



İŞ BİRLİĞİNE DAYALI İNTERAKTİF

BELGESELLERDE

TOPLULUK

Yüksek Lisans Tezi

Özge YILDIZ

Eskişehir 2023

İŞ BİRLİĞİNE DAYALI İNTERAKTİF BELGESELLERDE TOPLULUK

Özge YILDIZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sinema Televizyon Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Nazmi ULUTAK

(İkinci Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ersan OCAK)

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Haziran 2023

ÖZET

İŞ BİRLİĞİNE DAYALI İNTERAKTİF BELGESELLERDE TOPLULUK

Özge YILDIZ

Sinema Televizyon Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2023

Danışman: Prof. Dr. Nazmi ULUTAK

(İkinci Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ersan OCAK)

İnteraktif belgesellerin var olma imkanını oluşturan dijital teknolojilerin belgesel için yeni bir form oluşturma potansiyeli taşıdığı anlaşılmaktadır. İnteraktiflik türleri, topluluk oluşturma biçimleri ve iş birliği stratejileri bağlamında bakıldığında, dijital teknolojiler belgesel için yeni stratejiler ve yöntemler sağlamaktadır. İş birliğine dayalı interaktif belgesellerde, belgeselin konusunu oluşturan özneler tek yapımcı tarafından temsil edilmemekte, projenin konusunu oluşturan özneler projenin içeriğine ve/veya yapım aşamalarına müdahale edebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, interaktif belgesel türlerinden iş birliğine dayalı interaktif belgesellerde topluluğun rolünü incelerken, topluluk oluşturma biçimlerini ve projelere olan etkisini ortaya koymaktır. Çalışmada örneklem olarak incelenen projeler aynı amaç etrafında bir araya gelmiş bir insan grubunu yani topluluğu, kendi çevresinde oluşturma gücüne sahiptir. Projelerin belgesel sinema tarihi içindeki dönüştürücü potansiyelini anlayabilmek için öncelikle topluluklarla kurdukları ilişkiyi anlamak önemlidir. Topluluğu odağına alan iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin dört örneği aracılığıyla topluluğun projelerdeki konumunun analizi, bu alanda yapılan çalışmalara katkı sağlaması ve belgeselleri görünür kılması sebebiyle önem taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: İnteraktif belgesel, Topluluk, İş birliği, Dijital medya

ABSTRACT

COMMUNITY IN COLLABORATIVE INTERACTIVE DOCUMENTARIES

Özge YILDIZ

Department of Cinema and Television

Anadolu University Graduate School of Social Sciences, June 2023

Supervisor: Prof. Dr. Nazmi ULUTAK

(Co- Supervisor: Dr. Ersan OCAK)

It is understood that digital technologies, which create the possibility of interactive documentaries, have the potential to create a new form for documentary. In terms of types of interactivity, forms of community building, and collaborative strategies, digital technologies provide new strategies and methods for documentary. In collaborative interactive documentaries, the subjects forming the topic of the documentary are not represented by a single producer, and the subjects forming the topic of the project can interfere with the content and/or the production stages of the project.

The aim of this study is to reveal the forms of community building and its impact on projects while examining the role of the community in collaborative interactive documentaries, one of the interactive documentary genres. The projects examined as a sample in the study have the power to create a group of people, namely the community, gathered around the same goal in their own environment. In order to understand the transformative potential of projects within the history of documentary cinema, it is important to understand the relationship they establish with communities. The analysis of the community's position in projects through four examples of collaborative interactive documentaries that focus on the community is important as it contributes to the work done in this field and makes the documentaries more visible.

Keywords: Interactive documentary, Community, Collaboration, Digital media

İÇİNDEKİLER

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLO/ÇİZELGELER DİZİNİ	viii
GÖRSELLER DİZİNİ.....	ix
GİRİŞ	1
1. YENİ BİR FORM OLARAK İNTERAKTİF BELGESEL	2
1.1. Yeni Medya	2
1.1.1. Dijitalleşme ve dijital kültür	3
1.1.2. Dijitalleşme ve yeni medya	4
1.2. İnteraktif Belgeselin Yeni Bir Form Olarak Doğuşu	8
1.2.1. Geleneksel belgesel	8
1.2.2. İnteraktiflik	11
1.2.2.1. Kullanıcıdan kullanıcıya interaktiflik.....	13
1.2.2.2. Kullanıcıdan belgeye interaktiflik.....	14
1.2.2.3. <i>Kullanıcıdan sisteme interaktiflik</i>	15
1.3. İnteraktif Belgeseli Tanımlama Girişimleri	16
1.4. İnteraktif Belgeselde Sınıflandırmalar	20
2. İŞ BİRLİĞİNE DAYALI İNTERAKTİF BELGESELLER.....	23
2.1. Dijital İş Birliği	24
2.1.1. İş Birliği Kavramı	24
2.1.2. Dijital İş Birliği Stratejileri.....	27
2.2. Dijital Topluluk Ağları.....	29
2.2.1. Topluluk Kavramı	30
2.2.2. Topluluk Medyası.....	32
2.2.3. Katılımcı Medya ve Müdahaleci Medya.....	33
2.2.4. Dijital Gazetecilik	36
2.3. İş Birliğine Dayalı İnteraktif Belgeselleri Tanımlama Girişimleri.....	41
3. İŞ BİRLİĞİNE DAYALI İNTERAKTİF BELGESELLERDE TOPLULUK	43

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	43
3.2. Araştırmanın Yöntemi.....	44
3.3. Analiz Kategorilerinin Belirlenmesi	45
3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	46
3.5. Örnek Projelerin Analizi	48
3.5.1. <i>A Short Story of the Highrise</i>	48
3.5.2. <i>Southeast Chicago Archive and Storytelling Project</i>	56
3.5.3. <i>Points of View</i>	63
3.5.4. <i>The DNA Project</i>	68
SONUÇ	74
KAYNAKÇA	76
ÖZGEÇMİŐ	

TABLO/ÇİZELGELER DİZİNİ

Tablo 1.1. Dijital interaktif belgesellerde etkileşim modları.....	20
Tablo 3.1. İnteraktiflik türleri	46
Tablo 3.2. İş birliği stratejileri	46
Tablo 3.3. Topluluk türleri	46
Tablo 3.4. A Short Story of the Highrise belgeselinin analizi.....	49
Tablo 3.5. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project belgeselinin analizi	56
Tablo 3.6. Points of View belgeselinin analizi.....	63
Tablo 3.7. The DNA Project belgeselinin analizi.....	68



GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 3.1. A Short Story of the Highrise birinci bölüm açılışı	49
Görsel 3.3. A Short Story of the Highrise yorum sayfası.....	51
Görsel 3.4. A Short Story of the Highrise keşfet butonu.....	52
Görsel 3.5. A Short Story of the Highrise keşif sayfası	52
Görsel 3.5. A Short Story of the Highrise son bölüm.....	53
Görsel 3.6. A Short Story of the Highrise fotoğraf notları	53
Görsel 3.7. A Short Story of the Highrise fotoğraf galerisi.....	54
Görsel 3.8. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project açılış sayfası	57
Görsel 3.9. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project ana sayfa bölümü.....	58
Görsel 3.10. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project arşiv filtreleme.....	58
Görsel 3.11. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project arşiv kürasyonu	59
Görsel 3.12. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project tarih cetveli.....	59
Görsel 3.13. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project arşiv ikonu.....	60
Görsel 3.14. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project iletişim formu.....	61
Görsel 3.15. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project Facebook grubu.....	61
Görsel 3.16. Points of View açılış ekranı	64
Görsel 3.17. Points of View harita	65
Görsel 3.18. Points of View ön izleme.....	65
Görsel 3.19. Points of View video serileri	66
Görsel 3.20. Points of View filtre seçimi	66
Görsel 3.21. The DNA Project açılış sayfası.....	69
Görsel 3.22. The DNA Project zaman çizelgesi	70
Görsel 3.23. The DNA Project video içeriği	70
Görsel 3.24. The DNA Project yorumlar.....	71
Görsel 3.24. The DNA Project parçalar	72
Görsel 3.24. The DNA Project diğer filtreler	72

GİRİŞ

Yaşadığımız çağdaki medya üretimlerinin önemli bir bölümünde etki sahibi olan dijital teknolojiler teknik anlamda yol açtığı dönüşümlerin yanı sıra yeni bir üretim ve tüketim kültürü de yaratmıştır. Temel özelliği katılım ve tüketicinin değer üretebilmesi olan Web 2.0'ın biçimlendirdiği dijital kültür, farklı üretim alanlarında etkileşim ve iş birliği için alan açmıştır. Dijital teknolojinin mekân ve zaman sınırlarını ortadan kaldırmasıyla, bu üretim alanlarındaki etkileşim ve iş birliği imkanları yaygınlaşarak kolaylaşmıştır. Belgesel de diğer medya üretim alanları gibi bu dönüşümden etkilenmekte ve yeni üretim ve tüketim araçları imkanlarından faydalanarak farklı form denemeleriyle alanını genişletmektedir. Bu yeni formlardan biri olan interaktif belgesel, yeni medya belgeseli, web belgeseli veya i-doc gibi farklı isimlendirmelerle anılmaktadır. Bu çalışmada kullanıldığı adıyla interaktif belgesel için literatürdeki temel tartışmalar kategorileştirme problemiyle ilgilidir. Temel unsurlarında çoklu yaratımı ve etkileşimi barındıran interaktif belgesel yaratıcılarının, dijital medya ve belgesel alanlarını birleştirdikleri girişimler kategorileştirme tartışmaları devam etmekte olan bu yeni form için cesurca bir girişim olarak kabul edilebilir.

İnteraktiflik ya da diğer adıyla etkileşim, iş birliği ve topluluk dijital teknolojilerin çok daha öncesine dayanan kavramlardır. Ancak, dijital teknolojiler bağlamında, bu kavramları yeniden incelemek, ortaya çıkan yeni imkân ve stratejiler sebebiyle zorunlu hale gelmiştir. Bu çalışmanın odağını oluşturan iş birliğine dayalı interaktif belgeseller, çalışmaların öznelerinden de oluşabilen topluluklardan öğrenen ve onlarla birlikte yaratılan belgesellerdir. Geleneksel belgeseldeki katılımcı türünden farklı olarak bu toplulukları bir araya getiren dijital platformlar, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin temel odağını oluşturmaktadır. Topluluğun nasıl konumlandırıldığı, birlikte yaratma ve iş birliği süreçlerinin nasıl yapılandırıldığı ve hangi etkileşim türlerinin tercih edildiği bu yeni formun temel unsurlarını anlamak için önemli çıkarımlar sağlamaktadır. Buna bağlı olarak, çalışmanın temel problemi, projelerin öznesi olan topluluklarla nasıl bir iş birliği kurulduğudur. Temel problemden yola çıkarak çalışmanın amacı, interaktif belgesel biçimlerinden iş birliğine dayalı interaktif belgesellerde topluluğun rolünü incelerken, topluluk oluşturma biçimlerini ve projelere olan etkisini ortaya koymak olarak belirlenmiştir.

Geleneksel belgeselden farklı olarak toplulukla, yeni iş birliği ve interaktiflik olanakları ortaya koyan iş birliğine dayalı interaktif belgesel, bu olanakların nasıl kullanıldığıyla ilgili yeni sorular getirmektedir. Farklılaşan iş birliği biçimlerini, dijital medya ve interaktif belgesel literatürü bağlamında incelemek bu soruları cevaplamak adına alan açması ve yaratıcılarının cesur girişimlerini görünür kılması bakımından önem taşımaktadır.

Çalışmada, iş birliğine dayalı interaktif belgesel projelerinden dört örnek örneklem olarak seçilmiştir. Örneklemdeki projeler, nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Literatürdeki çeşitli düşünürlerin çıkarımları ve sık kullanılan kavramlar üzerinden oluşturulan kodlarla analiz kategorileri oluşturulmuştur. Analiz kategorileri, projelerin içerdiği interaktiflik türü, kullanılan iş birliği stratejileri ve odaklanılan topluluk türü olarak ayrılırken, bu kategorilerin çalışmanın temel problemine cevap oluşturacak nitelikler taşımasına dikkat edilmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde, yeni bir form olarak interaktif belgesel, yeni medya başlığı altında dijitalleşme ve dijital kültürün gelişimi soy kütüğü olarak alınarak incelenmiş, interaktiflik kavramının dijital ortamdaki kavramsallaştırması ele alınmış ve interaktif belgesel literatüründeki tanımlama ve sınıflandırma girişimlerine yer verilmiştir. İkinci bölümdeyse, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin temel unsurlarını oluşturan, dijital iş birliği ve dijital topluluk ağları incelenerek iş birliğine dayalı interaktif belgesel için tanımlama girişimlerine yer verilmiştir. Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümde, araştırmanın analiz kategorileri ve belirlenen kodlar verilerek, örnekleme oluşturan projeler bu kodlar bağlamında analiz edilmiştir.

1. YENİ BİR FORM OLARAK İNTERAKTİF BELGESEL

1.1. Yeni Medya

21. yüzyılda yaygınlaşan dijital teknolojiler, medyanın üretim, tüketim ve dağıtım alanlarının tümünü doğrudan etkilemiştir. Bilgisayar ve internet temelli teknolojilerin medyayla kesişmesi ise yeni medyayı ortaya çıkarmıştır. Yeni medya belgeseli olarak da adlandırılan interaktif belgeseli ve belgesel projeleri dahilindeki dijital iş birliği stratejileriyle dijital topluluk ağlarını anlayabilmek için, dijital kültürü ve onun bir parçası olan yeni medyayı anlamak bu çalışmanın bütünselliği açısından önem teşkil etmektedir.

Bu sebeple, çalışmanın ilk bölümünde, dijitalleşme kültürüne ve yeni medyaya tarihsel ve kavramsal perspektifler üzerinden değinilmiştir.

1.1.1. Dijitalleşme ve dijital kültür

Dijital dendiğinde, akla ilk olarak 1 ve 0'lardan oluşan sayısal kodlar gelmektedir. Bilgisayar teknolojisinin temel verisini oluşturan bu kodlar sayesinde oluşturulmuş ağlar, yani internet, dijitalleşmenin bir sonucu olarak doğmuştur. Gere, (2019) dijitali şöyle tanımlamaktadır.

“Dijital sözcüğü teknik olarak ayırık elemanlar halinde bulunan veriye atfen kullanılır. Dijital olandan söz etmek, metonimik olarak, sanal simulacranın yani imgelerin tüm derinliklerine, anlık iletişime, her yerde bulunan medyaya ve çağdaş deneyimlerimizin çoğunu oluşturan küresel bağlantıya çağrı yapmaktır (Gere, 2019, s.17)”.

Teknik olarak ikili kodlar üzerinden veri aktarımı şeklinde özetlenebilecek dijital kavramının kültürel yansıması üzerine birçok iletişimci çalışmıştır. Sütçü, (2012) dijitalleşmenin en önemli fonksiyonunun, “nesneleri sanallaştırması, çoğaltabilmeye ve elektronik ağlar üzerinden iletebilmeye olanak tanınması” olduğunu belirtmiştir. Aynanda birden fazla verinin coğrafi mevcudiyetten bağımsız şekilde iletilebilmesi, dijitalleşmenin zaman ve mekânı önemsizleştirmesi anlamına gelmiş, bu da kültürel etkilerine temel hazırlayan dönüşümlerden biri olmuştur. Medya teorisyeni Marshall McLuhan, bu temel dönüşümü 1962 senesinde haber verirken şöyle söylemiştir:

“Ama kesin olan bir şey var ki, o da, elektromanyetik keşiflerin, bütün insani ilişkilerde eşzamanlı "alan"ı yeniden yaratmış olduğudur; öyle ki, insan ailesi artık "küresel bir köy" koşulları altında yaşamaktadır. Şu anda biz kabile davullarıyla çınlayan tek bir büzüşmüş uzayda yaşıyoruz (McLuhan, 2014, s.55)”.

Dijitalleşmenin getirdiği yenilikler, Charlie Gere tarafından da bir kültürel dönüşüm olarak yorumlanmıştır. Ona göre dijital kültür, teknoloji içinde somutlaşan düşünme ve yapma biçimlerini ifade eder (Gere, 2019, s.13). Dijitalleşmeyi kültürel dönüşüm üzerinden yorumlayan bir diğer düşünür van Dijk, dijital kültürü dört ana başlık altında incelemiştir. Bunlar, önceden programlama ve yaratıcılık, parçalanma ve kolaj, kullanıcı üretimi ve son olarak görselleştirme ve hızlanmadır (van Dijk, 2006, s.191-197). van Dijk'ın çıkarımlarına bakacak olursak, dijital araçların, önceden programlanan ve dolayısıyla yaratmak için gerekli gücün bir kısmının otomatikleştiği ancak içindeki kültürel materyalin üzerinde çalışılabilen araçlar olduğunu anlayabiliriz. Söz konusu

materyal, analogdan farklı şekilde, sınırsız olarak bölünüp parçalanabilmektedir. Kullanıcı üretimi, izleyiciyi veya alıcıyı hem kullanıcıya dönüştürmüş hem de ona üretme imkânı vermiştir. Sanat söz konusu olduğunda, Web 2.0 olarak bilinen internet hizmetinin sağladığı bu imkân, yeni amatör sanatçılara ses verilmesini sağlamıştır. Herkesin üretebilmesi ve zaman ve mekânın da önemsizleşmesiyle, üretim hızlanmış ve nicelleşmiştir. Ekranların sayısının arttığı ve her yere taşındığı dijital kültürde, birden fazla imajı aynı yerde görmemiz mümkün hale gelmiştir.

Dijitalleşmenin sonucu olarak görülen temel dönüşüm, sanat ve medya alanıyla ilgilidir. İzleyicilerin artık pasif konumdan aktif konuma geçtiği ve sanat üretme imkanının hem maddi hem de kültürel sebeplerle kitlelere yayılabildiği dijital kültür için, Jenkins katılıma vurgu yapar ve “bazılarının medya ürettiği ve çoğunluğun medyayı tükettiği bir dünyadan, üretilen kültürde herkesin daha aktif pay sahibi olduğu bir dünyaya doğru ilerliyoruz” diye belirtir (Jenkins, 2009, s.12).

Monaco da bu dönüşümü şöyle anlatır:

“1950’lerde ve 1960’larda kutsanan “tüketici,” yerini 1980’lerde ve 90’larda “kullanıcı”ya bırakıyordu. Tüketici 20. yüzyılın ilk yarısının büyük sanayicileri için pasif ve itaatkâr müşteri olmuştu; kullanıcı ise 21. yüzyılın aktif, bağımsız ve talep eden müşterisiydi. 1960’larda “İktidar Halka” sloganıyla yürürken, bu iktidarın politikadan ve ekonomiden çok sanat dallarında ve iletişim alanın-da sağlanabileceğini pek bilmiyorduk (Monaco, 2002, s.493)”.

Anlaşılabacağı üzere, dijitalleşme ve onunla birlikte gelen dijital kültür, sadece teknik bir dönüşüm değil, sanat alanından gündelik hayata kadar taşınan bir kültürel dönüşüme sebep olmuştur.

1.1.2. Dijitalleşme ve yeni medya

Dijitalleşmenin bir parçası olan Web 2.0 olarak bildiğimiz internetin sosyal ağ olarak da anılabilmesi, kişiler ve cihazlar arasında çift yönlü bir etkileşimi mümkün kılmasından dolayıdır. Bu çift yönlü etkileşim imkânı, geleneksel medyaya yeni bir boyut kazandırmıştır. Yeni medyada yeni olanın ne olduğu sorusuna Sütçü, (2012) “yeni kavramı, iletişim ortamlarını sadece kronolojik olarak sınıflama görevi görmez. Fakat aynı zamanda, onların etkileşim ve kontrol açısından yükselen düzeyini de ifade eder.” ifadeleriyle bir yorum getirmiştir.

İnternetin temellerinin atılışı, sosyal ağ, etkileşim, demokratikleşme gibi motivasyonlar taşımamaktadır. 1969’da ABD’de askeri amaçlarla oluşturulan ARPANET’in bugünkü World Wide Web’e dönüşmesi yaklaşık 20 sene sürmüştür. Globalleşen ve genel kullanıcı düzeyine yayılan internet, ütöpik bir buluş olarak görölmüştür. Time gazetesinin 1995 senesinde çıkan özel sayısındaki yorumlar, bu sosyal ağdan beklentileri göstermektedir.

“İnternet, aksine, açık (müseccel değİL) ve son derece demokratik. Kimse sahip değİL. Tek bir kuruluş onu kontrol etmez. 4,8 milyon son derece bağımsız üyeye sahip bir komün gibi yönetilir. Ulusal sınırları aşar ve hiçbir hükümdara cevap vermez. Kelimenin tam anlamıyla kanunsuzdur... Zenginlik, güç, güzellik ve sosyal statünün dış tuzaklarından sıyrılan insanlar, internetin siber uzayında yalnızca fikirlerine göre yargılanma eğilimindedir. (Time, özel sayı, Mart 1995’ den aktaran Flichy, 2006, s.192)”.

Web 2.0’ın ve yeni medyanın karşıladığı beklentiler başka bir tartışmanın konusu olsa da, yeni medyanın bu dijitalleşmenin doğrudan bir parçası olduğu ve getirdiği yeniliğin, iletişim teorileri alanındaki birçok yazarın ilgisini çektiği söylenebilir.

Altunay, (2011) yeni medyayı şöyle tanımlar:

“Yeni medya kavramını bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan bireysel ve kitle iletişim ihtiyaçlarının çift yönlü ve anında gerçekleşmesine olanak tanıyan, kişi ya da kurumların zaman ve mekan sınırı olmadan farklı iletişim süreçlerini yönetebilmesi için çevrimiçi kalabilmelerini sağlayan sayısal çağdaş iletişim araç ve ortamlarının tümü (tablet bilgisayarlar, çok işlevli cep telefonları, taşınabilir iletişim araçları, ağ ortamına bağlanabilen tümleşik cihazlar vb.) olarak tanımlanabilir (Altunay, 2011’ den aktaran Altunay, 2012, s.14)”.

Geniş kapsamlı bu tanıma ek olarak, Altunay, (2012) yeni medyanın karakteristiklerinin sayısal dönüşüm, zaman ve mekândan sınırsız iletişim olanakları, kişiselleştirebilme, yöndeşme, ağ erişimi, etkileşimlilik, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık olduğunu belirtir. Bu tanımdan, yeni medyanın sayısallığına, etkileşim ve erişim olanağına ve mekân ve zaman sınırlarından bağımsız olarak çok sesliliğe imkân tanıdığını anlayabiliriz. Üretim ve kontrolün tek bir yaratıcı veya yapımcıdan çıkmadığı yeni medya araç ve ortamları, hem medya hem de sanat üretiminde dijital iş birliğine dayalı, çoklu kontrol noktalarına sahip üretim süreci için bir alan yaratmıştır.

Lev Manovich, yeni medyanın beş temel ilkesini, sayısal temsil (numerical representation), modülerlik (modularity), otomasyon (automation), değişkenlik

(variability) ve kod çevrimi (transcoding) olarak sıralamaktadır (Manovich, 2001, s.49-66). Bu temel ilkeler aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Sayısal temsil: Tüm yeni medya nesneleri matematiksel olarak tanımlanabilen dijital kodlardan oluşur. Algoritmik olarak manüpile edilebilen, fotoğraf veya gibi gibi tüm yeni medya içeriklerinin matematiksel bir fonksiyon kullanılarak biçimleri değiştirilebilir. Yani tüm yeni medya içerikleri programlanabilir.

Modülerlik: Yeni medyanın fraktal yapısı olarak da adlandırılan bu ilke, yeni medya nesnelerinin, aynı yapıya sahip farklı ölçeklerde, bağımsızlıklarını kaybetmeden var olabilmesini ifade eder. Piksellerin bir araya gelmesi veya imajların bir araya getirilerek filmi yaratması gibi, her parça kendi yapısını koruyarak daha büyük bir nesne için ölçeklendirilebilir. Her parçanın ayrıca depolanabilmesi yoluyla oluşan imkanla, her biri ayrıca kullanılmaya devam edilebilir. Word dosyasına eklenen bir video, bağımsızlığını koruyarak, her zaman yeniden düzenlenebilir.

Otomasyon: Ortamın sayısal olarak kodlanması (ilke 1) ve bir ortam nesnesinin modüler yapısı (ilke 2), ortam oluşturma, işleme ve erişimle ilgili birçok işlemin otomatikleştirilmesine izin verir. Böylece insan kasıtlı olarak, en azından kısmen, yaratıcı süreçten çıkarılabilir. Bir sinema filminde yapay zekayla üretilebilen insan kalabalıkları veya bir görselin kontrastını görsel manipülasyonu programlarıyla artırmak gibi, kullanıcı, çeşitli şablonları veya önceden programlanmış kodları kullanarak yaratıcı sürecin bir bölümünü otomatikleştirebilir.

Değişkenlik: Yeni bir medya nesnesi bir defada sabitlenmiş bir şey değildir, farklı, potansiyel olarak sonsuz versiyonlarda var olabilir. Bu, ortamın sayısal olarak kodlanmasının (ilke 1) ve bir ortam nesnesinin modüler yapısının (ilke 2) başka bir sonucudur. Yeni medya nesnesi, özdeş kopyalar yerine, birçok farklı sürüm şeklinde yaratılabilir. Bu sürümler, bir insan yazar tarafından yaratılmak yerine, genellikle kısmen bir bilgisayar tarafından otomatik olarak bir araya getirilir. (Web tasarımcıları tarafından oluşturulan şablonlar kullanılarak veri tabanlarından otomatik olarak oluşturulan Web sayfalarının daha önce alıntılanmış örneği burada da kullanılabilir.) Dolayısıyla, değişkenlik ilkesi otomasyonla yakından bağlantılıdır.

Kod çevrimi: Yeni medyanın bilgisayar temelli olması ve sayısal temsil ilkesi, medya nesnelerini bilgisayar verilerine dönüştürmektedir. Bu dönüşüm kültürel katmanda da etkili olmuştur. Yeni medyada, bir nesnenin kod çevrimi yapmak onun formatını

değiştirmek anlamına gelmektedir. Bir dosyanın JPEG formatından PDF formatına dönüştürölmesi gibi költürün bilgisayarlaştırılması, kademeli olarak tüm költürel kategoriler ve kavramlarla ilgili olarak benzer kod dönüştürmeyi gerçekleştirir. Bu etki, medya teorileri adlandırmasından yazılım teorileri adlandırmasına geçilmesine sebep olmuştur.

Yeni medyanın karakteristik özelliklerini, bütünleştirme, interaktiflik ve dijital kod olarak sıralayan van Dijk, (2006) medyadaki bu dönüşümü iletişim alanındaki bir devrim olarak adlandırır. Yazarın belirlediği üç karakteristik özellik aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Bütünleştirme: Yeni medyanın yapısal olarak en önemli özelliği, bütünleştirme yani entegrasyon kabiliyetidir. Telekomünikasyon, veri iletişimi ve kitle iletişimi tek kanalda bir araya getirilmiştir. Bu bir araya getirme süreci sebebiyle yeni medya genellikle multimedia olarak adlandırılmaktadır.

İnteraktiflik: Yeni medyanın ikinci yapısal özelliği olan interaktiflik, en basit haliyle bir etki ve tepki sekansı olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, iletişimdeki kontrol düzeyine bağlı olarak interaktiflik özelliği dört seviyeye ayrılmıştır. Etkileşim ve kontrol düzeyinin en düşük olduğu, iletişimin sadece çift yönlü kalmasından ibaret olan seviye uzam seviyesidir. Zaman seviyesi olan ikinci seviye interaktiflikte, etkileşimin senkronize şekilde eř zamanlı olması önemlidir. Üçüncü seviye olan davranışsal seviyede, alıcı ve gönderici daha fazla kontrol sahibidir ve rollerini değiştirebilir. Etkileşimin anlam ve bağlamının kavranabildiği dördüncü seviye olan zihinsel seviye ise interaktifliğin en yüksek olduğu seviye olarak tanımlanmıştır.

Dijital kod: Yeni medyanın teknik özelliği olarak bahsedilen dijital kod, bilgisayar temelli teknolojiye referanstır. Her türlü bilgi ve iletişim nesnesinin 1 ve 0'lar şeklinde çözümlenebilen ikili kodlara çevrilebileceğini ifade eder.

Medya teorisyenleri, yeni medyayı dijitalleşmenin teknik özelliklerinden bağımsız düşünemezken, bu yeniliği sadece teknolojik evrimsel bir süreç olarak da yorumlamamışlardır. Anlaşılacağı üzere, yeni medyada yeni olanın költürel alanda da karşılığı bulunmaktadır. Bu karşılık, bilgisayar kullanıcısı odağa alınarak yorumlanmış, yeni medya içerik üreticisi de öncelikle dijital teknolojilerle olan ilişkisi bağlamında ele alınmıştır.

Birçok sanatçı için yeni bir ortam sunan yeni medya platformları, belgeselciler için de yeni bir oyun alanı sunmaktadır. Özellikle interaktif belgesel için yeni medyanın yarattığı imkanlar düşünüldüğünde, bu yeni formu, dijitalleşme kültürü ve yeni medyanın kurucu unsurlarından bağımsız ele almanın mümkün olamayacağı anlaşılabılır.

1.2. İnteraktif Belgeselin Yeni Bir Form Olarak Doğuşu

Günümüzde de tanımı ve sınıflandırması üzerinde çalışılan bulanık bir form olan interaktif belgesel, araştırmacılar tarafından belgesel filmin evrimiyle oluşan bir devam formu veya tamamen yeni bir form olarak görülmektedir. Yeni medya belgeseli, web belgeseli veya i-doc gibi isimlendirmelerle de anılan interaktif belgesel için temel ortak varsayım, izleyiciyi etkileşim aracılığıyla kullanıcıya dönüştürmesidir. Sınırları belirlenememiş ve değişken olması Gaudenzi'nin, (2013) “yaşayan belgesel” tanımına uygun olsa da yapılan tanımlama ve sınıflandırma çalışmalarını incelemek interaktif belgeselin ne olmadığını ve temel yapısal özelliklerini anlamak için önem taşımaktadır. Bu bölümde, alandaki çalışmalarda en yaygın şekilde kullanılan “interaktif belgesel” isimlendirmesi kullanılarak bu yeni form, temel yapısal özellikleri ve sınıflandırılma çeşitleri üzerinden değerlendirilecektir.

