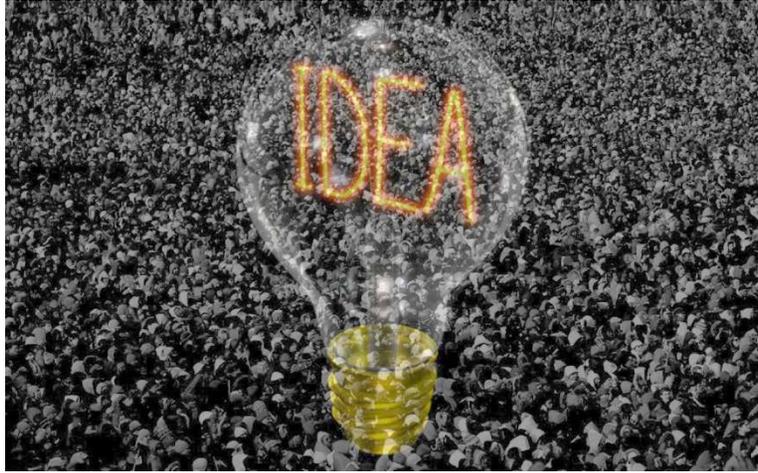


**ECE-581**  
**E-Devlet ve e-Dönüşüm**  
**Türk Hava Kurumu Üniversitesi**  
2013

**Elgin ZORLU**  
**elginzorlu@yandex.com.tr**

**Gülşadiye ÇOLAK**  
**gul\_tilkioglu@hotmail.com**

# CROWDSOURCING



- Kalabalığın Gücü
- Kitlesele İşbirliği
- Kalabalıkların Katkısı
- Katılımcı Kültür
- Kitle Kaynak
- Halkın bilgeliği
- Kalabalıktan Yararlanma
- Ortak Akıl

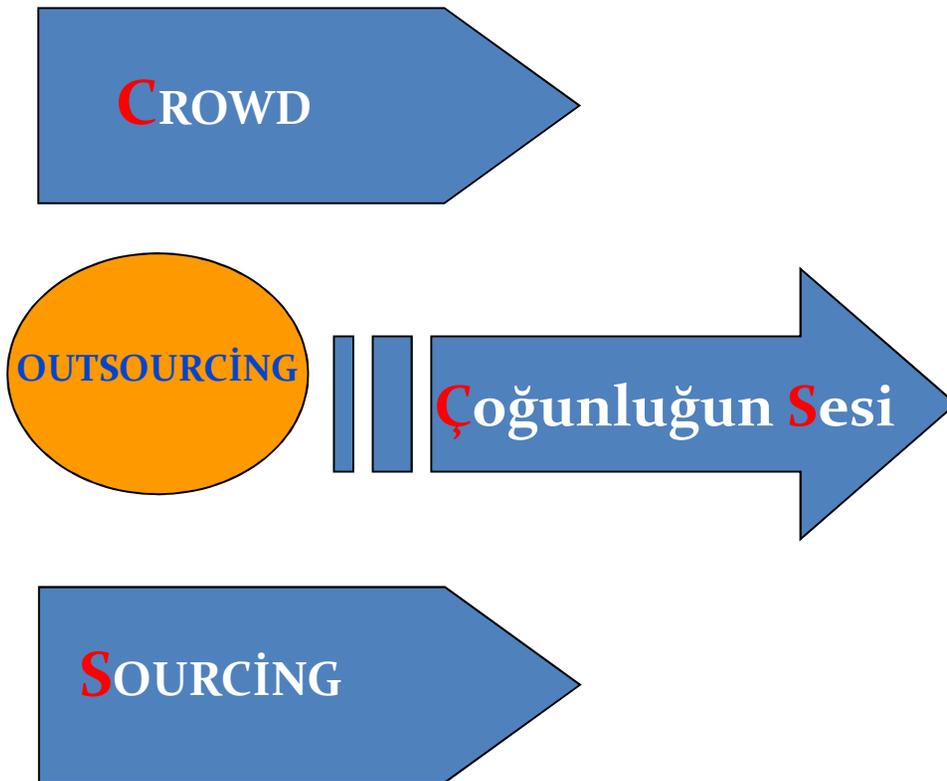
- Sosyal Üretim
- Kitlelerin Bilgeliği
- Kalaba Kaynak
- Kitlelerin Gücü
- Topluluk Kaynak Kullanımı
- Kalabalığın İstihdamı
- Dijital İmece

«fikrimece»



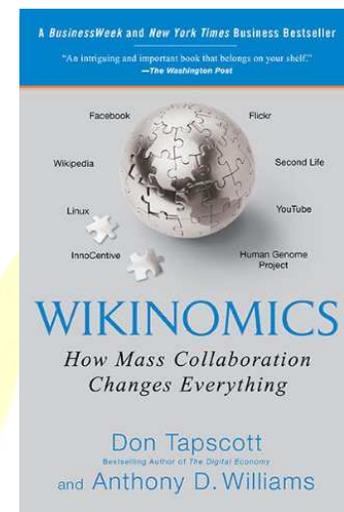
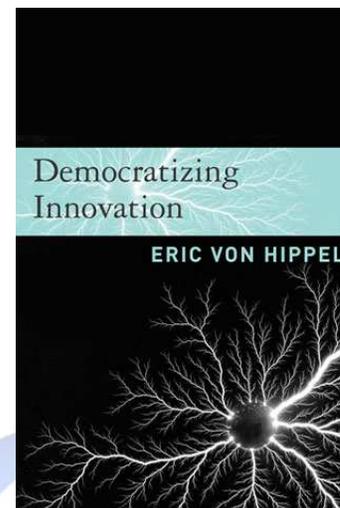
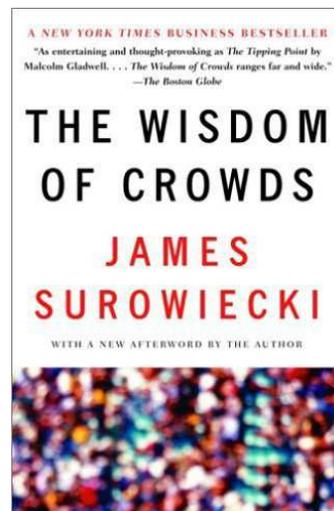
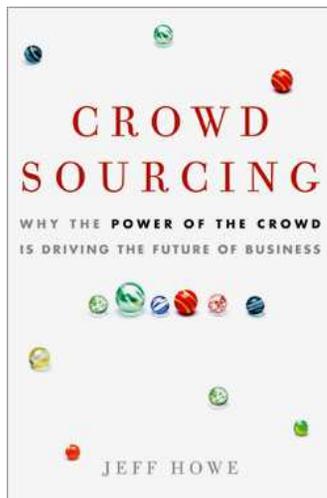
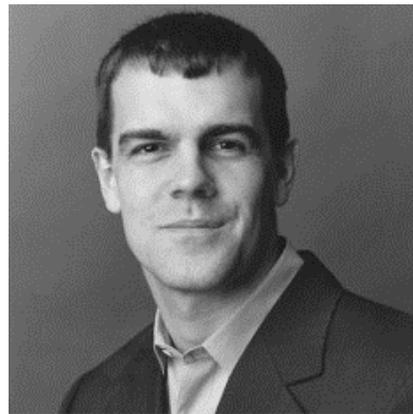
# CROWDSOURCING

Türk Hava Kurumu Üniversitesi  
ECE581 e-Devlet & e-Dönüşüm



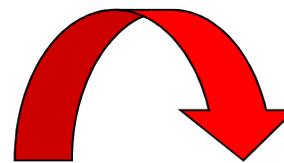
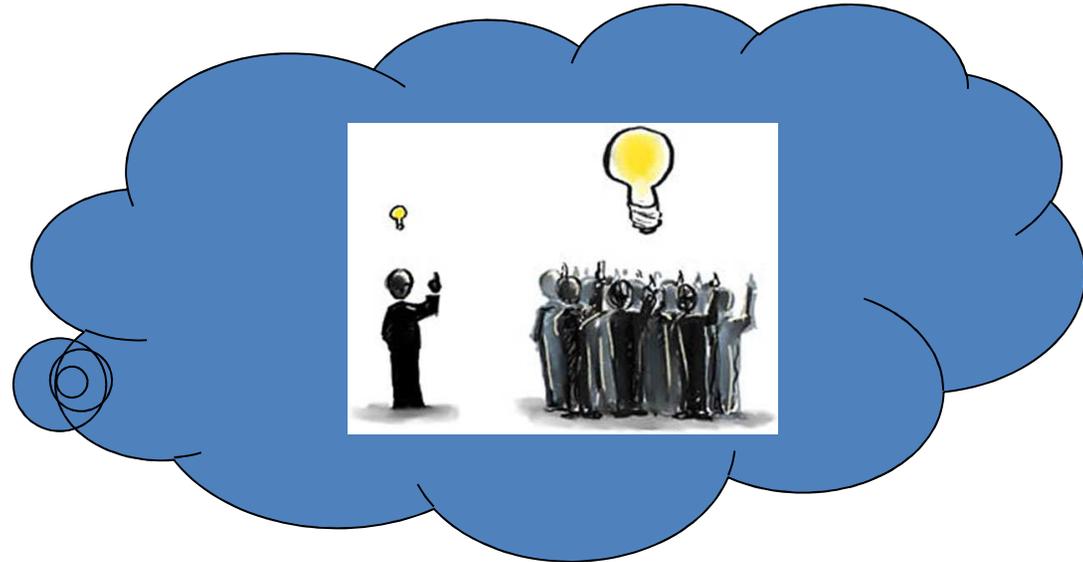
# CROWDSOURCING

Türk Hava Kurumu Üniversitesi  
ECE581 e-Devlet & e-Dönüşüm



# CROWDSOURCING

Türk Hava Kurumu Üniversitesi  
ECE581 e-Devlet & e-Dönüşüm



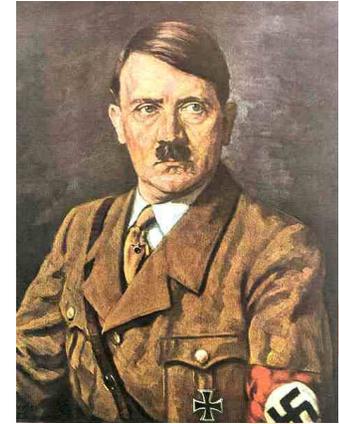
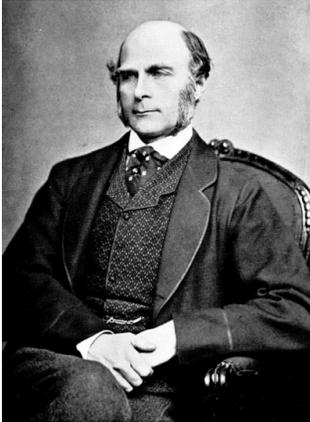


“Kalabalık” sözcüğünün tanımı “ortak bir özellik çevresinde toplanan insan grubu”dur. Öte yandan çok miktarda ortak özellik, kolektif zekayı azaltır.”



