

SOSYAL MEDYADA CANLI YAYIN ANLAYIŞI

Nursedda YILMAZ
İstanbul Aydın Üniversitesi
seda.yilmaz@hotmail.fr

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, metin tabanlı içeriklere göre daha çok erişim sağlanan video tabanlı içeriklerin oluşturulduğu Facebook, Periscope, Youtube ve Instagram uygulamaları üzerinden sosyal medyada canlı yayın anlayışını ortaya koymaktır. Çalışmada öncelikle İnternet ve sosyal medya ile ilgili bilgi verilmekte, web 2.0 olgusu ve özellikleri irdelenmekte, sosyal medyada canlı yayın ve videonun ne olduğu, ilk nerede ve nasıl kullanıldığı hakkında bilgi verilmekte, seçilen sosyal medya uygulamaları üzerinden canlı yayın kullanımını incelenmektedir.

Anahtar kelimeler: sosyal medya, video tabanlı içerik, canlı yayın, periscope, facebook, youtube, instagram

UNDERSTANDING LIVESTREAM IN SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

The purpose of this study, text-based content provided more access to video-based content is created where Facebook, Instagram and YouTube to reveal the understanding of the live broadcast on social media applications through the periscope. Firstly, the internet and social media and Web 2.0 phenomenon and are informed of available characteristics are examined, of the live broadcast and video on social media what, where, and how it is used are given information about, and examines the use of selected social media applications via live broadcast.

Keywords: social media video-based content, livestream, periscope, facebook, youtube, instagram

GİRİŞ

Günümüz teknolojisinin hızla gelişimi ve değişimiyle birlikte sosyal medya kullanımı oldukça yaygın bir boyuta ulaşmıştır. Sosyal medyayı kısaca; zaman ve mekan kısıtlaması olmadan insanların düşünce ve eserlerini paylaşabilecekleri ortam yaratan, onların kendi ürettikleri içerikler aracılığıyla diğer insanlarla iletişime geçmesini sağlayan, interaktif bir mecra olarak tanımlayabiliriz. Yapılan araştırmalar insanların bu gerçeklik içinde gün geçtikte daha fazla vakit harcadıklarını, bu sanal gerçeklik içinde gerçek ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını ve yine bu sanal gerçeklik içinde yeni bir dünya kurarak yaşadıklarını göstermektedir. Özellikle gençler arasında kullanım değeri bakımından hızlı bir yükseliş gösteren sosyal medya, diğer yandan günümüz geleneksel medyasına rakip olmakta; hatta kimi zaman tehdit eder duruma gelmektedir. Sosyal medyada görsel çalışmaların ve videoların, metin tabanlı içeriklere göre daha fazla dikkat çektiği yapılan araştırmalarla istatistiksel olarak kanıtlanmış bir gerçektir. Günümüzde insanlar okuma zahmetine girmeden bir şeye ulaşmak istemektedir. Bunu da en iyi fotoğraflar ve videolar yerine getirmektedir. Öyle ki dünyanın her yerinde her beş saniyede bir Facebook'ta iki yüz beş bin, Snapchat'te sekiz bin altıyüz altmış altı, Instagram'da üç yüz, Youtube'da altı saatlik video ve fotoğraf içeriği paylaşılıyor olması bu durumu kanıtlar niteliktedir. Video tabanlı içeriklerin oluşturulması ve paylaşılması her geçen gün tırmanarak artmaktadır. İncelediğimiz sosyal medya canlı yayın uygulamalarının her birinde ayrı ayrı her dakika bir içerik oluşturulmaktadır.

Popüler kültür endüstrisinin işini kolaylaştıran ‘sosyal medya çılgınlığı’ sayesinde tüm bu sosyal medya uygulamalarına her geçen gün bir yenisi daha eklenmekte, varolan uygulamalarda da sürekli güncellemeler yapılarak yeni özellikler eklenmektedir.

İNTERNET VE SOSYAL MEDYA

Dijital uzam; bireylerin yeni yaşam alanları olmaktadır. Bu yeni alanı anlayabilmek için Van Dijk’in yaklaşımından yola çıkmak gerekmektedir. Van Dijk; “Ağ Toplumu” (The Network Society) adlı çalışmasında dijitalliğin ‘bit (byte)’ katmanıyla başladığını belirtmektedir. Bit’lerle başlayan dijital yolculuk nitelik ve nicelik olarak birbirinden farklı şekilde değerlendirilerek aktarılmaktadır.

Dijk, enformasyon işleminin başlangıç noktası olarak birler ve sıfırlardan oluşan ikili sistemi belirtmektedir. Bit olarak adlandırılan başlangıç noktası dijital kodlama sisteminin temelini oluşturmaktadır.

- *Bit (bits and bytes) : Birler ve sıfırlar dizisi*
- *Veri (data) : Şekiller, yazılar, ve diğer işaretler*
- *Enformasyon (Information) : Yorumlanan veri*
- *Bilgi (Knowledge) : Gerçekler ve etkiler*
- *Bilgelik (Wisdom) : Derinlemesine deneyim (Dick, 1999: 186)(aktaran Yengin, 2015: 4)*

Sosyal medya olgusunu açıklayabilmek için önce belirtilen özellikler doğrultusunda **İnternet** olgusu tarihsel gelişimiyle açıklanmalıdır. Bilginin paylaşımı internet olgusunun doğmasına neden olmuştur. Başlangıçta ARPANET olarak adlandırılan sistemde 4 üniversitenin bilgisayarı bağlantı halindeydi. Bu sistem zamanla daha da genişledi. Bir kaç bilgisayarla başlayan bu süreç zamanla yayılmaya başladı ve yeni kavramların da ortaya çıkmasına sebep oldu.

