

## GENÇ LUMIERE'LERİN YENİ MECRASI YOUTUBE

Nihan GİDER İŞIKMAN\*

### ÖZET

Dijital teknoloji ve sosyal medya sayesinde, coğrafi olarak çok farklı yerlerde bulunan bireylerin birbirlerini görüp, işitip, iletişim kurmaları, dolayısıyla kültürlerarası diyalogun artması hiç olmadığı kadar kolay bir hale gelmiştir. Sosyal medya internet kullanıcılarına söylem geliştirmeleri, sosyal etkiye girmeleri, kültürel üretimlerde bulunmaları için pek çok zemin sunmaktadır. Pek çok kişi, tüm üretimini tek başlarına yapabildikleri yapımlarını sosyal medyada, özellikle YouTube'da kolaylıkla izleyicilerle buluşturabilmektedir. Bu, farklı kültürlerin özelliklerini, sahnelemekten uzak bir şekilde gündelik yaşamın izlerini, yeme içme alışkanlıklarından, giyim kuşama, mekan kullanım alışkanlıklarından, seçilen mekanlar üzerinden şehirlerin temsillerini taşıyan yapımlar, aynı zamanda sosyal medya tüketicilerinin yaş ve cinsiyet ağırlıklarını da göstermektedir. Bu yapımlar dünyanın dört bir yanından izleyiciye ulaştığı, onlar tarafından yorumlandığı için de kültürlerarası iletişime dair çıkarımlarda bulunmak da mümkün olabilmektedir. Bu kapsamda, bu betimleyici çalışma, YouTube'un kültürlerarası iletişimde nasıl bir rol üstlenebileceğini ayrıntılı olarak ele almaktadır. Ek olarak, her bir YouTube kullanıcısı adeta Lumier kardeşlerin kameramanları gibi sürekli belge filmler üretirken ve her gün binlerce yapımlar YouTube'a yüklenirken, dijital çağda bir arşiv olarak taşıdığı potansiyel de değerlendirilmektedir. YouTube'u sadece eğlence, sıradan video paylaşımı ve tüketimi olarak ele almaktansa, yeni amaçların, yeni yayınların ve yeni bilginin karmaşık sistemi olarak okumak yerinde olur.

**Anahtar Kelimeler:** Youtube, Kültürlerarası İletişim, Arşiv, Belge Film

### YOUTUBE AS THE NEW MEDIM FOR PSEUDO LUMIERES

#### ABSTRACT

Thanks to digital technology and social media, it has never been easier to make geographically diverse individuals have chance to hear each others voices, establish acquaintances, increase intercultural dialogue even it is mediated. Social media provide internet users with a range of affordances for discourse practice, social (inter)action, and cultural production. Many people share their very own do it yourself productions on social media, specially on YouTube. These various videos carrying the clues of many different cultures, showing the everyday life of streets as a non-staged background, from eating habits to clothing, space using habits to cities' representation with the chosen locations as well as the age and gender average of social media consumption. In addition since these videos have been watched by audiences from all around the World, and been commentated, it is possible to explore results as an intercultural communication. Within this context, this descriptive paper aims to elaborate on the ways YouTube can be used as a site for cultivating cross-cultural exchange and understanding by video sharing from the owners of very different cultures through the shared video clips. In addition to this, it is also important to crystallize the potential of YouTube as an archive of the digital era as YouTube users as pseudo Lumieres produce and upload thousands of videos each day. YouTube should be evaluated as the complex system of new aims, broadcasting opportunities and knowledge resources just more than a simple sharing of entertainment videos.

**Keywords:** Youtube, Cross-Cultural Communication, Archive, Documentary Film

\* Yrd. Doç. Dr., Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo-Televizyon ve Sinema Bölümü, ngider@baskent.edu.tr

## 1.Giriş

Medyanın kullandığı temsillerin, egemen kurumları ve geleneksel değerleri meşrulaştırmak ve ideoloji aşlamak yönünde işlevi tarihi boyunca tartışılmalıdır. Toplumsal, siyasal ve ekonomik yaşamdan ayrı düşünülemez medyada farklı toplumsal koşullarda farklı söylem ve temsil stratejilerinin olması doğaldır. Medya toplumsal söylemleri şifreleyerek aktarırken, toplumsal gerçekliği inşa eden kültürel temsiller sisteminin bütünlüğü içinde yerini alır. Bir kültüre egemen olan temsiller can alıcı politik önem taşırlar, toplumsal gerçekliğin nasıl inşa edileceğine ilişkin olarak, yani toplumsal yaşamın, kurumların şekillendirilmesinde hangi figür ve sınırların baskın çıkacağı konusunda çok önemli rol oynarlar.

Kamuoyu, halkın ya da halkların kanaatlerinin toplamıdır. Kanaatler zayıf ve değişebilir bir nitelik taşır ve ancak köklü ve derin kanılara dönüşmeleri halinde kamuoyunu oluşturabilirler. Herhangi bir konuda kanaat sahibi olabilmek için de toplumsal sorunlar/konular hakkında çeşitli yollardan bilgi edinebilmek gerekir (Sartori, 2004: 53). İşte bu noktada devreye kitle iletişim araçları girer. Kanaatin yönlendirilmesinde, günümüz politikalarının tüm süreçlerinin tam merkezine kitle iletişim araçları konulabilir. Çünkü Susan Sontag'ın da belirttiği gibi geleneksel medya, "gerçekte 'orada' olan birinin göreceği, işiteceği şeylerin çoğunu çerçevenin dışında bırakarak, deneyimi küçültüp fakirleştirirken, izleyicinin de gerçeğe yabancılaşmasına sebep olmaktadır."(Aktaran Lutz, 2004: 183). Buna bir yandan geleneksel medyanın üretim ve yayındaki teknik sınırlılıkları yol açarken, bir yandan da sosyal, kültürel, siyasal sınırlandırmalar da sebep olmaktadır. Böylelikle de ana akım medya iktidarın onaylanmasından yana anlatılarla topluma ulaşırken alternatif ve yapısı itibarıyla bağımsız olanlar itiraz, eleştiri ve gerçeğin izini farklı kaynaklarda da sürme esasına dayanarak daha özgürlükçü bir alanda dururlar<sup>1</sup>.