1.2.1. Geleneksel belgesel

Belgeselin tanımı, Flaherty'nin *Kuzeyli Nanook* (1922) filminden beri üzerinde çalışılan ve hala araştırmacılar tarafından çalışılmakta olan bir kapsama sahiptir. Bu çalışma kapsamında geleneksel belgesel tanımı, klasik doğrusal anlatıya sahip olan ve izleyicisiyle dijital ortamda bir etkileşime girme çabasında olmayan konvansiyonel belgesel çalışmalarını tanımlamak için kullanılmaktadır. Belgeselin yeni medyadaki halini anlayabilmek adına, geleneksel hali için yapılan tanımlamaları ve belgesel sinema araştırmacılarının yorumlarını gözden geçirmek faydalı olacaktır. Bu motivasyonla, bu bölümde, belgeselin tanımı ve bu tanım üzerine yapılmış yorumlamalara yer verilerek doğrusal anlatıya değinilecektir.

Belgesel kelimesinin kökenine bakacak olursak, İngilizce'deki *documentary* sözcüğünden uyarlandığını anlayabiliriz. *Documentary* sözcüğü Oxford Sözlüğü'nde, “bir şey hakkında gerçeği veren film, radyo veya televizyon programı” olarak tanımlanmaktadır ([http-](http://) 1). Tanımdaki gerçek vurgusu, belgesel sinema tarihinin önemli isimleri tarafından da, belgesel sinema araştırmacıları tarafından da vurgulanmaktadır.

Nichols, (2017) bugün, pek çoğumuzun hala John Grierson'ın 1930'larda önerdiği belgesel tanımına başvurduğumuzu belirtir: "Gerçeğin yaratıcı bir şekilde işlenmesi ve/veya yorumlanması." Gerçekçiliğin belgesel sinema için bir akım olarak görülmemesi gerektiğini belirten Ulutak, (1988) gerçekçiliğin, belgesel sinemanın ne olduğu, ne ile uğraştığı yani ana ilkesi ve temeli olduğunu ifade eder. Ne kurgusal bir buluş ne de olgusal bir yeniden üretim olan belgesel, kaynağını tarihsel gerçeklikten alır ve kendine özgü bir bakış açısıyla temsil ettiği bu tarihsel gerçekliğe gönderme yapar (Nichols, 2017, s. 27).

Belgesel sinema, araştırmacılar ve belgeselciler tarafından kurmaca olmayan sinema olarak da ayrıştırılmaktadır. Bu ayrımı, "imgesel" ve "belgesel" olarak kullanmayı tercih eden Aytekin, (2017) bu iki türün ayırt edici unsurlarını şöyle belirtir:

"İmgesel filmlerde "imge"den hareket edilirken, belgesel filmlerde ise "belge"den yola çıkılmaktadır. Belgesel film yönetmeni uzun ya da kısa olan öyküsünü bir "imge" (hayal) üzerine değil, "belge" üzerine kurar. Belge; belgesel sinemacı tarafından yaratılmamış, onun dışında, ondan önce ve ona rağmen var olan ve bir gerçeği ifade ya da bir gerçeğe tanıklık eden, bir gerçeğe karşılık gelen yazıdır, sözdür, görüntüdür, resimdir, mekandır, olaydır, insandır vb (Aytekin, 2017, s.17)".

Aytekin, (2017) belgesel sinemacı Suha Arın tarafından ortaya atılan "imgesel sinema" kavramını kullanırken, "kurmaca" kavramının gerçekçi sinema için haksızlık yaratabilecek bir kavram olduğunu belirterek bir terminoloji önerisi getirmektedir. İnteraktif belgesel araştırmacısı Gaudenzi, Nichols'a atıfta bulunarak, belgeselin sadece kurmaca olmayan olarak tanımlanamayacağını ancak, izleyicinin beklentisinin genellikle 'kamera önünde yaşananların tarihsel dünyada tanık olabileceğimiz gerçek olayla aynı kalması' olduğunu vurgulamaktadır (Nichols, 1991'den aktaran Gaudenzi, 2013, s.22).

Belgesel sinemanın ayırt edici bir özelliği olarak sayılabilecek, tanımlamalarında sıklıkla vurgu yapılan özelliği de toplumsal değişimle ilgili bir motivasyon taşımasıdır. Rotha, (2000) belgesel sinemayı, topluma karşı olan sorumlulukların ve vaatlerin dünyası olarak görmektedir. Belgesel sinemanın toplumsal değişimle ilgili bir görevi olduğunu ima eden Atabey, şöyle belirtir:

"Belgesel sinema tarihinin John Grierson, Dziga Vertov, Paul Rotha, Robert Flaherty ve Pare Lorentz gibi önemli isimleri, belgesel sinemanın en önemli görevini, gerçekleri görüntüleyip halka aktarmak yoluyla belli bir toplumsal amacı

yerine getirmek ve toplumun aydınlanmasını sağlamak olarak görüyorlardı (Atabey, 2005, s.217)”.

Kapsamlı bir tanım etrafında ortaklaşabilmek adına, Nichols, belgesel sinemayla ilgili en çok bilinen üç varsayımı şöyle sıralamaktadır: “(1) Belgeseller gerçekler hakkındadır; gerçekten olmuş bir şey hakkındadır, (2) belgeseller gerçek kişiler hakkındadır, (3) belgeseller gerçek dünyada olup bitenlerle ilgili öyküler anlatır (Nichols, 2017, s. 27-34)”. Bu üç varsayımla birlikte önerdiği tanımsa şöyledir:

“Belgesel film, gerçek kişilerin (toplumsal oyuncuların) içinde yer aldığı durum ve olaylardan bahseder. Bu kişiler, betimlenen yaşamlar, durumlar ve olaylar hakkında inandırıcı bir önerme ya da bakış açısı edinebilmemiz için aktarılan bir öyküde, bize kendilerini kendileri olarak sunarlar. Yönetmenin özgün bakış açısı, bu öyküyü kurgusal bir alegori yerine tarihsel dünyayı doğrudan görmemizi sağlayan bir araç haline getirir (Nichols, 2017, s.35)”.

Geleneksel belgesel sinemanın özelliklerinden biri olarak varsaydığımız doğrusal anlatı, Aristoteles’in teorileştirdiği klasik dramatik yapıya dayanmaktadır. Özellikle, Hollywood sinemasının kurmaca evreninde görmeye alışık olduğumuz klasik doğrusal anlatı, bir başlangıçtan bir sona doğru ilerler. Oluk, (2004) anlatının akıcılığının, bir sona doğru ilerlerken, neden-sonuç zincirinin sıkıca bağladığı bir olayın başka bir olayı izlediği ve kesintisiz akan olay örgüsü yapısı ile sağlandığını belirtmektedir. Ocak, (2022) bu yapının belgesel sinema için de aynı şekilde çalıştığını belirterek klasik doğrusal anlatıyı şöyle özetler:

“Sinematografik görsel-ışitsel düzenlemeyle yapılan belgesel filmler de, televizüel anlayışla yapılmış belgeseller de büyük oranda klasik doğrusal anlatı kalıbı içinde işlerler. Yani, kronolojik biçimde akan zaman-mekânda, olayların neden-sonuç ilişkisine dayalı biçimde birbirine bağlandığı, sosyal karakterin yaşamındaki değişimi, kendindeki dönüşümü izleriz (Ocak, 2022, s.26)”.

Olaylar arasındaki neden-sonuç ilişkisini kendiliğinden vererek izleyicisini bir başlangıçtan bir sona taşıyan geleneksel belgesel, dijital etkileşimden farklı olarak, izleyicisini yorumlama yoluyla etkileşime davet edebilmektedir. İzleyici doğrusal bir anlatıyla bağlantılı olarak akıl yürütebilir ve zihinsel bir etkileşimde bulunabilir.

Belgesel sinema için, gerçeklikle olan ilişkisi, toplumsal değişim motivasyonu gibi temel varsayımlardan bahsedilebilse de bu unsurlar değişmez ve katı olarak kabul edilmemektedir. Teknolojik dönüşümler veya sosyal bilimcilerinin pozitivism

eleştirileriyle başlayan gerçeklik olgusunun sorgulanması gibi paradigma değişimleri belgesel sinemayı da etkilemektedir. Bu sebeple, her geçen gün farklı tür ve biçimlerle sınırlarını genişleten belgesel sinemanın tanımlanması da değişime açık bir süreç olarak görülebilir. Belgeseli bulanık bir alan olarak gören Nichols da bu konudaki düşüncelerini şöyle ifade etmektedir:

“Neyin belgesel olup neyin olmadığını kesin bir şekilde belirleyen tanımlara bel bağlamak yerine, farklı örnekleri, prototipleri, denemeleri ve yenilikleri incelemeli; bunlara belgeselin etkinlik gösterip evrildiği alanın sınırlarının genişliğinin göstergesi gözüyle bakmalıyız. Prototiplerin bir tanım oluşturmadaki yararı, her bir belgeselin bunların tümünü sergilemesini beklemeden genel, örnek oluşturacak nitelikler veya özellikler öne sürmesinde yatar (Nichols, 2017, s.36)”.

Yayınlandığı platformlar, biçimleri, izleyicisiyle ve belgeselin konusunu oluşturan öznelerle olan ilişkisi değişmekte olan belgesel sinemanın devamlı olarak güncellenen ve Grierson’ın deyişiyle “yaratıcı olarak yorumlanan” bir tanıma ihtiyacı olduğu anlaşılmaktadır.

1.2.2. İnteraktiflik

İnteraktiflik, seyir kültürü veya katılımcılık bağlamında düşünüldüğünde, sinemanın analog dönemlerinde de örneklerini görebildiğimiz bir aktivitedir. İnteraktif sinemanın ilk örneği olarak anılan, Çek yönetmen Raduz Cincera (1967) tarafından yaratılan *Kinoautomat* filmi, seyirci koltuklarındaki seçim butonlarını projektör odasına bağlayan elektronik-analog bir teknolojiye sahiptir. Benzer bir teknolojiyle yapılmış başka projeler de mevcuttur. Ancak, interaktiflik bu çalışmada dijital ortamdaki interaktiflik bağlamında ele alınmıştır. Etkileşimlilik ve interaktiflik kavramları birbirlerinin yerine geçecek şekilde aynı anlamda kullanılmıştır. Bu bölümde, interaktifliği tanımlama çalışmaları ve temel yapısal özelliklerine dair tartışmalara da bu bağlamda yer verilecektir.

İnteraktiflik veya diğer adıyla etkileşimlilik, yeni medyayı geleneksel medyadan farklılaştıran ayırt edici bir özellik olarak görülmektedir. Literatürdeki kullanımlara bakıldığında, yeni medya ile dijital mecralar ve kimi zaman internet, geleneksel medya ile de analog medya ima edilmektedir. “Yeni medyanın etkileşimsellik özelliği, iletişim sürecine, iletişim uzamında karşılıklılık veya çok katmanlı iletişim olanağını kazandırmıştır (Binark, 2007, s. 21)”.

İnteraktiflik çoğunlukla, dijital teknoloji yoluyla üretilen içeriklerin doğal bir sonucu, bir diğer deyişle yeni medyanın temel özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Manovich, (2001), bu genel kabul edişin bir mit olduğunu belirtirken, bilgisayar kullanılarak tüketilen tüm içeriklerin doğası gereği interaktif olduğunu, bunu bir temel özellik olarak görmeninse totoloji olduğunu ifade etmektedir. Etkileşim tanımının genişliğine işaret eden bu argüman, kavramı kontrol edilebilirlikle ilişkili kurarak onu kullanışsız olarak görür. Buna göre interaktifliği, bilgisayar ve insan ilişkisi bağlamında düşündüğümüzde, zaten neredeyse her şey interaktiftir. Eğer etkileşimi, bilgisayar insan etkileşimi bağlamı yerine izleyici etkinliği bağlamında düşünürsek Manovich, (2001), tüm modern sanat yapıtlarında bir miktar seyirci interaktifliği gerektiğini öne sürmektedir. Bir heykeli incelerken de tüm vücudumuzla onun çevresinde dönmek durumunda kalırız. Bu da etkileşimin bir türü olarak görülebilir. Böylece, seyirci etkinliği bağlamında da interaktifliğin oldukça geniş bir kavram olduğunu, bu sebeple de kullanışsız olduğunu belirtmektedir. Manovich'in bu iki argümanı sonucu interaktifliği kullanışsız ve fazla kapsamlı bir kavram olarak kenara bırakmak yerine onu daha koşullu bir halde kullanmak faydalı olacaktır. Bunun için, interaktifliğin sadece hiper metinleri mümkün kılan dijital ortamın doğal bir sonucu olmadığını, ancak dijital ortamın bu etkinliğe yeni bir alan açtığını hatırlamak gerekir.

Dijital medyanın yaygınlaşmaya başlamasıyla, özellikle 1980 ve sonrasında, interaktiflik kavramı üzerine yapılan çalışmaların yoğunlaştığı gözlenmektedir. Rafaeli, (1988), McMillan, (1999), ve Liu ve Shrum, (2002) gibi yazarlar öncelikle dijital medya ortamındaki interaktifliğin tanımını yapmaya çalışmış ve temel özelliklerine dair fikir yürütmüşlerdir. Bu ilk araştırmaların bazıları, mesajın ve/veya ortamın özelliklerine odaklanmaktadır. Örneğin, 1980'deki uluslararası bir sempozyumdan elde edilen fikir birliği, etkileşimin bir kontrol tarzı ve bu tarzı sergileyen etkileşimli sistemler olarak tanımlanmasıyla sonuçlanmıştır (Guedj vd., 1980'den aktaran McMillan, 2006, s. 207).

Smuts, (2009) interaktiflik kavramının genel tanımı üzerine çalıştığı makalesinde, interaktifliğin yanıt verebilirlik ve kontrol ile ilgili olduğunu belirtir. Bir şeyin interaktif olması şu dört özelliğe bağlıdır:

1. Yanıt veriyorsa
2. Tamamen kontrol etmiyorsa
3. Tamamen kontrol edilmiyorsa

4. Tamamen rastgele bir şekilde yanıt vermiyorsa

Bu temel özellikler etrafında bakıldığında, dijital ortamda seyirciye veya kullanıcıya verilen her seçim imkanının interaktiflik olarak kabul edilemeyeceği anlaşılmaktadır. Örneğin, her ne kadar dijital ortamda olsa da DVD’lerde seyirciye bölümleri seçebilme özgürlüğünün verilmesi interaktiflik olarak kabul edilemez. Çünkü, yanıtları tamamen belirlenebilir.

Kontrol ve iletişimin taraflarının aktifliği üzerine fikir sahibi olabilmek için öncelikle iletişimin taraflarının, yani etkileşime geçen ve geçilenin ne veya kim olduğundan emin olmak gerekmektedir. Bunun için, McMillan, (2006) tarafından etkileşimin üç geleneği olarak kategorize edilen, kullanıcıdan kullanıcıya, kullanıcıdan belgeye ve kullanıcıdan sisteme ayrımını anlamak önemlidir.

1.2.2.1. Kullanıcıdan kullanıcıya interaktiflik

Bilgisayar tabanlı bir iletişim ortamı yaratan yeni medyada kullanıcılar arasındaki iletişimin, analog dünyadaki kişiler arasındaki iletişimin devamı olduğunu kabul etmek yeni medyanın yarattığı ortamı eksik anlamamıza sebep olabilir. Yeni medya ortamındaki katılımcılığın ve bireylerin karar verme mekanizmalarının değişimine etken eden en önemli faktörün zaman ve mekân gibi sınırlardan bağımsızlaşmak olduğu söylenebilir. Elektronik posta, yazışma platformları veya internet alışverişi kullanıcıdan kullanıcıya etkileşim örnekleri arasındadır.

Bilgisayar tabanlı etkileşim geleneğindeki temel varsayım, bu ortamın, iletişimin tarafları için bir kanal görevi üstlenmesi olduğudur (McMillan, 2006, s. 211). Bu varsayımla bağlantılı olarak kullanıcılar arasındaki etkileşim incelenirken iletişimin yönüne odaklanılmıştır. İletişimin çift yönlü veya çok yönlü olması mesajın gönderici ve alıcısı arasındaki ilişkiyi belirlemede önemli bir kriter olarak görülmektedir. McMillan, (2006) tarafından önerilen modelde, iletişimin yönü ve tarafların mesaj üzerindeki kontrolü dikkate alınarak geri bildirim (*feedback*), monolog (*monologue*), cevap veren diyalog (*responsive dialogue*) ve karşılıklı konuşma (*mutual discourse*) olarak dört kategori belirlenmiştir. Mesajın alıcısı odağa konularak düşünüldüğünde tek yönlü iletişimlerde monologda kontrolün en düşük, geri bildirimdeyse en yüksek olduğu anlaşılmaktadır. İki yönlü bir iletişim kategorisi olan cevap veren diyalog için e-ticaret

platformları örnek olarak gösterilebilir. Burada alıcının kontrolü karşılıklı konuşmaya göre daha düşüktür. Karşılıklı konuşma alıcı ve göndericinin kontrol anlamında eşit olduğu bir iletişimi tanımlamaktadır. Yazışma platformları bu kategorinin bir örneği olarak gösterilebilir.

Bilgisayar tabanlı kullanıcıdan kullanıcıya etkileşim için bir diğer vurgu noktası da iletişimdeki hiyerarşinin ve organizasyonel sınırların kırılmasına imkân vermesidir. Kiesler, (1986) iletişim teknolojilerinde bilgi dağıtımı üzerinde kontrolün zayıflaması sebebiyle hiyerarşinin yıkıldığını ve organizasyonel sınırların aşıldığını belirtmektedir. Bilgi dağıtımındaki organizasyonel sınırların aşılması kullanıcıların birbirleriyle olan etkileşimindeki sınırların da kırılması ve mesaj üretimindeki aktifliğin artması için yeni bir ortam yaratılması anlamında önem taşımaktadır.

1.2.2.2. Kullanıcıdan belgeye interaktiflik

Yeni medya ortamında kullanıcının belgeyle yani içerikle olan ilişkisi kullanıcının bu interaktiflik ortamında ne kadar aktif olmak istediğiyle ilgili soruları beraberinde getirmektedir. Kullanıcının edindiği rol pasif bir alıcıdan, birlikte yaratan, hem yaratan hem kullanan bir role doğru taşınmaktadır. Rafaeli ve LaRose, (1993) izleyicinin medya içeriğinin alıcısı olduğu kadar birincil kaynağı da olduğu işbirlikçi kitle iletişim sistemlerinin, kitle iletişim biçimlerinden yeni ve önemli bir ayrılmayı temsil ettiğini belirterek kitle iletişim araçlarının tanımının “birden çoğa” (*one to many*) iletişimden “çoktan çoğa” (*many to many*) iletişime doğru genişlediğini vurgulamaktadır. İletişim, birincil kaynağı haline gelen izleyicinin aktifliği, içerik ve o içeriğin sunumu üzerindeki kontrolü dikkate alınarak incelenmektedir. McMillan, (2006) birçok durumda literatürün, izleyicinin içerik üzerindeki kontrolünün, standart bir dizi içerik arasında gezinmenin ötesine geçtiğini öne sürdüğünü belirtmektedir.

McMillan, (2006) kullanıcıdan belgeye interaktiflik için dört iletişim kategorisi belirlemiştir. Bunlar; talep üzerine içerik (*content on demand*), iş birliğiyle yaratılmış içerik (*co-created content*), paketlenmiş içerik (*packaged content*) ve içerik değiş tokuşudur (*content exchange*). Talep üzerine içerik için, bize bir seçenekler menüsü sunan Netflix gibi interaktif televizyon örnekleri verilebilir. Yine alıcının kontrol imkânı odağıyla bakıldığında talep üzerine içerik, alıcının kontrolünün yüksek olduğu ancak içerik üretiminde pasif şekilde konumlandığı bir kategori olarak kabul edilmektedir.

Paketlenmiş içerik ise, kitle iletişim geleneğinin bir uzantısı olarak alıcıyı hem kontrol hem de içerik anlamında pasif bırakır. Çevrimiçi gazeteler bu kategoriye örnek olarak verilebilir. İçerik değiş tokuşu, iletişim taraflarının her birinin içeriğin alıcı veya göndericisi olabildiği bir kategoriye tanımlar. İlan verilebilen platformlar buna bir örnek oluşturabilir. İzleyicinin kontrol imkânının yüksek olduğu ve içerik üretimi üzerinde de aktif rol alabildiği kategori, iş birliğiyle yaratılmış içerik kategorisidir. İçeriğin oluşturulmasında tüm katılımcıların paydaş olduğu, birden çok aktif kişinin etkileşim ortamını yarattığı bu kategoriye örnek olarak bazı interaktif belgeseller örnek verilebilir. Bu tür etkileşim ortamında birden fazla aktif kullanıcının yarattığı gruplar ve onların oluşturduğu karar verme mekanizmaları da önem taşımaktadır.

1.2.2.3. Kullanıcıdan sisteme interaktiflik

Bilgisayar sistemleriyle insan etkileşimi, yeni medya etkileşiminden söz ederken merkezi bir yere oturmaktadır. Kullanıcıların bilgisayar sistemleriyle donanımsal bir etkileşime girmesinin ötesinde, dil temelli diyalogu mümkün kılan bir etkileşim tasarımı bilgisayar uzmanlarını da heyecanlandırmıştır. Doğal dil işlemesine (*Natural language processing*) dayalı Joseph Weizenbaum tarafından geliştirilen ilk program olan ELIZA, bunun bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. ELIZA'nın en bilinen diyalog metni bir psikiyatrist ve hastası arasında geçen sohbettir. Araştırmacılar, sistemin kullanıcılarının makineyi bir insanla karıştırması muhtemel olmasa da, dildeki tepkilerin genellikle bir hastanın Jung'cu bir psikologla yaptığı "sohbet"e benzetildiğini belirtmektedir (Murray, 1997'den aktaran McMillan, 2006, s. 217). ELIZA'nın geliştirilmesinden kısa süre sonra 1970'lerde bilgisayar bilimcileri artık sadece tasarımla ilgilenmeyi bırakarak, insan-bilgisayar etkileşimini anlamak için insan etkileşimini anlamının önemine dikkat çekmeye başlamışlardır (Chapanis vd., 1972'den aktaran McMillan, 2006, s. 218). Laurel, (1990) tarafından da belirtildiği gibi bu gelişme, bilişsel ve duygusal anlamda kullanıcı deneyimi araştırmalarına alan açmaktadır.

McMillan, (2006) program arayüzü ile insan arasındaki etkileşim için önerdiği modelde, insan temelli etkileşim (*human-based interaction*), bilgisayar temelli etkileşim (*computer-based interaction*), akış (*flow*) ve uyarlanabilir etkileşim (*adaptive interaction*) olarak dört kategori önermektedir. Bu modeldeki kontrol seviyesi, arayüzün kullanıcının dikkatini çekecek şekilde görünür olması veya kullanıcı deneyiminin parçası haline gelecek kadar şeffaf olması şeklinde belirlenmiştir. İnsan temelli etkileşimin bir

örneği olan hesap çizelgelerinde, arayüz kullanıcı için tamamen belirgindir. Kullanıcı, arayüzü manipüle edebilecek kadar kontrol sahibidir. Bunun aksi olan bilgisayar temelli etkileşimde, kullanıcı programdan gelen bilginin alıcısı olarak konumlandırılmıştır. Web tabanlı formlar bu etkileşime bir örnek olarak verilebilir. Uyarlanabilir etkileşimdeyse, arayüz hala kontrolün merkezindeyken kullanıcının ihtiyaçlarına göre daha fazla uyarlanabilir. İleri seviye oyun ve eğitim sistemlerinin bir kısmı bu etkileşime örnek oluşturmaktadır. Akış durumunda, arayüz kullanıcı için şeffaf hale gelir. Kişinin bilgisayar ortamında kendini neredeyse kaybetmesi olarak anlaşılan akış kategorisine örnek olarak sanal gerçeklik ortamları verilebilir. Akış kavramı, kullanıcının ortamlarla ilişkisini “eğlenceli ve keşfedici” olarak ele almaktadır (Csikszentmihalyi, 1975’ten aktaran McMillan, 2006, s. 219). Kullanıcının motivasyonunu anlamaya odaklanan akış kavramı, sanal gerçeklik ortamının yaratıldığı oyunlaştırılmış interaktif belgesellerdeki kullanıcı deneyimini açıklamak için de kullanılabilir.

İnteraktiviteye olanak tanıyan interaktif belgeseller farklı örneklerinde, yukarıda bahsedilen üç etkileşim geleneğini ayrı ayrı veya farklı kombinasyonlarla kullanabilmektedir. İnteraktif belgesel çalışmalarındaki tanımlama ve sınıflandırma girişimlerinin interaktiflik kavramını merkeze alarak yapıldığı dikkate alınarak, örneklemi oluşturan projelerdeki etkileşim biçimleri bahsedilen etkileşim kategorileri üzerinden incelenecektir.

1.3. İnteraktif Belgeseli Tanımlama Girişimleri

Belgesel, interaktif belgesele, gerçekliği temsil etme biçimlerini taşıırken, etkileşimi merkezine alan dijital ortamın da, kullanıcının, navigasyondan içerik üretimine uzanan iş birliği imkanlarını taşıdığı söylenebilir.

1990’ların sonundan beri araştırmacılar ortaya çıkan bu yeni form için farklı tanımlama girişimlerinde bulunmuşlardır. Gaudenzi, (2013) doktora tezinde, 2007 senesinde tezi için interaktif belgeseller üzerine çalışmaya başladığında literatürde bu konuyla ilgili çok az çalışma olduğunu belirterek Glorianna Davenport tarafından ortaya atılan “evrimleşen belgesel” kavramsallaştırmasına dikkat çekmektedir. Davenport, (1995) izleyici deneyimini odağa aldığı içerik modelinde, evrimleşen belgesel söz konusu olduğunda izleyici için sağlanan deneyimin tekrar tekrar keşfetmeyi sağlayacak kadar ilgi çekici olması gerektiğini öne sürer. İnteraktif belgesel, genellikle izleyici deneyimi

üzerinde yarattığı değişiklik ve bunun yarattığı etki üzerinden incelenmiştir. Alandaki ayrışmalar, bu yeni formun kategorize edilme sorunuyla ilgilidir. Yazarlar, interaktif belgeselin doğrusal belgeselin evrimleşmiş hali olarak mı yoksa yeni medyanın merkezine aldığı etkileşim alanının alt formu olarak mı düşünülmesi gerektiğine dair farklı fikirler öne sürmüşlerdir.

Yeni medya sanatçısı Whitelaw, (2002) interaktif belgeselin, doğrusal belgeselin hikâye anlatım geleneklerini tekrarlamak zorunda olmadığı, gerçeklikle oynamanın kendine ait bir yolunu sunduğu görüşündedir. Bununla birlikte, ilk tanımlama girişimleri, interaktif belgeseli teknolojinin gelişimi üzerinden yorumlayarak doğrusal belgeselin veya interaktif filmin evrimleşmesinin sonucu olarak ele almışlardır. (Berenguer, 1998'ten aktaran Gifreu, 2011, s.10) interaktif anlatının kişilere doğrusal anlatının hissettirdiklerini hissettirebileceğini, bunun da teknolojinin evrimi ve bilgisayar aracılığıyla iletişim kurma kültürüne sahip dijital yerlilerin varlığı sayesinde olduğunu belirtmektedir. İlk kavramsallaştırma çalışmalarını yapan yazarlardan bir diğeri Katherine Goodnow da interaktif belgesellerin, mevcut malzeme (video veya film) içinde gezinmek için bilişsel etkinlikten ziyade fiziksel etkinliğin kullanıldığı etkileşimli filmlerle yapılan ilk deneylerden ortaya çıktığı görüşündedir (Goodnow, 2004, s. 2). Gaudenzi, (2013) interaktif belgeselin, doğrusal belgeselin devamı veya interaktif filmin bir alt türü olduğu fikrini eleştirerek Whitelaw'a katıldığını belirtmektedir. İnteraktif belgesele sadece teknolojik gelişim tarihi açısından bakmanın eksik kalacağını ve asıl dönüşümün analogdan dijitale geçmek değil, doğrusaldan interaktif anlatıya geçmek olduğunu vurgulamaktadır (Gaudenzi, 2013, s. 32).

İnteraktif belgesel için kapsamlı bir tanım önerisi sunan Gaudenzi, neye interaktif belgesel denilemeyeceğiyle ilgili önemli bir vurgu yapmaktadır. Yazara göre;

“Dijital teknoloji ile çekilmiş ve internette dağıtılan doğrusal bir belgesel, dijital bir belgeseldir ancak etkileşimli değildir. Başka bir deyişle, etkileşimli bir belgeselde kullanıcının bir aracı olması gerekir: eserle/eser için fiziksel olarak "bir şeyler" yapabilmesi gerekir. Sonuç olarak yorumlama eylemi, dijital sistemin kendisinden bir geri bildirim sağlamadığından bu araştırmada “etkileşim” olarak ele alınmayacaktır (Gaudenzi, 2013, s. 26)”.

İnteraktif anlatıyı ve kullanıcıyı merkeze alan bu tanım ışığında, kullanıcının yorumlama eylemi dışında girdiği etkileşimin, interaktif belgeselin yapısal

özelliklerinden biri olduğu söylenebilir. İnteraktif belgeselle ilgilenen herkes için Gaudenzi liderliğinde oluşturulmuş i-docs.org internet sitesindeyse interaktif belgeselin tanımını yine aktif kullanıcıya vurgu yapmaktadır:

“Bizim için bir i-doc, "gerçek" ile ilişki kurma niyetiyle başlayan ve bu niyeti gerçekleştirmek için etkileşimli dijital teknolojiyi kullanan herhangi bir projedir. Tüm bu projeleri birleştiren şey, dijital etkileşimli teknoloji ile belgesel pratiği arasındaki kesişimdir. Bu iki şeyin bir araya geldiği yerde, izleyiciler, belgesel içinde aktif aktörler haline gelirler, etkileşimleri ve çoğu zaman içeriğe katkıda bulunmaları yoluyla çalışmayı ortaya çıkarırlar (http-2)”.