Elektronik posta (@), Telnet, Ftp, TCP/IP protokolleriyle birlikte yoluna devam eden ARPANET, 1989 yılında CERN (Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi) tarafından geliştirilen protokol ile önemli bir gelişme yaşamıştır. 1991 yılında www (world wide web) hipermetinlere dayalı bir internet protokolü kullanıma sunulmuştur. Kablo ağlarıyla bilginin protokoller üzerinden belirlenen bir ağ (web) sistemiyle yayılması interneti vazgeçilmez kılmıştır. Bu geniş bilgi havuzu içinde yeni sistem ve ihtiyaçlar beraberinde gelmektedir. Bu gelişim; Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 olarak sınıflandırılarak açıklanmaktadır. İnternetin bağlantılarının büyümesi, artması, özgürleşmesi beraberinde medyanın dasürekli aktif olmasını sağlamaktadır.

Rushkoff bu durumu “online olmak” (always on) olarak ifade etmektedir. (Rushkoff, 2010: 34) Rushkoff’a göre Dijital Çağ’da 10 gerekli özellik bulunmaktadır. Bunlar; zaman (time), mekan (place), seçim (choice), karışıklık (complexity), boyut (scale), kimlik (identity), sosyallik (social), gerçek (fact), açıklık (openness), amaç (purpose)’tır. Dijital ortamlarda bu özelliklerin gerekli olduğunu savunan Rushkoff’a göre bireyler ya programlamakta ya da programlanmaktadır. Dijital çağ bireylere etkileşimli medyanın önyargılarını fark etme fırsatı sağlamaktadır. Bu bilgiyle, gerçek yerlerde ve bizzat yaşayan insanlara özgü bir biçimde ne zaman yaşamak ve çalışmak istediğini bireyler seçebilmektedir. Dijital alan seçime eğilimlidir, çünkü her şey belirli bir evet ya da hayır sembolik diliyle ifade edilmelidir.

Bu, sonuç olarak, dijital dünya içerisinde çalışan insanlara seçimler dayatmaktadır. (Rushkoff, 2010: 55) Rushkoff’a göre; nete, her şey aynı soyutlanmış ve evrensel düzeyde meydana gelmektedir. Tamamıyla dijital bir alanda sağ kalmak, ölçeklendirebilmek anlamına ve kazanmak ise herkesin ötesindeki bir soyutlama düzeyine çıkmak anlamına gelmektedir. Online hayatta bireyler, yaptıklarından ve söylediklerinden dolayı sorumluluğu ne kadar az üstlenirse, doğalarının en kötüyanını yansıtacak şekilde davranmaya o kadar eğilimli olmaktadır. Dijital teknoloji kimliksizleştirmeye eğilimli olmaktadır. Bu bağlamda bireyler, kendisi gibi olmak zorundadır. (Rushkoff, 2010: 74-89)

Bütün bunların yanında Rushkoff'un İnternetin gerekli özellikleri olarak saydığı, zaman ve mekan sınırlaması olmadan, iki yönlü iletişime dayalı, sosyalleşme ve iletişim ihtiyacını karşılayıp, kişiselleştirilmeye olanak sağlayarak kullanılması İnterneti daha cazip hale getiren en önemli maddelerdir diyebiliriz. İnternette, kullanıcı içeriğidenetleyebilir ve etkileşimli bir biçimde iletişim sürecine devam edebilmektedir.

İnternet; her türlü veriyi birbirinden farklı formatlarda yayınlama ve paylaşabilme gücüne sahip olmaktadır. Var olan bütün iletişim araçları bilgisayarın erişebileceği sayısal verilere çevrildi. Sonuç olarak grafikler, görüntüler, sesler, şekiller ve metinler hesaplanabilir oldu, kısaca dijitalleşti. Dijitalleşmeyle birlikte medya yeni medya halini aldı. (Crowley ve Heyer, 2007: 470) İnternetle birlikte, kullanıcı içeriği denetleme, seçme olanaklarına sahip olurken; aynı zamanda geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli iletişim süreci gerçekleşmektedir. (Yengin, 2005: 5-6) Son zamanlarda **sosyal medya** olarak tanımlanan internet tabanlı uygulamalarla yeni bir trend ortaya çıkmıştır. Bu internet uygulamaları, kullanıcılar ve kullanıcıların memnuniyetiyle haberdar ettikleri kişiler aracılığıyla başvuranlar arasında gittikçe daha çok artan bir etkileşim sağlamaktadır. Bu içerik, fotoğraf, video, metin ve medyaya ilişkin karışık oluşumlar içererek çeşitlilik gösterir. (Komito ve Bates, 2009, s.233). Sosyal medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insanî iletişim şeklidir. "Teknoloji, telekomünikasyon, sosyal iletişimin kelimeler, görseller, ses dosyaları yolu ile sağlandığı bir yapıya sahiptir. İnsanlar hikâyelerini ve tecrübelerini bu bağlamda paylaştığı bir çerçeveye de sahiptir." Genel olarak bireylerin internette birbirleriyle yaptığı diyaloglar ve paylaşımlar sosyal medyayı oluşturur.

Sosyal medyada, sosyal ağlar ve toplu gruplar yer alır. İnsanlar, kurumlarını tanıtır, arkadaş ilişkileri kurarlar, ürün servis, fikir ve nesnelere ilişkin ilişkilere bağlılık gösterirler. (Solis, 2010: 6).

"Sosyal medya en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir ve aşağıdaki özellikleri içerir. (Mayfield, 2010, s. 6).

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir kullanıcıdan geri bildirim alır.

Açıklık: En çok sosyal medya servisleri geri bildirim ve katılımcılara açıktır. Bu servisler oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda cesaret aşılarlar. Bunlar çok nadir ulaşımaya yönelik engeller koyarlar.

Konuşma: Geleneksel medya yayına ilişkin iken (içerik aktarımı ya da dinleyiciye bilgi ulaşımı), sosyal medya iki yönlü konuşmaya olanak tanınması bakımından daha iyidir.