Dijital çağ olarak ifade edilen bu dönemde, görsel-sesli kaydın yapılabileceği ekipmanlar çok daha küçük, hafif, ucuz dolayısıyla ulaşılabilir hale gelmiştir. Aynı şekilde, bunların montajlanarak yayına hazır hale getirilmesi de dijital sistemlerin olanaklarıyla çok daha kolaylaşmıştır. Ayrıca, görüntü ve sesi kolaylıkla kopyalayabilme, internet yayıncılığı gibi olanaklar, dağıtım, izleyiciye ulaşma imkanı sağlamaktadır. Dolayısıyla, günümüz iletişim teknolojileri, medya içeriklerinin oluşturulmasını, dağıtımını ve tüketimini daha geniş bir kesim için olanaklı kılmaktadır. İnternet kullanımında öğrenme, eğlenme, çalışma, dinlenme arasındaki sınırlar gittikçe belirsizleşirken, her zaman çalışır ve bağlantı halinde olan cep telefonları, tabletler, bilgisayarlar herkesi bu mediumun bir yandan içerik sağlayıcısı bir yandan da tüketicisi yapmaktadır.

<sup>1</sup> Yayın organlarının ana akım ya da alternatif medya olarak tanımlanmalarındaki temel belirleyiciler kurumsal yapılanmaları, toplumsal yapı üzerindeki etkilerinin boyutu, diğer güç ve iktidar sistemleri ile nasıl ilişkilendikleri olmaktadır. Ana akım medyanın bu belirleyiciler çerçevesinde derinlemesine analizi için bkz., Noam Chomsky. "What Makes Mainstream Media Mainstream." Z magazine 10.10 (1997): 17-23.

Manuel Castells (1997: 15) bilişim teknolojilerinin kültürel etkisiyle dönüşen toplumu "ağ toplumu" olarak adlandırır. Castells'e göre bilgi akışının ön plana çıktığı ağ toplumu, dünya çapında, bilişim ağlarında oluşan ve bilişim teknolojileri tarafından harekete geçirilebilen bir toplumsal yapıdır. Bu yapı insanlar arasında kültür temelinde ortaya çıkan bir etkileşim doğururken üretim, tüketim ve güç dengelerini de etkilemektedir. Manovich(2001: 40) de, bilişim teknolojileri, özelde yeni medya üzerine yaptığı analizlerde, yeni medya ile ilgili tüm ürünleri yeni medya objeleri olarak adlandırırken, bu objelerin kültürel objeler olduğunu ve fiziksel olarak gerçek dünyada var olan nesnelere referans alarak, onları temsil ederek ve bir yandan da yeniden inşa ederek oluşturduklarına vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda, medya ses, görüntü ve yazılı metin olarak her türlü bilgiyi işleyip, taşırken, pek çok insan da bilgiye, çalışma özelinde de farklı kültürlerle dair bilgiye, yüz yüze iletişim süreçlerinden geçerek değil, medya aracılığıyla ulaşmakta ve haklarında kanaat sahibi olmaya denebilir. Bu çalışmada belge filmler üzerinde ve bu belge filmlerin oluşturduğu doğal arşivin değerlendirilmesiyle bilgiye ulaşmada, daraltılmış bir alan olarak da farklı kültürlerin, günümüzün en aktif araçlarının başında gelen sosyal medyada nasıl bir görünüm aldığı, en yaygın kullanıma sahip video paylaşım sitesi YouTube üzerinden analiz edilecektir. YouTube'da yer alan filmler birer belge film olarak tanımlandığında, yorumlar bölümünde bu filmlere gelen tepkiler de dikkate alındığında kullanıcıların, bu etkin pozisyon aldıkları katılımlı yapıda, YouTube'un kültürlerarası iletişim açısından taşıdığı potansiyeli değerlendirmek mümkün olabilir. Bu amaçla Sarılmak Bedava(Free Hugs) gibi tamamen sosyal medya, özellikle de YouTube üzerinden video paylaşımı ile oluşturulmuş, dünya çapında katılım ve popülerite yakalamış bir kampanya bu betimleyici çalışma açısından verimli bir örnek teşkil eder.

## 2. Belge Film ve Kronotop

Kısa belge filmlerin tarihi Louis Lumiere'in sinematografi 13 Şubat 1895'te patent ettirmesiyle başlamış, Lumiere kardeşler ilk halka açık gösterimlerini 28 Aralık 1895'te, Paris'te bir kafede yapmışlardır. Sinematografla birlikte Lumiere, Almanya'daki Bioscope, İngiltere'deki Animatograph, Amerika'daki Vitascope gibi zamandaşlarından farklı olarak gösterim problemini de halletmiştir. Sinematograf bir çantada kolaylıkla taşınabiliyor, elektrige bağımlı kalmadan manivelasıyla çalıştırılabilir ve aynı ekipman küçük eklentilerle bir kameradan gösterim aracına çevrilebiliyordu. Böylelikle, Lumiere yetiştirdiği ve hareket serbestisi kazandırdığı teknisyenleri, aktüel sahneler çekmek üzere, Rusya, İspanya, İtalya, İsviçre, Türkiye, Hindistan, Latin Amerika, Cezayir, Tunus, Mısır gibi dünyanın dört bir yanına yollayabilmiştir. İlk belge filmleri çeken, Lumiere'in yetiştirdiği ve çeşitli ülkelere yolladığı bu teknisyenler, gittikleri ülkelerde de film çalışmalarının başlamasında etkili olmuşlardır. Halkı içeren genel olayların çekimlerini yapmış, hem başkalarına onları, hem de onlara kendilerini görme fırsatı veren filmler hazırlamışlardır. İzleyi-

cilerinin “hayatın ta kendisi” olarak gördükleri bu filmlerle günümüz belgesellerinin de tohumlarını atmışlardır. Lumiere’in çektiği ilk belge filmler gerçekçi sinemanın başına konabilir (Barnouw, 1993: 3-30).

Lumier’in ilk belge filmlerinden itibaren, bir çekimin sadece bir anın filme kaydı olarak değerlendirilemeyeceği ortadadır, zaman ve mekanın temsillerinin nasıl oluşturulduğuna dair izleri taşımaktadırlar. 1895 yılında çekilen, Lumiere’in “Fabrikadan Çıkan İşçiler”i, 45 saniyelik bir film ve 100 işçinin fabrikadan çıkışlarını gösterir. Açıkça görülmektedir ki, Lumiere işçilerin fabrikanın kapısına toplamıştır ve kamerası çekime başlayana kadar orada bekletmiştir. Ayrıca işçileri kamerayı fark etmemiş gibi yapmaları konusunda uyarmıştır (Godmillow). Dolayısıyla, açıktır ki, bir çekimin arkasında bir keşif, seçim, çekim için verilen teknik ve sosyal-tarihi mekanın temsilinde bulunması gerekenlere dair kararlar yatmaktadır.

