



Alp ARTAM  
alp@dreamsandbytes.com

## Blogosfer'in Durumu



**Bu yazımızın amacı, bu yılın sonunda yayımlanacak olan Technorati "State of the Blogosphere" raporunun ipuçlarını incelemek ve blogların inanılmaz dünyasının son durumu hakkında sizi bilgilendirmek olarak kabul edilmelidir. Bunu yapabilmemiz için de öncelikle bazı temel kavramları gözden geçirmek ve bunlar hakkında biraz bilgi vererek makaleyi genişletmek yararlı olacaktır. Blogosferde iyi yolculuklar...**

# DİJİTAL KALE

Öncelikle Technorati'yi ele alalım isterseniz. Technorati, internetteki blogları tarayan bir arama motoru olarak Dave Sifry tarafından San Francisco'da kurulmuştur. Kuruluşundaki temel hedef blogcuların küresel çevrimiçi iletişimini arttırmak olarak açıklanmaktadır. İlk blog arama motoru olarak bilinen Technorati, zamanla dijital mecrada farklı işlevler de yüklenmiş, bloglar ve sosyal ağlara farklı servisler sağlayan, aynı zamanda onları reklam dünyası ile bir araya getiren bir rol üstlenmiştir. Technorati bugün milyonlarla ifade edilen blog gönderilerini anında gösterebilme yeteneğine sahip bir arama motoru olarak önemli haberlerin, fikirlerin, eğlence dünyası, siyaset ve iş aleminin değerli bir kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugün Blogosferde neyin popüler olduğunu bilmenin en hızlı yolu bu kaynağa danışmaktır.

Peki, nedir Technorati'yi bu kadar popüler kılan blog konusu? Blog ya da weblog kelimelerinin dilimizdeki karşılığı "ağ günlüğü" olarak kabul edilebilir. Teknik bilgi ve beceri

gerektirmeden, kendi istedikleri şeyleri, kendi istedikleri şekilde yazan insanların oluşturabildikleri, günlüğe benzeyen web siteleridir. İngilizcedeki "web" ve "log" kelimelerinin birleşmesinden oluşan weblog kavramının zamanla yaygınlaşmış adıdır. Blog kelimesi, genellikle en son yazılandan geçmişe doğru endekslenmiş yazı ve yorumların yayınlandığı, web tabanlı bir günlüğü belirtir. Çoğunlukla her yayının sonunda yazarın adı ve yayımlanma zamanı belirtilir. Yayıncının izin verme durumuna göre blogu takip edenler yazılara yorum yapabilirler. Yorumlar, blog dünyasında çok önemli bir rol oynamaktadır; bu sayede blogun yaratıcısı ve onun yazdıklarını okuyanlar arasında ciddi bir iletişim kurulmuş, interaktivite sağlanmış olur. Bunun dışında, geri izleme (trackback) sistemi sayesinde, belirli bir gönderi

**Blogların yaygınlaşması, 1999 yılında Blogger'ın bu servisi ücretsiz olarak sağlamaya başlaması sayesinde olduğunu görüyoruz.**

hakkında yazılan diğer yazıların belirlenebilmesi de mümkündür. İlk bloglar elle yazılıp güncellenirken, bugün bu iş için özel yazılmış yazılımlar kullanılmaktadır. Bu yazılımlardan bazıları, bir blog servisi sağlayıcı sitenin alt alan adları olarak yaratılabilen, bazıları ise kullanıcının kendi sunucusuna kurup çalıştırması gereken yazılımlardır.



Konunun tarihçesine baktığımızda ise, Blogların yaygınlaşmasının 1999 yılında Blogger'ın bu servisi sağlamaya başlaması ve kısa süre sonra bunu ücretsiz hale getirmesi sayesinde olduğunu görüyoruz. Daha sonraki önemli bir gelişme ise 2003 yılı Şubat ayında Google'ın, Blogger'ı satın alması ve Google araç çubuğuna, ziyaret edilen sayfanın adresini doğrudan bloga girmeyi sağlayan 'Blog This!' tuşunu yerleştirmesidir. Çoğu internet gezgininin ilk defa bu işlev sayesinde bloglar ile haşır neşir olduğunu söylesek herhalde yanılmış olmayız.