İnteraktif belgesel araştırmacısı Arnau Gifreu da interaktif belgeseli, “gerçekliği, ele alınan katılımın derecesine bağlı olarak gezinme ve etkileşim yöntemleri olarak adlandıracağımız kendi mekanizmalarıyla temsil etme niyeti taşıyan etkileşimli çevrimiçi ve çevrimdışı uygulamalar” olarak tanımlamaktadır (Gifreu, 2011, s. 6).

Yazarların tanım önerilerinde ortak olarak göze çarpan vurgu, aktif aktörler haline gelen izleyicilerin farklı etkileşim yöntemlerini kullanarak gerçeklikle ilişki halindeki esere katılım sağlaması gerektiğidir. Gifreu, (2011) bu çevrimiçi uygulamaların etkileşime girenden gelen işbirlikçi ve üretici nitelikler taşıyan bir ağla ilişkilendirildiğine vurgu yapmaktadır.

İçeriğin tek bir yaratıcı tarafından oluşturulmadığı çevrimiçi interaktif ortamda, çoklu yaratım süreci çoklu gerçekliğe alan açarken, mesajın iletimiyle ilgili sorumluluğun kimde olduğu gibi bir soruyu da doğurmaktadır. Yeni medya sanatçısı Whitelaw bu soruyu, “yeni medya biçimleri, geleneksel belgeselin özünde yer alan anlatı tutarlılığı ilkesine temel bir meydan okuma oluşturuyor. Yapıyı parçalayıp açarsak, hikâyenin aktarıldığından nasıl emin olabiliriz?” şeklinde dile getirmiştir (Whitelaw, 2002, s. 1). Yaratıcının interaktif belgeseldeki konumuyla ilgili de bir sorgu alanı açan bu soru, sanatçının iş birliğindeki rolünün değişimini anlamak açısından önemlidir. Dovey ve Rose’un düşünceleri literatürdeki yaygın kanıyı özetler niteliktedir: “Sanatçı/yapımcının bu iş birliklerindeki rolü merkezi olarak kalır- ancak küratörlük konumuna, kurallar manzumelerine, ortaya çıkışın koşullarını tesis eden sınırlanmış dijital süreçleri belirleyen bir role doğru kayar (Dovey ve Rose, 2021, s. 704)”. Yazarların düşünceleri göz önüne alındığında, interaktif belgeselin yapısal özelliklerinden birinin çoklu yaratım olduğu söylenebilir.

Etkileşimi, interaktif belgeseller için anahtar bir kavram olarak gören Kate Nash web belgeseli isimlendirmesiyle platform odaklı bir tanımlama seçerek, web belgeselinin “hem multimedya hem de etkileşimli olarak internet üzerinden dağıtılan bir belgesel çalışması” olduğunu belirtmektedir (Nash, 2012, s. 197). Etkileşimin interaktif belgeseller için önemli bir bileşen olduğu konusunda Kate Nash’e katılan Ersan Ocak ise bir diğer önemli bileşenin veri tabanları olduğunu öne sürer (Ocak, 2014, s. 2018). Bu fikir göz önüne alındığında, veri tabanı ve multimedya özelliklerinin de interaktif belgeselin yapısal özelliklerinden olduğu düşünülebilir. İnteraktif belgesellerin dört kurucu unsurunu sıraladığı makalesinde Ocak, veritabanını üçüncü kurucu unsur olarak yerleştirmiştir (Ocak, 2022, s. 13). İnteraktif belgeselin olmazsa olmazları olarak kabul edilebilecek dört kurucu unsurun tamamı ise şöyle özetlenmiştir:

1. Yaşadığımız zamanın dijital ortamının sağladığı olanakları kullanarak yapılmaları ve dijital platformlarda, internette sunulmaları
2. Dijital etkileşimliliği içeriyor olmaları
3. Veri tabanı yapıları üzerinde işlemleri
4. Zaman-mekân bütünlüğünün ve anlatı akışının doğrusal olmayan biçimlerde de işleyebilmesi (Ocak, 2022, s. 13).

Tüm yazarların ortaya koyduğu özellikler düşünüldüğünde, interaktif belgeselin beş temel yapısal özelliğinden bahsetmek mümkündür. Bunlar;

1. Gerçeği belgeleme niyetinin olması,
2. Aktif, etkileşim halinde (navigasyon veya içerik üretimi gibi farklı dijital etkileşim türleriyle) bir kullanıcısının olması,
3. Veri tabanının olması,
4. Tek bir yaratıcının baştan sona kontrolünde olan bir son ürün yerine, çoklu yaratım sürecine sahip açık sonlu bir eser olması,
5. Doğrusal olmayan bir anlatısının olması

şeklinde sıralanabilir. Çalışmanın örnekleme belirlenirken bu beş yapısal özellik göz önüne alınmıştır. Seçilen projelerin bu yapısal özelliklere sahip olmasına dikkat edilmiştir.

1.4. İnteraktif Belgeselde Sınıflandırmalar

İnteraktif belgesel için farklı araştırmacılar çeşitli sınıflandırma kategorileri önermişlerdir. Önerilen sınıflandırmalar, kullanıcının ve yaratıcının etkileşim tasarımı içindeki rolünü odağa alarak ayrıştırılmaktadır. Bu bölümde, Kate Nash ve Sandra Gaudenzi'ye ait iki sınıflandırma modeli örnekleriyle ele alınacaktır.

Gaudenzi, etkileşimli belgeseller için dört modun olduğundan bahseder. Bunları, sohbetli (*conversational*), hipermetin (*hypertext*), katılımcı (*participatory*) ve deneyimsel (*experiential*) modlar olarak sıralamaktadır (Gaudenzi, 2013, s. 71). Gaudenzi bu dört modu incelerken, kullanıcının ve yaratıcının o mod içindeki rolünü tanımlarken etkileşimin ilham aldığı gerekçelendirme tarzını ve modlara örnek oluşturacak etkileşimli belgesel örneklerini de açıklamaktadır.

Tablo 1.1. Dijital interaktif belgesellerde etkileşim modları (Gaudenzi, 2013)

	Etkileşimli Belgesel Örnekleri	Etkileşimin Gerekçelendirme Tarzı	Kullanıcının İşlevi	Yaratıcının Rolü
Sohbetli	<i>Aspen Movie Map</i> (1980) - MIT <i>Sim City</i> (1989) - Will Wright <i>JFK Reloaded</i> (2004) - Traffic Software <i>Gone Gitmo</i> (2007) - Nonny de la Pena	Andy Lippman'ın 5 sonucundan esinlenilmiştir: 1. kesintililik (<i>interruptability</i>) 2. zarif bozulma (<i>graceful degradation</i>) 3. sınırlı ileriye bakış (<i>limited look ahead</i>) 4. varsayılan olmayan (<i>no default</i>) 5. sonsuz veritabanı izlenimi (<i>impression of infinite database</i>)	Keşif Rol yapma oyunu Yapılandırma	Bir evreni, onun kurallarını ve kullanıcının faillliğini yaratmak

Hipermetin	<i>Moss Landing</i> (1989) - Apple M.MediaLab <i>Forgotten Flags</i> (2007) - Florian Thalhofer <i>Journey to the End of the Coal</i> (2008) - Honkytonk Films	Turing'in algoritmik hesaplamasından esinlenilmiştir: - sınırlı depolama (<i>limited storage</i>) - hesaplama kapalı (<i>computation is closed</i>) - davranış sabittir (<i>behavior is fixed</i>)	Keşif	Kapalı bir veritabanı içinde olası yollar oluşturmak
Katılımcı	<i>Boston Renewed Vistas</i> (1995-2004) - Davenport <i>6 Billion Others</i> (2008) <i>Global Lives</i> (2009-...) - David Harris	Şunlardan esinlenilmiştir: - kesintiye uğrama (<i>interruptability</i>) - gelişen veritabanı (<i>evolving database</i>)	Keşif Yapılandırma	Bir veritabanını doldurmak ve veritabanıyla ne yapılacağına karar vermek için koşulları oluşturmak
Deneyimsel	<i>Greenwich Emotion Map</i> (2005-6) - Christian Nold <i>Rider Spoke</i> (2007) - Blast Theory	İlham kaynağı: Etkileşimli hesaplama (veya Super-Turing hesaplaması) - dünya ile etkileşim (<i>interaction with the world</i>) - bellek ve zaman kaynaklarının sonsuzluğu (<i>infinity of memory and time resources</i>)	Keşif Rol yapma oyunu Yapılandırma Şiirsel	Deneyimleri dinamik bir ortamda tasarlamak

		- sistemin evrimi (<i>evolution of the system</i>)		
--	--	---	--	--

Tablo 1.1. (Devam) *Dijital interaktif belgesellerde etkileşim modları*

Gaudenzi'nin sınıflandırmasından anlaşılacağı üzere kullanıcıya dönüşmüş olan seyircinin eserle etkileşime geçmesinin çeşitli yolları bulunmaktadır. Bu çalışmayı yakından ilgilendiren katılımcı interaktif belgesel modunda, kullanıcıdan sadece var olan içeriğin içinde gezinerek keşifte bulunması beklenmemektedir. Kullanıcı aynı zamanda içeriğe katkıda bulunabilir, eserin oluşturulma sürecinin her aşamasında katılım gösterebilir. Katılımcı türde içeriğe katkı yapan kullanıcı olmak zorunda değildir. Bu kişi belgeselin öznesi de olabilir. Katılım sağlayan kullanıcı veya belgesel öznesi, belgeselin yaratıcısıyla iş birliği halinde olsa da, iş birliğine dayalı belgesellerde kullanıcı veya belgesel öznesinin iş birliği şekli içeriğe katkıda bulunmak şeklinde olmak zorunda değildir. Gaudenzi'nin, (2013) de “içerik iş birliği” ve “ortak yazarlık” arasındaki fark olarak vurgu yaptığı bu ayrım çalışmanın bir sonraki bölümünde ayrıntılandırılacaktır.

Nash, (2012) web belgesellerini, kullanıcının rolü ve anlatının kurulma yapısına odaklanarak üç sınıfa ayırmaktadır: Anlatı belgeselleri, kategorik belgeseller ve iş birliği belgeselleri.

Anlatı web belgeselleri: Anlatıyı merkezine alan ve olaylar arasında neden sonuç bağlantısı kuran web belgesellerini tanımlamaktadır. Kullanıcının olayları kronolojik sırada deneyimlemesine gerek yoktur. Ancak, olayların yapılandırılma ve belgeselin çerçevelenme biçimi, kronolojik yapıyı ve olaylar arasındaki nedensel ilişkileri belirgin hale getirir. *The Prison Valley* (2010) ve *The Whale Hunt* (2007) bu tür için verilen örneklerden iki tanesidir.

Kategorik web belgeselleri: Kategorik yapıda, anlatı türünün aksine parçalar kronolojik bir sıralamayla ilişkilendirilmez. Var olan bir öge ve nesne koleksiyonu belgeselin bütününe tutarlılığını sağlar. Kullanıcı, genel çerçeveyi destekleyen farklı yollar ve kategoriler arasında gezinebilir. *Gaza/Sderot* (2008) ve *Waterlife* (2009) bu tür için verilen örneklerdendir.

İş birliğine dayalı web belgeselleri: Projenin yapısını kuran, proje çevresinde oluşan topluluktur. Belgeselin anlamı, katılım sağlayanların arasındaki ilişkilerle oluşur. Kullanıcılar, belgesel için içerik üretebilir. Katılım sağlayanların oluşturduğu kolektif yapı belgeselin odak noktasıdır. *Mapping Main Street* (2008) ve *18 Days in Egypt* (2011) bu türün önemli örneklerindendir.

Sınıflandırma önerilerinden anlaşılacağı gibi, farklı türdeki interaktif belgeseller, kullanıcının eserle girdiği etkileşimin türü, belgeselcinin proje içindeki rolü ve doğrusal olmayan anlatının dijital ortamda yapılandırılma şekline göre ayrıştırılmaktadır. Bir önceki bölümde bahsedilen kurucu unsurları taşıyan interaktif belgesellerde, etkileşime girmesi beklenen kullanıcıdır. Bu sebeple oluşturulan dijital ortam öncelikle kullanıcının etkileşim türü düşünülerek yaratılmaktadır. Kullanıcıyı veya çevresinde oluşturduğu topluluğu merkezine alan interaktif belgesel izlendiği/kullanıldığı süre boyunca yeniden kurgulanmaya devam eden açık uçlu bir eser olarak görülebilir. İnteraktif belgeseli “ilişkisel bir varlık” olarak görerek “yaşayan belgesel” olarak tanımlayan Gaudenzi, (2013) etkileşimli belgeselin, kod, arayüzler, algoritmalar ve aktif kullanıcı gibi kendine ait değişkenleri taşıması sebebiyle çerçevelerden oluşan tek bir form olarak incelenemeyeceğini belirtmektedir. Söz konusu ilişkisel ve yaşayan varlığı oluşturan kullanıcı katılımı ve iş birliği ile bunun yapılandırılma yolları bu çalışmanın sorularının da temelini oluşturmaktadır. Kurulan iş birliğini daha yakından incelemek için, iş birliğine dayalı, çevresinde oluşturduğu topluluğu merkezine alan interaktif belgesellere yakından bakmak ayrıca önem taşımaktadır.

2. İŞ BİRLİĞİNE DAYALI İNTERAKTİF BELGESELLER

İnteraktif belgeselin türlerinden biri olarak kabul edilen iş birliğine dayalı interaktif belgeseller, adlandırmadan da anlaşılacağı gibi tek bir yaratıcının eser üzerindeki kontrolünü kıran, eseri, iş birliği içindeki öznelerle çoklu bir yapılandırma sürecinde yaratan bir türdür. Katılım, topluluk, kolektif yaratım ve iş birliği kavramları literatürde yan yana anılmaktadır. Bu kavramlar arasındaki ilişkiyi veya ayrımı anlayabilmek, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin yapılandırılma süreçlerini ve motivasyonunu anlayabilmek adına önem taşımaktadır. Yapım sürecinin yalnız bir bölümünde kullanıcı katkılı içerik kullanan interaktif bir belgeseli, tüm içeriğini kitle kaynaklı çalışmadan (*crowdsourcing*) sağlayan interaktif belgeselden veya veri tabanı tasarımı dahil tüm aşamalarını, öznesi olan toplulukla birlikte yaratan interaktif

belgeselden ayırmak, kategorileştirme problemine bir çözüm getirmektedir. Literatürdeki bu kategorileştirme önerilerini anlayabilmek için, öncelikle iş birliği ve topluluğun dijital ortamdaki kökenlerine yakından bakmak gerekmektedir.

2.1. Dijital İş Birliği

Günümüzde birçok araştırma öznesinin artık temsil edilmekten fazlasını istediği söylenebilir. Etnografların veya belgeselcilerin kamerayı öznenin eline verip kendi hikayelerini anlatmasını istedikleri zamandan beri, toplulukların hikayelerini onlarla iş birliği halinde kurmak tanıdık bir yöntem haline gelmiştir. Toplulukların fiziksel ortamda yarattıkları iş birliklerinin tarihini, insanlık tarihinin başlarına dayandırmak mümkündür. Ancak, Web 2.0 ile yaratılan çevrimiçi ortamda, öznelere oynadığı aktif rol ve katılım biçimleri farklı bir hal almakla birlikte kolaylaşmıştır. Web 2.0 ismini popüler hale getiren yazar Tim O'Reilly da Web 2.0'ı Web 1.0'dan ayırt eden temel özellikler arasına katılımı koyarken, Web 2.0 çağının en önemli unsurlarından birinin kullanıcıların değer katabilmesi olduğunu belirtmektedir (O'Reilly, 2005, s. 3). Kullanıcılara üretim yaparak değer katabilme imkanının verilmesi, Web 2.0'ın getirdiği en belirleyici yeniliktir. Dijital ortamdaki iş birliğinin başlangıç noktasını oluşturan Web 2.0 böylece yeni bir katılım iş birliği imkânı ortaya çıkarmıştır. Dovey ve Rose, (2021) bu yeni web teknolojisinin katılım, diyalog ve paylaşım özellikleri sebebiyle “sosyal ağ” olarak anıldığını belirtir. İnteraktif belgesellerin de kurucu unsurlarından olan bu dijital iş birliklerinin literatürdeki yerini ve örneklerini anlamak, iş birliğine dayalı interaktif belgeselleri anlayabilmek için önem teşkil etmektedir.

2.1.1. İş Birliği Kavramı

İnteraktif belgeselci Katerina Cizek'in de dahil olduğu, dijital kolektif üretimlere dair kapsamlı bir alan çalışmasının raporlaştırıldığı Collective Wisdom isimli raporun giriş bölümünde iş birliğinin tanımı kapsamlı bir şekilde verilmektedir:

“Birlikte yaratma (co-creation), tek yazarlı bir vizyona alternatifler sunar ve medya üretim yöntemleri, çerçeveleri ve geri bildirim sistemlerinden oluşan bir takımyıldızı içerir. Birlikte yaratmada, projeler bir süreçten ortaya çıkar ve topluluklar için veya onlar hakkında değil, toplulukların içinden ve insanlarla birlikte gelişir. Birlikte yaratma aynı zamanda disiplinler ve organizasyonlar arasında ve ötesine uzanır ve insan dışı veya insan ötesi sistemleri de içerebilir. Birlikte yaratma kavramı, kimin, nasıl ve neden yarattığının etiğini yeniden şekillendirir. Araştırmamız, birlikte yaratmanın dünyayı eşitlik ve adalet merceğinden

yorumladığını ve değiştirmeye çalıştığını gösteriyor (Cizek ve Uricchio, 2019, Introduction and Overview)”.

Yapılan tanımdaki vurgu, birden fazla vizyona sahip, odağına aldığı toplulukla birlikte yaratan ve ondan öğrenen bir sürece işaret etmektedir. Bu birliktelik, insanlarla olabileceği gibi insan dışı sistemlerle, örneğin bir yapay zeka sistemiyle de kurulabilir.

Cizek ve Uricchio, (2019) iş birliği kavramı yerine birlikte yaratma kavramını kullanmışlardır. Literatürdeki diğer kullanımlara bakıldığında, iş birliği, kolektif yaratım, birlikte yaratma, katılım gibi kavramların benzer anlamlarda kullanıldığı, bazen birbirlerinin yerine geçerken bazense aralarındaki ince farkların ayrıştırılmaya çalışıldığı görülmektedir. Gaudenzi, iş birliğine dayalı belgesellerdeki katılım stratejilerini incelediği makalesinde, "sosyal medyanın sağladığı iletişim mantıkları, birbirimizle paylaşma ve iş birliği yapma yeteneğimizi artırmış ve bireyin grup çalışmasına katkıda bulunmasını basitleştirerek, 'katılımcı bir kültür'ün şartlarını oluşturmuştur (Gaudenzi, 2014, s. 131)” diye belirtir. Gaudenzi’nin referans verdiği “katılımcı kültür” kavramsallaştırması medya teoristi Jenkins’e aittir. Jenkins, katılım kültürünü oluşturan beş unsuru şu şekilde sıralamaktadır:

1. Sanatsal ifade ve sivil katılımın önündeki nispeten düşük engeller,
2. kreasyonları yaratma ve başkalarıyla paylaşma konusunda güçlü destek,
3. en deneyimlilerin bildiklerinin acemilere aktarıldığı bir tür gayri resmi rehberlik,
4. katkılarının önemli olduğuna inanan üyeler ve
5. birbirleriyle bir dereceye kadar sosyal bağ hisseden üyeler (en azından, yarattıklarıyla ilgili diğer insanların ne düşündüğünü önemserler) (Jenkins, 2009, s. 5-6)”.

Anlaşılabileceği gibi Jenkins, katılım kültürünü, iletişim teknolojilerinin oluşturduğu bir ekosistem etrafında gelişen kültürel topluluklar ve onların faaliyetleri üzerinden tanımlamaktadır. Ona göre katılım kültüründe içinden geçilen süreçler, üyelik, ifade, iş birlikçi problem çözme ve dolaşım (*circulation*)’dır (Jenkins, 2009, s. 9). Gaudenzi, (2014) Jenkins tarafından öne çıkarılan bu süreçlerin interaktif belgeselde söz konusu edilen etkileşimden farklı süreçler olabileceğini belirtmektedir. Etkileşime imkân veren bir teknoloji, katılıma imkân vermeyebilir. Başka bir deyişle, içeriğin yaratım ve dolaşım süreçlerine katılmaya aktif olarak davet edilen kullanıcının yaptığı Gaudenzi’nin deneysel modundaki hareketten veya hipermetin modundaki seçim eyleminden farklı bir süreçtir (Gaudenzi, 2014, s. 179).

Yeni medyada katılım kültürü, aktif kullanıcıya odaklanarak ve geleneksel medyadan farklı bir kullanıcı deneyimi imkânı sunarak iş birlikçi çözüm geliştirmeyi kapsamına alıyor olsa da birlikte yaratma (*co-creation*) kavramından ayrıştırıldığı da görülebilmektedir. Collective Wisdom raporunun birlikte yaratma stratejilerine odaklanan birinci bölümünde, yazarlar bu ayrımı özellikle vurgulamışlardır (Cizek vd., 2019, part 1). Yazarlar, söz konusu ayrımı sordukları sanatçılardan aktarmaktadır:

“Kitle kaynaklı kartografik proje *Queering the Map*’ten Lucas LaRochelle röportajımızda “Benim için katılım, insanların katıldığı sanatı yaratan bir kişinin olduğunu varsayar, ancak sonuçta bu o kişinin projesidir” dedi. “Birlikte yaratmada, bir şeyler yaratmak için bir araya gelen aktörlerin daha çok dağıtılmış bir ağı olacaktır” dediler (Cizek vd., 2019, part 1)”.

Katılım ve birlikte yaratma arasındaki ayrım için vurgulanan nokta, eserin yaratım sürecindeki kontrolün bir kişinin elinde veya birden fazla aktör arasında olmasıyla ilgilidir. Aynı raporda, bir arada kullanılan, ortak tasarım (*co-design*), ortak yazarlık (*co-authorship*) ve ortak yapım (*co-production*) kavramlarının da tanımlamalarına yer verilmiştir. Yazarların aktardıklarına göre, “ortak tasarım, bir projenin birlikte yaratılmasından ziyade bir aracın veya platformun kolektif olarak inşa edilmesini” ifade etmektedir (Cizek vd., 2019, part 1). Buradaki vurgu iş birliğine girilen ve ortaklık kurulan eserin tamamına yayılan bir süreç olmaması, onun yerine mecranın tasarımında iş birliğine girilmesidir. Ortak yazarlık için, çeşitli pratiklerden sadece bazılarının birlikte yaratım olarak kabul edilebileceği vurgusu yapılırken, ortak yapımın, genellikle radyo alanında birlikte yaratmayı tanımlamak için kullanılan bir terim olduğu belirtilmektedir (Cizek vd., 2019, part 1). Bu vurgulardan, yazarların, birlikte yaratmayı, eserin bütününe yayılan bir deneyim süreci olarak anladığı söylenebilir. Farklı sanatçıların perspektiflerinin yer verildiği raporda yazarlar, sanatçı Sam Ford’un birlikte yaratma tanımlamasına yer vermektedir. Yazarların aktardığına göre birlikte yaratmak; “süreci, üretici/tüketici veya gönderen/alıcı olarak değil... kendimize anlattığımız hikayelerin iş birliği içinde bir deneyim olarak yaratılmasını, dolaşıma sokulmasını, paylaşılmasını ve geliştirilmesini anlamak için bir zihniyet” olarak düşünülmektedir (Cizek vd., 2019, part 1). Anlaşılabacağı üzere, birlikte yaratma tanımı iş birliği ile yan yana ve birbirinin yerine geçen kavramlar olarak kullanılırken, katılım, ortak tasarım, ortak yapım veya ortak yazarlık kavramları iş birliği içinde birlikte yaratma sürecini tam olarak karşılamamaktadır.

Söz konusu dijital iş birliklerinin ilk örnekleri 1970’li yıllara dayanırken, bu iş birliği pratikleri de kendi aralarında çeşitlenmektedir. Kolektif içerik üretimi, açık kaynaklı yazılım, kitle kaynaklandırması veya topluluk odaklı ağ kurucu projeler olarak çeşitlendirilen örneklerde, kullanıcıların veya katılımcıların projelerdeki etki ve kontrol düzeyleri de farklılaşmaktadır. Bu sebeple, Cizek ve Uricchio, (2019) tarafından verilen birlikte yaratma sürecinin unsurlarını tam olarak taşımasa da, bu sürecin bağlamını anlayabilmek adına ilk dijital iş birliği ve katılım örneklerini incelemek önem taşımaktadır.

2.1.2. Dijital İş Birliği Stratejileri

Gaudenzi, (2014) Web 2.0’ın, katılımı bir adım öteye taşıyıp tüm kültürel içerik alanlarını (müzik, ansiklopedi, tasarım, haber, video vb.) kitlesel iş birliğine açarak kitle kaynak kullanımının (*crowdsourcing*) ortaya çıkmasına neden olduğunu belirtir. Bu iş birliği stratejisinin en tanınmış örneğini Vikipedi özgür kütüphanesinde görürüz. “Vikipedi’nin kaynak kodu, içeriği ve yönetim mantığı, açık kaynak kültüründen esinlenmiştir ve yine de kültürel olarak özel bir ortama, yani ansiklopedilere uyum sağlamak zorunda kalmıştır (Gaudenzi, 2014, s.134)”. İş birliği stratejisi olarak, açık kaynak kodu ve kitle kaynak kullanımından esinlenen Vikipedi’de kullanıcıların kontrol düzeyi, içeriği düzenlemekle sınırlandırılmıştır. Bir başlık altındaki metni birden fazla kullanıcının düzenleyebilmesi ortak yazarlık tanımlamasına uygun olsa da kullanıcılar Vikipedi projesinin konseptinin yaratılması veya yönetimi gibi alanlarda etki sahibi olamamaktadır. Vikipedi projesi, McMillan, (2006)’ın etkileşim kategorilerinde kullanıcıdan belgeye interaktiflik biçimlerinden içerik değiş tokuşu biçiminin karşılığı olarak görülebilir. İçerik alıcısı ve göndereni aynı kişiler olabilirken, kullanıcı içerik üretmede aktif bir rol taşımaktadır.

Vikipedi’ye ilham olan açık kaynaklı yazılım, kullanıcılara ortak yazılım geliştiricileri gibi davranır (O’Reilly, 2005, s. 4). Programdaki kodun herkesin düzenlemesine açık olduğu bu projelerde kullanılan iş birliği yöntemi dilimize akran üretimi olarak çevrilebilecek *peer production* yöntemidir. Açık kaynaklı projelerde bu yöntem, akran kaynak kullanımı yani peer sourcing olarak da geçebilmektedir. Bu yöntem, kitle kaynak kullanımından, üretime katılan kişilerin taşıdığı özellikler sebebiyle ayrılmaktadır. Gaudenzi, akran üretiminin kitle kaynak kullanımından farklılaşmasını şöyle açıklar:

“Kitle kaynak kullanımından daha fazlası, bu, oldukça uzmanlaşmış bir topluluk içindeki akran kaynak kullanımıdır: bilgisayar korsanları (*hackers*) topluluğu. Bu iş birlikçi çabanın, bilgisayar korsanları gibi (ortak bir tutku ve aidiyet duygusunun olduğu, saygı ve itibarın önemli olduğu) nispeten küçük ve oldukça yetenekli bir toplulukta çok iyi çalıştığı kanıtlanmıştır (Gaudenzi, 2014, s. 132).”

100 milyondan fazla açık kaynak yazılımına sahip projenin listelendiği SourceForge.net ([http- 3](http://3)) internet sitesindeki projelerin her biri bu iş birliğine örnek olarak verilebilir. İnternet sitesindeki her bir projenin kodları herkes tarafından indirilebilir ve kullanılabilirken yeni projeler de eklenebilir. Bu projeler, McMillan, (2006) tarafından kategorileştirilen etkileşim biçimlerinden, kullanıcıdan belgeye etkileşimin içerik değiş tokuşu kategorisiyle, kullanıcıdan sisteme etkileşimin insan temelli kategorisinin birleşimi olarak yorumlanabilir. Açık kaynak yazılım stratejisini şirketler için bir ekonomi stratejisi olarak öneren Wikinomics çalışmasında Tapscott ve Williams, (2008) açık kaynağın üç kuralını; kimseye ait olmayan, herkesin kullanabildiği ve herkesin geliştirebildiği şeklinde belirtir. Açık kaynak yazılımının yarattığı kolektif akıl ve akran kaynaklı kullanımdan ilham alan belgesel projelerine de, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin örneklerini oluşturmaları sebebiyle bu çalışmanın örnekleminde yer verilmiştir.

Video kolektifleri ve topluluk odaklı medya üretimleri üzerine çalışmalar yapan Coffman, (2014), video kolektifleri ve feminist film yapımcılarının 1970’ler ve 1980’lerde bu yeni ortamın etkileşimli olanaklarından daha erken yararlandıklarını ifade eder. Yazara göre bunun sebebi, değişimi ortaya çıkarmak için birden fazla kişinin veya videonun gerekli olduğunu anlamalarıdır (Coffman, 2014, s. 120).

Video alanındaki dijital iş birliği örnekleri 1970’lerden itibaren görülebilmektedir. Sanatçı Wendy Clarke’ın 1977 senesinde başlattığı ve 2011 senesine kadar 2 bin 500 kişinin aşk hakkındaki düşüncelerini içeren videolarını topladığı proje, kitle kaynaklı iş birliği stratejisine verilebilecek örneklerden biridir ([http-4](http://4)). Video alanında birlikte yaratma stratejileri sadece kullanıcılarla kurulan iş birliğiyle değil, video sanatçıları arasında da uygulanmıştır. Wendy Clarke’ın annesi sanatçı Shirley Clarke, 1971 senesinde farklı disiplinlerden sanatçıları bir araya getirerek “The Tee Pee Video Space Troupe” isimli kolektifi oluşturmuştur. Sanatçı kolektifinin düzenlediği atölyelerde ortaya çıkan video kasetleri, 200’den fazla sanatçının perspektifini içeren bir çoklu yaratım örneğidir ([http-5](http://5)). Kolektife dahil olmuş sanatçılardan biri olan Andrew Gurian,

televizyondaki film dağıtımından başka bir dağıtım yolunun da arandığı video kasetler için “kasetler, TP'deki iki yüz sanatçı ile halk arasında bir iş birliği çabası olacaktı” yorumunu yapar (Gurian, 2004, s. 20).