Sinema, belge filmlerle başlayan ilk yıllarından beri gerçeği mekanik olarak yeniden üreten bir araç olarak görülmüştür. İster kurmaca olmayan bir türde çalışılıyor olsun, ister kurmaca, yani ister gerçek yaşamdan yerinde ve zamanında yapılan çekimlerle bir film üretilsin ya da kurmaca bir evren yaratılmış olsun, sonuçta film eylemi ile yapılan bir söz söyleme, öykü anlatma, bir mesajı paylaşmadır. Christian Metz (1982: 44), her filmin bir kurmaca olduğunu söylerken, Bill Nichols (2001: 1) ise her filmin bir belgesel olduğunu söylemektedir. Bu bağlamda yapılan her çekimi bir kurgu olarak ele almak mümkündür. Her bir çekim, zaman ve mekan içinden kesitler alırken, insanlara, mekan kullanımına, olaylara, kameranın oradaki varlığıyla ortaya çıkan sonuçlara, kısacası o anda orada olan her şeye dair ses ve/veya görüntüleri taşımaktadır.

Kameranın arkasındaki kişinin ana dair tanıklığı, oluşturulan zaman ve mekana dair temsil o kaydı izleyen izleyiciden de bağımsız düşünülemez. İzleyicinin alımlaması ile birlikte, onun yaşadığı zaman ve mekanla da bir devamlılık kazanmaktadır. Bir yandan yapım aşamasında dönemsel, siyasal, ekonomik, toplumsal, bilimsel, düşünsel, kültürel, hukuksal, yönetsel, sanatsal, teknolojik olguların koşulları ve kuralları kapsamında film oluşturulurken, diğer bir yandan da filmin izlenmesi de bu olgular çerçevesinde değerlendirilmelidir. Üstelik, bu olgular çerçevesinde oluşturulan gerçeğin yorumu, zaman ve mekan koşulları çerçevesinde devinime katılır ve bireyin yaşamının değişik zamanlarında değişik anlamlar ve önemler kazanabilecek biçimde, bir bireyden diğer bireylere ve bir zamandan diğer zaman dilimine aktararak, sınırsız bir biçimde devinmeye devam eder (Öcel, 2005: 81). Mikhail Bakhtin’in romandaki zaman/meکان ilişkisini ortaya koymak adına kullandığı kronotop kavramını devralarak açıklarsak, her kurgu yalnız yapay, üretilmiş değildir; belirli bir zamanda belirli bir kültürdeki zaman ve mekân ilişkisi veriler, belirleyiciler olarak o kurguda yansır. Kronotop kavramı tarih ve coğrafyayı eserin içine sokar. Yazarın içinde bulunduğu sosyal ve tarihi bağlam, yani dış dünya, metnin tüm varlığı boyunca onu etkileyen zemindir. Aynı şekilde, bir metnin okunma anında da okuyucunun içinde bulunduğu zaman ve mekân ilişkisi okuyucunun o metni algıla-

masında belirleyici olur<sup>2</sup>.

Belge filmlerin ilk örneklerinden itibaren kurgusal nitelikleri göz önünde bulundurulduğunda, kurgusal niteliklerine rağmen kaydedildikleri zaman ve mekana dair veriler taşıyan, farklı kültürlerin özelliklerini, sahnelemekten uzak bir şekilde gündelik yaşamın izlerini, yeme içme alışkanlıklarından, giyim kuşama, mekan kullanım alışkanlıklarından, seçilen mekanlar üzerinden şehirlerin temsillerini taşıyan yapımlar, çalışma özelinde de YouTube üzerinden dolaşıma sokulan videolar, belge filmler olarak kabul edilebilirler. Lumierlerin dünyanın dört bir yanına gönderdikleri kameramanlarıyla oluşturmaya çalıştıkları ağ günümüzde YouTube kullanıcılarının gönüllü katılımlarıyla sağlanmaktadır.

### 3. Bir Alternatif Medium, Öz Temsil ve Kültürlerarası Etkileşim Aracı Olarak Youtube

Bilişim teknolojileri, kişilerarası ilişkilerin yeniden şekillenmesini, yeni söylem biçimlerini, yeni etkileşim yollarını, yeni grup yapılanmalarını ve yeni paylaşım, katılım ve ticaret anlayışlarını ortaya çıkarırken, YouTube’un da tüm bunlar çerçevesinde, bilişim devriminin önemli bir aktörü olduğunu söylemek çok da yanlış olmaz. En popüler video paylaşım sitelerinden biri olan YouTube, ücretsiz kullanılabilir olması ve kullanıcı öncelikli moderasyon sisteminin olması sebebiyle sosyal medya içinde önemli bir alternatif medium olarak değerlendirilmelidir. İnsanların sadece video izleyip, müzik dinledikleri, kendi videolarını yayınladıkları bir medium olmaktan öte, hem küresel bir ağ olarak hem de David Silverman’ın da belirttiği gibi kendiliğinden oluşan, sosyal araştırmacılar için bereketli bir arşiv olarak da ele alınmalıdır<sup>3</sup>. Tam da bu noktada YouTube’un hem egemen hem de marjinal kültürlerin, hem resmi, hem de resmi olmayan kurumların ve özellikle de bireylerin oluşturdukları içeriklere yer veriyor olmasını öne çıkarmak gerekir. Çünkü bu yapıyla YouTube hem geleneksel hem de popüler bir birikimi taşımakta, hem geleneksel hem alternatif söylemlerin taşıyıcısı olabilmektedir.

İçeriğin teknikten daha büyük önem taşıdığı, görüntü ve ses kayıt teknolojilerindeki gelişmelerle de birlikte teknik olarak profesyonel ve amatör ayrımında gün be gün kaybolmaya başladığı bu mecrada, kendilerine daha önce ana akım medyada yer bulamayan, bireylerin, sivil toplum kuruluşlarının, farklı etnik ve dini grupların, muhalif siyasi görüşlerin, farklı cinsel yönelim ve cinsiyet kimliklerinin, görünmeyen görüntülerini, bilinmeyen hikayelerini, duyulmayan seslerini kamusal alana taşıyabilmeleri, kültürel arenada yer alabilmeleri önemlidir. Böylelikle kendi an-

<sup>2</sup> Kronotop kavramı için bkz. Mikhail Bakhtin. (2001). “Karnavaldan Romana.” Derleyen: Sibel Irzık, Ayrıntı Yayınları, s. 295-312.

