

senaryolarından birinde şöyle bir şey var: Kullanıcı TV'yi açınca basit bir log-in işlemi ile 'arkadaşlarım şu anda ne seyrediyor?' gibi bir seçenek de görecek. Çeşitli ölçütlere göre bir çok sıralama yapacak. Böylece arkadaşlarınızın seyrettiği ya da ürettiği içeriği doğrudan TV'nize indirebileceksiniz."

Nuri Çankaya, "Peki bu işten para kazanmak mümkün mü?" sorusunu şöyle yanıtlıyor: "Şu anki haliyle, banner reklam modeli ile blogların para kazandırmayacağı aşikâr. Arama motorlarına oynamak da çözüm değil. Bu konudaki tavsiyem blogcuların belirli alanlarda uzmanlaşmaları ve bu uzmanlığı sergilemeleri. Her konuda yazıp ahkâm kesmektense belirli alanlarda yoğunlaşmak başarı sağlayacaktır. Zaten uzmanlaştığınız alanda firmalar gelip sizi bulacaktır. O zaman reklam da gelecektir. Özellikle ağızdan ağıza pazarlama bu şekilde yayılacak. Nitekim şimdiden internette güvenilir bir otorite olarak ortaya çıkan insanlar var."

HER YERDE KAYDET, HER YERDE YÜKLE

Cep telefonları yüksek kaliteli birer multimedya kayıt cihazı haline geldi. Ve insanlar çektiklerini başkalarıyla paylaşmak konusunda daha önce hiç olmadıkları kadar istekliler. Yazılı, sözlü ya da görsel tanıklıklar artık ilk elden ve kolayca kullanıcı içeriği sitelerine yükleniyor. Uzun yıllar Babiali'de çalışmış, bir dönem Hürriyet gazetesinde yazı işleri müdürlüğü ve Tercüman gazetesinde de genel yayın müdürlüğü

yapmış olan gazeteci Hakkı Öcal bu konuda şu yorumu yapıyor:

"Şu anda tanık olduğunuz bir siyasal gösteriye size göre aşırı ölçüde bir şiddetle engel olmaya çalışan polisin marifetlerini sitenize aktarmanız ne kadar kolay? Eğer elinizdeki cep telefonunun video yeteneği artarsa, bu aletin içinde kesme-biçme, seçme yeniden seslendirme gibi editing imkanları olursa, bu cihaz bu içeriği o anda başka bir bağlantı ve başka bir masraf gerektirmeden sitenize yollayabilirse, kullanıcı tarafından sağlanan içeriğin hem geleceği hem de etkisi çok daha anlamlı olacaktır. Geleneksel mecraların bu tür içeriğe açılması, ki sizin bu videonuzu bir ajansa veya yayın kurumuna satmanız anlamına gelir, bu geleceği daha da parlak hale getirecektir."

Gerçekten de, klasik medya bu gidişe seyirci kalmıyor ve kullanıcı üretimi içerik konusundaki gelişmelere ayak uydurmak için bazı adımlar atıyor. 2005 yılında