Toplum: Sosyal medya topluluklara çabuk ve etkili bir oluşum için izin verir. Topluluklar da böylece sevdikleri fotoğraf, politik değerler, favori TV şovları gibi ilgili oldukları şeyleri paylaşırlar.

Bağlantılılık: Sosyal medyanın çoğu türü, bağlantılı işler gerçekleştirir; diğer siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak tanır."

1970'lerde başlayan ve 1990'lardan sonra hızla devam eden internet kullanımı, web sitelerinin, portalların yaygınlaşmasıyla kullanıcı sayısını artırmış, 2000'li yıllarda sosyal medyanın iyiden iyiye popülerleşmesiyle kitleler üzerindeki etkinlik alanını genişletmiştir. Günümüzde toplumun büyük çoğunluğunun vazgeçilmez bir parçası haline gelen sosyal medya, her kültürden ve her sosyal statüden geniş kitlelerin, sosyal taleplerine yanıt verirken; bu ortamı eleştirenlerin hedefi haline gelmiştir. Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, toplumun her kesiminden bilgi iletişim teknolojilerine olan ilginin artması, ulaşılabilirliğinin gün geçtikçe daha da kolay hale gelmesi, sosyal medyanın gücünü arttırmakta, sosyalleşme ve iletişim kavramlarına da yeni bir boyut kazandırmaktadır. Sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşımaya olanak tanınması, anlık olması, hızlı ve pratik iletişim imkanı sunması vb. açısından en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir. İnsanlar sosyal medyada herhangi bir konuda günlük düşüncelerini yazmakta, bu düşünceler üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedirler. Ayrıca kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraflar, videolar, paylaşabilmekte, iş arayabilmekte ve hatta

bulabilmektedirler. Bu durum gün geçtikçe kişilerin gerçek dünyayı sanal ortama taşınmasına, ve tamamen sanal yaşamasına neden olmaktadır. Bu da tüm dikkatlerinbu alana yönelmesine sebep olmakta ve yenilenen sanal dünyaya yeni bir kavramsal çerçeve çizmektedir.

WEB 2.0

Web 2.0, kullanıcıların da içerik geliştirebildiği, birbirleriyle işbirliği yapabildiği, kullanıcılar arasında bilgi ve fikir alışverişini destekleyen ikinci kuşak web platformudur. Web 2.0, O'Reilly Media tarafından 2004'de kullanılmaya başlayan bir sözcüktür ve ikinci nesil internet hizmetlerini, toplumsal iletişim sitelerini, vikileri, iletişim araçlarını, yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi tanımlamaktadır. Teknik açıdan facebook, web otoriteleri tarafından en başarılı Web 2.0 uygulamalarından biri olarak gösterilmektedir. Basit olarak Web 2.0 anlatmamız gerekirse, Web'in ilk gelişim evrelerinde web sayfaları statik sayfalardan oluşmaktaydı. Ziyaretçilerin bu sayfalar üzerinde sadece okuma hakkı bulunmaktaydı. Zamanla web teknolojilerinin gelişmesiyle sayfalar dinamik bir yapı kazanmaya başladı ve kullanıcılar okuma hakkının yanında yazma hakkıda elde etmeye başladı. Bu şekilde iletişim çift yönlü bir boyut kazanmıştır. Servis yazılımları, topluluklar (kullanıcılar), basit kullanıcı arayüzleri ve veri servisleri web 2.0'ın temel yapı taşlarını oluşturmaktadır.

*“WEB 2.0, aşağıdaki maddelerin bir sonucudur:
İnternetin gelişiminin son 10 yılda çok hızlı düzeylere ulaşması,
Dünya üzerinde bir milyar insanın internet kullanması,
Yazılım sektörlerinin, 2001 sonbaharında dot com (.com)'dan sonra yeni bir pozitif
kavrayışoluşturmaya başlaması.(Levy, 2009: 121)”
“Öte yandan WEB 2.0 aşağıdaki kavramlara göndermede bulunmaktadır:
Teknoloji(Franklin ve Harmelen, 2007,s. 4),
İkinci nesil web tabanlı araçlar ve servisler(Geser, 2007),
Toplu kullanılan çevrimiçi platformlar(Downes, 2005).”*

WEB 2.0, web teknolojilerini iki yönlü iletişim sağlayıp, farklı bir şekilde kullanarak bizlere yeni bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. Web 2.0 katılımcıların uygulamalarına ve kişiselleştirmelerine olanak sağlar. Facebook dışında web 2.0 teknolojisine verebileceğimiz en klasik örnek, kullanıcıların sürekli etkileşimde oldukları ve iş birliği içinde içerik ürettikleri sosyal ağlar ve güçlü işbirliği olarak online ansiklopedi Wikipedia'dır. Bu iki platform yanında Youtube, LinkedIn, Twitter , Google, Bloglar, RSS, Podcast da web 2.0 teknolojisine örnek olarak verilebilir. WEB 2.0'ın başarısının, kullanıcıları sürekli bağlayan sürekli güncellenen ve kendini yenileyen yapısından kaynaklandığı söylenilebilir. Ayrıca kullanıcılara eğlenme fırsatı sunması ve kişiselleştirilebilmeye olanak tanınması bakımından da toplu bir çekim alanı yaratabilmektedir. Web 2.0 hem yazılabilir, hem okunabilir web'i ifade etmektedir. Hızlıdır, içerik desteklenen her türlü cihazda görüntülenebilir, zenginleştirilmiş, etkileşimli ve dokunmatik arayüzler sunmaktadır ve etkileşim çok yönlü, yorum tabanlı gerçekleşir.