<sup>3</sup> David Silverman’ın kendiliğinden oluşan arşivin önemi üzerine görüşlerinin yer aldığı röportajı “David Silverman on Qualitative Methods & Natural Data” için [https://www.youtube.com/watch?v=qW\\_SKYnhyQ](https://www.youtube.com/watch?v=qW_SKYnhyQ) Erişim Tarihi:15.12.2015

latıları ile var olabilmekte, resmi ideoloji ile hesaplaşmaları, resmi tarih karşısında hatırlatmalarda bulunmaları ve toplumsal belleğe katkıları mümkün olabilmektedir. Hemen herkesin her an dahil olabiliyor olması aslen sistemi ayakta tutan unsurdur. Dolayısıyla YouTube'u sadece eğlence, sıradan video paylaşımı ve tüketimi olarak ele almaktansa, dijital okuryazarlık paralelinde, yeni amaçların, yeni yayınların ve yeni bilginin karmaşık sistemi olarak okumak yerinde olur. Her bir YouTube kullanıcısının kendi amacı ne olursa olsun, aynı zamanda an be an büyüyen bir bilgi birikimine katkıda bulunmaktadır. İşte bunun için internet bilgiye erişimi mümkün kılan bir sosyal teknolojiye hızla dönüşmüştür (Hartley, 2008: 6,7).

Youtube kullanıcılarının kendi inisiyatiflerindeki katılımları, öz temsillerini sunmak, seslerini duyurmak ve geleneksel medya temsillerinin değişimindeki aktörlerden biri olmak yönündeki istekleri olarak okunduğunda, YouTube'u teknolojik bir gelişmeden çok sosyal bir devrim olarak değerlendirmek mümkündür (Bloom, 2013: 117). Katılımlı yapısı ile paylaşılan videolardaki kişiler, çekiminden montajına dek katılarak, kendi filmlerini yapmakta, neyin önemli olup olmadığı ya da doğru olup olmadığı hakkında kendi kararlarını vermektedirler. Dolayısıyla kendi yeniden sunumları üzerinde söz sahibi olmaktadır. Filme konu olan kişilerin yeniden sunumlarının kendi kontrolleri çerçevesinde oluşmasını sağlayan katılımlı yapı, izleyici açısından ele alındığında da, birilerinin başkaları adına konuşmasından, gerçek kişilerin kendi hikayelerini kendi yorumlarıyla anlattığını bilmek, temsil gerçek ilişkisini daha az sorunlu bir noktaya çekmektedir. Bu niteliği YouTube'un bir alternatif medium olarak değerlendirilmesindeki nedenlerden biri olarak değerlendirilmelidir. Ancak bu yapıyı da öz temsil açısından ideal bir yöntem olarak yorumlamak eksik olacaktır, çünkü yine kameranın arkasındaki kişi belirlediği yapı çerçevesinde etkinliğini sürdürmektedir. Film yapımına katılan kişilerin kendi öz sunumları üzerinde bilerek ya da farkında olmadan uygulayabilecekleri otosansür de göz ardı edilmemelidir.

Dijital teknoloji ile sinemanın yapım ve dağıtım olanaklarının erişilebilirlik kazanması, böylelikle her bireyin/grubun kendi yapımlarıyla eşit koşullarda tartışma ve iletişim ortamına katılması, söz söyleyebilmesi ve karar oluşumuna etki edebilmesi, Habermas'ın kamusal alan, demokratik müzakere ve katılım konusundaki yaklaşımının bir nebze olsun hayata geçirilebilmesini sağlamaktadır. Habermas'a göre kamusal alan, sosyal ve politik sorunların çözümü amacıyla kişiler arasında değerler ve ölçütler üzerinde anlaşmaya varılma imkanının bulunduğu, bireylerin toplulukla ilgili kamusal sorunları ve konuları tartışmak üzere biraraya geldikleri kamusal yaşam alanıdır (Aktaran Mutlu, 2004: 164). Kamusal alan artık dünyanın bir ucundan diğer ucuna kadar uzanmaktadır. Zaman, mekan, dil sınırlılıkları ortadan kalkmıştır. Siyasi, kültürel, ekonomik, toplumsal konular, artan iletişim kanallarında konuşulabilmekte, işlenebilmektedir. YouTube bu bağlamda da bir alternatif medium olarak değerlendirilebilir. Bireyler, farklı kültürler kendi öz temsillerini kamuoyuna sunabilmektedir. Her bir kullanıcının küresel dünyanın bir parçası haline gelmesinin bu

kadar hızlı, kolay ve ucuz olduğu bir dönemde, Tapscott'un deyişiyle küresel bir beyinden bahsetmek mümkün olabilmekte, yeni medya platformları ve orada oluşan bilgi birikimi, yakın bir gelecekte, siber ortamın insanlığın kolektif zekasının en önde gelen aracı olacağını varsaymayı mümkün kılmaktadır (Aktaran Karakas, 2009: 7).

Sosyal medyada birbirine tamamen yabancı bireyler direkt iletişim kurup, doğru-yanlışlardan öğrenirken, yeni bir yüz-yüze iletişim konsepti oluşmaktadır. YouTube'da bir kullanıcının paylaştığı video, kendi kişisel bağlantılarının ve toplumunun çok ötesinde, küresel ölçekte bir potansiyel izleyici kitlesine ulaşabilmektedir. Böylelikle, kültürlerarası mesafe metaforu yok olurken, bu yeni toplumun dünyayı değiştirebileceğine dair pozitif beklentilerin yeşermesi de doğaldır. Michael Wesch dünyanın bir diğer ucundaki bir insanı sadece bir tuşa dokunarak görüp duyabildiğimiz bir çağda kültürlerarası iletişimin ve diyalogun hiç olmadığı kadar büyük bir önem kazandığını vurgulamaktadır<sup>4</sup>. Kültürlerarası belgesel ve etnografik filmleri detaylı bir şekilde ele aldığı çalışması "*Cross-cultural Filmmaking*"de Barbash'ın (1997: 4) da vurguladığı gibi, tüm filmler, kurmaca filmler bile, etnografik bilgi taşımaktadır, hem filme konu kişiler hakkında hem de filmi yapan kişiler hakkında. Kamera, yeniden üretmek üzere yaşamı kaydederken, zaman ve mekan algısını da derinden etkiler. Kamera sayesinde dünya çok daha küçük hale gelmektedir. Uzaklar yakına, oralarda yaşayan yabancılar yanımıza, geçmiş bugüne gelmektedir. Bu küçülen dünyada kurmaca yapımların yanında, kurmaca olmayan türler, özellikle de gerçek yaşam kayıtları, belge filmler, kurgulanmış yapılarıyla belgeseller izleyicilere, diğer insanlar, dünya ve doğa ile ilişki kurma olanağı sunar. Üstelik izleme eylemi dışında hiçbir çaba harcamadan, görülemeyecek yönleriyle görmeyi, tanımayı, yorumlamayı ve değerlendirmeyi sağlar. YouTube bir yandan dünyadaki en geniş kamusal alanlardan biriyken, bir yandan da son derece özel bir alandaymış gibi de hissettirebilmektedir. Hem izleyen hem de izlenen açısından, fiziksel mesafe, kimliğin gizlenebilirliği, diyalogun isteğe bağlılığı kişilerin korku ve sosyal kaygılardan uzak, anonim bir izleme ediminin parçası haline gelebilmelerini sağlamaktadır. Böylelikle sosyal gözlem açısından araştırmacıların, belgesel çalışmalarında kameralarını insanlara yönelten yönetmenlerin sıkça yaşadığı, gözlerinizi/kameranızı dikmiş olmanın verdiği rahatsızlık, doğallığı dönüştürücü etki olmadan farklı hayatları tecrübe etmek mümkün olabilmektedir. Başkasının bakışı üzerinden temsil her daim etnografik bir çalışmanın temel sorunlarından biri olagelmıştır. YouTube kullanıcılarının iletişim kurmak adına gösterdikleri niyet, en özel detayları bile paylaşmak konusundaki tutumları, öz temsillerin halihazırda orada bekliyor olması önemli bir kaynaktır. Öz temsillerin de kurgusalılığı akılda tutulmakla birlikte, kamera önündeki kişilerin kendilerinin nasıl görülmek ya da sunulmak istediklerine dair taşıdıkları veriler açısından da kıymetlidir.