## Kitlelerin zekası nasıl işler?

Bir konu hakkında uzmanlaşmamış kimselerin yine o konu hakkında fikir yürütmesi ne kadar doğrudur? Daha da ilerletelim: Bilgisiz ve cahil kitlelerin oylarıyla seçilen bir hükümetin topluma faydası olur mu?



## Dağdaki Çobanla benim oyum aynı mı?



1. Eğer bir oylama sırasında her katılımcıya eşit derecede bilgi verilirse,
2. Oy kullananlar birbirlerinden farklı düşüncelere sahip olurlar ve bu düşüncelerini özgür olarak oy sandığında ifade edebilirlerse,
3. Sandık başında gittiklerinde kendilerinden önce oy kullananların hangi oyu kullandıklarını bilmeden oy kullanırlarsa kitlenin ortak kararı her zaman en isabetli karar olur.

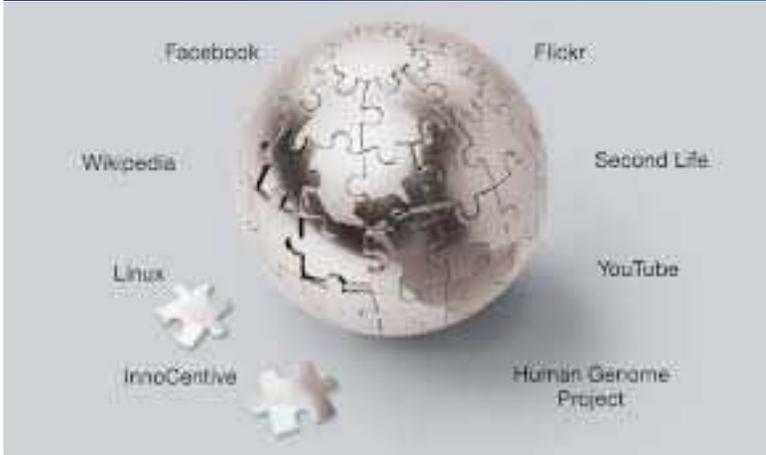
(James Surowiecki "Kitlelerin Bilgeliği")



## Crowdsourcing iki varsayım altında uygulanır:

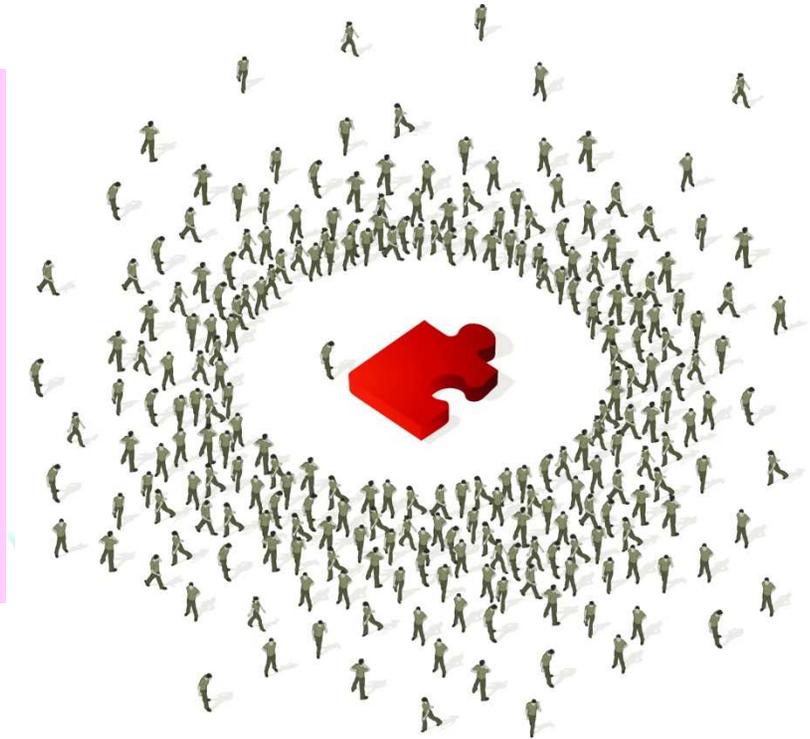
1. Birçok bireyden oluşan bir kitlenin ortak bilgisi ile vardığı görüş birliği en az bir uzmaninkine eşdeğerdir

2. Arzu edilen çıktıyı elde edebilmek için katlanılan emek ve maliyet bir uzmanın sarf edeceğinden azdır  
(Bojin ,2011: 41).



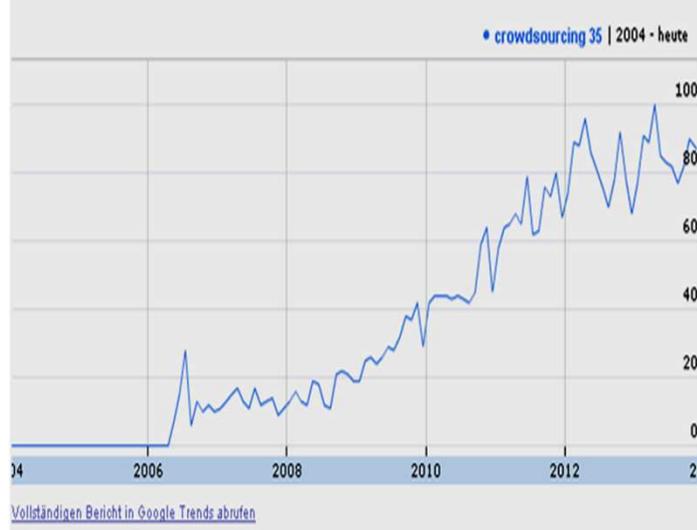
## Crowdsourcing'in başarılı olabilmesi için;

1. Sağlam, etkin ve motive olmuş bir kalabalığa ihtiyaç vardır.
2. Şeffaf olması ve tarafların birbirine güvenmesi gerekmektedir.
3. Crowdsourcing uygulamaları manipüle edilebilir ve katılımcı kültürün sömürsü olarak kullanılabilir.



# CROWDSOURCING

## Interesse im zeitlichen Verlauf für 'crowdsourcing'



## Arama terimleri

### En çok arananlar

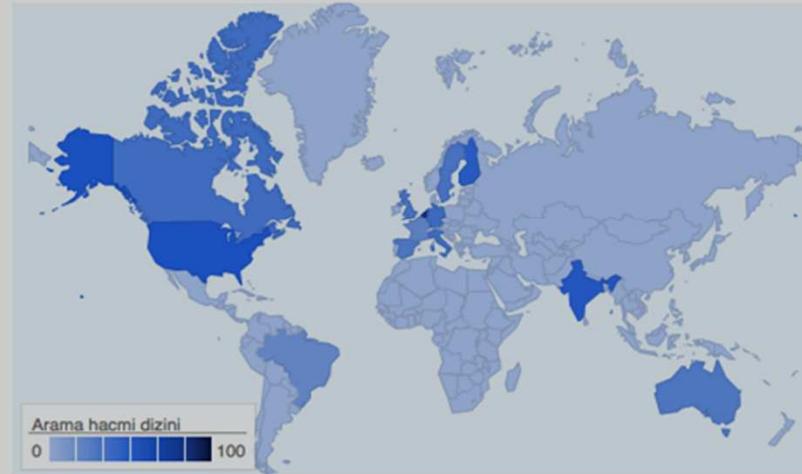
1.	<a href="#">crowd sourcing</a>	100
2.	<a href="#">design crowdsourcing</a>	95
3.	<a href="#">crowdsourcing sites</a>	85
4.	<a href="#">social crowdsourcing</a>	75
5.	<a href="#">what is crowdsourcing</a>	75
6.	<a href="#">crowdfunding</a>	75
7.	<a href="#">google crowdsourcing</a>	75
8.	<a href="#">definition crowdsourcing</a>	65
9.	<a href="#">wikipedia crowdsourcing</a>	50
10.	<a href="#">crowdsourcing marketing</a>	50

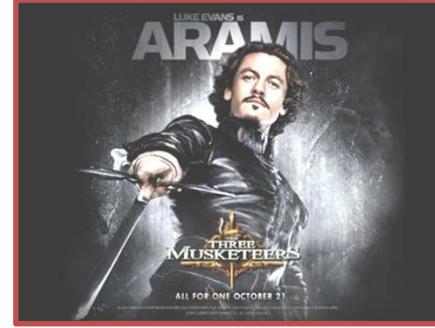
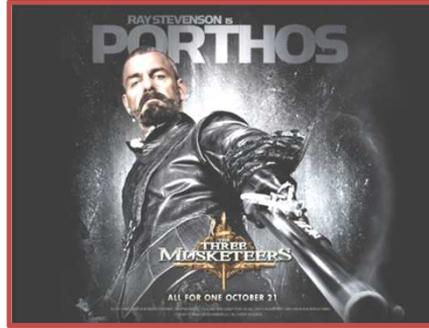
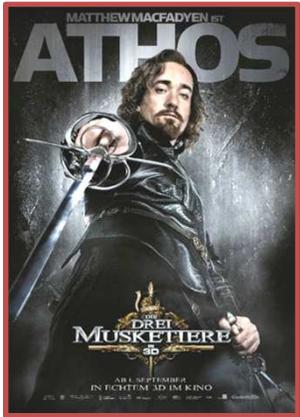
### Yükselen aramalar