“Öyle ki internetin Web 1.0'dan (monolog), Web 2.0'a (diyalog) “atlaması” ile artık sadece tüketen değil, üreten ve tüketen ziyaretçi söz konusu olmuştur. Web 2.0 kullanıcılara yaratma ve eğlenme, kişisel yönlendirmeler yapabilme olanağı sağlar ve bu özelliği sayesinde sosyal medya kullanıcıları hızla artmaya devam etmektedir.(Vural ve Bat, 2010)” Bu bağlamda sosyal medya web 2.0 ilişkisini en kısa biçimde; sosyal medyanın web 2.0 sayesinde tek yönlü bilgi paylaşımından karşılıklı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına geçmesini ve kitlelere kendi sanal alanlarını kişiselleştirme imkanı sağladığını söyleyebiliriz. Yukarıdan aşağıya tek yönlü enformasyon iletimi, medya ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte internetin çok daha dinamik, etkileşimli ve tartışmaların çevrimiçi süregittiği bir biçim aldığı yeni bir modele yerini bırakmış ve sosyal medya dediğimiz kavramın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Web 2.0 başlığı altında topladığımız tüm platformların, yayıncıdan bağımsız kullanıcıları olması, kullanıcı kaynaklı içerik olması, kullanıcılar arasında

etkileşim olması, zaman ve **mekan** sınırlaması olmaması web 2.0'ı sosyal medyayla bir bütün haline getirmektedir.

SOSYAL MEDYADA CANLI YAYIN UYGULAMALARI

Canlı yayın, bir olay, gösteri ve ya bir toplantının gerçekleştiği anda radyo, televizyon ve ya internet aracılığıyla kitlelere sunulmasıdır. Sosyal medyada canlı yayın ise bir olay, gösteri ya da bir toplantının gerçekleştiği anda internet ortamında sosyal medya uygulamaları aracılığıyla kitlelere sunulmasıdır. Sosyal medyada canlı yayın ilk olarak **Meerkat** isimli uygulama ile ortaya çıkmıştır.

Meerkat, Apple firmasını geliştirdiği bir canlı yayın uygulamasıdır. GoPro kameraları sayesinde kullanıcılarının canlı yayınlarının gerçekleştirilmesine olanak sağlayan uygulama, ilk aşama içerisinde GoPro Hero3 kullanıcıların bu özelliklerinden yararlanmasına izin veriyordu. Uygulama tarafından gelen güncelleme sayesinde GoPro Hero 4 kameralara ek olarak Android platformlarının da destek verdiği uygulamanın kullanılabilmesi için de GoPro'nun iOS cihaza bağlanması daha sonrasında ise Meerkat uygulamasını açılması gerekiyor. Cihazınızı ya da tableti salladıktan sonra GoPro ile eşleşiyor beraberinde canlı yayın özelliği devreye giriyor. Meerkat, tek tıkla Twitter'da canlı yayın yapmanızı da mümkün kılıyor. iPhone ve iPad için geliştirilen uygulamayla, cihazınızın kamerasından Twitter takipçilerinize ulaşıyorsunuz.

Twitter hesabınızla Meerkat'a giriş yaptığınızda uygulama ana ekranında, **Schedule** yani **Planla** ya da **Stream** yani **Yayınla** olmak üzere iki seçenek sizi karşılıyor. Eğer canlı yayınızı hemen değil, 24 saatlik bir zaman dilimi içinde başlatmayı planlıyorsanız, ilk seçeneği izliyorsunuz. Stream'e dokunduğunuz anda Meerkat, verdiğiniz başlıkla birlikte canlı yayın linkini otomatikman Twitter hesabınızdan paylaşıyor.(www.webrazzi.com)

Canlı yayına başladığınızda Meerkat kullanıcısı olan Twitter takipçilerinize de bildirim gidiyor. Canlı yayın sırasında takipçileriniz size geri dönüş yapabiliyor. İzleyiciler izledikleri bir canlı yayını kendi takipçileriyle paylaşabiliyor. Twitter'da takip ettiğiniz Meerkat kullanıcıları da uygulamanın **Leaderboard** yani **Liderler** panosu bölümünde sıralanıyor. Meerkat her yayın için kullanıcılarına belirli bir puan vererek, kullanıcıları sıralıyor. Meerkat sadece bir canlı yayın uygulaması, yani izleyicilerin dilediği zaman videoları kayıttan izleme seçeneği bulunmuyor. Buna karşın linkler Twitter'da kalmaya devam ediyor, bu da haliyle akıl karışıklığı yaratabiliyor. Uygulama içinde canlı yayın yapan diğer kullanıcıları ve izleyici sayılarını görmemiz de mümkün ancak bunun tam bir haber akışı olduğu söylenemez. Zira, Meerkat, sosyal ağ rolünü tamamen Twitter'abırakıyor.

YOUTUBE

Öte yandan dev video paylaşım platformu Youtube'da canlı yayın uygulamasının öncülerindendir. Youtube'da video paylaşmak dışında canlı yayın yapabilmek için ilk adım olarak Youtube sitesine girip **Google** hesabınızla oturum açmanız gerekiyor. Giriş işleminin ardından kanal video yüklemek için kullandığımız **“yükle”** butonuna basıp açılır menüden **canlı yayın** seçeneğine girdikten sonra karşınıza yayın isminin, yayın bilgilerinin yer aldığı bir alan geliyor. Tüm bu alanı istediğiniz bilgilerle dolduruyorsunuz. Daha sonra açılan sayfa da **“oynat”** butonuna basmanız gerekiyor. Oynat butonuna bastığımız zaman direk olarak yayına başlıyorsunuz. Öncelikle mikrofon, kamera gibi araçları son bir kez kontrol edeceğimiz menü karşınıza geliyor. Son kontrolleri de yaptıktan sonra karşınıza gelen **“yayını başlat”** butonuna basmanız halinde yayına geçiyorsunuz. Yayın işlemi sırasında her hangi bir süre sınırlaması yok. Yayınızı izlemek isteyen kullanıcılar ise ilk menüde belirlediğiniz yayın adını Youtube üzerinden aratarak canlı yayına ulaşabiliyorlar. **Canlı yayın** sırasında da gelen yorumları görüntüleme işlemi de yapabiliyorsunuz. Tüm android ve IOS yazılı cihazlardan ve bilgisayar üzerinden canlı yayın yapmanız mümkün.