<sup>4</sup> Michael Wesch'in YouTube'u antropolojik olarak ele aldığı sunumu "An anthropological introduction to YouTube" için [https://www.youtube.com/watch?v=TPAO-IZ4\\_hU](https://www.youtube.com/watch?v=TPAO-IZ4_hU) Erişim Tarihi:13.12.2015

YouTube'da videolar arasında hızlı geçişlerin mümkün olması, belirlenen kriterler çerçevesinde aramaların yapılabilmesi, izleme listelerinin çıkarılabilmesi, YouTube'un önerileri çerçevesinde serbest bir akışın sağlanabilmesi, izleyiciyi de etkin bir konuma yerleştirerek, geleneksel medyanın izleyicinin kontrolü dışında akan yapısı karşısında kontrolü izleyiciye vermektedir. YouTube'un kültürlerarası etkileşim açısından taşıdığı önemli bir özellik de bu yapısından kaynaklanmaktadır. Farklı kültürlerarası sınırlar da son derece hızlı bir şekilde yapılabilmektedir. Bu yapısıyla YouTube'u Foucault'un deyişiyle bir heterotopya olarak tanımlamak mümkündür. Foucault bir tek gerçek mekânın içinde birçok zaman ve mekânın birden barındığını ileri sürerek bu zaman ile mekân arasında ilişkilendirilen ortamları heterotopya olarak adlandırmıştır. Heterotopya, yaşadığımız kültürlerin içinde var olan ve var olabilecek sayısız alternatiflerin, yaşam, mekân ve örgütlenme biçimlerinin birbirlerini dışlamadan eş zamanlı birlikteliğini imleyen bir terimdir (Foucault, 2011: 291-302) Bu noktada YouTube'u bir heterotopya olarak tanımlamaktan çok bu tanımlamayla ne elde edilebileceği üzerinde durmak gerekir ki, siber ortamın karakteri, farklı sosyal ve bireysel yapıların YouTube gibi yeni görsel topluluklarda kazandığı görünülük, bize mevcut toplumsal yapıların yeniden inşasına dair ipuçları verebilecektir.

An be an yüklenen ve milyonlar tarafından izlenen videoların oluşturduğu birikim YouTube'un bir arşiv olarak taşıdığı potansiyelin de iyi anlaşılmasını gerektirmektedir. Gehl (2009: 45), YouTube'un net bir şekilde bir arşiv olarak tanımlanabileceğini ifade eder ve Uricchio (1995: 256, 260) resmi film ve televizyon arşivlerinin oluşumunda sosyal oluşumları, resmi söylemi destekleyen materyallerin arşive dahil edilirken, marjinal grupların kayıtlarının nasıl dışarda bırakıldığını, böylelikle de tarih yazımındaki seçimlerin arşiv materyallerinin seçimi ile nasıl paralellik taşıdığını açıklarken bir yandan da YouTube'un bir arşiv olarak avantajlı yanının da ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla politik bir seçim sonucu oluşturulan resmi arşivlerin karşısında, alt kültürlerin yer aldığı arşivlerin genellikle arşivlemenin popüler formları ile gerçekleşmektedir ve YouTube'un da bunun önemli araçlarından biri olduğu söylenebilir. Patricia Lange(2007)'nin de belirttiği gibi YouTube popüler kültüre ait ürünlerin yer aldığı bir alandır ki bu da geleneksel arşivlerde günümüze kadar pek yer bulan bir alan değildir. Bu da YouTube'un bir alternatif medium olarak tanımlanmasının belirleyicilerinden biridir.

Bowker (2005: 227) "İktidarımızı nasıl kuruyoruz?" sorusunun cevabını "farklı kaynaklardan bilgiye ulaşp, onları tasnif edip ve geleceği tasarlayarak" şeklinde vererek yine arşivlerin güç dengelerindeki önemine vurgu yapar. Güç, nesnelere sadece biriktirilmesinden değil dünya hakkındaki 'gerçek'leri ya da kültürel hafızaları yeniden kurmak üzere nasıl bir araya getirildiklerinden kaynaklanmaktadır. Gehl (2009: 49) de geleneksel arşivlerde malzemenin bir araya getirilişi, tasnifi ile yeni gerçekliklerin ortaya çıkırıldığını vurgulayarak, YouTube üzerinde yığınlar halinde biriken malzemenin küratörlüğünü kimin üstleneceğine odaklanmaktadır. Bu

