

HABERCİLER İÇİN BİLİŞİM HUKUKU DERS NOTLARI III

Web2.0: Etkileşimli-Paylaşımli yeni medya

KAPSAM:

◆ **Web 2.0:** Kullanıcıların Web'e içerikleri yalnızca "tüketerek" değil (Web 1.0) aynı zamanda **içerik üreterek** (*user generated contents*), **üretilmiş içerikleri paylaşarak da dahil oldukları** ve bu dahil oluşa bağlı olarak **bir dizi biçimsel-tasarımsal değişimin** yaşandığı dönemi isimlendirmekte kullanılan kavramdır...

◆ Habercilik pratikleri açısından Web 2.0, **e-posta, tartışma forumları, on-line anketler, sosyal ağlar** gibi karşılıklı etkileşime-paylaşım olanağı veren teknolojisiyle, enformasyon-içerik (haber) üretimine okuyucunun-izleyicinin sadece bir "kaynak-**istihbarat kaynağı**" olarak değil aynı zamanda bir içerik üreticisi olarak da katılmalarına olanağı tanımaktadır...

◆ Günümüzde Web'in söz konusu işlevsel-biçimsel değişimini tanımlamakta kullanılan bu isimlendirmeler yaygınlaşmış ve **Web'in gelecekte alacağı biçimlere** ilişkin olarak Web 3.0, Web 4.0 gibi sözcükler gündeme gelmeye başlamıştır...

- ◆ İnternet'in, bireylerin kendi profillerini oluşturarak gruplar arasında etkileşim sağlama yönünde sosyal kullanımını (içerik dolaşımı) sayısal ağ ortamında **organize etmeye** dönük **ilk sosyal medya uygulaması** 1997'de kullanıma açılan **SixDegrees** olmuştur.
- ◆ Bu tür **Web 2.0 organizasyonları** yeni milenyumun ilk yıllarında birbiri ardına patlak vermiş (Friendster-2002, MySpace- 2004, Facebook-2007, Twitter-2007 vb.) ancak ağ ekonomisinde enformasyon üretimi-dolaşımı ölçek ekonomisinin kurallarına tabi olduğundan, bunlardan 'kritik kitle eşiğini' aşabilenler (aşanları satın alabilenler) **sosyal medya şirketi** olarak alana damgasını vurmuştur.
- ◆ Ağ ekonomisinin içinde sosyal medya şirketleri dışında, kurumsal birimler arasında **donanım/yazılım sağlayıcılar, erişim sağlayıcılar, servis sağlayıcılar, içerik sağlayıcılar, içerik için kapasite hizmeti sağlayıcıları** (Newscorp, Microsoft, Google, Yahoo, America Online, Amazon.com, LinkedIn gibi 'dotcom' şirketleri) da bulunmaktadır .

SOSYAL MEDYA / WEB 2.0 AYRIMI:

- ◆ **SOSYAL MEDYA:** İlgili literatürde **sosyal medya**, daha çok, **karşılıklı etkileşim ortamına katılım**, ağ oluşturma, enformasyon paylaşımı, (kullanıcının) içerik üretimi hatta yenilikçi girişimler yapma, birlikte zaman geçirme gibi etkinlikleri içeren bir **kavram ya da model olarak** tanımlanmaktadır...
- ◆ Bu tanımlamada öne çıkan **okuyucu katılımı (aktif okuyucu)** ise alanla ilişkisi içinde medya, dağıtık gazetecilik, katılımcı medya, açık kaynak gazeteciliği, katılımcı gazetecilik gibi kavramlar eşliğinde tanımlanmaktadır...
- ◆ Örneğin **aktif okuyucunun gazetecilikteki dönüşüme olan etkisi** (geleneksel) **eşik bekçiliğinden eşik gözcülüğüne geçiş** olarak (Burns 2008) ifade edilmektedir.
- ◆ Diğer yandan, **katılımcı gazeteciliğin ortaya çıkışını** teknoloji, (yeni) ekonomi ve daha geniş sosyo-kültürel çerçeve gibi dışsal unsurlara dayandıranlar (Domingo et al.; 2008) da bulunmaktadır...