PERISCOPE

Sosyal medyada canlı yayının popülerleşmesi ve kullanıcı sayısının artmasının, Meerkat ve Youtube'un canlı yayın özelliğini sunmalarının ardından 2014 yılında Periscope isimli uygulamanın ortaya çıkmasıyla gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Periscope uygulaması 2014 yılında Kayvon Beykpour ve Joseph Bernsteintarafından geliştirilmiştir. Kurucusu Beykpour'un açıklamalarına göre de

kuruluşunun ilhamını Beykpour'un İstanbul'daki gezi eylemlerinin canlı yayına aktarılması gerektiği fikrinden almıştır. Kuruluşu sonrasında da Maveron, Menlo Ventures, Founder Collective gibi internet yatırımcısı kurumların aralarında bulunduğu firmalardan 1.5 milyon dolar tohum yatırım almışlardır. Kasım 2014'te Twitter CEO'su Dick Costolo ile tanışan Beykpour henüz tam açıklanmasa da ortalama 100 milyon dolara uygulamayı Ocak 2015'te Twitter'a satma kararı almıştır.(www.webrazzi.com)

Uygulama, ortasındaki yuvarlak ikona tıklandıktan sonra açılan ekranda **"Start Broadcast"**e tıklandıktan sonra canlı yayının başlanmış demektir. Bu hamleden sonra ekranda beliren Live yazısı o an canlı yayında olduğunuzu gösterir. Eğer ekran üzerinde çift tıklama gerçekleştirirseniz cihazın ön kamerası aktifleşir ve selfie modunda yayın yapmaya başlarsınız. Yayını bitirmek istediğinizde ise ekranın üst kısmında bulunan **"Stop Broadcast"** kısmına basmanız yeterli olur. Periscope kendinizi ve yayınlamak istediklerinizi göstermeye yarayan bir uygulamadan fazlası değildir aslında. Temel çalışma mantığı, Twitter'daki gibi kanal seçimlerine ve taglere dayanan Periscope uygulamasında, videoya seçeceğiniz başlıklar sayesinde ilgi alanlarına göre kullanıcıları seçip bu kişilere canlı yayın yapmanız mümkün hale geliyor. Böylece çektiğiniz videoları takipçi listenizle o anda paylaşabilir ve ortak ilgi alanına sahip olduğunuz insanlar ile etkileşimde bulunma yoluna gidebilirsiniz.

Periscope'ta yaptığınız yayın Periscope'un veritabanına geçici olarak yükleniyor. Periscope sizin için yaptığınız yayını 24 saat hafızasında tutuyor. Eğer bu süreç içerisinde videonuzu telefonunuza **"Save to camera roll"** (Kamera rulusuna kaydet) tuşuna basarak kaydetmez iseniz Periscope bu yayını hafızasından siliyor. Yani beğendiğiniz bir yayını 24 saat içinde kaydetmemeniz halinde bir daha ulaşmanız mümkün olmuyor. Periscope uygulamasının takibini bilgisayardan yapmak mümkün. Ancak Periscope şu an için bilgisayar üzerinden yayınladığınız videoyu kaydetmenize izin vermiyor.

Periscope'un Ceo'su Kevin Baykpour, uygulamanın çıktığı günden beri Türkiye'de Kapadokya'da güneşin doğuşuna şahit olan balondan tutun, Brooklyn'de ki patlama sonrası ortalama 60 kişinin, bu patlamayı farklı açılardan Periscope'da paylaşımına kadar çeşitlilik gösteren kullanım alanlarından bahsetmiştir. (Hermann, 2015)(Dr Daxton R, Dr.Jeremy Littau,15)

FACEBOOK

Sosyal Ağ devi Facebookher gün yeni bir özelliğe ile karşımıza geliyor diyebiliriz. Twitter'ın satın aldığı ve büyük kullanıcı kitlesine ulaşan Periscope adlı canlı yayın uygulamasının ardından kısa süre içinde Facebook'ta bu özelliği kullanıcılarına duyurdu ve canlı yayın yapabileme imkanını sundu. Mentions isimli canlı yayın özelliği getirdiğini açıklayan Facebook sadece ünlü kişiler için hizmet vereceğini belirtiyordu. Ancak sonradan bu özellik tüm kullanıcılara açıldı. Facebook'a eklenen yeni canlı yayın özelliğiyle Periscope'un en ciddi rakibi konumuna gelen sistem, yaklaşık 10 ay önce ülkemizde de kullanılabilir hale geldi. Ancak kullanmak için belli şartları bulunuyor. Şu anda sadece iOS cihazlarında kullanılabilen bu özellik aynı zamanda sadece iPhone'larda kullanılabilir. Facebook uygulamasına girip sayfanızda klasik paylaşım yapacağınız barı açtığınızda karşınıza aşağıda sırasıyla emoji ve yer bildirim çıkıyor. Bunların sağına eklenen canlı yayın sekmesine tıkladığınızda ise kamerası aktif oluyor ve sizden canlı yayın başlığı istiyor. Hemen altında bulunan ikondan da kimlere açık olacağını seçebiliyorsunuz. Yayını başlattıktan sonra ön veya arka kamera arasında geçiş de yapabildiğiniz bu özellik ile Periscope kısa süre içerisinde tarih olabilecek kadar güzel çalışıyor. Kaydınız bittiği anda normal bir video olarak kalmaya devam eden yayın sırasında gelen yorumlar ise yine video yorumları olarak sabit durmaktadır.