1.	<a href="#">crowd sourcing</a>
2.	<a href="#">crowdfunding</a>
3.	<a href="#">crowdsourcing marketing</a>
4.	<a href="#">crowdsourcing sites</a>
5.	<a href="#">definition crowdsourcing</a>
6.	<a href="#">design crowdsourcing</a>
7.	<a href="#">google crowdsourcing</a>
8.	<a href="#">social crowdsourcing</a>
9.	<a href="#">what is crowdsourcing</a>
10.	<a href="#">wikipedia crowdsourcing</a>

## Bölgesel ilgi

1.	<a href="#">Hollanda</a>	100
2.	<a href="#">Amerika Birleşik Devletleri</a>	65
3.	<a href="#">Hindistan</a>	59
4.	<a href="#">Finlandiya</a>	56
5.	<a href="#">Almanya</a>	44
6.	<a href="#">Kanada</a>	43
7.	<a href="#">İtalya</a>	42
8.	<a href="#">İsveç</a>	38
9.	<a href="#">İngiltere</a>	38
10.	<a href="#">İspanya</a>	35

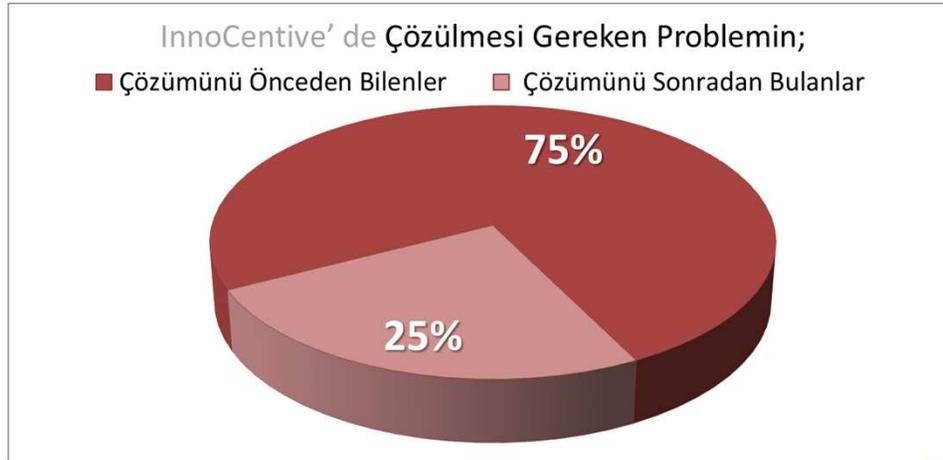




“Hiçbirimiz hepimiz kadar akıllı değiliz”

“Hiçbirimiz hepimiz kadar akıllı değiliz”

## NEDEN SOSYAL ÜRETİM? (Crowdsourcing)

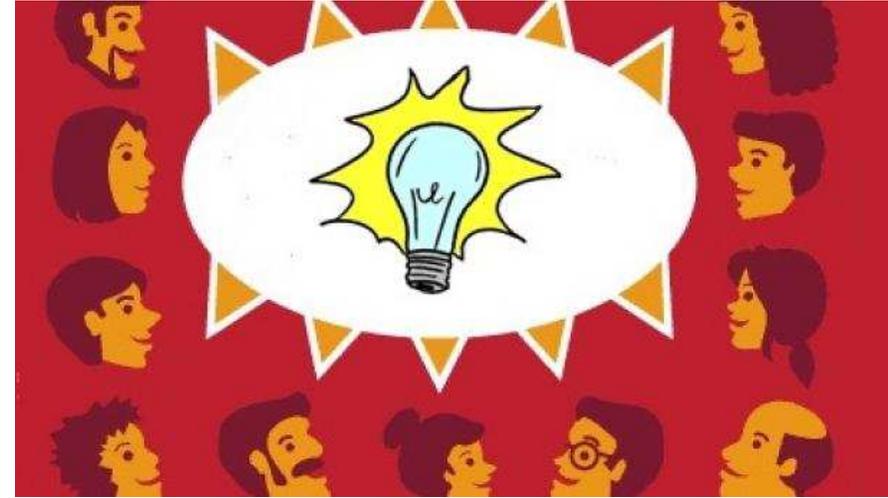


En iyi şirket bilimcilerinin yıllar süren çabalardan sonra bile çıldırtmaya devam eden sorular; **çığır açıcı bir tek adım**, ek bir beyin gücü veya daha yetenekli bir bilimcinin ilgisini gerektirmiyordu; **gerekli olan tek şey, yeteri kadar farklı açılardan bakan bir dizi beyindi.** (Karim LAKHANI)





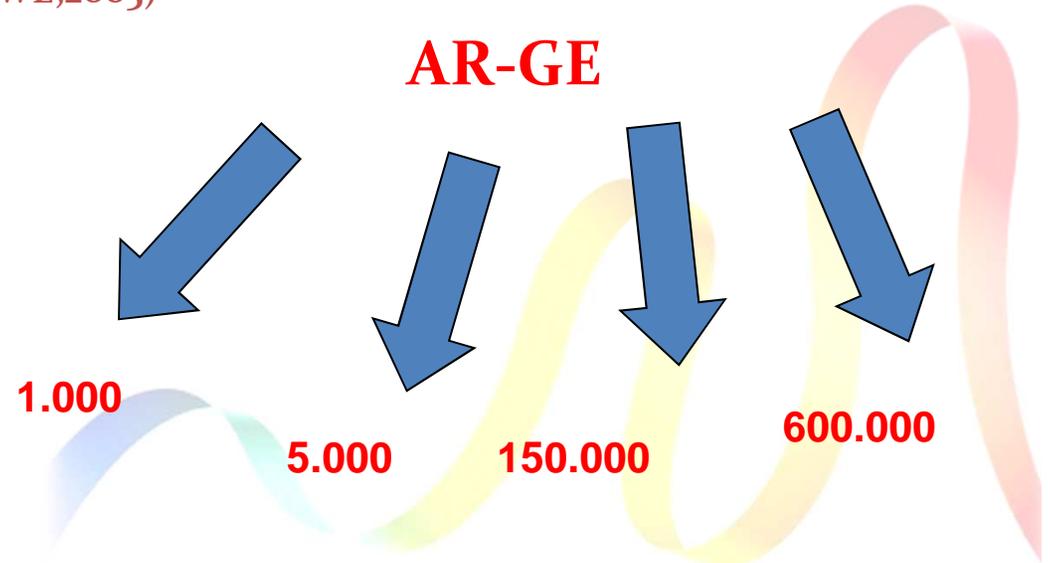
A  
M  
A  
T  
Ö  
R



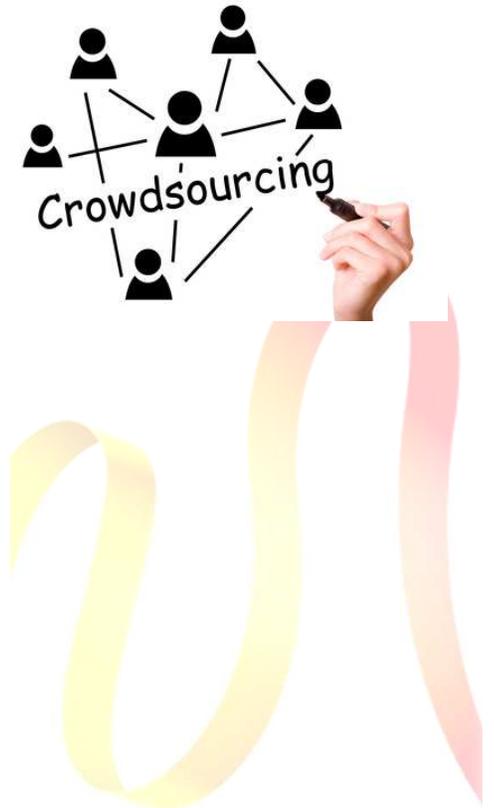
**AMATÖR:** Yetenekten çok tutku sahibi olan meraklılar.  
(J.HOWE,2005)



D  
E  
V  
R  
İ  
M  
İ

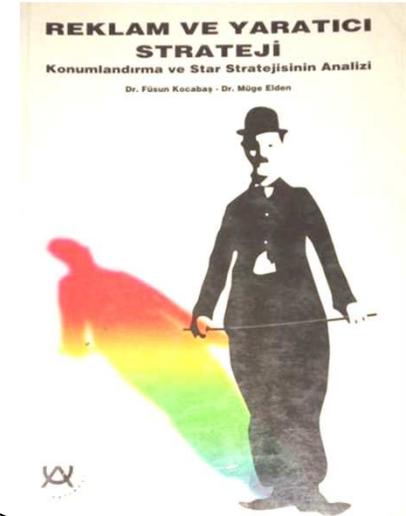


## Crowdsourcing neden bu kadar ilgi gördü?





*Bu “crowdsourcing” trendinin doğmasının bir sebebinin, maliyetleri düşürmek çabası olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Yani teorik olarak, “net”teki kalabalık”a beyin fırtınası yaptırarak havada uçacak bol miktarda fikri çok ucuza temin etmek mümkün.*



**Enjoyment**

**Engagement**

Facebook  
Strateji  
Pazarlama  
Reklam  
Sosyal Medya  
Halkla İlişkiler  
Yeni Reklamcılık  
Basın  
Analiz  
Twitter  
İlan  
Satın Alma  
Yazarlı  
Yaratıcılık  
Medya  
Bütünleşik  
Film