noktada getirilebilecek önerilerden bir tanesi, bağımsız belgeselciler olabilir. Belge filmlerden, sinematografik anlatının tüm unsurları ile şekillenen ve film yapım sürecinin başından itibaren yapılan tüm seçimlerle anlatıyı biçimlendiren, kurgu ile belgesellere evrilen belgesel anlatısında olduğu gibi YouTube videoları belge filmler olarak alınıp kurgulandığında, tıpkı bir arşivde büyük bir yapbozun parçalarının birleştirilmesi gibi, izleyenlerin dağınık videolar arasında kaybolup gitmesinden bütünlüklü bir yapıda, noktaların birleştirilmesiyle bir bütünü görmeleri sağlanabilir. Dijital medyadaki gelişmeler paralelinde ortaya çıkan interaktif belgeseller, farklı kaynaklardan gelen görüntülerle kolaylıkla kurgulanabilen küresel projeler, sinema tarihinde kurgu tarihine paralel kendine yer etmiş buluntu film yapımı gibi olanaklarla coğrafi konumdan bağımsız olarak birbirine erişebilen geniş kitle bir anlatının hem izleyicisi, hem yönetmeni, hem de bizzat konusu olabilmektedir. Günümüz itibarıyla de yeni medyanın taşıdığı potansiyelle belgeselci ve seyirci/konu arasındaki sınırlar yok olmaya başladıkça, öz temsiller anlatılarda yer alabildikçe, belgesel anlatısı sosyal katılımın etkin bir arenası haline gelebilmektedir. Belgeselin temel amaçlarından biri, ilk örneklerinden beri, "insanların bir kısmına diğer kısmını anlatmak" (Rotha, 2000: 88) olarak ortaya konmuştur. Belgesel sinemanın ilk yıllarından beri belgeselcilerin kameraları farklı kültürlere yönelmiştir. İlk belge filmler ilk kültürlerarası yapımlar olarak kabul edilebilir. Daha sonrasında Flaherty, Vertov, Grierson, çalışmalarıyla, bir yandan belgeselin temellerini atarken, bir yandan da filmi, bir başkasını nasıl gördüğünü anlatmanın bir aracı olarak da kullanılarak, kültürlerin yeniden sunumlarına dair örnekler de vermişlerdir. Günümüz belgeselcileri için olduğu gibi, belgesel tarihinin ilk belgeselcileri için de, başka insanların yaşamlarına yönelen bakışlarında amaç, onların hayatlarını tüm gerçekliği ile yansıtmak olsa da, belgeselcinin bakışının belirleyici olduğu tespit edilmelidir. Filme konu kişilerin hayatları filmsel anlatı içinde yeniden şekillenen ham malzeme olarak kalmaktadır. Öz temsiller bunun önünü alırken, kurgulanmış yapılarda da bu tuzağa düşmemeye özen gösterilmelidir. Belgeselleri, özellikle görüntünün de etkisi ile inanılabilirlikleri çerçevesinde ele aldığımızda, kültürlerin yeniden sunumları ile birbirleriyle direkt bağlantısı olmayan sosyal gruplar arasında yeni bağlantıların/tanımlıkların kurulmasını sağlarlar. Ancak bu noktada, kültürlerin belli özelliklerine, anlatım veya görüntülerle, dikkatin çekilmesi, farklılık temelli "biz" "öteki" ayrımını yinelemekten öteye gitmeyecektir ki, böylelikle de kültürel kimliklerin stereotipleştirilmiş algıları güçlendirilecektir. Ancak böyle bir bilinçle YouTube'un kültürlerarası etkileşim açısından taşıdığı büyük potansiyel doğru değerlendirilebilir.

#### 4. Sarılmak Bedava

Kültürlerarası belgeseller, "öteki"ne dair neyin görülmesi, neyin görülmemesi gerektiğini, neyin nasıl görülmesi gerektiğini genellikle fiziksel görünüm, giyim, aksesuarlar, barınak/ev, fiziksel çevre, sosyal koşullar, din üzerinde durarak belirle-

mektedirler. YouTube da temelde görsel içerik üzerinden bilgiye ulaşımı mümkün kıldığından, yer alan belge filmlere bu başlıklar çerçevesinde bakmak, kültürlerin alternatif temsillerinin nasıl işlerlik kazandığını görmeyi sağlayacaktır. İnsanların bu platformu küresel toplumda yer almak ve kültürlerarası iletişimin bir aktörü olmak adına nasıl gönüllü kullandıklarının da bir örneği olarak Sarılmak Bedava (Free Hugs) gibi tamamen sosyal medya, özelliklede YouTube üzerinden video paylaşımı ile oluşturulmuş, dünya çapında katılım ve popülerite yakalamış bir kampanya, farklı kültürlerle dair bilgiye YouTube belge filmleri üzerinden ulaşmak adına da verimli bir örnek teşkil etmektedir.

Sarılmak Bedava kampanyası, 30 Haziran 2004'de, Sidney, Avustralya'da, Juan Mann'ın üzerinde sarılmak bedava yazılı bir dövizle kalabalık bir alışveriş merkezinde gelip geçenleri sarılmaya davet etmesiyle başlamıştır. Tüm sürecin videosunu YouTube'a yüklemesiyle birlikte, bir anda küresel bir ilgi uyandırmış ve dünyanın dört bir yanında benzer eylemler gerçekleştirilmiş, videolar yüklenmiştir ve günümüzde de hala uygulanmaya devam etmektedir<sup>5</sup>. Free Hugs terimiyle YouTube üzerinde arama yapıldığında dünyanın çok farklı kentlerinde, farklı kültürlerinde gerçekleştirilmiş yüzbinlerce çekime ulaşılabilmektedir. Bu kayıtlar bir yandan sarılmaya verilen tepkiler, beden dili, çekimlerde kullanılan mekanlar, kurulan sosyal ilişkiler, yeme içme alışkanlıklardan, giyinme alışkanlıklarına kadar pek çok bilginin de izlerini taşımaktadır. Özellikle sesin de kaydedildiği yapımlarda katılımcı ile sokaktaki insan arasında geçen diyaloglar, verilen sesli tepkiler de devreye girmektedir.

Beden sosyolojisi, insanın fiziksel yapısı üzerindeki toplumsal etkileri, insan bedeninin toplumsal ilişki ve etkileşimlerdeki etkinliğini, kullanılabilirlik ve işlevselliğini, bireyin sosyalleşmesine katılımını, toplumsal değişme ve sosyal etkileşimlerin beden üzerindeki etkilerini, kültür-beden ilişkilerini, sosyal bir gerçeklik olarak bedeni, özetle beden ile toplumun karşılıklı ilişkilerini inceler (Giddens, 2000: 126, 144). Bedenin toplumsal ilişkilerde, fiziksel bir alan olması, onun iletişimsel varlığının sonucudur. Bu bağlamda denilebilir ki beden iletişimsel bir boyuta sahiptir. John O'neil (1989) bunu ifade etmek üzere iletişimsel beden kavramını kullanmaktadır. İnsanlar bedenleriyle, başka bedenlerle nasıl ilişki kurduklarıyla, başka bedenlerden gelen etkilere nasıl tepki verdikleriyle, kişilerin kendi bedenlerini şekillendirirken kendilerini nasıl tanımladıklarıyla, kimliklerini de ortaya koyarlar. Bu bağlamda Sarılmak Bedava kampanyası son derece güçlü bir bedensel ifadeye dayanmaktadır. Kucaklaşma, fiziksel bir yakınlık biçimi olarak dünya genelinde sevgi, şefkat ve desteğin en yaygın insani göstergelerinden biridir. Kathleen Keating (2001: 11,12), kucaklaşma terapisinin işleyişini açıklarken, dokunmanın, dolayısıyla kucaklaşmanın, kişinin kendisi ve çevresi hakkında daha iyi duygular geliştirmesine yardımcı olduğunu, bu çerçevede çocukların dil gelişimleri ve zekâ düzeylerinin gelişmesini

de son derece olumlu etkilerinin tespit edildiğini belirtmektedir. Kucaklaşmak, hem dokunan hem de dokunulan insanda pek çok ölçülebilir fizyolojik değişimlere neden olurken, kişinin kendisini iyi hissetmesini, yalnızlık duygusunun ortadan kalkmasını, korkuların yok olmasını, duyguların ortaya çıkmasını ve fiziksel varoluşu destekleyerek, ait olma duygusunun artmasını sağlar.

