayan kitle iletişim medyası üzerindeki tehdidini TV mecrası üzerine genişletmesini mümkün kılmıştır. Günümüzde özellikle genç neslin video tüketiminde internet ortam ve araçlarını giderek artan bir şekilde tercih ettiği buna karşın TV kuruluşlarının bu tercih karşısında kayıtsız kalamadıkları ve internet ortamında var olabilmek için çeşitli politikalar geliştirdikleri görülmektedir.

Asıl önemli olan ise geleneksel medyanın enformasyon aracı olarak gücünü ve otoritesini internet ile paylaşmak durumunda kalmasıdır. Uzun yıllardır haber akışlarının sorgulandığı bir ortamda internetin özgürlükçü girişimler için yeni bir alan olması izler/okur kitlede ciddi bir kayma sonucunu getirmiştir. Geleneksel ve kurallara bağlı haber merkezleri böylesi bir ortamda kaybettikleri kitleyi geri kazanmak adına katılımın farklı yöntemlerini denemektedir ve dahası alternatif haber ortamları ile bir mücadele içindedir. İnternetin sunduğu video desteği bu mücadeleyi farklı bir boyuta taşıması açısından önemlidir. Bugün daha önce kısıtlı görsellerin sunulduğu bir çok haber hikayesi kullanıcılardan gelen fotoğraf ve videolar ile tamamlanmaktadır. Ayrıca görsellerin internet ile farklı bir çok ortamda dolaşıma girmesinin yolu açılmıştır. Çoğu zaman yayın politikaları ya da erişim kısıtları nedeniyle görmezden gelinen ya da yeniden şekillendirilen haber gerçekleri artık mobil

videoların dünyasında gerçekçi tartışmaların zeminini oluşturmaktadır. Bir olaya tanıklık eden sıradan insanlar ceplerinde taşıdıkları ağırlar ile ilişkili kameraları yardımıyla bu tanıklığı ağ kullanıcılarına ulaştırmakta, Televizyon haber merkezleri ya da haber ajanları ile paylaşmaktadır. Aktivistler, yaygın haber medyasının görmek ve göstermek istediklerinin sınırlarını aşarak kamu oyu ile direkt iletişim imkanına kavuşmuştur. Videonun bir eğlence aracı olarak aktif tüketildiği günümüz medya ekonomisi içinde haber video ile yeni ve tartışmalı gerçekliklerin mecrası haline gelmiştir. Fotoğrafların durağan yapısına karşın videonun yaşanan atmosferi izleyiciye ulaştırma konusundaki kabiliyeti tartışmasız bir gerçektir. Bununla birlikte dolaşımda olan binlerce video çoğu zaman kamu oyunun gerçeklere ulaşması için hayati bir önem taşımaktadır.

Bu noktada haber akışları anlamında iki başlı bir floranın oluştuğu düşünülebilir: Bir başta ekonomik imkanları, profesyonel yapılanmaları, politik ilişkileri ve toplum üzerinde sorgulansa da hiç azalmayacak otoriteleri ile geleneksel haber merkezleri diğer başta bireylerin ve aktivist organizasyonların başta toplumsal olaylar olmak üzere yerel ve küresel toplumun gerçekleri öğrenmesi bağlamında oluşturdukları haber akışı.

Video bu floranın içindeki mücadelenin sembolü olarak karşımıza çıkmaktadır. Profesyonellerin denetlediği haber akışında daha fazla yer alan vatandaş kaynaklı videolar haber öykülerinin görsel güçlerini artırırken toplumsal mücadelelerin güç odakları arasındaki video savaşları, kamu oyunun dikkatini çekmek konusunda anahtar rol üstlenmektedir.

YouTube'un internet üzerinde sahne alması ile güçlenen ve diğer teknolojik gelişmeler ile hızlı bir şekilde etkinliğini artıran çevrim içi videolar ilerleyen zamanlarda tüketme ve üretme ekseninde daha fazla değişime yol açacaktır. Bireysel deneyimlerden organizasyonel amaçlara kadar her anlamda bir mesaj olarak kullanılan videonun güçlü dili, bu değişimi toplumsal yapılanmanın her noktasına taşımaktadır. Her ne kadar algoritmaların kullanıcıları yönlendiren yapısı "katılım" olgusunun arkasındaki gölgeli alanı oluştursa da günümüz insanı teknolojik olanakların sunduğu bu mecrada tüketim ve üretime kayıtsız kalamamaktadır.

Çalışmamız kısıtlı bir epistemoloji çerçevesinde çevrim içi videonun katılım ekseninde haber medyasındaki etkileri üzerinde durmuştur. Bu nedenle de kısıtlı bir alanda belirli olgular arasında temel ilişkisellik üzerine kurgulanmıştır. Ancak videonun karmaşık toplumlar içindeki rolü, bir çok etkenin gözetilmesi gerekliliğini de doğurur.