# CROWDSOURCİNG

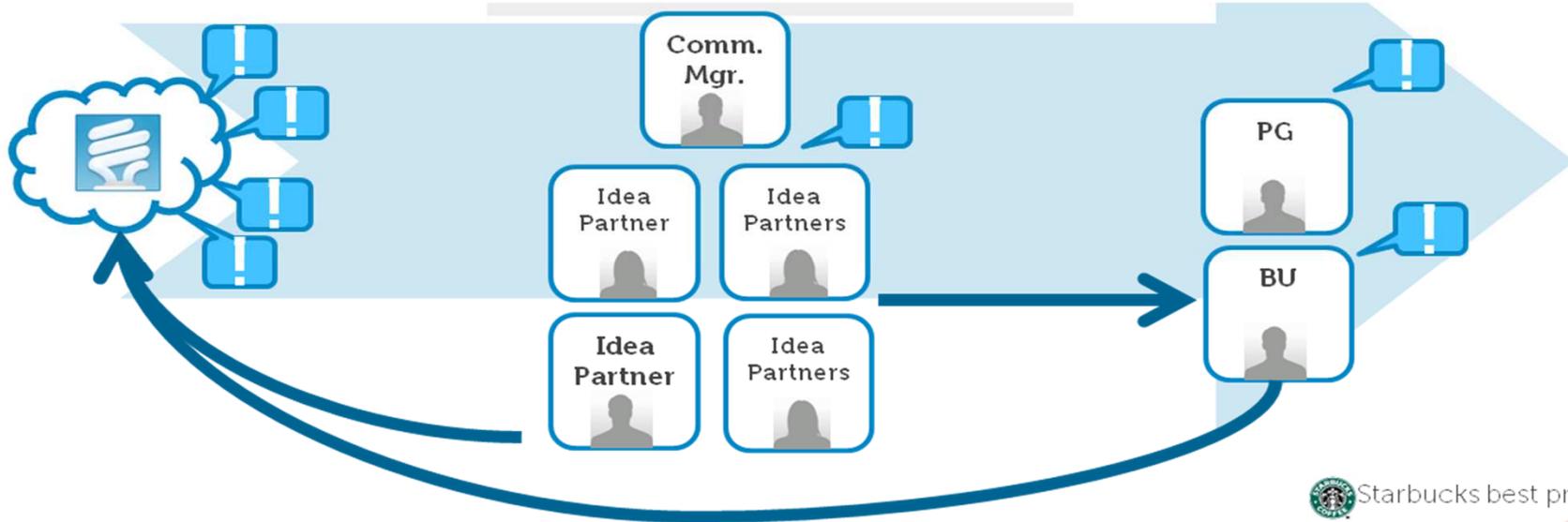
Türk Hava Kurumu Üniversitesi  
ECE581 e-Devlet & e-Dönüşüm



Şu bir gerçek ki Türkiye'de ve Dünya'da birçok insan yapmaktan zevk aldığı işlerde çalışmıyor. Hatta birçok kişi eğitimini aldığı kendi uzmanlık alanları dışındaki işlerde çalışıyor. Bu işler belki kişilerin temel ihtiyaçlarını karşılamaları için gerekli geliri sağlıyor ama işin manevi tatmin kısmı eksik kalıyor.



## Sürdürülebilirlik



“İnsanları, pazarlama için kullanmak?”



“İnsanları, basit bir kaynak olarak görmek!”

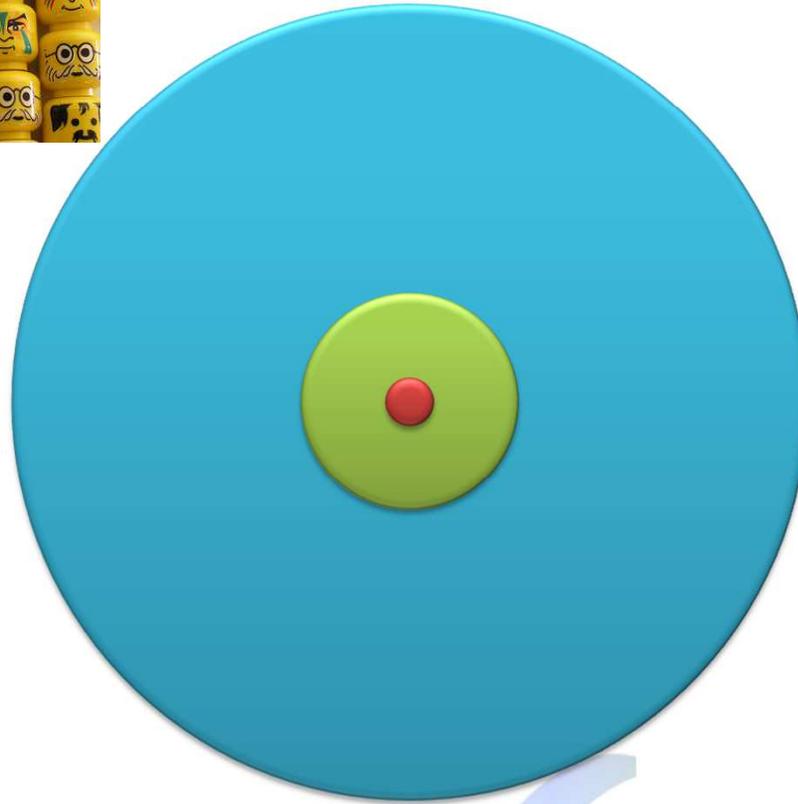
# CROWDSOURCING





## 1:10:89 KURALI

Bradley HOROWITZ



Bir sitedeki her 100 insandan:

**%1** 1'i gerçekten içerik oluşturuyor.

**%10** 10'u bu içeriği oylayarak filtre görevi görüyor.

**%89** 89'u ise anlamlandırılan bu içeriği tüketiyor.

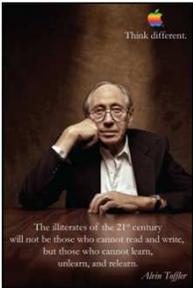
**Buna göre bir sitedeki her 100 insandan 1'i gerçekten bir şey yaratacak, 10 kişi bu yaratılan şey üzerinde oy kullanacak ve geri kalan 89'u ise yaratılanı tüketecek.**



“Bir işi en iyi yapacak kişi, o işi en çok yapmak isteyen kişidir”  
Çok büyük bir sayının yüzde onu da büyük bir sayıdır.” **Jeff HOWE**



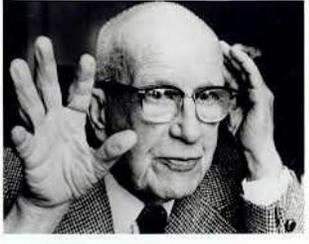
“Kim olursanız olun, en akıllı insanların çoğu başkaları için çalışmaktadır.” **Bill JOY**



“İnsanlar edilgen bir şekilde tüketmek istemiyorlar, anlamlı buldukları ürünlerin oluşturulmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunmak istiyorlar.” **TOFFLER**



“Amatör Devrimi: Şevk, ekonomimizi ve toplumumuzu nasıl değiştiriyor.” **Charles LEADBEATER**



“Yeni bir sistem oluşturmak için eskiyle yarışa girmezsiniz, eskiyi geçersiz kılarırsınız.” **Buckminster FULLER**



“Sosyal sermaye, ekonomi motorunu çalıştıran yağ gibidir.”  
**Robert PUTNAM**

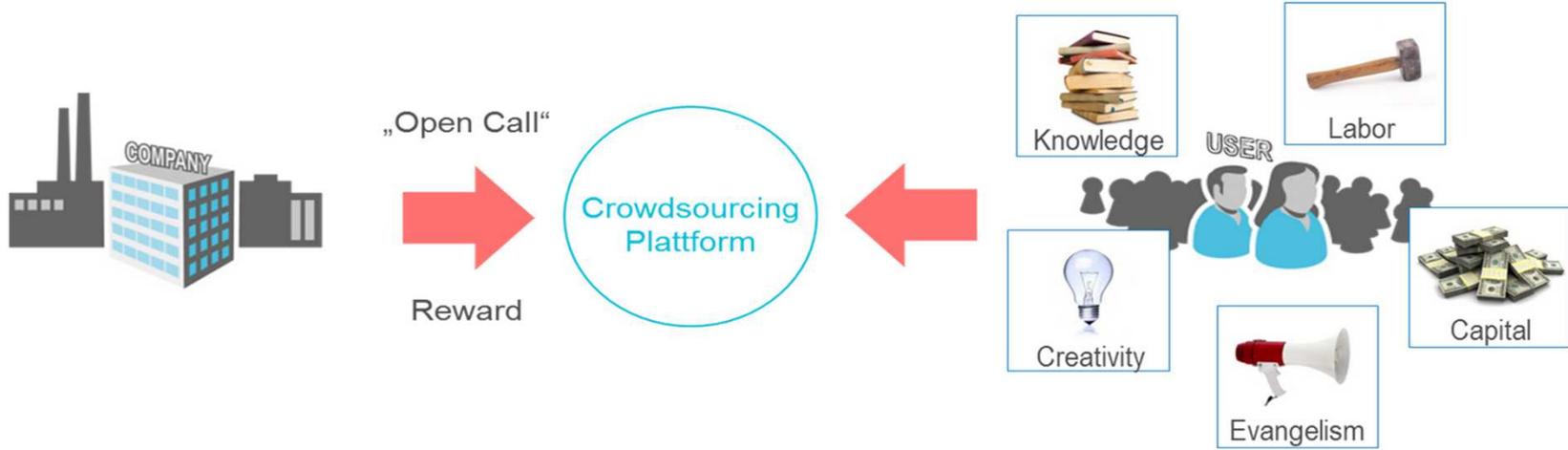


“İnternetteki birey için hayat daha güzel olacak, çünkü kişinin diğer insanlarla etkileşimi, coğrafi yakınlıktan çok ilgi alanlarının ve amaçlarının ve amaçların ortaklığından etkilenecek.”  
**J.C.R. LICKLİDER**