Sarılma dünya genelinde gerçekleştirilen bir fiziksel eylem olmakla birlikte sosyal arenada, farklı kültürlerde farklılıkların olması da kaçınılmazdır. Yüzyıllar boyunca yerleşmiş gelenekler, din, mekanın resmîlik düzeyi, katılımcıların sosyal statüleri, kişilerin yakınlık dereceleri sarılmanın kültürler içinde gerçekleşme ve kabul görme şekillerini de değiştirebilmektedir (Hall, 1966: 157-160). Bu anlamda YouTube'da yer alan, dünyanın dört bir yanından sarılma pratiklerinin görülebildiği Sarılmak Bedava videoları, belge filmler olarak kampanyanın amaçlarının çok dışında bir işlerlik de kazanmaktadır. Buna bir örnek olarak Kasım 2015'de Paris'te gerçekleşen terörist saldırılardan sonra bir Müslüman gencin başlattığı ve Cumhuriyet Meydanı'nda gittikçe artan sayıda katılımcının yer aldığı Sarılmak Bedava eylemleri de verilebilir<sup>6</sup>. Videoda yer alan görsel ve işitsel kayıtların yanı sıra, video ile ilgili yapılan yorumlar da kültürlerarası etkileşim açısından YouTube'un etkin bir arena olarak kullanımını göstermektedir ve belge niteliği taşımaktadır. Dünya çapında uyandırdığı ilgi ve etki, YouTube üzerinde yer alan malzemenin çeşitliliği düşünüldüğünde, Sarılmak Bedava kampanyasıyla ilgili dünya genelini kapsayan herhangi bir belgesel çalışmanın halihazırda yapılmamış olması bu arşivin gözden kaçırılmış olması olarak değerlendirilebilir.

## 5. Sonuç

Her bir YouTube videosunun dolaşıma girdiği andan itibaren, kaydedildiği zaman ve mekana dair veriler taşıyan, bireysel özgünlükleri, farklı kültürlerin özelliklerini, sahnelemekten uzak bir şekilde gündelik yaşamın izlerini taşıyan tarihi bir belge niteliği kazandığını söylemek mümkündür. Bu videolarda yeme içme alışkanlıklarından, giyim kuşama, mekan kullanım alışkanlıklarından, seçilen mekanlar üzerinden şehirlerin temsillerine dair verilere ulaşılabilir. Günlük, sıradan insanın hayatı hiç olmadığı kadar görünürlük kazandıkça sosyal etkileşim hiç olmadığı kadar artmakta ve küresel bir ölçek kazanmaktadır. YouTube herhangi bir videonun arşivinde sonsuza kadar kalacağını garanti etmemekle birlikte bir olasılık vaad etmektedir. Bu arşivin zaman ve mekanın ötesinde bir işlerlik kazanması o arşivin küratörlüğünü yapmayı kimin üstleneceği ile alakalıdır. Bu noktada yine bu zengin malzemeni özgün anlatılarına malzeme yapmak üzere sinemacılar rol üstlenebilirler. Belge filmlerden belgesel filmlere evrilen gerçeklik kurgusunda olduğu gibi. YouTube videolarının tarihi, sosyal ve kültürel kayıtlar olarak özgün bir kurgu için taşıdığı

<sup>5</sup> Sarılmak Bedava (Free Hugs) ile ilgili detaylı bilgi için <http://www.freehugscampaign.org/> Erişim Tarihi: 10.12.2015

<sup>6</sup> 14.02.2016 itibarıyla 2.807.221 tarafından izlenen, 4520 kez yorumlanan video için <https://www.youtube.com/watch?v=IRbbEQkraYg> Erişim Tari: 14.02.2016

potansiyel göz ardı edilmemelidir.

Herhangi birini gerçekten de 'gerçek' haliyle gösteren bir görüntü var mıdır? Bir şeyin kaydedildiği anın ötesindeki bir durumu kaydeden bir görüntü olabilir mi? O görüntünün yakalandığı an geçmişin sadece bir parçasıdır. Ancak, insan eliyle yapılan herhangi bir şeyin özgün gerçeği gibi, bir kere kaydedildikten sonra ebedi olarak öyle kalacaktır. Yani, belge filmler açısından düşünüldüğünde, konu edilen kültürler ve o kültürlerin temsilcileri olarak kamera önünde yer alan kişiler, belirli bir zamanda, belirli bir mekandaki insanlar oldukları göz ardı edilip, zaman ve mekandan, bağlamlarından kopararak genellenme tehlikesiyle karşı karşıyadırlar. YouTube ve benzer sosyal medya araçlarının öz temsillerin sunumu açısından kullanıcılarına sağladığı imkan bu açıdan önemlidir. Film yapan ve filme konu olan arasındaki cam duvar yok olmaktadır. Ayrıca, kendilerine daha önce ana akım medyada yer bulamayan, en marjinal sosyal oluşumların ya da grupların dahi görünürlük kazandığı bu meca bağımsız sinemacılar açısından da zengin malzeme sunmaktadır. İnteraktif bir yapıda, genel erişime açık görüntüler, bütçe, coğrafi sınırlamalar, ekipman gereklilikleri gibi engeller olmadan film üretimi için bir imkan doğurmaktadır. Ayrıca geleneksel methodlarla çok daha büyük bütçelerle gerçekleştirilebilecek, proje takvimini uzatacak, ciddi bir emek gerektirecek çeşitlilikte malzeme dünyanın dört bir yanından kolaylıkla katılımlı yapı sayesinde temin edilebilmektedir.