Bazı bloglar ise zamanla Blogosfer'in gizli köşelerinde yerlerini almışlardır. Buna örnek olarak; Blogger konsepti ile aynı dönemlerde karşımıza çıkan LiveJournal'ı verebiliriz. LiveJournal, sadece belirli kullanıcıların incelemesine yetki verilebilen blog sayfaları sağlayarak popüler olmuş bir blog sitesidir. Bugünkü değerlendirmelere baktığımızda en çok blog yaratılan sistemlerden biri olduğunu gördüğümüz LiveJournal; yazdıklarını herkesle paylaşmak istemeyen, grup ilişkilerini ve bağlarını ön plana çıkaran kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir.

Microsoft'un Windows Live Spaces adlı blog sistemi de, MSN üyelerine sunulan Windows Live Messenger hizmetine ilişkilendirilince ciddi bir yayılma göstermiştir. Üyelerin fotoğraf albümü oluşturmalarına izin veren sistem, blogların güncellendiği anda paylaşılmasını sağlayan dahili bir yapıya da sahiptir. Daha çok amatör kullanıcılar yönelik bir hizmet olan Windows Live Spaces, görünüş ve yapı olarak değişikliğe pek açık değildir. Ayrıca, Windows Live Messenger daha çok sohbet amacıyla kullanılan bir servis olduğundan, Space'lerde yer alan bloglar da daha çok resim yükleme alanı olarak kullanılmaktadır. Hızla büyüyen ve ciddi bir akım haline gelen blog dünyasında, internetin devlerinden Yahoo! da 2005 yılının Mart ayında kendi blog sistemi Yahoo! 360'ı açtığını ilan etmiştir.

Bugün dijital dünyada, kişinin kendi sunucusuna kurarak çalıştırdığı blog yazılımlarında WordPress liderdir. WordPress kuvvetli bir bireysel yayım platformudur ve dijital mecralarda kullanıcının yayım deneyimini en üst seviyede çekici hale getirmek için tasarlanmış işlevlerle karşımıza çıkmaktadır. Dağıtımı bağımsız ve özgürce yapılan, standart,

hızlı, kullanıcı dostu arayüzü ve tamamen istenilen özelliklere göre değiştirilebilir çekirdeğiyle bir yayım platformu sunmaktadır.

Blogosfer kelimesi ise 1999 yılında Brad L. Graham tarafından bir şaka olarak ortaya atılmış ve 2002 senesinde William Quick tarafından warblog topluluğunda uyarlanarak resmi olarak kullanılır hale gelmiştir. Esprili ortaya çıkışına karşın Blogosfer kelimesi zamanla tüm medya kanalları tarafından kamuoyu tartışmalarının çok önemli bir platformu olarak ele alınmaya başlamıştır. Akademik olan ve olmayan pek çok çevrede küreselleşmenin önemli bir sembolü olarak araştırmalara konu olan Blogosfer konsepti günümüzde dijital dünyanın ayrılmaz bir parçası olarak yerini almış durumdadır.

Bloglar konusunda en gelişmiş arama motoru olan Technorati, 2004 yılından beri Blogosfer'in durumu hakkında senelik bir rapor yayımlamakta ve bizlerle bloglar dünyasındaki trendlere dair değerli bilgiler ve istatistikleri paylaşmaktadır. Şimdi yazımızın başında da belirttiğimiz gibi 2009 yılına dair yayımlanacak Technorati "State of the Blogosphere" raporunun bazı ön verilerine göz atalım;

Technorati 2009 yılı içinde, blog kullanıcıları ile ilgili ciddi bir araştırma yapmış ve bunun neticesinde aşağıdaki sonuçlara ulaşmıştır: Hobicileri için blogları kullananların sayısı, tüm blog kullanıcıları arasında %72 gibi bir orana sahiptir. "Hobiciler", eğlence için blogları kullandıklarını belirtmişler, para ya da herhangi bir kazanç amacı gütmediklerini vurgulamışlardır. Bu kullanıcıların %71'inin bloglarını haftalık, %22'sinin günlük olarak güncellediği ortaya çıkmıştır. Araştırmaya göre hobicileri için blog kullananların büyük çoğunluğu kişisel tatmin amacını gütmektedir.