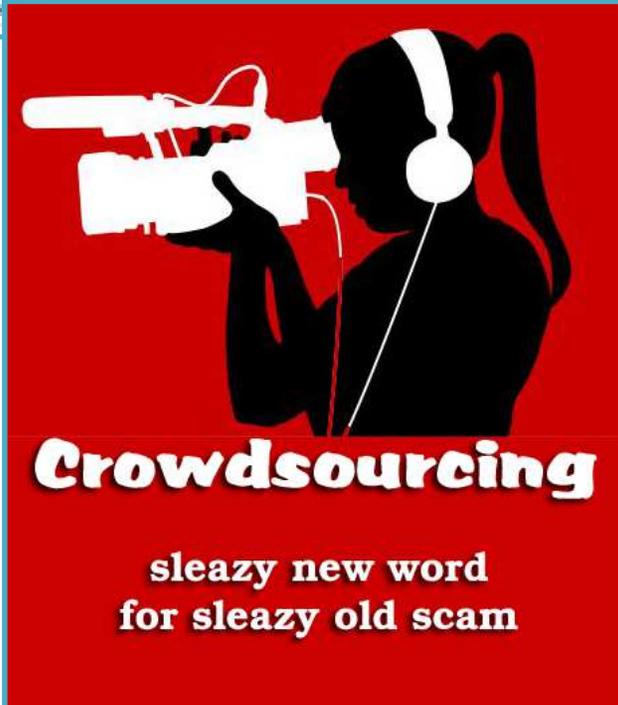


“Bir problem çözücünün başarısının, resmi uzmanlığı olmadığı alanlarda arttığını gördük.” **LAKHANI**

“Ben bu işi onun kadar iyi yapabilirim”



- \*Katılımcıların önceliği para değil ve hepsi boş zamanlarını bu işe adıyorlar.
- \*Uygulamada para öne çıkınca strateji çalışmıyor.
- \*iki beyin, aslında tek beyin gibi ise bir beyinden daha iyi değil.
- \*Bir çözümün başarısı, başarısız çözümlerin sayısından etkilenmez.
- \*Bazen en iyi strateji doğaçlamadır.
- \*Görüşmek ve tartışmak, kollektif zekanın düşmanıdır, çünkü çeşitliliği azaltır.
- \*Kalabalık hem enformasyonun kaynağı hem de onu düzenleyen güçtür.



**Bir işletme veya kurum kalabalıkların gücünden yararlanmak istediğinde işi ile ilgili bir konuyu dışarıya açacak olması bazı riskleri beraberinde taşımaktadır.**

1.Yatırım Riski

2.Geliştirme Riski

3.Koordinasyon Riski

4.Motivasyon Riski

5.Kontrol Riski

6.Güvenlik Riski

7.Yönetişim Riski

8.Kültürel Risk

9.Patent Riski

## Crowdsourcing Uygulamalarının Avantajları



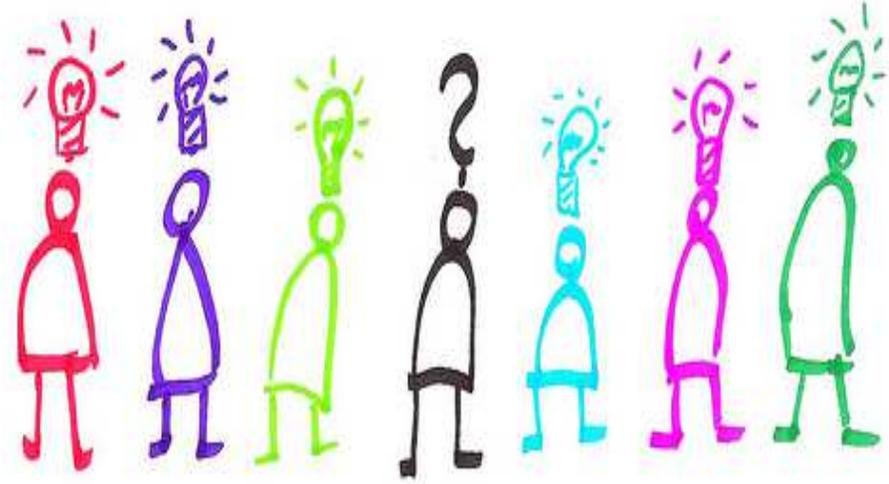
1. Firmanın kendi araştırmalarından ziyade kalabalıktan daha iyi bir fikir gelme olasılığı daha fazladır.
2. Firma hem zaman harcamaktan hem de daha fazla maliyete katlanmaktan kurtulacaktır.
- 3-Paranızın karşılığını fazlasıyla alırsınız
- 4-Kendinizi tek bir zümreye bağlamazsınız kalabalığın içinde ise biten işleri alır ve değerlendirirsiniz.
- 5-Sizin yetenek arayıp bulmanıza gerek kalmaz; yetenekler sizi arayıp bulur.

- 6-ArGe maliyetleri önemli ölçüde azalır
- 7-İnsan kaynağı bulmada iyi bir araçtır
- 8-Üretici ile tüketici arasında iř birliği yapılmasına olanak sağlar
- 9-Birçok kişinin çözüm önerisi sunması sayesinde geniş çaplı bir beyin fırtınası yaratır
- 10-İnsanların marka ile daha sıcak iletişim kurmasını sağlar
- 11.İnovatif fikirlerin ortaya çıkmasını sağlar



## Crowdsourcing Uygulamalarının Dezavantajları

- 1.Ortada yazılı bir kontrat ve gizlilik anlaşması olmadığından mülkiyet haklarını korumak oldukça zordur (telif/patent)
- 2.Kalabalığın firmanın ihtiyaçlarına yönelik olarak oluşturulması zaman alıcı ve maliyetli bir iştir. Fakat yanlış bir ürün veya hizmete yatırım yaparak para kaybetmekten daha iyi bir çözümdür
- 3.Sanal ortamda bulunan topluluklar her zaman müşteri kitlesini temsil etmeyebilir

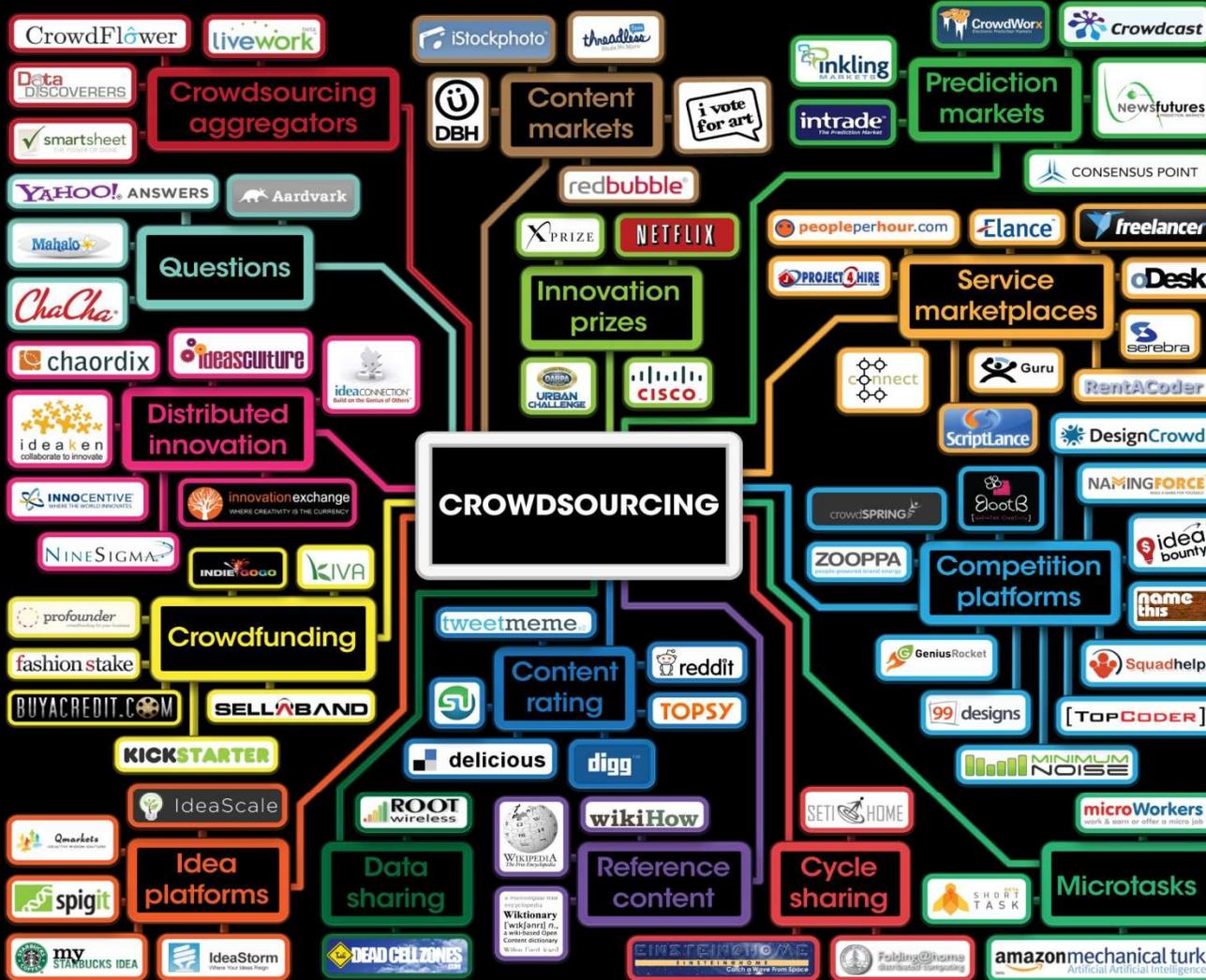


- 4.Kimyasal ürünler, ilaçlar, biyo-teknolojik ürünler gibi karmaşık gelişmeler için elverişli bir uygulama değildir
- 5- Şirket sırlarınızın açığa çıkmasına sebep olacak işleri dışarıya vermekten sakınmanız gerekir
- 6-Teknik detayı yüksek ürünleri büyük kapsamlı olarak kalabalığın oylarına sunmamalısınız
- 7-Ortaya çıkan sonuç her zaman işinize yaramayabilir lakin siz yine de ödülü vermek zorundasınız
- 8-Kalabalık tarafından gerçekleştirilmekte olan bir proje deşifre olduğundan rakipleriniz fikirlerinizi çalabilir

# CROWDSOURCING

Türk Hava Kurumu Üniversitesi  
ECE581 e-Devlet & e-Dönüşüm

## CROWDSOURCING LANDSCAPE Beta v1



### Common Crowdsourcing Tasks and Examples

3D object design	Thingiverse
Advertising	Idea bounty
Business ideas	crowdfunder.com
Clothing	theadvice
Consumer research	ClickAdvisor
Crisis information	Ushahidi
Data analysis	SETI@HOME
Fact checking	PolitiFact.com
Graphic design	99 designs
Human reading	scribblelive
Investigative reporting	theguardian
Journalism	Seed&Spark
Lending	Zopa
Mapping	OpenStreetMap
Movie reviews	IMDb
Music	musiipitch
Observation	GALAXY ZOO
Patent research	Patent Lens
Philanthropy	philantropy.com
Political activism	MoveOn.org
Product design	MUJI
Proofreading	Proofreading.com
Scientific problems	fold.it
Software	OpenStreetMap
Software development	RentACoder
Software testing	Otest
Stock picking	Marketocracy
Tagging	Google
Translation	facebook
Trends	TRENDWATCH
TV programming	current
Word of mouth	BzzAgent
Writing and editing	textbroker

For details, analysis, and discussion go to:

[www.crowdsourcingresults.com](http://www.crowdsourcingresults.com)



Published under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 2.5 License

Created by Ross Dawson  
Design by Daniil Alexandrov

## Harley Davidson'dan Crowdsourcing Tekniği ile yapılmış ilk reklam



## Crowdsourcing Tekniği ile hazırlanmış Innocent reklamı



Altın arama&bulma sürecinde en iyi yöntemleri öneren katılımcılara toplam **575.000** dolar ödül vaat edildi.