Anlaşılabacağı üzere, iş birliğinin video alanındaki kullanımlarında, sanatçıların, farklı bir dağıtım ve üretim yöntemi denemek, politik ve toplumsal değişim için çok sesliliğe aracı olmak gibi motivasyonları bulunmaktadır. Bunu, geleneksel film üretim ve dağıtımının veya televizyon yayıncılığının yapım süreçlerinin dışında yapmaya çalışarak, etkileşime girmek adına videoyu araç olarak kullanmışlardır. Kullanımındaki kolaylık ve üretim masrafının düşük olması sebebiyle topluluklara yayılan bir iş birliği mümkün hale gelmiştir. İş birliğine dayalı video üretimi, iş birliğine dayalı interaktif belgeselin ilham kaynaklarından biridir.

Web 2.0 üzerinden etkileşimle sağlanan iş birliği olanakları topluluklar yaratmak için de olanaklar sağlamaktadır. Geleneksel belgesel bağlamında, dijital ortamda veya pazarlama alanında farklı göndermeleri bulunan topluluk kavramı, bu çalışmada incelenen projelerin odağındadır. Bu sebeple, topluluk kavramının kullanıldığı bağlamlara yakından bakmak önem taşımaktadır.

2.2. Dijital Topluluk Ağları

Topluluk kavramı, sosyoloji, pazarlama, belgesel, gazetecilik gibi farklı alanlarda farklı göndermeler içermektedir. Topluluk, bazen izleyicileri, bazen sosyal medya takipçilerini bazense ortak bir amaç veya inanışa sahip insan gruplarını tanımlamak için kullanılmaktadır.

Bilinçli bir ortaklığa sahip olan toplulukların varlığı, Web 2.0'dan çok daha öncesine dayanmaktadır. Ancak, bu çalışmanın kapsamı gereği incelenecek olan topluluklar, dijital ortam içinde veya onun aracılığıyla bir araya gelmiş veya dijital bir proje için yeniden bir araya gelmiş topluluklar olacaktır. Bu amaçla, çalışmanın bu bölümünde öncelikle topluluk kavramına dair tanımlama çalışmaları ele alınarak topluluk medyası (*community media*), katılımcı medya (*participatory media*), müdahaleci medya (*interventionist media*), ve dijital gazetecilik alanları, iş birliğine dayalı belgesel projelerindeki topluluk oluşturma stratejilerine ilham veren alanlar olarak incelenecektir.

2.2.1. Topluluk Kavramı

Kavramın kapsayıcı bir tanımına yaklaşmak için Oxford Sözlüğü'ndeki *community* kelimesinin karşılıklarına bakmak faydalı olacaktır. Oxford Sözlüğü ([http- 6](http://oxforddictionaries.com/definition/community)) kelimenin insanlarla ilişkili olarak üç ayrı tanımını verir:

1. Grup olarak bahsedildiğinde, belirli bir bölgede, ülkede vb. yaşayan tüm insanlar
2. Aynı din, ırk, meslek vb. şeyleri paylaşan bir grup insan
3. Yaşadığınız yerdeki bir şeyleri paylaşma ve bir gruba ait olma hissi

Sözlük tanımından anlaşılacağı üzere, bir insan grubunun topluluk olarak adlandırılabilmesi için, ortak bir fiziksel lokasyon, toplumsal ve kültürel kimlik veya aidiyet hissi koşullarından en az birinin olması gereklidir. Bu bilinçli ortaklıklar, bir insan grubunu topluluk olarak tanımlayabilmenin ön koşulu olarak görülmektedir.

Sosyoloji disiplinde, topluluk kavramı toplum kavramından farklılaşmasıyla ele alınmıştır. Tönnies, (1963) topluluk yaşamının insanlar arasındaki kalıcı ve güçlü bağlara dayanan bir kültür taşıdığını, toplumun ise aksine birbirinden bağımsız yaşayan, geçici ve yüzeysel bağlara sahip insanları tanımladığını belirtmektedir. Buna göre, topluluğu ayırt eden, ona dahil olan insanları güçlü bir bağlılık hissiyle bir ortaklıkta birleştirmesidir. Coğrafi olarak aynı alanda yaşamak da bu tanımın koşullarından biri olarak görülmektedir.

Söz konusu dijital topluluk ağları olduğunda, topluluğun sosyoloji alanındaki tanımları da farklılık göstermektedir. Teknolojinin gelişimiyle söz konusu coğrafi sınırlamalar topluluklar için de önemini kaybetmiştir. Bununla ilgili olarak, Cerbino, Belotti ve Brena, (2018) topluluk içeriğinin, her ne kadar yerel temelli olsa da coğrafi olarak ayrılmış ancak aynı misyonu paylaşan kişiler tarafından oluşturulabileceğini belirtir. Lewis, (1993) de, topluluğun mutlaka yerel olması gerekmediğini, ortak bir çıkar etrafında birleşen “çıkar topluluğu” nun, şehirler, uluslar ve kıtalar boyunca yayılabileceğini belirtmektedir.

Antropolog ve sosyologların çoğunlukla toplulukların örgütlenme şekline ve yapısal öğelerine odaklandığını belirten Cohen, (1999) sınırlarını kendi inşa ettikleri anlamlar üzerinden belirleyen simgesel olarak kurulmuş topluluklara dikkat çekmektedir. Buna göre, “topluluk bilinci, topluluğun sınırlarının, bizzat büyük ölçüde etkileşim

halinde insanlar tarafından oluşturulmuş sınırların algılanmasında özetlenir (Cohen, 1999, s.10)”.

Algül, (2012), özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin gündelik hayat üzerindeki etkisi hakkında yapılan çözümlemelerin, toplulukların sadece coğrafi anlamda tanımlanmış mekânlarda değil, örneğin “kullanıcı grupları” gibi, siber mekânda da oluşabileceğini gösterdiklerini tespit etmiştir. Gerçek topluluklar ve sanal topluluklar olarak kavramsal bir ayrıma giden van Dijk, (1997) internet temelli sanal toplulukların, coğrafi temelde ortaklık taşıyan ve yüz yüze etkileşime giren gerçek topluluklardan farklı olarak, ortak çıkar etrafında birleştiğini, ancak yine de bu iki topluluk tipinin moderasyon ve liderlik gibi benzer gerekli yapısal özellikler taşıdığını ifade etmektedir. Hollander, (2000) da bu iki topluluk tipi arasında kesin bir ayrım yapmanın gerekli olmadığını ve coğrafi temelli toplulukların dijital teknolojiler kullanabileceğini belirtir.

Sanal topluluk tanımı dışında, çevrimiçi topluluklar veya dijital topluluk ağları olarak da anılan internet temelli topluluklar, araştırmacılar tarafından Facebook gibi sosyal ağlar, bilgisayar oyunları veya açık kaynak yazılımları veya Viki’ler üzerinden ele alınmıştır. Bainbridge, (2020) çevrimiçi toplulukların sosyal yapısını incelediği çalışmasında, çevrimiçi toplulukların farklı türlerde ortaya çıkabileceğini ve her birinin sosyal yapısının kendine özgü olduğunu ima ederken çevrimiçi toplulukların aynı zamanda coğrafi temelli de olabileceğini hatırlatmaktadır. Konuya farklı bir alandan yaklaşan belgeselci Cizek vd., (2019) daha önceki belgesel biçimlerinde, topluluk teriminin genellikle belirli bir yerde yaşayan ve/veya ortak değer ve kimlikleri paylaşan insanlara atıfta bulunduğunu, dijital bağlamdaysa, kelimenin aynı zamanda çevrimiçi izleyicilere, kullanıcılara ve katılımcılara atıfta bulunduğunu belirtir.

Bu çalışmanın kapsamındaki dijital topluluk ağları, coğrafi veya kültürel temel sınırlamasına bağlı kalmadan geniş bir kapsamda ele alınacaktır. Çalışmanın örnekleminde ele alınan iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin odaklandığı toplulukların temel ve kapsayıcı özellikleri taşıması beklenmektedir. Bu temel niteliklerin belirlenmesi için, topluluk kelimesinin kapsayıcı kullanımından yararlanılacaktır. Cohen, (1999) topluluk kavramının kullanımı için birbirleriyle bağıntılı iki öneride bulunmuştur. “Bir insan grubunun üyelerinin (a) birbirleriyle ortak bir şeyleri olduğunu ve (b) bu ortak şeyin onları öbür varsayımsal grupların üyelerinden önemli sayılabilecek derecede ayırdığını (Cohen, 1999, s. 8)”. Örnekleme dahil edilen projelerin dahilindeki

toplulukların bu iki temel özelliğe sahip olup olmadığına dikkat edilecektir. Kapsayıcı temel özellikleri sağlayan topluluklar, örnekleme alınan projeler bağlamında incelenerek ortaklığı oluşturan ve topluluğun sınırlarını belirleyen unsurlar ayrıntılandırılacaktır.

2.2.2. Topluluk Medyası

Farklı kullanımlarında yerel medya (*local media*) ve katılımcı medya (*participatory media*) gibi isimlendirmelerle de anılan topluluk medyası geniş bir göndermeye sahiptir. Rennie, (2006) “katılım” ve “erişim” kavramlarının çoğu topluluk medyası girişimi için geçerli olduğunu belirterek bunun, profesyonel olmayan medya yapımcılarının, bireylere ve topluluklara, görüşlerini ifade etmeleri için bir platform (erişim) sağlayarak dahil olmaya (katılım) teşvik ettiği anlamına geldiğini ekler.

Topluluk medyası, alternatif medya kapsamına giren bir alt grup olarak gösterildiğinden (Algül, 2012) bu medyanın sahipliğinin ve yönetiminin kimde olduğu sorusu önem taşımaktadır. Bu soruyla ilgili olarak, Cerbino, Belotti ve Brena, (2018) topluluk medyasının mülkiyetinin ve yönetiminin kâr amacı gütmeyen kolektiflere veya sosyal kuruluşlara, komünlere, topluluklara, halklara ve ülkelere ait olduğunu ifade eder. Dolayısıyla, topluluk medyası ne özel piyasaya ne de devlete ait olan bir medya olarak tanımlanabilir. Avrupa Topluluk Medyası Forumu, topluluk medyasının sosyal değerinin yerel içerik, kültürel ve dilsel çeşitlilik, medya çoğulculuğu, kapsayıcılık ve kültürlerarası diyalog kaynağı olarak kabul edildiğini belirtmektedir ([http-7](http://7)).

Topluluk medyasının en yaygın kullanılan aracı radyodur (Rennie, 2006, s.4). Ekvador Popüler Eğitim Radyosu Koordinasyon Komitesi, Latin Amerika Radyo Eğitimi Derneği (Cerbino, Belotti ve Brena, 2018), Amerika Birleşik Devletleri’ndeki kamuya açık televizyon ve Bengal’de kadınlar tarafında oluşturulan yerel gazete (Rennie, 2006), Türkiye’de ise kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olarak çalışan ve devlete bağlı olmayan Açık Radyo (Bıçakçıoğlu, 2018) topluluk medyası girişimlerine örnek olarak verilmiştir.

Topluluk medyasının yaygın kullanım araçları radyo, televizyon ve yerel gazeteler olsa da yeni medya ortamında da topluluk medyasının özelliklerini taşıyan girişimleri görmek mümkündür. Bin, (2021) internet tabanlı yeni medya ile gazete, radyo ve televizyon gibi medya arasındaki en büyük farkın, katılımın açık olması ve yüksek etkileşim derecesi olduğunu belirtir. Topluluk medyasının temel iki özelliği olan katılım ve etkileşimin teknolojinin dönüşümüyle daha kolay hale geldiği anlaşılmaktadır. Bin,

(2021) mobil internetin ortaya çıkmasından sonra akıllı telefonlar gibi mobil cihazların yaygınlaşmasının bu tür katılım ve etkileşimi daha kolay hale getirdiğini de ekler. Etrafında çevrimiçi topluluklar oluşturabilen ve onlar için ve onlarla birlikte, kâr amacı gütmeyen yayın yapan bir dijital format olan podcast, topluluk medyasının yeni medyadaki yansımalarının en belirgin örneklerinden sayılabilir. Akıllı telefonlar aracılığıyla da kolayca dinlenebilen podcastler dinleyicilerinden yayın dışında aldıkları soru veya geribildirimlerle yayın içeriğini oluşturabilmektedir. Günümüzde, birçok podcast yayını özel şirketlere bağlı olarak yayın yapıyor olsa da bağımsız olarak, sadece dinleyici destekleriyle yapılan yayınlar da mevcuttur.

2.2.3. Katılımcı Medya ve Müdahaleci Medya

Katılımcı medya ve müdahaleci medya aynı tarihsel köklere ve benzer pratik alanlara sahip olmakla birlikte, bu çalışma için önemli olan ince bir çizgiyle ayrılmaktadır. Dijital ortamda topluluk olarak adlandırılan, çevrimiçi izleyiciler, kullanıcılar veya katılımcılar, katılımcı medya ve müdahaleci medyada aynı zamanda gazeteciliğe katkı sunan vatandaşlar ve sivil toplum olarak ortaya çıkmaktadır. Farklılaşan bu terimlerin yansımaları interaktif belgeseller çevresindeki topluluklarda da gözlemlenebilmektedir.

Görgülü, (2016) katılımcı medyayı amatörler ve meraklılar tarafından üretilen içeriğe dayalı medya olarak tanımlarken, katılımcı medyanın köklerinin, kurumsal medya kuruluşları tarafından genellikle göz ardı edilen olayların görgü tanığı raporları gibi yurttaş gazeteciliği pratiklerinde izlenebileceğini belirtir. Katılımcı medyayı belgeselci perspektifinden değerlendiren yazarlar, kavramı, fiili üretim araçlarının, çoğunlukla kameranın, topluluk üyeleri tarafından doğrudan kontrol edildiği ve işletildiği projeler olarak tanımlamaktadır (Cizek, Agency ve Uricchio, 2019, part 3). Bunun örneklerini, yeni medyadan önce 1960'lar ve 1970'lerdeki taşınabilir el kameralarının yaygınlaşmasıyla üretilen eserlerde görmek mümkündür. Cizek, Agency ve Uricchio, (2019) katılımcı medyayı da içeren birçok iş birliği yönteminin kullanıldığı ilk önemli projelerden birinin National Film Board of Canada tarafından oluşturulan *Challenge for Change*, (1967-1980) olduğunu belirtir. Kanada televizyonlarında belgesel kanalında yayınlanan ve aktivist belgesel olarak adlandırılan programın sosyal değişim yaratmaya ve topluluk örgütlenmesini kolaylaştırmaya odaklandığı vurgulanmaktadır (Rusted, 2010, s.231).

Topluluk odaklı televizyon programlarına başka bir örnek BBC tarafından gerçekleştirilen *Video Diaries* (1990 – 1999) ve *Video Nation* (1993 –2001) olarak gösterilmektedir (Dovey ve Rose, 2021, s. 696). Kanada örneğinde olduğu gibi sosyal bir değişim motivasyonu ile çok sesliliği televizyona taşımayı hedefleyen projeler için katılım odaklı yaratıcı teknikler uygulanmıştır. Bir yıl boyunca, günlük hayatın televizyon izleyicileriyle paylaşmak istedikleri yönlerini kaydetmeleri için Birleşik Krallık'taki 50 farklı kişiye video kameralar ve eğitim verilmiştir (Cizek, Agency ve Uricchio, 2019, part 3).

Katılımcı medyanın dijital ortamdaki yansımalarına bakmak gerekirse YouTube dijital platformu üzerinden oluşturulmuş projeler örnek olarak alınabilir. Bu örneklerden en göze çarpanı, Kutiman kullanıcı adıyla bilinen müzisyenin *ThruYOU* (2009) isimli projesidir. Kutiman, YouTube platformunda yayınlanmış olan müzisyenlerin video parçalarını birleştirerek mikslar oluşturmuştur. Projenin web sitesinde Kutiman, bunun katılımcılar sayesinde gerçekleşmiş bir çalışma olduğunu vurgulayarak şunları söylemiştir:

“Thru-YOU projesi Mart 2009'da hayata geçti. Ani etkisi çok büyüktü- onu düzgün bir şekilde başlatma şansımız bile olmadı. Sunucularımız trafiğe ayak uyduramadığı için bir gün içinde site iki kez çöktü. Bu proje, müzik ve insanlar arasındaki iş birliğinin bir kutlamasıdır. Söylemeye gerek yok, tüm katılımcılar olmadan bu mümkün olmazdı. Bu projenin bir parçası oldukları için her birine ve tabii ki haberi yaydığımız için sizlere teşekkür etmek istiyoruz ([http- 8](http://www.thruyou.com))”.

ThruYOU projesi doğrudan bir katılımcılık inşa etmese de iş birliğine dayanan bir projedir. Video parçaları kullanılan müzisyenler, projenin parçası olduklarının bilincindedir. Ancak ürettikleri içerikleri, projede kullanılması amacıyla üretmemişlerdir. Kutiman önceden üretilmiş içerikleri bir araya getirerek ve video parçalarını kullandığı müzisyenleri projenin duyurulmasına dahil ederek, YouTube dijital mecrası aracılığıyla bir iş birliği inşa etmiştir. Müzisyenlerin, projenin yapım aşamasından haberdar olması, içerik üretiminde bilinçli olarak katkı sahibi olmaları ve projenin duyurulmasında etkilerinin olması sebebiyle katılımcılar olarak adlandırılmaları mümkün hale gelmiştir. Mikslerde kullanılan YouTube kayıtları tekrar kullanıma açık olmamasına rağmen Kutiman, her klip içerisinde, çalındıkları esnada YouTube bağlantılarına ve isimlerine yer vererek bu kayıtlara kullanıma açılmış gibi yaklaşmış ve böylece açık kaynaklı bir estetik de ortaya koymuştur (Dovey ve Rose, 2021, s. 696).

Görgülü, (2016) çevrimiçi katılımcı medyanın mutlaka topluluklar üzerine inşa edilmesi gerekmediğini vurgulamaktadır. Türkiye’deki Gezi Parkı protestoları sırasında ortaya çıkan Çapul TV ([http–9](http://9)) örneğinde gözlemlenebileceği gibi, günlük operasyonları yöneten çekirdek bir ekip, potansiyel izleyiciler için bir medya oluşturarak, gönüllü desteğine dayanan dağınık bir ağ aracılığıyla içerik üretebilmektedir (Görgülü, 2016, s.38).

ThruYOU (2009) projesinde ve televizyon aracılığıyla gerçekleşen topluluk odaklı katılımcı medya projelerinde, topluluğun üretim sürecinde içeriğin oluşturulma sürecine katılması ve içeriğin topluluktan edinilenlerle yaratılması söz konusudur. Ancak, gözlenebileceği gibi katılımcılar projelerin yapım sürecinin diğer aşamalarında, örneğin editoryel veya kürasyon sürecinde, projenin genel tema ve çerçevesinin belirlenmesinde veya dağıtım aşamalarında söz sahibi değildirler. Bu örneklerde, kamerayı topluluktaki öznelerin eline veren sanatçılar, eserin yaratım sürecinde hala yüksek bir kontrole sahiptir. Birlikte yaratma pratikleriyle ilgili alanda ortaya çıkan tartışmalar, sanatçının bu kontrolden ne derecede vazgeçtiği üzerinedir. Kontrolün paylaşılma seviyesi, öznelerin ve/veya kullanıcıların etkileşim seviyesini de etkilemektedir.

Eserin üretim sürecinde kontrolün paylaşılma seviyesi, katılımcı medya ve müdahaleci medya arasındaki ayrımı oluşturmaktadır. Bu ayrım, Cizek, Agency ve Uricchio, (2019) tarafından şöyle açıklanmıştır:

“Katılımcı projeler, proje tasarlandıktan sonra katılımı içermeye eğilimindeyken, müdahaleci projeler, proje tasarımında toplulukları eşit ortaklar olarak dahil etmeye eğilimindedir; bu, katılımcıları birlikte yaratma ekosisteminde yakınlaştırır. Bu projeler ve programlar, yetenekli teknisyenleri ve medya veya sanatçı profesyonellerini topluluklarla eşleştirebilir ve genellikle paylaşım araçlarını, topluluğun ihtiyaçlarını karşılayan ve baskı sistemlerine meydan okuyan ortaklaşa platformlar tasarlamayı ve kampanyalar geliştirmeyi içerir (Cizek, Agency ve Uricchio, 2019, part 3)”.

Müdahaleci medya projelerinin, taşıdığı aktivizm motivasyonundan dolayı, onların katılımcı doğasını öteye taşıyarak, katılımcıların ellerine kamera vermekten fazlasını yapmayı hedefledikleri söylenebilir. Bu projelerin ilk örneklerinden olarak anılan *Witness* (1993) programı, New York’ta İnsan Hakları Avukatları ve Peter Gabriel öncülüğünde gerçekleştirilmiştir. Programın müdahaleci motivasyonu şöyle yorumlanmaktadır:

“Witness, doğası gereği katılımcı olduğundan, teknik olarak "ekipmanı devreder", ancak katılımcı medyadan farklı bir bağlamda. Witness'ın metodolojileri, medya, insan hakları ve teknoloji alanlarıyla kesişir. Üyeler, eğitim programlarını, tabandan gelen kampanyaları ve hedeflenen siyasi sonuçları katılımcılarla birlikte oluşturur. Bu, projelere keskin bir müdahaleci odak sağlar. Witness'ın amacı, daha az insani ve gelişimselken daha çok kamusal alandaki insan hakları davalarında mücadele etmek için -hükümetler ve mahkemeler de dahil olmak üzere- topluluk temelli, görsel kanıtlar toplamaktır (Cizek, Agency ve Uricchio, 2019, part 3)”.

Müdahaleci medyanın iş birliği kurma biçimi iş birliğine dayalı interaktif belgesel örneklerinin iş birliği kurma biçimleriyle benzerlik göstermektedir. Bu çalışmada ele alınacak, topluluk temelli iş birliğine dayalı interaktif belgesellerde de *Witness* (1993) örneğinde olduğu gibi eserin üretim sürecindeki kontrolün paylaşılması hedeflenmektedir. Bu sebeple, müdahaleci medya projelerinin iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin soy kütüğü olduğu söylenebilir.

2.2.4. Dijital Gazetecilik

İş birliğini kurma biçimleri, topluluk temelli iletişim veya kullanılan dijital araçlar anlamında yolu sıklıkla interaktif belgeselcilerle kesişen dijital gazetecilerin oluşturduğu projeler, dijital topluluk ağlarını kullandıkları veya oluşturdukları için önem teşkil etmektedir.

Yeni medyanın sağladığı teknolojik imkanlar gazetecilik alanını da etkilemiştir. Haber ve bilgi aktarımının sosyal medya platformları gibi dijital ortamlarda artmasıyla gazeteciler de internet ortamını kullanmaya başlamışlardır. Aydoğan, yeni medya gazeteciliğinin adlandırılmasıyla ilgili şöyle belirtmiştir:

“Yeni medya gazeteciliği, medya profesyonellerine sınırsız teknolojik imkanlar sunan, internet aracılığıyla gerçekleştirilen, internete özgü bir gazetecilik türü olarak da adlandırılmaktadır. Başka bir ifadeyle yeni medya gazeteciliği, geleneksel medyanın mantığından farklı olarak ayırt edici bir medya mantığı tarafından şekillendirilen internette haber içeriği toplama ve dağıtma biçimi olarak tanımlanan gazetecilik türüdür (Aydoğan, 2016, s.71)”.

Yeni medya gazeteciliği, bu çalışmada kullanıldığı adıyla dijital gazetecilik, geleneksel gazetelerin internete taşınması şeklinde görülebileceği gibi, video, ses kaydı, fotoğraf gibi farklı türde içerikler şeklinde de görülebilmektedir. Deuze, (2001) kullanıcıya site içeriğinde çeşitli formatlar ve yollar sunan multimedya özelliğinin dijital

gazeteciliğin temel karakteristiklerinden olduğunu belirtmektedir. Yeni medya, haberin sadece içerik formatını değil toplanma ve paylaşma koşullarını da dönüştürmüştür. Bilgiye ulaşımın internet aracılığıyla kolaylaşmasının yanı sıra, akıllı telefon, dizüstü bilgisayar gibi taşınabilir elektronik cihazlar da haberi toplamayı ve dolaşıma sokmayı hızlandırmıştır.

Deuze, (2001) dijital gazetecilik için, multimedya özelliğine ek olarak, hipermetinsellik ve interaktifliğin de anahtar karakteristikler olduğunu belirtmektedir. İnteraktif belgesellerde benzerlik gösteren bu özelliklerde kullanıcı deneyimi ön plana çıkmaktadır. Kullanıcının bir haber sitesindeki etkileşim yöntemlerini, gezinti (*navigational*), işlevsel (*functional*) ve uyarlanabilir (*adaptive*) olarak üçe ayıran Deuze, (2001) site içerisinde farklı sayfalar arasında gezinme, site üzerinde doğrudan e-posta gönderme, sohbet odalarına girme veya sitenin kullanıcıya özel kişiselleştirilebilmesi gibi aktiviteleri etkileşim karakteristiğini açıklamak için kullanır.

Yeni medyanın sağladığı interaktiflik olanakları, geleneksel medyadaki haber alımını da değiştirerek izleyici veya alıcıları aktif bir konuma sürüklemiştir. Aydoğan, bu değişimi şöyle ifade etmektedir:

“Yeni medya ortamında her geçen gün sayısı artan kullanıcı, yalnızca bilgiyi, haberi alan, kullanan değil; onları üreten ve gönderen de olmaktadır. Haberi farklı kaynaklardan elde etme, yeni haberlere en kısa zamanda ulaşma, haberle ilgili yorumlarını iletebilme ve diğer okuyucu yorumlarını okuyabilme, arşive kolaylıkla ulaşip istediği haberleri saklayabilme gibi olanaklara sahip. Okur, artık yeni medya ortamında pasif bir öge olmaktan çıkmış, haberi tüketen olduğu gibi üreten ve onu biçimlendiren bir role de bürünmüştür (Aydoğan, 2016, s.112)”.

Sosyal medya haberciliği ve yurttaş gazeteciliği, dijital gazeteciliğin türleri olarak kabul edilmektedir. Haberin alıcılarının aynı zamanda haber üretimine ve dağıtımına dahil olduğu bu gazetecilik türlerinde, topluluk bilgi aktarımının odağı haline gelmektedir.

Sosyal medya araçları, gazetelerin dijitale entegre olurken takipçi sayılarını ve haber okunma oranlarını artırmak için önemli oranda kullanılmaktadır (Taşkiran, 2018, s.237). Gazetelerin yanı sıra kullanıcıları da aktif hale getiren sosyal medya araçları, geleneksel medyadan edinilemeyen haberlerin hızlıca dolaşıma sokulması ve insanları bir araya getirmesi anlamında da önemli platformlardır. Türkiye’deki Gezi Parkı eylemleri,

sosyal medyanın insanları bir araya getirme gücünün en önemli örneklerindendir. Kulaber, (2017) bu dönemde sosyal medyanın bir radyo işlevi görerek insanları bir araya getirmek, harekete geçirmek, görünür kılmak ve polis şiddetine karşı korumak için hayati bir rol üstlendiğini belirtmektedir. Sosyal medya araçları, bilgi akışının çok boyutlu ve etkileşimli pratiğini, tartışma ve diyaloga dayalı olarak sunmuşlardır (Kurt, 2017, s.823). Sonsuz ve her türden bilginin etkileşimli bir ortamda akışa girmesi, bu bilgiler veya haberler etrafında bir araya gelmeyi ve topluluklar oluşturmayı mümkün hale getirmektedir.

Yurttaş gazeteciliği, kamusal gazetecilik veya topluluk bağlantılı gazetecilik olarak da adlandırılmaktadır (Uzun, 2006, s.1). Yurttaş gazeteciliği, kendi içinde farklı türleri barındırmakla birlikte, topluluk odaklı olması ve toplulukla iş birliği stratejilerini kullanması sebebiyle bu çalışma için önem taşımaktadır. Bayram, (2022) yurttaş gazeteciliğinin literatürdeki adlandırmasının, sosyal ağların sağladığı, sıradan insanların haber ve görüş üreterek geniş kitlelerle paylaşabilmesi imkanından doğduğunu ifade etmektedir. Sosyal medya kullanımı, yurttaş gazeteciliğinin karakteristik özelliği olarak görülmektedir. Wall, (2015) yurttaş gazeteciliğinin ilk dalgasının amatör haber blog yazarlarıyla başladığını ve bunun Twitter gibi sosyal medya araçlarıyla devam ettiğini belirtir.

Salovaara, (2016) yurttaş gazeteciliği örneklerinde, yerel topluluklarla iş birliği yapan haber üreticilerinin kitle kaynak kullanımı ile yerelin görünürlüğünü artırdığını belirtmektedir. Ryfe ve Mensing (2010), topluluğun, haberlerinin üretimine katılmaya daha fazla ilgi gösterdiklerini ve toplulukları hakkındaki tartışmalara ev sahipliği yapmayı önemli bir sorumluluk olarak gördüklerini ifade etmektedir.

1990'lı yıllarda ABD'de geleneksel medyaya tepki olarak ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği (Aydoğan, 2016) geleneksel medyadan farklı olarak daha merkezsizleşmiş bir yapıya sahiptir. Uzun, (2006) yurttaş gazeteciliğini medya sektörü açısından değerlendirirken, onun, "basın-topluluk bağlarını güçlendirerek, haber medyasının ayrıcalıklı ve iktidara sahip güçlerle giderek bütünleştiği yönündeki kamuoyu algısını değiştirmeyi amaçlayan bir halkla ilişkiler stratejisi" olarak ortaya çıktığını belirtmektedir.

İş birliğine dayalı interaktif belgesel örneklerinin bir kısmına bakıldığında, yukarıda bahsedilen dijital gazetecilik yöntem ve yaklaşımlarının kullanıldığı görülebilmektedir. Kitle kaynak kullanımı ve sosyal medya kullanımı gibi ortak dijital iş birliği stratejileriyle, kontrol ve iktidarın topluluk içinde dağıldığı merkezsiz yapılar ve aynı zamanda üretenlerin motivasyonları bağlamında benzerlik gösterdikleri anlaşılabilmektedir.