Rapora ilişkin veriler incelendiğinde, bu seneki araştırmanın ağırlıklı olarak profesyonelleri içerdiği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Technorati, profesyonelleri bir bütün olarak ele almış ve üç alt gruba ayırmıştır. Bu üç grubun ortak özelliği olarak da en azından bloglarını kullanarak maddi kazanç sağlama ya da sahip oldukları işlere olumlu katkıda bulunmak amacını gütmeleridir.

## Yapılan araştırmaya göre bloglar, %72 oranla hobiciler tarafından yoğun kullanılmaktadır.

# DİJİTAL KALE

Technorati, blog profesyonellerini üç gruba ayırmıştır;

1. Yarı Zamanlılar (Part Timers)
2. İş Sahipleri (Self-Employed)
3. Tam Profesyoneller (Pros.)

Bunlardan kısaca söz etmek gerekirse;

**Yarı Zamanlılar:** %15'lik oran ile en büyük gruptur. Yarı zamanlılar bloglarını gelirlerine katkıda bulunmak amacıyla kullandıklarını, bu aktiviteyi bir tam zamanlı iş olarak düşünmediklerini belirtmişlerdir. %72'si ise blogları aracılığıyla, mevcut işleri için yeni müşteriler kazanmayı hedeflediklerini vurgulamışlardır. Kişisel motivasyonları incelendiğinde, bazıları uzmanlıklarını paylaşmanın sağladığı tatminin önemini, bir kısmı ise başarılarını sayfalarının kaç kere görüntülediği ile ölçtüklerini söylemişlerdir.

**İş Sahipleri:** %9'luk oranla ikinci büyük gruptur. Tam zamanlı olarak kendi şirketleri ya da organizasyonları için blog kullanmaktadırlar. Bu grubun %10'u haftada 40 saat ve daha fazla blog kullanmakta, %22'si bloglarını kendi şirketleri olarak görmekte, %70'i ise kendi şirketlerine sahip olduklarını ve işleri hakkında bloglarında yazdıklarını belirtmişlerdir.

**Tam Profesyoneller:** %4'lük oranla en küçük grup olduğu dikkat çekmektedir. Bir şirket ya da organizasyonda profesyonel olarak çalışmakta ve tam zamanlı olarak şirketleri için blog yazmaktadırlar. Temel amaçlarının, çalıştıkları şirketlere yeni müşteriler çekmek olduğu görülmektedir. Tüm blog yazarları içinde %73'lük bir oranın Twitter kullanıcısı olduğu, profesyonel blog yazarlarında bu oranın %81 ile %88 arasında değiştiği de ortaya çıkan diğer bir ilginç saptamadır.

Technorati çalışmasına göre profesyonel

blog kullanıcılarının her sene daha etkili olduğu ve sayılarının arttığı görülmektedir. Markaların Blogosfer'i eskisine göre çok daha etkin kullandıkları göze çarpmaktadır. Blogların piyasaya açıldığı ve parasal getiri beklentisinin yükseldiğini belirtmek de bu veriler ışığında yanlış olmayacaktır. Öte yandan Twitter ve diğer sosyal ağlar, bloglarla çok hızla entegre olmakta ve Blogosfer'in bağlarını iyice kuvvetlendirmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre blog profesyonellerinin büyük kısmı, önümüzdeki beş yıl içerisinde insanların haber ve bilgileri almak için çoğunlukla bloglara başvuracaklarına inanmaktadır.

Kişisel önerim; kimsenin blog dünyasına yabancı kalmaması ve herkesin dijital mecrada gezinirken karşılaştığı blogları ciddiyetle takip etmesidir. İyi bir blog yazarı olmak herkesin yapabileceği bir iş olmasa da, iyi bir blog takipçisi olmak gerçekte pek de zor bir uğraş değildir. Hepimizin bloglardan, bilgi, deneyim, para ve her şeyden önemlisi ciddi bir çevre kazanma şansı vardır. Bu şansa sırtımızı dönmememiz; küreselleşen dünyanın bir parçası olmamız, hem bireysel hem de toplumsal olarak bize büyük fayda sağlayacaktır.