Yeni marka arayışında **48.000** civarında katılımcıdan marka ismi tavsiyeleri alındı.





TÜBİTAK

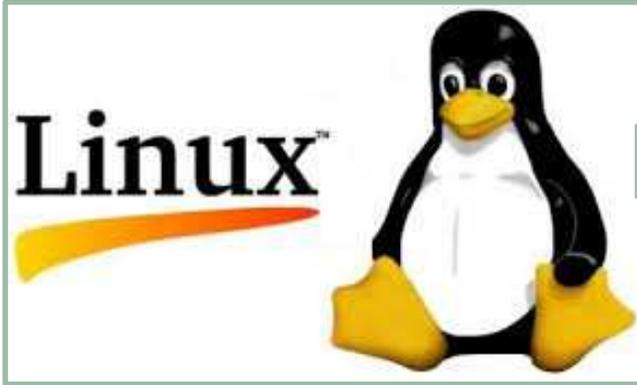


TÜBİTAK tarafından geliştirilen,  
"PARDUS" işletim sistemi.  
"Artık Özgürsünüz!"



Avealabs "Özel Kuluçka Merkezi"  
modeliyle önemli bir crowdsourcing  
projesi olarak karşımıza çıkıyor.

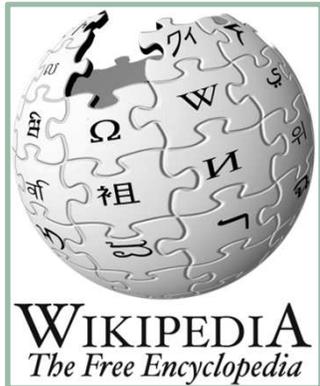




**Linux ilk büyük crowdsourcing ürünüdür.**



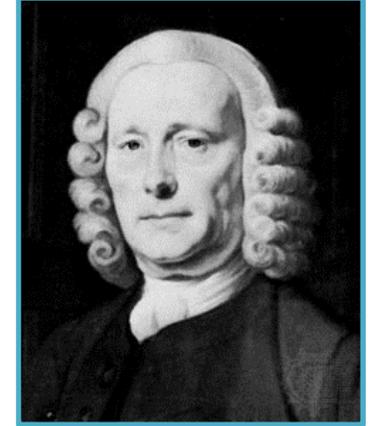
**Türkiye'den hiçbir gelir talep etmeyen 25 bin gönüllü tercüman sitenin neredeyse tamamını Türkçeye çevirdi. Facebook bu yöntemle kısa sürede 65 dilde yayın yapan bir ağ haline geldi.**



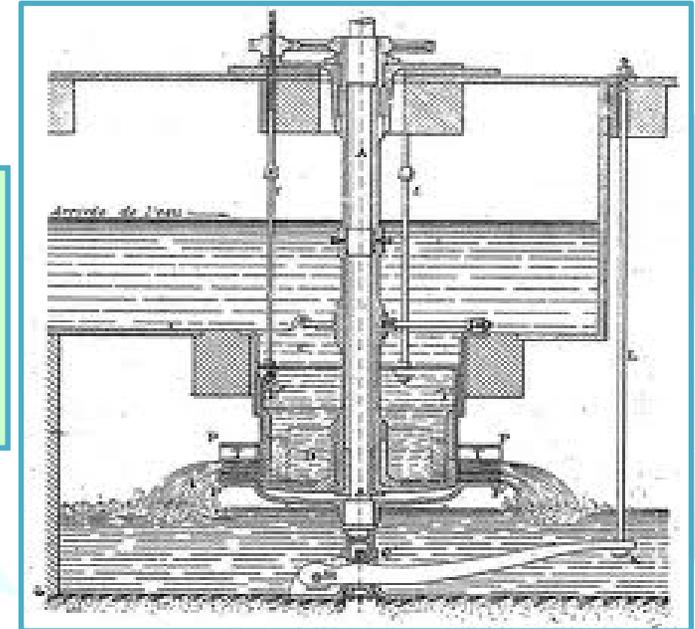
**Bu site kitle kaynaklı çözümlere en güzel örnektir. Yazan ve güncelleştirenler bu işi para almadan yaparlar.**



Kronometre İngiliz parmentosunun 1700lü yıllarda gemilerin dünya küresi üzerindeki yerlerini doğu batı yönünde kolayca ve hassas hesaplayabilmelerini sağlamak amacıyla geçirdiği bir mükafat kanunuyla başlayan 40 yıllık bir yarış sonucu geliştirilmiştir. Kazanan daha önce tahta saat kulesi yapan marangoz [John Harrison](#) olmuştur.



İlk yatay su çarkı Fransa Endustriyi Cesaretlendirme Derneğinin mükafatını kazanmak için [Benoît Fourneyron](#) tarafından 1827 de geliştirilmiştir.



# CROWDSOURCING

Türk Hava Kurumu Üniversitesi  
ECE581 e-Devlet & e-Dönüşüm



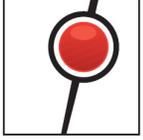
“Çekim Gücü” kampanyası ile Turkcel öncelikle yüzbinlerce kullanıcısının binlerce fikrinden en iyi olan 3-5 tanesine yüksek bir maliyete katlanmadan ulaşmış oluyor.



Hisseli Tatlar kampanyasıyla yeni tat arayışını halka açtı ve bir yarışma düzenledi. Gelen yeni tat önerilerini değerlendirip, en iyi üç tadı belirledi. Bu üç tadı da yine halkın oylamasına sundu. Halkın oylamasıyla seçilecek yeni tadın sahibine şirketin %1 hissesi hediye edilecekti.

Europol'un, öne çıkan siber suçları halihazırda takip etmekte olduğunu ve bu uygulamanın kapsamını genişletmek için internette bir siber suç ihbar sistemini kurmayı planladığını açıkladı. Europol strateji analisti Victoria Baines BBC Haber'e "organizasyonun, ileride bir çeşit kitle kaynak yöntemi kullanarak internet suçlarının genel bir çerçevesini çıkarabilmeyi amaçladıklarını" açıkladı.

Kart tasarımlarını yenilemek isteyen Emirates, bir hayli başarılı bir crowdsourcing çalışmasına imza attı. Böylece Emirates, profesyonel tasarımcılara yüzbinlerce Dolar ödeyerek hazırlatabileceği tasarımları toplam 5000 Dolar'a kotarmış oluyor.



**İstanbul  
Bilgi Üniversitesi**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

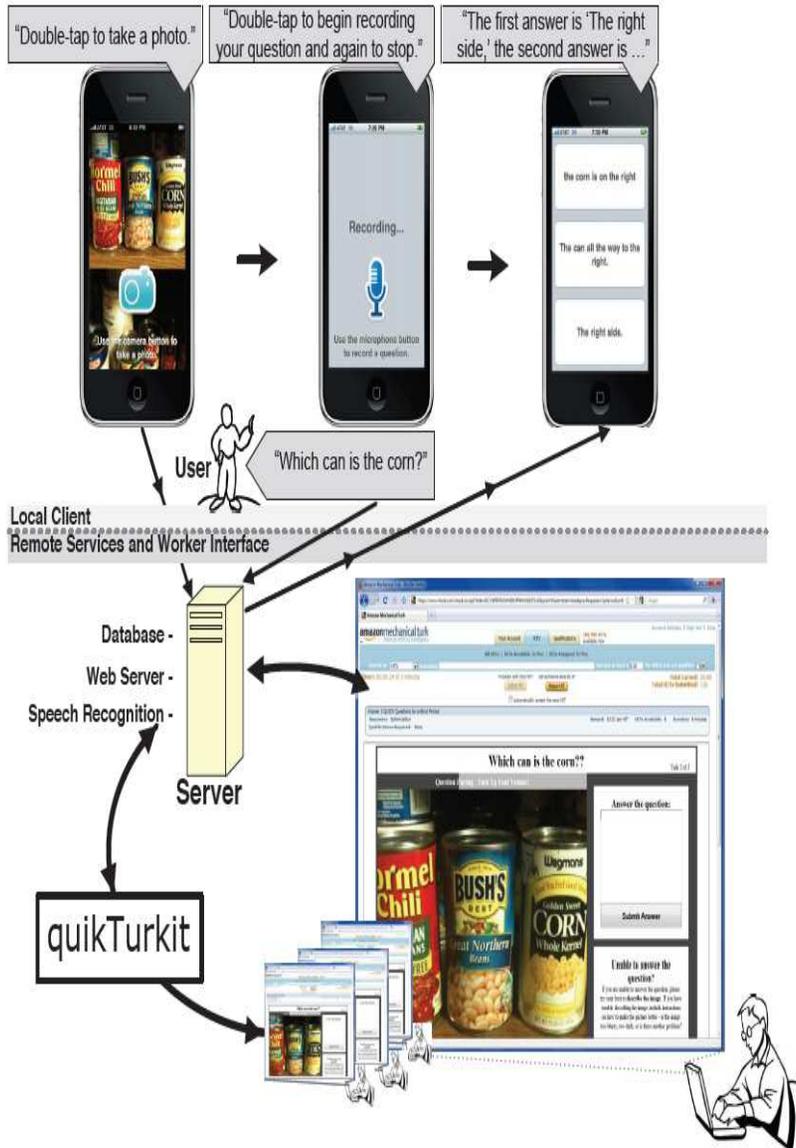


**İstanbul Bilgi Üniversitesi Medya ve İletişim Sistemleri Yüksek Lisans programında okuyan öğrenciler, hayata geçirdikleri internet bazlı anayasa yazımı projesi ile anayasa taslak önerilerine farklı bir alternatif getiriyor. Kitle kaynak (crowdsourcing) yöntemine dayanan proje ile öğrenciler, halkın aktif katılımıyla şekillenen kolektif bir anayasa yazımı gerçekleştirmeyi hedefliyor.**