INSTAGRAM

Sosyal medya devlerinden biri olan ve 2012 yılında Facebook tarafından satın alınan Instagram da 15 Aralık 2016 tarihinde canlı yayın güncellemesi yaparak, giderek kızışan kullanıcı sayısı artırma rekabetinin içine girdi. Uygulamayı açtığımızda anasayfa ekranının üst kısmında yer alan hikayeler bölümünün yanında bir çerçeve içinde **Live (Canlı)** butonu görünüyor, **Go Insta!** butonu ile instagramda canlı yayın yapabileceğiniz bu özellik beta sürümü ile zamanla diğer kullanıcılara aktif olacağı belirtilmektedir. Canlı yayına başladığınız zaman takipçilerinize bildirim gidecektir. Canlı

yayında iken akan yorumlardan beğendiğinizi sabitleyebilir, yorumları kapatabilirsiniz. Instagram'ın canlı yayın özelliği **Instagram Hikayeler'e (Instagram Stories)** bağlı çalışmakta ve canlı yayın süresi **1 saat** ile sınırlandırmaktadır. Instagram Stories, belli süreliğine yayında olan, sonrasında otomatik olarak kaybolan fotoğraf veya videolar paylaşmanıza izin veriyor. Yeni güncellemeyle birlikte ayrıca canlı yayın yapma şansına sahip olacağız. Her gün 100 milyondan fazla kullanıcının kullandığı Instagram Stories'e eklenen canlı video başlatma özelliği hem Android hem de iPhone kullanıcıları için eş zamanlı gelecek güncellemeyle sunulacak.

Canlı Yayın ve Video Uygulamalarının Kullanımı

Halkın büyük kesiminin hem video üretme hem de yayma kabiliyeti günümüzde doğal karşılanmakla birlikte büyük ölçüde 21. yüzyılda gelişmiştir ve göreceli olarak yenidir. Video üretim teknolojileri boyut ve gerekli beceriler bakımından hem daha kullanışlı hem de kullanıcı odaklıdır. Bir zamanlar orta sınıf bir ev fiyatıyla eşdeğer olan bir kamera ve kurgu sistemi şimdi diğer hobilerin gerektirdiğiyle aynı fiyata mal olmaktadır. Benzer şekilde evde üretilen video içeriği, endüstrileşmiş ülkelerdeki genişbant İnternet kullanımındaki artışa bağlı olarak dünya çapında kolayca yayılmaktadır. Amatörler, multimedya blog yazarları ve muhtemel yurttaş gazetecileri daha önce benzeri görülmemiş sayıda görsel kamusal alana katılma imkanına sahiptirler.

Indy- gazetecilik olarak da adlandırılan yurttaş gazeteciliği video gazeteciliğinin demokratikleştirici doğasından faydalanır. Gazeteciler çevrimiçi ortama uyum sağlamak için kadrolarına yurttaş video gazetecileri katmakta ve web sayfalarına video eklemektedirler.

“Dört teknolojik ilerleme bir kişinin tek başına haber üretmesine yardım etmiştir.

- Daha küçük ve hafif kameralar,

-Döndürülebilen kamera ekranı,(kullanıcının kamerayı kendi yüzüne doğru tutmadan kullanabilmesine olanak sağlar)

-Kullanıcı dostu montaj yazılımları

-Kablosuz genişbant teknolojileri”(Hüür,Himmet ve Yaşın, Cem; Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi, 16)

Tüm bunların yanında iletişim teknolojilerinin herkesin elde edebileceği noktaya gelmesiyle daha ulaşılabilir hale gelen sosyal medya platformları insanların vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Gerçek hayatta istediği doyumunu yaşayamayan birey bu ihtiyacını sosyal medyada karşılayabilmekte, ya da para kazanmak için sosyal medyayı tercih etmektedir. Canlı yayın ve video uygulamalarını herkes farklı amaçla kullanmaktadır. Benliğini gerçekleştiremeyen bireyin canlı yayın , video, fotoğraf gibi görsel tabanlı içeriklerle vücudunu teşhir ederek beğenilme arzusunu kamçılması, bir başkasının para kazanmak için sosyal medya hesaplarından canlı yayın, fotoğraf, , video vb aracılığıyla reklam yaparak para kazanması, bir diğersinin gerçek hayattaki yalnızlığını bu platformlar aracılığıyla dindirmeye çalışması, ya da tamamen kendini geliştirme amaçlı kullanmasıyla bu uygulamaların toplumun her kesiminin ihtiyacını karşıladığı için popülaritesinin giderek arttığı açıklanabilmektedir.

DEĞERLENDİRME

Bu çalışmanın amacı metin tabanlı içeriklere göre daha çok erişim sağlanan video tabanlı içeriklerin oluşturulduğu Facebook, Periscope ve Youtube uygulamaları üzerinden sosyal medyada canlı yayın anlayışını ortaya koymaktır. Çalışma Facebook, Periscope ve Youtube olmak üzere 3 sosyal medya uygulaması üzerinden, Guy Debord'un Gösteri Toplumu yaklaşımı temel alınarak, literatür taraması araştırma yöntemiyle yapılmıştır. Çalışma, Sosyal medyada canlı yayın uygulamalarının kullanılmaya başlandığı tarih ile günümüze kadar olan dönem ile sınırlandırılmıştır.

Video tabanlı içeriklerin oluşturulması ve paylaşılması her geçen gün tırmanarak artmaktadır. İncelediğimiz sosyal medya canlı yayın uygulamalarının her birinde ayrı ayrı her dakika bir içerik oluşturulmaktadır. Popüler kültür endüstrisinin işini kolaylaştıran 'sosyal medya çılgınlığı' sayesinde tüm bu sosyal medya uygulamalarına her geçen gün bir yenisini daha eklenmekte, varolan uygulamalarda da sürekli güncellemeler yapılarak yeni özellikler eklenmektedir.

Sosyal medya artık toplumun bir parçası haline gelmiş, vazgeçilmez bir iletişim aracına dönüşmüştür. Bu uygulamalar üzerinden bütün gün yaşadığı herşeyi yayınlarak fenomen haline gelen, bu uygulamaları iş haline dönüştürüp yayınladığı videolar ve reklamlarla para kazanan kişilerin sayısı oldukça fazladır.