Herhangi bir videonun yapım ve paylaşımındaki orijinal niyetin ötesinde, taşıdığı sosyal, kültürel veriler böylesi küresel bir ağa ulaşmış aracın kültürlerarası etkileşimin de önemli araçlarından biri haline gelmesini doğurmaktadır. Bloom'un (2013:118) da belirttiği üzere, medya okuryazarlığının temel prensiplerinden biri olan farklı bakış açılarına açık olmaktır ki, Sarılmak Bedava gibi kampanyalar çerçevesinde dünyanın dört bir yanından ortak bir mesaj, amaç ile yola çıkmış insanların ürettikleri videolar, bu videolara yapılan yorumlar bu prensibin işlerlik kazanması açısından önemli bir pratik alanı sağlamaktadır. Dolayısıyla YouTube'ü sadece eğlence, sıradan video paylaşımı ve tüketimi olarak ele almaktansa, yeni amaçların, yeni yayınların ve yeni bilginin karmaşık sistemi olarak okumak yerinde olur. Bir arşiv ve kültürlerarası etkileşimde önemli bir alan olarak, sosyal bilimler ve görsel-işitsel malzeme temelinde işlediği için sinema, özellikle de belge filmlerin kurgusuna dayanan yapısıyla belgesel sinema açısından takip edilmeli ve değerlendirilmelidir. Bu anlamda Sarılmak Bedava kampanyası halihazırda beklemektedir.

## Kaynakça

- BAKHTIN, M.** (2001). Karnavaldan Romana. Derleyen: Sibel Irzik, Ayrıntı Yayınları.
- BARBASH, I.** (1997). Cross-cultural Filmmaking: A handbook for Making Documentary and Ethnographic Films and Videos, Berkeley: University of California Press.
- BARNOUW, E.** (1993). Documentary: A History of the Non-Fiction Film, New York: Oxford University Press.
- BLOOM, K., & JOHNSTON, K. M.** (2013). Digging into YouTube Videos: Using Media Literacy and Participatory Culture to Promote Cross-Cultural Understanding. *Journal of Media Literacy Education*, 2(2), 3.
- BOWKER, G.C.** (2005). *Memory Practices in The Sciences*. Cambridge, MA: MIT Press.
- CASTELLS, M.** (1997). An Introduction to The Information Age, *City*, 2:7, s.6-16.
- CHOMSKY, N.** (1997). What Makes Mainstream Media Mainstream. *Z Magazine*, 10(10), 17-23.
- FOUCAULT, M.** (2011). *Özne ve İktidar: Seçme Yazılar 2*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- GEHL, R.** (2009). YouTube as Archive: Who Will Curate This Digital Wunderkammer?. *International Journal of Cultural Studies*, 12(1), 43-60.
- GIDDENS, A.** (2000). *Sosyoloji*. H. Özel, C. Güzel (çev.). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- GODMILLOW, J.** "How real is the reality in documentary film?" In *Conversation with Ann-Louise Shapiro*. <http://www.nd.edu/~jgodmilo/reality.html>, Erişim Tarihi: 10.12.2015.
- HARTLEY, J.** (2008). YouTube, Digital Literacy and The Growth of Knowledge. In: *Media, Communication and Humanity Conference 2008 at LSE*, 21-23 September 2008, London. <http://eprints.qut.edu.au/18013/1/c18013.pdf>, Erişim Tarihi: 25.12.2015.
- KATHLEEN, K.** (2001), *Kucaklaşma Terapisi*, Cem Şen(çev.). İstanbul: Dharma Yayınları.
- KARAKAS, F.** (2009). Welcome to World 2.0: The New Digital Ecosystem. *Journal of Business Strategy*, 30(4), s.23-30.
- LANGE, P. G.** (2011). Video-Mediated Nostalgia and The Aesthetics of Technical Competencies. *Visual Communication*, 10(1), s.25-44.
- LUTZ, C. A., J. L. Collins.** (2004). National Geographic'i Doğru Okumak. *Mefku-*

re Bayatlı(çev.), İstanbul: Agora Kitaplığı.

**NICHOLS, B.** (2001). Introduction to Documentary. Bloomington: Indiana University Press.

**MANOVICH, L.** (2001). The Language of New Media. MIT press.

**METZ, C.** (1982). Psychoanalysis and Cinema, London: The Mc Millan Press.

**MUTLU, E.** (2004). İletişim Sözlüğü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

**O'NEIL, J.** (1989). The Communicative Body Studies in Communicative Philosophy, Politics, and Sociology. Evanston: Northwestern University Press.

**ÖCEL, N.** (2005). Belgesel Film Üstüne Yazılar. Ankara: Babil Yay.

**HALL, E. T.** (1966). The Hidden Dimension. New York: Doubleday.

**ROTHA, P.** (2000). Belgesel Sinema. İbrahim Şener(çev.). İstanbul: İzdüşüm Yay.

**SARTORI, G.** (2004). Görmenin İktidarı, Homo Videns: Gören İnsan. Gül Batuş ve Bahar Ulukan (çev.), İstanbul: Karakutu Yayınları.

**URICCHIO, W.** (1995). Archives and Absences. Film History, 7, s.256–263.

## İÇERİK ÜRETİMİNDE VE SUNUMUNDA KULLANICI KATILIMI VE İLETİŞİM SÜRECİNİN DEĞİŞİMİ

Aylin AYDOĞAN\*

### ÖZET

İnternet, 1990'ların başından itibaren sivil kullanıma açılması ve ticarileştirilmesi, kullanımının yaygınlaşması gibi gelişmelerle birlikte medya içeriğinin sunumu için yeni bir mecra olarak belirmiş ve hızla bu amaçla kullanılmaya başlamıştır. Diğer taraftan yeni iletişim teknolojilerinin iletişim sürecine kullanıcı katılımını ve etkileşimi artırdığı ve daha katılımcı ve demokratik bir iletişim ortamını sağladığı da belirtilmiştir. Bu çalışmada iletişim sürecindeki kullanıcı katılımı ve etkileşim bu beklenti çerçevesinde değerlendirilmiştir. Yazının sonuç bölümünde de etkileşimli gazetecilik ve katılımcı gazetecilik pratiklerinin sınırlılıkları tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Weblog, Web 2.0, Katılımcı Gazetecilik, Etkileşimli Gazetecilik, Etkileşim

### USER PARTICIPATION IN THE CONTENT PRODUCTION AND DISTRIBUTION AND CHANGING OF COMMUNICATION PROCESS

### ABSTRACT

Internet, with the advances such as availability for public use, commercialization and access by wider audiences, emerged as a new medium for distribution of media texts and immediately began to be used for this purposes. On the other hand new communication technologies are considered as the best way of user participation and interaction in the communication process and it is claimed that this can bring a new, more participatory and democratic communication environment. In this study user participation and interaction in the communication process are analyzed. In the conclusion part some of the practical limitations of interactive journalism and participatory journalism are also discussed.

**Keywords:** Weblog, Web 2.0, Participatory Journalism, Interactive Journalism, Interactivity

\* Arş. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, aaydogan@media.ankara.edu.tr