**NTV de yayınlanan programda bir tarafta “crowdsourcing + yatırımcı” yaklaşımını, diğer tarafta ise “crowdsourcing + müşteri” yaklaşımını görmek keyif verici.**



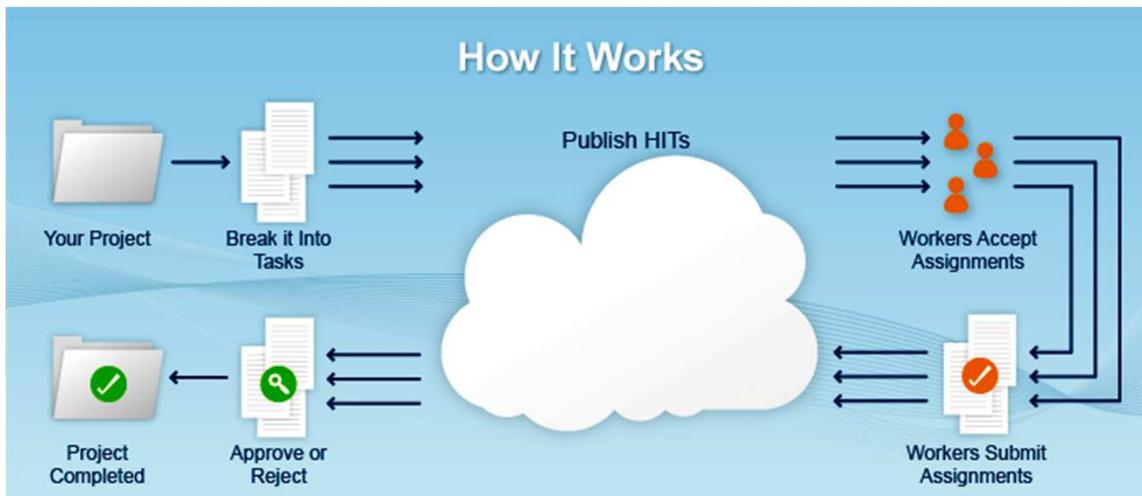
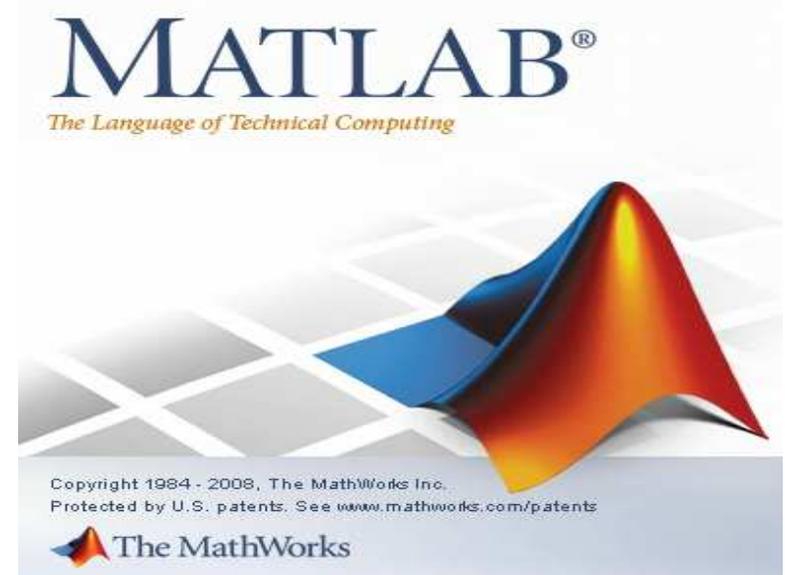
# CROWDSOURCING



VizWiz'in tasarımcıları, görme engellilere gerçek zamanlı olarak yardım etmeyi amaçlıyorlar. Bunun için de Amazon'un online çalışanlarını yardıma çağırıyorlar. Ayrıca gelen soruların mümkün olduğunca çabuk cevaplanması için proje ekibi özel bir sıralama sistemi geliştiriyor. Bu şekilde soru cevaplama süresi 27 saniyeye kadar iniyor.



Mathworks yarışmaları yılda 2 defa düzenliyor ve her yarışma sonundaki kazanan algoritmanın yarışma başında sunulan ilk algoritmadan ortalama 1000 kat daha iyi olduğu iletiliyor.



## Amazon Mechanical Turk

Makinalara zor, insanlara kolay cevapları para karşılığı insanlara verdirtir. Bu cevaplar genellikle basit ama çok yüksek sayıda olur; o zaman her küçük cevaba cüzi bir miktar ödenir.



NASA, Mars görüntülerindeki kraterlerin ölçümü görevini Nasa'yla işbirliği karşılığı online olarak çalışan astronomiyle ilgili sanal kalabalıklara gönderir. Nasa'nın gönüllü "[clickworker](#)"ları uzay ajansının onları araması üzerine, çalışanlar veya taşeronlar kadar kesin bir şekilde fakat onlardan 10 kat daha hızlı olarak (sayıları nedeniyle) bu görevleri tamamlar. Üstelik bunu ücretsiz yaparlar.

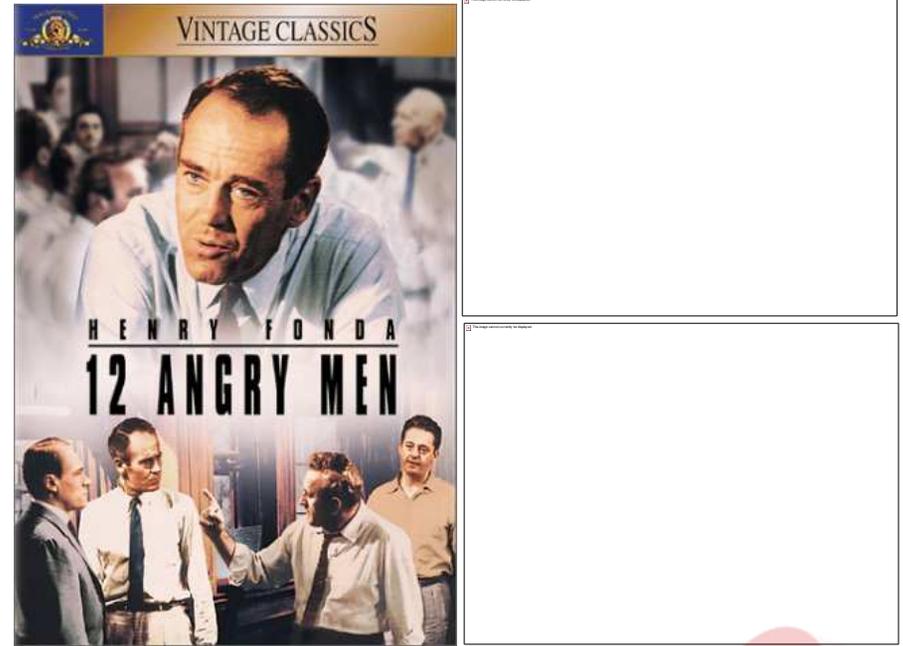


California Üniversitesine ait [SETI@home](#) fikrine 100 bin kişi hedeflenirken rekor düzeyde (5 milyon 200 bin kişi) gönüllü olarak katılır. Yüklenen yazılım internetten üniversiteye bağlanıp dev veriden küçük bir parça alır, analiz eder ve yine internetten merkeze yollar. Böylece teorik olarak dünyanın bütün bilgisayarlarını tek bir bilgisayar gibi kullanabilme fikri ortaya çıkar.



# CROWDSOURCING

Türk Hava Kurumu Üniversitesi  
ECE581 e-Devlet & e-Dönüşüm



“Britannica artık basılmayacak” çünkü “Doğru zaman ve koşullar altında gruplar göreceli olarak içlerinde bulunan en akıllı kişiden çok daha akıllı olabilir ve doğru kararlar verebilir yani organize olmuş amatör internet grupları konunun uzmanı olan şirket ve gruplardan çok daha başarılı olabilir” fikrini benimsedi. Tıpkı wikipedia gibi....

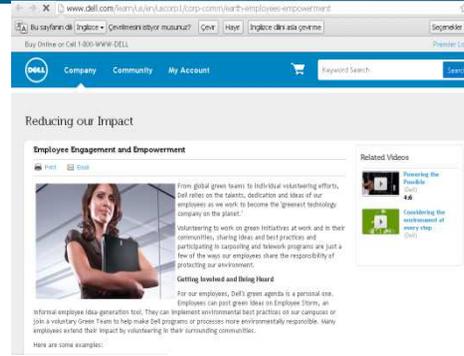
Suçlu hakkında kararları halktan kişilerden oluşan jürinin verdiği bir mahkeme kararı her zaman en doğrusu olmayabilir. Sinema ve tiyatro dünyasının klasikleşmiş eseri “12 Öfkeli Adam” belki ortalama bir jürinin adalet aramadaki titizliğini fazla abartır; ama jüri, karar hakkı atanmış uzmanlar (hakim, savcı) yerine halktan seçilmiş kişilerin elinde olan bir mahkemenin karar meşruiyetine tartışmasız bir katkı yapar.