Teknoloji, geliştikçe, sosyal medya uygulamaları güncellendikçe, yüzyüze iletişim giderek yokolmakta, sanal mutluluklar toplumu çepeçevre kuşatmaktadır. Toplum Debord'un da dediği gibi artık tam manasıyla "Gösteri Toplumu"na dönüşmüştür.

"Gösteri toplumunda, kurtuluş vaatleri de gösterinin bir parçasına dönüşüp, sahteleşmektedir. Tüm dünya aynı gösterinin sahnesidir artık; hepimiz aynı gösterinin oyuncusu ve seyircisi olmaktayız." (Debord, 1969: 98)

Tarihsel bilgiyi yok etmek, özgünlük görünümü altında sansürü genelleştirmek, gösterinin vazgeçilmez ikizi olan terörizme girişmek, doğruyu bir yanlışlık anı yapmak, özneliği silmek gösteri toplumunun söylemini oluşturmaktadır. Debord yaşadığımız dünya için çok umutsuzdur ve "Gösteri Toplumu"nda hapishaneye dönüşmüş bir dünyada yaşadığımızı söylemektedir, günümüzde içerik üretme ve paylaşma çılgınlığı sayesinde sosyal medya kullanımının geldiği nokta da bu teorisinin doğrular niteliktedir. Antikçağdan günümüze, zaman kavramından mekân kavramına, şehircilikten turizme ve kültürel tüketim soytarınlığına kadar her alana uzanan gösteri toplumu'nun labirentleri arasındaki yolculuk giderek dehşete dönüşmekte ve bu labirentten çıkış yoktur.

"Gösteri, mevcut düzenin kendisi hakkında verdiği kesintisiz söylev, onu övgü dolu monoloğudur." (Debord, 1969: 98)

"Gösteri, 'kendisini gerçekliğin tamamına nüfuz edecek kadar yaygınlaştırmıştır', kendini küresel boyutta kaçınılmaz olarak sunan bir 'bütünleşmiş gösteri' sürüp gitmektedir; ve artık 'modern endüstrinin araçları ve çıkarları doğrultusunda değiştirilmemiş ve kirletilmemiş hiçbir şey kalmamıştır."

Debord'a göre toplum bir bütün olarak artık gösterinin bizatihi kendisidir ve toplum her yönden gösteri tarafından kuşatılmıştır. Medyadan akademiye, tarihten bilgi ve kültüre, turizminden kente, gündelik hayatta kullandığımız dilden sanata, boş zamandan bilime, bilimsel bilgiden sosyolojiye, ideolojiden bireysel varlığımıza, her şey gösterinin bir parçası, daha doğrusu bir gösteridir ve **'gösteri toplumu'**nu beslemektedir. Günümüz toplumunda, gösteriden kaçılacak hiçbir an, bâkir kalmış bir alan yoktur; tıpkı Adorno'nun "yanlış yaşam, doğru yaşanamaz" sözü gibi, Debord da 'doğru'dan söz ederken yıkıcı bir karamsarlıktan söz açar: "Gerçek anlamda altüst edilmiş dünyada doğru, bir yanlışlık anıdır."

Debord metanın gündelik hayattaki egemenliğini şöyle açıklar:

"Gösteri, metanın toplumsal yaşamı tümüyle işgal etmeyi başardığı andır" ve "görülen dünya, metanın dünyası" olmuştur. "Gösteri insanları ve silahlarını değil, metaları ve tutkuları över. Bu kör dövüşte her meta kendi tutkusunun peşinden giderek aslında bilinçsiz bir şekilde daha yüce bir şeyi gerçekleştirir: Metanın dünya haline gelmesini ki bu aynı zamanda dünyanın meta haline gelmesi demektir". (Debord, 1969: 91)

Tüm bu söylemlere karşılık sosyal medyada yapılan herşey, söylenmiş olanın onaylanmasından ibarettir. Günümüzde sosyal medyada yapılan paylaşımların bir çılgınlık haline gelmesi ve iletişim teknolojilerinin giderek zirveye tırmanması, sosyal medyada video tabanlı içeriklerin ve video tabanlı içerik paylaşım uygulamalarının popülaritesinin artmasıyla birlikte, video çekmek için kullanılan aletlere de talep artmıştır. Geçtiğimiz yıl piyasaya sürülen **3DITEK/ Capture Your Life** bu talep doğrultusunda üretilen bir ürün olarak gösterilebilir. 3DITEK kafaya giyilerek kullanıcının üçüncü gözü gibi çalışmakta ve her anı kaydedip, canlı olarak paylaşma imkanı sunmaktadır. Teknolojinin

artık giyilebilir bir boyuta gelmesi, sosyal medya ve internet kullanımının hangi seviyede olduğunu gözler önüne sermektedir.

3RDi ile fotoğraf çekmek için cihazın kenarına dokunmak, video kaydetmek içinse elinizi cihazın kenarına sürmeniz yeterli olmaktadır. Dahili flaşı ve mikrofonu bulunan kamerada otomatik odaklama özelliği de bulunmaktadır. 30 fps’de 1080p çekimler yapan 3RDi’de microSD girişi de mevcuttur. iOS ve Android uyumlu uygulaması bulunan cihaz, Bluetooth aracılığıyla veri transferi de gerçekleştirebilmektedir. (Tanıtım Linki: <https://youtu.be/HzeYK0wYdv0>)

Teknolojideki gelişme ve sosyal medya uygulamalarının kullanımının önüne geçilemeyen artışı toplumda teknolojik obezite hastalığının habercisidir. Telefonunu on dakika bile yanından ayıramayan bireyler sayesinde, bu durumu iş fırsatına çevirmek isteyenlerin yolu açılmaktadır. Önümüzdeki dönemlerde “teknolojik obezite doktoru” adı altında hizmet veren kişilerin ortaya çıkması kaçınılmazdır.