- ◆ **WEB 2.0:** Daha çok **teknolojiyle-teknikle ilişkilendirilmektedir...** Bu bağlamda da **kullanılan sistemlerin ölçeklenebilirliği** (*sistemin artan kapasite kullanımıyla performansında düşüş olmadan hizmet vermeye devam edebilmesi*) gibi **kullanıcının (müşterinin) ihtiyaçları** öne çıkmaktadır.
- ◆ Bazı akademisyenler (Kaplan & Haenlein; 2010) Web 2.0'ın halihazırda WWW'nin (World Wide Web) herhangi özel bir teknik güncellemesi olmayıp, daha çok onun daha **fonksiyonel kullanımına** dönük yetenekler (RSS, Adobe Flash, Ajax-Asenkron Java scriptleri vb.) içerdiğini ileri sürmektedirler...
- ◆ Bunun yanında Web 2.0'ı en önemli ve somut görünümüyle, **webloglar ile** (web günlüğü-kişisel site) **eşdeğer** gören yaklaşımlar da bulunmaktadır...
- ◆ Sonuç olarak, Web 2.0 ve sosyal medyanın, daha çok, **teknoloji ve organizasyonel biçimler arasındaki diyalektik ilişkilerinden doğdukları** ya da böylesi bir ilişkiyle var oldukları söylenebilir...

ÖRNEKLER:

◆ **Metin paylaşımı** (blog-sanal günlük)

◆ Blogger.com, blogspot.com

◆ Hafif.org, bildirgec.org

◆ **Fotoğraf, resim, vidyo paylaşımı**

◆ Youtube, flickr, instagram, Goggle+, Linkedin.com, Pinterest

◆ Vimeo.com, dailymotion.com, vidivodo.com, hemenpaylas.com

◆ **Metin, resim, vidyo paylaşımı, canlı yayın**

◆ Myspace.com, Twitter.com, Tumblr, Periscope, Facetime

◆ **Etkileşimli duygu ve düşünce paylaşımı**

◆ Facebook.com

◆ Mondus.net

◆ Zorpia.com

Melez (geleneksel + yeni) hizmetler-uygulamalar

TV/Radyo-İnternet/Mobil: İzleyici Etkileşimli Servisler

- ◆ **Webcast:** Radyo yayınlarının internet üzerinden dinleyiciye aktarılması. Yayının doğrudan izlenebilmesi (trt, bbc) ve/veya dinleyicinin içeriği ve sırasını belirlemesi (last.fm, slacker)
- ◆ **Podcast:** Radyo yayınlarının dinleyicinin cihazına indirilmesi ve/veya dinlenecek içeriğin abonelikle gönderilmesi (TRT)

TV/Radyo-İnternet/Mobil: Yarışmalar

- ◆ İzleyici, izlediği yarışma programına ekran/radyo başından katılabilir. Yayın sırasında alt bantlı/sesli tanıtım ile kazanan izleyiciyle canlı yayın bağlantısı yapılabilir...

TV/Radyo-İnternet/Mobil: İçerik Hizmetleri

- ◆ İzleyiciye, izlediği programa ilişkin yazı, ses ya da görüntüleri yeni medya araçları üzerinden talep etme olanağı sağlanır. İçeriklere internet sitesinde yer verilir. İçerikleri bilgisayara ya da cep telefonuna indirme olanağı tanınır...

TV/Radyo-İnternet/Mobil: Eğitici Hizmetler (Uzaktan Öğretim)

- ◆ İzleyici, izlediği programda sunulan bilgilere ilişkin ekran/radyo başından kendi sorusunu sorabilir, yanıtını alabilir.

Geleneksel TV'de dönüşüm: IP TV

IP TV: Televizyon yayınlarının bir **SetTopBox** vasıtasıyla internet üzerinden izleyiciye ulaştırılması

- ◆ Telekom operatörleri tarafından **kanal paketi** (internet, telefon, televizyon+ "satin al izle-dinle" hizmetleri) olarak sunulur.
- ◆ Yüksek yatırım maliyeti
- ◆ Yüksek görüntü kalitesi (HD, 4K vb.)
- ◆ Senkron & Asenkron Streaming (Canlı-Kayıttan görüntü oynatımı)
- ◆ Download (Görüntü-ses dosyası indirilmesi)