İnteraktif belgeseller ve dijital gazeteciliğin kesişim alanlarına dair yapılan araştırmanın raporunda Uricchio vd., (2014, s.6) gazeteciliğin interaktif belgeselin deneyimlerinden yararlandığını ve interaktif belgeselin, gazetecilik arşivlerinden, iş birliği içindeki izleyicilerden ve yeni ve sürükleyici hikâye tekniklerinden daha eksiksiz yararlanmanın yollarını sunduğunu ifade etmektedir. Anlaşılacağı üzere, gazetecilik ve belgeselin interaktif alandaki kesişimi gazeteciliğin etkisinin yeni seviyelere ulaşmasını sağlamıştır. Raporun gösterdiği üzere, gazetecilikte, etkileşimli özellikler oluşturmak için kullanılan birçok kavram ve teknik, interaktif belgesel topluluğu aracılığıyla kazanılmıştır (Uricchio vd., 2014, s. 39). Raporda, interaktif belgeseller ve dijital gazeteciliğin ortaklıklarına dair yedi temel çıkarımda bulunulmuştur.

1. “Kullanıcı ile başlamak: Etkileşimli bir belgesel veya gazetecilik projesinin başında kullanıcı deneyimi hakkında düşünmek, kullanıcı davranışını anlamak ve hedef kitleyle diyalog içinde olmak, bu kitleye ulaşmak ve onlarla etkileşim kurmak için temeldir.
2. Hikâye biçimi belirler: Hikâye ve materyaller, kullanılan hikâye anlatma tekniklerini belirlemelidir, tersi değil; etkileşim ve katılım, netliği, katılımı, anlamı ve "yayılabilirliği" artırabilecek genişletilmiş bir araç seti sağlar, ancak bunlar herkese uyan tek çözüm değildir.
3. Deneyip öğrenmek: Etkileşimli ve katılımcı belgeseller, daha sonra ilgili araçları, teknikleri ve deneyimleri gelecekteki çalışmaları için uyarlayabilecek olan gazetecilik kuruluşlarına araştırma ve geliştirme fırsatları sağlayabilir.
4. Sınırların ötesinde iş birliği yapmak: Sözü, sesin ve görüntünün tek bir dijital akışa aktığı bir çağda, medya kurumları benzer değerlere sahip kuruluşlarla ortaklık kurduklarında, disiplinler arası ekipler oluşturduklarında ve izleyicileriyle birlikte ürettiklerinde daha başarılı olurlar.
5. Diyalogları şekillendirmek: Etkileşim ve kullanıcı katılımı, izleyiciler ve kaynaklar arasındaki bağlantıyı etkinleştirebilir ve bilgi verebilir, gazeteciliğin gerçekleri tanımlamanın yanı sıra diyalogları şekillendirmesine yardımcı olabilir.

6. Arşivleri yaratıcı bir şekilde kullanmak: Eski gazetecilik kuruluşları, derin, etkileşimli hikâye ortamları oluşturmak, kalabalık bir haber ortamında seslerini ayırt etmek ve kullanıcılarının olayların ve haberlerin nasıl şekillendiğini keşfetmelerini sağlamak için tanımlayıcı bir varlık olan arşivlerden çok daha iyi yararlanabilir.
7. Uzun vadeli etkiyi düşünmek: Gazetecilik ortamlarında etkileşimli ve katılımcı hikâye anlatımının maliyet-fayda analizi, yalnızca izleyici erişimini ve etkisini değil, aynı zamanda haber odasının diğer bölümlerine entegre edilebilecek yeni ekipler, süreçler ve araçlar biçimindeki örgütsel yeniliği de içermelidir. (Uricchio vd., 2014, s. 6-7)”

Dünya üzerinde, The New York Times ve The Guardian gibi büyük haber kuruluşları interaktif belgeselle gazeteciliği birleştiren çalışmaların önemli örneklerini ortaya çıkarmışlardır. Bu çalışmanın örnekleminde de yer alan, interaktif belgeselci Katerina Cizek tarafından oluşturulan *A Short Story of the Highrise* (2013) interaktif belgeseli, The New York Times ve National Film Board of Canada'nın ortak yapımı olarak bir gazetecilik kurumu ile bir film enstitüsü arasındaki ortaklığa bir örnek sunmaktadır. The New York Times'ın arşivlerinin kullanıldığını çalışma, sürükleyici bir hikâye kitabı deneyimi olarak tasarlanırken, yüksek binaların ve barındırdıkları insanların 2.500 yıllık tarihini ayrıntılarıyla anlatmaktadır ([http- 10](#)).

The Guardian'ın interaktif ve katılımcı özellikler taşıyan *The Counted: People Killed by Police in the U.S.* (2015) çalışması, ABD'de yaşanan polis cinayetlerinin sayısını ve türünü belirlemek için kitle kaynak araştırmasını ve sosyal medyayı araç olarak kullanmıştır. Konuyla ilgilenen kişilerin gazetecilere yardım edebilmesi ve ipuçları ve tanıklıklarını paylaşabilmesi için sosyal medya platformlarını kullandıklarını söyleyen The Guardian ekibi ([http- 11](#)), veri tabanını, kullanıcı için interaktif özellikler taşıyan harita tabanlı bir ara yüz üzerinden yayınlamıştır ([http- 12](#)). Toplulukla dijital iş birliğinin de önemli bir örneğini sunan çalışmanın, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerle ortak iş birliği stratejileri ve etkileşim yöntemlerinden yararlandığı görülmektedir.

İş birliğine dayalı interaktif belgesellerdeki topluluk oluşturma biçimlerinin soy kütüğünü oluşturan topluluklar, topluluk medyasını oluşturan radyo toplulukları, katılımcı ve müdahaleci medya alanında görülen video kolektiflerine ve interaktif belgeselle önemli kesişim noktaları olan dijital gazeteciliğe uzanmaktadır. Söz konusu topluluklar bazen coğrafi temelli bazense sanal topluluklar veya ikisinin kombinasyonunu barındırabilen çıkar toplulukları olarak görülmektedir. İş birliğine dayalı interaktif belgesellerdeki topluluk türleri ve iş birliği stratejileri, bu bölümde bahsedilen dijital

topluluk ağıları ve onların bir araya gelme biçimlerinden izler taşımaktadır. Bu izlerin, iş birliğine dayalı interaktif belgeselerde dönüştüğü hali inceleyebilmek adına, kullanılan iş birliği stratejileri üzerinden yapılan tanımlama girişimlerine yakından bakmak faydalı olacaktır

2.3. İş Birliğine Dayalı İnteraktif Belgeselleri Tanımlama Girişimleri

İş birliğine dayalı interaktif belgeseller, kullandıkları iş birliği stratejileri üzerinden farklı kavramsallaştırmalarla tanımlanmaktadır. Gaudenzi, (2013) topluluğu odağına alan interaktif belgeseller için *katılımcı interaktif belgesel* isimlendirmesini kullanırken, Nash, (2012) *iş birliğine dayalı web belgeselleri* isimlendirmesini kullanmaktadır. Yazarların, bu sınıflandırma için kullandıkları örnek eser incelemelerine ve kriterlerine bakıldığında, aynı formu farklı şekillerde isimlendirdikleri anlaşılabilmektedir. Çalışmanın bu bölümünde, araştırmacıların, iş birliği stratejileri kullanarak birlikte yaratmanın önemine dair düşüncelerine yer verilecektir. Ayrıca, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerdeki farklılıkları anlayabilmek adına Gaudenzi, (2013) tarafından açıklanan ortak yazarlık (*co-authoring*) ve ortak inisiyatif (*co-initiative*) kavramlarına yakından bakılacaktır.

İş birliğiyle üretmek, sanat üretiminin de insanlık tarihinin de temelini oluşturmaktadır. İş birliğine dayalı interaktif belgesellerde de yapılmaya çalışıldığı gibi bu, her zaman tekil üretime bir alternatif oluştururken çoğu zaman da tekil otoriteye karşı çıkışı temsil etmektedir. Cizek ve Uricchio, (2019) iş birliğinin önemine dair çıkarımlarını şöyle sıralamışlardır:

- “Birlikte yaratma, dünyayı kasıp kavuran keşfedilmemiş değişim bölgelerinde gezinmemize yardımcı olur: teknoloji, dijital kültür...
- Birlikte yaratma, eşitsizliği devam ettiren güç sistemleriyle yüzleşir ve alternatifler sunar.
- Birlikte yaratma, başta iklim krizi olmak üzere karmaşık sorunların üstesinden gelmeye yardımcı olabilir.
- Birlikte yaratma, zamanı farklı şekilde ele alır ve zaman algımızı yeniden düzenler. (Cizek ve Uricchio, 2019, Introduction and Overview)”

Anlaşılabacağı üzere, iş birliğinin önemi, interaktif belgeselciler tarafından politik bir motivasyonla tanımlanmaktadır. İş birliği ile üretilen bir eserin kamunun yararı için değiştirici gücü olabileceğine inanılmaktadır.

İş birliğı söz konusu olduğunda, önceden tüketen konumunda olan izleyiciler, kullanıcı katkılı içerik gibi yöntemlerle aktif üretkenler haline gelmiştir. Üreten tüketiciler (*prosumer*) "dünyayı tüketim için değil, yaratım için bir yer olarak görürler" (Tapscott ve Williams 2008, s. 127). Bu dönüşüm, iş birliğine dayalı interaktif belgeseller için de temel soruyu ortaya çıkarmaktadır: Ortak üretkenlerin eserin tasarımı üzerindeki sınırlarına nasıl karar verilecektir? Bu soru, iş birliğine dayalı interaktif belgeselleri kendi içinde farklılaştıran kontrol düzeylerine, kontrolün paylaşılma şekillerine dair de bir tartışma alanı yaratmaktadır. Ortak yaratıma dahil olan kişiler, eserin oluşturulma sürecinin hangi noktasında ve ne kadar dahil olabilmektedir? Gaudenzi, (2013) bu tartışma alanı üzerinden iş birliğine dayalı interaktif belgeseller için ortak yazarlık ve ortak inisiyatif gibi kavramları kullanarak, ortak yaratım sürecindeki kontrol sınırlarını detaylandırmaya çalışmıştır.

Gaudenzi, (2013) kullanıcı katkılı içerikle ortak yazarlık arasındaki farkı açıklarken, "kimin, neyi, nerede yaptığı" sorusuna odaklanmaktadır. Önceden belirlenmiş bir veri tabanına içerik ekleyen kullanıcılar, eserin ortak yazarları olarak görülemezler. Ancak, belgeselin etkileşimli biçimini şekillendirebilirlerse ortak yazar sayılabilecek kişiler, yalnızca içerik üreticisi değil aynı zamanda kolaylaştırıcı ise o zaman ortak yazarlık belgeselin fikri ve mantığı üzerinde etki sahibi olmak anlamına gelir (Gaudenzi, 2013, s.191). De Michiel, ağlar ve topluluklarla birlikte gelişen iş birliğine dayalı, açık alan yaratan belgesellerin, medya yapımcılarını "içerik sağlayıcılar" yerine "bağlam sağlayıcılar" olmaya davet ettiğini öne sürmektedir (De Michiel 2011'den aktaran Miller ve Allor, 2016, s. 4). Ortaya konulan bağlam içinde eser, ortak yazarların iş birliğiyle birlikte inşa edilmektedir.

Ortak yazarlığın yanı sıra, katılımcıyı etkileşimli bir belgeselin yapımına dahil etmenin bir diğer yolu ortak inisiyatiftir. Gaudenzi, (2013), ortak inisiyatifi, içeriği birlikte başlatmak olarak görürken, buradaki iş birliğinin, hem video materyalinin hem de etkileşimli eserin üretim öncesi aşamasına yerleştirildiğinde gerçekleştiğini belirtmektedir. Bu durumda katılımcı, başlatılan etkileşimli bir yapının "kullanıcısı" değil, projenin şekillendirilmesindeki potansiyel öznedir. Bu tür bir iş birliğı, ne açık yazılımın emsal kaynak kullanımından ne de Wikipedia ve YouTube'un kitle kaynak kullanımından gelir, daha çok 1960'ların katılımcı Cinema Vérité okulundan gelir ve genellikle bir sosyal aktivist davayla bağlantılıdır (Gaudenzi. 2013, s.200).

Kullanıcı, özne haline geldiğinde ve eser için içerik ürettiğinde, bahsedilen kullanıcı katkılı içerik yerine özne katkılı içerik haline gelmektedir. Bu çalışmanın önceki bölümlerinde tanımlarına yer verilen, akran üretimi veya kitle kaynaklı üretim gibi iş birliği yöntemlerinden farklı olarak, özne katkılı içerikte, materyali üreten kalabalık bir kitle veya ortak bir ilgi alanı veya uzmanlığa sahip bir insan grubu olmak zorunda değildir. Özne, aynı zamanda belgeselin konusu da olduğundan, özne katkılı içerik özne için fark yaratabilir. Gaudenzi, (2013) bu tür iş birliğine dayalı interaktif belgesellere örnek olarak Katerina Cizek önderliğinde yaratılan ve *Highrise* projesinin bir parçası olan *Out My Window* (2010) belgeselini vermektedir. Ona göre, belgesele materyal katkısı sağlayan öznelere bir mozaik binlerce bakış açısından biri değil, kendini güçlendirmek için dijital medyayı kullanabilen bir karakterdir. Onlar, belgeseli ve veri tabanını şekillendirecek ve belki de hayatlarını değiştirecek bir sürecin ortak başlatıcılarıdır (Gaudenzi, 2013, s. 207).

Anlaşılabileceği üzere, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin kategorizasyonu üzerindeki tartışma, iş birliğinin, eserin yapım sürecinin hangi noktasında ne kadar etkiyle gerçekleştiği üzerinedir. Gaudenzi, (2013) tarafından detaylandırılan, ortak yazarlık, ortak inisiyatif ve özne katkılı içerik kavramları, bu çalışmadaki örnek projelerin analizinde iş birliği stratejileri kategorisi altında kullanılacaktır.

3. İŞ BİRLİĞİNE DAYALI İNTERAKTİF BELGESELLERDE TOPLULUK

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İş birliğine dayalı interaktif belgesellerde, belgeselin konusunu oluşturan öznelere tek başına belgeselci tarafından temsil edilmemekte, projenin konusunu oluşturan öznelere, yani bu çalışma kapsamında topluluk, projenin içeriğine ve/veya diğer yapım aşamalarına müdahale edebilmektedir. Bu noktada, iş birliğine dayalı interaktif belgeseller odaklandıkları toplulukla birlikte hareket etmekte, topluluk için toplulukla birlikte üretmektedir. Toplulukları odağına alan interaktif belgesellerde, topluluk bazen projenin çevresinde oluşurken bazen de proje zaten var olan bir topluluğun çevresinde oluşmaktadır. Bu çalışma, etrafında topluluk oluşturmuş iş birliğine dayalı interaktif belgesellerde topluluğun rolünü dört örnek proje aracılığıyla analiz etmektedir. Çalışmanın temel problemi, projelerin öznesi olan topluluklarla kurulan iş birliğinde, toplulukların konumunun nerede olduğudur.

Çalışmanın amacı, interaktif belgesel biçimlerinden iş birliğine dayalı interaktif belgesellerde topluluğun rolünü incelerken, topluluk oluşturma biçimlerini ve projelere olan etkisini ortaya koymaktır.

Dijital iş birliği ve interaktiflik süreçlerinde topluluğun projedeki konumu geleneksel iş birliğine dayalı belgeselden farklı bir alana taşınarak iş birliklerini sağlayan olanaklar ve dolayısıyla iş birliği biçimleri farklılaşmıştır. Bu farklılaşma alana, içeriğin ve akışın kontrolünün kimde olduğu gibi yeni sorular getirmektedir. Belgesel sinemayı yeni medyayla birleştirerek cesur bir girişimde bulunmuş olan yönetmenlerin çabalarını görmek ve stratejilerini anlamaya çalışmak bu soruları cevaplamak adına bir alan açması bakımından önemlidir.

Çalışmada incelenen projeler, aynı amaç etrafında bir araya gelmiş bir insan grubunu yani topluluğu, kendi çevresinde oluşturma gücüne sahiptir. Çoğunlukla bir sosyal değişim motivasyonu taşıyan projelerin hem belgesel sinema tarihi içindeki hem de toplumsal tarih içindeki dönüştürücü potansiyelini anlayabilmek için öncelikle topluluklarla kurdukları ilişkiyi anlamak gerekir. Topluluğu odağına alan iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin dört örneği aracılığıyla, topluluğun projelerdeki konumunun analizini yapan bu çalışma, alanda yapılan çalışmalara özgün katkı sağlaması ve belgeselleri görünür kılması sebebiyle önem taşımaktadır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analizde elde edilen veriler, daha önce belirlenmiş olan temalara ya da araştırma sorularının ortaya koyduğu boyutlara göre özetlenir ve yorumlanır (Erişti vd., 2013, s.154). Bu çalışmanın temel araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

1. İş birliğine dayalı interaktif belgesel projelerinde, projelerin yapım öncesi, yapım ve yapım sonrası aşamalarında topluluğun projedeki rolü nedir?
2. Hangi interaktif belgeseller iş birliğine dayalı interaktif belgeseller olarak kabul edilmektedir?
3. İş birliğine dayalı interaktif belgesel projelerinde topluluk oluşturma biçimleri nelerdir?

“Ne” ve “hangi” sorularına odaklanan çalışma, betimsel analiz yönteminin amaçlarıyla uyum sağlamaktadır. Analiz için gerekli olan çerçeve, alandaki araştırmacıların oluşturduğu kavramsallaştırmalar ve tanımlamalar yoluyla oluşturulmuştur. Seçilen örnek projeler incelenirken kullanılan kodlar, alanda yapılmış araştırmalar ve örnek çalışmalar üzerine yapılan incelemelerin taranması sırasında çıkarılarak araştırma soruları çerçevesinde sınıflandırılmıştır.

Bulgular arasındaki sebep-sonuç ilişkilerinin açıklanması, gerektiğinde farklı olgular arasında karşılaştırma yapılması, araştırmacının yapacağı yorumun daha nitelikli olması için önemlidir (Yıldırım & Şimşek, 2011, s. 224-225). Sınıflandırılmış kodların varlığı veya yokluğu örnek projeler üzerinden analiz edilerek, projeler, bulgular arasında neden-sonuç ilişkileri kurularak yorumlanmıştır.

3.3. Analiz Kategorilerinin Belirlenmesi

Seçilen belgesellerin analizi için, araştırma sorularına cevap verebilmek amacıyla, üç kategori belirlenmiştir. Bunlar; interaktiflik türleri, iş birliği stratejileri ve topluluktur. Belirlenen üç kategorideki kodlar alanda yapılmış çalışmalardan yararlanılarak çıkarılmış kriterler, türler ve kavramsallaştırmaları içermektedir. Bu üç kategori belirlenirken çalışmanın alt sorularına cevap verebilecek nitelikte olmaları göz önünde bulundurulmuştur. Çalışmanın alt soruları şunlardır:

1. Seçilen projeler hangi etkileşim türlerini içermektedir?
2. Seçilen projelerde kullanılan iş birliği stratejileri nelerdir?
3. Projelerin iş birliği içinde oldukları topluluk ne tür bir topluluktur?

Çalışmanın alt sorularını cevaplamak için öncelikle üç ana kategorideki kodlar bir araya getirilmiş, daha sonra örnek projeler, bu kategoriler üzerinden ayrı tablolarla analiz edilmiştir. Çalışmanın konusu bağlamında, projelerle ilgili temel bilgileri verecek olan kategoriler, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin toplulukla kurduğu iş birliği biçimlerini anlamaya olanak sağlayan nitelikleri barındırmaktadır. Oluşturulan tablo analizleri üzerinden ortaya çıkacak bulgular, neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde yorumlanarak, araştırmanın temel soruları cevaplanmaya çalışılmıştır.

Tablo 3.1. *İnteraktiflik türleri (McMillan, 2006)*

Kullanıcıdan kullanıcıya interaktiflik	Kullanıcıdan belgeye interaktiflik	Kullanıcıdan sisteme interaktiflik
geri bildirim (<i>feedback</i>)	talep üzerine içerik (<i>content on demand</i>)	insan temelli etkileşim (<i>human-based interaction</i>)
monolog (<i>monologue</i>)	iş birliğiyle yaratılmış içerik (<i>co-created content</i>)	bilgisayar temelli etkileşim (<i>computer-based interaction</i>)
cevap veren diyalog (<i>responsive dialogue</i>)	paketlenmiş içerik (<i>packaged content</i>)	akış (<i>flow</i>)
karşılıklı konuşma (<i>mutual discourse</i>)	içerik değiş tokuşu (<i>content exchange</i>)	uyarlanabilir etkileşim (<i>adaptive interaction</i>)

Tablo 3.2. *İş birliği stratejileri*

Akran üretimi (<i>peer production</i>)
Kitle kaynak kullanımı (<i>crowdsourcing</i>)
Kullanıcı katkılı içerik (<i>user generated content</i>)
Özne katkılı içerik (<i>subject generated content</i>)
Ortak yazarlık (<i>co-authoring</i>)
Ortak inisiyatif (<i>co-initiative</i>)

Tablo 3.3. *Topluluk türleri*

Coğrafi temelli yerel topluluk
Sanal topluluk
Çıkar topluluğu

İş birliği stratejileri ve topluluk türleri kategorisi altındaki kodlar belirlenirken, çalışmanın ilk iki bölümünde de referans verilen araştırmacıların çalışmalarında karşılaşılan kullanımlar göz önünde bulundurulmuştur.

3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın örnekleme oluşturulurken, projelerin interaktif belgeselin kurucu unsurlarını taşımalarına ve iş birliği stratejileri içermelerine dikkat edilmiştir. Bu süreçte, interaktif belgeseller için bir veri tabanı ve arşiv niteliği taşıyan MIT Docubase ([http-13](http://13)) internet sitesi kullanılmıştır. Öncelikle, sitedeki çalışmaya uygun projelerin filtrelmesi

amacıyla, topluluklar (*communities*), birlikte yaratma (*co-creation*) ve topluluk iş birliği (*community collaboration*) etiketlerini taşıyan belgeseller listelenmiştir. Araştırmanın evrenini oluşturan bu belgeseller arasından dört örnek proje örneklem için seçilirken, olasılıklı olmayan örnekleme yöntemi kullanılarak, projelerin araştırmanın varsayımlarına uygunlukları ve erişilebilirlikleri göz önünde bulundurulmuştur. Buna ek olarak, araştırmanın evrenindeki çeşitliliği yansıtması amacıyla, örneklemdeki projelerin farklı iş birliği stratejilerini barındırmalarına dikkat edilmiştir.

Bu çalışmada, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerdeki topluluğun konumunu analiz etmeyi sağlayacak dört proje örneklem olarak seçilmiştir. Bunlar, ilk iş birliğine dayalı interaktif belgesellerden kabul edilen çoklu projelerden oluşan *Highrise* (2013) evreninin bir parçası olan *A Short Story of the Highrise* (2013), kapsamlı bir dijital arşiv çalışması olan *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project* (2021), harita tabanlı interaktif web belgeseli olan *Points of View* (2014) ve bir müzik albümünün oluşturulma sürecini interaktif hale getiren *The DNA Project* (2014)'tir.

- *A Short Story of the Highrise*: Çok katlı binaların ve gökdelenlerin 2.500 yıllık küresel tarihini ve giderek kentleşen bir dünyada toplumsal eşitlik meselelerini araştıran etkileşimli bir belgeseldir. Temelde, dört interaktif kısa filminden oluşan belgesel The New York Times ile birlikte üretilmiştir. Belgeselde The New York Times'ın fotoğraf arşivinden yararlanılırken, dördüncü bölüm, The New York Times okurlarının gönderdiği fotoğraflarla oluşturulmuştur. Belgesel, Katerina Cizek tarafından 2008 senesinde başlatılan ve çeşitli iş birliğine dayalı projelerle interaktif belgeseller içeren *Highrise* (2008-2015) projesinin bir parçasıdır.
- *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project*: Güneydoğu Chicago bölgesindeki eski bir çelik fabrikasında çalışan işçi sınıfının yaşamına odaklanan ve işçi topluluğu tarafından toplanan ve korunan nesne koleksiyonunu dijital bir arşive dönüştüren etkileşimli bir belgeseldir. Bölgedeki topluluk gönüllüleri tarafından kurulmuş müzeyle iş birliği içinde yaratılan belgesel, nesnelerin dijital arşivinin yanı sıra, topluluk üyeleriyle yapılmış görüşme videolarını da bir araya getirmiştir.
- *Points of View*: Batı Şeria ve Gazze'de yaşayan Filistinlilerin video kameraları aracılığıyla belgeledikleri insan hakları ihlallerini, harita tabanlı bir web sitesinde bir araya getiren etkileşimli belgeseldir. Video görüntülerinin kaynağı, İsrail İşgal

Altındaki Topraklarda İnsan Hakları Enformasyon Merkezi B'Tselem'dir. 2007'de Batı Şeria ve Gazze'de yaşayan Filistinlilere video kameraların yanı sıra temel çekim ve kurgu eğitimi veren B'Tselem isimli kuruluşun arşivindeki videolar, interaktif belgesel formunda yeniden bir araya getirilmiştir.

- *The DNA Project*: Müzisyen ve yapımcı Jonathan Dagan'ın (takma adı j.viewwz) albümünün yapılışını belgeleyen etkileşimli belgeseldir. Proje, kullanıcıların j.viewwz'in yaratıcı sürecini incelemelerine ve müzik yapımında ona ilham veren videoları, şiirleri, görüntüleri ve yerleri deneyimlemelerine olanak tanımaktadır. Kullanıcılar, aynı zamanda, parçaları indirip yeniden düzenleyebilmekte ve web sitesine geri yükleyebilmektedir.

3.5. Örnek Projelerin Analizi

Araştırmanın örnekleme için seçilen dört proje, çalışmanın literatür bölümünde bahsedilen kavram ve tanımlardan yararlanılarak oluşturulan interaktiflik türleri, iş birliği stratejileri ve topluluk türleri kategorilerindeki kodlar bağlamında analiz edilmiştir. Betimsel analiz yöntemi gereği, belirlenen kodların projelerdeki varlığını görebilmek adına her proje için ayrı bir tablo oluşturulmuştur. Araştırmanın temel sorularını cevaplayabilmek için, gerekli temel nitelikleri ortaya çıkaran tablolar çerçevesinde bulgular yorumlanarak projeler analiz edilmiştir.

3.5.1. *A Short Story of the Highrise*

Çoklu projeleri içeren *Highrise* (2008-2015) projesi, iş birliğine dayalı interaktif belgeseller için önemli öncül örneklerden biridir. Bunun bir parçası olan, *A Short Story of the Highrise* interaktif belgeseli, *Highrise* evrenini temsil etmesi ve kullandığı iş birliği stratejileriyle, bu çalışmanın kapsamına katkı sağlaması sebebiyle örneklem olarak seçilmiştir. Belgeselin çalışma için belirlenen kodlar bağlamındaki analizi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.4. *A Short Story of the Highrise* belgeselinin analizi

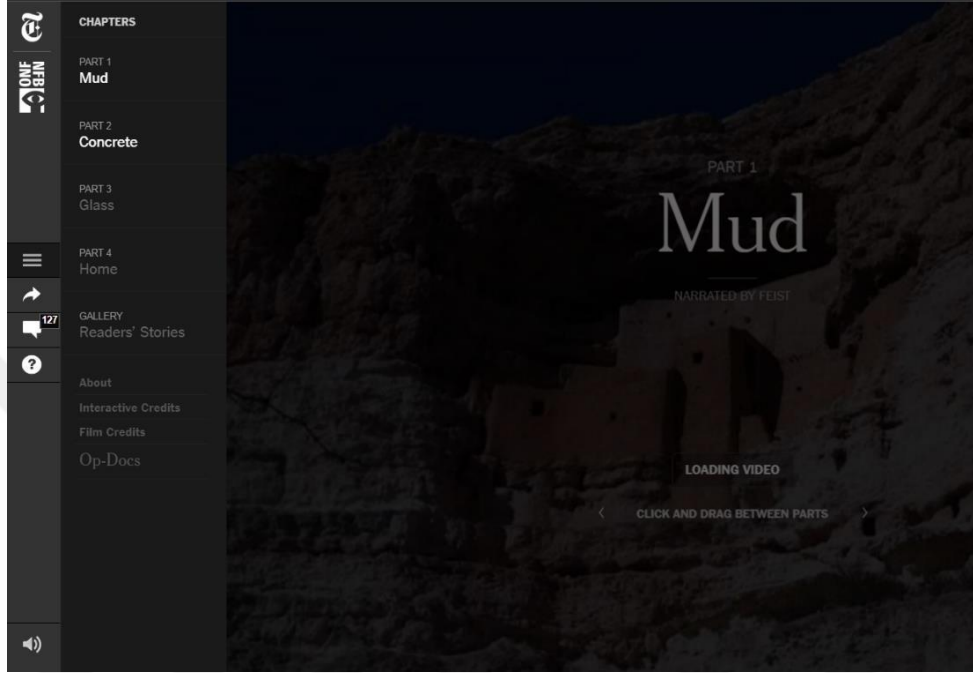
Belgeselin Adı	<i>A Short Story of the Highrise</i>
İnteraktiflik Türleri	- Kullanıcıdan sisteme interaktiflik (bilgisayar temelli etkileşim)
İş Birliği Stratejileri	- Kitle kaynak kullanımı - Özne katkılı içerik
Topluluk Türleri	- Sanal topluluk

Çok katlı binaların ve gökdelenlerin 2.500 yıllık küresel tarihinin ele alındığı belgeselde The New York Times ile yapılan iş birliği sonucu, kuruluşun arşiv fotoğrafları kullanılmış ve belgesel The New York Times’ın internet sitesi üzerinden yayınlanmıştır. Belgesel, temelde dört interaktif videodan oluşmaktadır. İnternet sitesine giriş yapıldığında, kullanıcıyı, projenin ilk bölümü olan “Mud” bölümü karşılamaktadır. Bölüm başlığının altında, kullanıcıyı etkileşime yönlendiren “bölümler arasında tıkla ve sürükle” şeklinde bir ibare görünmektedir. Kullanıcı, bu sayfa içinde, videolar arasında gezinti yapabilmekte, ancak, sayfanın içeriğini veya tasarımını değiştirememektedir.