Tüm bunların yanında canlı yayın ve video uygulamaları sayesinde son yıllarda ‘Yurttaş Gazeteciliği’ terimi de hayatımıza girmiştir. Bu gün televizyonda izlediğimiz haberlerin çoğu, ajans ve kanalların kameralarından çıkmış profesyonel görüntülerden çok, vatandaşların çekip gönderdiği görüntülerle desteklenmektedir. Hatta Gazeteciler çevrimiçi ortama uyum sağlamak için kadrolarına yurttaş video gazetecileri katmakta ve web sayfalarına video eklemektedirler. Sosyal medyada canlı yayın ve video uygulamaları, önüne geçilemez bir teşhircilik piyasası oluşturmuştur. Sansür olmadığı için bu uygulamaları vücudunu teşhir etmek isteyen kişilerin sıkça kullandığı hatta bu yolla sosyal medyada ünlü oldukları bile görülmektedir. Değişen ve gelişen teknoloji, sosyal medya canlı yayın ve video uygulamalarına artan talep bu uygulamaların sürekli kendini güncelleyip, daha zengin özelliklerle kullanıcılara sunulmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda uygulamalar kendi içerinde daha fazla kullanıcıya ulaşmak amacıyla birbirleriyle yarışma durumundadırlar. Günümüzde kullanılan tüm canlı yayın ve video uygulamaları daha cazip hale gelmeleri için düzenli olarak güncellenmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere; Facebook canlı yayın uygulamasına 1 saat süre sınırlama koyarken; Youtube, Periscope aralarındaki “kullanıcı sayısını artırma rekabeti” gereği canlı yayına süre sınırlaması koymamakta, her biri kullanıcılarına canlı yayın sırasında ön ve arka kamera kullanımı ve canlı yayın sırasında yorum yapma, beğenebilme imkanı sunmaktadır.

Tablo 1. Canlı Yayın Uygulamaları Tablosu

CANLI YAYIN UYGULAMALARI	KULLANILAN BİLEN CİHAZLAR	VİDEO KAYIT ÖZELLİĞİ	YORUM YAPABİLME BEĞENME ÖZELLİĞİ	ÖN VE ARKA KAMERA KULLANIMI	SÜRE SINIRLAMASI
YOUTUBE	Google hesabı üzerinden web tarayıcısı, Android ve iOS yazılımlı tüm cihazlar	Video kayıt özelliği var. Tekrar izlenebilir. Yorum ve beğeniler kayıtlı kalır.	Yorum yapma ve beğenme özelliği var.	Ön ve arka kamera canlı yayın sırasında kullanılabilir	YOK
PERISCOPE	Android ve iOS yazılımlı tüm cihazlar	Video kayıt özelliği 24 saat. Yorum ve beğeniler anlıktır.	Yorum yapma ve Beğenme özelliği var.	Ön ve arka kamera canlı yayın sırasında kullanılabilir	YOK
FACEBOOK	IOS yazılımlı cihazlar iPhone’lar	Canlı yayın bittikten sonra video olarak kaydedilir. Yorum ve beğeniler kayıtlı kalır.	Yorum yapma ve beğenme özelliği var.	Ön ve arka kamera canlı yayın sırasında kullanılabilir	1 SAAT

Birbirlerinin aynı özelliklerinin yanı sıra Youtube, Google hesabı üzerinden tüm web tarayıcılarından, IOS ve Android işletim sistemine sahip tüm cihazlardan canlı yayın yapma imkanı sunarken; Periscope IOS ve Android işletim sistemli tüm cihazlardan, Facebook ise yalnızca IOS işletim sistemine(iphone) sahip cihazlardan canlı yayın yapma imkanı sunmaktadır. Ayrıca, Youtube ve Facebook'ta önceden kaydedilmiş videoları yayınlanabilirken, Periscope sadece canlı yayın yapma özelliğine sahiptir. Youtube ve Facebook canlı yayın uygulamalarında, canlı yayın bittikten sonra video sonradan tekrar izlenebilir ve canlı yayın sırasında gönderilen beğeni ve yorumlar kayıtlı kalmaktadır. Periscope'ta canlı yayın bittikten sonra video kayıt özelliği 24 saat ile sınırlıdır ve canlı yayın sırasında gönderilen yorum ve beğeniler anlıktır.

KAYNAKÇA

- Crowley, David,Heyer, Paul, İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum. (Çev. Berkay Ersöz), Ankara, Siyasal Kitapevi, 2011*
- Debord, Guy, Societe de Spectacle, 1969*
- Dijk, Jan V. The Network Society: Social Aspects of New Media. London: Sage Publications, 1999.*
- Dr Daxton R.,Dr Jeremy Littau, Up, Periscope: Mobile Streaming,Video Technologies, Privacy in Public, and the Right to Record, Information access and Control in an Age of Big Data, June 1, 2015*
- Gülнар, Birol. ve Balcı, Şükri, Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum, Konya , LiteraTürk Yayınları, 2011*
- Hülür,Himmet ve Yaşın, Cem; Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi, 2016*
- Rushkoff, D. (2010). Program or Be Programmed: Ten Commands for a Digital Age. Berkeley: Soft Skull Press.*
- Vural, Beril Akıncı ve Bat, Mikail, Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya, Journal of Yasar University, 2010*
- Yengin, Deniz. Yeni Medyanın Olanakları: Semantik Web, TOJDAC January 2015 Volume 5 Issue 1*
- <http://tr.wikipedia.org>, 18/04/2010
- <http://www.kurumsalhaberler.com>, 02/05/2010
- <http://www.webrazzi.com>, 06/09/2014
- <http://teknobilgi.com>, 30/07/2015
- <http://www.nedir.com/web-2.0#ixzz4Rc6c23JP>