#### Kaynakça

- Aitamurto, T. (2011). The Impact Of Crowdfunding On Journalism. *Journalism Practice*, 5(4), 429-445. doi: 10.1080/17512786.2010.551018
- Andén-Papadopoulos, K. (2014). Citizen Camera-Witnessing: Embodied Political Dissent In The Age Of 'Mediated Mass Self-Communication'. *New Media & Society*, 16(5), 753-769. doi: 10.1177/1461444813489863
- Aran, O., Biel, J.I., Gatica-Perez, D. (2014). Broadcasting Oneself: Visual Discovery of Vlogging Styles, *IEEE Transactions On Multimedia*, Vol. 16(1), 201-215. doi: 10.1109/TMM.2013.2284893
- Beer, D. (2009). Power Through The Algorithm? Participatory Web Cultures And The Technological Unconscious. *New Media & Society*, 11(6), 985-1002. doi: 10.1177/1461444809336551
- Biel, J., Gatica-Perez, D. (2013). The YouTube Lens: Crowdsourced Personality Impressions and Audiovisual Analysis of Vlogs, *IEEE Transactions On Multimedia*, 15(1), 41-55. doi: 10.1109/TMM.2012.2225032
- Bock, M. A. (2011). Citizen Video Journalists And Authority In Narrative: Reviving The Role Of The Witness. *Journalism*, 13(5), 639-653. doi:10.1177/1464884911421703
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt-1 Ağ Toplumunun Yükselişi*. E. Kılıç (Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Davis, J. G. (2011). From Crowdsourcing to Crowdservicing. *IEEE Internet Computing*, 15(3), 92-94. doi: 10.1109/MIC.2011.61
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., Vujnovic, M. (2008). Participatory Journalism Practices In The Media And Beyond, *Journalism Practice*, 2(3), 326-342. doi: 10.1080/17512780802281065
- Ertimur, B., Gilly, M. C. (2012). So Whaddya Think? Consumers Create Ads and Other Consumers Critique Them. *Journal of Interactive Marketing*, 26 (3), 115-130. doi: 10.1016/j.intmar.2011.10.002
- Fish, A. (2013). Participatory Television: Convergence, Crowdsourcing, and Neoliberalism. *Communication, Culture&Critique*, 6, 372-395. doi:10.1111/cccr.12016
- Gannes, L. (2009). YouTube Changes Everything:The Online Video Revolution. Darcy Gerbarg (Ed.), *Television Goes Digital: The Economics Of Information Communication And Entertainment* içinde. New York: Springer.
- Gibs, J. (2009). The New Screen For Video. Darcy Gerbarg (Ed.), *Television Goes Digital: The Economics Of Information Communication And Entertainment* içinde. New York: Springer.
- Hamilton, F. J. (2014). Historical Forms Of User Production. *Media, Culture&Society*, Vol. 36 (4), 491-507. doi:10.1177/0163443714523812
- Howe, J. (2008). Crowdsourcing, Kalabalıkların Gücü, Bir İşin Geleceğine Nasıl Şekil Verilir?, G.Aksoy (Çev.). İstanbul: Koçsistem Yayınları.
- Lee, F. L. F. (2012). News From Youtube: Professional Incorporation In Hong Kong Newspaper Coverage Of Online Videos. *Asian Journal of Communication*, 22 (1), 1-18. doi:10.1080/01292986.2011.622778
- Lewis, S.C. (2012). From Journalism to Information:The Transformation of the Knight Foundation and News Innovation. *Mass Communication and Society*, 15, 309-334. doi: 10.1080/15205436.2011.611607
- Muthukumaraswamy, K. (2010). When The Media Meet Crowds Of Wisdom. *Journalism Practice*, 4(1), 48-65, doi: 10.1080/17512780903068874
- Niederer, S., Van Dijck, J. (2010). Wisdom Of The Crowd Or Technicity Of Content? Wikipedia As A Sociotechnical System. *New Media &Society*, 12(8), 1368-1387. doi:10.1177/1461444810365297
- O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> (çevrim içi erişim 5 Eylül 2014).
- Özdemir, S., Karalar, H. (2012). Günümüz Teknolojileri Ne kadar "Akıllı". *Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Dergisi*, Sayı 146, 100-108. <http://www.bilisimdergisi.org/index.php?sayi=146> (çevrim içi erişim 5 Eylül 2014).
- Peer, L., Ksiazek, T. B. (2011). Youtube And The Challenge To Journalism. *Journalism Studies*, 12(1), 45-63. doi: 10.1080/1461670X.2010.511951
- Sánchez, M., Palomo, M. B. (2014). Knowledge and Assessment of Crowdfunding in Communication. The View of Journalists and Future Journalists. *Comunicar*, 43, 101-110. doi: 10.3916/C43-2014-10
- Sezer Akçapınar, E. (2012). Anlamsal Web'in Ontolojilerle Hayata Geçmesi, Arama/Sorgulamada Köklü Değişiklikler Yaratacak. *Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Dergisi*, Sayı 146, 112-115. <http://www.bilisimdergisi.org/index.php?sayi=146> (çevrim içi erişim 5 Eylül 2014).
- Steensen, S. (2011). Online Journalism And The Promises Of New Technology. *Journalism Studies*, 12(3), 311-327. doi: 10.1080/1461670X.2010.501151