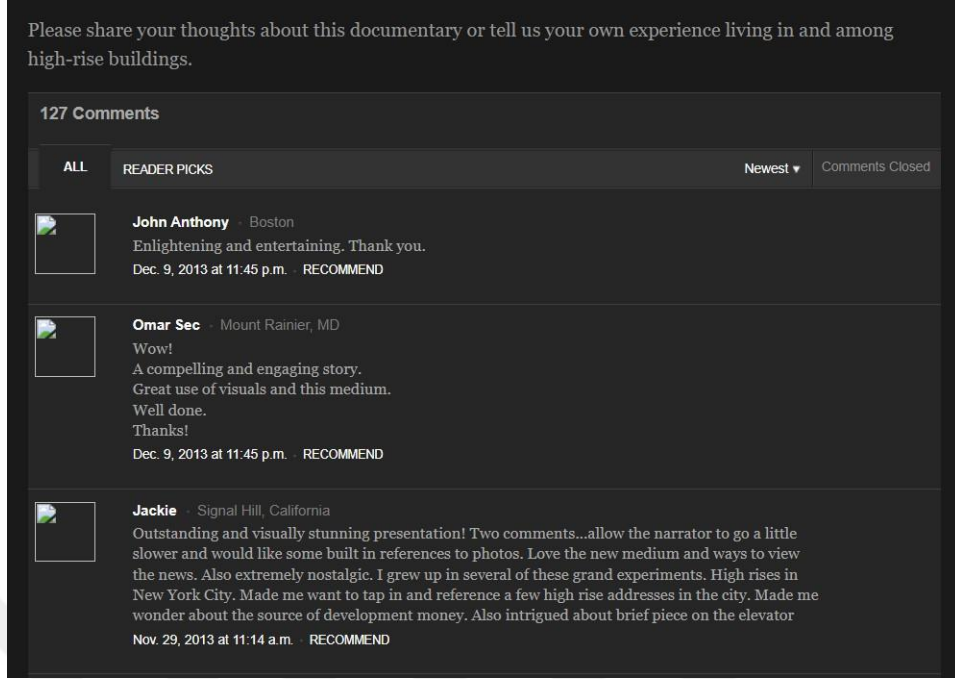
Görsel 3.1. *A Short Story of the Highrise* birinci bölüm açılışı

İnternet sayfasının soluna yerleştirilmiş “menü” ikonuna tıklandığında, projenin içindeki farklı bölümlerin listelendiği menü elamanları arasında gezinti yapma imkanının olduğu anlaşılmaktadır.



Görsel 3.2. *A Short Story of the Highrise menü*

Kullanıcının içerikler arasında gezinebilme imkanının yanı sıra, siteye yorum bırakabilme imkânı da vardır. Sayfanın solundaki, konuşma kutusu ikonuna tıklandığında yönlendirilen yorumlar sayfası, kullanıcının farklı bir yolla etkileşime girmesine imkân tanır. Ancak burada da, kullanıcının yorum yazmak dışında bir etkide bulunmasına kapalı bir etkileşim ortamı vardır. Önceden programlanmış olan sayfa tasarımında herhangi bir değişiklik yapılamamaktadır. Kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girmesi yerine, proje üzerine geri bildirim alınması hedeflenmiştir.

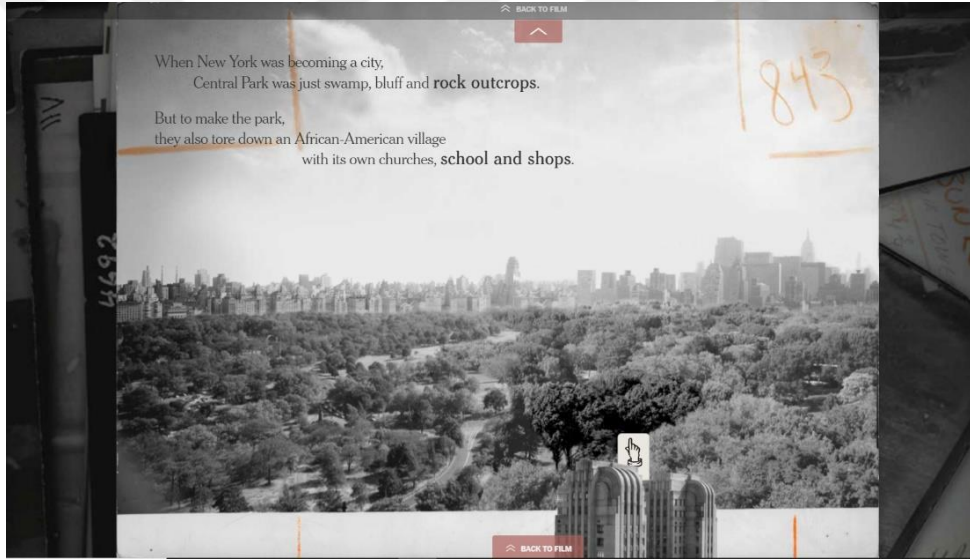


Görsel 3.3. *A Short Story of the Highrise yorum sayfası*

Videolar oynatılmaya başlandığında, kullanıcının içeriğin keşfini derinleştirmesi için yeni bir etkileşim imkânı belirlemektedir. Videoda anlatılan bölge veya konu hakkında daha ayrıntılı bilgi almak isteyen, bölge veya konuyla ilgili arşivdeki diğer fotoğrafları da incelemek isteyen kullanıcı için, oynatma çubuğunun altına “keşfet” butonu yerleştirilmiştir. Videoların belirli yerlerinde ortaya çıkan bu butona tıklandığında, videodaki anlatı duraklatılıp, aşağıda açılan yeni sayfadan ayrıntılı bilgilere ve diğer arşiv fotoğraflarına ulaşılabilir. Açılan keşif sayfasında, kullanıcıyı etkileşim için yönlendiren, fotoğrafın içinde bir yere tıklayabileceğini gösteren veya diğer fotoğraflara geçiş yapabileceğini hatırlatan bir parmak işareti ikonu da bulunmaktadır.



Görsel 3.4. *A Short Story of the Highrise keşfet butonu*

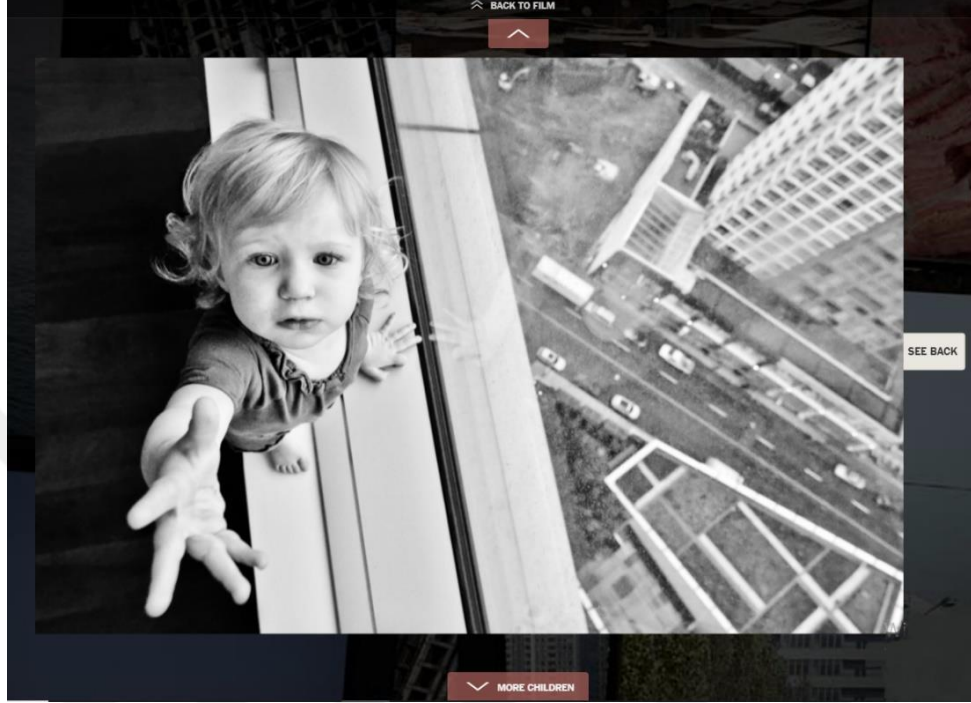


Görsel 3.5. *A Short Story of the Highrise keşif sayfası*

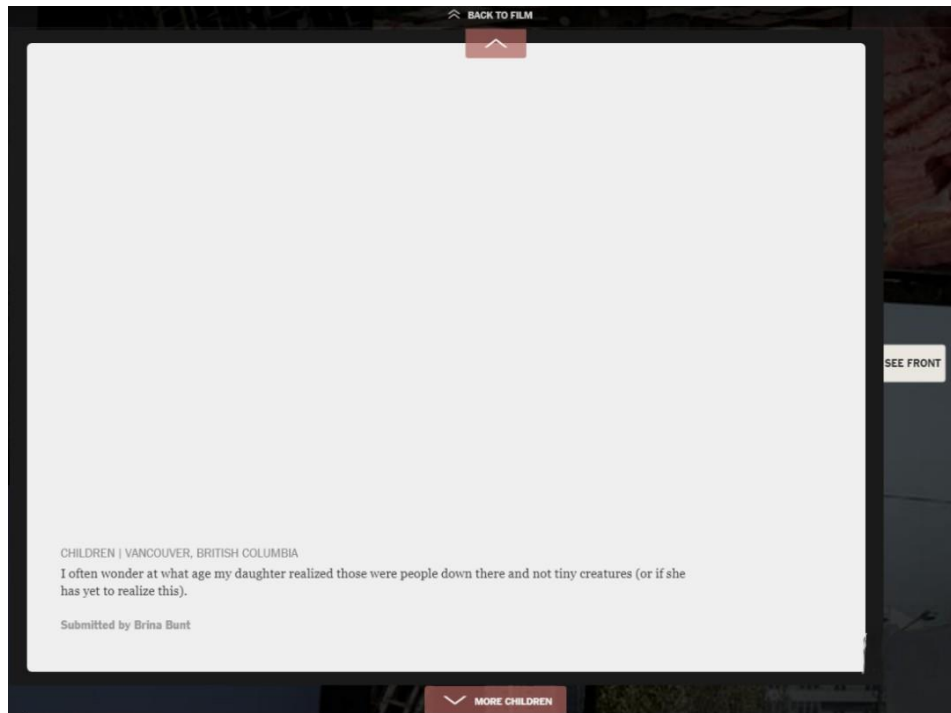
Keşif sayfasında gezinen kullanıcı, dilediği zaman “filme geri dön” butonuna tıklayarak videodaki anlatıya devam edebilmektedir. Kullanıcıya keşif ve gezinme imkânı tanıyan bu etkileşim tasarımı, belgeselin doğrusal olmayan anlatısını da zenginleştirmektedir.

Belgeselin son bölümü olan “Home” isimli bölüm, çok katlı binalarda ve gökdelenlerde yaşayanların gönderdiği fotoğraflardan oluşmaktadır. Video bölümlerinde olduğu gibi, kullanıcı akış halindeki kategorize edilmiş fotoğrafları daha detaylı inceleyebilmek için “keşfet” butonuna tıklayabilmektedir. Açılan fotoğrafların her birinin arkasında bulunan, fotoğrafı gönderen kişi tarafından yazılmış, fotoğrafın hikayesine dair

bilgi veren notlara da “arkasını gör” butonuna tıklayarak ulaşılabilir. Böylece kullanıcının keşif deneyimi derinleştirilirken, gökdelen hayatına dair anlatı da farklı perspektiflerden interaktif bir şekilde zenginleştirilmiştir.

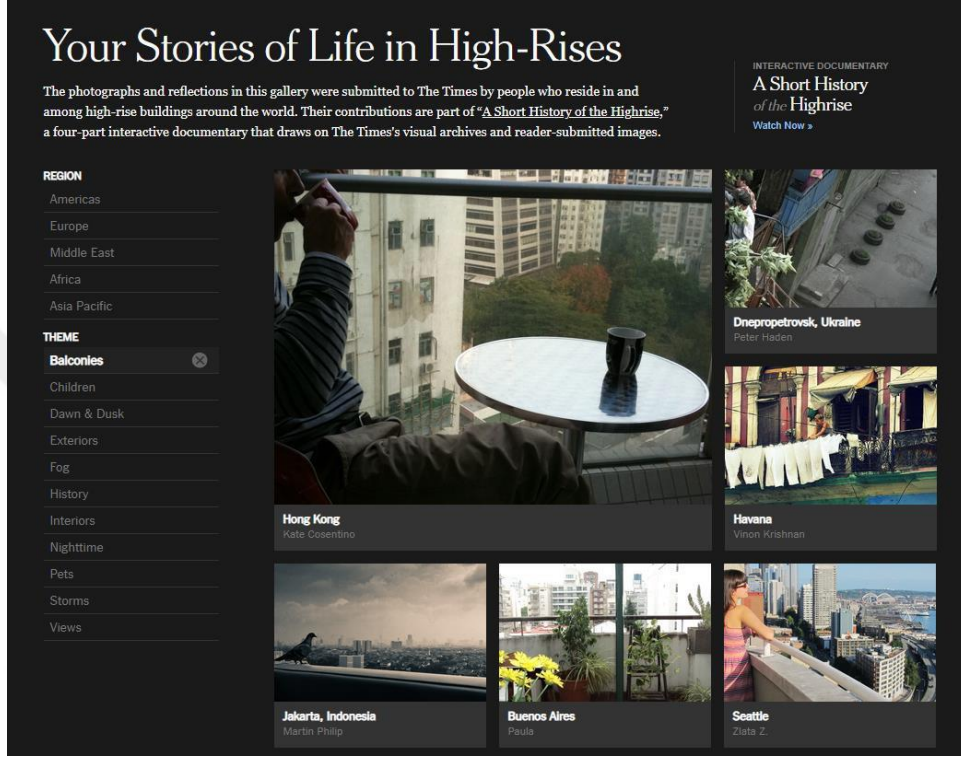


Görsel 3.5. *A Short Story of the Highrise* son bölüm



Görsel 3.6. *A Short Story of the Highrise* fotoğraf notları

Gökdelenler ve çok katlı binalarda yaşayanların, yani belgeselin öznelерinin gönderdiği fotoğraflar için ayrı bir arşiv görünümü de oluşturulmuştur. Menüdeki galeri bölümüne tıklandığında açılan ayrı pencerede, kullanıcıya fotoğraflar arasında coğrafi bölgelerine ve temalarına göre gezinme imkânı sunulmuştur.



Görsel 3.7. A Short Story of the Highrise fotoğraf galerisi

Belgeselde sunulan tüm etkileşim olanaklarına bakıldığında, tasarımın tamamının önceden programlanmış ve kullanıcı manipülasyonuna izin vermeyen bir tasarım olduğu anlaşılmaktadır. Kullanıcı, anlatı içinde doğrusal olmayan bir şekilde gezinebilmekte ve farklı keşif alanları arasında geçiş yapabilmektedir. Kullanıcının internet sitesi içinde ekleme yapabildiği tek alan, yorumlar bölümüdür. Bu alanda da kullanıcılar arası iletişim yerine, proje için geri bildirim alınmasının hedeflendiği anlaşılabilmektedir. Kullanıcının bilgisayar aracılığıyla girdiği etkileşimde, kontrol sahibi olan önceden programlanmış tasarımdır. Kullanıcının bu tasarımda, herhangi bir bölümü değiştirmesi veya içerik eklemesi söz konusu değildir. Dolayısıyla, belgeselin interaktiflik türü, kullanıcıdan sisteme interaktiflik kategorisine dahil olan bilgisayar temelli interaktifliktir.

Belgeselde, topluluk odaklı iş birliğinin kullanıldığı kısım, “Home” isimli son bölüm ve fotoğrafların arşivlendiği galeri sayfasıdır. Gökdelenlerde ve çok katlı binalarda

yaşayan kişilerden The New York Times’ın topladığı fotoğraflardan oluşan bu bölümler, kitle kaynak kullanımı ve özne katkılı içerik stratejileri yoluyla oluşturulmuştur. The New York Times’ın okuyucularına proje için yaptığı çağrıyla kitle kaynak stratejisi kullanılmıştır. Belgeselin konusunun öznesi olan okuyucular, çektikleri fotoğrafları kuruluşa göndererek içeriğe katkı sunmuşlardır.

Belgeselde iş birliği kurulan kişiler topluluk özelliklerini taşımaktadır. Bu topluluğu oluşturan insan grubunun ortak özelliği, The New York Times okuyucusu olmaları ve gökdelen veya çok katlı binalarda yaşamalarıdır. Bu ortak özelliğin, onları diğer varsayımsal insan gruplarından ayırması sebebiyle topluluk olarak anılmaları mümkündür. Topluluğu oluşturan ortak özelliğin coğrafi temeli yoktur. Dünyanın farklı bölgelerindeki gökdelenlerde yaşayan insanlardan fotoğraflar kullanılmıştır. Söz konusu topluluğun ortak bir çıkar veya hedef etrafında birleşmek gibi bir motivasyonu olduğu söylenemez. Böyle bir motivasyon varsa da belgesel projesine dahil edilmemiştir. Dolayısıyla, projenin internet sitesindeki fotoğraf galerisiyle bir araya getirilmiş insan hikayeleri ve sanal olarak oluşturulmuş bir topluluk söz konusudur.

A Short Story of the Highrise belgeseli, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin özelliklerini taşımaktadır. Topluluk odağa alınarak iş birliği stratejileri kullanılmış ve kullanıcıya anlatının içinde gezinme ve keşfetme gibi interaktiflik imkanları sağlanarak doğrusal olmayan etkileşimli bir anlatı oluşturulmuştur. Kullanıcı için oluşturulan etkileşim imkanları, geleneksel belgeselden farklı olarak, kullanıcıyı aktif bir aktör olarak tanımakta ve içerik içindeki keşfini hangi yollarla yapacağına karar vermesi için onu fiziksel bir etkileşime yönlendirmektedir. Videoları izleyen seyirci/kullanıcı, video içinde anlatılan konuların hangisi hakkında daha derinlemesine bilgi almak istediğine kendi karar vererek, keşfini derinleştirmek istediği noktalarda tıklama veya kaydırma gibi fiziksel etkileşim yöntemleriyle anlatıya müdahale edebilmektedir. İçerikleri istediği sırayla veya istediği temalara göre filtreleyerek inceleyebilmektedir.

Topluluğun, projenin yapım öncesi ve sonrasında herhangi bir etkisinin olmadığı, bir rol edinmediği anlaşılmaktadır. Yapım sürecinde kontrol, yüksek düzeyde etkileşimi tasarlayan belgeselciye aittir. Topluluk, özne katkılı içerik yoluyla projenin içeriğine belirli süreliğine etkide bulunmuştur. Böylece topluluk, aktif aktörler olarak işbirlikçi nitelikler taşıyan bir ağın parçası olmuştur. Diğer yandan, belgeselin, bir bölümü topluluğun sağladığı fotoğraf içerikleriyle oluşturulmuş, ancak bu fotoğrafların kürasyon

süreci veya kullanıcıya sunulma biçimiyle ilgili topluluğa bir rol verilmemiştir. Birbirinden haberi olmama ihtimali olan, ancak gökdelenlerde yaşamak gibi bir ortak özelliği bulunan bir insan grubu, kitle kaynaklı içerik kullanımı yoluyla sanal bir platformda bir araya getirilmiş ve bir topluluk olarak sunulmuştur. Bu ortak özellik, topluluğu diğer insan gruplarından ayıran ve onun sınırlarını belirleyen özelliktir. Belgesel, The New York Times okuyan ve gökdelenlerde yaşayan insan grubundan sanal bir topluluk yaratmıştır. Topluluğun oluşumundaki moderasyon ve liderlik özellikleri projeyi tasarlayan belgeselciye ait kalmıştır. Çalışmanın önceki bölümlerinde sözü edilen topluluk medyası, müdahaleci medya veya dijital gazetecilik alanlarında oluşan topluluklardan farklı olarak bu sanal topluluğun proje içindeki kontrol yetkisi ve projeye olan etkisinin zayıf olduğu söylenebilir.

3.5.2. *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project*

Güneydoğu Chicago bölgesindeki eski bir çelik fabrikasında çalışan işçi sınıfının yaşamına odaklanan belgesel, topluluktan öğrenmenin önemli bir örneğini sergilemiştir. Bölge sakinlerinin korudukları nesnelerin sergilendiği ve topluluğun oluşturduğu müzeyle iş birliği halinde yaratılan belgeselde topluluğun rolü oldukça belirgindir. Ortak inisiyatif stratejisine de örnek oluşturan belgesel, bu çalışmaya katkı sağlayacağı düşünülererek örneklem olarak seçilmiştir. *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project*'i iş birliğine dayalı interaktif belgesel olarak tanımlamamızı sağlayan temel nitelikler ve belirlenen kodlar bağlamında analizi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.5. *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project* belgeselinin analizi

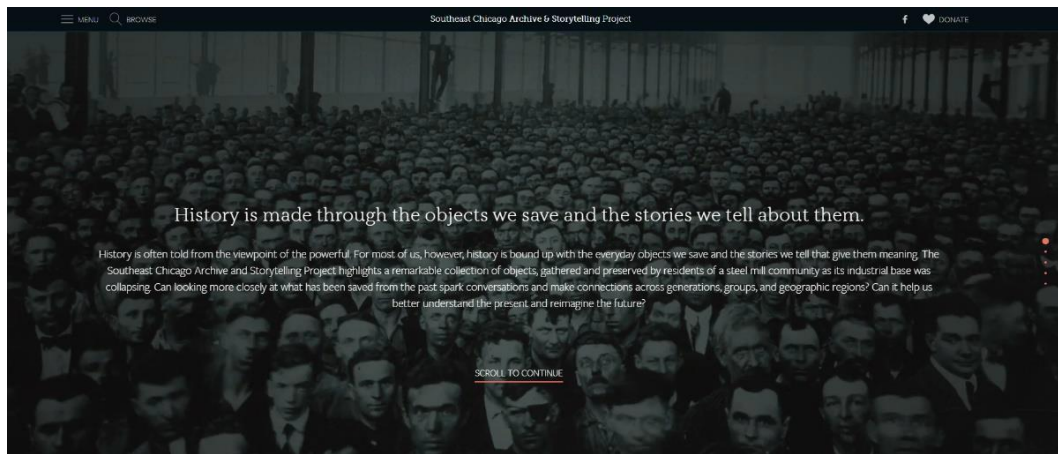
Belgeselin Adı	<i>Southeast Chicago Archive and Storytelling Project</i>
İnteraktiflik Türleri	- Kullanıcıdan sisteme interaktiflik (bilgisayar temelli etkileşim) - Kullanıcıdan kullanıcıya interaktiflik (karşılıklı konuşma)
İş Birliği Stratejileri	- Özne katkılı içerik - Ortak inisiyatif

Topluluk Türleri	- Coğrafi temelli yerel topluluk - Sanal topluluk
-------------------------	--

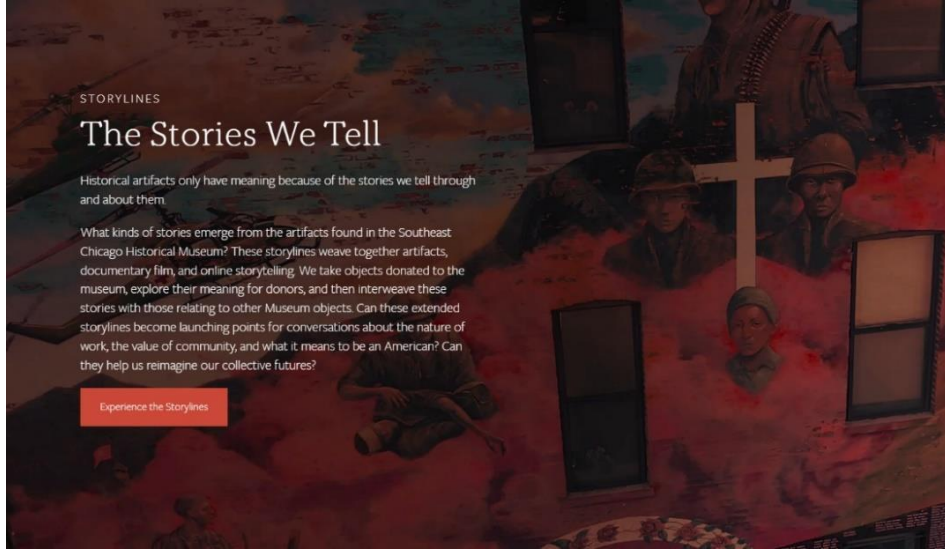
Tablo 3.5. (Devam) *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project* belgeselinin analizi

Güneydoğu Chicago bölgesi yaşayanları, bölgede şu an aktif olmayan eski çelik fabrikasında çalışanlara ait fotoğraflar veya gündelik eşyalar gibi nesneleri saklayarak Güneydoğu Chicago Tarih Müzesi’ne bağışlamışlardır. Müze direktörü, müze gönüllüleri ve bölge sakinleri ile yapılan iş birliği sonucu oluşturulan proje, saklanan nesnelerin dijitalleştirilmiş arşivine ek olarak bölge sakinleriyle yapılan görüşmelerden oluşmaktadır. Bölgenin 1910’lardan 2000’li yıllara kadar olan toplumsal tarihi, arşivlenen videolar, fotoğraflar ve bölge yaşayanlarıyla yapılan görüşmelerle, saklanan nesneler arasında bağ kurularak nesiller arası bir hikâye anlatımı interaktif olarak kurulmuştur.

Belgeselin “Home” isimli ana sayfası, projenin kısa bir özetiyle açılır ve kullanıcıyı “Scroll to Continue” yönergesiyle etkileşime girerek devam etmesi için yönlendirir. Ana sayfayı oluşturan diğer iki temel bölümde de, dijital arşiv ve bölge yaşayanları tarafından anlatılan hikayelerden oluşan “Storyline” bölümleri açıklanarak bu bölümlere yönlendiren butonlara yer verilmektedir.

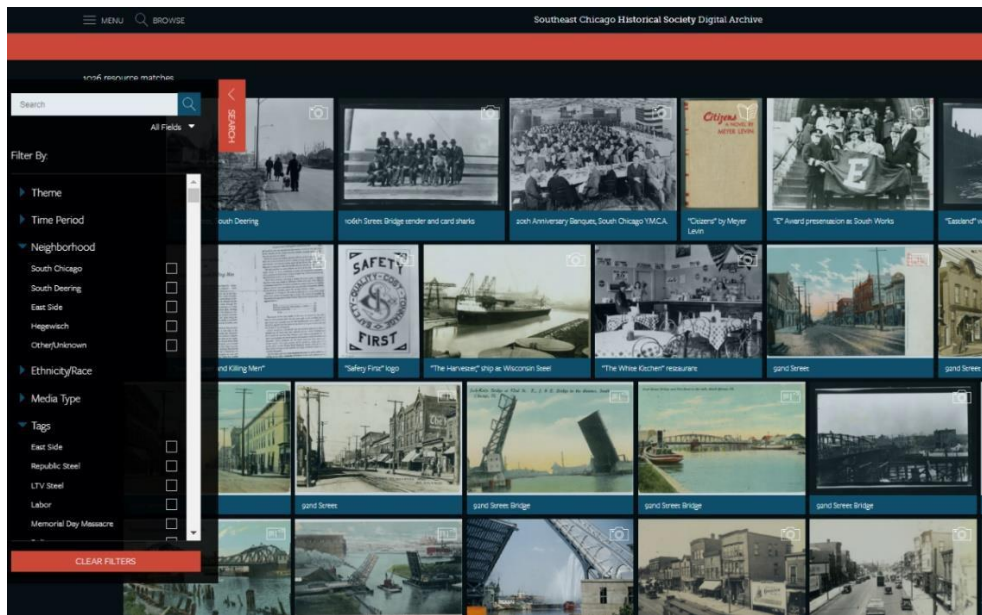


Görsel 3.8. *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project* açılış sayfası



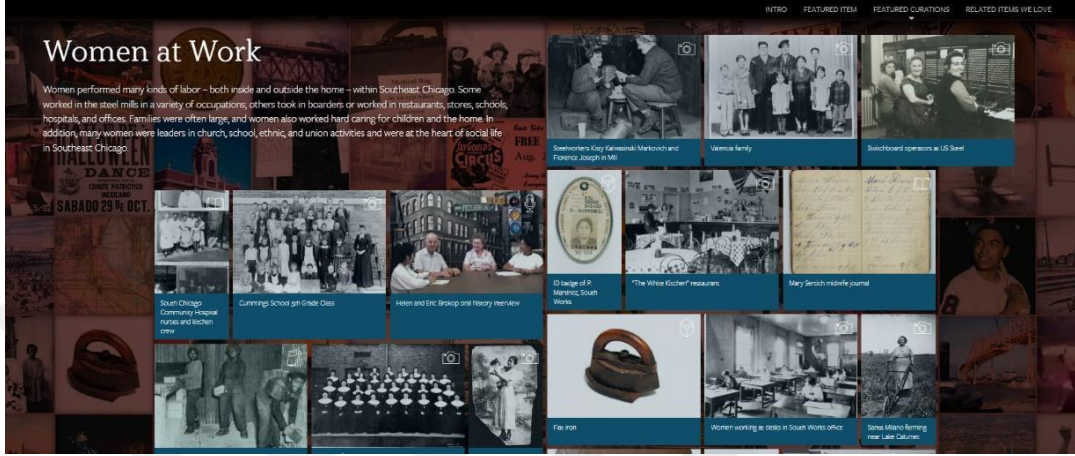
Görsel 3.9. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project ana sayfa bölümü

Projenin tasarımı kullanıcıya, dijital arşivde ve hikayeler (*storylines*) bölümünde ayrı ayrı gezinme imkânı vermektedir. Sol üstte bulunan “menu” ikonuyla açılan listede, dijital arşiv bölümüne tıklandığında, arşiv içindeki nesneler, fotoğraflar, ses kayıtları ve görüşme videoları iki farklı yolla incelenebilmektedir. “Browse” ikonunun yönlendirdiği sayfayla kullanıcı, alfabetik olarak sıralanmış olan tüm arşiv materyaline ulaşabilmekte ve ayrıca materyalleri, daha önceden oluşturulmuş çeşitli filtreleri kullanarak filtreleyebilmektedir. Kullanıcı, yeni bir filtre ekleyememekte, daha önceden belirlenmiş filtreleri kullanabilmektedir.