# CROWDSOURCING

Türk Hava Kurumu Üniversitesi  
ECE581 e-Devlet & e-Dönüşüm

Modeled After it's IdeaStorm, Dell Created EmployeeStorm for Employee Innovation



Şubat 2007'de Dell, müşterilerin fikirlerini sundukları ve oylama yaptıkları bir site olan IdeaStorm.com'u kurmuştur. Oylama sayesinde Dell, hangi fikirlere öncelik vereceğini bilmektedir



Starbucks'da, MyStarbucksIdea.com adında bir sisteme sahiptir. Bu site, Starbucks'ın sosyal medyayla ilgili ilk büyük atılımıydı, dolayısıyla bu sitenin sembolik düzeyde kalmasını istememişler, en fazla oy alan önerilerin ve fikirlerin Starbucks'ta yankı uyandırmasını amaçlamışlardı.

## SON SÖZ:

**«Crowdsourcing bir Shakespeare oyunu, bir Beatles şarkısı veya bir Picasso resmi ortaya çıkarabilir mi? Yanıt kesin bir «evet»tir, ama bu tarz başarılar bizim beklediğimiz yerlerden beklediğimiz şekilde çıkmayacak!»**

- 1.HOWE, Jeff., (2008), “Crowdsourcing”, *İstanbul: Koç Sistem Yayınları*.
- 2.SUROWIECKI, James, (2009), “Kitlelerin Bilgeliği”, *Varlık Yayınları*.
- 3.YİĞİT, Sema ve Mehtap Aras, (2012), “Crowdsourcing as a Tool of Open Innovation and Applicability in Universities - Sample Case of Feas in Gaziosmanpaşa University”, *Suleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences; Y.2012, Vol.17, No.3, pp.485-508*.
- 4.KARABULUT, Nejla, “Crowdsourcing: The Power of the Crowd”, *Beykoz Vocational School of Logistics, Public Relations and Publicity Program*.
- 5.TAPSCOTT and Williams, (2007), “Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything”.
- 6.YEOMANS, Matthew, (Mayıs 2013), “[Crowdsourcing & Sürdürülebilirlik](#)”, *EKOIQ Dergisi*, Nisan 2013, *Sayı: 28*, <http://ekoiq.com/crowdsourcing-surdurulebilirlik/>
- 7.ÇAKIR, Mustafa, (Kasım 2012), “[Kalabalıkların Gücü - CROWDSOURCING](#)”, <http://ebiltem.blogspot.com/2012/04/kalabalklarn-gucu-crowdsourcing.html>
- 8.YILDIZ, Uğur Cem, “Crowdsourcing: Kalabalığın Gücü”, <http://www.e-ucy.com/crowdsourcing-kalabaligin-gucu/#.Up2fK9JdXxB>
- 9.“Crowdsourcing”, [http://tr.wikipedia.org/wiki/Kitle\\_kaynak](http://tr.wikipedia.org/wiki/Kitle_kaynak)
- 10.BOSTANCI, İrfan, (Eylül 2012), “Crowdsourcing ne anlama gelir?”, <http://www.dijiplat.com/crowdsourcing-nedir/>
- 11.CANLI, Mert, (Mayıs 2010), “Crowdsourcing”, [www.marketoloji.com/.../crowdsourcing-nedir-pazarlamada-nasil-kullanilir](http://www.marketoloji.com/.../crowdsourcing-nedir-pazarlamada-nasil-kullanilir)

12. KIZILKAYA, Emre, (Mart 2012), “Kony 2012: Askeri müdahalede ‘crowdsourcing’ dönemi”,  
<http://www.hurriyet.com.tr/planet/20106751.asp>
13. ERTEM, Muhammet Enes, (Haziran 2011), “[Webde Crowdsourcing’in Gücü](http://www.enesertem.net/webde-crowdsourcingin-gucu)”,  
<http://www.enesertem.net/webde-crowdsourcingin-gucu>
14. ÜZÜM, Murat, (Şubat 2010), “Crowdsourcing”,  
[http://www.proz.com/kudoz/english\\_to\\_turkish/business\\_commerce\\_general/3694336-crowdsourcing.html](http://www.proz.com/kudoz/english_to_turkish/business_commerce_general/3694336-crowdsourcing.html)
15. DEMİRKALE, Sevgi, (Mayıs 2013), “Crowdsourcing”,  
<http://www.computerworld.com.tr/dis-kaynak/crowdsourcingi-turk-is-dunyasinin-gundemine-tasimaya-karar-verdik/>
16. KARAKAŞ, Fahri, (Temmuz 2009), “Kitleli İşbirliği ile Milyardan Fazla İnsanın Kolektif Zekası Küresel Bir Beyine Dönüşüyor”,  
<http://41fikir.blogspot.com/2009/07/trend-3-kitleli-isbirligi-ile.html>
17. “Crowdsourcing Metodundaki Kalite”,  
<http://www.onlinetercumanlik.com/ceviri/ceviri-makaleleri/crowdsourcing-metodundaki-kalite/>
18. GÖZÜAÇIK, Necip, (Haziran 2012), “Kalabalıkların Gücü Adına”,  
<http://blog.netas.com.tr/?tag=crowdsourcing>
19. “Crowdsourcing Nedir? Nasıl Yapılır?”, (Kasım 2010),  
<http://www.havayolu101.com/2010/11/10/crowdsourcing-nedir-nasil-yapilir/>
20. YAMAMOTO, Gonca Telli, (Mart 2013), “Crowdsourcing”,  
<http://www.aktuelinternet.com/crowdsourcing-makale,6.html>
21. YAMAMOTO, Gonca Telli, (Aralık 2011), “Crowdsourcing”,  
<http://goncatelli.blogspot.com/2011/12/crowdsourcing.html>

22. CİLGA, Melih, (Eylül 2009), “Ajans-Reklam Veren İlişkisinde Crowdsourcing Açılımı”,  
<http://melihcilga.blogspot.com/2009/09/ajans-reklamveren-iliskisinde.html>

23. KURT, Yiğit Ahmet, (Şubat 2012), “CROWDSOURCING: İmece Usulü Pazarlama!”,  
<http://marketman-onair.blogspot.com/2012/02/crowdsourcing-imece-usulu-pazarlama.html>

24. YILMAZ, Hasan, (Kasım 2011), “Crowdsourcing – Kalabalıkların gücü, bir işin geleceğine nasıl şekil verebilir?”,  
<http://hasanyilmaz.net/crowdsourcing-kalabaliklarin-gucu-bir-isin-geleceğine-nasil-sekil-verebilir-jeff-howe>

25. BOYD, D.M. ve Ellison N.B., (2007), “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”,  
<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>.

26. MERSİN, Doğan, (Ocak 2011), “Crowdsourcing - Kalabalıkların Gücü Bir İşin Geleceğine Nasıl Şekil Verebilir?”,  
<http://outsourcingturkiye.blogspot.com/2011/01/crowdsourcing-kalabaliklarin-gucu-bir.html>

27. ÖZTÜRK, Tolga, (Ağustos 2012), “İşini Kalabalığa Bırak”,  
<http://www.campaigntr.com/2012/08/02/16389/isini-kalabaliga-birak/>

28. CELİKKAYA, Güven, “Kitle Kaynak (Crowdsourcing) / Kitlelerin Bilgeliği Dünyayı Nasıl Değiştirir?”,  
<http://www.acikinovasyon.com/icerik/798/kitle-kaynak-crowdsourcing-giris101--kitlelerin-bilgeligi-dunyayi-nasil-degistirir.html>

29. “Bilişim Suçlarına Karşı “Kitle Kaynak” Yöntemi”, (Ekim 2010),  
<http://www.euractiv.com.tr/105/article/abden-internet-sularyla-mcadelede-kitle-kaynak-yntemi-014057>

30. “Kitle Kaynak & Açık Kaynak”, (Şubat 2012),  
<http://imcyeditepe.blogspot.com/2012/02/kitle-kaynak-ack-kaynak.html>

31. KARAGÜLMEZ, Nilay, (Mayıs 2012), “Crowdsourcing”,  
<http://www.sosyalsosyal.com/kalabaliklarin-gucumu-dediniz-crowdsourcing>

32. **BİRGÜN, Onur Erem**, (Mayıs 2012), “Açık Anayasa”,  
<http://onurerem.com/2012/05/04/halk-kendi-anayasasini-yazacak/>
33. **AYDOĞAN, Banu**, (Eylül 2012), “Crowdsourcing (Katılımcı Kültür)”,  
<http://www.banuaydogan.com/etiket/crowdsourcing>
34. **ESEN, İdil Ezgi**, (Mayıs 2011), “Görme Engellilere Crowdsourcing Desteği”,  
<http://idilezgi.com/2011/05/13/gorme-engellilere-crowdsourcing-destegi/>
35. **KUZUOĞLU, M.Serdar**, (Nisan 2010), “Kitle Kaynak”,  
[http://www.radikal.com.tr/yazarlar/m\\_serdar\\_kuzuloglu/dunyanin\\_gonulluleri\\_birlesin-989647](http://www.radikal.com.tr/yazarlar/m_serdar_kuzuloglu/dunyanin_gonulluleri_birlesin-989647)
36. **BUDAK, Burak**, (Haziran 2011), “Dünden Bugüne Crowdsourcing”,  
<http://comtalks.com/2011/06/29/dunden-bugune-crowdsourcing/>
37. **Oana, Evren**, (Mayıs 2012), “En iyi 3G Şebekesinden Crowdsourcing ile İşlerinizi Halledin”
38. **Temel Aksoy** <http://www.kigem.com/kitlelerin-zekasi-nasil-isler.html>
39. **ÜNALTAY, Altay**, (2011), “Zamanı Gelmiş Bir Fikir: Doğrudan Demokrasi Ya Da Kitlelerin Bilgeliği”,  
<http://www.emekveadalet.org/arsivler/1639>

# «CROWDSOURCİNG»

## TEŞEKKÜRLER...

**Elgin ZORLU**  
elginzorlu@yandex.com.tr

**Gülşadiye ÇOLAK**  
gul\_tilkioglu@hotmail.com