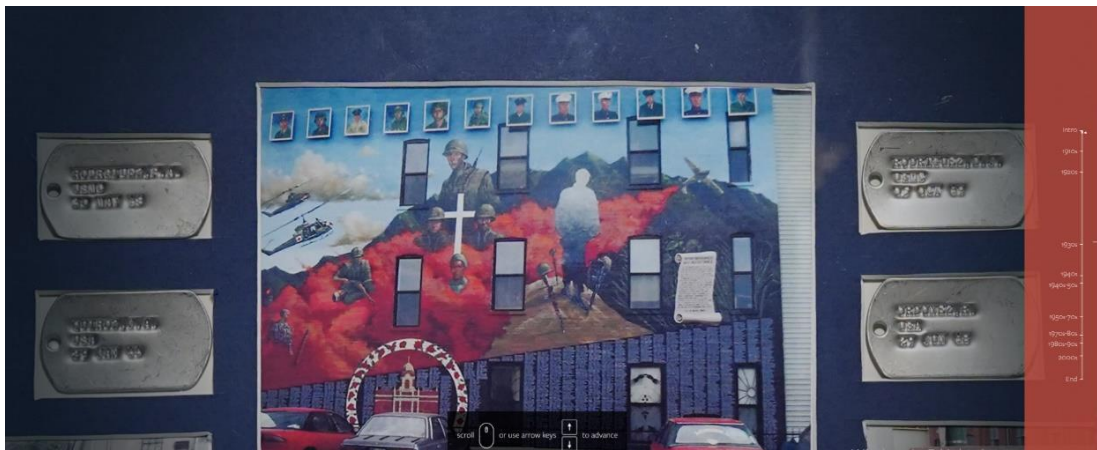
Görsel 3.10. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project arşiv filtreleme

Arşiv materyalleri arasında gezinmenin bir diğer yolu, kullanıcı için oluşturulmuş kürasyonlardır. Belgeselcinin kendi belirlediği temalar üzerinden bir araya getirdiği materyaller “Featured Curations” isimli sayfada incelenebilmektedir. Kullanıcı yeni bir kürasyon ekleyememektedir.



Görsel 3.11. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project arşiv kürasyonu

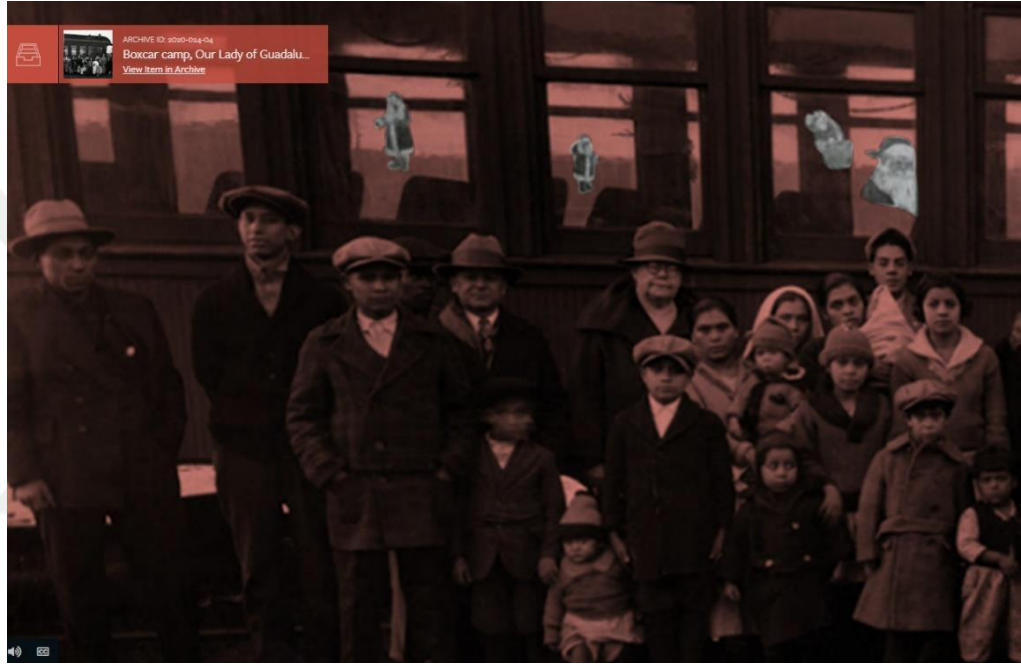
Projenin bir diğer bölümü olan “Storylines” bölümünde, bölge yaşayanlarının arşivlenmiş nesneler hakkında anlattığı hikayelere ulaşılabilmektedir. Bu bölümde, giriş kısmı dışında iki ayrı hikâye akışı oluşturulmuştur. Hikâye akışı içinde gezinmek için tarihi periodlara bölünmüş bir cetvel üzerinde atlamalar yapılabilmekte ve periodlar içinde kaydırma yöntemiyle gezinerek içerikler keşfedilebilmektedir.



Görsel 3.12. Southeast Chicago Archive and Storytelling Project tarih cetveli

Projenin içerdiği tüm materyaller, müzeye bağışlanan nesneler, fotoğraflar, bölge yaşayanlarıyla yapılan görüşmelerin video kayıtları, kronolojik olarak sıralanarak hikâyeleştirilmiştir. Kullanıcı, cetvel aracılığıyla hikâye içinde gezinirken karşısına çıkan

her materyali dijital arşivde de görmesini sağlayan bir tasarım oluşturulmuştur. Ekranın sol üst bölümünde, her materyalin arşiv görünümüne yönlendiren bir arşiv ikonu bulunmaktadır. Buraya tıklandığında, hikâye akışından çıkılarak materyali tek başına görüntülemek ve materyal açıklaması veya dahil olduğu filtreler gibi bilgilere ulaşmak mümkündür. Dijital arşiv ve hikâye akışı bölümleri arasında bir ilişki kurulmasını sağlayan bu tasarım, kullanıcının keşfini derinleştirmekte ve proje içinde yolunu kaybetmeden gezinmesi için onu yönlendirmektedir.



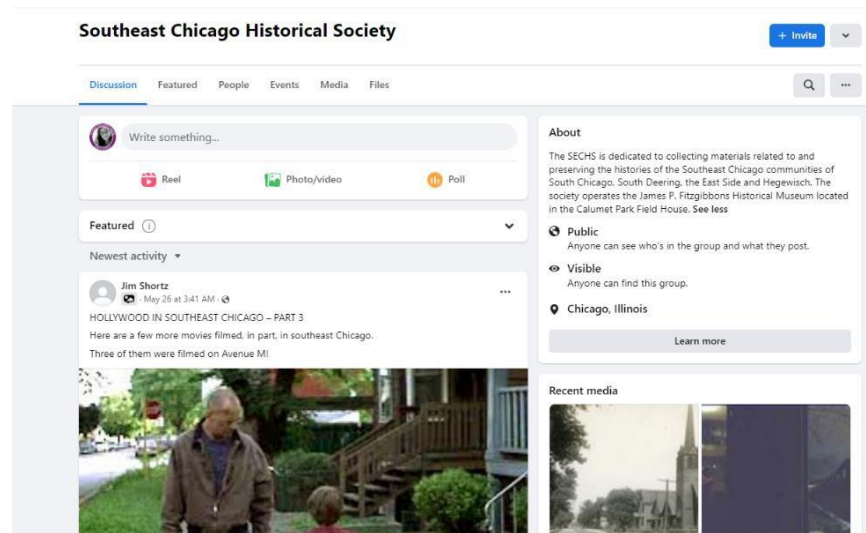
Görsel 3.13. *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project arşiv ikonu*

Proje, dijitalleştirilmiş bir müze arşivini interaktif bir hikâye anlatımıyla birleştirmekte ve kullanıcıyı her sayfada etkileşime girmesi için yönlendirmektedir. Söz konusu etkileşim, kullanıcının projenin internet sitesi üzerinden içerik ekleyebildiği veya tasarıma müdahale ederek manipüle edebildiği bir etkileşimden ziyade, önceden programlanmış bir arayüz içinde gezinebildiği ve keşif yolunu belirleyebildiği bir etkileşimdir.

Projeyle ilgili kullanıcıların birbirleriyle, proje tasarımcılarıyla ve bölgedeki toplulukla iletişimi için sosyal medya kullanılmıştır. Ana sayfaya yerleştirilmiş bir form ile projenin tasarımcılarıyla iletişime geçilebilirken, aynı bölümde verilen, “Southeast Chicago Historical Society” isimli Facebook grubunun linkine de ulaşılabilir.

Görsel 3.14. *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project iletişim formu*

Hala aktif olarak kullanılan Facebook grubu ([http-14](http://14)), proje çevresinde oluşturulmuş sanal bir topluluk yaratmıştır. Bölgede yaşayanların veya bölgenin tarihiyle ilgilenenlerin bir araya geldiği grubun 8 binden fazla katılımcısı bulunmaktadır. Grupta bölgeyle ilgili fotoğraflar paylaşılmakta ve katılımcılar birbirleriyle yazışabilmektedir.



Görsel 3.15. *Southeast Chicago Archive and Storytelling Project Facebook grubu*

Southeast Chicago Archive and Storytelling Project için oluşturulan etkileşim tasarımı, projenin internet sitesi içinde gezinen kullanıcılar için kullanıcıdan sisteme bir

interaktiflik tasarımıdır. Önceden programlanmış ve tasarlanmış olan internet sitesi içinde kullanıcılar, tasarımın onlara sunduğu imkân ölçüsünde gezinebilmekte ve keşif yapabilmektedir. Bununla birlikte, tasarım, herhangi bir içerik katkısında bulunmaya veya arayüzü manipüle etmeye izin vermemektedir. Kontrolün, önceden programlanmış sistem tarafından sahiplenilmesi sebebiyle bilgisayar temelli etkileşim kategorisine dahil edilebilir. Projenin internet sitesindeki tasarıma ek olarak, kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girmesi için sosyal medya kullanılmıştır. Facebook grubu aracılığıyla kullanıcılar karşılıklı bir iletişim ortamında bir araya gelebilmektedir. Böylelikle projede, kullanıcıdan kullanıcıya kategorisi olan karşılıklı konuşma da etkileşim yöntemi olarak kullanılmıştır.

Belgesel projesinde, topluluğun rolü ve proje üzerindeki etkisi merkezidir. Bölgenin yaşayanları ve onların sakladığı nesnelerin bağışlanmasıyla oluşturulmuş müzeyle yapılan iş birliği projenin temelini oluşturmaktadır. Böylelikle toplulukla yapılan iş birliği, projenin hem yapım öncesi hem de yapım aşamalarında etkin olmuştur. İş birliğinin, belgeselin video materyalinin oluşturulmasından öncesine dayanması ve yapım sürecinin birlikte başlatılması sebebiyle, kullanılan stratejinin ortak inisiyatif olduğu söylenebilir. Yapım öncesi ve yapım sırasında, bölge yaşayanlarıyla yapılan görüşmeler ve müzeye bağışlanan nesneler, belgeselin içeriğinin tamamını oluşturmaktadır. Bu sebeple, belgeselin özne katkılı içerik stratejisini kullandığı tespiti yapılmıştır.

Proje, temelde coğrafi temelli yerel bir topluluğu odağına almaktadır. Belgeselin öznelerini oluşturan topluluk, Güneydoğu Chicago bölgesinde yaşamış olan ve hala yaşamakta olan kişilerdir. Ancak projede, topluluğun kapsamı genişletilerek, bölgenin tarihiyle ilgili olan herkese açılmıştır. Facebook grubu aracılığıyla oluşturulan sanal topluluk, coğrafi sınırları kaldırarak hem kullanıcılar hem de belgeselin özneleri için ayrı bir alan yaratmıştır. Bu sebeple, projede kullanılan topluluk türleri hem coğrafi temelli hem de sanal topluluk olarak belirlenmiştir. Bu iki topluluk arasındaki sınırlar geçişken bırakılmıştır. Oluşturulan Facebook grubu aracılığıyla, belgeselin özneleri olan bölgede yaşayan kişilerle, bölgeye ve projeye ilgisi olan kullanıcıların bir araya gelmesi için bir ortam yaratılmıştır. Böylece, kullanıcılara da yerel toplulukla kurulan iş birliği ağının bir parçası olmaları için imkân verilmiştir.

Southeast Chicago Archive and Storytelling Project iş birliğine dayalı interaktif belgeselin özelliklerini taşımaktadır. Topluluk hem iş birliğinin hem de belgeselin öznesi olarak projenin odağındadır. Ortak inisiyatif ve özne katkılı içerik stratejileriyle topluluğa projenin tüm aşamalarında etkin bir rol verilmiştir. Toplulukla sağlanan iş birliği yapım sürecinin tüm aşamalarına yayılarak birlikte yaratma tanımına uygun bir üretim gerçekleştirilmiştir. Kullanıcılar için sağlanan etkileşim imkânı, doğrusal olmayan bir anlatı içinde keşif ve gezinmenin yanı sıra, sosyal medya aracılığıyla kullanıcılar arası etkileşim alanına da taşınabilmektedir. Hem hikâye anlatıları hem de arşiv içinde aktif bir aktör olarak gezinebilen kullanıcı için, sosyal medya aracılığıyla, yerel toplulukla iletişim kurma imkânı verilerek belgeselin iş birlik ağı genişletilmiştir.

3.5.3. *Points of View*

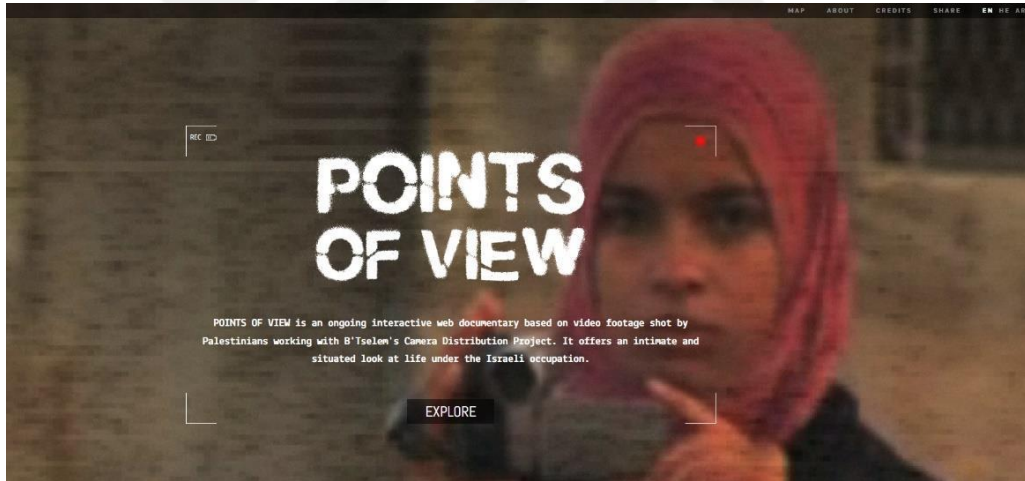
Points of View, interaktif belgeselin toplulukla iş birliği stratejilerinin politik motivasyonlarını yansıtabilen bir örnektir. Belgeselin öznesiyle iş birliğine geçerek sesini kamuoyuna duyurmaya ihtiyaç duyan, insan hakları ihlaline uğrayan bir grubun sesini duyurması için bir platform oluşturulmuştur. Harita tabanlı olarak oluşturulan proje, iş birliğine dayalı interaktif belgeseller için, doğrusal olmayan anlatı tasarımları açısından da belirleyici bir örnektir. Bu sebeplerle, projenin örnekleme dahil edilmesi uygun görülmüştür. Belgeselin, iş birliğine dayalı interaktif belgeselleri niteleyen kodlar bağlamında analizi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.6. *Points of View* belgeselinin analizi

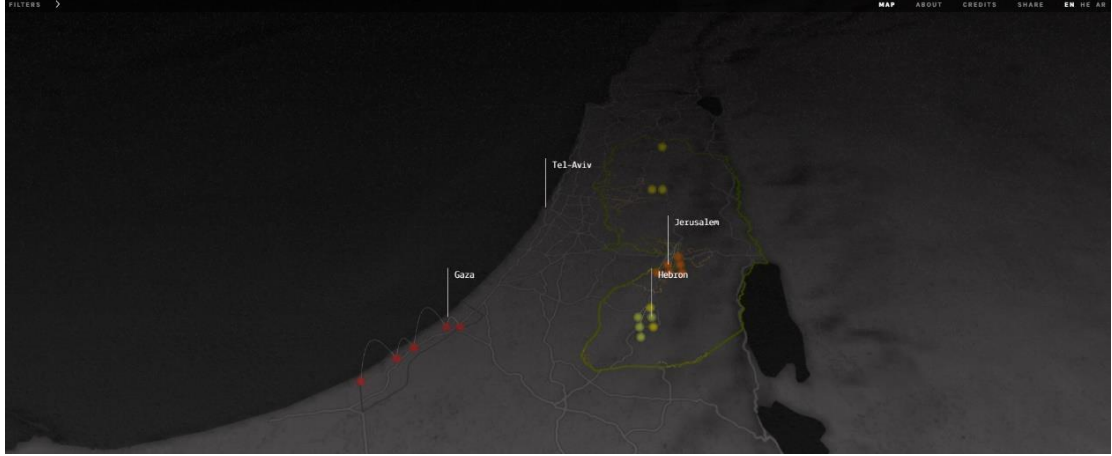
Belgeselin Adı	<i>Points of View</i>
İnteraktiflik Türleri	- Kullanıcıdan sisteme interaktiflik (bilgisayar temelli etkileşim)
İş Birliği Stratejileri	- Özne katkılı içerik - Akran üretimi
Topluluk Türleri	- Coğrafi temelli yerel topluluk - Çıkar topluluğu

Belgesel, İsrail İşgal Altındaki Topraklarda İnsan Hakları Enformasyon Merkezi B'Tselem ([http-15](http://b'tselem.org)) ile iş birliği halinde üretilmiştir. Belgeselde kullanılan video içerikleri, B'Tselem tarafından 2007 senesinde Batı Şeria ve Gazze'de yaşayan Filistinlilerle yapılan bir projenin çıktılarından oluşmaktadır. Merkez tarafından yürütülen projede Filistinlilere verilen video kamera ve kurgu eğitimleri sonrası, İsrail işgali altında yaşadıkları hayatı ve insan hakları ihlallerini kaydetmeleri istenmiştir. Yurttaş gazeteciliği bir araç olarak kullanan bu proje sonrası elde edilen videolar, harita tabanlı bir internet sitesine yerleştirilerek interaktif bir web belgeseli oluşturulmuştur.

Belgeselin açılış sayfasında, projeyi kısaca özetleyen bir açıklamanın altında “keşfet” yazan bir buton görülmektedir. Kullanıcı bu butona tıkladığında, video içeriklerinin yer aldığı dört bölgenin haritasıyla karşılaşmaktadır. Haritaya yerleştirilmiş, renkli daire ikonlarının her biri bir video içeriğini belirtmek için kullanılmıştır.



Görsel 3.16. *Points of View* açılış ekranı



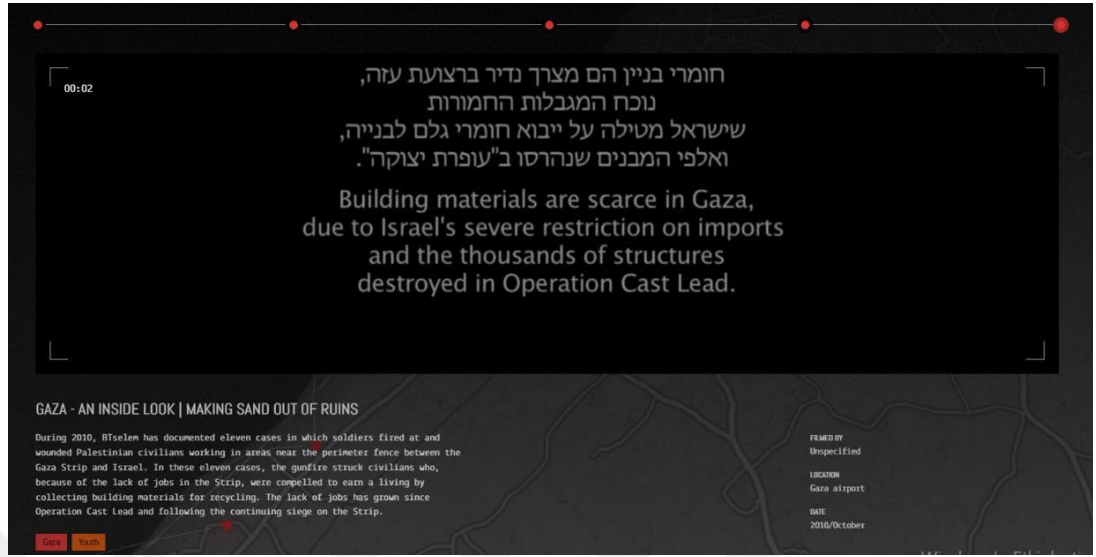
Görsel 3.17. *Points of View harita*

Haritanın üzerinde imleciyle gezinen kullanıcı, renkli daire ikonlarının üzerine geldiğinde, daireler büyüyerek video içeriğinden bir ekran görüntüsünü ön izleme görseli olarak göstermekte ve videonun hikayesine, çekildiği yere ve site içinde dahil olduğu filtrelerle dair bilgiler ekranda belirlemektedir. Ekrandaki bu değişimler, kullanıcıyı haritayla ve içeriklerle etkileşime girmesi için yönlendirmektedir.



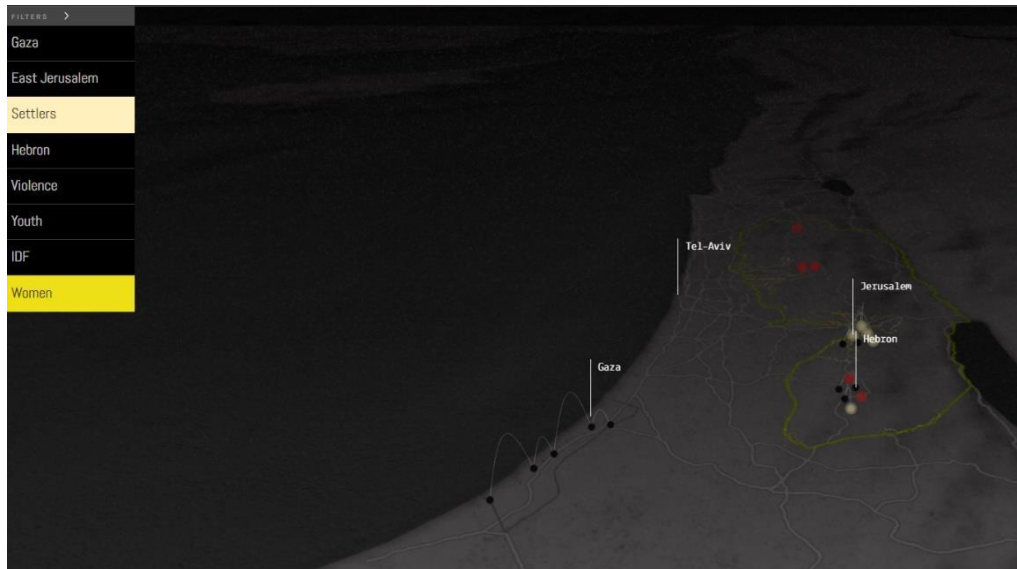
Görsel 3.18. *Points of View ön izleme*

Haritada, daire ikonları arasındaki bağlantılar da gösterilmektedir. Bu bağlantılar bir video serisi gibi düşünülebilir. Birbirleriyle ilişkili olan videolar bağlantılı olarak verilmiştir. Ön izleme görseline tıklanarak video içerikleri açıldığında, bağlantılı videolar bir seri olarak açılmaktadır. Kullanıcı bu seri içinde, yine yukarıda belirtilen dairelere tıklayarak geçiş yapabilmektedir.



Görsel 3.19. *Points of View* video serileri

Kullanıcıya sağlanan bir diğer etkileşim imkânı filtrelerdir. Kullanıcı, sol üstte bulunan filtreler menüsünden bir veya birden fazla filtre seçebilmektedir. Seçim yapıldığında, bu filtreler dahil olan video içeriklerini belirten daire ikonları renkli kalarak, diğerleri siyah dairelere dönüşmektedir. Böylece kullanıcı, seçtiği filtreler ait videoları harita üzerinde görebilmektedir.



Görsel 3.20. *Points of View* filtre seçimi

Points of View belgeseli, oluşturduğu etkileşim tasarımıyla kullanıcıya harita içindeki içerikler arasında gezinme ve keşfetme imkânı vermektedir. Ancak, kullanıcının

yeni bir içerik eklemesi veya internet sitesindeki herhangi bir özelliği manipüle etmesi mümkün değildir. Bu sebeple, projenin interaktiflik türü için kullanıcıdan sisteme interaktiflik kategorisi olan bilgisayar temelli etkileşim seçilmiştir.

İsrail İşgal Altındaki Topraklarda İnsan Hakları Enformasyon Merkezi B'Tselem ile iş birliği halinde oluşturulan belgesel, İsrail işgali altındaki dört bölgede yaşayan kişilerin, yani belgeselin öznelerinin ürettiği içerikleri bir araya getirmektedir. B'Tselem tarafından oluşturulacak benzer bir video projesinin çıktıları için de bir yayın platformu yaratılmıştır. Belgeselin özneleriyle B'Tselem aracılığıyla yapılan içerik iş birliğinden dolayı, belgeselin iş birliği stratejilerinden biri özne katkılı içerik olarak belirlenmiştir. Belgesel için oluşturulan harita tabanlı internet sitesinde açık kaynak yazılımı kullanılmıştır. Yazılımda kullanılan kodların ise *Berkeley Software Distribution* (BSD) lisansı altında paylaşıldığı belirtilmektedir ([http-](http://) 16). Böylece, internet sitesi kolektif bir ekran üretimine açık hale getirilmiştir. Bu sebeple, belgeselde kullanılan bir diğer iş birliği stratejisi ekran üretimi olarak belirlenmiştir.

Points of View projesi için üretilen içerikler, coğrafi temelli bir topluluğa aittir. Bu topluluğu belirleyen sınır, İsrail işgali altındaki topraklarda yaşıyor olmalarıdır. Diğer yandan, üretilen içeriklerin ve özne olarak seçilen topluluğun politik bir motivasyonu olduğu anlaşılmaktadır. B'Tselem tarafından yürütülen video projesinin hedefi, söz konusu bölgelerdeki insan hakları ihlallerini belgelemektir. Bunun için kamera öznelerin eline verilmiştir. *Points of View* projesi, yurttaş gazeteciliğini teşvik eden bu çalışmayı yeni bir platforma taşıyarak hem içerikleri daha görünür hale getirmiş hem de interaktif bir hikâye anlatımı yaratmıştır. Topluluğun içerik üretmekteki temel motivasyonunun da politik olduğu ve topluluk üyelerinin farklı bölgelerde yaşadığı, sonraki video içerikleri için de farklı zamanlarda yaşama ihtimalinin olduğu kabulüyle, belgeselin odaklandığı topluluğun, ortak bir politik çıkar etrafında bir araya gelen bir çıkar topluluğu olduğu da söylenebilir. Böylelikle, belgeselin odaklandığı ve iş birliğine girdiği topluluğun türü hem coğrafi temelli topluluk hem de çıkar topluluğu olarak belirlenmiştir.

Points of View belgeseli, kullanıcıya gezinme ve keşif gibi etkileşim imkanları sunan, özne katkılı içerik ve ekran üretimi stratejileriyle iş birliği halinde üretilmiş bir belgeseldir. Topluluğun ürettiği içeriği merkezine alan belgesel, bu sebeplerle iş birliğine dayalı interaktif belgesel olarak tanımlanabilir. Toplulukla yapılan iş birliği, projenin sadece içerik üretimine katkı sunarken, açık kaynak yazılımı şeklinde tasarlanan internet

sitesi için kullanılan ekran üretimi, yapım öncesi aşaması olan programlama aşamasına da katkı sunabilmektedir.

3.5.4. *The DNA Project*

Müzisyen ve yapımcı Jonathan Dagan, bir albümünün yaratılma sürecini kolektif üretime açarak interaktif bir belgesele dönüştürmüş ve kompozisyon sanatını doğrusal olmayan bir hikâye anlatımıyla birleştirmiştir. *The DNA Project*, ekran üretiminin yazılım alanı dışındaki kullanımına örnek oluşturmaktadır. Kullandığı iş birliği stratejisinin yaratıcı kullanımı sebebiyle örneklem olarak seçilmesi uygun görülmüştür. Projenin, iş birliğine dayalı interaktif belgesellerin niteliklerini oluşturan kodlar bağlamında analizi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.7. *The DNA Project* belgeselinin analizi

Belgeselin Adı	<i>The DNA Project</i>
İnteraktiflik Türleri	- Kullanıcıdan belgeye interaktiflik (içerik değiş tokuşu) - Kullanıcıdan kullanıcıya interaktiflik (karşılıklı konuşma)
İş Birliği Stratejileri	- Ekran üretimi
Topluluk Türleri	- Sanal topluluk

The DNA Project, temel olarak albümdeki 13 şarkının kayıtları ve bu şarkılar oluşturulurken müzisyenin geçtiği teknik ve yaratıcı tüm süreçlerin müzisyen tarafından tutulan video ve ses kayıtlarından oluşmaktadır. Kişisel yaratıcı bir sürecin gerçeğe dayalı şekilde paylaşılması ve kolektif hale getirilmesi projeyi iş birliğine dayalı interaktif belgesele dönüştürmüştür.

Proje, kullanıcı için farklı gezinme imkanları tanıyan bir tasarıma sahiptir. Açılış sayfasında, albümdeki tüm parçaların dinlenebildiği şarkı listesiyle karşılaşılmaktadır.

Aynı sayfada, üyeliği olan kullanıcıların albümü hem ücretsiz olarak indirebileceği hem de satın alabileceği belirten butonlar da bulunmaktadır. Albümü Spotify uygulaması üzerinden takip edip dinlemeyi olanaklı kılan Spotify eklentisi de açılış sayfasında bulunmaktadır. Açılış sayfasında, projenin internet sitesine, projenin yapım sürecinde üye olmamış bir kullanıcının albümün son hali için ulaşabileceği tüm bilgi ve dinleme imkanları bir araya getirilmiştir.



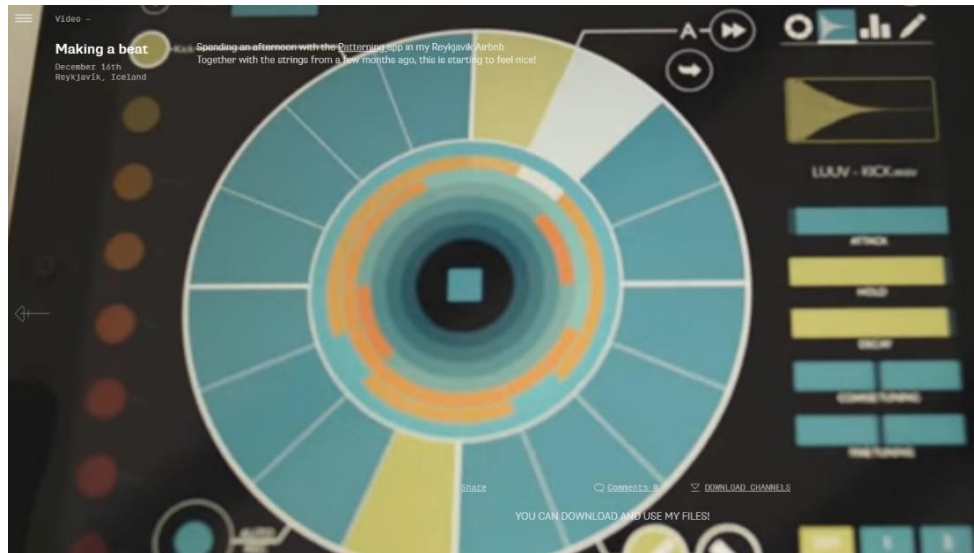
Görsel 3.21. *The DNA Project* açılış sayfası

Ekranın sol üstünde bulunan zaman çizelgesi (*timeline*) ikonuna tıklandığında, albümün şarkılarının yaratıldığı zaman periodunu gösteren bir çizelgeyle karşılaşılır. Bu çizelgede kullanıcı, tüm şarkıların yaratılma sürecinde müzisyen tarafından kaydedilen, ilham kaynaklarının ve yaratım sürecinin gösterildiği video ve ses kayıtlarına kronolojik olarak ulaşabilmektedir. Şarkıların yaratım süreci içinde, tamamlandığı tarihleri de görerek gezinebilmektedir. Yaratım sürecinde, şarkılar arasında kurulan bağlantılar da zaman çizelgesi üzerindeki çizgilerle belirtilmiştir. Böylece kullanıcı, tüm süreci bütünsel bir şekilde keşfedebilmektedir.



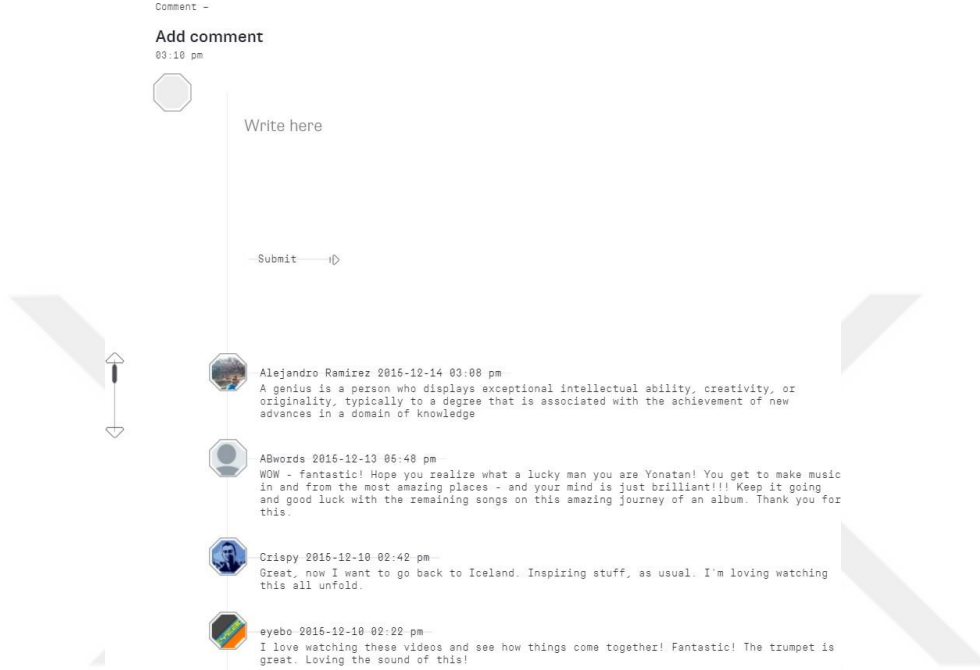
Görsel 3.22. *The DNA Project zaman çizelgesi*

Çizelge üzerinde imleçle gezinildiğinde, çizelgeye yerleştirilmiş video veya ses kaydı içeriklerinin ön izlemeleri belirmektedir. Kullanıcı, yaratım süreciyle ilgili bilgi almak istediği içerikleri seçip tıklayarak, içeriği açabilir. Her içerik için günlük formatında tutulmuş kısa notlar içeriğin kısa açıklaması olarak verilmiştir. Video içeriğinin açıldığı ekranda, kullanıcı videoda kullanılan ritim (*beat*) veya melodi parçalarını ücretsiz olarak indirebileceği bir butonla karşılaşır. Müzisyen, şarkıların kompozisyonunda ortaya çıkan her üretimi projenin internet sayfasına üye olanların kullanımına açarak açık kaynak yazılımına benzer bir tasarım oluşturmuştur.



Görsel 3.23. *The DNA Project video içeriği*

Her içeriğin altında bulunan yorumlar butonuna tıklandığında, internet sitesi üyelerinin hem projenin içeriğiyle ilgili yorumlar yazabileceği hem de birbirlerini etiketleyerek diyalog kurabilecekleri bir yazışma sayfası açılmaktadır.



Görsel 3.24. *The DNA Project* yorumlar

Kullanıcının zaman çizelgesindeki içerikleri keşfetmesinin bir diğer yolu, müzik parçaları (*tracks*) sayfasında verilmiştir. Ekranın sol üstünde bulunan müzik parçaları ikonuna tıklayan kullanıcı, her şarkı için oluşturulmuş ve ona ait içerikleri gösteren çizgilerle karşılaşır. Çizgiler üzerindeki her bir nokta, o şarkının yaratım sürecinde kaydedilmiş bir içeriği ifade etmektedir. İçeriklerin tarihlerine ve onun hakkında yazılan yorumlara buradan da ulaşılabilir. Böylece kullanıcı için iki türlü keşif ve gezinme imkânı sağlanmaktadır. Albümün yaratıldığı zaman periodunu kronolojik olarak takip edip parçalar arasındaki bağlantıları zaman çizelgesi üzerinden keşfedebilmektedir. Ayrıca, parçaların kompozisyonunu ve ona ait içerikleri ayrı ayrı da görüntüleyebilmektedir.

artık aktif değildir. Belgeselin, interaktiflik ve topluluk türü ile kullandığı iş birliği stratejileri, albümün oluşturulma süreci yani internet sitesine üyeliğin açık olduğu dönem düşünülerek belirlenmiştir.

Projede, şarkıların yapım sürecinde müzisyene ilham veren ve şarkıların bazı parçalarını oluşturan tüm kompozisyon parçaları üyelerle ücretsiz olarak paylaşıldığından ve bu kayıtların indirilip yeniden kullanılarak siteye tekrar yüklenmesine izin verildiğinden, belgeselin, kullanıcıdan belgeye interaktiflik türüne dahil olan içerik değiş tokuşu etkileşim yöntemini kullandığı söylenebilir. Bununla birlikte, yorumlar sayfası aracılığıyla kullanıcılar birbirlerine cevap verebilmektedir. Bu sebeple, kullanıcıdan kullanıcıya interaktiflik türü kategorisi olan karşılıklı konuşma, belgeselin diğer etkileşim türü olarak belirlenmiştir.

Albüm için üretilen şarkılar ve içeriklerdeki tüm kompozisyon parçaları, müzisyenlere veya ilgi alanı müzik olan bir topluluğa açıktır. İnternet sitesinin üyelerinden oluşan bu topluluk her parça için yorum yapabilmekte ve onu indirerek yeniden düzenleyip internet sitesine geri yükleyebilmektedir. Böylece, akran üretimi stratejisi bir iş birliği stratejisi olarak kullanılmıştır.

Müzik ortaklığında bir araya gelen topluluk, sanal bir mecra olan projenin internet sitesi üzerinden bir araya getirilmiştir. İnternet sitesine üye olan kişilerin coğrafi sınırlılıkları yoktur. Topluluğun aidiyet sınırlarını belirleyen tek kriter müziktir. Projenin yazışma sayfasında diyaloga geçebilen topluluk üyeleri sanal bir topluluk oluşturmaktadır.

The DNA Project, konusu itibarıyla bir müzisyenin kişisel bir projesi gibi görünse de, interaktif bir mecraya taşınan albümüm yaratım süreci, kolektif bir üretime açılmıştır. Müzisyenin kaydettiği video içerikler ve ses kayıtları gerçeğe dayalıdır. Dolayısıyla, müzisyen, kişisel bir yaratım sürecini, kolektif, iş birliğine dayalı bir sürece dönüştürmüştür. Bunu yaparken, müzik üzerinden ortaklaşan bir topluluğu bir araya getirerek, akran üretimi stratejisini kullanan müzisyenin albümü tek kişilik bir proje olmaktan çıkmıştır. Topluluk, albüm parçalarının üretiminde kontrol sahibi olmasa da yaptığı yorumlarla ve yeniden üreterek paylaştığı parçalarla etki sahibidir.

SONUÇ

İş birliğine dayalı interaktif belgesellerde, geleneksel belgeselden farklı olarak tek bir yaratıcıdan söz edilemeyeceği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, yapım öncesi, yapım ve yapım sonrası aşamalarda kullanıcıların veya belgeselin konusunu oluşturan öznelerden oluşan toplulukların bu aşamalarda sınırsız bir kontrole sahip olduğu da söylenememektedir.

İnteraktif belgesellerin var olma imkanını oluşturan dijital teknolojilerin belgesel için yeni bir form oluşturma potansiyeli taşıdığı anlaşılmaktadır. İnteraktiflik türleri, topluluk oluşturma biçimleri ve iş birliği stratejileri bağlamında bakıldığında, dijital teknolojiler belgesel için yeni stratejiler ve yöntemler sağlamaktadır. Mekân ve zaman sınırından azade kalınabilmesi bu yeni yöntem ve stratejileri mümkün kılan en önemli unsur olarak gözükmektedir.

İş birliğine dayalı interaktif belgeseller dijital iş birliği ve interaktiflik imkanlarını kullanmaktadır. Bu imkanlar üzerinden oluşturdukları topluluk ağları, topluluğun sınırlarını belirleyen unsur ne kadar coğrafi temelli olsa da dijital platformlar üzerinden farklı bir bir aradalık sağlanmaya çalışıldığı gözlemlenmiştir. Mekân ve zaman sınırından kurtulan topluluk üyeleri, projenin etrafında birleşmelerini sağlayan motivasyonla birbirlerinden haberdar olabilmiş ve coğrafi temellerinden bağımsız kalabilmişlerdir. İş birliğine dayalı interaktif belgesellerin odaklandığı topluluk türleri sanal topluluk, coğrafi temelli topluluk veya çıkar topluluğu veya hibrit türler halinde gözlemlenebilmektedir. Bununla birlikte, dijital teknolojinin sunduğu imkân hepsi için ortak kalmış ve bir araya gelmeyi, haberdar olmayı ve etkileşime geçmeyi kolaylaştırmıştır.

İş birliğine dayalı interaktif belgesel projelerinde, birlikte yaratma pratiği denenirken, belgeselin anlatısı ve etkileşim tasarımı gibi konularda kontrolün taraflar arasında nasıl bölündüğü projede kullanılan iş birliği stratejisine göre değişiklik göstermektedir. Kullanılan iş birliği stratejisi hem kullanıcının hem de topluluğun, belgeselin yapım aşamalarındaki rolünü ve kontrol düzeyini belirlemektedir. Bu çalışma kapsamında analiz edilen projeler dahilinde bakıldığında, kontrolün tamamen eşit dağıtılmadığı anlaşılabilmektedir. Belgeselin anlatısının ve etkileşim tasarımının oluşturulmasında her ne kadar kullanıcı ve/veya topluluğun kolaylaştırıcı veya katılımcı etkisi olsa da bunun düzeylerine karar veren belgeselci olarak kalmaktadır. Çalışmanın

örnekleminin sınırlılığı düşünülerek, iş birliği stratejilerinin projeye göre çeşitlenebileceğini ve kontrol düzeylerinin farklılaşabileceğini de belirtmek gerekir.

Sanal veya coğrafi temelli olması farketmeksizin her toplulukların ortak özelliği olarak görülen moderasyon ve liderlik gibi roller de belgeselcinin sahiplendiği roller olarak gözlemlenmiştir. Proje çevresinde oluşan toplulukların, belgeselcinin tasarısından bağımsız bir etkileşim veya katılımcılık imkânı bulunmamaktadır.

İş birliğine dayalı interaktif belgeselcilerin, belgesel anlatısındaki mesajın iletilmesine dayalı bir kaygıyla, birlikte yaratma pratiğindeki kontrolü eşit şekilde bölüştüremedikleri varsayılabilir. Ancak, hala topluluğun ve kullanıcıların yapım sürecinde geleneksel belgeselden daha aktif bir özne olarak konumlandırıldıkları anlaşılabilmektedir. İnteraktif belgeselcilerin, birlikte yaratmak, topluluktan öğrenmek, ortak inisiyatif sahibi olmak, etkileşime sokmak gibi motivasyonları ve girişimleri olduğu gözlemlenebilmektedir. Anlatı ve mesaj kaygıları düşünüldüğünde, dijital medya ve belgeseli bir araya getirerek, dijital etkileşim ve topluluk iş birliği stratejileriyle, kontrolden farklı düzeylerde feragat etmeyi göze alan interaktif belgeselcilerin girişimlerinin cesur girişimler olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

Algül, F. (2012). *Rizomatik yaklaşım bağlamında karşıt kamusalığın sesi olarak topluluk medyasına Türkiye'den bir uygulama örneği: Nor Radyo*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Altunay, A. (2011). "Yeni medya." Fotoğraf ve hareketli görüntünün tarihi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları' dan aktaran Altunay, A. (2012). Kes-kopyala-yapıştır: Bir sanat yüzeyi olarak ekran. D. Yengin (Ed.), *Yeni Medya ve içinde* (s. 13-41). İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Altunay, A. (2012). "Kes-kopyala-yapıştır: Bir sanat yüzeyi olarak ekran." D. Yengin (Ed.), *Yeni Medya içinde* (s. 13-41). İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Aydoğan, P. D. (2016). Yeni medya düzeni ve dijital habercilik: Kaynak ve alıcı bağlamında bir araştırma. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aytekin, H. (2017). *Türkiye'de toplumsal değişme ve belgesel sinema*. İstanbul: Belgesel Sinemacılar Birliği Yayınları.

Atabey, M. (2005). Belgesel film yapımında yeni yönelimler ve melez formlar. *Yeni Düşünceler*, 1(1), 217-227.

Bainbridge, W. S. (2020). *The social structure of online communities*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Bayram, P. (2022). Dijital çağda gazetecilik: Geleneksel ve dijital gazetecilik pratiklerinin karşılaştırılması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (58), 153-169.

Bedir Erişti, S. D., Kuzu, A., Yurdakul, I. K., Akbulut, Y., & Kurt, A. A. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Berenguer, X. (1998). Històries per ordinador. *Serra d'Or*, 7, 27-28'dan aktaran Castells, A. G. (2011). The interactive documentary: Definition proposal and basic features of the new emerging genre. *Mcluhan Galaxy Conference'* da sunulan bildiri, https://www.researchgate.net/publication/334644135_The_interactive_documentary_Definition_proposal_and_basic_features_of_the_new_emerging_genre (Erişim tarihi, 01.04.2023).

- Bıçakcıoğlu, N. (2019). *Tophuluk radyosu olarak bir iş modeli: Açık Radyo örneği*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bin, W. (2021). *Communication and community in the new media age*. London: Routledge.
- Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu. M. Binark (Ed.), *Yeni medya çalışmaları* içinde (s. 21-45). İstanbul: Dipnot Yayınları.
- Boebel, C., Walley, C., Soyk, J., Sellers, R. (Yönetmenler). (2021). Southeast Chicago Archive and Storytelling Project [Film]. Amerika Birleşik Devletleri: The Exit Zero Project, The Southeast Chicago Historical Museum.
- Castells, A. G. (2011). The interactive documentary: Definition proposal and basic features of the new emerging genre. *Mcluhan Galaxy Conference*’da sunulan bildiri, https://www.researchgate.net/publication/334644135_The_interactive_documentary_Definition_proposal_and_basic_features_of_the_new_emerging_genre. (Erişim tarihi, 01.04.2023).
- Cerbino, M., Belotti, F., & Ortega Breña, M. (2018). Between public and private media. *Latin American Perspectives*, 45(3), 30-43.
- Chapanis, A., Ochsman, R., B., Parrish, R. N. ve Weeks, G., D. (1972). Studies in interactive communication. I: The effects of four communication modes on the behavior of teams during cooperative problem-solving’, *Human Factors*, 14 (6): 487–509 aktaran McMillan, S. J. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems. A. L. Lievrouw & S. Livingstone (Editörler), *Handbook of new media* içinde (s. 205-229). London: SAGE.
- Cizek, K. (Yönetmen). (2013). A Short Story of the Highrise [Film]. Kanada, Amerika Birleşik Devletleri: National Film Board of Canada, The New York Times.
- Cizek, K., & Uricchio, W. (2019). Introduction and Overview. *Collective Wisdom* içinde. <https://doi.org/10.21428/ba67f642.f7c1b7e5>.
- Cizek, K., Uricchio, W., Anderson, J., Carter, M. A., Thomas Allen Harris, Holmes, M., & Stephenson, M. (2019). Part 1: 'We Are Here': Starting points in co-creation. *Collective Wisdom* içinde. <https://doi.org/10.21428/ba67f642.f7c1b7e5>.

Cizek, K., Agency, D. N., & Uricchio, W. (2019). Part 3: Media co-creation within community: "Nothing about us without us." *Collective Wisdom* içinde. <https://doi.org/10.21428/ba67f642.f7c1b7e5>.

Cizek, K., Uricchio, W., & Rafsky, S. (2019). Part 4: Media co-creation with on-line communities and new technologies. *Collective Wisdom* içinde. <https://doi.org/10.21428/ba67f642.f7c1b7e5>.

Coffman, E. (2014). Spinning a collaborative Web: Documentary projects in the digital arena. K. Nash, C. Hight ve C. Summerhayes (Editörler), *New Documentary Ecologies: Emerging Platforms, Practices and Discourses* içinde (s. 105-124). London: Palgrave Macmillan.

Cohen, A. P. (1999). *Topluluğun simgesel kuruluşu*. (Çev: M. Küçük) Ankara: Dost.

Csikszentmihalyi, M. (1975) *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass
'dan aktaran McMillan, S. J. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems. A. L. Lievrouw & S. Livingstone (Editörler), *Handbook of new media* içinde (s. 205-229). London: SAGE.

Dagan, J. (Yönetmen). (2014). The DNA Project [Film]. Amerika Birleşik Devletleri: Hello Monday.

Davenport, G., & Murtaugh, M. (1995). ConText: Towards the evolving documentary. *ACM Multimedia 1995 Conference*'da sunulan bildiri, <https://ic.media.mit.edu/Publications/Conferences/ConTextEvolving/HTML/>. (Erişim tarihi: 01.05.2023).

De Michiel, H. (2011). Open space documentary. http://animatingdemocracy.org/sites/default/files/documents/reading_room/HDeMichiel_TrendPaper.pdf 'den aktaran Miller, L., & Allor, M. (2016). Choreographies of collaboration: Social engagement in interactive documentaries. *Studies in Documentary Film*, 10(1), 53-70.

Deuze, M. (2001). Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web. *First Monday*, 6(10), 1-21.

Dovey, J., & Rose, M. (2021). Kendimizin muhteşem haritalaması: Çevrimiçi yeni belgesel biçimleri. (Çev: S. Çelik). B. Winston (Ed.), *Belgesel Sinema Kitabı* içinde (s. 686-705). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Flaherty, R. J. (Yapımcı) ve Flaherty, R. J. (Yönetmen). (1922). Kuzeyli Nanook [Film]. ABD: Pathé Exchange ve Revillon Frères.

Gaudenzi, S. (2013). *The living documentary: From representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*. London: University of London.

Gaudenzi, S. (2014). Strategies of participation: The who, what and when of collaborative documentaries. K. Nash, C. Hight ve C. Summerhayes (Editörler), *New documentary ecologies: Emerging platforms, practices and discourses* içinde (s. 129-149). London: Palgrave Macmillan.

Gere, C. (2019). *Dijital kültür*. (Çev: A. Akın). İstanbul: Salon Yayınları.

Görgülü, V. (2016). *Contemporary social movements and online participatory media: Case study on Çapul.TV of Gezi Park Movement*. İstanbul: Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Guedj, Richard A., Paul J.W. ten Hagen, F. Robert A. Hopgood, Hugh A. Tucke. (1980) *Methodology of Interaction*. Amsterdam: North-Holland 'dan aktaran McMillan, S. J. (2006). Exploring models of interactivity from multiple research traditions: Users, documents and systems. A. L. Lievrouw & S. Livingstone (Editörler), *Handbook of new media* içinde (s. 205-229). London: SAGE.

Gurian, A. (2004). Thoughts on Shirley Clarke and the TP Videospace Troupe. *Millennium Film Journal*, 42, 4-31.

Hollander, E. (2000). Online communities as community media. A theoretical and analytical framework for the study of digital community networks. *Communications*, 25(4), 371-386.

Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge, Massachusetts; London, England: MIT Press.

Kalas, L. (Yapımcı) & Činčera, R. (Yönetmen). (1967). Kinoautomat: One Man and His House [Film]. Çekoslovakya.

- Kiesler, S. (1986). Thinking ahead: the hidden messages in computer networks. *Harvard Business Review*, 27 (3): 46–60.
- Kfir, Z. (Yönetmen & Yapımcı). (2014). Points of View [Film]. Kanada, İsrail, Filistin: The Canada Council for the Arts Media Arts Section, Vivacité Montréal Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ).
- Kulaber, İ. (2017). *Digital journalism and ethnographic research on Medyascope.tv*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurt, H. (2014). Gazetecilik pratiği ve sosyal medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(4), 821-835.
- Laurel, B. (1990). Introduction. B. Laurel (Ed.), *The art of human–computer interface design* içinde (s. xi–xvi). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Lewis, P. (1993). *Alternative media: Linking global and local*. Paris: UNESCO.
- Lievrouw & S. Livingstone (Eds.), *Handbook of new media* içinde (pp. 187-204). London: SAGE.
- Liu, Y., & Shrum, L. J. (2002). What is interactivity and is it always such a good thing? Implications of definition, person, and situation for the influence of interactivity on advertising effectiveness. *Journal of Advertising*, 31(4), 53–64.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- McMillan, S. J. (1999). Advertising age and interactivity: tracing media evolution through the advertising trade press. M. Roberts (Ed.), *Proceedings of the 1999 Conference of the American Academy of Advertising* içinde (s. 107–134). Gainesville, FL: University of Florida.
- McLuhan, M. (2014). *Gutenberg galaksisi: Tipografik insanın oluşumu*. (Çev: G. Ç. Güven). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Monaco, J. (2002). *Bir film nasıl okunur*. (Çev. E. Yılmaz). İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Murray, Janet H. (1997). *Hamlet on the holodeck: The future of narrative in cyberspace*. New York: Free Press’ den aktaran McMillan, S. J. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems. A. L.

Lievrouw & S. Livingstone (Editörler), *Handbook of new media* içinde (s. 205-229). London: SAGE.

Nash, K. (2012). Modes of interactivity: analysing the webdoc. *Media, Culture & Society*, 34(2), 195–210.

Nichols, B. (2017). *Belgesel sinemaya giriş*. (Çev. D. Eruçman). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Ocak, E. (2014). New media documentary: Playing with documentary film within the database logic and culture. D. Moser & S. Dun (Editörler), *Digital janus: Looking forward, looking back* içinde (s. 255-262). Oxford: Inter-Disciplinary Press.

Ocak, E. (2022). Dijital belgeselin kurucu unsurları bağlamında etkileşimli belgesel ve belgeselci. *Sinecine Sinema Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 5-42.

Oluk, A. (2004). *Klasik anlatı sineması (Hollywood sineması bağlamında)*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.

O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*'da sunulan bildiri, <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> (Erişim tarihi: 01.05.2023).

Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. R.P. Hawkins, J.M. Wiemann, ve S. Pingree (Editörler), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes* içinde (s. 110–134). Beverly Hills, CA: SAGE.

Rafaeli, S. ve LaRose, R., J. (1993). Electronic bulletin boards and “public goods” explanations of collaborative mass media, *Communication Research*, 20 (2), 277–97.

Rennie, E. (2006). *Community media: A global introduction*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Rotha, P. (2000). *Belgesel sinema*. (Çev. İ. Şener). İstanbul: İzdüşüm Yayınları.

Rusted, B. (2010). Portapak as performance: VTR St-Jacques and VTR Rosedale. T. Waug, M. B. Bake, & E. Winton (Editörler), *Challenge for change: Activist documentary at the National Film Board of Canada* içinde (s. 218-234). Montreal: McGill-Queen's University Press.

- Ryfe, D. M., & Mensing, D. (2009). Citizen Journalism in a Historical Frame. Rosenberry, J. ve St John, B. (Editörler), *Public Journalism 2.0* içinde (s. 32-44). New York: Routledge.
- Salovaara, I. (2016). Participatory maps. *Digital Journalism*, 4(7), 827-837.
- Skartveit, H.,L. ve Goodnow, K. (2004). Interactive Documentary. *DigiMedia Conference*'da sunulan bildiri'den aktaran Gaudenzi, S. (2013). The living documentary: From representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary. London: University of London.
- Smuts, A. (2009). What is interactivity?. *The Journal of Aesthetic Education*, 43(4), 53-73.
- Sütçü, C. S. (2012). Sosyal medyaya girmeden önce bilinmesi gerekenler. D. Yengin (Ed.), *Yeni medya ve içinde* (s. 74-89). İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Tapscott, D., & Williams, A. D. (2008). *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*. London: Penguin Books.
- Taşkıran, İ. A. (2018). Dijital gazetelerin sosyal medya stratejileri ve sosyal medyanın haber okunurluğuna etkisi. *Akdeniz İletişim Dergisi*, Aralık (30), 218-240.
- Time, Özel sayı, Mart 1995' den aktaran Flichy, P. (2006). New media history. L.A.
- Tönnies, F. (1957). *Community and society*. New York: Harper Torchbooks, The Academy Library, Harper Row Publishers.
- Ulutak, N. (1988). *Belgesel sinemanın temel özellikleri ve tarih felsefesi açısından belgesel sinemada gerçeklik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uricchio, W., Wlozin, S., Bui, L., Flynn, S., & Tortum, D. (2014). *Mapping the intersection of two cultures: Interactive documentary and digital journalism*. Chicago: T. MacArthur Foundation.
- Uzun, R. (2006). Gazetecilikte yeni bir yönelim: Yurттаş gazeteciliği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 633-656.
- van Dijk, J. A. G. M. (1997). The reality of virtual community. *Trends in Communication*, 1(1), 39-63.

van Dijk, J.A.G.M. (2006). *The network society*. London: SAGE.

Wall, M. (2015). Citizen journalism. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813.

Whitelaw, M. (2002). Playing Games with Reality: Only Fish Shall Visit and Interactive Documentary. Bunt, B. (Ed.), *Catalog Essay for Halfeti: Only Fish Shall Visit Exhibition*, Artspace, Sydney, 19 September - 12 October, <https://mtchl.net/playing-games-with-reality-only-fish-shall-visit-and-interactive-documentary/>. (Erişim tarihi, 20.04.2023).

Yıldırım, A., & şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Http-1:

https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/documentary_1?q=documentary (Erişim tarihi: 5.05.2023).

Http-2: <http://i-docs.org/about-interactive-documentary-idocs/> (Erişim tarihi, 01.04.2023).

Http- 3: <https://sourceforge.net/> (Erişim tarihi: 01.05.2023).

Http-4: <https://archive.org/search?query=director%3A%22Clarke%2C+Wendy%22> (Erişim tarihi: 02.05.2023).

Http-5: <https://archive.org/details/wcfr?and%5B%5D=Tee+Pee> (Erişim tarihi: 02.05.2023).

Http-6:

https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/community#:~:text=%2Fk%C9%99%CB%88myun%C9%99t%CC%AEi%2F,was%20shocked%20by%20the%20murders (Erişim tarihi: 05.05.2023).

Http-7: <https://www.cmfe.eu/about> (Erişim tarihi: 10.05.2023).

Http-8: <https://thru-you.com/> (Erişim tarihi: 15.04.2023).

Http-9: <https://www.youtube.com/channel/UCiR-XdvDZAPdxtt47UHCzDw> (Erişim tarihi: 15.04.2023).

Http- 10: <https://docubase.mit.edu/project/a-short-history-of-the-highrise/> (Erişim tarihi: 10.05.2023).

Http-11: <https://www.theguardian.com/us-news/video/2016/apr/11/the-counted-police-killings-guardian-us-video> (Erişim tarihi: 10.05.2023).

Http-12: <https://www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2015/jun/01/the-counted-map-us-police-killings> (Erişim tarihi: 10.05.2023).

Http-13: <https://docubase.mit.edu/> (Erişim tarihi: 28.05.2023).

Http-15: <https://www.btselem.org/> (Erişim tarihi: 28.05.2023).

Http-16: <https://docubase.mit.edu/project/points-of-view/> (Erişim tarihi: 30.05.2023).